كلية الآداب

قسم علوم الاتصال والإعلام

اتجاهات النخبة الإعلامية نحو مصداقية الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي

رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الإعلام

إعداد

سالي ماهر نصار

إشراف

أ. د. سوزان القليني

أستاذ بقسم علوم الاتصال والإعلام وعميد كلية الآداب – جامعة عين شمس

د. دينا الخطاط

مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام – كلية الآداب – جامعة عين شمس

شوال١٤٣٨هـ – يوليو٢٠١٧م

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُن تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا﴾

[النساء: ١١٣]

شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ﴾ [النمل : ١٩]

بعد الحمد لله ذي المَنِّ والفضل والتوفيق والإحسان....

فإنه يسعدني ويشرفني أن أتقدم بخالص الشكر وعظيم التقدير والامتنان إلى الأستاذة الدكتورة/ سوزان القليني، الأستاذ بقسم الإعلام وعلوم الاتصال، وعميدة كلية الآداب جامعة عين شمس، على تكرمها وتفضلها بالإشراف على هذه الرسالة، فالفضل لها بعد الله في إنجاز هذا العمل العلمي وإتمامه، فلولا سعة أفقها، ورحابة صدرها، وغزارة علمها لما وصل هذا العمل إلى هذه الصورة.

كما أتوجه بخالص العرفان والامتنان إلى الدكتورة دينا الخطاط، المدرس بقسم الإعلام وعلوم الاتصال بكلية الآداب جامعة عين شمس، على مشاركتها في الإشراف على هذا العمل، وعلى دعمها ومساندتها الجادة ومعاونتها المخلصة، فلها كل التقدير والإحترام.

كما أتوجه بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى الأستاذين الجليلين؛ الأستاذ الدكتور/ فوزي عبد الغني، أستاذ الصحافة بقسم الإعلام جامعة سوهاج، وعميد كلية الإعلام جامعة فاروس، والأستاذة الدكتورة/ حنان يوسف، الأستاذ بقسم الإعلام وعلوم الاتصال بكلية الآداب جامعة عين شمس، وعميدة كلية اللغة والإعلام بالأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، لتكرمهما وتفضلهما بقبول مناقشة الرسالة وتقويمها، حفظهما الله، ومتعهما بالصحة والعافية.

كما أتقدم بخالص الشكر والوفاء لكل من عاونني في إنجاز هذا العمل.

"وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين".

قائمة المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
مقدمة	٨
الفصل الأول: الإطار المنهجي والنظري للدراسة	**٩**
تمهيد	١٠
مشكلة الدراسة	١٠
أهمية الدراسة	١١
أهداف الدراسة	١٢
الدراسات السابقة	١٢
دراسات تناولت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام	١٣
دراسات تناولت النموذج البنائي للمصداقية	٢١
دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها	٤٣
دراسات تناولت النخبة وآراءهم في وسائل الإعلام	٦١
التعليق على الدراسات السابقة	٦٦
أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة	٦٧
الإطار النظري للدراسة	٦٧
الإجراءات المنهجية	٧٣
نوع الدراسة	٧٣
منهج الدراسة	٧٤
مجتمع الدراسة التحليلية	٧٥
عينة الدراسة التحليلية	٧٥
مجتمع الدراسة الميدانية	٧٥

الموضوع	رقم الصفحة
عينة الدراسة الميدانية	٧٧
أدوات جمع البيانات	٧٩
إجراءات الصدق والثبات	٨٠
حدود الدراسة	٨١
تساؤلات الدراسة	٨٢
فروض الدراسة	٨٣
الأساليب الإحصائية المستخدمة	٨٣
مفاهيم الدراسة	٨٤
الفصل الثاني: مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي في إطار الاعتماد عليها بوصفها وسيلة من وسائل الإعلام	**٨٥**
تمهيد	٨٦
مواقع التواصل الاجتماعي Social Media	٨٦
تعريف مواقع التواصل الاجتماعي	٨٧
نشأة مواقع التواصل الاجتماعي	٨٩
سمات مواقع التواصل الاجتماعي	٩٠
تأثير مواقع التواصل في المجتمع	٩١
تداخل مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام	٩١
تغيير مواقع التواصل الاجتماعي للعملية الاتصالية	٩٤
الاتصال ذو الاتجاهين Two way communication	٩٤
صحافة المواطن citizen journalist	٩٥

