



جامعة ميدأوشن

كلية الإعلام والتسويق

بكالوريوس الإعلام الرقمي

الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي وتأثيرها على مصداقية وسائل الإعلام
دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي

إعداد: روان صالح النزيان

Academic ID: 222001244

إشراف: د. توفيق عمري

2026



Middle Ocean University

College of Media and Marketing

Bachelor of Digital Media

Fake News in Digital Media and Its Impact on the Credibility of

Media Outlets:

A Field Study on a Sample of Social Media Users

Prepared by:

Rawan Saleh Al-Nazyan

Academic ID: 222001244

Supervised by:

Dr. Tawfiq Umari

2026

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم، والحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه.
أهدي ثمرة جهدي وتخرجي إلى من كان لهم الفضل بعد الله في دعمي ومساندتي طوال مسيرتي...
إلى والدي العزيز، الذي كان سندي وفخري، وغرس في داخلي حب الطموح والسعي.
إلى والدتي الغالية، التي كانت دعواتها ترافقني في كل خطوة، وكانت سبباً في تجاوزي لكل الصعوبات.
إلى إخوتي وعائلتي الكريمة، الذين كانوا دائماً مصدر قوة ودعم.
إلى صديقاتي وكل من وقف إلى جانبي وساعدني في الوصول إلى هذه المرحلة.
وأخيراً... إلى نفسي التي صبرت واجتهدت حتى وصلت.

روان

شكر وتقدير

الحمد لله أولاً وآخرًا على توفيقه في إتمام هذا العمل، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد عليه أفضل الصلاة والسلام.

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل الدكتور توفيق عمري على إشرافه وتوجيهاته القيمة، ودعمه المستمر الذي كان له الأثر الكبير في إنجاز هذا البحث.

كما أتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الموقرة لتفضلهم بقبول مناقشة هذه الدراسة.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر لكل من ساهم في دعمي ومساندتي خلال مسيرتي الدراسية.

ملخص

تناولت هذه الدراسة ظاهرة الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي وتأثيرها على مصداقية وسائل الإعلام، حيث هدفت إلى التعرف على أسباب انتشار الأخبار الزائفة ومدى تأثيرها على ثقة الجمهور بالمصادر الإعلامية. كما سعت إلى قياس مستوى وعي الأفراد بطرق التحقق من الأخبار في ظل الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من الأفراد، بهدف تحليل آرائهم واتجاهاتهم نحو الأخبار الزائفة وتأثيرها.

وأظهرت النتائج أن الأخبار الزائفة تنتشر بشكل واسع عبر الإعلام الرقمي، وأن لها تأثيرًا سلبيًا واضحًا على مصداقية وسائل الإعلام، حيث أدت إلى انخفاض مستوى الثقة لدى الجمهور. كما بينت النتائج وجود تفاوت في مستوى وعي الأفراد بطرق التحقق من الأخبار.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الوعي الإعلامي لدى الجمهور، والاعتماد على المصادر الموثوقة، والتأكد من صحة الأخبار قبل نشرها، إلى جانب تفعيل دور الجهات المختصة في مكافحة الأخبار الزائفة.

الكلمات المفتاحية:

الأخبار الزائفة، الإعلام الرقمي، مصداقية وسائل الإعلام، وسائل التواصل الاجتماعي، التحقق من المعلومات

Abstract

This study examined the phenomenon of fake news in digital media and its impact on the credibility of media institutions. It aimed to identify the causes of the spread of fake news and its effect on public trust in media sources. The study also sought to measure individuals' awareness of methods for verifying news in light of the widespread use of social media.

The study adopted the descriptive analytical approach and used a questionnaire as the main tool for data collection from a sample of individuals, in order to analyze their opinions and attitudes toward fake news and its impact.

The results showed that fake news spreads widely through digital media and has a clear negative impact on the credibility of media institutions, leading to a decline in the level of public trust. The findings also revealed differences in individuals' awareness of methods for verifying news.

The study recommended enhancing media literacy among the public, relying on credible sources, and verifying information before sharing it, in addition to strengthening the role of relevant authorities in combating fake news.

Keywords:

Fake News, Digital Media, Media Credibility, Social Media, Information Verification

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
1	الغلاف
2	الإهداء
3	الشكر والتقدير
4	الملخص
5	Abstract
6	الفصل الأول: الإطار المنهجي
6	المقدمة
7	إشكالية الدراسة
8	تساؤلات الدراسة
9	أهداف الدراسة
10	أهمية الدراسة
11	أسباب اختيار الموضوع
12	مفاهيم ومصطلحات الدراسة
18 – 13	الدراسات السابقة
19	المقاربة النظرية
20	منهج الدراسة
21	عينة الدراسة
22	أداة الدراسة
23	الفصل الثاني: الإطار النظري
23	مقدمة
24	مفهوم الأخبار الزائفة
25	أسباب انتشار الأخبار الزائفة
26	تأثير الأخبار الزائفة على المصداقية
27	دور وسائل الإعلام في مواجهة الأخبار الزائفة
28	طرق التحقق من الأخبار
29	الفصل الثالث: عرض وتحليل نتائج الاستبيان
29	مقدمة
30	الخصائص الديموغرافية
34 – 31	تحليل نتائج الاستبيان
35	مناقشة النتائج

