

تأثير سهولة استخدام الأخبار الإلكترونية على إدراك الشباب لمصداقيتها في وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية في مدينة ملبورن - أستراليا

The impact of the ease of using online news on young people's perception of its credibility on social media: A field study in Melbourne - Australia

إعداد الطالب:
سامان جميل كورنيل

الرقم الجامعي:
241002603

إشراف:
د. مهيتاب الرافعي

2025-2026 م

أُتَقَدَّمُ بخالص الشكر والتقدير إلى عميدة كلية الإعلام والتسويق بجامعة ميد أوشن،

الدكتورة شيرين كدواني

على ما قدّمته لنا من دعم متواصل وإسهام قيّم خلال مسيرتنا في دراسة الماجستير.

كما أعبر عن بالغ الامتنان والتقدير

للدكتورة مهيتاب الرافعي

المشرفة العامة على ما بذلته من جهد وإرشاد كان له بالغ الأثر في نجاحنا.

ولا يفوتني أن أتوجّه بالشكر

للدكتور محمد عويس

على مراجعته لاستبيان البحث وتحكيمة، مما ساهم في ضبطه وصياغته على نحو علمي دقيق.

ملخص الدراسة

تستعرض هذه الدراسة التحليلية كيفية تأثير سهولة استخدام منصات الأخبار الرقمية على تصورات الشباب بشأن مصداقية الأخبار في عصر الإعلام الرقمي الحديث، مع التركيز على مدينة ملبورن الاسترالية خلال سنتي 2024 و2025. استهدفت الدراسة بالإشارة إلى ابتعاد الشباب عن وسائل الإعلام التقليدية وأصبحوا يعتمدون بشكل رئيسي على المنصات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام. يعود السبب الرئيسي في هذا التحول لعدة عوامل، من أبرزها سهولة استخدام هذه المنصات، والتي تتيح الوصول إلى كمية كبيرة من المعلومات بنقرة واحدة ودون الحاجة لمهارات تقنية معقدة. سهولة استخدامها، المتمثلة في التصميم السهل وسرعة تحميل المحتوى ووضوح النصوص، جعلت الأخبار الرقمية أكثر جاذبية خاصة لجيل يحب السرعة والتفاعل السريع، كما توفر الأجهزة الإلكترونية بكمية كبيرة لجميع فئات المجتمع، كما أصبح الشباب جزءاً من بيئة رقمية تتطور باستمرار، حيث تتدفق المعلومات بشكل سريع مع تطور السنين. هذا الواقع أنشأ أنماط جديدة في استهلاك الأخبار.

تعتمد الدراسة على إطار نظري قوي وتحليل مفصل لأبحاث سابقة مشتركة بنفس العوامل. وتشير هذه الأبحاث إلى أن "سهولة الفهم" و"سهولة المعالجة" تعتبران من العوامل التي تعزز ثقة المستخدم في الأخبار. من جهة أخرى ان وعي المستخدمين بالمعلومات له دور أساسي في قدرتهم على التمييز بين الأخبار الصائبة والخاطئة. كما تفترض الدراسة أن التصميم الجذاب المرتكز على الخط واللون والواجهات السهلة الاستخدام تعزز من ثقة المستخدم، مما يبرز أهمية العناصر التقنية في تشكيل الإدراك الفردي لدى فئات المجتمع.

تعتمد الدراسة على منهج وصفي تحليلي، مستخدمة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة يتراوح عدد أفرادها 101 فرد من الشباب من مختلف الجنسيات العربية المقيمين في مدينة ملبورن، الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و35 عاماً. ويتم جمع البيانات عبر استبيان إلكتروني، بالإضافة إلى مراجعة شاملة للبحوث السابقة والملاحظات الميدانية.

أظهرت النتائج الأولية للدراسة التي استندت إلى تحليل عينة تضم 101 فرداً، إلى أن الأكثرية من المشاركين تتراوح أعمارهم بين 19 و29 عاماً، وغالبية منهم من العاملين. كما أظهرت النتائج أن بساطة تصميم الموقع وسهولة استخدامه لها تأثير كبير على رأي الشباب في مصداقية الأخبار من العينة إلى أن هذا التأثير يتراوح بين "عالي جداً" و"عالي". تدعم هذه النتائج الأولية فرضيات الدراسة وتبرز أهمية الجوانب التقنية في عرض الأخبار. تبين الدراسة أن سهولة استخدام الأخبار الرقمية على الوسائل الاجتماعية تُعد سلاحاً ذا حدين: فهي تُسهل الوصول إلى المعلومات، من الجانب الآخر قد تُضعف قدرة الشباب على التمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة بصحة المعلومات.

Study Summary

This analytical study explores how the ease of use of digital news platforms affects youth perceptions of news credibility in the modern digital media era, focusing on the Australian city of Melbourne in 2024 and 2025. The study begins by noting that young people are moving away from traditional media and have become primarily dependent on social platforms such as Facebook, Twitter, and Instagram. The primary reason for this shift is the ease of use of these platforms, which allow access to a large amount of information with just a click and without the need for complex technical skills. Their ease of use, represented by their intuitive design, fast loading speeds, and clear text, has made digital news more attractive, especially for a generation that loves speed and rapid interaction. Furthermore, electronic devices are widely available to all segments of society, and young people have become part of a constantly evolving digital environment where information flows rapidly over the years. This reality has created new patterns in news consumption.

The study relies on a strong theoretical framework and a detailed analysis of previous research that shares similar factors. This research indicates that "ease of understanding" and "ease of processing" are factors that enhance user confidence in news. On the other hand, users' awareness of information plays a fundamental role in their ability to distinguish between accurate and false news. The study also hypothesizes that attractive design based on fonts, colours, and user-friendly interfaces enhances user confidence, highlighting the importance of technical elements in shaping individual perceptions across segments of society.

The study relies on a descriptive analytical approach, using a questionnaire as the primary tool for collecting data from a sample of 101 young people of various Arab nationalities residing in Melbourne, aged 15 to 35. Data was collected via an online questionnaire, in

addition to a comprehensive review of previous research and field observations.

The preliminary results of the study, which was based on an analysis of a sample of 101 individuals, showed that most participants were between the ages of 19 and 29, and that most of them were employed. The results also showed that the simplicity of the website design and ease of use had a significant impact on the sample's opinion of the credibility of news, with this impact ranging from "very high" to "high." These preliminary results support the study's hypotheses and highlight the importance of technical aspects in news presentation. The study shows that the ease of using digital news on social media is a double-edged sword: it facilitates access to information, but on the other hand, it may weaken young people's ability to distinguish between reliable and unreliable sources of information.

الفهرس:

6	مقدمة.....
7	دراسات سابقة.....
12	التعليق على الدراسة.....
13	مشكلة الدراسة.....
14	أهمية الدراسة.....
14	أهداف الدراسة.....
15	تساؤلات الدراسة.....
16	نموذج الدراسة.....
17	فروض الدراسة.....
18	المنطلقات النظرية للدراسة.....
19	المنهجية وطرق البحث.....
19	مصادر جمع البيانات.....
20	أدوات الدراسة.....
21	حدود الدراسة.....
21	منهجية الدراسة.....
21	نوع الدراسة.....
21	زمن ومكان الدراسة.....
22	عرض وتحليل البيانات.....
35	ملخص الدراسة.....
36	الخاتمة.....
37	التوصيات.....
38	المراجع.....

المقدمة:

شهدت السنوات الأخيرة تغييرات ملحوظة في الطريقة التي يتم بها نشر الأخبار وتبادلها، لا سيما بين فئة الشباب الذين أصبحوا يعتمدون بشكل أساسي على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات. هذا التحول جاء كنتيجة طبيعية للتقدم السريع في التكنولوجيا الرقمية وارتفاع استخدام الهواتف الذكية والإنترنت في الحياة اليومية وسهولة توفرها بمميزات مختلفة.

أصبح من المعتاد أن يتلقى الشباب أخبارهم وتحديثاتهم عبر تطبيقات مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام في مدينة ملبورن كما هو الحال في جميع مدن العالم، حيث يفضلونها بدلاً من الوسائل الإعلامية التقليدية مثل الراديو والتلفزيون والصحف. يعود السبب في هذا الاتجاه إلى سرعة الحياة وسهولة الوصول التي تستفيد منها هذه المنصات الرقمية.

تعتبر سهولة الاستخدام واحدة من أبرز الخصائص التي جذبت المستخدمين إلى هذه المنصات. حالياً، يستطيع أي فرد تصفح الأخبار بنقرة واحدة والوصول إلى كمية ضخمة من المعلومات في زمن قصير للغاية، دون الحاجة إلى مهارات تقنية متقدمة. تظهر هذه السهولة في عدد من الجوانب، مثل التصميم السهل للاستخدام، وسرعة تحميل الأخبار، ووضوح المحتوى، إضافة إلى فرصة التفاعل الفوري من خلال التعليقات أو المشاركة. وقد ساهمت هذه الميزات في جعل الأخبار الإلكترونية أكثر جذباً وسهولة في التصفح، خصوصاً بين الشباب الذين يفضلون كل ما هو سريع وسهل.

مع زيادة اعتماد الشباب على وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة الأخبار، أصبحوا عنصراً أساسياً في بيئة رقمية متغيرة باستمرار، حيث تتدفق المعلومات بشكل سريع. لقد أدى هذا الوضع إلى ظهور أنماط جديدة في استهلاك الأخبار، حيث يميل المستخدمون إلى الانتقال بسرعة بين مصادر متعددة، ويعتمدون على ما يظهر في صفحاتهم الشخصية أو ما يشاركه أصدقاؤهم. أيضاً، خاصية الإشعارات والتحديثات الفورية تبقيهم في اطلاع دائم على الأحداث، مما يزيد من ظهور الأخبار الإلكترونية في حياتهم اليومية.

كذلك بفضل سهولة النشر وغياب الرقابة القوية على ما يُنشر، تحولت وسائل التواصل الاجتماعي إلى بيئة خصبة لانتشار الآراء المتنوعة، الصحيحة منها والمغلوبة.

علاوة على ذلك، تلعب العوامل الثقافية والاجتماعية دوراً هاماً في كيفية تفاعل الشباب مع الأخبار الإلكترونية. التنوع الثقافي والاهتمامات المختلفة بين المستخدمين في ملبورن يؤثران على كيفية استقبالهم للأخبار، وكذلك على تقييمهم لمصداقيتها. بالإضافة إلى ذلك، النقاشات التي تجري على منصات التواصل الاجتماعي، سواء من خلال التعليقات أو المجموعات، تساهم في زيادة أو تقليل ثقتهم ببعض الأخبار، مما يؤثر بشكل غير مباشر على آراءهم بشأن مصداقية المعلومات التي يتلقونها.

دراسات سابقة:

دراسة فادي يوسف وهبة الزقلات(2023)

دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل تصورات المستخدمين لمصداقية الأخبار: دراسة ميدانية ركزت هذه الدراسة على فهم العلاقة بين كيفية استعمال الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي وكيف يرى المستخدمون مصداقيتها. سعى الباحثون إلى اكتشاف ما إذا كان الاعتماد على تويتر وفيسبوك كمصادر رئيسية للأخبار يزيد أو يقلل من شعور المصداقية. استخدمت الدراسة عينة من مستخدمي تويتر وفيسبوك بمستويات تعليمية وتجارب مختلفة في الاستخدام لتحليل الفوارق بينهم. أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين استخدام المنصتين وإدراك المصداقية، مع وجود اختلافات تتعلق بالتعليم وسنوات الاستخدام.

دراسة عبد الرحمن الراجحي(2023)

أثر الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في تشكيل تصورات الشباب لمصداقية المعلومات في المملكة العربية السعودية

سعت هذه الدراسة إلى اكتشاف كيف تؤثر وسائل الإعلام الرقمية على نظرة الشباب لمصداقية المعلومات في السعودية. افترض الباحث أن سهولة الوصول إلى المعلومات وسرعة انتشارها تؤثران على مستوى الثقة في المحتوى. استخدم الباحث مجموعة من الشباب السعوديين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و30 سنة لقياس كيفية تأثير الاستخدام المكثف للوسائط الرقمية على آرائهم. وأظهرت النتائج أن الاعتماد الكبير على الإعلام الرقمي يؤدي إلى زيادة في اعتقادهم بمصداقية المعلومات، حتى عندما يتعاملون أحياناً مع مصادر غير موثوقة.

