



(اتجاهات الإعلاميين والأكاديميين الليبيين نحو مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية)
"دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين والأكاديميين وأساتذة الاعلام بالجامعات الليبية"

عادل أحنيش محمد العود

قسم الاعلام كلية الآداب - جامعة سرت

aadel25@su.edu.ly

Libyan Media Professionals and Academics' Attitudes Towards the Credibility of)
(News Content on Websites

A Field Study on a Sample of Media Professionals, Academics, and Media "

"Professors at Libyan Universities

Adel Ahneish Mohamed Al-Aoud

Department of Media, Faculty of Arts, University of Sirte

تاريخ الاستلام: 2026/05/30 - تاريخ المراجعة: 2026/06/18 - تاريخ القبول: 2026/06/28 - تاريخ النشر: 2026 /07/29

الملخص

تناول الدراسة موضوع اتجاهات الإعلاميين والأكاديميين الليبيين نحو مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية "دراسة ميدانية" لعينة من الإعلاميين وأساتذة الاعلام بالجامعات الليبية واستهدفت الدراسة في التعرف على أهم المواقع الالكترونية التي يستخدمها الإعلاميين والأكاديميين في نشرهم ومتابعتهم لمصداقية المحتوى الاخباري وأيضاً الوقوف على عناصر مصداقية المصدر في نشر المحتوى الاخباري وكذلك تقييم الإعلاميين والأكاديميين لمصداقية المحتوى الاخباري تم الاعتماد في هذه الدراسة على عينة قوامها (112) مفردة من الأكاديميين وأساتذة الاعلام بالجامعات الليبية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسح بالعينة.

وقد توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها:

ان معظم افراد العينة من الإعلاميين والأكاديميين يعتمدون بدرجة كبيرة على المواقع الالكترونية كمصدر للأخبار وبنسبة بلغت (88.39%)، أما فيما يتعلق بمدى تقييم الإعلاميين والأكاديميين لمصداقية المحتوى الاخباري المنشور عبر المواقع الالكترونية فقد أظهرت نتائج الدراسة بأن التظليل وتزييف الرأي العام والحكومي جاءت بنسبة بلغت (62.61%).

الكلمات المفتاحية:

اتجاهات - الإعلاميين - الأكاديميين - المصداقية - المحتوى الاخباري - المواقع الالكترونية.

Abstract

This study examines the attitudes of Libyan media professionals and academics towards the credibility of news content on websites. It is a field study conducted on a sample of media professionals and professors at Libyan universities. The study aimed to identify the most important websites used by media professionals and academics for publishing and monitoring news content credibility, as well as to determine the elements of source credibility in news content dissemination. It also aimed to assess the media professionals' and academics' evaluation of the credibility of news content. The study relied on a sample of 112 academics and professors of media at Libyan universities and employed a survey methodology.

The study's most significant findings include:

The majority of the media professionals and academics in the sample rely heavily on websites as a news source (88.39%). Regarding the extent to which media professionals and academics evaluate the credibility of news content published on websites, the study results showed that misleading and distorting public and governmental opinion occurred in 62.61% of cases.

Keywords: Trends – Media Professionals – Academics – Credibility – News Content – Websites.

مقدمة

تعاني المعلومات على منصات التواصل الاجتماعي من نقص في حراس البوابات المحترفين لمراقبة المحتوى وأصبحت كيفية تقييم مصداقية المعلومات على منصة التواصل الاجتماعي قضية مهمة لمستهلكي المعلومات اليوم على الرغم من أهميتها، إلا أن القليل من الأبحاث قد فحصت بشكل تجريبي العوامل التي تؤثر في مصداقية المعلومات على منصات وسائل التواصل الاجتماعي مما يحد من فهمنا لمحددات تقييم المعلومات عبر الانترنت (غريب، 2014، ص190).

وتحتل المصداقية أهمية كبيرة في أبحاث الاتصال لأنها تمثل شريان الحياة للصحافة، وهدفاً للوسائل الاعلام الإخبارية يبين المهنيين والعلماء والرأي العام، وبدون ذلك لا تستطيع المؤسسات الإخبارية الوفاء بالواجب الديمقراطي بنشر الحقيقة بشكل صحيح للجمهور (غريب، 2014، ص191).

من جانب آخر أصبحت دراسة مصداقية وسائل الاعلام التقليدية والالكترونية من الموضوعات البحثية المهمة لفهم مجال الاتصال والاعلام (المرزوقي، 2020، ص61).

وتعتبر مصداقية المحتوى الاخباري المقدم عبر المواقع الالكترونية تمر بحالة تحكمها الشكوك من أهمها غياب المصداقية أو اثباتها من قبل الجمهور وينتج عن ذلك فوضى إعلامية هدفها إما نشر الاشاعات والاخبار والمعلومات الخاطئة او ما يتعلق بمحتوى المادة الخيرية التي يتم تقديمها عبر المواقع الالكترونية.

يحاول الباحث من خلال هذه الدراسة أن يتعرف على مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية التي من بينها الفيس بوك والواتس أب والتويتر وكل ما يتعلق بذلك كمصدر للأخبار والمعلومات وكذلك حجم اعتماد الإعلاميين على هذه الوسائل في نشر أخبارهم ومتابعتها والمعايير والضوابط المتعلقة بالرقابة الذاتية عند رصد ومتابعة الاخبار.

