

توظيف المواقع الإلكترونية السعودية في التحقق من الأخبار
المزيفة " دراسة تحليلية مقارنة "

إعداد الطالب/

عايض سالم الطريسي

241000598

إشراف/

العام الدراسي:

2024 – 1446

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

مقدمة:

في عصر المعلومات الرقمية، أصبح الإنترنت المصدر الرئيسي للحصول على الأخبار والمعلومات، تتدفق يوميًا كميات هائلة من المحتوى عبر وسائل الإعلام الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي، مما يجعل التحقق من صحة المعلومات المنشورة تحديًا كبيرًا انتشار الأخبار المزيفة والمضللة أدى إلى ظهور أزمات في الثقة لدى الجمهور تجاه ما يقرؤونه أو يشاهدونه، حيث يمكن أن تؤدي هذه الأخبار إلى تضليل الرأي العام، والتأثير على الاستقرار الاجتماعي والسياسي. (الرحيلي، 2022)

تعد الأخبار المزيفة من أخطر الظواهر التي تواجه المجتمعات الحديثة، حيث يمكن أن تؤثر بشكل كبير على مجالات متعددة، من الاقتصاد إلى السياسة وحتى الصحة العامة، في ضوء ذلك باتت المؤسسات الإعلامية والمواقع الإلكترونية حول العالم ملزمة بتطوير استراتيجيات وأدوات تكنولوجية متقدمة للتحقق من صحة الأخبار ومصادرها، بهدف تقليل تأثير الأخبار الكاذبة وتعزيز ثقة الجمهور في الوسائل الإعلامية. (الزغبى، 2021)

وفي المملكة العربية السعودية، تزايدت أهمية المواقع الإلكترونية الإخبارية كجزء من المنظومة الإعلامية الوطنية ومع تزايد الوعي بظاهرة الأخبار المزيفة، بدأت بعض المواقع الإلكترونية السعودية في تبني تقنيات التحقق من الأخبار لضمان دقة وموثوقية المحتوى المنشور، ومع ذلك لا تزال هناك تباينات بين المواقع في كيفية توظيفها لهذه التقنيات ومدى فعاليتها في مواجهة الأخبار المزيفة.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أساليب التحقق من الأخبار المتبعة في المواقع الإلكترونية السعودية، وإجراء مقارنة بين المواقع التي تعتمد على تقنيات التحقق المتقدمة وتلك التي لا تعتمد عليها ستساهم هذه الدراسة في تسليط الضوء على أفضل الممارسات التي يمكن أن تتبناها المواقع الإخبارية السعودية للحد من انتشار الأخبار المزيفة وتعزيز ثقة الجمهور. (المظلوم، 2021)

1.1 مشكلة الدراسة:

في ظل التوسع الهائل في استخدام الإنترنت وتزايد الاعتماد على المنصات الرقمية كمصادر رئيسية للمعلومات، باتت الأخبار المزيفة تشكل تهديداً جاداً على المجتمعات انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة أدى إلى التأثير السلبي على الرأي العام، وزعزعة الثقة في وسائل الإعلام الإلكترونية، وهو ما يتطلب استجابة قوية ومؤثرة من قبل هذه الوسائل لمواجهة هذا التحدي.

وعلى الصعيد المحلي، تواجه المواقع الإلكترونية السعودية تحديات متزايدة في التعامل مع انتشار الأخبار المزيفة، حيث لا يزال هناك تباين في مستوى الاعتماد على تقنيات التحقق من الأخبار بين هذه المواقع هذا التباين يطرح تساؤلات حول مدى فعالية الأدوات التي تعتمد عليها تلك المواقع، وقدرتها على تقديم معلومات دقيقة وموثوقة للجمهور.

لذا تتمثل مشكلة هذه الدراسة في تحليل وتقييم مدى توظيف المواقع الإلكترونية السعودية للأدوات والتقنيات الخاصة بالتحقق من الأخبار، ومدى فعاليتها في التصدي لظاهرة الأخبار المزيفة، مع التركيز على تحديد الفجوات والتحديات التي تواجهها هذه المواقع في هذا السياق.

2.1 أهمية الدراسة:

في ظل التحديات المتزايدة التي تفرضها ظاهرة انتشار الأخبار المزيفة على المجتمعات، أصبح من الضروري تبني أساليب جديدة للتحقق من صحة المعلومات المنشورة عبر الإنترنت يواجه الإعلام الرقمي، خصوصاً في المملكة العربية السعودية، ضغوطاً متزايدة لضمان مصداقية الأخبار التي يتم نشرها، مما يتطلب دراسة متعمقة لمدى فعالية الأدوات والآليات المستخدمة في هذا الصدد، لذلك تسعى هذه الدراسة إلى تقديم فهم شامل للأساليب المستخدمة في التحقق من الأخبار المزيفة على المواقع الإلكترونية السعودية، وتحديد تأثيرها على جودة المعلومات المنشورة.

• الأهمية العلمية:

تُعتبر هذه الدراسة ذات أهمية علمية كبيرة لأنها تعالج موضوعاً حديثاً وحيوياً يتعلق بمواجهة الأخبار المزيفة في الإعلام الرقمي ستساهم هذه الدراسة في إثراء الأدب الأكاديمي من خلال تحليل معمق لتقنيات التحقق من الأخبار المستخدمة في المواقع الإلكترونية السعودية، مما يعزز الفهم الأكاديمي لدور التقنيات الحديثة في تحسين مصداقية وسائل الإعلام، كما تقدم رؤية حول كيفية استخدام أدوات التحقق لتحسين جودة المعلومات في المجال الإعلامي.

• الأهمية العملية:

من الناحية العملية، توفر هذه الدراسة إطاراً لتقييم فعالية تقنيات التحقق من الأخبار في المواقع الإلكترونية السعودية بناءً على نتائج الدراسة، يمكن تقديم توصيات مفيدة للمؤسسات الإعلامية حول كيفية تحسين نظم التحقق وتقليل انتشار الأخبار المزيفة، كما ستساعد هذه الدراسة في تعزيز الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام السعودية، من خلال تقديم حلول عملية يمكن تنفيذها على مستوى المؤسسات الإعلامية لتحسين جودة المحتوى وتقليل الأثر السلبي للأخبار المضللة.

