



## Determinants of Trust in Digital News among the Libyan Public: A Field Study through Social Media Platforms

Mohamed El Bakkai 

Department of Radio and Television, Faculty of Media, University of Benghazi, Benghazi, Libya

Email: [mhmdalbkay849@gmail.com](mailto:mhmdalbkay849@gmail.com)

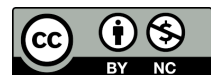
Received 12 /02 /2026 | Accepted 28 /03 /2026 | Available online 06 / 04 /2026 | DOI: 10.26629/uzfaj.2026.25

### Abstract:

This study aims to analyze the determinants of trust in digital news among the Libyan public in light of the transformations brought by social media platforms in the production, circulation, and consumption of news. The study is based on the assumption that trust in digital news is no longer solely linked to the credibility of traditional sources, but has become a complex cognitive process influenced by source characteristics, content presentation, digital interaction, and the level of audience reliance on social media platforms for news.

The study adopted the descriptive analytical method using an electronic questionnaire distributed to a sample of 120 Libyan social media users. Data were analyzed using SPSS through descriptive statistics, Pearson correlation, ANOVA, and multiple regression analysis. The results revealed that the level of trust in digital news among the Libyan public was moderate. The findings also showed that official and institutional media sources receive higher levels of trust compared to individual or unverified accounts. In addition, digital interaction indicators such as likes, comments, and shares were found to influence the perception of news credibility. The study further indicated that social media platforms represent a primary source of news for a large segment of the Libyan public. Moreover, the regression analysis demonstrated that the news source is the most influential factor in shaping trust in digital news, followed by digital interaction and the intensity of social media use.

**Keywords:** Digital News Trust, Media Credibility, Social Media Platforms, Libyan Audience, Digital News.



## محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي

### دراسة ميدانية عبر منصات التواصل الاجتماعي

محمد البكاي

قسم الاذاعة والتلفزيون، كلية الاعلام بنغازي، جامعة بنغازي، ليبيا

تاريخ النشر، 2026/04/06

تاريخ القبول، 2026/03/28

تاريخ الاستلام، 2026/02/12

#### ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي في ظل التحولات التي أحدثتها منصات التواصل الاجتماعي في أنماط إنتاج الأخبار وتداولها واستهلاكها، وتتعلق الدراسة من فرضية أن الثقة في الأخبار الرقمية لم تعد مرتبطة فقط بموثوقية المصدر التقليدي، بل أصبحت عملية إدراكية مركبة تتأثر بخصائص المصدر، وطبيعة عرض المحتوى، ومستوى التفاعل الرقمي، إضافة إلى درجة اعتماد الجمهور على المنصات الاجتماعية في متابعة الأخبار.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة الإلكترونية أداة لجمع البيانات، حيث طبقت على عينة مكونة من (120) مفردة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في ليبيا، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS من خلال المتوسطات الحسابية، ومعامل ارتباط بيرسون، واختبار تحليل التباين (ANOVA)، وتحليل الانحدار المتعدد.

وأظهرت النتائج أن مستوى الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي جاء بدرجة متوسطة، كما بينت أن المصادر الإعلامية الرسمية تحظى بدرجة ثقة أعلى مقارنة بالمصادر الفردية، في حين تبين أن التفاعل الرقمي يؤثر بدرجة معينة في إدراك مصداقية الأخبار، كما كشفت النتائج أن منصات التواصل الاجتماعي تمثل مصدرا رئيسا للأخبار لدى شريحة واسعة من الجمهور الليبي، وأوضحت نتائج تحليل الانحدار أن مصدر الخبر يمثل العامل الأكثر تأثيرا في تشكيل الثقة بالأخبار الرقمية، يليه التفاعل الرقمي ثم كثافة استخدام المنصات الاجتماعية.

**الكلمات المفتاحية:** الثقة في الأخبار الرقمية، المصداقية الإعلامية، منصات التواصل الاجتماعي، الجمهور الليبي، الأخبار الرقمية.

## مقدمة

لم تعد الثقة في المجال الإعلامي مسألة مرتبطة بسلطة المؤسسة أو تاريخها المهني فحسب، بل أصبحت نتاجا لتفاعلات معقدة داخل بيئة رقمية تتغير فيها معايير الشرعية والقبول بشكل مستمر، ففي فضاء منصات التواصل الاجتماعي، تتجاوز الأخبار المهنية مع المحتوى الفردي، وتتنافس المصادر الرسمية مع الحسابات الشخصية، وتتداخل الحقائق مع التأويلات، في سياق لا يخضع لمنطق البوابة التقليدية بقدر ما تحكمه خوارزميات الانتشار وسرعة التداول. وفي الحالة الليبية، حيث تشكل المنصات الاجتماعية المصدر الأبرز لتلقي الأخبار لدى شرائح واسعة من الجمهور، يتخذ هذا التحول أبعادا أكثر حساسية، فالسياق الإعلامي المحلي يتسم بتعدد الفاعلين، وتباين مستويات المهنية، وتتداخل الخطاب الإخباري مع الخطاب السياسي والاجتماعي، الأمر الذي يجعل عملية الحكم على صدقية الأخبار الرقمية عملية إدراكية مركبة، لا تعتمد فقط على مصدر الخبر، بل على جملة من المؤشرات الرمزية والتفاعلية.

إن الثقة في الأخبار الرقمية لم تعد معطى ثابتا، بل أصبحت عملية بناء مستمرة، تتشكل عبر إدراك الجمهور لطبيعة المصدر، وأساليب العرض، ومستوى التفاعل، وانتشار المحتوى، بل وحتى عبر التصورات المسبقة والخبرات الإعلامية السابقة، وفي ظل بيئة تتسم بكثافة المعلومات وتسارعها، يصبح السؤال عن محددات الثقة سؤالاً عن آليات التقييم، ومعايير الاختيار، وأسس الشرعية داخل المجال الإعلامي الرقمي.

ورغم التحولات المتسارعة في أنماط استهلاك الأخبار في ليبيا، ما تزال المقاربات الميدانية التي تفكك محددات الثقة في الأخبار الرقمية محدودة، وهو ما يترك فجوة معرفية تتطلب تحليلاً علمياً يستند إلى قياس إدراك الجمهور، ورصد العوامل المؤثرة في بناء المصداقية داخل الفضاء الرقمي.

ومن هنا، تنطلق هذه الدراسة لتحليل محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي، من خلال مقارنة ميدانية تسعى إلى الكشف عن الأسس التي يستند إليها الأفراد في الحكم على مصداقية المحتوى الإخباري المتداول عبر منصات التواصل الاجتماعي، وإعادة قراءة العلاقة بين الجمهور والأخبار في بيئة رقمية متغيرة.

**مشكلة الدراسة:** لم تعد الأخبار في البيئة الرقمية تختبر وفق المعايير المهنية التقليدية وحدها، بل أصبحت تخضع لمنطق جديد يتشكل داخل فضاء تتكاثر فيه المصادر، وتتقاطع فيه السرديات، وتعاد فيه صياغة الوقائع بسرعة تفوق قدرة التحقق المؤسسي، ففي هذا السياق، تتحول الثقة من افتراض سابق إلى عملية بناء إدراكي معقدة، تتداخل فيها عناصر المصدر، وأسلوب العرض، وحجم التفاعل، وسياق التداول، في بيئة لا تحتكر فيها المؤسسات الإعلامية سلطة التعريف بالخبر أو منحه شرعيته.