الموضوع	رقم الصفحة
إنشاء المستخدم للمحتوى UGC	٩٧
استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي	٩٨
أولًا: استخدام الجمهور العام لمواقع التواصل الاجتماعي	٩٩
ثانيًا: استخدام الإعلاميين لمواقع التواصل الاجتماعي	١٠٦
العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي والمؤسسات الصحفية	١٠٧
التغيرات التي أحدثتها مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الأخبار	١٠٩
الأشكال الإخبارية الجديدة على مواقع التواصل الاجتماعي	١١١
Facebook أحد أبرز مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الأخبار	١١٢
مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي	١١٧
مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للجمهور العام	١١٨
مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة للإعلاميين	١٢٠
معايير مصداقية الأخبار التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي	١٢١
المداخل الجديدة لتقييم مصداقية الخبر المنشور على شبكة الإنترنت	١٢٣
خلاصة الفصل الثاني	١٢٧
الفصل الثالث: الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي	**١٢٨**
نتائج الدراسة التحليلية	١٢٩
الفصل الرابع: اتجاهات النخبة الإعلامية نحو مصداقية الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي	**١٥٩**
نتائج الدراسة الميدانية	١٦٠
نتائج المقابلة المتعمقة	١٨٩
الفصل الخامس: مناقشة نتائج فروض الدراسة	**١٩٩**

الموضوع	رقم الصفحة
نتائج اختبار فروض الدراسة	٢٠٠
الربط بين نتائج الدراسة الميدانية والدراسة التحليلية	٢٠٩
الربط بين نتائج الدراسة الكمية والدراسة الكيفية	٢١١
خلاصة الدراسة ومقترحاتها	**٢١٣**
المراجع	٢٢٠
ملاحق الدراسة	٢٤٤

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
١	عينة الدراسة التحليلية	٧٦
٢	توزيع عينة الدراسة التحليلية	٧٦
٣	خصائص عينة الدراسة	٧٨
٤	توزيع عينة الدراسة وفقًا لمتغير المجال الجغرافي للخبر	١٢٩
٥	توزيع عينة الدراسة وفقًا لمتغير المستوى اللغوي المستخدم في كتابة الخبر	١٣١
٦	موضوعات الأخبار المقدمة في الصفحات الإخبارية	١٣٣
٧	الأهداف الإعلامية للأخبار المقدمة في الصفحات الإخبارية	١٣٥
٨	الاستمالات التي اعتمدتها الأخبار المُقدَمة في الصفحات الإخبارية	١٣٧
٩	مصادر الأخبار المقدمة في الصفحات الإخبارية	١٣٩
١٠	معايير المصداقية المتعلقة بالمسئولية الفكرية	١٤٢
١١	أبرز معايير المصداقية المتعلقة بدقة الخبر	١٤٤
١٢	أبرز معايير المصداقية المتعلقة بمحتوى الخبر – المعايير المتعلقة بالموضوعية	١٤٦