3.1 أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية توظيف المواقع الإلكترونية في التحقق من الأخبار المزيفة، وقد تتمحور الأهداف المذكورة بعدة أهداف فرعية تتصل بسمات مضمون وآليات التحقق من الأخبار المزيفة، وذلك على النحو الآتي:

• الأهداف الخاصة بتحميل المضمون:

1. التعرف على أنواع الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة، ومصادرها: يهدف هذا الهدف إلى تحليل وتصنيف الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها، مع تحديد مصادر هذه الأخبار (سواء كانت محلية أو دولية).
2. الكشف عن أنواع المضامين المضللة في الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة، ومجالاتها: يسعى هذا الهدف إلى تحديد المجالات التي تنتشر فيها الأخبار المزيفة (مثل السياسة، الاقتصاد، الصحة)، بالإضافة إلى دراسة الأطر المستخدمة في هذه الأخبار وتحديد الكلمات أو العبارات الأكثر شيوعاً.
3. التعرف على أدوات التحقق من الأخبار المزيفة في المواقع المدروسة، والاستراتيجيات المستخدمة معها: يستهدف هذا الهدف فحص الأدوات والبرامج المستخدمة في عملية التحقق من الأخبار المزيفة، وكذلك استراتيجيات المواقع في التعامل مع هذه الأخبار.
4. رصد آليات التحقق من الأخبار المزيفة في المواقع المدروسة، مع تحديد نطاقها الجغرافي: يهدف إلى فهم كيفية استخدام المواقع لآليات التحقق من الأخبار، سواء على مستوى محلي أو إقليمي، وتحديد ما إذا كانت التحقق يقتصر على الأخبار المحلية أم يشمل الأخبار الدولية.
5. الكشف عن أنواع الشخصيات الواردة في الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة: يتناول هذا الهدف تحليل الشخصيات التي ترد في الأخبار المزيفة، سواء كانت شخصيات سياسية، إعلامية، أو مجتمعية، وكيفية توظيفها في الأخبار المضللة.
6. التعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع المدروسة في محتوى التحقق من الأخبار المزيفة: يسعى هذا الهدف إلى مقارنة أساليب التحقق المستخدمة بين المواقع المختلفة، بهدف تحديد التشابهات والاختلافات في التعامل مع الأخبار المزيفة، سواء من حيث المضمون أو الأدوات المستخدمة.

• الأهداف الخاصة بتحليل الشكل:

1. التعرف على نماذج التفاعل مع الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة: يهدف هذا الهدف إلى تحليل كيفية تفاعل المستخدمين مع الأخبار المزيفة، من خلال فهم أنماط ردود الفعل والنقاشات المرتبطة بتلك الأخبار.
2. تحليل أساليب العرض التحريرية في التحقق من الأخبار المزيفة في المواقع المدروسة: يسعى هذا الهدف إلى دراسة طرق العرض المستخدمة في تقديم الأخبار الموثوقة، بما في ذلك الأسلوب الكتابي، واستخدام اللغة، وما إذا كانت تساهم في تعزيز مصداقية المعلومات.
3. الكشف عن أنواع الأساليب المبالغ فيها في الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها: يركز هذا الهدف على التعرف على الأساليب المستخدمة في المبالغة أو المبالغة في تقديم الأخبار المزيفة، مثل العناوين المثيرة أو المعلومات المضللة.
4. التعرف على أشكال التفاعل مع الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة، مثل رصد أنواع الروابط المصاحبة لها: يهدف إلى تحليل الروابط المستخدمة في الأخبار المزيفة، وما إذا كانت تؤثر على كيفية استقبال المعلومات من قبل الجمهور.
5. التعرف على أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع المدروسة في شكل التحقق من الأخبار المزيفة: يسعى هذا الهدف إلى مقارنة الأساليب والأنماط المستخدمة بين المواقع المختلفة في عرض معلومات التحقق من الأخبار، بهدف فهم كيف تختلف أو تتشابه هذه الأساليب.

4.1 تساؤلات الدراسة:

تتمحور مشكلة الدراسة حول التساؤل الرئيس ما هو توظيف المواقع الالكترونية في التحقق من الأخبار المزيفة، وقد تتمحور الأهداف المذكورة بعدة أهداف فرعية تتصل بسمات مضمون وآليات التحقق من الأخبار المزيفة، وذلك على النحو الآتي:

• تساؤلات خاصة بتحليل المضمون:

- (1) ما أنواع الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة؟
- (2) ما مصادر التحقق من الأخبار المزيفة في المواقع المدروسة؟
- (3) ما أنواع المحتويات التي تتضمن الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة؟
- (4) ما الأطر المستخدمة في الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة؟
- (5) ما الألفاظ الأكثر استخدامًا في التحقق من الأخبار المزيفة في المواقع المدروسة؟
- (6) ما الأدوات المستخدمة في التحقق من الأخبار المزيفة في المواقع المدروسة؟
- (7) ما الاستراتيجيات المستخدمة مع الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة؟
- (8) ما آليات التحقق من الأخبار المزيفة في المواقع المدروسة؟
- (9) ما النطاق الجغرافي للأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة؟
- (10) ما الشخصيات المحورية في الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة؟
- (11) ما أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع المدروسة في محتوى التحقق من الأخبار المزيفة؟

• أسئلة خاصة بتحليل الشكل:

1. ما مدلول التحقق من الأخبار المزيفة التي يتم التعامل معها في المواقع المدروسة؟
2. ما أشكال العرض التحريري في التحقق من الأخبار المزيفة في المواقع المدروسة؟
3. ما طريقة عرض التحقق من الأخبار المزيفة في المواقع المدروسة؟
4. ما اللغة المستخدمة في التحقق من الأخبار المزيفة في المواقع المدروسة؟
5. ما أنواع العناوين المستخدمة في التحقق من الأخبار المزيفة في المواقع المدروسة؟
6. ما مدلول المبالغة في عناوين الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة؟
7. ما أشكال التفاعل مع الأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة، مثل التعليقات والنقاشات؟
8. ما أنواع الروابط المصاحبة للأخبار المزيفة التي يتم التحقق منها في المواقع المدروسة؟

9. ما أوجه الاتفاق والاختلاف بين المواقع المدروسة في شكل التحقق من الأخبار المزيفة؟

5.1 الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية

1. دراسة (الرحيلي، 2022)

كشفت الورقة عن توظيف الصحف الالكترونية السعودية لصحافة الفيديو في تغطية الأحداث المحلية. اعتمدت الورقة على منهج المسح الكيفي والكمي، وجاءت عينت الدراسة التحليلية من المواقع الالكترونية (لصحف اليوم، السابق، عكاظ)، وتمدد عينة الفترة الزمنية ما بين (5 مارس 2018) إلى (19 مارس 2019)، وبلغ عدد العينة (9) صحفيين من (57) صحفياً، شملت العينة ثلاثة صحفيين من كل موقع إلكتروني.

