



كلية الآداب  
قسم علوم الاتصال والإعلام

# تقييم التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لتلك المواقع

دراسة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراة في الإعلام

إعداد الباحثة:

أميرة عبد الفتاح محمد عبد الفتاح

إشراف:

أ.د. حنان يوسف

أستاذ بقسم علوم الاتصال والإعلام

( كلية الآداب - جامعة عين شمس )

وعميد كلية اللغة والإعلام

بالأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري - القرية الذكية

د. دينا الخطاط

مدرس بقسم علوم الاتصال والإعلام

( كلية الآداب - جامعة عين شمس )

١٤٤١ هـ - ٢٠١٩ م

## قائمة محتويات الدراسة

الصفحة	الموضوع
١	مقدمة الدراسة
	<u>الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة:</u>
٤	المبحث الأول: مدخل عام للدراسة:
٥	مُشكلة الدراسة
٦	أهمية الدراسة
٦	أهداف الدراسة
٩	المبحث الثاني: الدراسات السابقة:
١٠	المحور الأول: الدراسات التي تناولت المواقع الإخبارية العربية.
٢٢	المحور الثاني: الدراسات التي تناولت العناصر التفاعلية بالمواقع الإلكترونية.
٤٥	المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة:
٤٦	نوع ومنهج الدراسة
٤٦	تساؤلات الدراسة
٤٧	فروض الدراسة
٤٨	مجتمع وعينة الدراسة
٥٧	أدوات جمع البيانات
٦٠	الأساليب الإحصائية
٦١	التعريفات الإجرائية للدراسة
	<u>الفصل الثاني: الإطار النظري والمعرفي للدراسة:</u>
٦٢	أولاً: المداخل النظرية للدراسة:
٦٣	المبحث الأول: مفهوم التفاعلية "Interactivity"
٨٨	المبحث الثاني: نموذج تقبل استخدام التكنولوجيا "TAM Model"
٩٩	<u>ثانياً: الوظيفة الإخبارية للإعلام الجديد:</u>
١٠٠	المبحث الأول: ماهية الإعلام الجديد
١١٧	المبحث الثاني: المواقع الإخبارية وصحافة الإنترنت
	<u>الفصل الثالث: نتائج الدراسة</u>
١٤٠	المبحث الأول: نتائج الدراسة التحليلية

الصفحة	الموضوع
١٦٧	المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية
١٩٤	المبحث الثالث: نتائج اختبار فروض الدراسة
	<u>خاتمة الدراسة:</u>
٢١٠	أولاً: نتائج الدراسة التحليلية
٢١٥	ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية
٢١٩	ثالثاً: توصيات الدراسة
٢٢٠	رابعاً: مقترحات ببحوث مستقبلية
	<u>مراجع الدراسة:</u>
٢٢١	أولاً: المراجع العربية
٢٢٩	ثانياً: المراجع الأجنبية
	<u>ملحق الدراسة:</u>
٢٣٤	ملحق رقم (١): قائمة محكمي الدراسة
٢٣٦	ملحق رقم (٢): استمارة تحليل مضمون الدراسة
٢٤٣	ملحق رقم (٣): استمارة استبيان الدراسة
٢٥١	ملحق رقم (٤): ترتيب موقع أليكسا للمواقع الإخبارية عينة الدراسة
٢٥٣	<u>ملخص الدراسة</u>

## قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
١.	توزيع أفراد عينة الدراسة طبقاً لمتغير (النوع)	٥٠
٢.	توزيع أفراد عينة الدراسة طبقاً لمتغير (العمر)	٥١
٣.	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (المستوى التعليمي)	٥٢
٤.	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (المهنة)	٥٣
٥.	توزيع أفراد عينة الدراسة طبقاً لمتغير (مستوى الدخل الشهري)	٥٤
٦.	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (السكن)	٥٥
٧.	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (المحافظة)	٥٦
٨.	مقياس ليكرت الثلاثي "Likert Scale" لتحديد درجة توافر العناصر التفاعلية بالمواقع الإخبارية	٥٨
٩.	مقياس ليكرت الثلاثي "Likert Scale" لتحديد اتجاه الجمهور نحو التفاعل مع المواقع الإخبارية	٥٩
١٠.	مقياس ليكرت الرباعي "Likert Scale" لتحديد اتجاه الجمهور نحو التفاعل مع المواقع الإخبارية	٥٩
١١.	محاور مقياس مستوى التفاعلية بمواقع الدراسة	١٤١
١٢.	المقاييس الوصفية (التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي) للمواقع الإخبارية محل الدراسة فيما يتعلق بمحور (آليات التواصل مع الموقع/ المحرر)	١٤٢
١٣.	المقاييس الوصفية لمواقع الدراسة فيما يتعلق بمحور (تفاعلية الموقع مع متصفحيه)	١٤٤
١٤.	الإحصاء الوصفي لعنصر التحديث اليومي لسؤال الاستطلاع بموقع اليوم السابع	١٤٦
١٥.	الإحصاء الوصفي لعنصر التحديث اليومي لسؤال الاستطلاع بموقع البوابة نيوز	١٤٧

