

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

نائب رئيس التحرير: أ.م.د/ أحمد سالم - وكيل كلية الإعلام للدراسات العليا والبحوث.

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.د/ فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)

أ.د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)

أ.د/ جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د/ أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د/ محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير:

أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ/ جمال أبو جبل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

العدد السادس والستون - الجزء الثالث - ذو الحجة ١٤٤٤هـ - يوليو ٢٠٢٣ م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وأخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

محتويات العدد

- ١٠٥١ ■ توظيف المواقع الإخبارية المصرية لمقاطع الفيديو في تغطية الحوادث عبر صفحاتها على الفيس بوك «دراسة تحليلية»
د/ محمود إسماعيل عبد الرؤف الضبع
- ١١٤٧ ■ دور صحافة الفيديو في توعية الجمهور السعودي بالتحويلات الاقتصادية والاجتماعية في ضوء رؤية المملكة ٢٠٣٠ (دراسة ميدانية)
د/ خالد بن إبراهيم الحمود
- ١٢١١ ■ تقييم تجربة استخدام المستهلك المصري لتطبيقات كوبونات الخصم والاسترداد النقدي عبر الهواتف الذكية (دراسة ميدانية في ضوء نموذج (S.O.R)
د/ إيمان سيد أحمد السيد
- ١٣٠١ ■ فاعلية توظيف تطبيقات التصوير ٣٦٠ درجة في تنمية مهارات صناعة المحتوى الإخباري الرقمي لدى طلاب كليات الإعلام (دراسة شبه تجريبية)
د/ منة الله كمال موسى دياب
- ١٣٩٣ ■ الخطاب النسوي الرقمي للمرأة المصرية عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك: دراسة كيفية
د/ إنجي محمد بركة
- ١٤٦١ ■ اعتماد الجمهور المصري على الأعمال التاريخية بمنصة نتفليكس كمصدر للمعلومات: دراسة ميدانية
د/ عمر الإبياري
- ١٥٠٧ ■ معالجة القنوات الإخبارية العربية للقصص الخبرية باستخدام تقنيات الواقع المعزز - دراسة تحليلية
د/ محمد صلاح يوسف

- تعرض الأطفال المصريين لإعلانات المؤثرين عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى التطلعات المادية لديهم: دراسة ميدانية
د/ هدى إبراهيم الدسوقي
١٥٤٧
-
- تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم
د/ بوسي فاروق محمود غندر
١٦١٣
-
- أثر استخدام الوسائط المتعددة في الإعلانات التلفزيونية على إدراك الشباب الجامعي المصري للمحتوى المقدم: دراسة شبة تجريبية
د/ هالة غزالي محمد الربية
١٧١٩
-

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهة / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجلة
1	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام	2536- 9393	2735- 4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 914X	2682- 4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536- 9237	2735- 4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9158	2682- 4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356- 9131	2682- 4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110- 5836	2682- 4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110- 5844	2682- 4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110- 9297	2682- 292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق	2357- 0407	2735- 4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جمعية كليات الإعلام العربية	2356- 9891	2682- 4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314- 8721	2314- 873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735- 3796	2735- 377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجلة الدولية لبحوث الإعلام والاتصالات	جمعية تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812- 4812	2812- 4820	2023	7

تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع
التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم

- **The Interaction of Educational Media Students in Facing Fake News on Social Networking Sites and Its Relationship to Their Digital Media Literacy Skills**

د/ بوسي فاروق محمود غندر

مدرس الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية- جامعة بورسعيد

Email: bosyghander@spcd.psu.edu.eg

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم، طُبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) طالب وطالبة من طلاب الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بجامعة (بورسعيد، القاهرة، عين شمس، المنصورة) من طلاب الفرق الأربعة، استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة من أدوات جمع البيانات، وتعد هذه من الدراسات الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج؛ من أهمها:

- أن نسبة (65.2%) من أفراد العينة يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، بينما نسبة (31.8%) منهم يتعرضون لها دائماً، وأخيراً نسبة (3%) منهم لا يتعرضون لها.
- أن أكثر العبارات التي تمثل معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي جاءت كالتالي: حصلت عبارة «ليس كل الأخبار الزائفة كاذبة بالكامل فقد يكون بها أجزاء صحيحة وأخرى كاذبة»، تليها عبارة «الأخبار الزائفة دائماً سلبية».
- أن أهم الأنشطة التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي جاء البحث عن معلومات ذات صلة بالأخبار على محركات البحث في المقدمة، ثم قراءة الخبر الزائف فقط.

الكلمات المفتاحية: تفاعلية- طلاب الإعلام التربوي- الأخبار الزائفة- مواقع التواصل الاجتماعي- مهارات التربية الإعلامية الرقمية.

Abstract

The study aims to reveal the interaction of educational media students in the face of false news on social networking sites and its relationship to their digital media education skills, the study was applied to a random sample of (400) students from educational media students in the faculties of specific education at universities (Port Said, Cairo, Ain Shams, Mansoura) from the students of the four teams, the study used the questionnaire as a tool for data collection, and this is one of the descriptive studies that depend on the survey method, and the study reached several results, the most important of which are:

- (65%) of the respondents are exposed to social networking sites sometimes, while (31.8%) of them are always exposed to them, and finally (3%) of them are not exposed to them.
- The most phrases that represent the respondents' knowledge of fake news on social networking sites came as follows: The phrase "Not all fake news is completely false, it may have true parts and others false", followed by the phrase "fake news is always negative".
- The most important interactive activities in the face of fake news on social networking sites came to search for news-related information on search engines in the foreground, and then read the fake news only.

Key words: Interaction - Educational media Students- Fake News - Social Networking Sites- Digital Media Literacy Skills.

في ظل التحولات السريعة لوسائل الاتصال أفرزت البيئة الاتصالية الحديثة مضامين إعلامية سلبية أثرت على سلوكيات وأخلاق أفراد المجتمع، وهذا التحول أدى إلى تغيير السلوك الاتصالي للفرد، والتي تُعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد التحديات التكنولوجية الحديثة التي أفرزتها ثورة الاتصالات والمعلومات والتي ترتب عليها تدفق مزيد من الأخبار والمعلومات، ومن ثم أصبح انتشار المعلومات والأخبار يتم بسرعة عالية ويجهد وتكلفة أقل، وهذا ما أكدته دراسة (بدر، أمل؛ على، نصر الدين: 2021)⁽¹⁾.

وقد وفرت مواقع التواصل الاجتماعي مساحة كبرى لنشر الأخبار الزائفة، وأفرزت أوضاعاً جديدة، لم يعد الدور الأهم فيها للمؤسسة الإعلامية التقليدية التي تزود الفرد بالمعلومات التي خضعت للفحص، والتدقيق، بل للعديد من المواقع والحسابات التي تنشر محتوى داعمًا لتحيزات الفرد، حتى ولو كانت تشتمل على معلومات كاذبة، وقد أصبح هناك العديد من المواقع التي تتخصص في نشر الأخبار الزائفة، وهذا ما أكدته دراسة (عبد السلام، مبارك: 2022)⁽²⁾.

وقد دعمت مواقع التواصل الاجتماعي إنتاج الأخبار الزائفة وانتشارها بشكلٍ واسعٍ، حيث أتاحت للجميع دون استثناء إنشاء الحسابات وما يتبعها من خصائص تفاعلية، والتي تسمح للمستخدم إنتاج أخبار زائفة، أو المساعدة في نشرها من خلال مشاركتها، أو التعليق عليها، أو الإعجاب بها دون أن يتحققوا من مصداقيتها؛ لذا يصبح من غير الممكن الحد من ذلك، وهذا ما أشارت إليه دراسة كل من (جمال، أحمد: 2021)⁽³⁾، (Higdon: 2020)⁽⁴⁾، (Tagg and seargeant, 2019)⁽⁵⁾.