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
١٣	أبرز معايير المصداقية المتعلقة بمحتوى الخبر – المعايير المتعلقة بحداثة نشر الخبر	١٤٨
١٤	أبرز معايير المصداقية المتعلقة بشكل الخبر– وسائل الإيضاح	١٥٠
١٥	معايير مصداقية شكل الخبر– مصدر وسيلة الإيضاح	١٥٤
١٦	أبرز معايير المصداقية المتعلقة بشكل الخبر– الروابط	١٥٦
١٧	أبرز معايير المصداقية المتعلقة بشكل الخبر– فعالية الروابط	١٥٧
١٨	توزيع عينة الدراسة وفقًا لمتغير الشخصيات التي تضمنها الخبر	١٥٨
١٩	مدة استخدم facebook بوصفها وسيلة للحصول على الأخبار	١٦٠
٢٠	عدد الساعات التعرض اليومية في متابعة الصفحات الإخبارية على facebook	١٦٢
٢١	ترتيب وسائل الإعلام وفقًا لدرجة الاعتماد عليها في الحصول على الأخبار	١٦٣
٢٢	درجة الاعتماد على الصفحات الإخبارية على facebook للحصول على الأخبار	١٦٥
٢٣	أسباب الاعتماد على الصفحات الإخبارية على facebook للحصول على الأخبار	١٦٦
٢٤	الأوقات التي يزيد فيها الاعتماد على الصفحات الإخبارية على facebook	١٦٧
٢٥	خصائص الصفحات الإخبارية على facebook أوقات الأزمات	١٦٩
٢٦	العضوية في صفحات إخبارية على facebook	١٧٠
٢٧	درجة مشاركتك في الصفحات الإخبارية على facebook	١٧١
٢٨	نوع الأخبار التي تُتابع علي الصفحات الإخبارية على facebook	١٧٢
٢٩	درجة الثقة في الأخبار الموجودة على Facebook	١٧٤
٣٠	الطريقة المتبعة للتحقق من الخبر الذي ينشر على Facebook	١٧٦

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
٣١	التعرض لمضامين إخبارية على إحدى الصفحات الإخبارية على Facebook ثبت عدم صحتها	١٧٧
٣٢	رد الفعل في حال تعرضك لمضمون إخباري على أحد الصفحات الإخبارية على Facebook ثبت عدم صحته	١٧٨
٣٣	مدى ارتباط مصداقية الصفحة الإخبارية بالمؤسسة التي تتبعها	١٧٩
٣٤	تقييم مستوى مصداقية الصفحات الإخبارية على Facebook بشكل عام	١٨٠
٣٥	العناصر التي تدعم مصداقية المضمون الإخباري الذي تقرأه على Facebook	١٨١
٣٦	الممارسات على الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي	١٨٢
٣٧	الأسباب التي تؤثر سلبًا في مصداقية الصفحات الإخبارية	١٨٧
٣٨	توزيع عينة الدراسة وفقًا لتوقعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها وسيلةً لنشر الأخبار	١٨٨
٣٩	العلاقة بين درجة الاعتماد على الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة مصداقيتها	٢٠٠
٤٠	العلاقة بين درجة الممارسات على الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى الاعتماد على هذه الصفحات	٢٠٢
٤١	الفروق بين خصائص عينة الدراسة فيما يتعلق بمصداقية الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي	٢٠٥
٤٢	الفروق بين خصائص عينة الدراسة فيما يتعلق بمصداقية الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي	٢٠٦
٤٣	الفروق بين خصائص عينة الدراسة فيما يتعلق بمصداقية الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي	٢٠٧

فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
١	مستويات مواقع التواصل الاجتماعي المتداخلة	٩٣
٢	التحول من الإعلام الجماهيري إلى الإعلام الفردي الجماهيري	٩٥
٣	المواطن الصحفي في عملية صناعة الأخبار	٩٦
٤	Facebook الوجهة الرئيسة للباحثين عن الأخبار	١١٣
٥	عدد مستخدمي الإنترنت حول العالم	١١٥

المقدمة :

شهدت المنطقة العربية في الأعوام القليلة الماضية تحولات كبيرة على الصعيد السياسي، أحدثت فروقًا كبيرة في النظام السياسي والاقتصادي؛ نتيجة التغييرات السياسية التي مرت بها المنطقة العربية، ومهدت الطريق لنظم ديمقراطية عمادها الشباب وأساسها العلم والعمل .

فرض تغير الوضع السياسي في المنطقة تحولات إعلامية ملموسة، وتزايدت متابعة الأخبار في أية وسيلة إعلامية متاحة، ليبقى الفرد على اطلاع بكل ما يطرأ على الساحة السياسية من أحداث محلية وعالمية، وبخاصة المتعلقة بعمليات الإصلاح السياسي بالمنطقة العربية وتطورات الوضع المتلاحقة فيها .