مشكلة الدراسة

في سياق التحولات التي يشهدها الحقل الإعلامي بين هيمنة الاعلام التقليدي من جهة وبروز وسائل الاعلام الرقمية وعلى وجهه الخصوص المواقع الالكترونية باتت المصداقية والدقة في نقل الاحداث محل صراع بين تلك الوسائل في معادلة يصعب موازنتها، حيث أن المصداقية المحتوى الاخباري المقدم عبر المواقع الالكترونية أصبحت مهمة صعبة في ظل التقدم الكبير في تقنيات الاتصال الحديثة التي تعد من أهم مصادر للحصول على الاخبار الشريحة واسعة من المجتمع.

وتأسيساً على ما سبق ذكره فإن الباحث صاغ مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

س/ ما اتجاهات الإعلاميين والأكاديميين نحو مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية؟

أهمية الدراسة

تدور أهمية الدراسة في الآتي:

1. تأتي الدراسة في ظل تزايد اعتماد الإعلاميين والأكاديميين أساتذة الاعلام بالجامعات الليبية على المواقع الالكترونية باعتبارها أحد أهم مصادر المعلومات والاخبار .
2. كانت المصداقية في مجال وسائل الاعلام ولا تزال مفهوم متعدد الابعاد لفهم ممارسات المؤسسات الإعلامية سواء من حيث مصدر المعلومات او ما يتعلق بمحتوى المادة الخبرية المقدم عبر المواقع الالكترونية حيث جاءت الحاجة لدراسة هذا الموضوع.
3. تهتم هذه الدراسة باستقصاء رأي النخبة الإعلامية والأكاديمية من أساتذة الاعلام بالجامعات الليبية وهو بعد يعطي للدراسة أهمية كبيرة نظراً للمستوى العلمي والثقافي لديهم.

أهداف الدراسة

تدور أهداف الدراسة في الآتي:

1. تبين أهم المواقع الإلكترونية التي يستخدمها الإعلاميين والأكاديميين عينة الدراسة الميدانية في نشرهم ومتابعتهم لمصداقية المحتوى الاخباري.
2. رصد ومتابعة مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية.
3. الوقوف على عناصر مصداقية المصدر في نشر المحتوى الاخباري المقدم عبر المواقع الالكترونية.
4. كشف أساليب التحقق من مصداقية المعلومات المستفادة من المواقع الالكترونية.
5. التعرف على تقييم الإعلاميين والأكاديميين أساتذة الجامعات الليبية عينة الدراسة الميدانية لمصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية.
6. التعرف على دور الرقابة الذاتية باعتبارها عنصر أساسي للإعلاميين والأكاديميين في رصد وانتقاء المحتوى الاخباري.
7. التعرف على معايير تقويم المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية من قبل الإعلاميين والاكاديميين عينة الدراسة الميدانية.
8. معرفة الدوافع المتحققة من استخدام الإعلاميين والأكاديميين عينة الدراسة للمواقع الإلكترونية في نشر ومتابعة مصداقية المحتوى الاخباري.

الدراسات السابقة

إن من المتفق عليه عند علماء المنهجية أن من أهم عناصر البحث العلمي عنصر الدراسات السابقة لأنها تعكس أمانة الباحث (الشريف، 2008، ص60).

1- دراسة دنيا أحمد عرابي هدفت الى تعرف على مدى مصداقية ما يعرض في المواقع التواصل الاجتماعي من اخبار او صور او فيديوهات سواء من مصادر إعلامية او مصادر فردية غير إخبارية وتم الاعتماد على المنهج الوصفي اعتمد الدراسة على عينة قوامها 200 مفردة، وقد اسفرت نتائج الدراسة على ان صدق المعلومة الخبر احد الأسباب تعرض الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي.

2- دراسة شيرين حامد خليفة هدفت الدراسة الكشف عن اهم المواقع الإخبارية الفلسطينية التي تتبناها النخبة الإعلامية وتم الاعتماد على المنهج المسخي لتحقيق أغراض الدراسة وقد اسفرت نتائج الدراسة أظهرت الدراسة في أسباب مثالية التثيئة الإعلامية للمواقع الإخبارية ان مثالية الاخبار بشكل منتظم بآء كأدلية بالشبة للنخبة.

3- دراسة احمد كامل ابوخليف هدفت الدراسة على تحديد السمات العامة للصفحات المزيفة ثم الاعتماد في هذه الدراسة على منهج المسحي لتحقيق أغراض الدراسة حيث باع عدد العينة (75 صحفياً) وقد اسفرت نتائج الدراسة ان اهداف الصفحات المزيفة هي اشغال البلد في صراعات السياسية وتعميق الكراهية بين الجمهور وصانع القرار.

4- دراسة فلورا أكرم هدفت الدراسة الى التعرف على معايير مصداقية صفحات الصحف المصرية على مواقع الفيس بوك لدى الجمهور المصري وتم استخدام المنهج المسحي لتحقيق أغراض الدراسة، اعتمدت الدراسة على عينه قوامها 433 مفردة وقد اسفرت الدراسة على اهم النتائج عامل الفورية في نقل الاخبار هو اكثر المعايير التي تزيد من مصداقية الصفحة التي تتابعها العينة.