36	التوصيات
37	النتائج العامة للدراسة
38	الخاتمة
39	المراجع
40	الملاحق

مقدمة

شهد العالم في السنوات الأخيرة تطورًا كبيرًا في وسائل الإعلام، خاصة مع انتشار الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي التي أصبحت المصدر الأساسي للأخبار لدى الكثير من الأفراد. وقد ساهم هذا التطور في تسهيل الوصول إلى المعلومات ونشرها بسرعة كبيرة، إلا أنه في المقابل أدى إلى ظهور تحديات جديدة، من أبرزها انتشار الأخبار الزائفة.

تُعد الأخبار الزائفة من الظواهر التي باتت تؤثر بشكل واضح على وعي الجمهور، حيث يتم تداول معلومات غير دقيقة أو مضللة بشكل واسع، مما يجعل من الصعب على الأفراد التمييز بين الأخبار الصحيحة والزائفة. كما أن سرعة انتشار هذه الأخبار عبر المنصات الرقمية تزيد من خطورتها وتأثيرها على الرأي العام.

وقد انعكس انتشار الأخبار الزائفة بشكل مباشر على مصداقية وسائل الإعلام، حيث أصبح الجمهور أكثر حذرًا وتشكيكًا في المحتوى الإخباري، حتى الصادر من مصادر موثوقة. وهذا ما يشكل تحديًا كبيرًا أمام المؤسسات الإعلامية في الحفاظ على ثقة الجمهور.

ومن هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على ظاهرة الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي، من خلال التعرف على أسباب انتشارها، وقياس مدى تأثيرها على مصداقية وسائل الإعلام، إضافة إلى معرفة مستوى وعي الأفراد بطرق التحقق من الأخبار.

تتكون هذه الدراسة من ثلاثة فصول، وهي كالتالي:

• الفصل الأول: الإطار المنهجي

يتناول هذا الفصل إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وأهدافها وأهميتها، إضافة إلى أسباب اختيار الموضوع، ومفاهيم ومصطلحات الدراسة، والدراسات السابقة، والمقاربة النظرية، إلى جانب الإجراءات المنهجية المتمثلة في منهج الدراسة وعينتها وأداة جمع البيانات.

• الفصل الثاني: الإطار النظري

يتناول هذا الفصل الجوانب النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة، حيث يتم التطرق إلى مفهوم الأخبار الزائفة، وأسباب انتشارها، وتأثيرها على مصداقية وسائل الإعلام.

• الفصل الثالث: عرض وتحليل نتائج الاستبيان

يتضمن هذا الفصل تحليل بيانات الاستبيان، وعرض النتائج العامة للدراسة، بالإضافة إلى التوصيات.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة

1- موضوع الدراسة وإشكالياتها:

1-1 الإشكالية:

في ظل التطور السريع الذي يشهده الإعلام الرقمي، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي المصدر الأساسي للأخبار لدى شريحة واسعة من الجمهور، لما توفره من سرعة في نقل المعلومات وسهولة في الوصول إليها. إلا أن هذا التطور صاحبه انتشار ملحوظ للأخبار الزائفة، التي يتم تداولها بشكل واسع دون التحقق من صحتها، مما أدى إلى بروز مشكلة تؤثر بشكل مباشر على مصداقية وسائل الإعلام.

وتكمن خطورة هذه الظاهرة في قدرتها على التأثير في الرأي العام، وتشكيل تصورات غير دقيقة لدى الأفراد، خاصة في ظل غياب الوعي الكافي بطرق التحقق من الأخبار، وسهولة إعادة نشرها عبر المنصات الرقمية. كما أن الانتشار الكبير لهذه الأخبار أدى إلى تراجع مستوى الثقة في وسائل الإعلام، حتى تلك التي تتمتع بمصداقية عالية.

ومن هنا تبرز إشكالية هذه الدراسة في محاولة فهم طبيعة انتشار الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي، والتعرف على أسبابها، ومدى تأثيرها على مصداقية وسائل الإعلام، إضافة إلى قياس مستوى وعي الأفراد بطرق التحقق من الأخبار.