ومع هذه الظروف السياسية المتقلبة التي تعد من سمات تلك الفترة من تاريخ البلاد، وتزايد الاهتمام بمتابعة الأخبار، برزت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام – وموقع Facebook بشكل خاص – نتيجة تزايد الاهتمام بمتابعة الأخبار، وأثبتت مواقع التواصل الاجتماعي، أن الأمر لم يكن مقتصرًا على الجانب الاجتماعي فقط لها، بل تطور الوضع لتُسْتَخدَم لأغراض سياسية، حتى باتت من أقوى الوسائل التي تستخدمها كل شرائح المجتمع على اختلاف تخصصاتها السياسية والثقافية والاجتماعية للحصول على الأخبار والمعلومات التي تمكنهم من بناء وجهة نظرهم والتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم السياسية في كل دول العالم بشكل عام، وفي مجتمعاتنا العربية بشكل خاص لطبيعة الوضع السياسي الحالي ، والظروف التي تمر بها المنطقة العربية .

ولهذا استغلت وسائل الإعلام التقليدية – من صحف ومحطات تلفزيونية ومحطات إذاعية – هذه التحولات السياسية الكبيرة التي عمادها الشباب، وارتباطهم الواضح بمواقع التواصل الاجتماعي لإنشاء صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي وتدعيمها؛ بغرض تقديم محتواها لكم أكبر من الجماهير المستخدمة لهذه الوسيلة الجديدة التي أثبتت فعاليتها في توحيد صفوف الشباب ومطالبهم وترتيب أفكارهم رغم اختلاف انتماءاتهم السياسية وخلفياتهم الدراسية والمعرفية.

ولهذا كان مهمًا دراسة اتجاهات المستخدمين لهذه الوسيلة الإخبارية الجديدة، وبخاصة من النخبة؛ لأنها الفئة الأكثر تأثيرًا في المجتمع، والتعرف على تقييمهم لدرجة مصداقيتها، ومعايير تقييمهم لتلك الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الإجتماعي.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي والنظري للدراسة

تمهيد:

تستعرض الباحثة في هذا الفصل الإطار المنهجي للدراسة بداية من عرض مشكلة الدراسة وأهميتها بشقيها العلمي والعملي، وأهدافها، فضلًا عن فروض الدراسة وتساؤلاتها.

وتستعرض الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، من خلال أربعة محاور متعلقة بدراسات تناولت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ودراسات تناولت النموذج البنائي للمصداقية، ودراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها، ودراسات تناولت النخبة وآراءهم في وسائل الإعلام، كما تتناول إمكانية الاستفادة منها في بناء إطار نظري يلائم الدراسة ويتناسب مع فروضها وتساؤلاتها.

وتوضح – أيضًا – الإجراءات المنهجية للدراسة، كمجتمع الدراسة وعينتها ومبررات اختبارها، والأدوات المستخدمة في جمع بيانات الدراسة لضمان دقة الوصول للمعلومات وسلامتها، ومن ثَمَّ تحليلها والخروج بنتائج ممثلة لمجتمع الدراسة.

كما تقوم الباحثة بعرض الإطار النظري للدراسة من خلال نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والنموذج البنائي للمصداقية.

الإطار المنهجي:

أولًا: مشكلة الدراسة:

تمتلك النخبة الإعلامية – من أكاديمين وممارسين للعمل الإعلامي في مجالاته المختلفة – القدرة على التعبير عن آرائها، والتحري عن المصادر القيمة للحصول على المعلومات الدقيقة الصحيحة، وزيادة وعيها السياسي بمناقشة الموضوعات السياسية وممارسة أنشطة متنوعة تتحكم في رأيها في الوضع السياسي للبلاد كأي مواطن عادي، لكن تزيد مواقع النخبة من تأثيرهم بشكل يفوق دور أي مواطن عادي في المجتمع لما يتمتعون به من تأثير في مختلف قطاعات المجتمع ومراكز صناعة القرار في الدولة بحكم ما يشغلونه من مناصب على المستوى الأكاديمي – وبالتالي تأثر في الطلبة – وعلى مستوى مزاولة العمل الإعلامي – من خلال المواد التي يقدمونها عبر وسائل الإعلام المختلفة المقروءة والمكتوبة والمسموعة – وفي النوعين لا شك في أنه لا يمكن إغفال دور

الإعلاميين بوصفهم أكاديميين أو ممارسين في نقل المعلومات إلى باقي فئات المجتمع، بل والتأثير في آرائهم بتدعيمها أو تأكيدها أو حتى تغييرها .