5- دراسة هه زار محمد جلال هدفت الدراسة إلى التعرف على درجة معدل تصفح النخبة للمواقع الالكترونية الكردية وتم استخدام المنهج المسح لتحقيق أغراض الدراسة حيث بلغ حجم العينة 100 مفردة من الجمهور العام العراقي وتوصلت الدراسة إلى أهم النتائج متوسطة معدل استخدام التقنية عينة الدراسة للمواقع الالكترونية الكردية حيث جاء الاستخدام البحثية (احياناً) في المرتبة الأولى.

6- دراسة وفاق حافظ بركع هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى وثوق الجمهور العراقي بالأخبار المنشورة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وتم استخدام المنهج الوصفي لتحقيق أغراض الدراسة حيث بلغ حجم العينة 300 مفردة من مواطني مدينة بغداد.

وقد أسفرت الدراسة على نتائج الدراسة على أن اغلب جمهور مدينة بغداد تتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بشمل يومي تقريباً ومستمر وأكثر المواقع زيارة من قبل الجمهور موقع الفيس بوك.

7- دراسة حروود راني، رحمانى سلمى، نون ريان هدفت الدراسة الى التعرف على عادات وانماط المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي في تلقي المعلومة الصحيحة و ثم استخدام المنهج المسح الذي يعتبر من مناهج العلمية في جميع البيانات والمعلومات حيث بلغ حجم العينة في هذه الدراسة 64 مفردة.

وقد اسفرت نتائج الدراسة الى ان تطبيق الفيس بوك اكثر استخداماً من حيث المستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي.

* استفاد الباحث من الدراسات السابقة في:

- ا. اعداد وصياغة استمارة الاستبيان لتتماشى مع طبيعة ونوع الدراسة الحالية.
 - ب. التعرف على مصداقية المحتوى الاخباري.
 - ج. معرفة أوجه التشابه والاختلاف من خلال مقارنة تتابع الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية.
- الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

تساؤلات الدراسة

تدور تساؤلات الدراسة الميدانية في الآتي:

1. ما أهم المواقع الالكترونية التي يستخدمها الإعلاميين والأكاديميين أساتذة الاعلام بالجامعات الليبية في نشرهم ومتابعتهم للمصداقية المحتوى الاخباري عبر المواقع الالكترونية؟
2. ما مصداقية المحتوى الاختياري بالمواقع الالكترونية من وجهة نظر عينة الدراسة الميدانية؟
3. ما عناصر مصداقية المصدر في نشر المحتوى الاخباري المقدم المواقع الالكترونية؟
4. ما تقييم الإعلاميين والأكاديميين لمصداقية المحتوى الاخباري المقدم عبر المواقع الالكترونية؟
5. ما الدوافع المحققة من استخدام الإعلاميين والأكاديميين عينة الدراسة الميدانية للمواقع الالكترونية كمصدر للأخبار؟
6. ما أساليب التحقق من مصداقية المعلومات المستفادة من المواقع الالكترونية؟

7. ما دور الرقابة الذاتية للإعلاميين والأكاديميين للصحفي باعتبارها عنصر أساسي في رصد وانتقاء المحتوى الاخباري؟

8. ما معايير تقويم المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية من وجهة نظر عينة الدراسة؟

المفاهيم والمصطلحات الواردة في الدراسة الميدانية

وكثيرة هي المصطلحات الإعلامية التي تترد على ألسنتنا يومياً ونستعملها استعمالاً متنوعاً ومتعددة وأحياناً مفلوطة، من هنا كان التعرف بأهم معاني هذه المصطلحات ضرورة ملحة (الدليمي وعبدالقادر، 2008، ص4).
المصداقية: هي نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية بحيث يتوافر فيها كل ابعاد الموضوع والاتجاهات المطروحة حوله بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة ودقة في عرض المعلومات فصلها عن الأداء الشخصية التي ينبغي أن تعلن بوضوح وصراحة وتتجرد من الاهواء والمصالح الخاصة (المرزوقي، 2020، ص63).

الاتجاهات: بأنه عبارة عن حالة التهيئ والتأهب العقلي العصبي التي تنظمها الجرة ويمارس تأثير توجيهيا وديناميكيا لأستجابة الفرد، وراء الموضوعات والمواقف المرتبطة بهذه الاستجابة (حسن، خليل، 2011، ص10).
المحتوى الاخباري: المحتوى الاخباري هو أهم عناصر الاتصال ما بين المرسل والمستقبل، بحيث لا يتم الاتصال إلا إذا كان هناك محتوى أخباري يتم إيصاله إلى قاعدة جماهيرية كبيرة.
المواقع الالكترونية: يقصد بها هل كل مواقع التواصل الاجتماعي سواء الفيس بوك، الواتس أب، التويتر قولل ميث وكل ما شابه ذلك.

نوع الدراسة ومنهجها

المنهج هو أسلوب للتفكير والعمل، يعتمد الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها، وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة (عليان وغنيم، 1995، ص199).
وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسح بالعينة في كونه طريقة لجمع البيانات حول الظاهرة.

أدوات جمع البيانات والمعلومات

استمارة الاستبيان

الاستبيان تعد أداة للحصول على البيانات على الظروف والأساليب القائمة بالفعل (بدر، 1995، ص199).
تم تصميم استمارة الاستبيان استناداً على مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها من خلال الاعتماد على بعض الدراسات السابقة ثم اجراء الباحث بعض التعديلات بما يتوافق مع موضوع الدراسة ومجال تطبيقها للتأكد من دقة الفقرات ودرجة شموله، تم عرض الاستبيان على عدد من الجراء من أساتذة جامعيين وأكاديميين وطلب منهم تقييم الاستبيان واقتراح ما يرونه مناسباً.

الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

مجتمع الدراسة

يعد مجتمع الدراسة في البحوث الميدانية بأنه مجموع وحدات البحث إلى تزيد الحصول منها أو عنها بيانات (عامر، 1988، ص187).

يتكون مجتمع الدراسة من الإعلاميين الليبيين العاملين في وسائل الاعلام الحكومية والخاصة بالإضافة إلى أساتذة الاعلام بالجامعات الليبية.

(اتجاهات الإعلاميين والأكاديميين الليبيين نحو مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية)

عينة الدراسة: اعتمد الباحث في هذه الدراسة على العينة العمدية من النخبة الإعلامية وأساتذة الاعلام بالجامعات الليبية والبالغ قوامهم (112) مفردة.

نظراً لعدم وجود إحصائية محددة للإعلاميين الليبيين وأساتذة الاعلام بالجامعات الليبية فقد اعتمد الباحث بشكل كبير على مجموعات الإعلاميين وأساتذة الاعلام في المواقع التواصل الاجتماعي.

حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة الحالية على اتجاهات الإعلاميين والأكاديميين أساتذة الاعلام بالجامعات الليبية نحو مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية.

الحدود المكانية: مجموعات الإعلاميين وأساتذة الاعلام بالجامعات الليبية بالمواقع التواصل الاجتماعي بما هو متاح.

الحدود البشرية: ويقصد بها الفئة المستهدفة من الدراسة ممثلة في النخبة الإعلامية والأكاديمية من أساتذة الاعلام بالجامعات الليبية والبالغ عددهم (112) مفردة عينة الدراسة الميدانية.

الحدود الزمانية: يقصد بها فترة اجراء الدراسة وهي من 1-6-2025 إلى 27-6-2025م.

أختبار الصدق والثبات: للتأكد من صدق الأداء تم عرضها على اربع محكمين من أعضاء هيئة التدريس بالكليات واقسام الاعلام بالجامعات الليبية *.

الفصل الثاني

عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

الجدول رقم (1) يوضح عينة الدراسة وفقاً للبيانات الديموغرافية

ت	العبارات	ك	%
النوع			
1	ذكور	90	80.3%
2	إناث	22	19.7%
العمر			
	أقل من 30 سنة	20	17.8%
	من 30 – أقل من 35 سنة	40	35.8%
	من 35 – أقل من 45 سنة	30	26.7%
	45 سنة فأكثر	22	19.7%
المستوى العلمي			
	جامعي	25	22.3%
	ماجستير	70	62.6%
	دكتوراه	17	15.1%
سنوات الخبرة			
	أقل من 5 سنوات	15	13.3%
	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	20	17.9%
	من 10 سنوات فأكثر	77	68.8%
	الإجمالي	112	100%

يتضح من الجدول السابق الخصائص الديموغرافية للإعلاميين الأكاديميين:

(اتجاهات الإعلاميين والأكاديميين الليبيين نحو مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية)

- أ. بلغت نسبة الذكور من الإعلاميين (80.3%) فيما بلغت نسبة الإناث (19.7%)
 ب. أما بالنسبة للفئات العمرية من الإعلاميين الأكاديميين بلغت نسبة من 30 أقل من 35 سنة (35.81%)، فيما بلغت نسبة من 35 أقل من 45 سنة (26.78%) فيما بلغت نسبة 45 سنة فأكثر (19.64%).
 ج. أما بالنسبة للمستوى التعليمي بلغت نسبة حملة الماجستير من الإعلاميين الأكاديميين (62%) فيما بلغت نسبة حملة المؤهلات الجامعية بنسبة بلغت (22.32%) فيما بلغت حملة دكتوراه (15.17%).
 د. أما بالنسبة لسنوات الخبرة للنخبة الإعلامية الأكاديمية جاءت فئة من 10 سنوات فأكثر بنسبة بلغت (68.85%) فيما بلغت نسبة من 5 سنوات أقل من 10 سنوات (17.85%).

الجدول رقم (2) يوضح التخصيص الدقيق للنخبة الإعلامية والأكاديمية

ت	العبارة	ك	%
1	الصحافة والنشر الالكتروني	45	40.1%
2	الإذاعة والتلفزيون	67	59.9%
3	العلاقات العامة والاعلان	0	0%
	الإجمالي	112	100%

تدل بيانات الجدول السابق أن نسبة (59.92%) من الإعلاميين والأكاديميين تخصصهم الدقيق للإذاعة والتلفزيون، يليها في المرتبة الثانية تخصص الصحافة والنشر الالكتروني بنسبة بلغت (40.17%).
 وأخيراً جاءت نسبة تخصص العلاقات العامة والاعلان بدون نسبة تذكر.

جدول رقم (3) يوضح المؤسسات التي يعمل بها النخبة الإعلامية والأكاديمية

ت	العبارة	ك	%
1	جهة إعلامية حكومية	10	8.9%
2	جهة إعلامية خاصة	50	44.8%
3	جامعات حكومية	47	41.9%
4	جامعات خاصة	5	4.4%
	الإجمالي	112	100%

تبين بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من قالو بأنهم يمارسون مهامهم الإعلامية في النشر والمتابعة للمحتوى الاخباري عبر المواقع الالكترونية عبر جهة إعلامية خاصة وبنسبة بلغت (44.74%)، يليها في المرتبة الثانية الجامعات الحكومية بنسبة بلغت (41.96%).
 أما في المرتبة الثالثة جاءت جهات إعلامية حكومية يمارس بها الاعلاميون مهامهم سواء في النشر والمتابعة للمحتوى الاخباري.

