



المملكة العربية السعودية

جامعة الملك عبدالعزيز

كلية الاتصال والإعلام

# مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الجديد

## لدى الجمهور السعودي - دراسة ميدانية

The Credibility of News in Modern Media Means at  
Saudi Public - A Field Study

إعداد

سمية زكي محمد مأمون يماني

بحث مقدم لنيل درجة الماجستير في الإعلام

إشراف

الدكتور / شارع بن مزيد البقمي

أستاذ الإعلام المشارك - كلية الاتصال والإعلام

عميد كلية الاتصال والإعلام بجامعة الملك عبد العزيز

٢٠١٩م / ١٤٤٠هـ

# مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الجديد لدى الجمهور السعودي

## دراسة ميدانية

المستخلص: سعت الدراسة إلى رصد مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الجديد لدى الجمهور السعودي، وذلك تطبيقاً على عينة قوامها ٥٠٠ مفردة من منطقة مكة المكرمة، وبعض محافظاتهما، وتم اختيار العينة العشوائية متعدّدة المراحل عن طريق أداة الاستبيان الإلكتروني؛ وينتمي هذا البحث إلى نوعية البحوث الوصفية التي تهدف إلى رصد ما هو كائن وتفسيره، وقد تمّ استخدام منهج المسح للتعرف على مصداقية وسائل الإعلام الجديد، حيث توثق الدراسة الاتجاهات الحالية لمصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الجديد لدى الجمهور السعودي.

وقد وصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها: وضع مفهوم للمصداقية وهو ما يجب أن يتوفر في كل خبر كي يكون ذا مصداقية: الدقة والأمانة والوضوح والمسئولية والثقة والجدية، كما أنّ الجمهور السعودي لا يزال غير واثق تمام الثقة في أن الأخبار الصادرة عن وسائل الإعلام الجديد تمتلك المصداقية التامة، كما أنهم يعتمدون على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كونها الوسيلة الأكثر مصداقية من غيرها، وكلما كانت الوسيلة ذات ثقة ومصداقية فذلك سبب لكون الجمهور متابع لتلك الوسيلة، فالجمهور الذي يثق في أخبار الوسيلة وطريقة نقلها وتشبع رغباته واحتياجاته ذلك يدفعه بأن يثق في الوسيلة نفسها، وأيضاً ثقة الجمهور السعودي بوسائل الإعلام الجديد أكثر من وسائل الإعلام القديم، فعلى الرغم من كون الجمهور يتابع وسائل الإعلام القديم؛ إلا أنه لو تم الاستغناء عنها فلن يؤثر ذلك على شيء فسيتمتجه الجمهور تلقائياً لوسائل الإعلام الجديد.



المملكة العربية السعودية

جامعة الملك عبدالعزيز

كلية الاتصال والإعلام

# The Credibility of News in Modern Media Means at Saudi Public - A Field Study

By:

Somayah Zaki Mohammed Ma'amon Yamani

Supervised By:

Sharea'a Muzaid AlBugami

٢٠١٩م / ١٤٤٠هـ

# **The Credibility of News in Modern Media Means at Saudi Public**

## **A Field Study**

**Abstract:** The study sought to monitor the credibility of news in the new media to the Saudi Arabian public, applying to a sample of 500 individual from the area of Makkah and some of its provinces the random multi-stage sample was selected, via the Electronic questionnaire tool where it features a quick way To view the information to the target audience and get answers in a short time and as soon as possible, this research belongs to the quality of descriptive research which designed to monitor and interpret what is an object, the survey method has been used to identify the credibility of the new media where THE study documents current trends of credibility News in the new media to the Saudi public.

The study has produced many results, the most important of which are: a concept of credibility has been developed which must be available in every word to be credible: Accuracy, honesty, clarity, responsibility, trust and seriousness, and the public is still not fully confident that news from the new media possesses credibility Complete, as they rely on the use of social networks as the most credible means of others, and the more reliable and credible means, the more reason because the public is following that way, the public that trusts in telling the means and the way they are transported and satisfying their desires and needs, makes him trust In the same way, and also the confidence of the Saudi public with the new media more than the old media, though the public is watching the old media; however, if it was dispensed with, it would not affect anything, and the public would automatically turn to the new media.