وانطلاقاً من ذلك، يمكن صياغة التساؤل الرئيسي للدراسة كما يلي:
ما تأثير الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي على مصداقية وسائل الإعلام؟

2-1 تساؤلات الدراسة

- ما مدى انتشار الأخبار الزائفة في وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما الأسباب التي تؤدي إلى انتشار الأخبار الزائفة؟
- ما تأثير الأخبار الزائفة على مصداقية وسائل الإعلام؟
- ما مستوى وعي الأفراد بطرق التحقق من الأخبار؟

3-1 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على أسباب انتشار الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي.
- قياس مدى تأثير الأخبار الزائفة على مصداقية وسائل الإعلام.
- التعرف على مستوى وعي الأفراد بطرق التحقق من الأخبار.
- تحليل اتجاهات الأفراد نحو الأخبار الزائفة.

4-1 أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله، حيث تُعد ظاهرة الأخبار الزائفة من أبرز التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي في العصر الحديث، لما لها من تأثيرات سلبية على وعي الجمهور ومصداقية وسائل الإعلام. كما تسهم هذه الدراسة في تقديم فهم أعمق لهذه الظاهرة، مما يساعد في وضع حلول مناسبة للحد من انتشارها.

5-1 أسباب اختيار الموضوع

تعود أسباب اختيار هذا الموضوع إلى مجموعة من الدوافع، من أهمها:

- الانتشار الواسع للأخبار الزائفة في وسائل التواصل الاجتماعي.
- تأثير الأخبار الزائفة على الرأي العام ومصداقية وسائل الإعلام.
- أهمية دراسة هذه الظاهرة في ظل التطور الرقمي المتسارع.
- الرغبة في التعرف على مستوى وعي الأفراد بطرق التحقق من الأخبار.

6-1 مفاهيم ومصطلحات الدراسة

- **الأخبار الزائفة:** هي الأخبار أو المعلومات غير الصحيحة أو المضللة التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام الرقمية أو منصات التواصل الاجتماعي، بهدف التأثير على الرأي العام أو تحقيق أهداف معينة.1
- **الإعلام الرقمي:** هو استخدام الوسائل الرقمية، مثل الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، في إنتاج ونشر وتبادل المعلومات والأخبار.2

Digital Journalism. .*Defining fake news*. (2018) .R ,Z., & Ling ,E., Lim , Tandoc1

Oxford University Press. .*An introduction :New media* .(2014) .T , Flew2

▫ **مصداقية وسائل الإعلام:** هي مدى ثقة الجمهور بالمحتوى الإعلامي، ومدى اعتماده عليه كمصدر موثوق للمعلومات.3

7-1 الدراسات السابقة

الدراسة الأولى (أجنبية):

هدفت دراسة (Allcott & Gentzkow, 2017) إلى تحليل انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة خلال الانتخابات الأمريكية، والتعرف على تأثيرها على الرأي العام. واعتمدت الدراسة على التحليل الكمي للبيانات، وتوصلت إلى أن الأخبار الزائفة تنتشر بسرعة كبيرة وتؤثر بشكل ملحوظ على اتجاهات الأفراد. وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في فهم آليات انتشار الأخبار الزائفة وتأثيرها على الجمهور.4

الدراسة الثانية (أجنبية):

هدفت دراسة (Pennycook & Rand, 2019) إلى التعرف على قدرة الأفراد على التمييز بين الأخبار الصحيحة والزائفة، ومدى تأثير التفكير التحليلي في ذلك. واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وتوصلت إلى أن الأفراد الذين يمتلكون مهارات تفكير نقدي أعلى يكونون أكثر قدرة على التمييز بين

Journalism .*Measuring the concept of credibility* .(1986) .K ,C., & McGrath , Gaziano3
Quarterly.

.*Social media and fake news in the 2016 election* .(2017) .M ,H., & Gentzkow , Allcott4
211-236. ,(31(2 , Journal of Economic Perspectives

الأخبار الصحيحة والزائفة. وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في فهم مستوى وعي الأفراد بطرق التحقق من الأخبار.5

الدراسة الثالثة(أجنبية):

تناولت دراسة (Tandoc et al., 2018) مفهوم الأخبار الزائفة، وهدفت إلى تحديد أنواعها وأشكالها المختلفة. واعتمدت الدراسة على التحليل النظري، وتوصلت إلى أن الأخبار الزائفة تتنوع بين معلومات مضللة وأخبار مفبركة، وتنتشر بشكل واسع عبر وسائل الإعلام الرقمية. وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في توضيح مفهوم الأخبار الزائفة.6

الدراسة الرابعة(أجنبية):

هدفت دراسة (Vosoughi et al., 2018) إلى تحليل انتشار الأخبار الصحيحة والزائفة عبر منصة تويتر، من خلال دراسة كيفية انتشارها بين المستخدمين. واعتمدت الدراسة على تحليل بيانات ضخمة، وتوصلت إلى أن الأخبار الزائفة تنتشر بشكل أسرع وأوسع من الأخبار الصحيحة. وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في تفسير سرعة انتشار الأخبار الزائفة في وسائل التواصل الاجتماعي.7

الدراسة الخامسة(أجنبية):

تناولت دراسة (Lazer et al., 2018) ظاهرة الأخبار الزائفة في البيئة الرقمية، وهدفت إلى توضيح تأثيرها على المجتمعات والنظام الإعلامي. واعتمدت الدراسة على التحليل العلمي، وتوصلت إلى أن

Susceptibility to partisan fake news :not biased ,Lazy.(2019) .D ,G., & Rand , Pennycook5
39– ,188 ,Cognition .*is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning*
50.