الجدول رقم (4) يوضح الدرجة العلمية للنخبة الإعلامية الأكاديمية الليبية

ت	العبارة	ك	%
1	محاضر مساعد	30	26.9%
2	محاضر	64	57.1%
3	أستاذ مشارك	10	8.9%
4	أستاذ مساعد	8	7.1%
5	أستاذ	0	0%
	الإجمالي	112	100%

(اتجاهات الإعلاميين والأكاديميين الليبيين نحو مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية)

تدل بيانات الجدول السابق أن نسبة (57.14%) من النخبة الإعلامية والأكاديمية درجتهم العلمية محاضر، يليها من درجتهم العلمية محاضر مساعد نسبة بلغت (26.88%) يليها من درجتهم العلمية أستاذ مشارك بنسبة بلغت (8.14%).

الجدول رقم (5) يوضح اعتماد الإعلاميين الأكاديميين الليبيين على المواقع الالكترونية كمصدر للأخبار

ت	العبارات	ك	%
1	اعتماد بدرجة منخفضة	0	0
2	اعتماد بدرجة متوسطة	13	11.7%
3	اعتماد بدرجة كبيرة	99	88.3%
	الإجمالي		100%

تشير بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من قالو اعتماد بدرجة كبيرة على المواقع الالكترونية المصدر للأخبار بحيث جاءت نسبتهم (88.39%) ويمكن أن يعود السبب في ذلك لما تتميز به من سرعة في نقل للأحداث مقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى.

بينما جاءت فئة اعتماد بدرجة متوسطة بحيث جاءت نسبتهم (11.70%) من إجمالي مفردات العينة. أخيراً جاء اعتماد بدرجة منخفضة بدون نسبة تذكر.

جدول رقم (6) يوضح أهم المواقع الالكترونية استخداماً لدى الإعلاميين والأكاديميين في الحصول على معلومات ذات مصداقية

ت	العبارات	ك	%
1	الفيس بوك	90	80.3%
2	ماسنجر	0	0
3	الواتس اب	0	0
4	يوتيوب	12	10.8%
5	قوقل ميت	10	8.9%
	الإجمالي	112	100%

تبين بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من يرون تطبيق الفيس بوك من أهم المواقع الالكترونية استخداماً من قبل أفراد عينة الدراسة الميدانية بحيث نجدها جاءت في المرتبة الأولى بنسبة بلغت (80.35%) ويرجع السبب في ذلك طبيعة التفاعلية وإنتشاره الواسع بين مختلف فئات المجتمع كما يتميز الفيس بوك بسهولة الاستخدام. بينما من قالو يوتيوب من أهم المواقع الالكترونية استخداماً لدى المبحوثين بحيث جاءت نسبتهم (10.81%). وأخيراً في المرتبة الثالثة من قالو تطبيق القوقل ميت بنسبة بلغت (8.92%).

(اتجاهات الإعلاميين والأكاديميين الليبيين نحو مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية)

جدول رقم (7) يوضح عناصر مصداقية المصادر في نشر المحتوى الاخباري عبر المواقع الالكترونية

ت	العبارات	ك	%
1	ان تكون المعلومات منشورة بصفحات رسمية أو شخصيات عامة حكومية	20	18.8%
2	ان يكون فيديو مع نص	80	71.4%
3	ان تكون نصاً مصحوباً بصورة ثابتة	0	0%
4	ان تكون فيديو مجرداً	0	0%
5	ان تكون تغريدات	2	1.8%
6	ان تكون صورة ثابتة	0	0%
7	تكون نصاً مفرداً	10	8.9%
8	أخرى تذكر	0	0%
	الإجمالي	112	100%

توضح بيانات الجدول السابق والمتعلق بمعيار مصداقية المصدر في نشر المحتوى الاخباري جاءت في المرتبة الأولى أن يكون فيديو مع نص من أهم عناصر مصداقية المصدر بنسبة بلغت (71.40%) من إجمالي افراد العينة ويمكن ان يرجع السبب في ذلك الوعي الكامل لدى الإعلاميين بأن الفيديو مع نص أكثر قدرة على جذب انتباه الجمهور وإيصال الحدث بصورة واقعية ومؤثرة مما يعزز مصداقية الخبر.

وبينما من قالو أن تكون المعلومات منشورة بصفحات رسمية حكومية أو شخصيات عامة من أهم معايير مصداقية المحتوى الاخباري بنسبة بلغت (17.85%).

يليه في المرتبة الثالثة أن تكون نصاً مجرداً بنسبة بلغت (8.92%)

وأخيراً بقية الفئات جاءت بدون نسب تذكر.