دراسة Tandoc, E.& Zheng, Y. (2023)

تأثير سلاسة المعالجة على مصداقية الأخبار المدركة: تجربة على وسائل التواصل الاجتماعي استعرضت هذه البحث فكرة "سهولة الفهم" وكيف تؤثر على كيفية تقييم الناس لمصداقية الأخبار. تفترض النظرية أن المقالات التي تكون سهلة وبسيطة قد تبدو أكثر جدارة بالثقة. قامت الدراسة باستخدام مجموعة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في جامعة، لتحليل آرائهم حول نصوص تأتي بأشكال وأنماط متنوعة. وأظهرت النتائج أن الأخبار التي تكتب بلغة واضحة وبسيطة غالباً ما تُعتبر أكثر موثوقية، حتى لو كانت مصادر غير قوية.

دراسة Metzger, M.& Haimson, (2023)

سهولة الاستخدام المُتصورة وفائدة منصات التواصل الاجتماعي كمؤشرات لأحكام مصداقية الأخبار

توجّهت الدراسة نحو فهم العلاقة بين مدى سهولة استخدام منصات التواصل الاجتماعي وفائدتها للمستخدمين أثناء متابعة الأخبار، وكذلك كيفية تأثير هذين العاملين على انطباعات المصداقية. اعتمد الباحثون على مجموعة متنوعة من مستخدمي هذه الشبكات من أعمار وخلفيات مختلفة، وذلك لتحليل الاختلافات في الآراء. وقد أشارت النتائج إلى أن سهولة الاستخدام والارتياح للمنصة يعززان الثقة في الأخبار المتداولة، بغض النظر عن مدى جودة المصدر.

دراسة Tsfati, Y. & Cappella, J. (2022)

دور سهولة الاسترجاع في مصداقية الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي

بحثت الدراسة في كيف يؤثر سهولة استرجاع المعلومات على ثقة المستخدمين في الأخبار. استخدم الباحثان مجموعة من البالغين الذين يتصفحون الإنترنت يوميًا لفحص تأثير قدرتهم على تذكر أو العثور على معلومات مشابهة على آرائهم. أظهرت النتائج أن الوصول السهل إلى المعلومات واسترجاعها يجعل المستخدمين أكثر استعدادًا للاعتقاد بأن الأخبار صحيحة، حتى وإن كانت تحتوي على أخطاء.

دراسة Pennycook, G. & Rand, D. (2022)

علم نفس الأخبار الكاذبة: فصل الحقيقة عن الخيال في العصر الرقمي

هدف هذا البحث إلى استكشاف الطرق العقلية التي تجعل الأفراد يصدقون المعلومات الخاطئة، خصوصًا عندما تُعرض بلغة يعرفونها. اعتمدت الدراسة على مجموعة مختارة عشوائيًا من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من البالغين، لقياس تفاعلاتهم مع نصوص حقيقية وأخرى مزورة. أظهرت النتائج أن الأخبار المقدمة بلغة واضحة ومعروفة تكون أكثر قدرة على الإقناع، مما يجعل الناس يقبلونها بسهولة.

دراسة منال عابدين (2022)

تأثير تصميم واجهات المواقع الإخبارية الإلكترونية على تفاعل الجمهور ومصداقية المحتوى: دراسة تطبيقية

درست هذه البحث تأثير تصميم واجهات المواقع الإخبارية على كيفية تفاعل وثقة المستخدمين بالمحتوى. استخدمت الباحثة مجموعة من الزوار النشطين لمواقع الأخبار الإلكترونية، لتحليل آرائهم حول الواجهات المختلفة. وأظهرت النتائج أن الواجهات الجذابة والسريعة وسهلة الاستخدام تزيد من ثقة المستخدمين ورغبتهم في التفاعل ومشاركة الأخبار.

دراسة فاطمة علي(2022)

مصادقية الأخبار المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالوعي المعلوماتي لدى المستخدمين

كانت غاية هذه الدراسة فحص العلاقة بين موثوقية الأخبار المنتشرة عبر منصات التواصل الاجتماعي ودرجة الوعي المعلوماتي لدى المستخدمين. تم تنفيذ البحث على مجموعة من مستخدمي الإعلام الاجتماعي الذين يمتلكون مستويات مختلفة من الوعي المعلوماتي، وذلك للتحقق من الفروق بينهم. وأوضحت النتائج أن الوعي المعلوماتي المرتفع يعزز قدرة المستخدمين على التفرقة بين الأخبار الصحيحة والأخبار المزيفة بدقة أكبر.

دراسة وليد السحيمي (2021)

تأثير سهولة الوصول للمعلومات في تشكيل تصورات المستهلكين للأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

بحثت هذه الدراسة كيف تؤثر سهولة الوصول إلى المعلومات على آراء المستخدمين حول الأخبار الكاذبة على وسائل التواصل الاجتماعي. استخدمت الدراسة مجموعة من نشطاء وسائل التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية، لدراسة وجهات نظرهم تجاه الأخبار المتداولة. وأشارت النتائج إلى أن سهولة الوصول والانتشار السريع يساعدان على تصديق الأخبار الزائفة، خاصة عندما تفتقر المعلومات إلى معايير واضحة للتحقق.

دراسة ريم السعيد (2021)

جودة تصميم واجهة المستخدم وتجربة المستخدم كعاملين مؤثرين على مصداقية الأخبار الرقمية

كانت الغاية من الدراسة هي فهم كيف تؤثر جودة تصميم واجهة المستخدم وتجربة التفاعل على كيفية إدراك الأفراد لمصادقية الأخبار الرقمية. استخدمت الباحثة مجموعة من مستخدمي التطبيقات والمواقع الإخبارية الرقمية لجمع وجهات نظرهم حول التصميم والتفاعل. وأظهرت النتائج أن التصميم الفعال وسهولة الاستخدام ووضوح النصوص تعمل على تعزيز ثقة المستخدمين بالمحتوى الإخباري.

دراسة Al-Rawi, A. & Al-Amri, M. (2021)

المحتوى الذي ينشئه المستخدمون والمصادقية المتصورة للأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي

دراسنا تناولت كيف يؤثر تيسير التفاعل مع المحتوى الذي يقدمه المستخدمون في تعزيز الثقة. وقد استندت إلى مجموعة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من العرب بمختلف أعمارهم، من أجل فحص أفكارهم حول التفاعل والموثوقية. بينت النتائج أن السهولة في النشر والمشاركة والإعجاب تعطي الأخبار نوعاً من الشرعية حتى وإن كانت غير دقيقة أو غير موثوقة.

دراسة Lim, J. & Lee, S. (2021)

تأثير سهولة استخدام تطبيقات الأخبار على الهاتف المحمول على ثقة المستخدم وإدراك المصداقية
قامت الدراسة بتحليل تجربة المستخدمين لتطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية وكيف تؤثر على ثقتهم. تضمن البحث مجموعة من مستخدمي هذه التطبيقات، بهدف معرفة تأثير تصميم الواجهة وسرعة الأداء. وأشارت النتائج إلى أن التطبيقات التي تتمتع بواجهات مرتبة وسرعة تحميل جيدة تزيد من رضا المستخدمين وتعزز ثقتهم بالمحتوى.

دراسة مروة الشريف (2020)

دور سهولة المشاركة والتفاعل في انتشار الأخبار وتأثير ذلك على تصور مصداقيتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي

تناولت الدراسة كيف تؤثر سهولة المشاركة والتفاعل على انتشار الأخبار الرقمية ومدى تأثير ذلك على رؤية الناس للمصداقية. تم إجراء البحث على مجموعة من الشباب النشطين على منصات فيسبوك وتويتر لدراسة كيف يؤثر الإعجاب والمشاركة في إعطاء الأخبار مصداقية غير مباشرة. وأظهرت النتائج أن سهولة التفاعل تعطي الأخبار درجة من الشرعية الاجتماعية حتى وإن كانت المعلومات غير صحيحة.

دراسة أيمن نوفل (2020)

علاقة سهولة استخدام تطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية بثقة المستخدمين في المحتوى الإخباري
استهدفت هذه الدراسة فحص العلاقة بين سهولة استخدام تطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية وثقة المستخدمين في المعلومات المقدمة. اعتمد الباحث على مجموعة من مستخدمي الهواتف الذكية الذين يستخدمون تطبيقات للأخبار، من أجل تحليل آراءهم حول تصميم هذه التطبيقات. وقد بينت النتائج أن التصميم السهل والاستخدام الواضح يزيد من رضا المستخدمين وثقتهم في الأخبار المعروضة.

دراسة سارة أحمد (2019)

تأثير سهولة فهم المحتوى الإخباري الرقمي على إدراك مصداقية الأخبار

بحثت هذه الدراسة في كيفية تأثير وضوح النصوص الإخبارية الرقمية على كيفية إدراك الناس لمصداقيتها. تم تنفيذ الدراسة على مجموعة من قراء الأخبار الرقمية من مستويات تعليمية متنوعة، من أجل جمع آرائهم حول استخدام اللغة وصياغة الأخبار. أظهرت النتائج أن النصوص المكتوبة بلغة سهلة ومباشرة تعتبر أكثر مصداقية لدى المستخدمين.

دراسة عبد الرحمن العثمان (2019)

أثر سهولة البحث والوصول للمعلومات عبر محركات البحث على تصورات المستخدمين لمصداقية الأخبار الرقمية

بحثت الدراسة في الرابط بين كيفية سهولة البحث عن الأخبار والوصول إليها بواسطة محركات البحث وتأثير ذلك على كيفية رؤية المستخدمين للمصداقية. استخدمت العينة من الأشخاص الذين يستخدمون محركات البحث بشكل منتظم لفهم طرقهم في مراجعة الأخبار. أظهرت النتائج أن السهولة في إيجاد مصادر متعددة تدعم الخبر تزيد من ثقة الناس في المحتوى.

دراسة Gebre, A. & Kim, M. (2019)

العلاقة بين سهولة استخدام مواقع الأخبار والمصداقية المتصورة للأخبار

أجرت الدراسة بحثاً حول كيفية ترتيب المواقع الإخبارية وسهولة استخدامها، وتأثير ذلك على مدى ثقة المستخدمين بها. وقد اشتملت الدراسة على مجموعة من الزوار النشطين للمواقع الإخبارية الإلكترونية لمتابعة سلوكيات تصفحهم وتقييماتهم. وأظهرت النتائج أن المواقع التي تتمتع بتصميم واضح وتنظيم جيد تساهم في زيادة الإحساس بالثقة.

دراسة هناء الزهراني (2018)

دور سهولة التصفح والتنقل داخل المواقع الإخبارية في تعزيز ثقة المستخدمين ومصداقية الأخبار

ركزت الدراسة على تقييم تأثير سهولة التنقل في المواقع الإخبارية على تعزيز ثقة المستخدمين. واستخدمت مجموعة من مستخدمي المواقع الإخبارية الرقمية بمختلف أعمارهم، لدراسة تجاربهم مع تصميم هذه المواقع. وأظهرت النتائج أن المواقع التي تتمتع بتصميم جيد وسهولة في التنقل تزيد من مستوى الثقة لدى المستخدمين.

دراسة نادية حلمي (2018)

تأثير سهولة الوصول إلى المصادر الأصلية للأخبار عبر الروابط التشعبية على إدراك مصداقيتها

تناولت الدراسة تأثير إمكانية الوصول إلى المصادر الأصلية للأخبار من خلال الروابط على مدى اعتبارها موثوقة. تم إجراء البحث على مجموعة من مستخدمي الإنترنت الذين يتابعون الأخبار بشكل منتظم، لقياس مدى تأثير توفر الروابط على تقييماتهم. وأظهرت النتائج أن وجود روابط تدعم المحتوى يزيد من ثقة المستخدمين ويعزز من الشفافية.

دراسة طارق عبد العظيم (2017) علاقة سهولة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسرعة انتشار الأخبار بتصورات المصداقية لدى الشباب

تناولت الدراسة العلاقة بين مدى سهولة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسرعة تداول الأخبار، بالإضافة إلى تأثير ذلك على مفاهيم المصداقية. شملت العينة مراقبين وشباباً نشطين في منصات التواصل الاجتماعي، حيث تم تحليل استجاباتهم تجاه الأخبار العاجلة. وأظهرت النتائج أن السرعة تؤدي إلى تقليل التدقيق، مما قد يجعل الأفراد يقبلون الأخبار أحياناً دون التحقق من صحتها.

دراسة Metzger, M. & Flanagin, A. (2017)

المصداقية والثقة في الاتصالات عبر الإنترنت

بحثت الدراسة في كيفية اعتماد الأفراد على الصفات الظاهرة، مثل الشكل والتصميم، عند تقدير مصداقية الأخبار الرقمية. استخدمت الدراسة مجموعة من مستخدمي الإنترنت من أعمار وخلفيات تعليمية متنوعة، لدراسة سلوكهم. وأظهرت النتائج أن الشكل الخارجي له تأثير كبير على الآراء، حتى بدون مراجعة المحتوى.