وتمثلت الأدوات، في أداة تحليل المضمون، والمقابلة المعمقة، واختتمت الورقة بالإشارة إلى أهم النتائج، جاء استخدام الإطار المحدد في مقدمة أنواع الأطر لصحافة الفيديو في مواقع الدراسة، كما جاء إطار الاهتمامات الإنسانية في مقدمة استراتيجيات الأطر لصحافة الفيديو المتعلقة بالأحداث المحلية في مواقع الدراسة، يستخدم الصحفيون في مواقع الدراسة في تغطيتهم للأحداث المحلية كاميرا تصوير كانون، والهاتف المحمول كما يستخدمون برامج المونتاج في جهاز الكمبيوتر واللاب توب برنامج أدوبي بريمر، وأدوبي أفتر إفكت، وأدوبي إديشن، أما برامج المونتاج التي يستخدمونها في الهاتف المحمول فهي كيوكت برو.

2. دراسة (عبد الرحمن، 2023)

تناول البحث توظيف الإشعارات في المواقع الإلكترونية الإخبارية، موقع Sky News Arabia أنموذجاً، وينطلق البحث من تساؤلين رئيسيين في معرفة كيفية توظيف الإشعارات في المواقع الإلكترونية، وما مضامين وأنواع الإشعارات المستخدمة، وذلك للإجابة عن أهداف البحث في التعرف على معنى الإشعارات لغة واصطلاحاً، والتعرف على أنواع الإشعارات المستخدمة، تلخيصه، وصفية استفهامية أو

غيرها، وما ابرز المضمونات التي تقدمها الإشعارات، ومعرفة طبيعة الإشعارات كإخبار يومية روتينية أم عواجل.

ويعد البحث من الدراسات الوصفية، وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، مستعينة بطريقة تحليل المضمون لتحليل الإشعارات في موقع Sky News Arabia لمدة شهر من (٢٠٢٢/٤/١) ولغاية (٢٠٢٢/٤/٣٠)، باستخدام الحصر الشامل للإشعارات والتي بلغت (١٠٢) إشعاراً خلال مدة البحث.

وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج من أهمها اهتمام الموقع بإرسال الإشعارات المهمة جداً والتي لا تزعج المستخدمين، والتنوع في تحرير الإشعارات الإخبارية من حيث الصياغة، فجاء بعضها مطابقة لصياغة العنوان الإخباري وأخري مختلفة عنه لتحقيق التنوع وجذب انتباه المستخدمين أما من حيث المضمون فتنوعت الإشعارات مثل الإشعارات السياسية والعسكرية والاقتصادية وغيرها، كذلك اهتمام الموقع بالإشعارات التلخيصية وهو ما يعكس طبيعة الإشعارات في تلخيص الفن الإخباري، وتبين اهتمام الموقع بإشعارات الأخبار وهذا يدل على مواكبة الموقع للإحداث والتطورات المختلفة، وأكد اهتمام الموقع بتحديث الإشعارات على مدار الساعة وهذا ما يعكس اهتمامه بالإخبار العاجلة إثناء تغطية الأحداث.

3. دراسة (علوي، 2020)

هدفت الدراسة إلى رصد أكثر الفنون الصحفية إنتاجاً في صحافة الفيديو الإلكترونية المصرية، كذلك هدفت إلى الكشف عن مصادر الإنتاج المختلفة لصحافة الفيديو في الصحف الإلكترونية المصرية، وحجم الإنتاج بالدقائق وكذلك بالثواني.

استخدمت الدراسة منهج المسح، واعتمدت على أداة تحليل المضمون حيث تم تصميم استمارة تحليل تفي بغرض الدراسة لتحليل مضمون مقاطع الفيديو في كل من بوابة الوفد وبوابة الأهرام وموقع اليوم السابع وهي الثلاثة مواقع التي اختارها الباحث عينة للدراسة.

وجاءت نتائج الدراسة كالتالي: جاءت فيديو اليوم السابع في المرتبة الأولى كأكثر الصحف عينة الدراسة إنتاجا بحجم إنتاج بلغ 263 مقطع فيديو (بنسبة 85.9%)، بينما بلغ حجم إنتاج بوابة الأهرام 26 مقطع فيديو (بنسبة 8.5%)، وأخيرا بلغ حجم إنتاج بوابة الوفد 18 مقطع فيديو (بنسبة 5.6%)، ويفسر الباحث هذه النتيجة انه نظرا لأن صحيفة فيديو اليوم السابع قد أنشأت موقع خاصة بصحافة الفيديو وهي الصحيفة الوحيدة من صحف العينة التي تمتلك موقعا متخصصا لصحافة الفيديو يعمل كل من به في إنتاج المضامين الإعلامية عبر الفيديو، وعلى الرغم من أن الوفد يزيد عدد الصحفيين العاملين بها عن عدد صحفيي فيديو اليوم السابع، إلا أن الوفد لم تنشئ قسما خاص بصحافة الفيديو يكون مهمة الصحفيين فيه تصوير الفيديو فقط ويعتبر تصوير الفيديو بالبوابة أمرا ثانويا إذ المهمة الأساسية للصحفيين الميدانيين ببوابة الوفد هي الحصول على الأخبار من الميادين المختلفة سواء كانت مكتوبة أو مصور فوتوغرافيا أو فيديو، وإن كانت بوابة الوفد قد أنشأت قسم للمونتاج يهتم بتحرير ومونتاج مقاطع والصور التي يتم تصويرها. وهذا ما يفسر النتيجة السابقة من أن فيديو اليوم السابع أكثر الصحف عينة الدراسة إنتاجا للمضامين الإعلامية، وبوابة الأهرام تحل في المرتبة الثانية من حيث الصحف عينة الدراسة إنتاجا لمضامين الفيديو على الرغم من انه يعمل بها أقل عدد من الصحفيين (صحفي فيديو واحد فقط)، ويفسر الباحث تلك النتيجة أن بوابة الأهرام أنشأت قسم للمالتيديا وعينت صحفي متخصص في إنتاج المضامين عبر الفيديو.