وفي الحالة الليبية، حيث تمثل منصات التواصل الاجتماعي المجال الأكثر حضوراً لتلقي الأخبار وتداولها، تتضاعف إشكالية الثقة بفعل تعددية الفاعلين، وتباين مستويات الاحتراف، وامتزاج الإخباري بالسياسي والاجتماعي والشخصي، الأمر الذي يجعل معايير الحكم على المصدقية غير مستقرة، وقابلة لإعادة التشكيل تبعاً لخبرة الجمهور وتصوراته المسبقة وأنماط استخدامه الرقمي، ورغم مركزية هذا التحول في تشكيل العلاقة بين الجمهور والأخبار، ما تزال محددات الثقة في الأخبار الرقمية داخل السياق الليبي غير مفككة علمياً على نحو يكشف بنيتها الفعلية وآليات اشتغالها.

ومن ثم تتمثل مشكلة الدراسة في الكشف عن البنية المركبة لمحددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي، وتحليل العوامل التي تؤثر في إدراك المصدقية داخل منصات التواصل الاجتماعي، بوصفها فضاء يعاد فيه تعريف الخبر وشرعيته ومعايير تصديقه بصورة مستمرة.

وفي ضوء ذلك تطرح الدراسة تساؤلاً رئيساً مفاده: ما محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي داخل منصات التواصل الاجتماعي؟

#### أهمية الدراسة:

1- تفكك محددات الثقة في الأخبار الرقمية داخل السياق الليبي بوصفها عملية إدراكية ديناميكية وليست خاصة ثابتة للمصدر.

2- تسد فجوة بحثية في الدراسات الليبية المتعلقة بالمصدقية في البيئة الرقمية.

3- تعيد تأطير مفهوم الشرعية الإخبارية في ظل تراجع مركزية الوسيط التقليدي وتعدد الفاعلين الرقميين.

4- تقدم قياساً ميدانياً مباشراً لإدراك الجمهور تجاه الأخبار المتداولة عبر المنصات الاجتماعية.

5- توفر معطيات تطبيقية يمكن أن تسهم في تطوير استراتيجيات إعلامية تعزز الثقة في المحتوى الرقمي الليبي.

6- تسهم في إثراء الأدبيات العربية المتعلقة بدراسات مصداقية الأخبار في البيئة الرقمية.

#### أهداف الدراسة:

1- تحليل البنية المركبة لمحددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي داخل البيئة التفاعلية لمنصات التواصل الاجتماعي.

2- قياس مستوى الثقة في الأخبار المتداولة رقمياً والكشف عن أنماط تباينها بين المستخدمين.

3- تفكيك العوامل المؤثرة في إدراك المصدقية، بما يشمل خصائص المصدر، وطبيعة العرض، وسياق التفاعل والانتشار.

4- استكشاف العلاقة بين كثافة الاستخدام الرقمي ومعايير الحكم على صدقية المحتوى الإخباري.

5- بناء تصور تحليلي يفسر آليات تشكل الثقة في الأخبار داخل المجال الإعلامي الرقمي الليبي.

6- تقديم إطار تفسيري يمكن أن يسهم في فهم التحولات الجارية في علاقة الجمهور الليبي بالمحتوى الإخباري عبر المنصات الاجتماعية.

**تساؤلات الدراسة:** يدور التساؤل الرئيسي حول ما مستوى الثقة الذي يمنحه الجمهور الليبي للأخبار الرقمية المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي؟ وماهي المحددات الأساسية التي يستند إليها الجمهور في بناء حكمه على مصداقية الخبر الرقمي؟ ومن ثم كيف يؤثر نوع المصدر (رسمي، مؤسسي، إعلامي مستقل، مؤثر رقمي، صفحة شخصية) في تشكيل مستوى الثقة؟ وأيضا إلى أي مدى يسهم حجم التفاعل والانتشار في تعزيز إدراك المصداقية أو إضعافها؟ بالإضافة لتحديد العلاقة بين كثافة استخدام المنصات الاجتماعية ومعايير تقييم صدقية الأخبار؟ وهل تختلف محددات الثقة باختلاف الخصائص الديموغرافية للجمهور الليبي؟

**فرضيات الدراسة:** هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خصائص مصدر الخبر ومستوى الثقة الذي يمنحه الجمهور الليبي للأخبار الرقمية. وهل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التفاعل مع الخبر الرقمي (إجابات، تعليقات، مشاركات) وإدراك مصداقيته. وكيف يؤثر مستوى كثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي في درجة الثقة بالأخبار الرقمية. وهل تختلف محددات الثقة في الأخبار الرقمية باختلاف الخصائص الديموغرافية للجمهور الليبي (الجنس، العمر، المستوى التعليمي).

**مخطط متغيرات الدراسة:** في ضوء الإطار النظري للدراسة، تم تحديد مجموعة من المتغيرات التي تسعى الدراسة إلى تحليل العلاقة بينها، وتتمثل هذه المتغيرات في الثقة في الأخبار الرقمية بوصفها المتغير التابع، في حين تمثل خصائص مصدر الخبر، ومستوى التفاعل مع المحتوى الإخباري، وكثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي المتغيرات المستقلة التي يمكن أن تؤثر في إدراك الجمهور الليبي لمصداقية الأخبار المتداولة عبر المنصات الرقمية.

جدول (1) مخطط متغيرات الدراسة

المؤشرات	نوع المتغير	المتغير
درجة الثقة - الاعتماد على الأخبار - تصور الدقة والموضوعية	متغير تابع	الثقة في الأخبار الرقمية
مصدر رسمي - مصدر إعلامي مؤثر رقمي - صفحة شخصية	متغير مستقل	مصدر الخبر
الإجابات - التعليقات - المشاركات - انتشار الخبر	متغير مستقل	التفاعل مع الخبر
عدد مرات متابعة الأخبار - مدة استخدام المنصات	متغير مستقل	كثافة استخدام المنصات
الجنس - العمر - المستوى التعليمي	متغير ضابط	الخصائص الديموغرافية

الإطار النظري للدراسة:

أولاً: نظرية المصداقية الإعلامية (Media Credibility Theory)

تشكل المصادقية أحد المفاهيم الأساسية في بحوث الاتصال، وقد انطلقت جذورها من دراسة تأثير خصائص المصدر في تقبل الرسالة، فقد أثبت (Hovland and Weiss (1951 أن إدراك المتلقي لخبرة المصدر وموثوقيته يؤثر بصورة مباشرة في فاعلية الاتصال وقبول المضمون الإعلامي وتوسع المفهوم لاحقا ليشمل أبعادا متعددة، حيث طور (Gaziano and McGrath (1986 مقياسا لقياس مصادقية الوسيلة الإخبارية، مؤكداً أن المصادقية تتكون من عناصر إدراكية مثل الدقة، والعدالة، والموضوعية، والثقة.