التعليق على الدراسات:

تشير الدراسات السابقة إلى أن راحة استخدام الأخبار الإلكترونية تؤثر بشكل كبير على طريقة تفكير الشباب بشأن مصداقية هذه الأخبار. وقد أظهرت معظم الأبحاث أن تصميمًا بسيطًا وسهولة في التصفح وسرعة الوصول للمعلومات تعزز شعور المستخدمين بالراحة، مما يدفعهم بشكل أكبر لتصديق المحتوى الذي يطلعون عليه. إذا كانت اللغة المستخدمة في الأخبار واضحة ومستقيمة، وكانت التطبيقات منظمة وسريعة الاستجابة، فإن هذا يخلق لديهم انطباعًا إيجابيًا عن المحتوى، حتى لو لم تكن المصادر دائمًا موثوقة.

علاوة على ذلك، أظهرت الأبحاث أن التفاعل مع الأخبار من خلال الإعجاب أو المشاركة أو التعليق يزيد من إحساس الشباب بصحة المعلومات فقط لأنها شائعة أو متداولة. في نفس الوقت، يساهم سهولة الوصول إلى الأخبار وحصولهم عليها بسرعة في تعزيز ثقتهم في المحتوى بمجرد أن يصبح في متناول أيديهم. بالإضافة إلى ذلك، كانت جودة الواجهات وسلاسة التجربة لها دور كبير في تشكيل ثقتهم بمحتوى الأخبار.

من جهة أخرى، أكدت بعض الدراسات أن هذه السهولة قد تحمل خطورة، حيث قد تؤدي إلى تصديق الأخبار بسرعة دون تحقق كافٍ، خاصة في ظل غياب الوعي المعلوماتي بين المستخدمين. كما أن هذه الدراسة لا تهدف فقط إلى تأكيد النتائج السابقة، بل لإضافة فهم أعمق وتجربة أكثر تفصيلاً حول تفاعل الشباب مع الأخبار الإلكترونية في عالمنا الحالي.

مشكلة الدراسة:

يطرح تزايد الاعتماد على الأخبار الرقمية من خلال الشبكات الاجتماعية العديد من المخاوف حول كيفية تأثير سهولة الوصول على ثقة الأفراد في صحة المعلومات، على الرغم من كل ما تم ذكره سابقاً. شهد عامي 2024 و 2025 تدفقاً كبيراً من المعلومات والأخبار من مصادر متعددة، حيث توجد مصادر موثوقة وأخرى يمكن التشكيك فيها. لذلك، يصبح من الضروري تحليل كيفية تأثير سهولة الوصول على ثقة المستخدمين، خصوصاً عندما يكون من الصعب أحياناً التمييز بين سهولة الحصول على المعلومات ومدى مصداقيتها.

من ناحية أخرى، أصبح بإمكان أي شخص نشر أو إعادة نشر الأخبار بسهولة دون التحقق من صحتها، مما أدى إلى انتشار واسع للأكاذيب والمعلومات المغلوطة. هذا الوضع يجعل من الصعب على الأفراد التمييز بين الأخبار الحقيقية والزائفة، خاصة عندما يتم عرضها بأسلوب جذاب وسهل الفهم. تشير العديد من الدراسات إلى أن التصميم البسيط وسهولة الوصول قد تعطي انطباعاً مضللاً حول الموثوقية، حتى وإن كانت الأخبار تفتقر إلى المعايير المهنية أو التحقيقات اللازمة.

لذا، تبرز أهمية هذه الدراسة التي تركز على الشباب في مدينة ملبورن، وخصوصاً الفئة العمرية ما بين 15 إلى 35 عاماً، بهدف فهم كيف يؤثر سهولة استخدام الأخبار الرقمية على آرائهم بشأن مصداقية الأخبار. ستعتمد هذه الدراسة على إجراء استبيانات ميدانية لجمع آراء وتجارب الشباب مع الأخبار الرقمية، وتحليل العوامل التي تحدد ثقتهم أو افتقارهم للثقة بالمعلومات التي يتلقونها من وسائل التواصل الاجتماعي.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد التحديات التي يواجهها الشباب عند محاولة تقييم مصداقية الأخبار، خصوصاً في ظل توافر كميات ضخمة من المعلومات بسهولة. كما تسعى لتقديم نصائح عملية للصحفيين ووسائل الإعلام لتحسين كيفية تقديم الأخبار عبر الإنترنت، مما يعزز ثقة المستخدمين بدلاً من الاعتماد فقط على سهولة الاستخدام كعنصر جذب رئيسي.

في النهاية، تهدف هذه الدراسة في فهم سلوكيات الشباب تجاه الأخبار الرقمية بشكل أعمق، وتوفير معلومات قيمة بشأن مصداقية الأخبار وسهولة الوصول إليها في عصر يزداد فيه تدفق المعلومات وتنوع مصادرها.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية النظرية

تتجلى أهمية هذه الدراسة من الجانب النظري في أنها تناقش موضوعاً حديثاً يرتبط بحياة الأفراد اليومية في عصر التكنولوجيا الرقمية. باتت وسائل التواصل الاجتماعي هي المصدر الرئيسي للأخبار، خاصة بين فئة الشباب. القيمة النظرية للبحث تتضح في استعراض العلاقة بين سهولة استخدام تطبيقات ومنصات الأخبار الرقمية وتأثير ذلك على كيفية إدراك الأفراد لموثوقية الأخبار التي تصل إليهم. تعزز هذه الدراسة المعرفة العلمية حول الطريقة التي يتفاعل بها المستخدمون مع الفضاء الرقمي، وتربط الأمور التقنية مثل التصميم، البساطة، وسرعة الوصول بالجوانب النفسية والاجتماعية المرتبطة بقرارات تصديق أو رفض الأخبار. لذا، توفر هذه الدراسة إضافة نظرية مهمة للمكتبة العربية في مجال الإعلام الرقمي وسلوك المستهلك الإعلامي.

ثانياً: الأهمية العلمية (العملية)

أما من حيث الجانب العلمي والتطبيقي، فتبرز أهمية البحث في إمكانية استخدام نتائجه لتحسين الممارسات الإعلامية وتصميم منصات الأخبار الإلكترونية. تساعد نتائج هذا البحث المؤسسات الإعلامية والمنصات الرقمية على إدراك سلوك الشباب واحتياجاتهم الحقيقية عند مواجهة الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي. هذا يعزز ابتكار استراتيجيات جديدة لجذب الجمهور وبناء مزيد من الشفافية والثقة. كما أن الباحثين وصناع القرار يمكنهم الاعتماد على نتائج هذه الدراسة لإطلاق سياسات أو حملات توعية تساعد الشباب على التعامل بحذر مع الأخبار الرقمية، مما يساهم في الحد من انتشار الشائعات وزيادة الوعي المعلوماتي في المجتمع.

أهداف الدراسة:

تركز هذه الدراسة على تحقيق مجموعة متنوعة من الأهداف المتعلقة بكيفية تأثير تبسيط استخدام منصات الأخبار الإلكترونية على آراء الشباب حول موثوقية المعلومات المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك خلال الفترة ما بين 2024 - 2025 في مدينة ملبورن:

1. دراسة العلاقة بين سهولة استخدام تلك المنصات الإلكترونية للأخبار، تصميمها وسرعة الوصول إلى المحتوى، وأيضاً كيف ينظر الشباب إلى مصداقية الأخبار التي يحصلون عليها عبر المنصات الاجتماعية. يسعى البحث لفهم كيفية تأثير عناصر مثل التصميم الجذاب وسهولة التصفح على ثقة المستخدمين في الأخبار المتاحة.

2. تسليط الضوء على كيفية تأثير التفاعل السلس مع الأخبار من خلال ميزات مثل الإعجابات، المشاركات، والتعليقات على بناء أو تدمير الثقة في الأخبار المعروضة على هذه المنصات. سيتم البحث في كيفية تساهم بها هذه الميزات التفاعلية في تعزيز أو تقليل مصداقية الأخبار من منظور الشباب.

3. تقديم توصيات عملية لتحسين كيفية عرض الأخبار الإلكترونية، مما يعزز من الشفافية والمصداقية في أعين الجمهور. يهدف البحث إلى الحصول على أفكار تساعد وكالات الإعلام والمنصات الرقمية في تحسين كيفية تقديم الأخبار لتلبية احتياجات الشباب.

4. فهم وجهة نظر الشباب وتفاعلهم مع الأخبار الإلكترونية، بهدف تعزيز موثوقية المحتوى وتقديمه بما يتوافق مع العصر الرقمي.

تساؤلات الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف مجموعة من الأسئلة التي تتعلق بتجربة الشباب مع الأخبار الإلكترونية على وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة في ظل الأحداث السريعة في عامي 2024-2025 في مدينة ملبورن:

1. ما العوامل التي تجعل شريحة من الشباب تقبل بعض الأخبار على الفور بينما تتردد في تصديق أخبار أخرى؟
2. كيف تسهم سهولة تصميم المواقع وسرعة التصفح في تشكيل آرائهم حول موثوقية الأخبار؟
3. لماذا يعتبر البعض أن الأخبار التي تحقق شعبية مذهلة صحيحة فقط بناءً على عدد الإعجابات والمشاركات المرتفعة؟
4. ما هو الأثر الذي تلعبه الخوارزميات في تحديد الأخبار التي تظهر لهم؟
5. في أي ظروف يقوم الشباب بالتحقق من صحة الأخبار قبل تصديقها، ومتى يميلون إلى قبول ما يرونه بلا تحقق؟
6. ما هي العوامل النفسية أو التقنية التي تؤدي إلى زيادة ثقتهم بالمحتوى أو الشك فيه؟
7. إلى أي حد يسهم استخدام المواقع المبسطة للأخبار في تعزيز ثقة الشباب بالمعلومات التي يحصلون عليها؟

نموذج الدراسة:

يرتكز هذا البحث على نموذج تحليلي يدرس العلاقة بين سهولة استخدام الأخبار الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي (كعامل مستقل) وآراء الشباب حول مصداقية هذه الأخبار (كعامل تابع). يعتمد النموذج على فكرة رئيسية تقول إن بساطة التفاعل مع الأخبار الإلكترونية، سواء من خلال تصميمها السهل، وسرعة التصفح، أو سهولة المشاركة، تلعب دورًا كبيرًا في تكوين آراء الشباب حول صحة الأخبار وموثوقيتها.

المتغير المستقل: سهولة استخدام منصات الأخبار الرقمية

المتغيرات الوسيطة/المعدلة:

- مستوى الوعي المعلوماتي
- الخلفية الثقافية والاجتماعية
- ظروف الأحداث (أزمات/نزاعات)
- خبرة المستخدم
- خوارزميات عرض الأخبار

المتغير التابع: مصداقية الأخبار كما يدركها الشباب

يتضمن النموذج عدة جوانب تتعلق بسهولة الاستخدام، مثل:

- سلاسة التنقل بين الأخبار والمصادر
- جاذبية التصميم وسهولة قراءة المحتوى
- سهولة التفاعل مع المادة من خلال الإعجاب أو التعليقات أو إعادة النشر
- سرعة الحصول على الأخبار الجديدة

تُقاس آراء المصداقية من خلال اعتماد الشباب على صحة الأخبار، وتقديرهم لمصداقية المصدر، ومدى شعورهم بالشفافية والدقة وغياب التحيز أو المعلومات المضللة في المحتوى. يأخذ الإطار بعين الاعتبار عوامل قد تؤثر على هذه الصلة، مثل مستوى الوعي المعلوماتي لدى الشباب وقدرتهم على التحقق من المصادر، بالإضافة إلى خلفياتهم الثقافية والاجتماعية التي تؤثر على كيفية فهمهم للأخبار، وظروف الأحداث نفسها، خصوصًا خلال الأزمات أو النزاعات عندما تزداد وتيرة تدفق المعلومات وتتغير معايير التقييم. يشير الإطار إلى أن سهولة الاستخدام قد تجعل المستخدمين يشعرون بالراحة الذهنية، وهو ما قد يعتبر في بعض الأحيان بمثابة دليل على المصداقية، خاصة في بيئة رقمية تتسم بالتغير السريع.