واستنادًا إلى ما سبق، فإن مشكلة هذه الدراسة تتحدد في تعرف العوامل التي يتحدد بناءً عليها تصديق النخبة الإعلامية للمعلومات السياسية التي تعرضها صفحات المؤسسات الإعلامية من محطات إذاعية وتلفزيونية وصحف على مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى اعتمادهم عليها بوصفها مصدرًا للمعلومات السياسية واتجاهاتهم نحوها، ومدى تأثيرها في آرائهم تجاه القضايا السياسية .

ثانيًا: أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في تركيزها على دراسة اتجاهات النخبة الإعلامية وآرائهم في الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى مصداقيتها، وتنقسم أهمية الدراسة إلى:

أولاً: الأهمية العلمية:

تستمد الدراسة أهميتها العلمية من كونها تلقي الضوء على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تداول الأخبار، ومدى مصداقيتها لدى مستخدميها، فقد اهتمت هذه الدراسة بما يأتي:

١- دراسة قدرة وسائل الإعلام الجديدة على إمداد الجمهور بالأخبار المهمة حول الأحداث الجارية، ومدى اعتماد الجمهور عليها وتقييمه لمصداقيتها.

٢- بحث مصداقية المضمون الخبري في مواقع التواصل الاجتماعي، حيث إن أغلب الدراسات المتخصصة التي تناولت المواقع الاجتماعية كانت تتعرض بصورة أساسية لأنماط التعرض ودوافع الاستخدام أو أهميتها في المشاركة السياسية.

الأهمية العملية:

تتلخص أهمية الدراسة في زيادة المضامين الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، وبخاصة موقع فيسبوك وزيادة الاعتماد عليها في الحصول على الأخبار، فتسعى الدراسة إلى:

١- تُعَدُّ الدراسة مؤشرًا لمصداقية وسائل الإعلام الجديدة، في ظل تزايد دورها، وبخاصة الدور الإخباري في إدارة العديد من الصراعات والأزمات التي يمر بها العالم بصفة عامة، والمنطقة العربية بصفة خاصة.

٢- بحث درجة اعتماد النخبة الإعلامية المصرية على المضامين الإخبارية التي تعرضها الصفحات الإخبارية على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، ومدى مصداقية تلك المضامين المقدمة .

ثالثًا: أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بشكل عام إلى تعرف مدى مصداقية المعلومات التي تقدمها الصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، واتجاهات النخبة نحوها ومدى اعتمادها على هذه المواقع، ويندرج تحت هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية منها:

١- تعرف العناصر المكونة لمفهوم المصداقية في الأخبار المقدمة على الصفحات الإخبارية من وجهة نظر النخبة الإعلامية .

٢- قياس معدل تعرض النخبة الإعلامية – عينة الدراسة – للصفحات الإخبارية، ومدى الاعتماد عليها.

٣- تقييم مدى التزام الصفحات الإخبارية بالمعايير المهنية في تغطيتها للأحداث السياسية الجارية وتطوراتها .

٤- رصد نقاط القوة والضعف في أداء الصفحات الإخبارية، ومقترحات نخبة الإعلاميين لتطوير الأداء الإخباري بها .

رابعًا: الدراسات السابقة :

بمراجعة الدراسات السابقة توصلت الباحثة إلى بعض الدراسات ذات الصلة بموضوع هذه الدراسة، ومن خلالها قامت الباحثة بجمع الدراسات التي تتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى مصداقيتها، ومن ثَمَّ قدرة النخبة الإعلامية على الاعتماد عليها بوصفها مصدرًا إخباريًا، ومن هنا يمكن تقسيم هذه الدراسات إلى أربعة محاور تتمثل فيما يأتي :

أولًا : دراسات تناولت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام .

ثانيًا : دراسات تناولت النموذج البنائي للمصداقية .

ثالثًا : دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها.

رابعًا : دراسات تناولت النخبة وآراءهم في وسائل الإعلام .