ومع انتقال الأخبار إلى البيئة الرقمية، أوضح (Flanagin and Metzger (2000 أن تقييم مصادقية المعلومات عبر الإنترنت لا يعتمد فقط على هوية المصدر، بل يتأثر أيضا بخصائص الوسيط الرقمي وسياق الاستخدام، كما بين (Metzger et al, (2003 أن المصادقية في الفضاء الرقمي عملية إدراكية متعددة الأبعاد، تتداخل فيها خصائص المصدر والرسالة والوسيط التكنولوجي.

### ثانياً: نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media System Dependency Theory)

تفترض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أن تأثير الوسيلة الإعلامية يرتبط بدرجة اعتماد الأفراد عليها لتلبية احتياجاتهم المعرفية والاجتماعية، وقد طرح (Ball-Rokeach and DeFleur (1976 نموذج الاعتماد، مؤكداً أن العلاقة بين الجمهور والوسيلة تصبح أكثر قوة في البيئات التي تزداد فيها الحاجة إلى المعلومات.

ويشير النموذج إلى أن ارتفاع مستوى الاعتماد يؤدي إلى زيادة التأثير المعرفي والانفعالي والسلوكي للوسيلة، وفي السياق الرقمي، يصبح اعتماد الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للأخبار عاملاً حاسماً في تشكيل مستوى الثقة بالمحتوى الإخباري.

### توظيف الإطار النظري:

تتبنى الدراسة مقارنة تفسيرية تقوم على التكامل بين نظرية المصادقية الإعلامية ونموذج الاعتماد على وسائل الإعلام بوصفهما إطارين يفسران تشكل الثقة في الأخبار الرقمية داخل بيئة اتصال شبكية متحولة، فوفق منظور المصادقية، لا تختزل الثقة في كونها انطباعاً عاماً تجاه المصدر، بل تفهم كعملية تقييم إدراكي مركبة تستند إلى تقدير الجمهور لخبرة المصدر، ودرجة موضوعية المحتوى، وتوازنه، ودقته ومن هذا المنطلق، جرى تحويل هذه الأبعاد النظرية إلى مؤشرات قياس محددة داخل الأداة البحثية، بما يسمح برصد البنية الفعلية لمحددات المصادقية في السياق الليبي.

في المقابل، يقدم نموذج الاعتماد تفسيراً بنوياً للعلاقة بين الجمهور والمنصة الرقمية، حيث يفترض أن تأثير الوسيلة يتعاظم بقدر اعتماد الأفراد عليها في تلبية احتياجاتهم المعرفية، وعليه، فإن الاعتماد المتزايد

على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للأخبار لا يؤثر فقط في أنماط الاستهلاك، بل يعيد تشكيل معايير التقييم ذاتها، ويؤثر في درجة الثقة الممنوحة للمحتوى المتداول عبرها. ومن خلال هذا التكامل، تفهم الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي بوصفها ناتجا لتفاعل مستمر بين بعدين: بعد إدراكي يتعلق بخصائص المصدر والمحتوى، وبعد بنيوي يرتبط بدرجة الاعتماد على المنصة الرقمية، وبذلك يشكل الإطار النظري أساسا تفسيريا لتحليل العلاقات بين المتغيرات، واختبار الفرضيات، وإعادة قراءة نتائج الدراسة في ضوء التحولات التي يشهدها المجال الإعلامي الرقمي في ليبيا. **مصطلحات الدراسة:**

### **أولاً: الثقة في الأخبار (Trust in News)**

**التعريف النظري:** تعرف الثقة في الأخبار بأنها مستوى الاعتقاد الذي يمنحه الأفراد لصدق المعلومات الإخبارية ودقتها ونزاهتها، ومدى اعتمادهم عليها كمصدر موثوق للمعلومات العامة، ويرتبط المفهوم بتقييم إدراكي يشمل تقدير صدقية المصدر وموضوعية المحتوى واتساقه (Kohring & Matthes, 2007)، كما تفهم الثقة في الأخبار بوصفها استعدادا نفسيا لقبول المعلومات دون تحقق مباشر، استنادا إلى تصور الجمهور لموثوقية الجهة الناشرة (Tsfati & Cappella, 2003).

**التعريف الإجرائي:** تقاس الثقة في الأخبار في هذه الدراسة من خلال متوسط استجابات أفراد العينة على مجموعة من العبارات التي تقيس مدى اعتقادهم بدقة الأخبار الرقمية، وموضوعيتها، واعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

### **ثانياً: المصداقية الإعلامية (Media Credibility)**

**التعريف النظري:** تعرف المصداقية الإعلامية بأنها إدراك الجمهور لدرجة موثوقية الوسيلة أو المصدر أو الرسالة الإعلامية، استنادا إلى معايير مثل الدقة، والإنصاف، والموضوعية، والكفاءة المهنية (Gaziano & McGrath, 1986) وفي البيئة الرقمية، ينظر إلى المصداقية باعتبارها عملية إدراكية متعددة الأبعاد تتشكل من خلال خصائص المصدر والمحتوى والسياق التكنولوجي (Metzger et al., 2003).

**التعريف الإجرائي:** تقاس المصداقية في هذه الدراسة من خلال مؤشرات تتعلق بتقييم الجمهور لخبرة المصدر، ووضوح المعلومات، وتوازن الطرح، وخلو الخبر من التحيز، كما تظهر في استجاباتهم على فقرات الاستبانة.

### **ثالثاً: الأخبار الرقمية (Digital News)**

**التعريف النظري:** تشير الأخبار الرقمية إلى المحتوى الإخباري الذي ينتج أو يعاد نشره أو يتداول عبر المنصات الإلكترونية، خاصة شبكات التواصل الاجتماعي، ويتميز بالتفاعلية وسرعة الانتشار وإمكانية

إعادة التداول، ويعد هذا النمط من الأخبار جزءا من بيئة إعلامية شبكية تتجاوز النموذج المؤسسي التقليدي (Hermida, 2010).

#### التعريف الإجرائي:

تعرف الأخبار الرقمية في هذه الدراسة بأنها الأخبار السياسية والاجتماعية والاقتصادية المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي (مثل فيسبوك) والتي يعتمد عليها المبحوثين كمصدر للمعلومات.

#### رابعا: الاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية (Media Dependency)

**التعريف النظري:** يشير الاعتماد على وسائل الإعلام إلى درجة ارتباط الأفراد بالوسيلة الإعلامية لتلبية احتياجاتهم المعرفية والاجتماعية، ويزداد تأثير الوسيلة بقدر اعتماد الجمهور عليها (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976)، وفي السياق الرقمي، يفهم الاعتماد بوصفه علاقة بنيوية بين المستخدم والمنصة بوصفها مصدرا أساسيا للمعلومات.

**التعريف الإجرائي:** يقاس الاعتماد في هذه الدراسة من خلال مؤشرات تتعلق بدرجة استخدام منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للأخبار، وعدد مرات الرجوع إليها للحصول على معلومات إخبارية. **حدود الدراسة:**

**أولاً: الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على تحليل محددات الثقة في الأخبار الرقمية كما يدركها الجمهور الليبي عبر منصات التواصل الاجتماعي، دون التوسع في دراسة أنماط إنتاج الأخبار أو تحليل مضمونها مهنيا، كما تنحصر في قياس الأبعاد الإدراكية للمصادقية دون اختبار دقة المحتوى موضوعيا.