جدول رقم (8) يوضح تقييم الإعلاميين والأكاديميين الليبيين لمصداقية المحتوى الاخباري المنشور عبر المواقع الالكترونية

ت	العبارات	ك	%
1	الفورية والسرعة في نقل الاحداث	2	1.8%
2	الدقة في عرض الاخبار	0	0%
3	التوازن في عرض الاخبار	5	4.4%
4	التحيز وعدم الوضوح في عرض المواقع	10	8.9%
5	عدم النزاهة	20	17.8%
6	التضليل تزيف الرأي العام والحكومي	70	62%
7	تقديم معلومات خاطئة	5	4.4%
	الإجمالي	112	100%

تشير بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من قالو التضليل وتزيف الرأي العام والحكومي من قبل المستخدمين للمواقع الالكترونية أثناء عرضهم ومتابعتهم للمناشير بحيث نجدها جاءت في المرتبة الأولى ونسبة بلغت (62.61%).

بينما من قالو عدم النزاهة في المنشورات المقدمة عبر المواقع الالكترونية بنسبة بلغت (17.85%).

(اتجاهات الإعلاميين والأكاديميين الليبيين نحو مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية)

يليهما في المرتبة الثالثة من قالو التحيز وعدم الوضوح في عرض المواضيع بحيث جاءت نسبتها (8.92%) وأخيراً باقي النسب جاءت ضعيفة وأخرى جاءت بدون نسب تذكر .

جدول رقم (9) يوضح الدوافع من استخدام الإعلاميين والأكاديميين للمواقع الالكترونية في متابعة مصداقية المحتوى الاخباري

ت	العبارات	ك	%
1	متابعة الاحداث	47	41.9%
2	الحصول على الاخبار لمعرفة ما يدور في وطني	45	40.1%
3	الحصول على معلومات	10	8.9%
4	التحدث مع الآخرين	0	0
5	لا نشارك الآخرين آرائهم وأفكارهم	0	0
6	لدعم جامعة معينة وقضايا معينة	0	0
7	مقارنة المعلومات الخبرية مع بعضهم البعض	0	0
8	سرعة الوصول إلى مصادر الخبر	10	8.9%
	الإجمالي	112	100%

تشير بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من يرون متابعة الاحداث من أهم دوافع استخدام الإعلاميين والأكاديميين للمواقع الالكترونية بحيث نجدها جاءت في المرتبة الأولى وبنسبة بلغت (41.96%) ويمكن أرجاع السبب في ذلك بطبيعة المواقع الالكترونية للتواصل الاجتماعي باعتبارها منصات قوية لمتابعة الاحداث وتحليلها بسرعة عبر تقديم تغطية سريعة وشاملة تتجاوز حواجز الزمان والمكان مما يتيح الوصول الفوري للمعلومات. يليها في المرتبة الثانية من قالو الحصول على الاخبار لمعرفة ما يدور في وطني جاءت بنسبة بلغت (40.17%). واخيراً في المرتبة الثالثة وبنسبة ضعيفة من قالو الحصول على معلومات بحيث بلغت نسبتهم (8.92%) أما باقي الفئات لا توجد بها نسب تذكر وحلت محلها النسب الصفرية.

جدول رقم (10) يوضح الرقابة الذاتية للإعلاميين والأكاديميين عند استخدامهم للمواقع الالكترونية في نشر المحتوى الاخباري

ت	العبارات	ك	%
1	خشية الله تعالى	92	82.14%
2	الشعور بالمسؤولية	3	2.8%
3	الاهتمام بالمصلحة العامة	10	8.9%
4	مراعاة العادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية	7	6.2%
5	التزام الإعلامي بالمعايير الإعلامية والمهنية	0	0
	الإجمالي	112	100%

تشير بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من يرون خشية الله تعالى من أهم ضوابط الرئيسية عند استخدامهم للمواقع الالكترونية وبنسبة بلغت (82.14%) وهذا مؤشر يدل على الوعي الكامل لدى افراد العينة من الإعلاميين والأكاديميين أساتذة الاعلام بالجامعات الليبية بأن خشية الله تعالى تدفع الإعلامي الناشر والأكاديمي المتابع للمحتوى الاخباري إلى الالتزام بالقيم المهنية مثل الموضوعية، وإلزام خصومه الآخرين والتضليل والتشهير مع

(اتجاهات الإعلاميين والأكاديميين الليبيين نحو مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية)

وجود مناعة تامة لديهم بغياب الضغط المؤسس الصارم في كثير من المواقع الالكترونية كما هو موجود في المؤسسات الإعلامية التقليدية.

يليهما في المرتبة الثانية من قالو الاهتمام بالمصلحة العامة في حال ثم نشر أي محتوى أخباري وبنسبة بلغت (8.92%).

أما في المرتبة الثالثة مراعاة العادات والتقاليد والأعراف الاجتماعية بنسبة بلغت (6.25%) وأخيراً الشعور بالمسؤولية بنسبة بلغت (2.77%).

جدول رقم (11) يوضح أهم المواقع الالكترونية التي يثق بها الإعلاميين الأكاديميين في الحصول على

المعلومات ذات مصداقية

ت	العبارات	ك	%
1	الفيس بوك	88	78.8%
2	ماسنجر	2	1.7%
3	يوتيوب	0	0%
4	الواتس اب	2	1.7%
5	قوقل نيوز	20	17.8%
	الإجمالي	112	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من يرون بأن أهم المواقع الالكترونية التي يثق بها الاعلاميون والأكاديميين تطبيق الفيس بوك بحيث بلغت نسبتهم (78.87%) من افراد العينة بحيث نجدها في المرتبة الأولى وهذه نتيجة غير منطقية باعتبار نحن اليوم أمام انقلاب مفاهيمي انهيارات معه القيم المؤسسة للمهنية الحرفية من تحرر للدقة والموضوعية والتوازن والحياد وغير ذلك من المفاهيم واخلاقيات المهنة صار كل فرد مصدر ومحرر وملقي ولم يعد هناك رئيس غير مسؤول ولا مدير محاسبي ولا مؤسسة مالكة تحاسب على الاشاعة أو تعاقب على إساءة السمعة في ظل التحولات الرقمية لا أعتقد بأن هناك مصداقية مطلقة وإن كانت تسببه.

