



كلية الآداب  
قسم علوم الاتصال والإعلام

# تقييم التَّفَاعُلِيَّةِ فِي المَوَاقِعِ الإِخْبَارِيَّةِ الْعَرَبِيَّةِ وَعَلَاقَتِهَا بِاستِخدَامِ الْجَمْهُورِ الْمَصْرِيِّ لِتَلْكَ المَوَاقِعِ

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

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

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
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.
٥٨	مقياس ليكرت الثلاثي "Likert Scale" لتحديد درجة توافر العناصر التفاعلية بالموقع الإخبارية	٨.
٥٩	مقياس ليكرت الثلاثي "Likert Scale" لتحديد اتجاه الجمهور نحو التفاعل مع الموقع الإخبارية	٩.
٥٩	مقياس ليكرت الرباعي "Likert Scale" لتحديد اتجاه الجمهور نحو التفاعل مع الموقع الإخبارية	١٠.
١٤١	محاور مقياس مستوى التفاعلية بموقع الدراسة	١١.
١٤٢	المقاييس الوصفية (التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي) للموقع الإخبارية محل الدراسة فيما يتعلق بمحور (آليات التواصل مع الموقع/ المحرر)	١٢.
١٤٤	المقاييس الوصفية لموقع الدراسة فيما يتعلق بمحور (تفاعلية الموقع مع متصفحه)	١٣.
١٤٦	الإحصاء الوصفي لعنصر التحديث اليومي لسؤال الاستطلاع بموقع اليوم السابع	١٤.
١٤٧	الإحصاء الوصفي لعنصر التحديث اليومي لسؤال الاستطلاع بموقع البوابة نيوز	١٥.

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 لموقع الدراسة فيما يتعلق بمحور (خيارات تصفح الموقع)	١٨
١٥٥	المقاييس الوصفية لموقع الدراسة فيما يتعلق بمحور (خيارات استعراض المحتوى)	١٩
١٦١	المقاييس الوصفية لموقع الدراسة فيما يتعلق بمحور (توقيت وسرعة الحصول على المعلومات)	٢٠
١٦٤	إجمالي نتائج مقياس التفاعلية لموقع 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 الموقع الإخبارية العربية)	٢٥
١٧٢	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (الوسيلة المستخدمة في تصفح الموقع الإخبارية العربية)	٢٦
١٧٢	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (دافع تصفح الموقع الإخبارية العربية)	٢٧
١٧٤	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (الموقع 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 التفاعلية التي تقدمها الموقع الإخبارية العربية"	٣١
١٧٩	الإحصاء الوصفي لبعد "اتجاه إجمالي مفردات العينة نحو الآليات والخدمات	٣٢

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
	النّفّاعية بالموقع الإخبارية العربية وفقاً لأبعاد الدراسة"	
١٨٥	توزيع عينة الدراسة وفقاً لمتغير (تصفح موقع الدراسة)	٣٣
١٨٦	الإحصاء الوصفي لبعد "الآليات التّنّفّاعية التي يحرص الجمهور على استخدامها بموقع اليوم السابع "	٣٤
١٨٧	الإحصاء الوصفي لبعد "الآليات التّنّفّاعية التي يحرص الجمهور على استخدامها بموقع بوابة نيوز"	٣٥
١٨٨	الإحصاء الوصفي لبعد "الآليات التّنّفّاعية التي يحرص الجمهور على استخدامها بموقع صدى البلد"	٣٦
١٨٩	الإحصاء الوصفي لبعد "الآليات التّنّفّاعية التي يحرص الجمهور على استخدامها بموقع بوابة فيتو"	٣٧
١٩١	الإحصاء الوصفي لبعد "تقييم مفردات العينة لمستوى التّنّفّاعية بالموقع الإخبارية عينة الدراسة"	٣٨
١٩٢	ترتيب الجمهور للموقع الإخبارية عينة الدراسة وفقاً لمتغير (المصداقية)	٣٩
١٩٢	ترتيب الجمهور للموقع الإخبارية عينة الدراسة وفقاً لمتغير (سهولة الاستخدام)	٤٠
١٩٣	ترتيب الجمهور للموقع الإخبارية عينة الدراسة وفقاً لمتغير (سرعة التصفح والحصول على المعلومات)	٤١
١٩٥	نتائج اختبار Test (Z) لقياس الفروق بين كثافة الخدمات التّنّفّاعية التي تقدمها الموقع الإخبارية ودرجة سهولة استخدامها	٤٢
١٩٦	اختبار Test (Z) لقياس الفروق بين كثافة الخدمات التّنّفّاعية التي تقدمها الموقع الإخبارية وسرعة التصفح والوصول للمعلومات	٤٣
١٩٨	اختبار Test (Z) لقياس الفروق بين كثافة الخدمات التّنّفّاعية التي تقدمها الموقع الإخبارية ودرجة ثقة وتصديق الجمهور لنتائج المواقع	٤٤
٢٠٠	العلاقة بين المنفعة المدركة من استخدام الموقع الإخبارية وبين تفاعل الجمهور مع تلك المواقع باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation	٤٥
٢٠١	العلاقة بين سهولة استخدام الموقع 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	التبالين بين متغير (النوع) فيما يتعلق بدرجة تفاعل الجمهور مع المواقع الإخبارية العربية باستخدام اختبار "ت" لعينتين مستقلتين Independent t test	٤٩
٢٠٤	التبالين بين متغير (المسكن) فيما يتعلق بدرجة تفاعل الجمهور مع المواقع الإخبارية العربية باستخدام اختبار "ت" لعينتين مستقلتين Independent t test	٥٠
٢٠٤	التبالين بين متغير (العمر) فيما يتعلق بدرجة تفاعل الجمهور مع المواقع الإخبارية العربية باستخدام اختبار "ف" تحليل التبالي أحادي الاتجاه One Way Anova "F" test	٥١
٢٠٥	التبالين بين متغير (المستوى التعليمي) فيما يتعلق بدرجة تفاعل الجمهور مع المواقع الإخبارية العربية باستخدام اختبار "ف" تحليل التبالي أحادي الاتجاه One Way Anova "F" test	٥٢
٢٠٥	التبالين بين متغير (المهنة) فيما يتعلق بدرجة تفاعل الجمهور مع المواقع الإخبارية العربية باستخدام اختبار "ف" تحليل التبالي أحادي الاتجاه One Way Anova "F" test	٥٣
٢٠٦	العلاقة بين مستوى خبرة الجمهور باستخدام شبكة الإنترنت وتقنياتها وبين تفاعلها مع تلك المواقع باستخدام معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation	٥٤
٢٠٧	العلاقة بين "دواتع 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 عينة الدراسة وبين تفاعلها 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 النّفّاعية لـ McMillan & Hwang	٨.
٨٦	نموذج "كويسيز" (Kiousis) لمفهوم النّفّاعية	٩.
٨٩	"Theory of Reasoned Action"	١٠.
٩٠	نموذج تقبل التكنولوجيا " Technology Acceptance Model (TAM Model)"	١١.
٩٢	"Theory of Planned Behavior"	١٢.
٩٣	النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "Unified Theory of Acceptance and Use of Technology"	١٣.
٩٦	النموذج المقترن للدراسة	١٤.
١٦٥	نتائج مستوى النّفّاعية بالموقع الإخبارية عينة الدراسة	١٥.
١٨٤	ترتيب أبعاد الدراسة وفقاً لدرجة التأثير على الاتجاه نحو النّفّاعية	١٦.
١٩١	ترتيب موقع الدراسة وفقاً لاستخدام الجمهور لآليات النّفّاعية بها	١٧.