**ثانيا: الحدود البشرية:** تتمثل في الجمهور الليبي المستخدم لمنصات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، ولا تمتد لتشمل الصحفيين أو صناع المحتوى أو المؤسسات الإعلامية.

**ثالثا: الحدود المكانية:** تجرى الدراسة في السياق الليبي، بما يحمله من خصوصية إعلامية وسياسية واجتماعية، وهو ما قد يجعل نتائجها مرتبطة بطبيعة البيئة الرقمية المحلية.

**رابعا: الحدود الزمنية:** تقتصر الحدود الزمانية لهذه الدراسة على الفترة التي تم خلالها جمع البيانات الميدانية من عينة الدراسة، حيث أجريت عملية توزيع الاستبانة الإلكترونية خلال شهر أكتوبر 2025، وذلك بهدف قياس مستوى الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي في ضوء واقع استخدام منصات التواصل الاجتماعي خلال هذه الفترة الزمنية.

**خامسا: الحدود المنهجية:** تعتمد الدراسة على أداة الاستبانة الإلكترونية لقياس إدراك الجمهور، وهو ما يجعل النتائج مرتبطة بمدى صدق استجابات المبحوثين وإدراكهم الذاتي، دون استخدام أدوات نوعية مكملة مثل المقابلات المعمقة.

## الدراسات السابقة:

- 1- مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال:
- 2- هدفت دراسة الشريف (Al-Sharif, 2022) إلى تحليل مستوى إدراك مصداقية الأخبار المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى القائمين بالاتصال في المؤسسات الإعلامية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة أداة رئيسة لجمع البيانات من عينة من الصحفيين والعاملين في الصحف الإلكترونية السعودية.
- وأظهرت نتائج الدراسة أن تقييم مصداقية الأخبار الرقمية يختلف باختلاف مصدر الخبر وطبيعة المنصة المستخدمة، كما بينت النتائج أن الأخبار المنشورة عبر الحسابات الإعلامية الرسمية تحظى بدرجة أعلى من الثقة مقارنة بالأخبار المتداولة عبر الحسابات الشخصية أو غير الموثقة (Al-Sharif, 2022).
- 2- شارك الأخبار وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي: دراسة لسلوك الجمهور العربي في استخدام الأخبار الرقمية

هدفت دراسة صلاح (Salah, 2025) إلى تحليل سلوك الجمهور العربي في مشاركة الأخبار الرقمية عبر منصات التواصل الاجتماعي، مع التركيز على العلاقة بين مستوى الثقة في الأخبار وقرار مشاركتها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، واستخدمت الاستبانة أداة لجمع البيانات من عينة بلغت 246 مفردة من المستخدمين في عدد من الدول العربية.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية بين مستوى الثقة في مصدر الخبر وقرار مشاركته عبر المنصات الاجتماعية، كما كشفت النتائج أن عدداً كبيراً من المستخدمين يعتمدون على الأخبار المتداولة عبر شبكاتهم الرقمية دون التحقق من صحتها، الأمر الذي يسهم في انتشار الأخبار غير الدقيقة داخل الفضاء الرقمي (Salah, 2025).

## 3- دور المنصات العربية للتحقق من الأخبار في مكافحة التضليل الإعلامي

هدفت دراسة منصات التحقق العربية (Arab Fact-Checking Platforms, 2022) إلى تحليل دور منصات التحقق العربية في الحد من انتشار الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي من خلال تحليل 508 مواد إعلامية نشرتها منصات التحقق العربية مثل "مسبار" و"فتبينوا". وأظهرت النتائج أن منصات التحقق تؤدي دوراً مهماً في كشف الأخبار الزائفة وتصحيح المعلومات المتداولة، إلا أن قدرتها على الحد من انتشار التضليل الإعلامي ما تزال محدودة بسبب سرعة انتشار الأخبار عبر الشبكات الاجتماعية، كما بينت الدراسة أن منصة فيسبوك تعد من أكثر المنصات التي تنتشر عبرها الأخبار الزائفة (Arab Fact-Checking Platforms, 2022).

#### The Extensive Use of Social Media by Arab University Students -4

هدفت دراسة (Backer, 2025) إلى تحليل العلاقة بين الاستخدام المكثف لمنصات التواصل الاجتماعي وإدراك مصداقية المعلومات لدى طلبة الجامعات العرب، واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي باستخدام الاستبانة، حيث شملت عينة مكونة من 536 طالباً جامعياً من عدة دول عربية. وأظهرت نتائج الدراسة أن الاستخدام المكثف لمنصات التواصل الاجتماعي يرتبط بارتفاع احتمال التعرض للمعلومات غير الدقيقة، كما بينت الدراسة أن 81% من الطلبة يشككون في مصداقية الأخبار المتداولة عبر هذه المنصات رغم استمرار اعتمادهم عليها كمصدر رئيس للمعلومات (Backer, 2025).

#### 5- تأثير الأخبار الزائفة على الثقة في المحتوى الرقمي

هدفت دراسة حول تأثير الأخبار الزائفة على الثقة في المحتوى الرقمي في الجزائر (Fake News Impact Study, 2022) إلى تحليل العلاقة بين انتشار الأخبار الزائفة ومستوى الثقة في المحتوى الإعلامي الرقمي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال استطلاع آراء عدد من العاملين في المؤسسات الإعلامية الجزائرية. وأظهرت نتائج الدراسة أن انتشار الأخبار الزائفة يسهم في تراجع مستوى الثقة في المحتوى الإعلامي الرقمي، كما يؤدي إلى إضعاف شرعية المؤسسات الإعلامية كمصدر موثوق للمعلومات، الأمر الذي يفرض تحديات جديدة أمام المؤسسات الإعلامية في مواجهة التضليل الإعلامي وتعزيز مصداقية الأخبار (Fake News Impact Study, 2022).

#### التعليق على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

يتضح من استعراض الدراسات السابقة أن موضوع مصداقية الأخبار والثقة في المحتوى الإعلامي الرقمي حظي باهتمام متزايد في بحوث الإعلام، خاصة في ظل التحولات التي أحدثتها منصات التواصل الاجتماعي في إنتاج الأخبار وتداولها واستهلاكها.

فقد بينت بعض الدراسات أن مستوى الثقة في الأخبار الرقمية يرتبط بدرجة موثوقية المصدر وطبيعته المؤسسية، كما في دراسة الشريف (Al-Sharif, 2022)، في حين ركزت دراسات أخرى على سلوك المستخدمين في تداول الأخبار عبر المنصات الاجتماعية، وأظهرت وجود علاقة بين مستوى الثقة في الخبر وقرار مشاركته كما في دراسة صلاح (Salah, 2025).

كما تناولت بعض الدراسات تأثير الأخبار الزائفة في تراجع الثقة بالمحتوى الإعلامي الرقمي، حيث أكدت أن انتشار المعلومات المضللة يمثل أحد أبرز التحديات التي تواجه البيئة الإعلامية الرقمية المعاصرة (Arab Fact-Checking Platforms, 2022; Backer, 2025).