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
١٤٨	الإحصاء الوصفي لعنصر التحديث اليومي لسؤال الاستطلاع بموقع صدى البلد	١٦.
١٤٩	الإحصاء الوصفي لعنصر التحديث اليومي لسؤال الاستطلاع بموقع بوابة فيتو	١٧.
١٥٠	المقاييس الوصفية لمواقع الدراسة فيما يتعلق بمحور (خيارات تصفح الموقع)	١٨.
١٥٥	المقاييس الوصفية لمواقع الدراسة فيما يتعلق بمحور (خيارات استعراض المحتوى)	١٩.
١٦١	المقاييس الوصفية لمواقع الدراسة فيما يتعلق بمحور (توقيت وسرعة الحصول على المعلومات)	٢٠.
١٦٤	إجمالي نتائج مقياس النفاذية لمواقع الدراسة	٢١.
١٦٩	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (سنوات استخدام شبكة الإنترنت)	٢٢.
١٧٠	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (معدل الاستخدام اليومي لشبكة الإنترنت)	٢٣.
١٧٠	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (مصادر تعلم استخدام شبكة الإنترنت)	٢٤.
١٧١	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (معدل تصفح المواقع الإخبارية العربية)	٢٥.
١٧٢	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (الوسيلة المستخدمة في تصفح المواقع الإخبارية العربية)	٢٦.
١٧٢	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (دوافع تصفح المواقع الإخبارية العربية)	٢٧.
١٧٤	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (المواقع الإخبارية العربية الأكثر تصفحاً)	٢٨.
١٧٥	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (السمات التي تهتم عينة الدراسة بتوافرها في الموقع الإخباري المفضل)	٢٩.
١٧٧	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (الشكل المفضل لعرض المواد الإخبارية على الموقع)	٣٠.
١٧٨	الإحصاء الوصفي (التوزيع التكراري والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري) لبعد " معدل استخدام الآليات والخدمات النفاذية التي تقدمها المواقع الإخبارية العربية "	٣١.
١٧٩	الإحصاء الوصفي لبعد " اتجاه إجمالي مفردات العينة نحو الآليات والخدمات "	٣٢.

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
	التفاعلية بالمواقع الإخبارية العربية وفقاً لأبعاد الدراسة	
١٨٥	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (تصفح مواقع الدراسة)	٣٣.
١٨٦	الإحصاء الوصفي لبعد "الآليات التفاعلية التي يحرص الجمهور على استخدامها بموقع اليوم السابع"	٣٤.
١٨٧	الإحصاء الوصفي لبعد "الآليات التفاعلية التي يحرص الجمهور على استخدامها بموقع البوابة نيوز"	٣٥.
١٨٨	الإحصاء الوصفي لبعد "الآليات التفاعلية التي يحرص الجمهور على استخدامها بموقع صدى البلد"	٣٦.
١٨٩	الإحصاء الوصفي لبعد "الآليات التفاعلية التي يحرص الجمهور على استخدامها بموقع بوابة فيتو"	٣٧.
١٩١	الإحصاء الوصفي لبعد "تقييم مفردات العينة لمستوى التفاعلية بالمواقع الإخبارية عينة الدراسة"	٣٨.
١٩٢	ترتيب الجمهور للمواقع الإخبارية عينة الدراسة وفقاً لمتغير (المصادقية)	٣٩.
١٩٢	ترتيب الجمهور للمواقع الإخبارية عينة الدراسة وفقاً لمتغير (سهولة الاستخدام)	٤٠.
١٩٣	ترتيب الجمهور للمواقع الإخبارية عينة الدراسة وفقاً لمتغير (سرعة التصفح والحصول على المعلومات)	٤١.
١٩٥	نتائج اختبار (Z) Test لقياس الفروق بين كثافة الخدمات التفاعلية التي تقدمها المواقع الإخبارية ودرجة سهولة استخدامها	٤٢.
١٩٦	اختبار (Z) Test لقياس الفروق بين كثافة الخدمات التفاعلية التي تقدمها المواقع الإخبارية وسرعة التصفح والحصول للمعلومات	٤٣.
١٩٨	اختبار (Z) Test لقياس الفروق بين كثافة الخدمات التفاعلية التي تقدمها المواقع الإخبارية ودرجة ثقة وتصديق الجمهور لتلك المواقع	٤٤.
٢٠٠	العلاقة بين المنفعة المدركة من استخدام المواقع الإخبارية وبين تفاعل الجمهور مع تلك المواقع باستخدام معامل ارتباط بيرسون pearson Correlation	٤٥.
٢٠١	العلاقة بين سهولة استخدام المواقع الإخبارية العربية وبين تفاعل الجمهور مع تلك المواقع باستخدام معامل ارتباط بيرسون pearson Correlation	٤٦.