4. دراسة (الزغي، 2021)

توظيف الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة بين المواقع العربية والأجنبية الموجهة أصبح الإنفوجرافيك حاجة ضرورية في عصر التحول الرقمي، وفي ظل الاهتمام بالاتصال المرئي، إذ يجعل الإنفوجرافيك المعلومات، والظواهر التي يصعب فهمها أكثر قابلية للفهم، وجذبا للانتباه، فهو يعمل على تقديم معلومات معقدة، وغير منظمة في هياكل مفهومة وواضحة.

سعت هذه الدراسة إلى قياس درجة توظيف الانفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية، كما أنها هدفت إلى معرفة ما العناصر والأساليب التي يتضمنها الانفوجرافيك.

استندت الدراسة على نوعية الدراسات الوصفية، واعتمدت على المنهج المسحي الذي من خلاله استخدمت أسلوب تحليل المضمون، لتحليل موقعين إخباريين، هما: موقع اليوم السابع الإخباري ممثلاً عن المواقع العربية، وموقع سكاي نيوز ممثلاً عن المواقع الأجنبية الناطقة بالعربية، وفق أسلوب العينة العمدية، وفيما يخص الإطار الزمني للدراسة فقد لجأت الباحثة لأسلوب الحصر الشامل للفترة (1-1-2019) وحتى (1-10-2021).

وتاليا أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة وفق الآتي: 1- أظهرت النتائج أن موقع سكاي نيوز العربية أكثر اهتماماً من موقع اليوم السابع في توظيف الانفوجرافيك خلال عرض الأحداث المتنوعة 2- دلت النتائج على أن الموضوعات السياسية تصدرت المرتبة الأولى في توظيف الانفوجرافيك لها، وقد تفوق موقع سكاي نيوز على موقع اليوم السابع في إبراز الموضوعات السياسية في الانفوجرافيك. 3- لجأت المواقع الإلكترونية الإخبارية إلى نوعية الانفوجرافيك الثابت خلال تعطيها للأحداث.

5. دراسة (المظلوم، 2021)

تستهدف هذه الدراسة تحليل كيفية استخدام المواقع الإلكترونية الفلسطينية والأردنية في التحقق من الأخبار المزيفة، حيث تنطلق من منطلقات نظرية قوية تدعم فهم هذه الظاهرة. اعتمدت الدراسة على مناهج متعددة، بما في ذلك الدراسات المسحية ومنهج العلاقات المتبادلة، مستخدمة استمارة تحميل المضمون كأداة لجمع البيانات. من خلال هذا الإطار، تسعى الدراسة إلى التعرف على عدة جوانب تتعلق بالأخبار المزيفة، مثل أنواعها ومصادرها والأطر المستخدمة فيها.

أظهرت نتائج الدراسة أن "المحتوى المفبرك" احتل المرتبة الأولى بين أنواع الأخبار المزيفة، حيث سجل نسبة 36.4%، متبوعاً بـ "المحتوى المضلل" الذي حصل على 35.6%، كما أكدت الدراسة على أهمية الأطر المستخدمة في نشر هذه الأخبار، حيث جاء إطار "الشيطنة والأسطورة" في المرتبة الأولى بنسبة 47%، بينما حصل الإطار "الاستراتيجي" على 35.6%، وفيما يتعلق بآليات التحقق، لوحظ أن "عرض الخبر المزيف كتصحيح" هو الأسلوب الأكثر استخداماً، بنسبة 97.2%، مع وجود نسبة 2.8% لإرشادات تكتيكية تهدف إلى التحقق من الأخبار المزيفة.

تقدم الدراسة توصيات هامة تعزز من أهمية المواقع الإلكترونية في مواجهة الأخبار المزيفة إذ ينبغي على هذه المواقع تكريس جهود أكبر للتعامل مع المحتويات المضللة، نظرًا للمخاطر الكبيرة التي تترتب على المجتمع جراء تأثير هذه الأخبار، كما توصي الدراسة بضرورة أن تشمل المواقع جميع جوانب الأخبار المزيفة، سواء كانت اجتماعية أو سياسية أو صحية أو اقتصادية أو دينية أو رياضية.

بالإضافة إلى ذلك، تدعو الدراسة إلى تعزيز التنسيق العربي في معالجة ظاهرة الأخبار المزيفة، مما يساهم في بناء مجتمع معلوماتي أكثر وعيًا وأمانًا إن النتائج والتوصيات التي تم التوصل إليها تقدم إطارًا قويًا لمواجهة التحديات المرتبطة بالأخبار المزيفة، وتساهم في تحسين الاستراتيجيات المتبعة من قبل المواقع الإلكترونية لتحقيق ذلك.

6. دراسة (عيد، 2020)

تستهدف هذه الدراسة تحليل الأخبار المزيفة على منصات التواصل الاجتماعي، مع التركيز على دور المؤسسات الأمنية وتأثيرها في تشكيل توجهات الجمهور نحو هذه الظاهرة اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، واستخدمت ثلاثة أدوات لجمع البيانات، وهي استمارة تحميل المضمون، الاستبيان، والمقابلات المتعمقة.

تمت دراسة عينة من الصفحات الرسمية للمؤسسات الأمنية، بما في ذلك الصفحة الرسمية للمتحدث العسكري و صفحة وزارة الداخلية، حيث تمثلت عينة الدراسة الميدانية في (413) مفردة من متابعي هذه الصفحات. استخدمت الدراسة نظرية ثراء النصوص، ونظرية كلاب الحصار المعلوماتي، ونظرية التمكين كأطر نظرية لفهم السياق.