6Tandoc , Lim , E., Ling , Z., & R. (2018). "Defining "fake news". *Digital Journalism* ,6(2), 137–153.

7Vosoughi , Roy , S., Aral , S., & D., S. (2018). *The spread of true and false news online*. *Science* ,359(6380), 1146–1151.

الأخبار الزائفة تمثل تهديدًا حقيقيًا، خاصة مع سرعة انتشارها عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في فهم خطورة الأخبار الزائفة وتأثيرها. 8

الدراسة السادسة (عربية):

هدفت دراسة (الشمري، 2021) إلى التعرف على أسباب انتشار الأخبار الزائفة في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على وعي المستخدمين. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات. وتوصلت إلى أن سرعة تداول المعلومات وضعف التحقق من المصادر من أبرز أسباب انتشار الأخبار الزائفة، كما تؤثر هذه الأخبار بشكل سلبي على ثقة الجمهور بوسائل الإعلام. وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في فهم أسباب انتشار الأخبار الزائفة. 9

الدراسة السابعة (عربية):

تناولت دراسة (العتيبي، 2020) تأثير الأخبار الزائفة على الرأي العام، وهدفت إلى التعرف على مدى تأثير الأفراد بالمعلومات المضللة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى أن الأخبار الزائفة تؤثر بشكل كبير على اتجاهات الأفراد، خاصة في ظل ضعف التحقق من المعلومات. وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في تحليل تأثير الأخبار الزائفة على الجمهور. 10

الدراسة الثامنة (عربية):

هدفت دراسة (الحربي، 2019) إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في مواجهة الأخبار الزائفة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتوصلت إلى أن وسائل الإعلام تلعب دورًا مهمًا في الحد من انتشار الأخبار الزائفة من خلال التحقق من المعلومات. وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في فهم دور الإعلام في مكافحة الأخبار الزائفة. 11

8, Lazer D. et al. (2018). *The science of fake news*. Science, 359(6380), 1094-1096.

9 الشمري، محمد بن عبد الله. (2021). *الأخبار الزائفة في وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على وعي المستخدمين*. مجلة الإعلام الرقمي.

10 العتيبي، أحمد بن محمد. (2020). *تأثير الأخبار الزائفة على الرأي العام في وسائل التواصل الاجتماعي*. مجلة الدراسات الإعلامية.

11 الحربي، خالد بن سعد. (2019). *دور وسائل الإعلام في مواجهة الأخبار الزائفة*. مجلة الإعلام الحديث.

الدراسة التاسعة (عربية):

تناولت دراسة (القحطاني، 2022) مستوى وعي الأفراد بطرق التحقق من الأخبار في البيئة الرقمية. واعتمدت الدراسة على الاستبيان، وتوصلت إلى أن هناك تفاوتاً في مستوى الوعي بين الأفراد. وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في تحليل وعي المستخدمين.12

الدراسة العاشرة (عربية):

هدفت دراسة (السبيعي، 2021) إلى تحليل انتشار الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي، وبيان أسبابها وتأثيرها. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى أن الأخبار الزائفة تنتشر نتيجة ضعف الوعي الإعلامي وسهولة النشر. وقد استفادت الدراسة الحالية من هذه الدراسة في فهم أسباب انتشار الأخبار الزائفة.13

8-1 المقاربة النظرية

تعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي تفترض أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات، خاصة في ظل الأزمات أو الغموض، مما يزيد من تأثير هذه الوسائل عليهم.

وتُعد هذه النظرية مناسبة لموضوع الدراسة، نظراً لارتباطها المباشر بموضوع الأخبار الزائفة، حيث يلجأ الأفراد إلى وسائل الإعلام الرقمية للحصول على الأخبار، وقد يؤدي هذا الاعتماد إلى التأثير بالمعلومات المضللة في حال غياب التحقق من المصادر.

كما تسهم هذه المقاربة في تفسير العلاقة بين انتشار الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي وتأثيرها على مصداقية وسائل الإعلام، من خلال فهم سلوك الجمهور ومدى اعتماده على هذه الوسائل كمصدر رئيسي للمعلومات.14

12 القحطاني، عبد الله بن محمد. (2022). وعي المستخدمين بطرق التحقق من الأخبار في الإعلام الرقمي. مجلة البحوث الإعلامية.