بينما جاءت في المرتبة الثانية تطبيق قوقل ميث بنسبة بلغت (17.85%) من أفراد العينة وسجلت في المرتبة الثالثة بنسب متساوية ضعيفة تطبيق ماسنجر الواتس اب بنسبة بلغت (1.78%).

جدول رقم (12) يوضح أهم الخطوات الواجب اتخاذها من قبل المواقع الالكترونية لضمان مصداقية أكثر

ت	العبارات	ك	%
1	تأكد من المعلومة قبل تقديمها	67	59.9%
2	ارفاق الصور والمقاطع الفيديو للأخبار	40	35.7%
3	تحديث المستمر للمعلومات والاخبار	5	4.4%
4	أخرى تذكر	0	0%
	الإجمالي	112	100%

تشير بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من يرون بأن أهم الخطوات الواجب اتخاذها من قبل المواقع الالكترونية لضمان مصداقية أكثر من وجهة نظر المبحوثين تأكد من المعلومة قبل تقديمها بنسبة بلغت (59.92%) من افراد العينة ويمكن ان يرجع السبب في ذلك بأن البيئة الرقمية تساعد على سرعة تداول المعلومات ما يجعل التحقق وتأكيد ضرورة للحد من التظليل وتزييف الحقائق.

(اتجاهات الإعلاميين والأكاديميين الليبيين نحو مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية)

بينما من قالو ارفاق الصور والمقاطع الفيديو للأخبار جاءت في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (35.71%) من المبحوثين الإعلاميين وأساتذة الاعلام بليبيا.

يليهما في المرتبة الأخيرة وبنسبة ضعيفة من قالو تحديث المستمر للمعلومات والاخبار بنسبة بلغت (4.46%).

جدول رقم (13) يوضح أساليب التحقق التي يستخدمها الإعلاميين والأكاديميين للتأكد من مصداقية

المعلومات المستفادة من المواقع الالكترونية

ت	العبارات	ك	%
1	التأكد من صحة الرابط	60	53.8%
2	مراجعة محتوى الموقع	3	2.8%
3	التحري عن اراء تقييمات الزوار	2	1.8%
4	التحقق من عمر الموقع وهوية المالك	40	35.8%
5	فحص حسابات التواصل الاجتماعي	0	0%
6	الاعتماد على المواقع الحكومية	7	5.8%
	الإجمالي	112	100%

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق ارتفاع من يرون بأن التأكد من صحة الرابط من أهم أساليب التحقق التي يستخدمها الإعلاميين والأكاديميين بحيث بلغت نسبتهم (53.80%) من أفراد العينة.

بينما من قالو التحقق من عمر الموقع وهوية المالك جاءت نسبتهم (35.81%) من افراد العينة الدراسة الميدانية.

أما في المرتبة الثالثة من قالو الاعتماد على المواقع الحكومية بنسبة بلغت (5.83%).

الجدول رقم (14) يوضح معايير تقويم صورة المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية لدى الإعلاميين

الأكاديميين

ت	العبارات	ك	%
1	الصلة بالموضوع	0	0%
2	المصداقية	65	58.3%
3	الموضوعية	13	11.6%
4	وضوح المصدر	20	17.8%
5	حدثة الصورة	0	0%
6	مراعاة القيم المجتمعة	14	12%
	الإجمالي	112	100%

توضح بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من يرون المصداقية من اهم معايير تقويم صورة المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية لدى الإعلاميين والأكاديميين بنسبة بلغت (58.35%).

يليهما في المرتبة الثانية من قالو وضوح المصدر من اهم معايير تقويم المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية بحيث بلغت نسبتهم (17.85%).

وأخيراً وبنسبة ضعيفة من قالو الموضوعية من معايير تقويم صورة المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية بحيث بلغت نسبتهم (11.60%).

الجدول رقم (15) يوضح اهم المقترحات من وجهة نظر الإعلاميين الأكاديميين الليبيين لغات مصداقية المحتوى الاخباري بالمواقع الالكترونية

ت	العبارات	ك	%
1	انشاء وحدة خاصة لتحقيق من الاخبار داخل المواقع الالكترونية	5	4.4%
2	اعتماد مصادر رسمية ومعروفة كمراجع أساسية للأخبار	20	17.9%
3	مراقبة المحتوى المنشور	10	8.92%
4	استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لرصد الاخبار الزائفة	77	68.85%
	الإجمالي	112	100%

يتضح من خلال بيانات الجدول السابق ارتفاع نسبة من يرون بأن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لرصد الاخبار الزائفة من أهم مقترحات التي يقدمها الباحثون عينة الدراسة الميدانية بحيث بلغت نسبتهم (68.85%). يليها في المرتبة الثانية من قالو أن يجب اعتماد مصادر رسمية ومعروفة كمراجع أساسية للأخبار وبنسبة بلغت (17.85%).

أما في المرتبة الثالثة من قالو مراقبة المحتوى المنشور بنسبة ضعيفة بلغت (8.92%).