أظهرت نتائج الدراسة عدة جوانب مثيرة للاهتمام. أولاً، تبين أن تعرض المشاركين للأخبار المزيفة على منصات التواصل الاجتماعي كان بنسبة 35.8%، بينما كانت نسبة من يتعرضون لها أحياناً 56%، في حين لم يتعرض 8.2% منهم لهذه الأخبار. ثانياً، كانت جميع الصفحات الرسمية للمؤسسات الأمنية تُعتبر

مصدرًا لتكذيب الأخبار المزيفة بنسبة 100%، مما يعكس دورها الفعال في محاربة الشائعات والمعلومات المضللة.

أما بالنسبة لوظيفة الأخبار المزيفة، فقد أظهرت الدراسة أن 55.4% من المشاركين اعتبروا هذه الأخبار ذات وظيفة إخبارية، بينما كانت نسبة الأخبار ذات الوظيفة الانتقادية 20.3%، و14.8% كانت ذات وظيفة ترفيهية، بينما كانت نسبة الأخبار ذات الوظيفة التخويفية 9.5%.

تؤكد هذه النتائج على أهمية الدور الذي تلعبه المؤسسات الأمنية في مواجهة الأخبار المزيفة، وضرورة تعزيز استراتيجياتها على منصات التواصل الاجتماعي لضمان توفير معلومات موثوقة للمجتمع، مما يساعد في بناء بيئة معلوماتية أكثر أمانًا ووعيًا.

ثانياً: الدراسات الأجنبية:

1. دراسة (Freeze, Other, 2020)

هدفت الدراسة إلى استكشاف تأثير الحقيقة المشكوك فيها على الأفراد، وكيف يمكن أن تسهم المعرفة الجيدة في الحد من انتشار الأخبار المزيفة والمعلومات الخاطئة، اعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، حيث تم جمع بيانات من عينة تضم 434 فردًا من المشاركين الأمريكيين تم إجراء الاستطلاع عبر الإنترنت، وتم اختيار العينة بشكل تمثيلي من سكان الولايات المتحدة.

أظهرت النتائج عدة ملاحظات رئيسية أولاً، أكد المشاركون أن التحذيرات المتعلقة بالأخبار المزيفة والمعلومات الخاطئة تؤثر سلبًا على مصداقية المصدر حيث أبدى الأفراد رفضهم للمعلومات الدقيقة، بما في ذلك الأخبار الصحيحة المرتبطة بالمصدر الذي تم تشكيك في مصداقيته هذا يشير إلى أن الأخبار المزيفة لا تقتصر فقط على نشر معلومات خاطئة، بل تؤثر أيضًا على الثقة في المصادر الإعلامية.

ثانيًا، توصل المشاركون إلى أنه بعد التعرض لعناصر الأحداث الأصلية، ارتفعت نسبة معرفتهم بالأخبار الصحيحة إلى 59% في حين أن الأفراد الذين أقروا بأنهم تعرضوا لأخبار مزيفة، والتي تعتبر معلومات خاطئة، تمكنوا من التعرف على 46% من تلك المعلومات في المقالات الإخبارية.

ثالثًا، أظهرت الدراسة أن التعرض للأخبار المزيفة والمعلومات الخاطئة يزيد من شعور الناس بعدم اليقين بشأن ذاكرتهم وهذا يعكس تأثير الأخبار المزيفة على الذاكرة، مما يزيد من القلق حول صحة المعلومات المتاحة.

تسلط الدراسة الضوء على ضرورة تعزيز الوعي الإعلامي بين الجمهور من خلال التعليم والتوجيه حول كيفية التعرف على الأخبار المزيفة ومصادر المعلومات الموثوقة. من المهم تطوير استراتيجيات فعالة لمكافحة انتشار المعلومات الخاطئة، بما في ذلك توفير ورش عمل وندوات تثقيفية. ينبغي أيضًا على وسائل الإعلام تعزيز الشفافية والمصادقية من خلال تقديم معلومات موثوقة ودقيقة، مما يساهم في بناء ثقة أكبر بين الجمهور والمصادر الإخبارية.

2. دراسة (Aisrid, Other, 2018)

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور المواقع الإخبارية في التصدي للأخبار الكاذبة، حيث استعرضت آراء نخبة من الأكاديميين المصريين بشأن المعلومات التي تقدمها قناة الجزيرة الإخبارية خلال الصراع السياسي في مصر بين عامي 2013 و2014 وهو التحول من الرئيس السابق محمد مرسي إلى الرئيس الحالي عبد الفتاح السيسي. اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، حيث تم استخدام استبيان لجمع البيانات من عينة تتكون من 450 فردًا من الأكاديميين المتخصصين في دراسات الإعلام في الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، مثل جامعة القاهرة، وجامعة بني سويف، والجامعة الأمريكية، وغيرها.

أظهرت النتائج أن 62.7% من المشاركين يعتقدون أن المعلومات المقدمة عن مصر موثوقة، بينما أعرب 30.9% عن عدم معرفتهم بالمعلومات المنشورة، و6.4% لا يعتقدون بصحتها. كما أكد 34.3% من

المستجيبين أن قناة الجزيرة تعرض الأخبار الكاذبة، حيث يشعر 27% منهم بالخيانة جراء ذلك. وعلى الرغم من ذلك، اعتبر 13.6% أن التغطية كانت موضوعية، بينما 15.5% لم يحددوا موقفهم.

عند سؤالهم عن كيفية نشر "الأخبار الكاذبة"، اعتبر المستجيبون أن مصادر نشر الأخبار الكاذبة تشمل: 89.1% من الشبكة، 82.2% من الفيديوها، 79.6% من المصادر الإخبارية، 49.5% من الروابط، 42.5% من القصص الإخبارية، و36% من النصوص الإخبارية.

تشير النتائج إلى أن هناك حاجة ملحة لتعزيز الوعي الإعلامي بين الأفراد، وخاصة الأكاديميين، بشأن كيفية التعرف على الأخبار الكاذبة ينبغي تطوير برامج تعليمية تستهدف الطلاب وأفراد المجتمع لتعزيز مهارات التفكير النقدي واستخدام المعلومات من مصادر موثوقة، كما ينبغي على المواقع الإخبارية تعزيز مصداقيتها من خلال التحقق من المعلومات ومتابعة الأخطاء التي قد تؤدي إلى نشر أخبار كاذبة.