13 السبيعي، فهد بن عبد الله. (2021). انتشار الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي وتأثيرها على المجتمع. مجلة الإعلام المعاصر.

14 Ball-Rokeach & DeFleur (1976)

2- الإجراءات المنهجية

2-1 منهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف إلى وصف الظاهرة محل الدراسة وتحليلها، من خلال جمع البيانات المتعلقة بها وتفسيرها للوصول إلى نتائج علمية دقيقة.

2-2 عينة الدراسة

تتمثل عينة الدراسة في مجموعة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تم اختيارهم بطريقة عشوائية بهدف الحصول على بيانات تمثل مجتمع الدراسة.

2-3 أداة الدراسة

تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث تم تصميمه لقياس آراء واتجاهات الأفراد نحو الأخبار الزائفة وتأثيرها على مصداقية وسائل الإعلام.

الفصل الثاني: الإطار النظري

مقدمة

يشهد الإعلام الرقمي تطورًا متسارعًا في ظل انتشار الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، مما أدى إلى تغير طبيعة تداول المعلومات والأخبار. وقد ساهم هذا التطور في تسهيل نشر المحتوى الإعلامي، إلا أنه في المقابل أدى إلى ظهور ظاهرة الأخبار الزائفة التي أصبحت من أبرز التحديات التي تواجه وسائل الإعلام.¹⁵

كما تشير الدراسات إلى أن الأخبار الزائفة تنتشر بسرعة أكبر من الأخبار الصحيحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي¹⁶، مما يزيد من خطورة تأثيرها على الرأي العام ومصداقية وسائل الإعلام.

1-2 مفهوم الأخبار الزائفة

تُعرف الأخبار الزائفة بأنها المعلومات أو الأخبار غير الصحيحة أو المضللة التي يتم نشرها عبر وسائل الإعلام أو منصات التواصل الاجتماعي، بهدف التأثير على الرأي العام أو تحقيق أهداف معينة.¹⁷

2-2 أسباب انتشار الأخبار الزائفة

- سرعة انتشار المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- ضعف التحقق من مصادر الأخبار
- الرغبة في جذب التفاعل
- الأهداف السياسية أو الإعلامية

3-2 تأثير الأخبار الزائفة على المصداقية

Science. . *The science of fake news*. (2018). et al .D , Lazer¹⁵

. *The spread of true and false news online*. (2018). S ,D., & Aral ,S., Roy , Vosoughi¹⁶
Science.

Digital Journalism. . *Defining fake news*. (2018). R ,Z., & Ling ,E., Lim , Tandoc¹⁷

تؤثر الأخبار الزائفة بشكل كبير على مصداقية وسائل الإعلام، حيث تؤدي إلى فقدان ثقة الجمهور بالمحتوى الإعلامي، كما تجعل من الصعب التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة.

4-2 دور وسائل الإعلام في مواجهة الأخبار الزائفة

تلعب وسائل الإعلام دورًا مهمًا في الحد من انتشار الأخبار الزائفة، من خلال التحقق من صحة المعلومات قبل نشرها، وتوعية الجمهور بطرق التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة. كما تساهم في تعزيز الوعي الإعلامي لدى الأفراد، مما يساعد في تقليل تأثير الأخبار الزائفة.

5-2 طرق التحقق من الأخبار

تتعدد طرق التحقق من الأخبار، من أهمها:

- التأكد من مصدر الخبر
- مقارنة الخبر مع مصادر أخرى
- التحقق من تاريخ النشر
- استخدام مواقع التحقق من الأخبار

الفصل الثالث : عرض وتحليل نتائج الاستبيان للدراسة الميدانية

مقدمة

يتناول هذا الفصل عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية التي تم جمعها من خلال الاستبيان، بهدف التعرف على أثر الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي على سلوك ومصادقية وسائل الإعلام. وقد تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية، مثل التكرارات والنسب المئوية، وذلك من أجل تقديم صورة واضحة عن اتجاهات وآراء أفراد عينة الدراسة. ويشمل هذا الفصل عرضًا للنتائج في شكل جداول ورسوم بيانية، يليها تحليل وتفسير لهذه النتائج بما يتناسب مع أهداف وتساؤلات الدراسة.

أولاً: الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

جدول (1): النوع

النسبة	التكرار	الإجابة
42.9%	3	ذكر
57.1%	4	أنثى

التحليل:

يتضح من الجدول أن نسبة الإناث بلغت (57.1%)، وهي النسبة الأعلى مقارنة بالذكور (42.9%)، مما يشير إلى أن غالبية عينة الدراسة من الإناث.