فروض الدراسة:

1. أرى أن هناك علاقة إيجابية تربط بين سهولة استخدام منصات الأخبار الرقمية على وسائل التواصل الاجتماعي وثقة الشباب في المعلومات التي يطلعون عليها. كلما كانت هذه المنصات سهلة وبسيطة، زادت ثقتهم في المحتوى المتاح.
2. من المتوقع أن يساهم التصميم البسيط والمرئي للمواقع وسرعة الوصول للأخبار في شعور الشباب بالراحة، مما يجعلهم أكثر ميلاً لتصديق الأخبار بسهولة، حتى وإن لم يتحققوا منها بدقة.
3. ألاحظ أن ردود الفعل السريعة تجاه المعلومات، مثل الإعجاب والمشاركة والتعليق، تمنح الشباب انطباعاً بأن هذه الأخبار صحيحة لمجرد أنها تحظى بشعبية واهتمام.
4. أعتبر أن الشباب الذين يمتلكون وعياً معلوماتياً قوياً بإمكانهم التمييز بين الأخبار الحقيقية والزائفة بطريقة أفضل، رغم أن المنصات سهلة وسريعة الاستخدام.
5. أعتقد أن سرعة تداول الأخبار وسهولة الوصول إليها أثناء الأزمات أحياناً تؤدي إلى تصديق الشباب لها دون التأكد من صحتها بسبب ضغط الأحداث وغزارة المعلومات المتاحة.
6. يبدو أن العوامل الاجتماعية والثقافية، إضافة إلى الخوارزميات التي تحدد عرض الأخبار على المنصات، تلعب دوراً في تشكيل ثقة الشباب بالمعلومات، سواء من خلال تعزيزها أو تقليلها.
7. أخيراً، قد تؤدي قدرة الشباب على استرجاع الأخبار والوصول إليها بسهولة عبر المنصات إلى شعورهم بأنها موثوقة فقط بسبب توافرها السريع، حتى لو لم تكن دقيقة أو مؤكدة.

المنطلقات النظرية للدراسة:

يستند هذا البحث إلى مجموعة من الأفكار النظرية التي تساهم في فهم كيفية تفاعل الشباب مع الأخبار على منصات التواصل الاجتماعي، خصوصاً خلال عامي 2024 و2025 في مدينة ملبورن.

إحدى الأفكار الأساسية التي تنطلق منها الدراسة هي أن سهولة استخدام التطبيقات والمواقع الإلكترونية تؤثر بشكل كبير على تشكيل آراء المستخدمين حول المحتوى الذي يتعرضون له. في هذه الحالة، يُعتبر التصميم السهل وسرعة الوصول إلى الأخبار كعوامل تعزز شعور المستخدمين بالراحة والثقة، حتى قبل الاطلاع على تفاصيل الخبر نفسه.

وعلى الجانب الآخر، تثير الدراسة تساؤلات حول مفهوم المصداقية الإعلامية، حيث تعتبرها ليست مجرد تقييم لجودة الأخبار، بل هي عملية إدراك معقدة تتأثر بسرعة نشر الأخبار وتكرارها وكيفية تقديمها. في عالم رقمي حيث تتداخل الأخبار الصحيحة مع الشائعات، يصبح إدراك المستخدم لمدى المصداقية مسألة تتغير باستمرار مع كل تجربة رقمية جديدة يخوضها.

كما تستند الدراسة إلى الأبحاث التي تناولت انتشار المعلومات الخاطئة عبر الإنترنت، خصوصاً في بيئة تعتمد على المشاركة السريعة والتفاعل الفوري. هذه البيئة الرقمية، المدعومة بخوارزميات معقدة، تخلق فرصاً كبيرة لنشر الأخبار المغلوطة، حيث يمكن أن تكون سرعة التفاعل أكثر أهمية من دقة المعلومات.

كذلك، تعتمد الدراسة على تحليل الأبحاث السابقة بشأن كيفية تأثير واجهات الاستخدام الرقمية على تقييم الأخبار. فكلما كانت تجربة تصفح الأخبار أكثر سهولة وجاذبية، زادت احتمالية أن يمنح المستخدم ثقته في المحتوى، حتى لو لم يكن هناك تحقق فعلي حول مصدره أو دقته.

من خلال هذه الأسس، تسعى الدراسة إلى وضع إطار نظري مرن يتكيف مع التغيرات السريعة في عادات استهلاك الأخبار الرقمية، مع الأخذ بعين الاعتبار تداخل التكنولوجيا والإدراك الفردي والتأثيرات الاجتماعية، لفهم كيف تشكل نظرة الشباب نحو مصداقية الأخبار في عصر الإعلام الرقمي المتسارع.

الإجراءات المنهجية للبحث

المنهجية وطرق البحث:

سيتم الاعتماد على منهج التحليل الوصفي؛ حيث أن هذا المنهج يساهم في دراسة الظواهر الاجتماعية في سياقاتها الطبيعية ويساعد في إدراك الروابط بين العناصر المختلفة. ستركز هذه الدراسة على مجموعة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 35 عامًا، والذين يقيمون في مدينة ملبورن ويستخدمون منصات التواصل الاجتماعي بشكل متكرر.

سأستخدم الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات وتفهم آراء وسلوك المشاركين بشأن الأخبار عبر الإنترنت. على عينة من من فئة الشباب تتراوح بين 75 إلى 100 شاب من مختلف الجنسيات العربية المقيمة في مدينة ملبورن بحيث تشمل طلاب الجامعات والشباب العاملين من المجتمع العربي، لضمان تمثيل جيد للفئة المستهدفة.

بعد الانتهاء من جمع المعلومات، سأقوم بتحليلها بالاستعانة بأساليب إحصائية كمية، لأكشف العلاقة بين سهولة استخدام منصات الأخبار الإلكترونية وكيف ينظر الشباب إلى جدارة المحتوى. من خلال هذا المنهج، أسعى لدمج الدقة العلمية مع التطبيق العملي، مما سيزيد من موثوقية النتائج وأهميتها لفهم سلوك الشباب تجاه الأخبار الرقمية.

مصادر جمع البيانات:

1- سأقوم بتصميم استبيان إلكتروني يتضمن مجموعة من الأسئلة المغلقة حيث يتم صياغة هذه الأسئلة بعناية لتناسب العينة المستهدفة، سوف استهدف الشباب المتواجدة في مجموعات التواصل الاجتماعي مثل مجموعات الواتساب و مجموعات مدارس تعلم اللغة. ولتعكس مدى سهولة استخدام الفضاء الرقمي وكيف ينظر الشباب إلى مصداقية المحتوى الذي يتعرضون له. سأحرص على كتابة الأسئلة بشكل سلس ومباشر باللغتين العربية والإنجليزية لتعكس واقع الاستخدام اليومي.

2- سأجري مراجعة شاملة للدراسات والأبحاث السابقة التي تناولت مواضيع مشابهة لمجال دراستي. الهدف من ذلك هو تعزيز القاعدة النظرية وربط النتائج بسياق معرفي أوسع، مما يضيف مزيداً من العمق للتحليل.

3- سأستند إلى الملاحظات التي سأجمعها أثناء تنفيذ الاستبيان. سأركز على كيفية تفاعل المشاركين مع الأخبار على المنصات الرقمية، وسأراقب سلوكهم الفعلي بعيداً عن الافتراضات النظرية. هذا التنوع في أساليب جمع البيانات يعزز الدراسة ويظهر التزامي بتقديم رؤية متوازنة وواقعية للظاهرة التي أستكشفها.

أدوات الدراسة:

تتضمن هذه الدراسة مجموعة متنوعة من الأدوات التي تم اختيارها بعناية لتناسب مع طبيعة الأسئلة المطروحة وخصوصيات الفئة المستهدفة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 35 عاماً لتغطية العينة المستهدفة.

الأداة الرئيسية ستكون استبياناً إلكترونياً مصمماً ليكون سهل الفهم وسهل الإجابة عليه بدق، سوف اتجه الى مواقع و مجموعات الشباب التي هي الهدف الاساسي لهذه الدراسة لكي يكونوا العينة التي سوف يم استناد نتائج الدراسة عليها.

لإضافة طابع أكثر واقعية على النتائج، سأقوم بتدوين ملاحظات ميدانية خلال إجراء الاستبيانات، حيث سأتابع تفاعل المشاركين مع الأخبار الرقمية في سياق حياتهم اليومية. هذا التنوع في الأدوات سيعزز قدرتي على جمع بيانات غنية ومتنوعة، مما يعكس رغبتني في تقديم دراسة شاملة وواقعية عن سلوك الشباب في الفضاء الرقمي.

حدود الدراسة:

تدور أحداث هذه الدراسة خلال الفترة بين عام 2024 وعام 2025، وهي فترة تشهد تغييرات سريعة في مجال الإعلام الرقمي تؤثر على أسلوب استهلاك الشباب للأخبار الإلكترونية وتفاعلهم معها. مع تزايد المشاكل العالمية وكثرة الأحداث قررت التركيز على مدينة ملبورن كنموذج يعكس واقع الشباب في المدن الكبرى .

اخترت فئة من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 35 عامًا، مما يعني أن التحليل سيركز على تجارب هذا الجيل الرقمي الحالي، ولا يعني ذلك أن النتائج قابلة للتطبيق على جميع الفئات العمرية الأخرى. كما أوليت اهتمامًا خاصًا للأخبار المتاحة على منصات التواصل الاجتماعي، متجنبًا الحديث عن المحتوى الذي تقدمه وسائل الإعلام التقليدية أو القنوات التلفزيونية، بهدف التأكد من أن البحث يركز على البيئة الرقمية الحالية.

سيتم إجراء الاستبيان على عينة تتراوح بين 75 إلى 100 شاب وشابة من مختلف الجنسيات العربية المتواجدة في مدينة ملبورن من خلال شبكات التواصل الاجتماعي. من الممكن أن يواجه البحث بعض التحديات بسبب اختلاف مستوى وعي المشاركين وفهمهم للأسئلة المطروحة. هذه القيود لا تقلل من قيمة الدراسة، بل توفر إطارًا واضحًا لفهم النتائج وتأويلها ضمن سياقها الواقعي والتطبيقي، بما يتماشى مع طبيعة البحث الأكاديمي.

منهجية الدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى منهج وصفي وتحليلي، حيث ألاحظ الظواهر كما تتجلى في الفضاء الرقمي، الذي يمثل محور البحث. وهدفه هو استكشاف الصلة بين درجة سهولة الاستخدام وكيفية تقييم موثوقية المعلومات. عند التعامل مع البيانات، سأستخدم تقنيات إحصائية للجزء الكمي، مع الاستفادة من التحليل النوعي المتعلق بالأسئلة المفتوحة والملاحظات الميدانية. يهدف هذا الدمج بين الطريقتين إلى تحقيق فهم شامل وعميق للظاهرة التي أستخدمها، مما يساهم في تقديم رؤية متكاملة.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة بحثًا ميدانيًا، حيث تركز بشكل أساسي على القيام بتحقيق مباشر في الحقيقة. الهدف الرئيسي منها هو التعرف على آراء وسلوكيات الشبان في حياتهم اليومية. ولتحقيق هذه الغاية، تعتمد الدراسة على مجموعة من الأساليب الكمية والنوعية لجمع البيانات وتحليلها، مما يساهم في استكشاف الموضوع من منظورات متنوعة ومتداخلة.

زمن ومكان الدراسة:

تستعرض هذه الدراسة الفترة الزمنية بين 2024 و 2025، وتنفذ فعليًا في مدينة ملبورن الأسترالية.

الغرض من الدراسة هو فحص العالم الرقمي الديناميكي في هذه المدينة، والذي يعكس تجارب الشباب في المجتمعات الحضرية المعاصرة، حيث تشهد هذه البيئة تدفقاً سريعاً للبيانات وتفاعلات رقمية.

عرض وتحليل البيانات

تمهيد:

في هذه المرحلة سوف يتم عرض النتائج التي توصلنا إليها بهذه الدراسة بناءً على تحليل النتائج التي توصلنا إليها من خلال الاستبيان الإلكتروني.

أولاً: وصف عينة الدراسة:

تم استناد البحث على عينة من فئة الشباب العربي المقيم في مدينة ملبورن الاسترالية وذلك لتحليل مدى تفائلهم مع الاخبار في عام 2024-2025 ومدى وثوقهم بها.

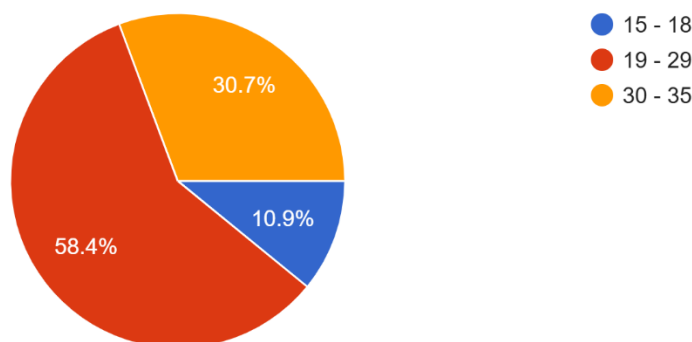
1. وصف العينة وفقاً لمتغير العمر:

وفقاً لعدد العينة المكون من 101 شخص فقد كانت نسبة الاشخاص الذين تتراوح اعمارهم بين 15-18 هي 10.9% بينما الاشخاص الذين تتراوح اعمارهم بين 19-29 هي 58.4%، وان نسبة الاشخاص الذين تتراوح اعمارهم بين 30-35 عام هي 30.7%.