6.1 المنطلقات النظرية للدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من المنطلقات النظرية التي تساعد في تحليل كيفية توظيف المواقع الإلكترونية في التحقق من الأخبار المزيفة، تشمل هذه المنطلقات:

❖ نظرية الإعلام الجديد:

تُعَدّ هذه النظرية من أهم المنطلقات لفهم كيفية تأثير وسائل الإعلام الحديثة على سلوك الأفراد والمجتمعات، تشير إلى أن الإعلام الجديد قد أتاح للمستخدمين القدرة على إنتاج المحتوى ومشاركته، مما زاد من احتمالية انتشار الأخبار المزيفة، يستند البحث إلى هذه النظرية لفهم كيفية تفاعل المواقع الإلكترونية مع هذا النوع من الأخبار والتحديات التي تواجهها في التحقق من المعلومات.

❖ نظرية التحقق من المعلومات:

تعتمد هذه النظرية على مفهوم التحقق من المعلومات كأسلوب أساسي للتصدي للأخبار المزيفة، تسلط الضوء على أهمية وجود آليات موثوقة للتحقق من الأخبار والمعلومات لضمان صحة المحتوى المقدم للجمهور، يهدف البحث إلى استكشاف كيفية تطبيق هذه النظرية في المواقع المدروسة ودورها في تعزيز المصداقية.

❖ نظرية الاتصال والإعلام:

تُعنى هذه النظرية بدراسة كيف يتم تبادل المعلومات والأخبار بين الأفراد والمؤسسات تعكس أهمية فهم كيفية استخدام المواقع الإلكترونية لأدوات الاتصال والإعلام في توصيل الرسائل والتحقق من الأخبار المزيفة، يُمكن أن تساعد هذه النظرية في تحليل كيفية تأثير أساليب الاتصال المستخدمة في المواقع على فعالية التحقق من الأخبار.

❖ نظرية الاستجابة الاجتماعية:

تُسلط هذه النظرية الضوء على كيف يتفاعل الجمهور مع المعلومات والأخبار، بما في ذلك الأخبار المزيفة، تستند إلى دراسة ردود فعل الأفراد والمجموعات تجاه المعلومات المعروضة، وتساعد في فهم مدى استجابة الجمهور لآليات التحقق المستخدمة في المواقع المدروسة.

❖ نظرية التأثير الاجتماعي:

تُرَكِّز هذه النظرية على كيف يؤثر السياق الاجتماعي على سلوك الأفراد في استهلاك المعلومات، تشير إلى أهمية الفهم الاجتماعي والثقافي في تحليل كيفية تعامل الأفراد مع الأخبار المزيفة وكيف يمكن للمواقع الإلكترونية استغلال هذا الفهم لتعزيز مصداقيتها.

تساهم هذه المنطلقات النظرية في توفير إطار شامل لفهم كيفية تعامل المواقع الإلكترونية مع الأخبار المزيفة، وتعزز من قيمة البحث في توضيح الاستراتيجيات والأساليب المستخدمة في عملية التحقق.

7.1 المنهجية وطرق البحث:

تقع هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية، التي تهدف إلى وصف الظواهر والأحداث المحيطة بها، ودراسة العلاقات بينها، تعمل هذه البحوث على فهم كيف تؤثر العوامل المختلفة على بعضها البعض وكيف تتفاعل في سياقات محددة، تستند هذه الدراسة إلى أساليب البحث الكمي، مما يسمح بجمع البيانات وتحليلها بهدف الوصول إلى نتائج تفسر العلاقات السببية وتأثيراتها.

تسعى هذه الدراسة إلى معرفة كيفية توظيف المواقع الإلكترونية في التحقق من الأخبار المزيفة، من خلال وصف العمليات والأساليب المستخدمة في هذا المجال، كما تهدف إلى تقديم تقييم موضوعي يعكس أداء هذه المواقع في مجال التحقق من المعلومات، مما يساهم في تقديم نتائج يمكن تعميمها على السياقات المشابهة.

تتطلب هذه الدراسة استخدام منهجيات بحثية دقيقة لجمع البيانات وتحليلها، بما في ذلك استبيانات ومقابلات مع الخبراء والمستخدمين، مما يساعد في توضيح دور المواقع الإلكترونية في التعامل مع الأخبار المزيفة، كما تسعى الدراسة إلى تقديم توصيات عملية تساهم في تحسين أداء هذه المواقع في المستقبل وتعزيز قدرتها على مواجهة التحديات المتعلقة بالأخبار المزيفة.

بذلك، فإن الدراسة تهدف إلى توفير إطار شامل لفهم كيف يمكن أن تساهم المواقع الإلكترونية في مكافحة الأخبار المزيفة، مما يساعد في تطوير استراتيجيات فعالة تعزز من مصداقية المعلومات المتاحة للجمهور.

8.1 منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهجين أساسيين لتحقيق أهدافها، وهما:

❖ منهج الدراسات المسحية:

يُعتبر هذا المنهج الأنسب للدراسات الوصفية، حيث يساعد الباحثين على جمع بيانات شاملة حول الظواهر المدروسة، يعتمد هذا المنهج على إجراء مسح منظم لجمع المعلومات حول الموضوع قيد البحث، مما يسمح بفهم العلاقات بين المتغيرات يتضمن ذلك تسجيل المعلومات وتفسير الظاهرة في سياقها الحالي بعد جمع البيانات اللازمة، يمكن تحليلها لفهم العناصر المختلفة وتفسير النتائج بناءً على مجموعات معينة.

في إطار هذا المنهج، استخدمت الباحثة أسلوب تحميل المضمون لدراسة المادة الإعلامية المقدمة في المواقع الإلكترونية هذا الأسلوب يُعتبر كمياً، حيث يساهم في تقييم المحتوى بناءً على مجموعة من المعايير المحددة، مما يساعد في تحليل الظواهر الإعلامية في سياق معين.