ورغم أهمية هذه الدراسات في تحليل العلاقة بين الجمهور والأخبار في البيئة الرقمية، فإن معظمها أجري في سياقات إعلامية عربية أو دولية مختلفة، بينما ما تزال الدراسات التي تتناول محددات الثقة في الأخبار الرقمية داخل السياق الليبي محدودة.

ومن هنا تنطلق الدراسة الحالية لتحليل محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي عبر منصات التواصل الاجتماعي، مستفيدة من الأدبيات السابقة في بناء الإطار النظري وتصميم أداة الدراسة وتحليل نتائجها في ضوء ما توصلت إليه الدراسات السابقة.

**المنهجية:** اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعد من أكثر المناهج استخداماً في بحوث الإعلام والاتصال لدراسة الظواهر الاجتماعية وتحليلها والكشف عن العلاقات بين متغيراتها ويقوم هذا المنهج على جمع البيانات المتعلقة بالظاهرة المدروسة وتحليلها بطريقة علمية تسمح بفهم أبعادها وتفسيرها تفسيراً منهجياً دقيقاً.

(2014) eil إلى أن الدراسات الوصفية تعد من التصاميم البحثية الأساسية في العلوم الاجتماعية، حيث تسمح بدراسة الاتجاهات والآراء والسلوكيات لدى الأفراد من خلال جمع البيانات الميدانية وتحليلها إحصائياً بهدف تفسير الظواهر الاجتماعية والإعلامية (Creswell, 2014).

كما يؤكد (2016) Babbie أن المنهج الوصفي التحليلي يعد من أكثر المناهج استخداماً في بحوث الإعلام، خاصة في الدراسات التي تستهدف تحليل اتجاهات الجمهور وأنماط استخدامه لوسائل الإعلام المختلفة، لما يوفره من إمكانية تحليل البيانات الميدانية بصورة منظمة ودقيقة (Babbie, 2016).

وقد تم اختيار هذا المنهج لملاءمته لطبيعة الدراسة الحالية التي تسعى إلى تحليل محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي والكشف عن العوامل التي تؤثر في إدراك مصداقية الأخبار المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

#### تصميم الدراسة:

تعتمد الدراسة على تصميم بحثي كمي (Quantitative Research Design) يقوم على قياس اتجاهات الجمهور الليبي نحو الأخبار الرقمية المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتحليل العوامل التي تؤثر في مستوى الثقة بالمحتوى الإخباري الرقمي.

ويشير (2016) Bryman إلى أن التصميم الكمي يسمح بقياس الاتجاهات والآراء لدى الأفراد بصورة قابلة للتحليل الإحصائي، وهو ما يساهم في اختبار العلاقات بين المتغيرات وتحليلها بطريقة علمية دقيقة (Bryman, 2016).

**مجتمع الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من الجمهور الليبي المستخدم لمنصات التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول على الأخبار والمعلومات.

وقد أصبحت هذه المنصات تمثل أحد المصادر الرئيسية للأخبار في البيئة الإعلامية الرقمية المعاصرة، حيث يعتمد عليها قطاع واسع من المستخدمين في متابعة الأحداث والقضايا العامة.

ويشير تقرير Reuters Institute Digital News Report إلى أن استخدام منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار شهد ارتفاعا ملحوظا خلال السنوات الأخيرة، حيث يعتمد عليها عدد كبير من المستخدمين للحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار اليومية (Newman et al, 2023).

**عينة الدراسة:** نظرا لاتساع مجتمع الدراسة وصعوبة دراسة جميع أفرادها، فقد اعتمدت الدراسة على عينة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في ليبيا. وقد بلغ حجم العينة (120) مفردة من الجمهور الليبي المستخدم للمنصات الرقمية. ويشير (Etikan & Bala, 2017) إلى أن استخدام العينة في الدراسات الاجتماعية يعد إجراء منهجيا مناسباً عندما يكون مجتمع الدراسة كبيرا، إذ يسمح بالحصول على بيانات تمثل المجتمع بدرجة مقبولة من الدقة العلمية.

**مبررات اختيار حجم العينة:** تم تحديد حجم عينة الدراسة في ضوء طبيعة الدراسة وأهدافها، حيث بلغ حجم العينة (120) مفردة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في ليبيا، ويعد هذا الحجم مناسباً للدراسات الوصفية التي تهدف إلى قياس اتجاهات الجمهور وتحليل إدراكاته نحو ظاهرة إعلامية معينة.

ويشير (Babbie, 2016) إلى أن حجم العينة في الدراسات المسحية يمكن أن يكون محدودا نسبيا إذا كان الهدف هو تحليل الاتجاهات العامة لدى الأفراد واختبار العلاقات بين المتغيرات، كما يوضح (Creswell, 2014) أن الدراسات الكمية التي تعتمد على الاستبانة يمكن أن تحقق درجة مقبولة من التمثيل الإحصائي عندما يتجاوز حجم العينة (100) مفردة، خاصة في الدراسات الاستكشافية أو الدراسات التي تركز على تحليل الاتجاهات.

وبناء على ذلك، يعد حجم العينة المعتمد في هذه الدراسة مناسباً لتحقيق أهداف البحث وتحليل محددات الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي.

#### جدول (2) خصائص عينة الدراسة

المتغير	الفئة	العدد	النسبة
الجنس	ذكور	68	56.7%
	إناث	52	43.3%
العمر	أقل من 25	38	31.6%
	25-35	46	38.3%
	أكثر من 35	36	30.1%
المستوى التعليمي	ثانوي	22	18.3%
	جامعي	74	61.7%
	دراسات عليا	24	20%

## أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسية لجمع البيانات الميدانية، نظرا لملاءمتها لطبيعة الدراسات التي تهدف إلى قياس اتجاهات الجمهور وآرائهم.

ويشير (Dillman et al, 2014) إلى أن الاستبانة تعد من أكثر أدوات البحث استخداما في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، إذ تسمح بجمع البيانات من عدد كبير من المبحوثين بطريقة منظمة تسهل تحليلها إحصائيا.

وقد تم تصميم الاستبانة في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، كما استندت إلى الأدبيات النظرية المتعلقة بمفهوم المصادقية الإعلامية والثقة في الأخبار الرقمية.

## جدول (3) هيكل الاستبانة ومحاورها

عدد الفقرات	الهدف	المحور
6	وصف خصائص العينة	البيانات العامة
5	قياس درجة الثقة في الأخبار المتداولة عبر المنصات	مستوى الثقة في الأخبار الرقمية
5	تقييم مصداقية المصادر المختلفة	مصداقية مصادر الأخبار
5	قياس تأثير الإعجابات والتعليقات والمشاركات	تأثير التفاعل الرقمي
5	قياس درجة اعتماد الجمهور على المنصات كمصدر للأخبار	الاعتماد على المنصات الاجتماعية
26		الإجمالي

## إجراءات جمع البيانات:

وقد تم جمع بيانات الدراسة من خلال توزيع الاستبانة الإلكترونية على عينة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في ليبيا، حيث استمرت عملية جمع البيانات خلال الفترة الممتدة من 1 أكتوبر إلى 30 أكتوبر 2025، وقد أتيح للمبحوثين تعبئة الاستبانة بصورة طوعية عبر المنصات الرقمية، وذلك بهدف قياس اتجاهات الجمهور الليبي نحو الأخبار المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي وتحليل محددات الثقة في المحتوى الإخباري الرقمي.