الفئة العمرية	النسبة %	العدد
15 - 18	7.9%	8
19 - 29	55.4%	56
30 - 35	36.6%	37

ملاحظة: أغلب المشاركين (55.4%) ضمن الفئة 19-29 سنة.

جدول رقم (1)



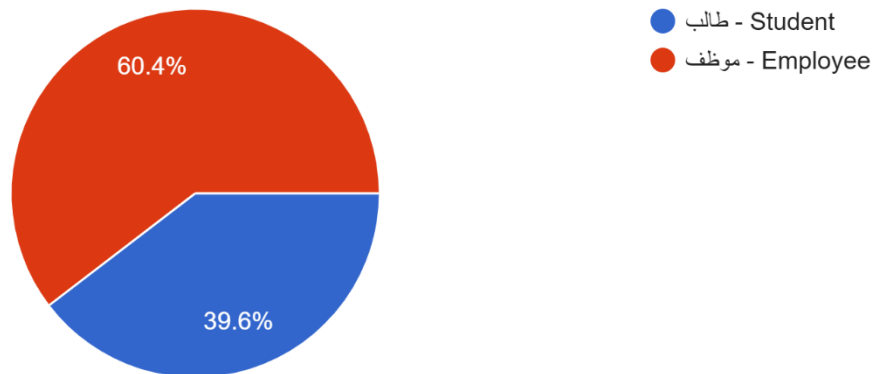
2. وصف العينة بالنسبة للحالة الوظيفية:

بالاستناد الى الدراسة تبين ان نسبة العينة من الموظفين هل الاعلى فقد كانت 60.4% بينما عينة الطلاب كانت 39.6% خلال هذه الدراسة

المهنة	النسبة %	العدد
طالب	39.6%	41
موظف	60.4%	60
المجموع	100%	101

ملاحظة: غالبية العينة من الموظفين.

جدول رقم (2)



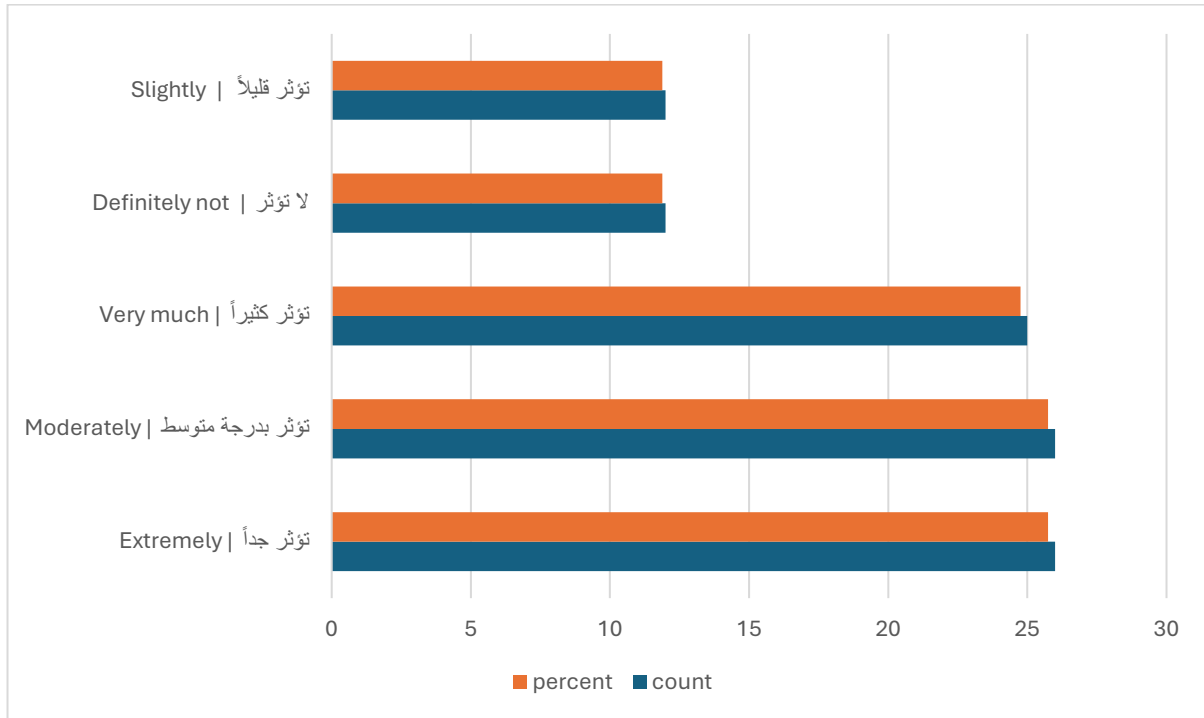
ثانياً: الإجابة على تساؤلات الدراسة

ما مدى تأثير بساطة تصميم الموقع وسهولة التصفح على رأيك في موثوقية الأخبار؟

كانت الارقام الاحصائية في الاستبيان لهذا السؤال هي 25.7% تؤثر جداً بينما 24.8% هي تؤثر كثيراً, كما ان 25.7% هي نسبة الاشخاص الذين اختاروا "تؤثر بدرجة متوسطة", ايضاً فان الاشخاص الذين قالو بانها تؤثر قليلاً كانت نسبتهم بحدود 11.9% اما الاشخاص الذين كانت اجابتهم بلا تؤثر هي 7.9%.

العدد	النسبة %	درجة التأثير
8	7.9%	لا تؤثر
6	11.9%	تؤثر قليلاً
23	25.7%	تؤثر بدرجة متوسطة
29	24.8%	تؤثر كثيراً
35	25.7%	تؤثر جداً
101	100%	المجموع
ملاحظة: نحو 63% يرون أن التأثير كبير أو جداً كبير.		

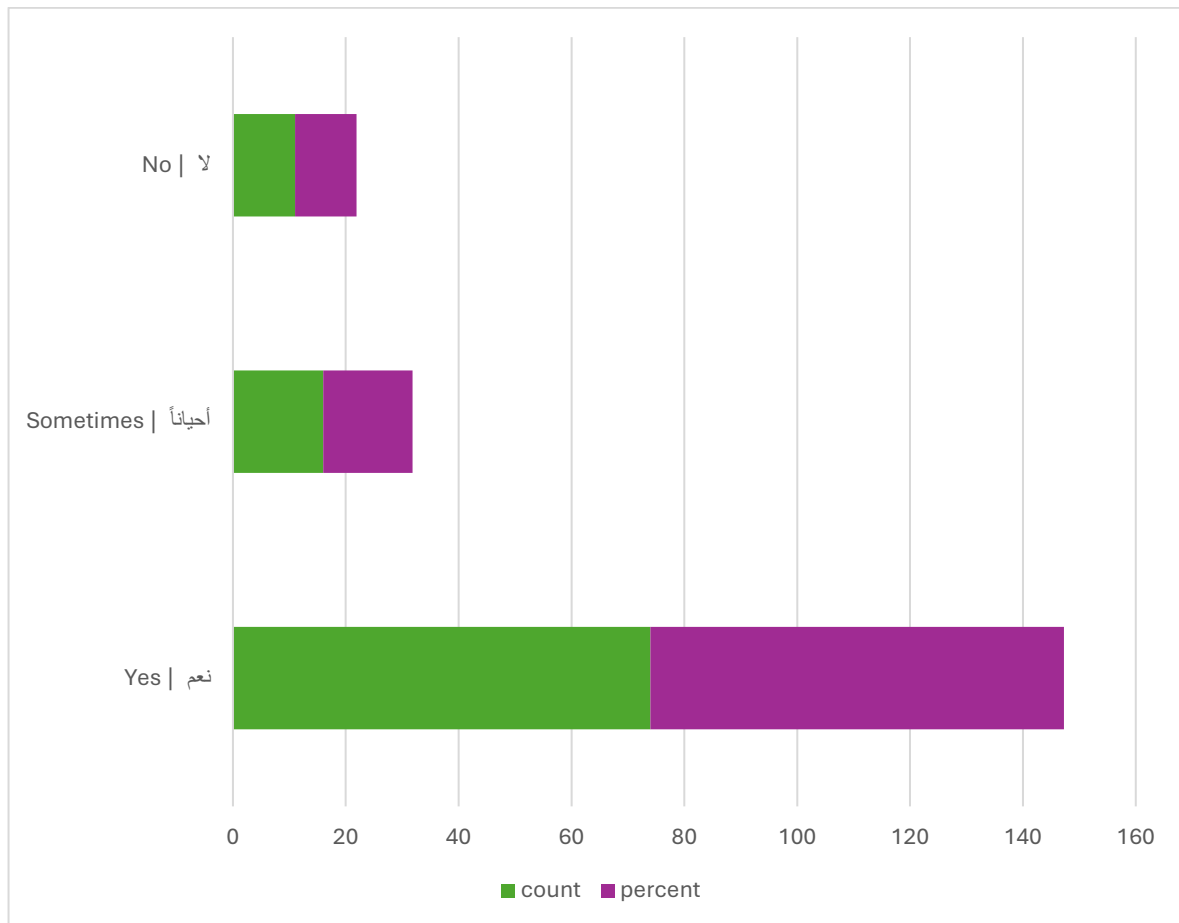
جدول رقم (3)



هل تظن أن المواقع التي تفتح بسرعة وتظهر بشكل مرتب تزيد من ثقتك في المحتوى الموجود؟
تشير الدراسة الى ان 78.2% هي نسبة الاجابة "بنعم" من قبل المشاركين و 6.9% هي نسبة الاجابة
ب "لا" بينما 14.9% كانت نسبة الاجابة باحياناً

الاجابة	النسبة %	العدد
نعم	78.2%	79
لا	6.9%	7
أحياناً	14.9%	15
المجموع	100%	101
ملاحظة: الغالبية (78.2%) يثقون بالمواقع السريعة والمرتببة.		

جدول رقم (4)



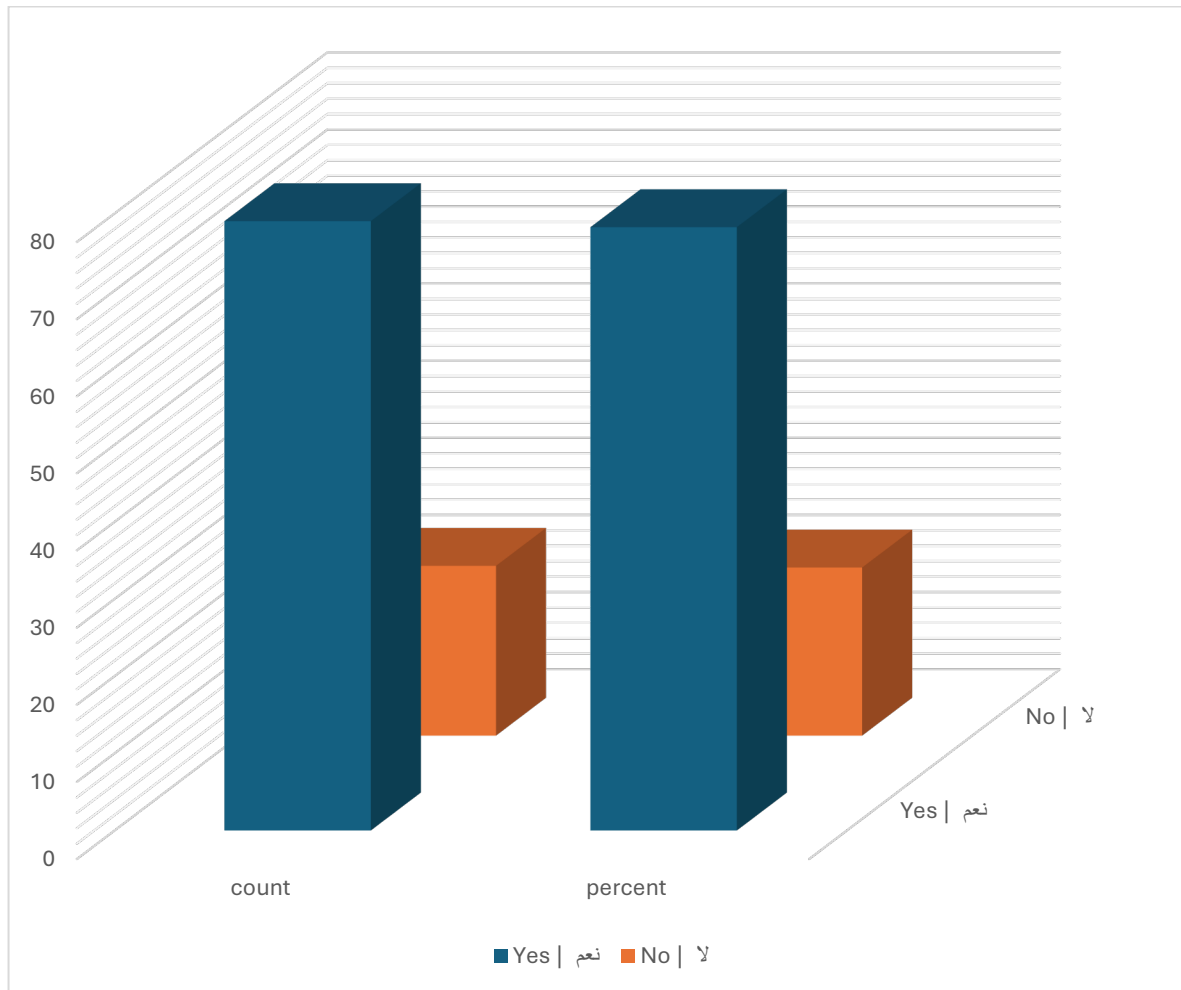
هل تفضل أن تطلع على الأخبار من خلال التطبيقات والمواقع التي يسهل استخدامها بدلاً من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

تشير الأرقام إلى أن 21.8% من العينة لا تفضل أن تطلع على الأخبار من خلال التطبيقات والمواقع بينما 78.2% تفضل أن تطلع على الأخبار من خلال التطبيقات والمواقع.