جامعة عين شمس  
كلية الآداب  
قسم علوم الاتصال والإعلام

## صفحة العنوان

اسم الباحثة: أميرة عبد الفتاح محمد عبد الفتاح.

الدرجة العلمية: الدكتورة 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 دكتوراه

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

## لجنة المناقشة:

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

تاريخ البحث / /

الدراسات العليا

ختم الإجازة / / أجازت الرسالة بتاريخ / /

موافقة مجلس الكلية / / موافقة مجلس الجامعة

## المقدمة:

تعد الإنترنت الأداة الأحدث والأكثر تاماً 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 متقدمة مكنته 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 يتكدب أي تكلفة، وهو ما تقدمه له شبكة الإنترنت بالفعل من خلال مختلف الواقع والتطبيقات الاتصالية والإخبارية التي صممت خصيصاً لهذا الغرض؛ لتمهد بذلك إلى ظهور مفهوم الإعلام الجديد "New Media" والذي نشأ نتيجة لتدخل العديد من العوامل التكنولوجية والتقنية والتطورات التي يشهدها العالم كل يوم لابتكار كل ما هو جديد، فالإعلام الجديد يعد عملية اتصالية نتاج عن اندماج وسائل تكنولوجية وتقنيات حديثة مثل الكمبيوتر والشبكات والوسائل المتعددة. وتتعدد وسائله وأدواته التي تتسم بالتطور المتتسارع لتضم موقع الإنترنت والصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية ومنتديات النقاش ومواقع التواصل الاجتماعي إضافة إلى أجهزة الهاتف الذكية والتي أصبح بإمكانها نقل البث الإذاعي والتلفزيوني التفاعلي والرسائل النصية ورسائل الوسائل 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 بيئه عالمية تتحلى بـ حواجز الزمان والمكان والرقابة.

وبالحديث عن الصحافة الإلكترونية باعتبارها إحدى وسائل الإعلام الجديد والتي احتلت مكانة كبيرة لدى الجمهور وأهمية لا يُستهان 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 والمعلمين)، 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 والآتية 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 في إطار ذلك يمكننا الإشارة إلى أن الصحافة الإلكترونية، وبالأخص الواقع الإخبارية قد حققت السبق مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى التقليدية في استخدام تقنيات الإنترنيت الحديثة لإيصال الخبر إلى المتلقى، وأصبح هناك العديد من الواقع التي تمثل مصادر رئيسية للحصول على الأخبار، فبنقرة على فأرة الكمبيوتر تكون أمام أخبار مفصلة مزودة بالصور والفيديوهات والتعليقات.

كما أتاحت تلك الواقع ميزة إضافية وهي الترابط المتشعب والأرشفة؛ بحيث تبث الخبر وخلفياته ووقائعه وتداعياته التي لم تكن لها حصة في الصحافة المطبوعة، وبدلًا من اللجوء إلى غرف الأرشيف التقليدية أو تقنية المايكروفيلم، صار بوسع القارئ الرجوع إلى خلفية الأخبار من الموقع الإلكتروني، كما تتميز هذه الواقع بقدرتها على تحليل وشرح الأحداث، بل وإن اتاحة الفرصة للقاريء للمشاركة بالتعليق والمناقشة باستفاضة إلى جانب إمكانية التعديل والإضافة بعض الموضوعات، وهو ما قد لا يتتوفر للفضائيات التلفزيونية والإذاعية لما تواجهه من بعض القيود والعوائق الخاصة بمحدودية الوقت والإمكانات الفنية والتقنية.

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

## الفصل الأول

### الإطار المنهجي للدراسة

## - المبحث الأول: مدخل عام للدراسة:

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