## الاعتبارات الأخلاقية للدراسة:

التزمت الدراسة بجملة من الاعتبارات الأخلاقية المرتبطة بالبحوث الميدانية، حيث تمت مشاركة المبحوثين في الاستبانة بصورة طوعية بعد توضيح الهدف العلمي من الدراسة، كما تم التأكيد على سرية المعلومات وعدم استخدام البيانات إلا لأغراض البحث العلمي، ولم تتضمن الاستبانة أي أسئلة تمس الخصوصية الشخصية للمشاركين، كما جرى التعامل مع البيانات المجمعة بصورة إجمالية دون الإشارة إلى هوية أي من أفراد العينة، بما يضمن احترام مبادئ أخلاقيات البحث العلمي في الدراسات الاجتماعية.

## صدق أداة الدراسة:

تم اختبار ثبات الاستبانة باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) . وقد بلغت قيمة معامل الثبات: 0.88 وهي قيمة مرتفعة تشير إلى تمتع الأداة بدرجة عالية من الثبات. ويشير (Tavakol & Dennick (2011 إلى أن معامل كرونباخ ألفا إذا تجاوز 0.70 فإنه يدل على اتساق داخلي جيد بين فقرات الأداة. **جدول (4) معامل الثبات لمحاور الاستبانة**

المحور	معامل كرونباخ ألفا
الثقة في الأخبار الرقمية	0.87
مصداقية المصدر	0.84
تأثير التفاعل	0.81
الاعتماد على المنصات	0.86
الثبات الكلي	0.88

## الأساليب الإحصائية المستخدمة:

تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، حيث اعتمدت الدراسة على مجموعة من الأساليب الإحصائية، وهي:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص العينة.
  - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لقياس اتجاهات المبحوثين.
  - معامل ارتباط بيرسون لدراسة العلاقة بين المتغيرات.
  - اختبار تحليل التباين (ANOVA) للكشف عن الفروق الإحصائية.
- ويشير (Field (2018 إلى أن هذه الأساليب تعد من أكثر الأدوات الإحصائية استخداماً في تحليل بيانات الدراسات الاجتماعية التي تعتمد على الاستبانة.

**نتائج الدراسة وتحليلها:** اعتمدت الدراسة في تحليل البيانات على مجموعة من الأساليب الإحصائية باستخدام برنامج SPSS، حيث تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحليل اتجاهات أفراد العينة نحو الأخبار الرقمية، كما تم استخدام معامل ارتباط بيرسون واختبار تحليل التباين (ANOVA) لاختبار العلاقات بين المتغيرات.

ولغرض تفسير المتوسطات الحسابية تم اعتماد المعيار الآتي:

المتوسط الحسابي	مستوى التقدير
1.80 – 1.00	منخفض جداً
2.60 – 1.81	منخفض

متوسط	3.40 – 2.61
مرتفع	4.20 – 3.41
مرتفع جدا	5.00 – 4.21

**أولاً: مستوى الثقة في الأخبار الرقمية:**

يهدف هذا المحور إلى قياس مستوى الثقة الذي يمنحه الجمهور الليبي للأخبار المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال مجموعة من العبارات التي تقيس إدراك المبحوثين لمصداقية الأخبار الرقمية ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات.

**جدول (5) مستوى الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي**

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقدير
1	أتحقق من مصدر الخبر قبل تصديقه	3.26	0.76	متوسط
2	أفضل متابعة الأخبار من الصفحات الإعلامية المعروفة	3.18	0.74	متوسط
3	أعتمد على الأخبار الرقمية لمعرفة الأحداث الجارية	3.12	0.79	متوسط
4	أثق في الأخبار المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي	3.01	0.82	متوسط
5	أعتقد أن الأخبار الرقمية دقيقة في معظم الأحيان	2.88	0.85	متوسط
	<b>المتوسط الكلي للمحور</b>	<b>3.09</b>	<b>0.79</b>	<b>متوسط</b>

تشير نتائج الجدول (5) إلى أن مستوى الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي جاء بدرجة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الكلي للمحور (3.09)، وهو ما يعكس وجود حالة من الثقة الحذرة تجاه الأخبار المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

وتظهر النتائج أن أعلى متوسط جاء لعبارة التحقق من مصدر الخبر قبل تصديقه بمتوسط حسابي (3.26)، وهو ما يشير إلى إدراك نسبي لدى المستخدمين لأهمية التحقق من مصداقية المعلومات قبل اعتمادها، في ظل البيئة الرقمية التي تتسم بسرعة تداول الأخبار وتعدد مصادرها.

في المقابل، سجلت عبارة الاعتقاد بدقة الأخبار الرقمية في معظم الأحيان أدنى متوسط حسابي بلغ (2.88)، وهو ما يعكس وجود درجة من التشكيك النسبي في دقة بعض الأخبار المتداولة عبر المنصات الاجتماعية.

وتعكس هذه النتيجة طبيعة العلاقة المركبة بين الجمهور والأخبار الرقمية، حيث يميل المستخدمون إلى متابعة الأخبار عبر المنصات الاجتماعية نظراً لسرعة انتشارها وسهولة الوصول إليها، إلا أن هذه المتابعة لا تقترن دائماً بدرجة عالية من الثقة.

وتتسق هذه النتيجة مع ما أشارت إليه دراسة (Backer (2025) التي بينت أن المستخدمين في البيئة الرقمية يعتمدون على منصات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار، رغم وجود درجة من الشك في مصداقية بعض المعلومات المتداولة عبرها.

#### ثانياً: مصداقية مصادر الأخبار الرقمية:

يهدف هذا المحور إلى قياس إدراك الجمهور الليبي لمستوى مصداقية المصادر المختلفة التي تنشر الأخبار عبر منصات التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال مقارنة درجة الثقة التي يمنحها المبحوثين لمجموعة من المصادر الإخبارية المتنوعة.

#### جدول (6) مصداقية مصادر الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقدير
1	الصفحات الإعلامية الرسمية	3.56	0.71	مرتفع
2	المؤسسات الإعلامية المعروفة	3.48	0.75	مرتفع
3	الصحفيون المستقلون	3.05	0.81	متوسط
4	المؤثرون عبر منصات التواصل	2.74	0.88	متوسط
5	الصفحات الشخصية غير الموثقة	2.51	0.91	منخفض
	المتوسط الكلي للمحور	3.07	0.81	متوسط

تشير نتائج الجدول (6) إلى أن مستوى مصداقية مصادر الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي جاء بدرجة متوسطة بمتوسط كلي بلغ (3.07)، مما يعكس وجود تباين واضح في درجة الثقة التي يمنحها المستخدمون لمصادر الأخبار المختلفة داخل البيئة الرقمية.