الإجابة	النسبة %	العدد
نعم	78.2%	72
لا	21.8%	29
المجموع	100%	101

ملاحظة 78%: يفضلون التطبيقات السهلة.

جدول رقم (5)

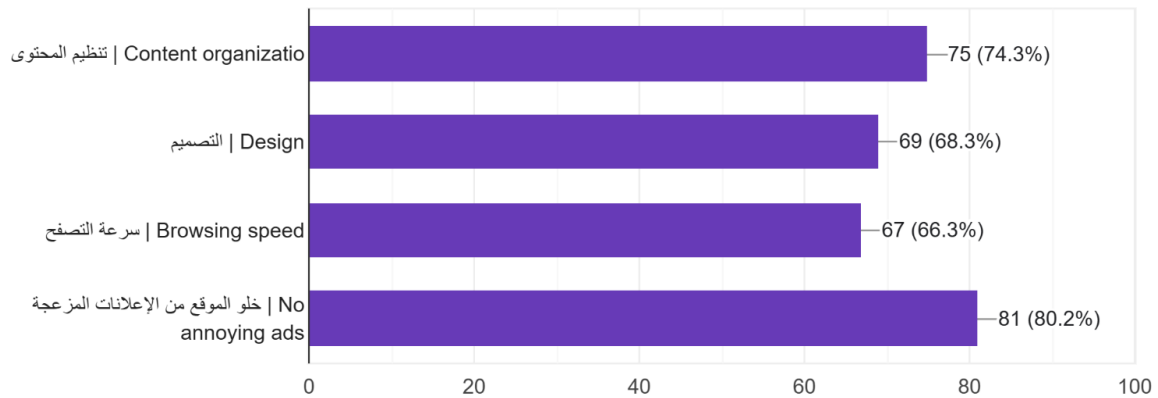


ما هي عناصر التصميم التي تثير اهتمامك لمتابعة الأخبار من موقع معين؟

الارقام متقاربة بالنسبة لاختيار عينة الجمهور المستهدف فان نسبة تنظيم المحتوى كانت 74.3% , بينما 68.3% مستندة على التصميم المرئي, كما ان 66.3% تقول بان سرعة التصفح تثير اهتمامهم بالمواقع الاخبارية, ولكن النسبة الاكبر من المشتركين هي 80.2% كان لخلو المواقع من الإعلانات الغير مرغوبة.

العنصر	النسبة %	العدد
تنظيم المحتوى	74.3%	75
الألوان والخطوط	68.3%	69
سرعة التصفح	66.3%	67
خلو الموقع من الإعلانات	80.2%	81
ملاحظة: أكثر عناصر الجذب هي خلو الموقع من الإعلانات.		

جدول رقم (6)



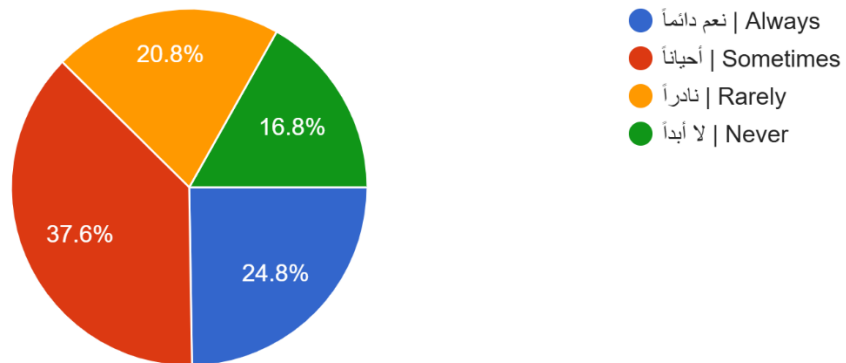
هل تظن أن عدد الإعجابات أو المشاركات على الخبر يمكن أن يكون دليلاً كافياً على صحته؟

كان العدد الكبير من الإعجابات أو المشاركات على خبر معين يعد دليلاً كافياً على حقيقته. النتائج بينت أن 24.8% من المشاركين أجابوا بـ"دائماً"، مما يعني أنهم يعتبرون أن ارتفاع عدد الإعجابات أو المشاركات غالباً يشير إلى مصداقية الخبر. بينما النسبة الأعلى، وهي 37.6%، اختارت "أحياناً"، وهو ما يدل على أنهم يرون أن هذا المؤشر قد يكون صحيحاً في بعض الأحيان فقط. من جهة أخرى، 20.8% أجابوا بـ"نادرًا"، مما يشير إلى أنهم نادراً ما يعتقدون أن انتشار الخبر يعني أنه صحيح، في حين أن 16.8% كانوا رافضين تماماً للاعتماد على الإعجابات أو المشاركات كدليل على المصداقية باختيارهم "لا أبداً".

الإجابة	النسبة %	العدد
نعم دائماً	24.8%	25
أحياناً	37.6%	38
نادرًا	20.8%	21
لا أبداً	16.8%	17
المجموع	100%	101

ملاحظة: أكثر الإجابات كانت "أحياناً" بنسبة 37.6%.

جدول رقم (7)

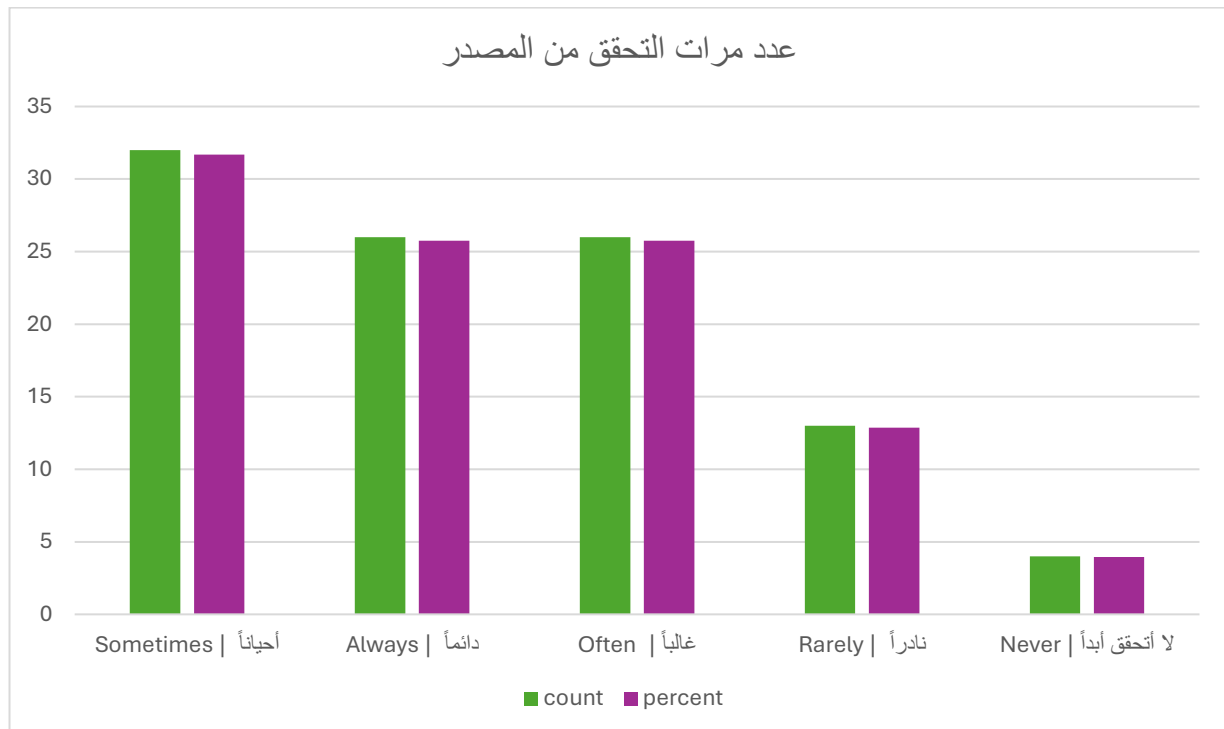


كم مرة تتحقق من مصدر الخبر قبل تصديقه؟

النتائج توضح أن 25.7% من الذين شملهم الاستطلاع أفادوا بأنهم يتحققون من المصدر "دائماً"، بينما أجاب 25.7% آخرون أنهم يفعلون ذلك "غالباً". وفي المقابل، النسبة الأكبر وهي 31.7% قالوا إنهم يتحققون "أحياناً" فقط. وقد اعترف 12.9% من المشاركين بأنهم "نادراً" ما يتحققون، بينما اختار 4% منهم عبارة "لا أتتحقق أبداً".

العدد	النسبة %	الإجابة
26	25.7%	دائماً
26	25.7%	غالباً
32	31.7%	أحياناً
13	12.9%	نادراً
4	4.0%	لا أتتحقق أبداً
101	100%	المجموع
ملاحظة 51.4%: يتحققون دائماً أو غالباً.		

جدول رقم (8)



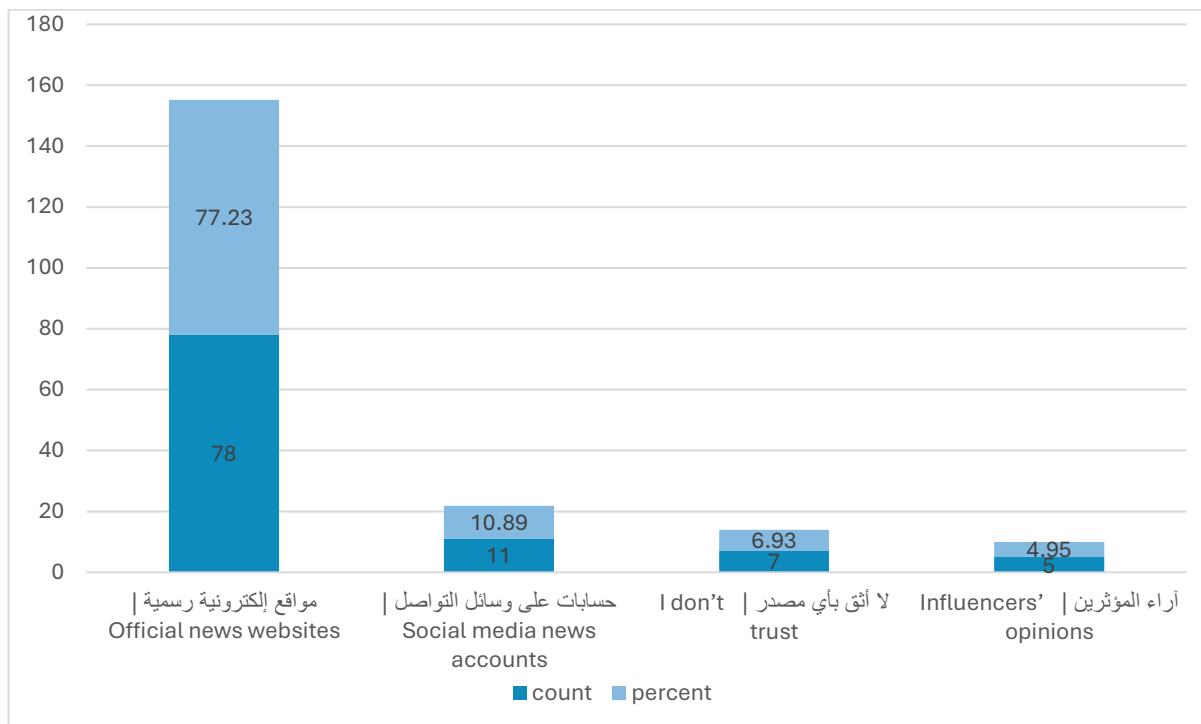
ما المنصة الإخبارية التي تثق بها أكثر؟

تشير النسبة الأكبر، والبالغة 77.2%، إلى أن المواقع الإلكترونية الرسمية تُعد الأكثر موثوقية. في المقابل، يرى 10.9% من المشاركين أن حسابات وسائل التواصل الاجتماعي هي منصاتهم الإخبارية المفضلة، بينما يتجه 5% من العينة إلى آراء المؤثرين للحصول على الأخبار الموثوقة. أما نسبة 6.9%، فهي تمثل الأشخاص الذين لا يثقون بأي منصة إخبارية.

