

صياغة العنوان الجيد للبحوث والرسائل العلمية مهارات بحثية 1

إعداد: عبدالله نصر الدين
الرقم الاكاديمي: 251001251

تسليم 3



عنوان البحث: تأثير الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

مهارات بحثية 1

إعداد
عبدالله نصرالدين

إعداد الورقة البحثية: تقوى محمد عيس وي
تم نشره بواسطة: جامعة مطروح، كلية السياحة والفنادق
رابط المصدر: [الرابط هنا](#)



تناولت هذه الدراسة تأثير الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على "تأثير الشخص الثالث"، حيث يعتقد الأفراد أن الآخرين أكثر تأثرًا بالأخبار الكاذبة مما هم عليه. اعتمدت الدراسة على نهج مختلط يجمع بين التحليل الكمي والنوعي، ما منحها نظرة شاملة لهذه الظاهرة. ومع ذلك، فإن الدراسة تعاني من بعض أوجه القصور التي تؤثر على تعميم نتائجها ودقتها.

تسليم

04

تحليل مشكلة البحث وصياغتها (1)

1- وضوح مشكلة البحث:

صاغ الباحثون مشكلة البحث من خلال دراسة تأثير الأخبار الزائفة ومدى اعتقاد الأفراد بأن الآخرين أكثر تأثرًا منها. المشكلة البحثية واضحة بشكل عام ولكنها بحاجة إلى تحديد أكثر دقة للعوامل التي تؤثر على تصديق الأخبار الزائفة.

2- منهجية صياغة المشكلة:

تم صياغة المشكلة على شكل سؤال بحثي رئيسي: "إلى أي مدى يؤثر التعرض للأخبار الزائفة على إدراك الأفراد وتأثرهم بها؟" يمكن تحسينها بإضافة متغيرات إضافية مثل العوامل النفسية أو تأثير المصادر الإعلامية المختلفة.

تسليم

04

تحليل مشكلة البحث وصياغتها (2)

3- نجاح الباحث في عرض المشكلة:

قدم الباحثون مبررات جيدة لمشكلة البحث وأهمية دراستها، إلا أنها تفتقر إلى ارتباط واضح بالدراسات السابقة لدعم فرضياتها. افتقرت الدراسة إلى تحليل كافٍ لكيفية تأثر مختلف الفئات العمرية والتعليمية بالأخبار الزائفة.

4- نقد أسلوب الصياغة:

الأسلوب المستخدم أكاديمي وواضح، لكن كان يمكن أن يكون أكثر تركيزًا على الإطار التطبيقي لمشكلة البحث. لم يتم تقديم حلول كافية لمعالجة هذه المشكلة، مما جعلها تبدو كمجرد رصد لظاهرة دون اقتراح طرق فعالة للحد منها.

تسليم

04

نقاط القوة في الدراسة (1)

- 1- استخدام نهج بحثي مزدوج (كمي ونوعي):
دمج الاستبيانات مع المقابلات أعطى عمقًا للتحليل وساعد في توضيح السياقات المختلفة لتأثير الأخبار الزائفة.
وجود 250 طالبًا في الإعلام ضمن العينة وفر بيانات كمية تدعم التحليل الإحصائي.
المقابلات مع الصحفيين والمؤثرين قدمت رؤى متخصصة حول آلية انتشار الأخبار الزائفة.
- 2- ربط الدراسة بنظرية "تأثير الشخص الثالث":
اعتماد نظرية "تأثير الشخص الثالث" عزز التحليل العلمي وساهم في فهم سلوكيات الأفراد تجاه الأخبار الزائفة.
النتائج أظهرت بوضوح أن الأفراد يعتقدون أن الآخرين أكثر عرضة لتأثير الأخبار الزائفة، مما يتماشى مع دراسات سابقة.

تسليم

04

نقاط القوة في الدراسة (2)

3- تقديم نظرة تحليلية حول دور المؤثرين والصحفيين:

عرضت الدراسة كيف يواجه الصحفيون الأخبار الزائفة، وأهمية التربية الإعلامية في تقليل انتشارها.