وقد سجلت الصفحات الإعلامية الرسمية أعلى متوسط حسابي بلغ (3.56)، وهو ما يدل على أن الجمهور الليبي يميل إلى منح قدر أكبر من الثقة للمصادر المرتبطة بالمؤسسات الإعلامية المعروفة مقارنة بالمصادر الفردية. في المقابل، جاءت الصفحات الشخصية غير الموثقة في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.51)، وهو ما يعكس انخفاض مستوى الثقة في الأخبار المتداولة عبر الحسابات غير الرسمية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Al-Sharif (2022) التي أشارت إلى أن الأخبار المنشورة عبر الحسابات الإعلامية الرسمية تحظى بدرجة أعلى من الثقة مقارنة بالمصادر الفردية غير الموثقة.

#### ثالثاً: تأثير التفاعل الرقمي في إدراك مصداقية الأخبار:

يهدف هذا المحور إلى قياس مدى تأثير مؤشرات التفاعل الرقمي مثل الإعجابات والتعليقات والمشاركات في تشكيل إدراك الجمهور لمصداقية الأخبار المتداولة عبر منصات التواصل الاجتماعي.

## جدول (7) تأثير التفاعل الرقمي في إدراك مصداقية الأخبار

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقدير
1	زيادة عدد المشاركات تجعل الخبر أكثر مصداقية	3.21	0.80	متوسط
2	كثرة التعليقات تعزز الثقة في الخبر	3.09	0.83	متوسط
3	عدد الإعجابات مؤشر على أهمية الخبر	3.04	0.86	متوسط
4	انتشار الخبر بسرعة يدل على صدقيته	2.91	0.88	متوسط
5	التفاعل الكبير قد يكون مضللاً أحياناً	3.28	0.77	متوسط
	المتوسط الكلي للمحور	3.10	0.83	متوسط

تشير نتائج الجدول (7) إلى أن تأثير التفاعل الرقمي في إدراك مصداقية الأخبار جاء بدرجة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الكلي (3.10)، مما يدل على أن مؤشرات التفاعل مثل الإعجابات والتعليقات والمشاركات تؤثر بدرجة معينة في حكم المستخدمين على مصداقية الأخبار.

وقد سجلت عبارة "التفاعل الكبير قد يكون مضللاً أحياناً" أعلى متوسط حسابي بلغ (3.28)، وهو ما يعكس وجود وعي نسبي لدى المستخدمين بإمكانية التلاعب بمؤشرات التفاعل داخل البيئة الرقمية.

وتتسجم هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (Backer (2025 التي أكدت أن كثافة التفاعل في منصات التواصل الاجتماعي لا تعني بالضرورة مصداقية المعلومات المتداولة عبرها.

## رابعاً: الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار:

يهدف هذا المحور إلى قياس درجة اعتماد الجمهور الليبي على منصات التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار والأحداث الجارية.

## جدول (8) الاعتماد على المنصات الاجتماعية كمصدر للأخبار

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقدير
1	أتابع الأخبار بشكل يومي عبر منصات التواصل الاجتماعي	3.67	0.71	مرتفع
2	تعد المنصات الاجتماعية مصدري الأول للأخبار	3.52	0.75	مرتفع
3	أفضل متابعة الأخبار عبر الإنترنت بدلاً من الوسائل التقليدية	3.33	0.80	متوسط
4	أعود إلى المنصات الاجتماعية لمعرفة تفاصيل الأحداث	3.46	0.76	مرتفع
5	أتابع الأخبار عبر أكثر من منصة اجتماعية	3.38	0.82	متوسط
	المتوسط الكلي للمحور	3.47	0.77	مرتفع

تشير نتائج الجدول (8) إلى أن مستوى اعتماد الجمهور الليبي على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار جاء بدرجة مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الكلي للمحور (3.47)، وهو ما يعكس التحول الواضح في أنماط استهلاك الأخبار داخل البيئة الإعلامية الرقمية.

وقد سجلت عبارة متابعة الأخبار يوميًا عبر المنصات الاجتماعية أعلى متوسط حسابي بلغ (3.67)، مما يدل على أن هذه المنصات أصبحت أحد المصادر الرئيسية للحصول على المعلومات لدى شريحة واسعة من الجمهور. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Newman et al, (2023) التي بينت أن منصات التواصل الاجتماعي أصبحت من بين أهم مصادر الأخبار لدى المستخدمين في العديد من الدول، حيث يعتمد عدد متزايد من الجمهور على هذه المنصات في متابعة الأحداث الجارية والحصول على المعلومات الإخبارية.

#### اختبار فرضيات الدراسة:

وللتحقق من فرضيات الدراسة تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) ، واختبار تحليل التباين (ANOVA) ، وتحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression) لدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة.

#### الفرضية الأولى والثانية والثالثة: (اختبار الارتباط)

جدول (9) نتائج معامل ارتباط بيرسون بين متغيرات الدراسة

المتغير	مستوى الثقة في الأخبار الرقمية	مستوى الدلالة
مصدر الخبر	0.41	$p < 0.001$
التفاعل مع الخبر	0.36	$p < 0.002$
كثافة استخدام المنصات	0.33	$p < 0.004$

تشير نتائج الجدول (9) إلى وجود علاقات ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين بعض متغيرات الدراسة ومستوى الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي، فقد بلغت قيمة معامل الارتباط بين مصدر الخبر ومستوى الثقة (0.41) عند مستوى دلالة (0.000)، كما بلغت قيمة الارتباط بين التفاعل الرقمي وإدراك المصادقية (0.36)، وبين كثافة استخدام المنصات ومستوى الثقة (0.33)، وهي جميعها قيم دالة إحصائية عند مستوى (0.05).

وتشير هذه النتائج إلى أن مصدر الخبر ومستوى التفاعل مع المحتوى الرقمي وكثافة استخدام المنصات تعد من العوامل المؤثرة في تشكيل إدراك الجمهور لمصادقية الأخبار الرقمية.

#### الفرضية الرابعة: (اختبار الفروق الديموغرافية)

جدول (10) تحليل التباين ANOVA للفروق في مستوى الثقة حسب العمر

مستوى الدلالة	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين
0.025	3.81	2.31	2	4.62	بين المجموعات
		0.62	117	72.13	داخل المجموعات
			119	76.75	المجموع

كما تم اختبار الفروق في مستوى الثقة في الأخبار الرقمية وفق متغيري الجنس والمستوى التعليمي باستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة، حيث أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في مستوى الثقة بالأخبار الرقمية، كما لم تظهر فروق دالة تعزى إلى المستوى التعليمي، وتشير هذه النتائج إلى أن الاختلافات في مستوى الثقة بالأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي ترتبط بصورة أساسية بمتغير العمر، في حين لا تمثل متغيرات الجنس أو المستوى التعليمي عوامل مؤثرة إحصائياً في تشكيل إدراك المصادقية داخل البيئة الرقمية.