المنصة	النسبة %	العدد
مواقع إخبارية رسمية	77.2%	77
حسابات على التواصل	10.9%	11
آراء المؤثرين	5%	6
لا أثق بأي مصدر	6.9%	7
المجموع	100%	101

ملاحظة: الأغلبية الكبرى تثق بالمواقع الرسمية.

جدول رقم (9)



كم مرة تستخدم الإنترنت لمتابعة الأخبار يومياً؟

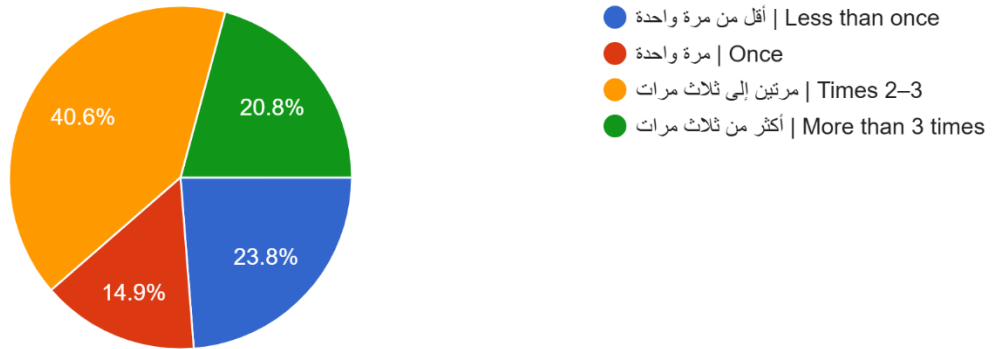
23.8% من المشاركين قالوا إنهم يتابعون الأخبار عبر الإنترنت أقل من مرة واحدة يومياً. بينما

14.9% ذكروا أنهم يتابعون الأخبار مرة واحدة يومياً فقط. كما كانت النسبة الأكبر لمن يتابعون الأخبار من مرتين إلى ثلاث مرات يومياً، حيث بلغت 40.6%، كما أن 20.8% أشاروا إلى أنهم يتابعون الأخبار عبر الإنترنت أكثر من ثلاث مرات يومياً.

الاستخدام	النسبة %	العدد
أقل من مرة واحدة	23.8%	16
مرة واحدة	14.9%	13
مرتين إلى ثلاث مرات	40.6%	41
أكثر من ثلاث مرات	20.8%	31
المجموع	100%	101

ملاحظة: 71.3% يتابعون الأخبار مرتين أو أكثر يومياً..

جدول رقم (10)



ما هي الأسباب التي تدفعك للشك أو الرفض تجاه خبر معين على الرغم من شيوعه؟

أظهرت إجابات المشاركين من عينة الى تنوعاً في الاجابات، حيث ركز العديد من الأشخاص على نقص الثقة أو غياب المصادقية. كذلك من مصادر غير معروفة أو من جهات لها سجل في نشر معلومات مضللة أو سوابق اخبارية غير صحيحة، وكذلك نقص البيانات والأدلة التي تدعم الخبر. ونوه الكثيرون إلى أن العناوين التي تحتوي على مبالغة أو تحتوي على لغة عاطفية أو مثيرة للجدل تمثل سبباً واضحاً للشك.

السبب الأكثر تكراراً	النسبة التقريبية
غياب المصدر الموثوق	~35%
صياغة مثيرة أو عنوان مبالغ	~25%
تضارب مع حقائق مثبتة	~15%
تكرار من نفس المنصة أو تشابه المحتوى	~10%
أسباب أخرى متنوعة	~15%
ملاحظة: أكثر الأسباب شيوعاً هو غياب المصدر الموثوق.	

جدول رقم (11)

كيف تلاحظ تأثير خوارزميات منصات التواصل في تكرار نوع محدد من الأخبار؟

وفقاً لعدد كبير من الأشخاص الذين شاركوا بهذه الدراسة فإن هناك نقصاً في تنوع المحتوى وتكرار الاخبار بمواقع اخبارية مختلفة مما يجعله يبدو أكثر شيوعاً مما هو عليه في الحقيقة. كما ان لاحظ بعض المشتركين الى أن هذه العملية قد تساعد على انتشار الأخبار المضللة أو الكاذبة، بسبب إعادة نشرها بشكل متكرر وفي مواقع وصفحات مختلفة.

الملاحظة	النسبة التقريبية
تكرار نفس نوع المحتوى	~60%
تحديد المواضيع حسب التفاعل	~25%
تأثير محدود أو لا يوجد	~15%
ملاحظة: أغلب المشاركين لاحظوا تكرار نفس نوع الأخبار.	

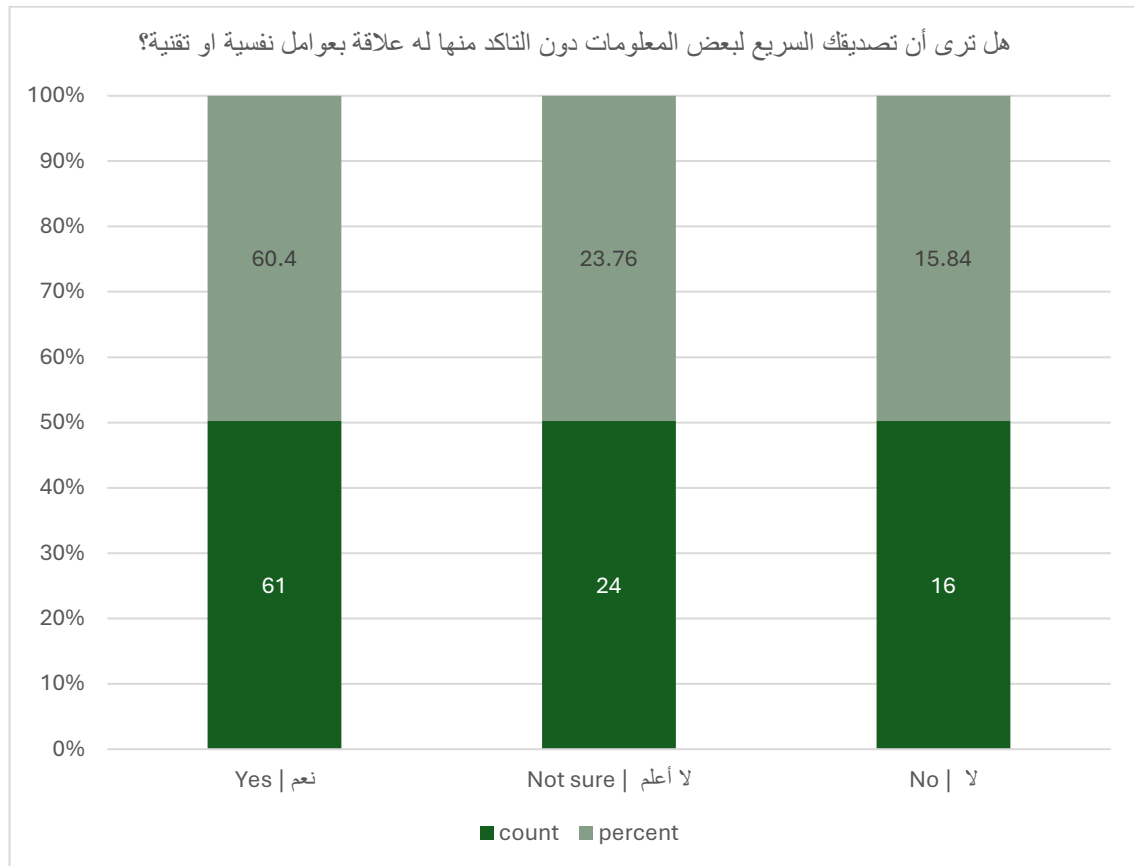
جدول رقم (12)

هل ترى أن تصديقك السريع لبعض المعلومات دون التأكد منها له علاقة بعوامل نفسية أو تقنية؟

تشير الدراسة الى ان 60.4% من المشاركين اجابوا "بنعم" حيث يرون بان التصديق السريع للاخبار له علاقة بعوامل نفسية, كما ان 23.8% اجابوا "لا اعلم", في الطرف الاخر اجاب 15.8% بالنفي و القول "لا" فانهم لا يعتقدون بان تصديق الاخبار بسرعة له علاقة بعوامل نفسية او تقنية.

الإجابة	النسبة %	العدد
نعم	60.4%	74
لا	15.8%	16
لا أعلم	23.8%	11
المجموع	100%	101
ملاحظة: ثلاثة أرباع المشاركين يرون وجود علاقة.		

جدول رقم (13)



هل شعرت يوماً بفقدان الثقة في وسيلة إعلامية ؟

أظهرت ردود المشاركين أن هناك نسبة كبيرة فقدت ثقتها في وسائل الإعلام. أوضح بعضهم أن السبب يعود إلى تكرار نشر أخبار غير صحيحة. كما أن أشار آخرون إلى أن عدم الثقة قد يكون دائماً أو يحدث في بعض الأحيان، بينما عبر عدد أقل عن أنهم لم يشعروا أبداً بفقدان الثقة بوسائل الإعلام.

العدد	النسبة %	الإجابة
84	83.2%	نعم
17	16.8%	لا
101	100%	المجموع

ملاحظة: نسبة كبيرة فقدت الثقة بوسيلة إعلامية.

جدول رقم (14)

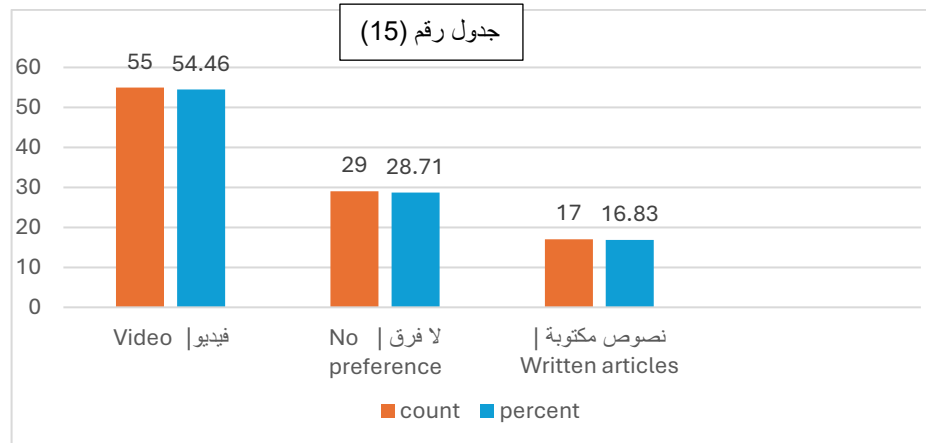
هل تفضل قراءة النصوص المكتوبة أم مشاهدة الأخبار على شكل فيديو؟

تشير النسبة الأكبر من المشتركين الذين يفضلون مشاهدة الأخبار على شكل فيديو أكثر من النصوص المكتوبة دليل على أن الإنسان أصبح يميل إلى السرعة والاعتماد على الحصول على المعلومات السريعة حيث كانت نسبة الإحصاء تشير إلى 54.5% من المشتركين يفضلون الفيديوهات الاخبارية، بينما 16.8% يفضلون الاخبار النصية أكثر، كما أن 28.7% يرون بأن لا فرق لديهم بكل أنواع الاخبار.