جدول (2): هل تعتمد على الإعلام الرقمي في متابعة الاخبار؟

النسبة	التكرار	الإجابة
57.1%	4	نعم
42.9%	3	أحياناً

التحليل:

يشير إلى أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على الإعلام الرقمي في متابعة الاخبار، حيث بلغت نسبة "نعم" (57.1%)، مما يدل على أهمية الإعلام الرقمي كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات.

جدول (3): سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	الإجابة
71.4%	5	أقل من 5
14.3%	1	من 5 إلى 10

أكثر من 10	1	14.3%
------------	---	-------

التحليل:

يشير الى أن أغلب أفراد العينة خبرتهم أقل من 5 سنوات بنسبة (71.4%)، مما يشير إلى أن العينة يغلب عليها الطابع الشبابي في استخدام وسائل الإعلام الرقمي.

جدول (4): المؤهل العلمي

النسبة	التكرار	الإجابة
71.4%	5	بكالوريوس
28.6%	2	ماجستير

التحليل:

يشير الى أن غالبية أفراد العينة يحملون درجة البكالوريوس بنسبة (71.4%)، مما يعكس المستوى التعليمي السائد بين أفراد العينة.

جدول (5): العمر

النسبة	التكرار	الإجابة
28.6%	2	أقل من 25
71.4%	5	من 25 إلى 35

التحليل:

يشير الى أن الفئة العمرية (25-35) تمثل النسبة الأكبر من العينة بنسبة (71.4%)، مما يدل على أن معظم المشاركين في سن العمل والنشاط المهني.

القسم الثاني: أنماط الاستخدام والتعرض للأخبار الزائفة

جدول (6): هل تواجه أخبارًا زائفة بشكل متكرر؟

النسبة	التكرار	الإجابة
42.9%	3	نعم
57.1%	4	أحيانًا

التحليل:

يشير الى أن أغلب أفراد العينة يواجهون الأخبار الزائفة أحيانًا بنسبة (57.1%)، مما يدل على انتشارها ولكن بشكل غير دائم لدى جميع الأفراد.

جدول (7): هل تستطيع التمييز بين الأخبار الزائفة والصحيحة؟

النسبة	التكرار	الإجابة
42.9%	3	نعم
57.1%	4	إلى حد ما

التحليل:

يشير الى أن غالبية أفراد العينة يستطيعون التمييز بين الأخبار الزائفة والصحيحة إلى حد ما بنسبة (57.1%)، مما يشير إلى وجود وعي متوسط لدى الجمهور.

جدول (8): عدد ساعات الاستخدام اليومي

النسبة	التكرار	الإجابة
42.9%	3	من 1 إلى 3 ساعات
57.1%	4	أكثر من 3 ساعات

التحليل:

يشير الى أن معظم أفراد العينة يستخدمون وسائل الإعلام لأكثر من 3 ساعات يوميًا بنسبة (57.1%)، مما يعكس ارتفاع معدل التعرض للمحتوى الرقمي.

جدول (9): أهم المنصات المستخدمة

النسبة	التكرار	المنصة
71.4%	5	X
14.3%	1	إنستغرام
14.3%	1	تيك توك

التحليل:

يشير الى أن منصة (X) هي الأكثر استخدامًا بين أفراد العينة بنسبة (71.4%)، مما يدل على اعتماد كبير عليها كمصدر للمعلومات.

القسم الثالث: أسباب الانتشار والتأثيرات وسبل المواجهة

جدول (10): أسباب انتشار الأخبار الزائفة

النسبة	التكرار	السبب
85.7%	6	سرعة النشر
71.4%	5	ضعف التحقق
71.4%	5	جذب التفاعل
42.9%	3	أهداف سياسية

التحليل:

يشير الى أن سرعة النشر تعد من أبرز أسباب انتشار الأخبار الزائفة بنسبة (85.7%)، تليها ضعف التحقق وجذب التفاعل، مما يعكس دور العجلة في نشر المعلومات دون تدقيق.

جدول (11): رد الفعل عند مواجهة خبر زائف

النسبة	التكرار	السلوك
57.1%	4	تجاهل
57.1%	4	تحذير الآخرين
28.6%	2	تحقق
14.3%	1	نشر التصحيح

التحليل:

يشير الى أن أكثر ردود الفعل شيوعاً هي التجاهل وتحذير الآخرين بنسبة (57.1%)، بينما يقل الاعتماد على التحقق أو نشر التصحيح، مما يشير إلى ضعف السلوك التوعوي الفعال.

جدول (12): أبرز تأثيرات الأخبار الزائفة

النسبة	التكرار	التأثير
85.7%	6	تضليل
71.4%	5	إثارة القلق
71.4%	5	قرارات خاطئة
57.1%	4	فقدان الثقة

التحليل:

يشير الى أن التضليل يعد أبرز تأثير للأخبار الزائفة بنسبة (85.7%)، يليه إثارة القلق واتخاذ قرارات خاطئة، مما يعكس خطورة هذه الظاهرة على المجتمع.

