

خطة بحثية مقدمة لدرجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي

"اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية الأخبار المنشورة عبر وسائل

التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية"

إعداد: عبير عادل باحاج

الرقم الأكاديمي: 222001645

إشراف: د. توفيق عمري

2026

Midocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Media

A Research Proposal Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Bachelor of Digital Media

**“Attitudes of the Saudi Public Towards the Credibility of
News on Social Media: A Field Study”**

Prepared by: Abeer Adel Bahaj

ID: 222001645

:Supervised by

Dr. Tewfik amri

2026

أولاً: الإشكالية

شهدت وسائل التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة انتشاراً واسعاً في المجتمع السعودي. أصبحت هذه الوسائل من أهم مصادر الحصول على الأخبار والمعلومات، خاصة مع التقدم التقني وسهولة الوصول إلى الإنترنت. أدى هذا الانتشار إلى تحول واضح في طريقة متابعة الأخبار. أصبح كثير من الناس يعتمدون على منصات مثل X (تويتر سابقاً)، وإنستغرام، وسناب شات لمتابعة الأحداث المحلية والعالمية.

رغم المزايا التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي، مثل سرعة نقل الأخبار وسهولة تداول المعلومات، إلا أن هذه السرعة قد تؤدي أحياناً إلى نشر معلومات غير دقيقة أو غير موثوقة. أثار ذلك تساؤلات حول مدى مصداقية الأخبار المنشورة عبر هذه المنصات، ومدى ثقة الجمهور بها كمصدر أساسي للمعلومات.

من هنا، تكمن مشكلة الدراسة في التعرف على اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصداقية الأخبار المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقياس مستوى اعتمادهم عليها كمصدر للأخبار، ومدى ثقتهم بالمحتوى الإخباري المتداول عبرها.

تساؤلات الدراسة

1. ما مدى اعتماد الجمهور السعودي على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار؟
2. ما مستوى ثقة الجمهور السعودي بمصداقية الأخبار المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
3. ما اتجاهات الجمهور السعودي نحو الأخبار المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

الفصل المنهجي

أولاً: فرضيات الدراسة

استناداً إلى تساؤلات الدراسة، تم صياغة الفرضيات على النحو التالي:

1. يعتمد الجمهور السعودي بدرجة مرتفعة على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار.
2. يتمتع مستوى ثقة الجمهور السعودي بمصداقية الأخبار المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة.
3. يتسم اتجاه الجمهور السعودي نحو الأخبار المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بالإيجابية، مع الأخذ في الاعتبار موثوقية مصدر الخبر.

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع

اخترت هذا الموضوع للأسباب التالية:

- الانتشار الكبير لوسائل التواصل الاجتماعي في المجتمع السعودي.
- ملاحظة انتشار بعض الأخبار غير الدقيقة عبر المنصات الرقمية.
- ارتباط الموضوع بتخصص الإعلام الرقمي.
- أهمية دراسة مصداقية الأخبار في ظل التحول الرقمي المتسارع.
- إمكانية الاستفادة من نتائج البحث مستقبلاً في المجال الإعلامي.

ثالثاً: أهمية الدراسة

الأهمية العلمية

- تسهم في إثراء الدراسات المتعلقة بالإعلام الرقمي ومصادقية الأخبار.
- تساعد في فهم اتجاهات الجمهور السعودي نحو الأخبار الرقمية.

الأهمية العملية

- تفيد المؤسسات الإعلامية في تحسين جودة الأخبار المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- تسهم في رفع وعي الجمهور بأهمية التحقق من الأخبار قبل نشرها أو تصديقها.

رابعاً: أهداف الدراسة

1. التعرف على مدى اعتماد الجمهور السعودي على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.
2. قياس مستوى ثقة الجمهور السعودي بالأخبار المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
3. تحليل اتجاهات الجمهور السعودي نحو مصادقية الأخبار الرقمية.

خامساً: تحديد المفاهيم (لغة واصطلاحاً)

- 1- وسائل التواصل الاجتماعي
لغة: وسائل تُستخدم للتواصل بين الأفراد.
اصطلاحاً: منصات رقمية تتيح للمستخدمين إنشاء المحتوى ومشاركته والتفاعل معه عبر الإنترنت.

2- مصادقية الأخبار

- لغة: الصدق والثقة.
اصطلاحاً: مدى ثقة الجمهور في صحة الأخبار ودقتها وموضوعيتها.

3- اتجاهات الجمهور

- لغة: الميل أو التوجه نحو شيء معين.
اصطلاحاً: مجموعة الآراء والمواقف التي يكونها الأفراد تجاه موضوع معين.

الدراسات السابقة

الدراسة الأولى

(Cha, Jiyoung (2025

Predictors of the Credibility of Social Media as a News Outlet

هدفت الدراسة إلى تحليل العوامل المؤثرة في إدراك المستخدمين لمصادقية وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، وأظهرت النتائج أن إدراك موثوقية المصدر يؤثر في تقييم المصادقية.

وجه الاستفادة:

تدعم متغير مستوى الثقة في دراستي.

الدراسة الثانية

(Li, R. et al. (2015

Factors Influencing Information Credibility on Social Media

تناولت الدراسة العوامل المؤثرة في تصديق المعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي مثل جودة المعلومات وثقة المستخدم بالمصدر.

وجه الاستفادة:
تدعم دراسة العلاقة بين الاعتماد على المنصة ومستوى الثقة.

الدراسة الثالثة
(Ronald Alfred & Wong (2022
The Relationship between the Perception of Social Media Credibility and Political Engagement

أوضحت الدراسة وجود علاقة بين إدراك مصداقية المحتوى الرقمي ومستوى التفاعل لدى الشباب.

وجه الاستفادة:
تدعم أهمية إدراك المصداقية في تشكيل الاتجاهات.

الدراسة الرابعة
محمد صالح عبد الله عثمان (2025)
قياس مصداقية الأخبار في وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية

قارنت الدراسة بين مستوى الثقة في الأخبار الرقمية والتقليدية، وأظهرت تفاوتاً في مستوى الثقة حسب طبيعة المصدر.

وجه الاستفادة:
تفيد في دعم الإطار المقارن لموضوع مصداقية الأخبار.

الدراسة الخامسة
(Hussain, S. (2023
Determinants of Social Media Information Credibility

بحثت الدراسة محددات مصداقية المعلومات لدى مستخدمي فيسبوك، ووجدت أن مصدر الخبر وجودته عاملان أساسيان في تقييم المصداقية.

وجه الاستفادة:
تدعم مفهوم مصداقية الخبر في دراستي.

نوع الدراسة ومجتمع البحث

نوع الدراسة
دراسة ميدانية تعتمد على الاستبيان الإلكتروني.

مجتمع الدراسة
تقتصر هذه الدراسة على الجمهور السعودي من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في مدينة الرياض، وتحديداً الفئة العمرية من 18 إلى 40 سنة من الذكور والإناث، ممن يعتمدون على منصات X (تويتر سابقاً)، وإنستغرام، وسناب شات لمتابعة الأخبار.