ناقشت مسؤولية المؤثرين في نشر أو تصحيح المعلومات، مما يفتح النقاش حول دور وسائل التواصل في تشكيل الرأي العام.

تسليم

04

أوجه القصور في الدراسة (1)

1- محدودية العينة وتحيزها:

اقتصرت العينة على طلاب الإعلام، مما يجعل تعميم النتائج على شرائح المجتمع المختلفة أمرًا صعبًا. لم تتضمن العينة مجتمعًا أوسع مثل الفئات العمرية، رغم أنهم قد يكونون الأكثر تأثرًا بالأخبار الزائفة.

2- التركيز المفرط على وسائل التواصل الاجتماعي فقط:

ركزت الدراسة على الأخبار الزائفة المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لكنها لم تناقش وسائل الإعلام التقليدية مثل القنوات الإخبارية والصحف.

الأخبار الزائفة لا تقتصر على وسائل التواصل فقط، بل يمكن أن تنتقل عبر الإعلام التقليدي أو عبر المحادثات الشخصية، وهو ما لم تتطرق إليه الدراسة.

أوجه القصور في الدراسة (2)

3- ضعف التحليل العميق لمتغيرات أخرى تؤثر على النتائج:

لم تناقش الدراسة كيف يمكن أن تؤثر مستويات التعليم، الخبرة الإعلامية، أو العمر على تأثير الأخبار الزائفة.

لم يتم التطرق إلى تأثير الانتماءات في تصديق أو رفض الأخبار الكاذبة.

4- عدم تقديم حلول واضحة لمكافحة الأخبار الزائفة:

رغم مناقشة دور التربية الإعلامية والتصحيح الذاتي، لم تقترح الدراسة إجراءات عملية يمكن للمنصات الإعلامية أو الحكومات تبنيها للحد من انتشار الأخبار الزائفة.

لم تتناول كيفية تحسين الوعي الإعلامي لدى الجمهور لتقليل تأثيرهم بالأخبار الكاذبة.

1- توسيع العينة:

إشراك فئات أوسع من المجتمع لوسائل التواصل الاجتماعي.
توسيع نطاق الدراسة ليشمل عدة دول أو ثقافات مختلفة.

2- دراسة تأثير الأخبار الزائفة في وسائل الإعلام التقليدية:

إضافة تحليل يشمل القنوات الإخبارية والصحف لفهم كيفية تفاعل الجمهور مع الأخبار الكاذبة خارج وسائل التواصل الاجتماعي.
مقارنة مصادر الأخبار الزائفة المختلفة لمعرفة أيهما أكثر تأثيراً.



تسليم
04

التوصيات (1)

3- التركيز على الجوانب النفسية والإدراكية:

تحليل دور التعليم، الانتماء السياسي، والخبرات الإعلامية في تشكيل تصورات الأفراد حول الأخبار الزائفة.
دراسة كيفية تأثير العواطف والخوف على تصديق الأخبار الكاذبة.

4- تقديم حلول واضحة:

اقتراح سياسات عملية لمواجهة الأخبار الزائفة مثل تحسين خوارزميات الكشف عن المحتوى الزائف.
تحليل مدى فعالية الحملات الإعلامية وبرامج التحقق من الأخبار في تقليل انتشار المعلومات الخاطئة.



تسليم
04

التوصيات (2)

تعتمد جودة أي بحث أكاديمي على مدى وضوح ودقة صياغة مشكلة البحث، وفي هذه الورقة البحثية، تم طرح المشكلة بشكل معقول لكنها كانت بحاجة إلى مزيد من التفصيل والدقة. يمكن تحسينها من خلال توسيع نطاقها، دمج أكثر من طريقة في الصياغة، وتوضيح الفجوة البحثية بوضوح أكبر.



تسليم
04

الخاتمة

- الصالحي، أبو بكر حبيب. (2022). "الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثير الشخص الثالث". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 81، ص 323-372.
- Johnson, T., & Smith, R. (2021). "The Third-Person Effect in Fake News Perception". Journal of Media Psychology, 45(2), 112-130.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). "The spread of true and false news online". Science, 359(6380), 1146-1151.

المراجع الأكاديمية



Thank You