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٢٠١	العلاقة بين سرعة تصفح المواقع الإخبارية العربية وبين تفاعل الجمهور مع تلك المواقع باستخدام معامل ارتباط بيرسون pearson Correlation	٤٧.
٢٠٢	العلاقة بين مصداقية المواقع الإخبارية العربية وبين تفاعل الجمهور مع تلك المواقع باستخدام معامل ارتباط بيرسون pearson Correlation	٤٨.
٢٠٣	التباين بين متغير (النوع) فيما يتعلق بدرجة تفاعل الجمهور مع المواقع الإخبارية العربية باستخدام اختبار "ت" لعينتين مستقلتين independent t test	٤٩.
٢٠٤	التباين بين متغير (المسكن) فيما يتعلق بدرجة تفاعل الجمهور مع المواقع الإخبارية العربية باستخدام اختبار "ت" لعينتين مستقلتين independent t test	٥٠.
٢٠٤	التباين بين متغير (العمر) فيما يتعلق بدرجة تفاعل الجمهور مع المواقع الإخبارية العربية باستخدام اختبار "ف" تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Anova "F" test	٥١.
٢٠٥	التباين بين متغير (المستوى التعليمي) فيما يتعلق بدرجة تفاعل الجمهور مع المواقع الإخبارية العربية باستخدام اختبار "ف" تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Anova "F" test	٥٢.
٢٠٥	التباين بين متغير (المهنة) فيما يتعلق بدرجة تفاعل الجمهور مع المواقع الإخبارية العربية باستخدام اختبار "ف" تحليل التباين أحادي الاتجاه One Way Anova "F" test	٥٣.
٢٠٦	العلاقة بين مستوى خبرة الجمهور باستخدام شبكة الإنترنت وتقنياتها وبين تفاعله مع تلك المواقع باستخدام معامل ارتباط بيرسون pearson Correlation	٥٤.
٢٠٧	العلاقة بين "دوافع استخدام المواقع الإخبارية العربية وبين تفاعل الجمهور مع تلك المواقع باستخدام معامل ارتباط بيرسون pearson Correlation	٥٥.
٢٠٨	العلاقة بين "تقييم الجمهور لمستوى التفاعلية بالمواقع الإخبارية العربية عينة الدراسة وبين تفاعله مع تلك المواقع باستخدام معامل ارتباط بيرسون pearson Correlation	٥٦.

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
٥٠	توزيع أفراد عينة الدراسة طبقاً لمتغير (النوع)	١.
٥١	توزيع أفراد عينة الدراسة طبقاً لمتغير (العمر)	٢.
٥٢	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (المستوى التعليمي)	٣.
٥٣	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (المهنة)	٤.
٥٤	توزيع أفراد عينة الدراسة طبقاً لمتغير (مستوى الدخل الشهري)	٥.
٥٥	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (السكن)	٦.
٥٦	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (المحافظة)	٧.
٧٦	أبعاد التفاعلية لـ McMillan & Hwang	٨.
٨٦	نموذج "كويسز" (Kioussis) لمفهوم التفاعلية	٩.
٨٩	نظرية العمل المبرر "Theory of Reasoned Action"	١٠.
٩٠	نموذج تقبل التكنولوجيا " Technology Acceptance Model (TAM Model)"	١١.
٩٢	نظرية السلوك المخطط "Theory of Planned Behavior"	١٢.
٩٣	النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "Unified Theory of Acceptance and Use of Technology"	١٣.
٩٦	النموذج المقترح للدراسة	١٤.
١٦٥	نتائج مستوى التفاعلية بالمواقع الإخبارية عينة الدراسة	١٥.
١٨٤	ترتيب أبعاد الدراسة وفقاً لدرجة التأثير على الاتجاه نحو التفاعلية	١٦.
١٩١	ترتيب مواقع الدراسة وفقاً لاستخدام الجمهور للآليات التفاعلية بها	١٧.