❖ منهج البحث الكيفي:

يُستخدم هذا المنهج لفهم وتحليل الجوانب العميقة من الموضوع قيد الدراسة، تهدف الباحثة من خلاله إلى التحقق من المدلولات المرتبطة بكيفية توظيف المواقع الإلكترونية في التحقق من الأخبار المزيفة يتضمن ذلك الكشف عن أنواع الأخبار المزيفة، والمحتويات، والمصادر، وآليات التحقق المستخدمة في هذه المواقع.

من خلال هذا المنهج، تم تصنيف البيانات وتفسيرها، مما أدى إلى استخراج تعميمات يمكن اعتبارها نتائج عامة تُستخدم لتطوير فهم أعمق للموضوع.

باستخدام هذين المنهجين، تسعى الدراسة إلى تحقيق أهدافها في تقديم صورة شاملة حول كيفية تعامل المواقع الإلكترونية مع الأخبار المزيفة، مما يعزز من قيمة البحث ويساعد في وضع توصيات عملية لتحسين الأداء في هذا المجال.

❖ منهج دراسة العلاقات المتبادلة

تعتمد الدراسة على منهج دراسة العلاقات المتبادلة، الذي يهدف إلى فهم التفاعلات بين الحقائق التي تم جمعها، بالإضافة إلى التعرف على الأسباب التي أدت إلى ظهور الظاهرة المدروسة يعمل هذا المنهج على استنتاج نتائج يمكن اعتبارها خلاصة لما يمكن أن يؤدي إلى تغيير الظروف المحيطة بالظاهرة في اتجاه إيجابي.

في إطار هذا المنهج، استخدم الباحث أسلوب المقارنة المنهجية، الذي يساهم في مقارنة وتحليل الحالات المختلفة بشكل منهجي، يتيح هذا الأسلوب للباحث القدرة على تحديد الفروق والتشابهات بين الظواهر المدروسة في سياقات متنوعة، مما يعزز من فهم كيفية ظهور الأخبار المزيفة وتأثيرها في المواقع الإلكترونية.

بشكل خاص، تم استخدام هذا الأسلوب في الدراسة لمقارنة الجوانب المختلفة للأخبار المزيفة التي تتعامل معها المواقع الإلكترونية يمكن أن تشمل هذه الجوانب طرق التحقق، المصادر المستخدمة، وأنماط التعامل مع الأخبار المزيفة.

تساهم هذه المقارنات في إبراز أوجه الاختلاف بين كيفية تعامل كل من المواقع الإلكترونية في مع هذه الظاهرة، مما يساهم في تقديم رؤى شاملة حول سبل تحسين آليات التحقق من الأخبار المزيفة في كلا السياقين، وبالتالي يساعد هذا المنهج على فهم العوامل المشتركة والاختلافات في السياقات المحلية، مما يعزز من فعالية الاستراتيجيات المعتمدة في التصدي للأخبار المزيفة.

9.1 أدوات الدراسة:

استخدم الباحث استمارة تحميل المضمون كأداة لجمع البيانات وتصنيف المعلومات، تستند هذه الأداة إلى مجموعة من التصنيفات والفئات التي تساعد الباحث في إعداد تحليل شامل للمحتوى، مما يمكنها من التعرف على ملامح الأخبار المزيفة وآليات التحقق منها يتم استخدام استمارة تحميل المضمون في عملية تصنيف البيانات إلى عدة فئات، مما يسهل تحليلها بشكل منهجي

• الفئات الرئيسية في استمارة تحميل المضمون

1. فئة الموضوع (ماذا قيل):

تتعلق هذه الفئة بمحتوى الأخبار المزيفة، حيث تشمل جميع التصنيفات المتعلقة بمضمون الأخبار التي تم التحقق منها.

2. فئة أنواع الأخبار المزيفة التي تم التحقق منها:

تنقسم هذه الفئة إلى تصنيفات مختلفة لأشكال الأخبار المزيفة، وتشمل:

○ المحتوى المفبرك:

وهو المحتوى غير الصحيح تمامًا، وغالبًا ما يكون مُعدلاً بشكل كامل لخلق تصور زائف يتضمن هذا النوع معلومات مختلفة بشكل كامل أو تلاعب كبير بالمعلومات الأصلية.

○ المحتوى المزور:

يتضمن هذا النوع المحتوى الذي يبدو أنه صادر من مصادر حقيقية، لكنه في الواقع مزيف.

○ المحتوى المضلل:

يعتمد على تقديم معلومات بطريقة تخدم أجندة معينة، سواء كانت ضد فرد أو جهة معينة، مما يؤدي إلى سوء فهم حقيقي للقضية المطروحة.

○ المحتوى المتلاعب:

يُشير إلى المعلومات التي تم تعديلها بشكل ما لتخفي الحقائق، سواء عن طريق التلاعب بالصورة أو الفيديو أو النص، مما يؤدي إلى انطباعات خاطئة.

○ السياق المضلل:

يتم فيه استخدام معلومات صحيحة ضمن سياق غير صحيح، مما يخلق انطباعاً مضللاً حول الحقيقة.

○ الربط الخاطئ:

يتضمن هذا النوع الأخبار التي تحمل عناوين خاطئة أو مثيرة للدهشة لا تعكس المحتوى الحقيقي، مما يؤدي إلى خلط المفاهيم لدى الجمهور.

○ التكييف والسخرية:

يُستخدم هذا النوع من الأخبار للسخرية من حدث أو قضية بطريقة تهكمية، وغالبًا ما يكون له تأثير كبير في نشر الأخبار المزيفة بشكل واسع.

● استخدام استمارة تحميل المضمون

تم تقسيم استمارة تحميل المضمون إلى الفئات الفرعية المذكورة أعلاه، مما يسمح للباحث بتصنيف البيانات بشكل فعال، يساعد هذا التصنيف في فهم كيفية تكوين الأخبار المزيفة وكيفية التحقق منها من قبل المواقع الإلكترونية المدروسة، مما يساهم في تطوير استراتيجيات فعالة لمواجهة هذه الظاهرة.