نتائج الدراسة:

1. ان معظم افراد العينة من الإعلاميين والأكاديميين يعتمدون بدرجة كبيرة على المواقع الالكترونية كمصدر للأخبار وبنسبة بلغت (88.39%).
2. (80.35%) من افراد العينة الدراسة من الإعلاميين والأكاديميين يستخدمو تطبيق الفيس بوك في الحصول على معلومات ونشر المحتوى ومتابعة الاحداث.
3. من عناصر مصداقية المصادر في نشر المحتوى الاخباري عبر المواقع الالكترونية فقد أظهرت الدراسة الحالية بأنه الفيديو مع نص عند عرض المحتوى الاخباري من أهم عناصر مصداقية المصدر بنسبة بلغت (71.42%).
4. فيما يتعلق بمدى تقييم الإعلاميين والأكاديميين لمصداقية المحتوى الاخباري المنشور عبر المواقع الالكترونية فقد أظهرت نتائج الدراسة بأن التظليل وتزييف الرأي العام والحكومي جاءت بنسبة بلغت (62.61%).
5. أظهرت نتائج الدراسة الحالية ارتفاع نسبة من يرون متابعة الاحداث من أهم دوافع استخدام الإعلاميين والأكاديميين المواقع الالكترونية وبنسبة بلغت (41.96%).
6. أن معظم افراد العينة يرون بأن خشية الله تعالى من أهم الضوابط الذاتية في نشر المحتوى الاخباري بنسبة بلغت (82.14%).

توصيات ومقترحات الدراسة

1. اجراء دراسات علمية متخصصة حول المصداقية والموضوعية بالمحتوى الاخباري المنشور عبر المواقع الالكترونية.
2. الاستفادة من التقنيات الحديثة في الكشف عن جرائم التظليل وتحريض وتزييف على الرأي العام والحكومي.
3. ضرورة التزام المواقع الالكترونية الإخبارية بالمصداقية والحيوية والموضوعية والعمل وفق اخلاقيات المهنة الصحفية.
4. رفع الوعي الإعلامي لدى الجمهور من خلال ورش عمل وندوات توضح للجمهور بأن المحتوى الإعلامي الرقمي يختلف كل الاختلاف عن المحتوى الإعلامي عبر المؤسسات الإعلامية.

قائمة المراجع:

1. أبو خليف، أحمد كامل. (2019). اتجاهات النخبة الإعلامية في مدينة كربلاء إزاء التضليل الإعلامي في الصفحات المزيفة. مجلة أهل البيت، العدد (34)
2. أحمد، بدر. (1995). أصول البحث العلمي ومناهجه. وكالة المطبوعات.
3. عليان، يحيى مصطفى، وغنيم، عثمان محمد. (2004). أساليب البحث العلمي) ط. (1الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
4. عامر، عبد الله. (1988). أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته) ط. (1بنغازي، ليبيا: جامعة قاريونس.
5. جلال، هزار محمد. (2021). مصداقية المواقع الإلكترونية كمصدر للأخبار والمواضيع وعلاقتها بظاهرة العداء لوسائل الإعلام لدى الجمهور. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، العدد 42.
6. خليفة، شيرين حامد. (2015). اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام المواقع الإخبارية الفلسطينية بأخلاقيات المهنة: دراسة ميدانية. رسالة ماجستير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
7. الدليمي، حميد جاعد محسن، واللافي، إدريس عبد القادر. (2008). أساسيات البحث المنهجي في الدراسات الإعلامية (ط. 1ليبيا: منشورات جامعة قاريونس.
8. عرابي، دنيا أحمد. (2012). مصداقية المضمون الخبري لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب. مجلة البحوث الإعلامية. القاهرة العدد 27.
9. غريب، سحر أحمد (2021)، مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحافة المصرية. رسالة ماجستير منشورة، جامعة عين شمس.
10. فلورا، أكرم. (2021). مصداقية صفحات الصحف المصرية على فيسبوك وقت أزمة كورونا لدى الجمهور المصري. رسالة ماجستير منشورة، جامعة عين شمس.
11. المرزوقي، نورة بنت صالح. (2020). مصداقية المواقع الصحفية الإلكترونية لدى النخبة الأكاديمية السعودية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، (7) .
12. بركع، وفاق حافظ. (2021). مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور العراقي. مجلة دراسات وبحوث إعلامية، الجامعة العراقية.
13. حرود، رانية، وآخرون. (2023). تقييم مصداقية المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي. رسالة ماجستير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
14. الشريف، عابد بن الدرويد. (2008). مفهوم وأهمية ودور الدراسات في البحث العلمي. مجلة البحوث الإعلامية، (42) .
15. حسن، راضي رشيد وآخرون (2011) البرامج الحوارية ودورها في تشكل اتجاهات الرأي العام من وجهة نظر طلبة الاعلام. * قام بتحكيم استمارة الاستبيان مجموعة من الأساتذة وهم:
أ.د. عابدين الشريف الدريدي بروفيسور بالجامعات الليبية
أ.د. محمد الأصفر بروفيسور عضو هيئة التدريس بالجامعات الليبية
د. عبدالله محمد اطيبة أستاذ مشارك - بكلية الآداب قسم الاعلام.
أ. احمد عبدالسلام السني أستاذ مساعد، عضو هيئة تدريس بجامعة سرت.