العدد	النسبة %	التفضيل
63	62.4%	فيديو
24	23.8%	نصوص مكتوبة
14	13.9%	لا فرق
101	100%	المجموع

ملاحظة: الفيديو هو الوسيلة المفضلة لغالبية المشاركين.

جدول رقم (15)



ملخص النتائج:

كانت نتائج الدراسة الناتجة من الاستبيان لعينة تضم 101 فرد، تظهر ما يلي:

بالنسبة للخصائص الديموغرافية فقد اظهرت بان أكثر الفئات العمرية تواجدًا هي من 19 إلى 29 عامًا بنسبة 55.4%، تليها الفئة من 30 إلى 35 عامًا بنسبة 36.6%.

كما انه يمثل الموظفون غالبية العينة بنسبة 60.4% مقابل 39.6% من الطلاب.

كمت ان التأثير البصري للتصميم على القارئ اظهر ان حوالي 63% يرون أن بساطة التصميم وسهولة التصفح لها تأثير كبير أو عالٍ على موثوقية الأخبار. وان

78.2% لديهم ثقة أكبر في المواقع التي تفتح بسرعة وتظهر بشكل منظم.

ايضاً اظهرت النتائج بان 79.2% يفضلون التطبيقات والمواقع سهلة الاستخدام بدلاً من وسائل التواصل الاجتماعي لشعورهم بأمان المعلومات. كذلك بان خلو الموقع من الإعلانات (80.2%)، يليه تنظيم المحتوى (74.4%) لهم تفضيل اكبر في الموثوقية لدى العينة.

من جهة اخرى فان أكثر من ثلث المشاركين (37.6%) يرون أن عدد الإعجابات أو المشاركات يعتبر "أحياناً" دليلاً على المصداقية.

كما انه تشير الارقام الى ان 51.4% من المشتركين بالاستبيان يتحققون من مصدر الخبر دائماً أو في معظم الأحيان قبل أن يصدقوه. وان 77.2% يثقون بالمواقع الإخبارية أكثر من أي منصة أخرى مثل الصفحات الشخصية أو مصادر المؤثرين.

60.4% يرون أن التصديق السريع للأخبار يرتبط بعوامل نفسية أو تقنية.

ولكن فان نسبة 83.2% فقدوا الثقة في وسيلة إعلامية في وقت ما غالباً بسبب تكرار الأخبار المغلوطة. اكثرية العية كانت تفضل مشاهدة الاخبار كفيديوهات اكثر من قراءتها

على الطرف الاخر فان أكثر من 60% لاحظوا تكرار نفس نوعية الأخبار بسبب خوارزميات منصات التواصل، كان مؤشر في انتشار المعلومات المضللة.

خاتمة:

في نهاية هذه الدراسة الميدانية التي هدفت إلى فهم كيفية تأثير سهولة الوصول إلى الأخبار الإلكترونية على تصور الشباب العربي لمصداقيتها في العالم الرقمي في مدينة ملبورن - استراليا، يمكن الاستنتاج أن النتائج توضح أن التغيير الكبير في طرق استهلاك الأخبار لم يكن مجرد صدفة، وإنما نتيجة مباشرة للخصائص التكنولوجية والجمالية التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي. لقد أكدت الدراسة أن الوصول السهل، وبساطة التصميم، وسرعة التصفح ليست ميزات تقنية فحسب، بل تساعد على تشكيل آراء الشباب حول مصداقية المحتوى الإخباري بشكل كبير كما انها تلعب دور في تفاعل المشاركين مع الاخبار.

ايضاً اظهرت النتائج النتائج أن سهولة الاستخدام يمكن أن تكون "سلاحاً ذا حدين"؛ فهي من جهة تساعد الشباب في الحصول على المعلومات وتبقيهم على معرفة بالأحداث السريعة، لكنها من جهة أخرى تخلق بيئة قد تقل فيها دقة مراجعة المعلومات في المحتوى ومصادره. يركز البعض على عدد الإعجابات والمشاركات، مما قد يخلق انطباعاً زائفاً بالشرعية والموثوقية من خلال تفاعلات وهمية او غير حقيقة لاجبار غير موثوقة.

كذلك ان للدراسة اسهامات من الجانب النظري و العملي, فمن الناحية النظرية تعمق الفهم للعلاقة المعقدة بين الجوانب التقنية والإدراك البشري للشباب في عصر الرقمنة، وتضيف لمكتبة الدراسات العربية بحثاً ميدانياً يربط بين سهولة الاستخدام وسلوك المستهلك الإعلامي. من الناحية العملية، توفر النتائج آراء قيمة لصانعي المحتوى والمهتمين بالإعلام، مما يساعد على وضع استراتيجيات تعزز الشفافية والمصداقية، بدلاً من الاعتماد فقط على الميزات التقنية لجذب الجمهور.

يمكن القول ايضاً بان فهم كيفية تفاعل الشباب مع الأخبار الرقمية ليس أمراً مهماً فقط للبحث العلمي، بل أصبح ضرورة في وقتنا الراهن. على الرغم من أن هذه الدراسة قد ركزت على شريحة عمرية وثقافة محددة وفي مدينة ملبورن بالتحديد، إلا أن النتائج تتضح بها تحديات شائعة تتعلق بمدى الوعي الإعلامي والتحقق من المعلومات. لذا، نوصي بأهمية تنظيم حملات توعية مستمرة لمساعدة الشباب على أن يكونوا مستهلكين أكثر وعياً ونقداً للأخبار بالخاص في زمن تكثر فيه المعلومات وتضعف الرقابة عليها.

التوصيات:

اثبتت الاحصائيات التي شملت 101 عينة في المجتمع الاسترالي من الجالية العربية كيفية تفاعل الشباب مع الأخبار الرقمية ومدى اعتمادهم على مصادر متعددة. ووجد أن معظم المشاركين تتراوح أعمارهم بين 19 و29 سنة، كما تشكل فئة الموظفين النسبة الأكبر مقارنة بالطلاب. وكشفت المعلومات أن تصميم المواقع من الوان و نوع الخط وسهولة التنقل تلعبان دوراً مهماً في تعزيز الثقة بالمحتوى، حيث أكد حوالي ثلثي المشاركين أن هذه العناصر تؤثر بشكل كبير أو كبير جداً، بينما أشار أكثر من 78% إلى أن المواقع السريعة والمنظمة تعزز ثقتهم بالمعلومات المنشورة.

كذلك كان واضحاً الميل للاعتماد على التطبيقات والمواقع الملائمة أكثر من المؤثرين أو الصفحات الشخصية للأخبار. أيضاً كانت المواقع الخالية من الإعلانات غير المرغوبة في المقدمة، تلتها السرعة في التصفح وتنظيم المحتوى والتصميم الجذاب. ومع ذلك، لم يكن عدد الإعجابات أو المشاركات مؤشراً موثقاً بالنسبة للكثيرين، حيث اختار معظمهم الإجابة "أحياناً".

فيما يتعلق بالتحقق من الأخبار، اعترف حوالي نصف المشاركين بأنهم يقومون بذلك دائماً أو في كثير من الأحيان، بينما اعتمدت الغالبية على المواقع الإخبارية الرسمية كمصدر موثوق. كما أظهرت النتائج أن أكثر من 70% من المشاركين يتابعون الأخبار عبر الإنترنت مرتين أو أكثر يومياً، وأن غياب المصادر الموثوقة هو السبب الرئيسي للشك في الأخبار.

استناداً لهذه النتائج، يمكن اقتراح مجموعة من التدابير والتوصيات لتعزيز الثقة في الإعلام الرقمي بالاخص لفئة الشباب:

- ينبغي التركيز على الشفافية من خلال عرض المصادر وأسماء المحررين وتواريخ التحديث اي المصادر الاخبار والناشرين، مع توفير ملخصات واضحة للأخبار، وتوظيف محتوى تفاعلي لتحسين التواصل مع الجمهور.
- يجب وضع علامات موثوقة للمصادر الموثوقة، وتعديل الخوارزميات لتأخذ في الاعتبار الجودة، وتفعيل أدوات لتنبيه المستخدمين حول الأخبار المضللة.
- كذلك ينبغي دمج التربية الإعلامية في المناهج التعليمية او انشاء جيل أكثر معرفة بعالم الاعلام، وتعليم الشباب مهارات التحقق والتفكير النقدي، بالإضافة إلى تشجيع الحوار الأسري بشأن المحتوى الرقمي المستهلك و البناء للمجتمع.
- بهذه الطريقة، تعكس الدراسة ليس فقط تفضيلات الشباب في كيفية تعاملهم مع الأخبار، بل تقدم أيضاً خريطة طريق قد تساهم في خلق بيئة إعلامية رقمية أكثر موثوقية ووعياً لجيل عربي جديد.

المراجع العربية:

- معهد الجزيرة للإعلام. (2022). من أين يحصل المراهقون على الأخبار؟
- معهد الجزيرة للإعلام. (2024). نظرة على تقرير رويترز للأخبار الرقمية 2024 .
- وكالة الأنباء السعودية (واس). (2024). تقرير/ مصادر معلومات الشباب في فضاءات الإعلام الرقمي .
- أحمد، سارة محمود .(2019). تأثير سهولة فهم المحتوى الإخباري الرقمي على إدراك مصداقية الأخبار.
- الراجحي، عبد الرحمن محمد .(2023). أثر الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية في تشكيل تصورات الشباب لمصداقية المعلومات في المملكة العربية السعودية.
- الزهراني، هناء علي .(2018). دور سهولة التصفح والتنقل داخل المواقع الإخبارية في تعزيز ثقة المستخدمين ومصداقية الأخبار.
- الزقلاط، هبة، ويوسف، فادي عبد السلام .(2023). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل تصورات المستخدمين لمصداقية الأخبار: دراسة ميدانية.
- السحيمي، وليد محمد .(2021). تأثير سهولة الوصول للمعلومات في تشكيل تصورات المستهلكين للأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- السعيد، ريم عبد اللطيف .(2021). جودة تصميم واجهة المستخدم وتجربة المستخدم كعاملين مؤثرين على مصداقية الأخبار الرقمية.
- الشريف، مروة محمد .(2020). دور سهولة المشاركة والتفاعل في انتشار الأخبار وتأثير ذلك على تصور مصداقيتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- عابدين، منال .(2022). تأثير تصميم واجهات المواقع الإخبارية الإلكترونية على تفاعل الجمهور ومصداقية المحتوى: دراسة تطبيقية.
- عبد العظيم، طارق أحمد .(2017). علاقة سهولة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسرعة انتشار الأخبار بتصورات المصداقية لدى الشباب.
- العثمان، عبد الرحمن بن عبد العزيز .(2019). أثر سهولة البحث والوصول للمعلومات عبر محركات البحث على تصورات المستخدمين لمصداقية الأخبار الرقمية.
- علي، فاطمة الزهراء .(2022). مصداقية الأخبار المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالوعي المعلوماتي لدى المستخدمين.
- حلمي، نادية أحمد .(2018). تأثير سهولة الوصول إلى المصادر الأصلية للأخبار عبر الروابط التشعبية على إدراك مصداقيتها.
- نوفل، أيمن عبد العليم .(2020). علاقة سهولة استخدام تطبيقات الأخبار على الهواتف الذكية بثقة المستخدمين في المحتوى الإخباري.
- (2024). Transparency News. جيل الذكاء الاصطناعي... كيف يتغير مصدر أخبار الشباب؟
- مركز الشباب العربي. (2023). تقرير "الإعلام الجديد" خلال الكونغرس .

المراجع الأجنبية:

- Al-Rawi, A., & Al-Amri, M. M. (2021). User-Generated Content and Perceived Credibility of News on Social Media: A Study of Arab Users.
- Gebre, A. A., & Kim, M. S. (2019). The Relationship between News Website Usability and Perceived Credibility of News.
- Lim, J. S., & Lee, S. (2021). The Impact of Mobile News Application Usability on User Trust and Credibility Perceptions.
- Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2017). Credibility and Trust in Online Communications.
- Metzger, M. J., Haimson, O. L., & Chen, J. (2023). Perceived Ease of Use and Usefulness of Social Media Platforms as Predictors of News Credibility Judgments.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2022). The Psychology of Fake News: Separating Fact from Fiction in a Digital Age.
- Tandoc, E. C., Zheng, Y., & Li, R. Y. (2023). The Effect of Processing Fluency on Perceived News Credibility: A Social Media Experiment.
- Tsfat, Y., & Cappella, J. N. (2022). The Role of Ease of Retrieval in Perceived News Credibility on Social Media.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). Digital News Report 2024. University of Oxford.
- University of Canberra. (2025). Digital News Report: Australia 2025. News & Media Research Centre.
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024).
- Reuters Institute for the Study of Journalism. (2024). Australia: Digital News Report 2024.