10.1 حدود الدراسة :

- الحدود الموضوعية: توظيف المواقع الالكترونية السعودية في التحقق من الأخبار المزيفة.
- الحدود الزمانية: 2024
- الحدود البشرية: مجموعة من العاملين في المواقع الالكترونية.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- إسماعيل، ميس عبدالكريم. (2020). المواقع الإلكترونية للجامعات الحكومية السورية: دراسة تقييمية. المجلة الدولية أبحاث في العلوم التربوية والإنسانية والآداب واللغات، مج1، ع4، 583 - 623.
مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1084367>
- الرحيلي، حاتم عابد عبدالله، و بريك، أيمن محمد إبراهيم. (2022). توظيف الصحف الإلكترونية السعودية لصحافة الفيديو في تغطية الأحداث المحلية: دراسة تحليلية ميدانية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع39، 353 - 355. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1289674>
- الزعبي، عرين عمر. (2021). توظيف الأنفوجرافيك في المواقع الإلكترونية الإخبارية: دراسة تحليلية مقارنة بين المواقع العربية والأجنبية الموجهة. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج4، ع2، 146 - 169. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1233036>
- سلامة، حسام علي علي. (2020). الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي وكفاءتها كمصادر للمعلومات عن جائحة كورونا: دراسة ميدانية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج19، ع2، 161 - 235. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1108408>
- شيتور، هشام، وقزادري، حياة. (2022). الأخبار المزيفة وخطابات الكراهية علي فيسبوك وأثرها علي العلاقات الأسرية: دراسة إثنوغرافية علي عينة من الأسر الجزائرية المختلطة "عرب أمازيغ". مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، مج7، ع3، 137 - 152. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1274717>
- عبدالرحمن، سيماء سعدون عزيز، و الشجيري، سهام حسن علي. (2023). توظيف الإشعارات في المواقع الإلكترونية: دراسة تحليلية للإشعارات في موقع Sky News Arabia أنموذجا. مجلة آداب

الفراهيدي، مج15، ع53، 264 - 285. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1365803>

- عريقات، جمانة، و سرحان، عبدالكريم. (2022). توظيف شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة جائحة فايروس كورونا: دائرة العلاقات العامة في الشرطة الفلسطينية نموذجاً (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النجاح الوطنية، نابلس.

مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1329248>

- عطية، أحمد إبراهيم. (2023). توظيف مواقع الصحف المصرية للمستحدثات التكنولوجية في تقديم محتواها الصحفي: دراسة حالة على استخدام مواقع الصحف المصرية لقنوات واتساب. مجلة البحوث الإعلامية، ع67، ج2، 759 - 836. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1417573>

- علوي، أحمد محمد عبدالله يوسف. (2020). توظيف صحافة الفيديو في المواقع الإلكترونية المصرية. المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، مج1، ع1، 159 - 178. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1208255>

- عيد، منى. (2020). الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها: دراسة تطبيقية. (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم اعلام.

- الغرباوي، محمد أحمد أمين أحمد. (2023). العلاقة بين مخاطر الأخبار المزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي والنوايا السلوكية: الدور الوسيط للثقة في العلامة: دراسة تطبيقية على عملاء لفاحات فيروس كورونا COVID-19 بالملكة العربية السعودية. مجلة البحوث التجارية، مج45، ع1، 458 -

499. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1396643>

- فهي، بسنت مراد. (2018). ترويج الشائعات والأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعوامل انتشارها. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج17، ع4، 103 - 173. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1108178>

○ كريم، فريحة محمد. (2022). الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي بين التلاعب والانتهاكات.

المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، ع7 ، 69 - 84. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1265356>

○ محمد، إسراء علي السيد، و المسلمي، إبراهيم عبدالله. (2024). توظيف التكنولوجيا الرقمية بالمواقع

الإلكترونية المتخصصة لقضايا تمكين المرأة: دراسة تطبيقية (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة

الزقازيق، الزقازيق. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1468269>

○ محمد، رحاب الداخلي. (2018). الهوية البصرية في تصميم المواقع الإلكترونية للصحف: المواقع

الرياضية أنموذجاً. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع22 ، 188 - 211. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/934694>

○ مرعي، حنان كامل حنفي. (2022). تأثير الأخبار المزيفة Fake News في وسائل الإعلام الجديد على

الشباب الجامعي وعلاقتها بسلوكياتهم. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع38 ، 169 -

221. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1272300>

○ المظلوم، إسلام محمد علي خليل، و الدلو، جواد راغب أيوب. (2021). توظيف المواقع الإلكترونية

الفلسطينية والأردنية في التحقق من الأخبار المزيفة: دراسة تحليلية مقارنة (رسالة ماجستير غير

منشورة). الجامعة الإسلامية (غزة)، غزة. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1355687>

○ المكاوي، بسام عطية محمد. (2021). توظيف الإنفوجراف في عرض القضايا العامة بالمواقع

الإلكترونية الإماراتية: دراسة تحليلية مقارنة في الشكل والمضمون. المجلة المصرية لبحوث الرأي

العام، مج20، ع3 ، 191 - 230. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1180922>

○ المهدي، سهى عبدالرحمن محمد. (2020). الإنفوجرافيك الرياضي بالمواقع الإلكترونية المصرية:

دراسة حالة لبطولة كأس الأمم الأفريقية في الفترة من 20 يونيو وحتى 20 يولية 2019. المجلة العربية

لبحوث الإعلام والاتصال، ع29 ، 108 - 146. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1060278>

○ يسعد، زهية. (2020). الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر

المستخدمين: دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مج3،

ع1، 122 - 144. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1178190>

ثانيا: المراجع الأجنبية

- Alsridi, H. Elareshi, M. & Ziani, A.(2018). News Sites and Fake News in the Egyptian Political Transformation 2013-14: Aljazeera.net Case Study, Sustainability and Resilience Conference: Mitigating Risks and Emergency Planning, Volume 2018. Kne Social Sciences.p 1-14.
- Freeze Melanie, Mary Baumgartner, Peter Bruno, Jacob R. Gunderson, Joshua Olin, Morgan Quinn Ross(2020)," Fake Claims of Fake News W Political Misinformation, Warnings, and the Tainted Truth Effect", Political Behavior Available at: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11109-020-09597->

Mid-Ocean University

College of Management

Department of Digital market



Using Saudi websites to verify fake news Comparative analytical study

Student preparation/

Ayed salem alturisi

241000598

Supervision/

1446 – 2024