جدول (11) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لتفسير محددات الثقة في الأخبار الرقمية

مستوى الدلالة	قيمة t	Beta	المتغير المستقل
0.000	4.21	0.34	مصدر الخبر
0.002	3.18	0.27	التفاعل الرقمي
0.006	2.79	0.23	كثافة استخدام المنصات
			<b>R<sup>2</sup> = 0.38</b>

تشير نتائج تحليل الانحدار المتعدد في الجدول (11) إلى أن المتغيرات المستقلة المتمثلة في مصدر الخبر، والتفاعل الرقمي، وكثافة استخدام منصات التواصل الاجتماعي تسهم مجتمعة في تفسير نسبة (38%) من التباين في مستوى الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي.

وقد تبين أن مصدر الخبر يعد أكثر العوامل تأثيراً في تشكيل الثقة، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار المعياري (Beta = 0.34)، يليه التفاعل الرقمي ثم كثافة استخدام المنصات الاجتماعية. وتشير هذه النتائج إلى أن الثقة في الأخبار الرقمية لا تتحدد بعامل واحد، بل تتشكل نتيجة تفاعل مجموعة من العوامل المرتبطة بالمصدر وسياق التداول الرقمي.

#### نتائج الدراسة:

1- أظهرت النتائج أن مستوى الثقة في الأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي جاء متوسطاً، مما يعكس حالة من الثقة الحذرة تجاه المحتوى الإخباري المتداول عبر منصات التواصل الاجتماعي.

- 2- تبين أن المصادر الإعلامية الرسمية والمؤسساتية تحظى بدرجة ثقة أعلى مقارنة بالمصادر الفردية أو الصفحات غير الموثقة.
  - 3- كشفت النتائج أن مؤشرات التفاعل الرقمي مثل الإعجابات والتعليقات والمشاركات تؤثر في إدراك مصداقية الأخبار، لكنها ليست مؤشرا حاسما على صدقيتها.
  - 4- أظهرت الدراسة أن منصات التواصل الاجتماعي تمثل المصدر الرئيس للأخبار لدى شريحة واسعة من الجمهور الليبي.
  - 5- بينت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقات ارتباط دالة إحصائيا بين مصدر الخبر، ومستوى التفاعل الرقمي، وكثافة استخدام المنصات وبين مستوى الثقة في الأخبار الرقمية.
  - 6- أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائيا تعزى إلى متغير العمر في مستوى الثقة بالأخبار الرقمية، بينما لم تظهر فروق تعزى إلى الجنس أو المستوى التعليمي.
  - 7- كشفت نتائج تحليل الانحدار المتعدد أن مصدر الخبر يمثل العامل الأكثر تأثيرا في تشكيل الثقة بالأخبار الرقمية لدى الجمهور الليبي.
  - 8- أوضحت النتائج أن المتغيرات المستقلة في الدراسة تفسر 38% من التباين في مستوى الثقة بالأخبار الرقمية.
  - 9- تشير هذه النتائج إلى أن تشكل الثقة في الأخبار الرقمية يرتبط بموثوقية المصدر ومستوى اعتماد الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي، وهو ما يتسق مع افتراضات نظرية المصداقية الإعلامية ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.
- توصيات الدراسة:**
- 1- ضرورة تعزيز المعايير المهنية والشفافية في نشر الأخبار عبر المنصات الرقمية لرفع مستوى الثقة لدى الجمهور.
  - 2- تشجيع المؤسسات الإعلامية الليبية على تفعيل حضورها الرقمي وتقديم محتوى إخباري موثوق عبر منصات التواصل الاجتماعي.
  - 3- دعم مبادرات التحقق من الأخبار ومكافحة التضليل الإعلامي للحد من انتشار المعلومات غير الدقيقة في البيئة الرقمية.
  - 4- تعزيز ثقافة التربية الإعلامية الرقمية لدى الجمهور بما يساهم في تنمية مهارات التحقق من الأخبار وتقييم مصداقيتها.
  - 5- إجراء دراسات مستقبلية أعمق حول علاقة الجمهور الليبي بالأخبار الرقمية وتحولات الثقة في البيئة الإعلامية الجديدة.

## المصادر والمراجع:

1- مها عبد المجيد صلاح (2025)، شارك الأخبار وتداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة العلوم الاجتماعية – جامعة الكويت.

2- منصات التحقق العربية، (2022)، دور المنصات العربية للتحقق من الأخبار في مكافحة التضليل، مجلة الجزيرة للإعلام.

<https://aljazeerajournal.aljazeera.net/article/%D8%AF%D9%88%D8%B1->

3- الشريف، (2022)، مصادقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال، المجلة المصرية للعلوم الاجتماعية.

4- تحليل الأخبار الزائفة في الجزائر، (2022)، تأثير الأخبار الزائفة على الثقة في المحتوى الرقمي، مجلة الجزيرة للإعلام.

<https://aljazeerajournal.aljazeera.net/article/%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%>

5- Backer, H, G, A, (2025), The extensive use of social media by Arab university students, Journal of Arab social media Studies.

[https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1875952125000060?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1875952125000060?utm_source=chatgpt.com)

6- field, A, (2018), Discovering Statistics Using SPSS.

7- Creswell, J, (2014). Research Design.

[https://books.google.com.ly/books?id=4uB76IC\\_pOQC&redir\\_esc=y](https://books.google.com.ly/books?id=4uB76IC_pOQC&redir_esc=y)

8-Babbie, E, (2016), The Practice of Social Research.

9-Etikan, I, & Bala, K, (2017).

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/009365027600300101>

10- Hermida, A, (2010), Twittering the news, Journalism Practice, 4(3), 297–308.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512781003640703>

11- Kohring, M, & Matthes, J, (2007), Trust in news media. Communication Research, 34(2), 231–252.

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0093650206298071>

12- Metzger, M, J, Flanagin, A, J, Eyal, K, Lemus, D, & McCann, R. (2003), Credibility for the 21st century, Journal of Communication, 53(3), 469–488.

<https://academic.oup.com/joc/article-abstract/53/2/300/4102965?redirectedFrom=fulltext&login=false>

13- Tsfati, Y, & Cappella, J, N, (2003), Do people watch what they do not trust? Communication Research, 30(5), 504–529.

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0093650203253371>

14- Metzger, M. J, Flanagin, A. J, Eyal, K, Lemus, D., & McCann, R, (2003), Credibility for the 21st century, Journal of Communication, 53(3), 469–488.

<https://academic.oup.com/joc/article-abstract/53/2/300/4102965?redirectedFrom=fulltext&login=false>

15- Flanagin, A, J, & Metzger, M, J, (2000), Perceptions of Internet information credibility, Journalism & Mass Communication Quarterly, 77(3), 515–540.

<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769900007700304>

- 16- Gaziano, C, & McGrath, K. (1986), Measuring the concept of credibility, Journalism Quarterly, 63(3), 451–462.  
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/107769908606300301>
- 17- Hovland, C, I, & Weiss, W, (1951), The influence of source credibility on communication effectiveness, Public Opinion Quarterly, 15(4), 635–650.  
<https://academic.oup.com/poq/article-abstract/15/4/635/1923117?redirectedFrom=fulltext&login=false>
- 18- Ball-Rokeach, S, J, & DeFleur, M, L, (1976), A dependency model of mass-media effects. Communication Research, 3(1), 3–21.