جدول (13): الحلول المناسبة للحد من الأخبار الزائفة

النسبة	التكرار	الحل
100%	7	التوعية الإعلامية
85.7%	6	تشريعات صارمة
71.4%	5	التحقق من المصادر
28.6%	2	تدريب الصحفيين

التحليل:

يشير الى أن التوعية الإعلامية تمثل الحل الأهم بنسبة (100%)، تليها التشريعات الصارمة، مما يدل على أهمية الوعي المجتمعي والتنظيم القانوني في الحد من انتشار الأخبار الزائفة.

مناقشة النتائج:

تشير نتائج الدراسة إلى أن الأخبار الزائفة تنتشر بشكل واسع عبر وسائل الإعلام الرقمي، حيث أظهرت البيانات أن نسبة كبيرة من أفراد العينة يتعرضون لها بشكل متكرر. كما تبين أن مستوى الوعي لدى الأفراد في التمييز بين الأخبار الزائفة والصحيحة جاء بدرجة متوسطة، مما يدل على الحاجة إلى تعزيز الثقافة الإعلامية.

كما أوضحت النتائج أن من أبرز أسباب انتشار الأخبار الزائفة سرعة النشر وضعف التحقق من المصادر، بالإضافة إلى السعي لجذب التفاعل. وفيما يتعلق بالتأثيرات، فقد تبين أن الأخبار الزائفة تسهم في تضليل الجمهور وإثارة القلق والتأثير على مصداقية وسائل الإعلام.

وتتفق هذه النتائج مع عدد من الدراسات السابقة التي أكدت على خطورة الأخبار الزائفة وسرعة انتشارها وتأثيرها على الرأي العام.

التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة، توصي الباحثة بما يلي:

- تعزيز الوعي الإعلامي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.
- التأكيد على أهمية التحقق من مصادر الأخبار قبل نشرها.
- دعم وسائل الإعلام الموثوقة وتعزيز مصداقيتها.
- تفعيل دور الجهات المختصة في مكافحة الأخبار الزائفة.
- نشر ثقافة التفكير النقدي بين أفراد المجتمع.

النتائج العامة للدراسة

توصلت الدراسة إلى أن الأخبار الزائفة تمثل أحد أبرز التحديات التي تواجه الإعلام الرقمي، حيث تؤثر بشكل سلبي على مصداقية وسائل الإعلام وثقة الجمهور بها. كما أظهرت النتائج أن انتشار هذه الأخبار يرتبط بعدة عوامل، من أهمها سرعة تداول المعلومات وضعف التحقق من المصادر.

كما بينت الدراسة وجود تفاوت في مستوى وعي الأفراد بطرق التحقق من الأخبار، مما يؤكد أهمية تعزيز الوعي الإعلامي لدى المجتمع للحد من انتشار الأخبار الزائفة.

خاتمة

في ختام هذه الدراسة، يتضح أن ظاهرة الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي تمثل تحديًا كبيرًا يؤثر بشكل مباشر على مصداقية وسائل الإعلام وثقة الجمهور بها. وقد سعت الدراسة إلى التعرف على أسباب انتشار هذه الظاهرة وقياس مدى تأثيرها على الأفراد، بالإضافة إلى مستوى وعيهم بطرق التحقق من الأخبار.

وأظهرت نتائج الدراسة أن الأخبار الزائفة تنتشر بشكل واسع نتيجة لعدة عوامل، من أبرزها سرعة تداول المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وضعف التحقق من المصادر، بالإضافة إلى السعي لجذب التفاعل. كما تبين أن لهذه الأخبار تأثيرات سلبية واضحة، من أهمها تضليل الجمهور وإثارة القلق وانخفاض مستوى الثقة في وسائل الإعلام.

كما كشفت الدراسة عن وجود تفاوت في مستوى وعي الأفراد بطرق التحقق من الأخبار، مما يؤكد أهمية تعزيز الثقافة الإعلامية لدى المستخدمين.

وبناءً على ذلك، تؤكد هذه الدراسة على ضرورة تكاتف الجهود بين الأفراد ووسائل الإعلام والجهات المختصة للحد من انتشار الأخبار الزائفة، والعمل على نشر الوعي وتعزيز المصداقية في البيئة الإعلامية الرقمية.