جامعة عين شمس

كلية الآداب

قسم علوم الاتصال و الإعلام

## صفحة العنوان

اسم الباحثة: أميرة عبد الفتاح محمد عبد الفتاح.

الدرجة العلمية: الدكتوراة في الإعلام.

القسم التابع له: علوم الاتصال والإعلام.

اسم الكلية: كلية الآداب.

الجامعة: جامعة عين شمس.

سنة التخرج: ٢٠٠٢ م

سنة المنح: ٢٠١٩ م



جامعة عين شمس  
كلية الآداب  
قسم علوم الاتصال والإعلام

## رسالة دكتوراة

اسم الباحثة: أميرة عبد الفتاح محمد عبد الفتاح  
عنوان الرسالة: تقييم التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لتلك المواقع  
التقدير: مرتبة الشرف الأولى مع التوصية بالطباعة والتبادل بين الجامعات

## لجنة المناقشة:

أ.د. محمد معوض إبراهيم	أستاذ بكلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس - رئيساً
أ.د. محمد محمود المرسي	أستاذ بكلية الإعلام، جامعة القاهرة - عضواً
أ.د. حنان محمد اسماعيل يوسف	أستاذ بقسم علوم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة عين شمس - مشرفاً

تاريخ البحث / /

الدراسات العليا

أجيزت الرسالة بتاريخ / /

ختم الإجازة

موافقة مجلس الجامعة

/ /

موافقة مجلس الكلية

/ /

## المقدمة:

تعد الإنترنت الأداة الأحدث والأكثر تنامياً وتطوراً في مجال الاتصال والإعلام. فقد أصبحت ظاهرة واسعة الانتشار ووسيلة اتصال وإعلام مؤثرة وعالية الجودة تتسم بالاستقلالية واللامركزية. ونجحت خلال عقود قليلة من الزمن أن تصبح جزءاً مهماً في حياة الأفراد والمؤسسات؛ لما تتسم به من سرعة فائقة وقدرة استيعابية عالية وتكنولوجيا متطورة مكنتها من تحقيق التواصل والترابط بين مختلف مناطق العالم حتى النائية منها. وهي إن كانت بدأت لأغراض عسكرية وبحثية، إلا أنه سرعان ما تطورت وتوسعت أغراضها لتصبح الوسيلة الأكثر أهمية في مجال الاتصال والإعلام، ومصدر رئيسي من مصادر المعلومات.

وانعكست الإنترنت إيجابياً على آلية توصيل الخبر؛ لكونها من أكثر مصادر الأخبار والمعلومات أهمية والتي يعتمد عليها العالم الغربي بشكل أساسي. كما بدأ العالم العربي في الاتجاه لاتباع هذا النمط، فقاريء الألفية الجديدة أصبح يريد الخبر بالتفصيل، في أي وقت وأي مكان، دون أن يتكبد أي تكلفة، وهو ما تقدمه له شبكة الإنترنت بالفعل من خلال مختلف المواقع والتطبيقات الاتصالية والإخبارية التي صممت خصيصاً لهذا الغرض؛ لتمهد بذلك إلى ظهور مفهوم الإعلام الجديد "New Media" والذي نشأ نتيجة لتداخل العديد من العوامل التكنولوجية والتقنية والتطورات التي يشهدها العالم كل يوم لابتكار كل ما هو جديد، فالإعلام الجديد يعد عملية اتصالية نتجت عن اندماج وسائل تكنولوجية وتقنيات حديثة مثل الكمبيوتر والشبكات والوسائط المتعددة. وتتعدد وسائله وأدواته التي تتسم بالتطور المتسارع لتضم مواقع الإنترنت والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية ومنتديات النقاش ومواقع التواصل الاجتماعي إضافة إلى أجهزة الهواتف الذكية والتي أصبح بإمكانها نقل البث الإذاعي والتلفزيوني التفاعلي والرسائل النصية ورسائل الوسائط المتعددة، كما تحتوى على تطبيقات عديدة من شأنها توفير العديد من الخدمات التي يمكن أن يحتاجها الجمهور في ظل تزايد الاهتمام العالمي بالتطور العلمي والتكنولوجي من ناحية، ومتابعة الأخبار ومجريات الأمور من ناحية أخرى.

