

قضايا بحثية 3

إشراف د. شيرين كدواني

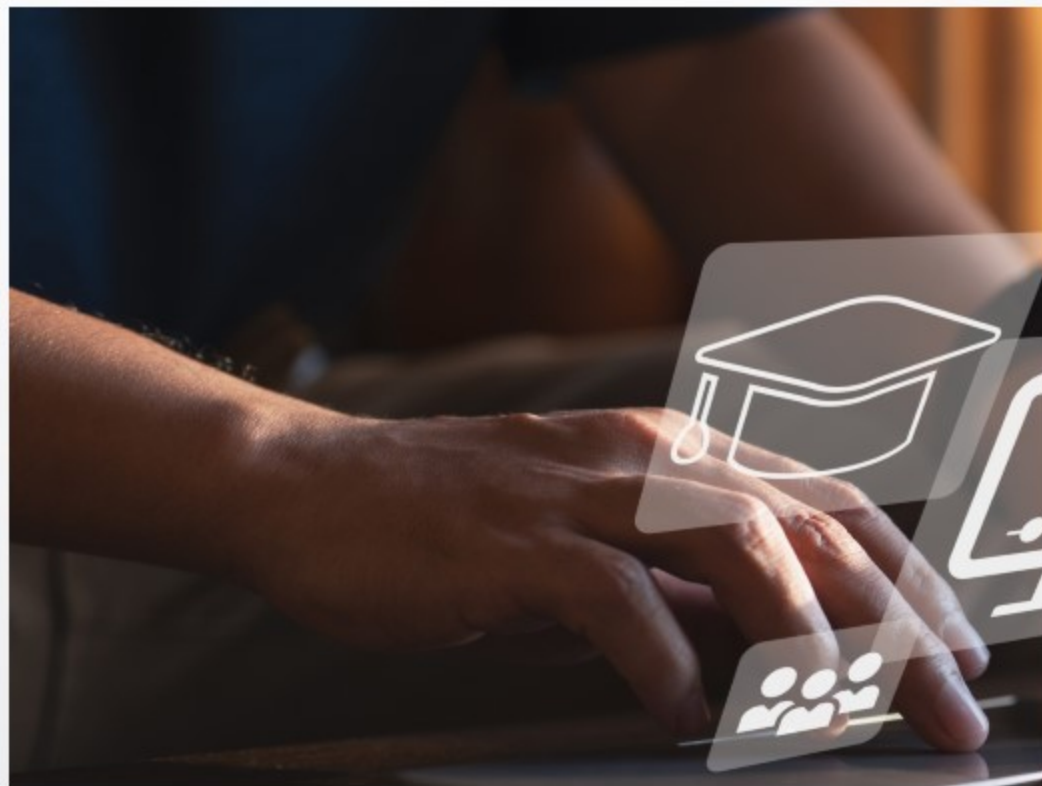
إعداد الباحث
عمر غازي

الرقم الجامعي
2021202872

برنامج دكتوراة الإعلام الرقمي

الفصل الثاني / العرض الثالث





قضية بحثية في الإعلام الرقمي: تأثير الأخبار الزائفة على
الوعي العام في مصر
دراسة ميدانية



عنوان البحث:

تأثير الأخبار الزائفة على الوعي العام: دراسة ميدانية حول انتشار الأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الرقمية وتأثيرها على الجمهور في مصر بين عامي 2023-2024.

مقدمة:

أصبح انتشار الأخبار الزائفة ظاهرة متزايدة مع تطور وسائل الإعلام الرقمية، مما يشكل تحدياً كبيراً للوعي العام وصناعة الإعلام. يهدف هذا البحث إلى دراسة تأثير الأخبار الزائفة على الوعي العام في مصر، وتحليل كيفية انتشارها عبر وسائل الإعلام الرقمية وتحديد استجابة الجمهور لهذه الأخبار.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في فهم مدى تأثير الأخبار الزائفة على الوعي العام وكيفية تعامل الجمهور معها. سيتم التركيز على انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمية وتحديد أثرها على الإدراك العام للحقائق والأحداث.



أهداف البحث:

1. تحليل مدى انتشار الأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الرقمية في مصر.
2. دراسة تأثير الأخبار الزائفة على الوعي العام والسلوك الاجتماعي.
3. تقديم توصيات للتصدي لانتشار الأخبار الزائفة وتعزيز الوعي الإعلامي لدى الجمهور.



أسئلة البحث:

1. كيف تنتشر الأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الرقمية في مصر؟
2. ما هو تأثير الأخبار الزائفة على الوعي العام والسلوك الاجتماعي؟
3. كيف يمكن تعزيز الوعي الإعلامي والتصدي لانتشار الأخبار الزائفة؟

منهجية البحث:

ستعتمد الدراسة على المنهج الميداني لجمع البيانات من الجمهور في مصر، بالإضافة إلى تحليل محتوى الأخبار الرقمية لتحديد مدى انتشار الأخبار الزائفة. سيتم استخدام الاستبيانات والمقابلات لجمع البيانات من عينة الدراسة.

الأدوات والأساليب:

- استبيانات إلكترونية توزع على مستخدمي وسائل الإعلام الرقمية في مصر.
- مقابلات شخصية مع خبراء الإعلام والصحفيين لتحليل الظاهرة.
- تحليل محتوى الأخبار المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية.

البعد الزمني والمكاني:

- الزمان: سيتم جمع البيانات خلال الفترة من يناير 2023 إلى ديسمبر 2024.
- المكان: تشمل الدراسة مناطق حضرية وريفية مختلفة في مصر لضمان تمثيل شامل.



عينة الدراسة:

سيتم اختيار عينة من 1000 فرد من مستخدمي وسائل الإعلام الرقمية في مصر، تتراوح أعمارهم بين 18 و60 عاماً، تشمل مختلف الفئات الاجتماعية والتعليمية.

المتغيرات:

- *المتغير المستقل*: انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمية.
- *المتغير التابع*: مستوى الوعي العام وتأثيره على السلوك الاجتماعي.
- *المتغيرات الضابطة*: العمر، المستوى التعليمي، المنطقة الجغرافية، مستوى استخدام الإنترنت.



نوعية المصادر:

ستعتمد الدراسة على مجموعة متنوعة من المصادر لتقديم تحليل شامل ودقيق. من بين هذه المصادر:

-**الاستبيانات الإلكترونية:** لاستطلاع آراء عينة الدراسة حول تأثير الأخبار الزائفة.

-**المقابلات الشخصية:** مع خبراء الإعلام والصحفيين للحصول على رؤى متعمقة حول انتشار الأخبار الزائفة وتأثيرها.

-**تحليل المحتوى الرقمي:** دراسة الأخبار المنشورة على منصات التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية لتحديد مدى انتشار الأخبار الزائفة.

-**تقارير ودراسات سابقة:** الاستفادة من الدراسات الأكاديمية السابقة والتقارير الدولية حول تأثير الأخبار الزائفة.

النتائج المتوقعة:

يتوقع أن تكشف الدراسة عن مدى تأثير الأخبار الزائفة على الوعي العام في مصر وتقديم توصيات حول كيفية تعزيز الوعي الإعلامي والتصدي لانتشار الأخبار الزائفة.



سيقدم هذا البحث فهماً عميقاً
لتأثير الأخبار الزائفة على الوعي
العام في مصر، مما سيساهم
في تطوير استراتيجيات فعالة
للتصدي لهذه الظاهرة وتعزيز
الوعي الإعلامي بين الجمهور



التقييم العام



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