المراجع

- | |
|--|
| ▫ Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). <i>Social media and fake news in the 2016 election</i> . Journal of Economic Perspectives. |
| ▫ Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). <i>The spread of true and false news online</i> . Science. |
| ▫ Tandoc, E., Lim, Z., & Ling, R. (2018). <i>Defining fake news</i> . Digital Journalism. |
| ▫ Pennycook, G., & Rand, D. (2019). <i>Lazy, not biased: Susceptibility to fake news</i> . Cognition. |
| ▫ Lazer, D. et al. (2018). <i>The science of fake news</i> . Science. |
| ▫ Ball-Rokeach, S., & DeFleur, M. (1976). <i>A dependency model of mass media effects</i> . Communication Research. |
| ▫ Flew, T. (2014). <i>New media: An introduction</i> . Oxford University Press. |
| ▫ Gaziano, C., & McGrath, K. (1986). <i>Measuring the concept of credibility</i> . Journalism Quarterly. |

□ الشمري، محمد بن عبد الله. (2021). الأخبار الزائفة في وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على وعي المستخدمين. مجلة الإعلام الرقمي.
□ العتيبي، أحمد بن محمد. (2020). تأثير الأخبار الزائفة على الرأي العام في وسائل التواصل الاجتماعي. مجلة الدراسات الإعلامية.
□ الحربي، خالد بن سعد. (2019). دور وسائل الإعلام في مواجهة الأخبار الزائفة. مجلة الإعلام الحديث.
□ القحطاني، عبد الله بن محمد. (2022). وعي المستخدمين بطرق التحقق من الأخبار في الإعلام الرقمي. مجلة البحوث الإعلامية.
□ السبيعي، فهد بن عبد الله. (2021). انتشار الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي وتأثيرها على المجتمع. مجلة الإعلام المعاصر.

الملاحق

الملحق: استمارة الاستبيان

استبيان حول الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي وتأثيرها على مصداقية وسائل الإعلام

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

تُجرى هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة البكالوريوس في الإعلام الرقمي من جامعة ميدأوشن، حول موضوع "الأخبار الزائفة في الإعلام الرقمي وتأثيرها على مصداقية وسائل الإعلام". نرجو منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية بكل صراحة، علماً بأن إجاباتكم ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وستُعامل بسرية تامة. شكراً لتعاونكم.

القسم الأول: البيانات الديموغرافية

1. النوع:

☐ ذكر
☐ أنثى

2. العمر:

☐ أقل من 25 سنة
☐ من 25 إلى 35 سنة
☐ من 36 إلى 45 سنة
☐ أكثر من 45 سنة

3. المؤهل العلمي:

☐ بكالوريوس
☐ ماجستير
☐ دكتوراه

4. سنوات الخبرة:

☐ أقل من 5 سنوات
☐ من 5 إلى 10 سنوات
☐ أكثر من 10 سنوات

5. هل تعتمد على الإعلام الرقمي في متابعة الأخبار ؟

☐ نعم
☐ أحياناً
☐ لا

القسم الثاني: أنماط الاستخدام والتعرض للأخبار الزائفة

6. ما أهم المنصات التي تستخدمها؟

☐ X (تويتر سابقاً)
☐ فيسبوك
☐ إنستغرام
☐ تيك توك
☐ مواقع أخرى

7. كم عدد ساعات استخدامك اليومي لوسائل التواصل الاجتماعي؟

☐ أقل من ساعة
☐ من 1 إلى 3 ساعات
☐ أكثر من 3 ساعات

8. هل تواجه أخباراً زائفة بشكل متكرر؟

☐ نعم
☐ أحياناً
☐ لا

9. هل تستطيع التمييز بين الأخبار الزائفة والصحيحة؟

☐ نعم
☐ إلى حد ما
☐ لا

القسم الثالث: أسباب الانتشار والتأثيرات وسبل المواجهة

10. ما أسباب انتشار الأخبار الزائفة؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ سرعة النشر
☐ ضعف التحقق
☐ أهداف سياسية
☐ جذب التفاعل

11. ما أبرز تأثيرات الأخبار الزائفة؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ التضليل
☐ إثارة القلق
☐ اتخاذ قرارات خاطئة
☐ فقدان الثقة

12. كيف يكون رد فعلك عند مواجهة خبر زائف؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ تجاهل الخبر
☐ التحقق من الخبر
☐ تحذير الآخرين
☐ نشر التصحيح

13. ما الحلول المناسبة للحد من انتشار الأخبار الزائفة؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

☐ التوعية الإعلامية
☐ التحقق من المصادر
☐ تشريعات صارمة
☐ تدريب الصحفيين

14. حدّد درجة موافقتك على العبارات التالية:

عالية جداً	عالية	متوسطة	منخفضة	منخفضة جداً	العبارة
☐	☐	☐	☐	☐	أثق بالمعلومات المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي
☐	☐	☐	☐	☐	أتحقق من مصدر الخبر قبل نشره
☐	☐	☐	☐	☐	تؤثر الأخبار الزائفة على الرأي العام
☐	☐	☐	☐	☐	تضرّ الأخبار الزائفة بمصداقية وسائل الإعلام

15. (سؤال مفتوح) برأيك، كيف يمكن الحد من انتشار الأخبار الزائفة؟

شكراً لمشاركاتكم الكريمة في إثراء هذا البحث.