وبفضل هذا التقدم التكنولوجي الهائل في مجال الإعلام، استطاع الإعلام الجديد فرض نفسه على الساحة ومنافسة الإعلام التقليدي الذي أخذ في إعادة تكوين نفسه ومحاولة بناء ذاته لمواكبة هذه الطفرة والاندماج معها، بحيث بات التخطيط للتطوير مطلباً حتمياً لما تتسم به البيئة الاتصالية الآن كونها أصبحت بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

وبالحديث عن الصحافة الإلكترونية باعتبارها إحدى وسائل الإعلام الجديد والتي احتلت مكانة كبيرة لدى الجمهور وأهمية لا يستهان بها لدى القائمين بالاتصال، كونها من الصعب حجبها أو منعها عن المواطنين؛ فمن الضروري متابعة إلقاء الضوء عليها ضمن الدراسات الإعلامية، ورصد مضامينها وتأثيراتها ووسائل جذبها للجمهور، خاصة الصحافة الإلكترونية العربية والتي تتسم بالضعف عند مقارنتها بنظيرتها العالمية. والجدير بالذكر أن هناك عوامل عديدة تزيد من محدودية الصحف الإلكترونية العربية مثل انخفاض البنية الأساسية لشبكات الاتصالات، وضعف عائد السوق (القراء والمعلنين)، إضافة إلى بعض العوائق الاجتماعية والثقافية والاقتصادية التي أخرت الاستفادة من شبكة الإنترنت وأثرت بشكل سلبي على سوق الصحافة الإلكترونية العربية.

ومع تطور مفهوم الصحف الإلكترونية من كونها نسخ مطابقة لمثيلاتها الورقية إلى صحف قائمة بذاتها، أصبحت الصحافة الإلكترونية تمتلك مجموعة من المميزات يأتي في مقدمتها التغطية الخبرية والآنية للأحداث بالصوت والصورة من موقع الحدث، إضافة إلى مميزات أخرى غير موجودة بالصحافة الورقية مثل سرعة تحديث الأخبار، وغرف الدردشة، وساحات الحوار والمنتديات، وغيرها من المميزات التفاعلية التي أفرزها الإعلام الجديد.

لذا ففي إطار ذلك يمكننا الإشارة إلى أن الصحافة الإلكترونية، وبالأخص المواقع الإخبارية قد حققت سبق مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى التقليدية في استخدام تقنيات الإنترنت الحديثة لإيصال الخبر إلى المتلقي، وأصبح هناك العديد من المواقع التي تمثل مصادر رئيسية للحصول على الأخبار، فبنقرة على فأرة الكمبيوتر تكون أمام أخبار مفصلة مزودة بالصور والفيديوهات والتعليقات.

كما أتاحت تلك المواقع ميزة إضافية وهي الترابط المتشعب والأرشفة؛ بحيث تثبت الخبر وخلفياته ووقائعه وتداعياته التي لم تكن لها حصة في الصحافة المطبوعة، وبدلاً من اللجوء إلى غرف الأرشفة التقليدية أو تقنية المايكرو فيلم، صار بوسع القارئ الرجوع إلى خلفية الأخبار من الموقع الإلكتروني، كما تتميز هذه المواقع بقدرتها على تحليل وشرح الأحداث، بل وإتاحة الفرصة للقارئ للمشاركة بالتعليق والمناقشة باستفاضة إلى جانب إمكانية التعديل والإضافة لبعض الموضوعات، وهو ما قد لا يتوافر للفضائيات التليفزيونية والإذاعية لما تواجهه من بعض القيود والعوائق الخاصة بمحدودية الوقت والإمكانات الفنية والتقنية.

من هنا، ينبع الاهتمام بدراسة التفاعلية بالمواقع الإخبارية العربية وتقييمها ورصد أنماط تفاعل الجمهور المصري مع هذه المواقع والمنفعة التي يحققها، ذلك من خلال التعرف على أساليب وأدوات التفاعل الاتصالي المتاحة في عينة من المواقع الإخبارية العربية الأكثر متابعة من قبل الجمهور المصري، وقياس مظاهر هذا التفاعل وعناصره ودرجة استخدام جمهور متصفح المواقع لأدواته، وهما تسعى الدراسة الحالية لتحقيقه.

# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

## – المبحث الأول: مدخل عام للدراسة:

- مُشكلة الدراسة.
- أهمية الدراسة.
- أهداف الدراسة.