لذا تعد الحاجة إلى التربية الإعلامية ضرورة ملحة وحتمية، ولم تعد اختياراً، خاصة في العصر الرقمي، وهو ما يمكن أن نطلق عليه عصر "الأخبار الزائفة"، ومن ثم فإن

جمهور وسائل الإعلام خاصة الشباب أصبح يحتاج إلى التربية الإعلامية لمساعدتهم في تحليل وتقييم ونقد الرسائل المختلفة لوسائل الإعلام⁽⁶⁾.

وتكمن أهمية التربية الإعلامية خاصة في العصر الرقمي أو ما يطلق عليها التربية الإعلامية الرقمية *Digital Media Literacy* في تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل بها الإعلام الجديد إدراكهم، وتهيئتهم للمشاركة كمنتجات لمضامين وسائل الإعلام ومشاركين في مجتمعات افتراضية، مع الحفاظ على أخلاقيات المجتمع وضوابط الحرية، وتعد معرفة الأفراد بالأبعاد المختلفة للإعلام وتنمية قدراتهم للحكم على ما يتعرضون له وتعلمهم تحليل ونقد المضامين ضرورة لا غنى عنها، تمكنهم من تعلم كيفية نقد وإنتاج المضامين ومشاركتها، وهو ما يتطلب تعلم العديد من المهارات ليتمكن الفرد من المشاركة في البيئة الرقمية، وهذا ما أكدته دراسة كل من (الخزاعلة، أحمد: 2020)⁽⁷⁾، (خنفر، نعيمة؛ وفضلون، آمال: 2019)⁽⁸⁾.

ومن ثم فالتربية الإعلامية الرقمية يتعلم فيها الأفراد مهارات التعرض النقدي والتفكير الناقد قصد تمكينه من تمحيص، ونقد، وتحليل، وتقويم مختلف المضامين الرقمية، وتعزيز قدرته على تكوين أحكام مستقلة حول هذه المضامين، واختيار ما يتوافق مع قيمه ومبادئه ومعتقداته، ونبذ ورفض والابتعاد عن ما يتعارض معها؛ بهدف إكسابهم القيم الأخلاقية والمعارف والمهارات التي تمكنهم من التصدي لمخاطر التكنولوجيا الرقمية، وهذا ما أثبتته دراسة (يوسف، ريهام: 2019)⁽⁹⁾.

وتبحث التربية الإعلامية الرقمية بشكل عام في تمكين المستخدمين لفهم الوسائط الإعلامية الجديدة وتفسير مضامينها، واكتشاف ما تحمله من رسائل وقيم، وذلك من خلال الاختيار الواعي المبني على المقدرة على نقد المحتويات الإعلامية، والإفادة من خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة على غرار التفاعلية وتبادل الأدوار؛ مما يتيح مجالاً خصباً من التواصل مع تلك الوسائط الرقمية، وهذا ما أكدته دراسة moon (and bai: 2020)⁽¹⁰⁾.

وعلى هذا فإن الدراسة الحالية تسعى للكشف عن تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم.
الدراسة الاستطلاعية:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على عينة مكونة من (40) مبحوثاً؛ وذلك لتحديد أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تفضيلاً لدى طلاب الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بجامعة مصر (عينة الدراسة) ممن تتراوح أعمارهم بين (18-21) سنة من الذكور والإناث، وأيضاً لتحديد مدى معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة، وقد أشارت نتائج الدراسة الاستطلاعية إلى أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تفضيلاً لدى طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة هو موقع الفيس بوك كأكثر المواقع تفضيلاً لدى المبحوثين، ثم جاء موقع تويتر، وأن مستوى معرفة المبحوثين للأخبار الزائفة جاء بدرجة متوسطة.

تحديد مشكلة الدراسة:

رغم أهمية الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي- على اختلاف أشكالها- في نقل الأخبار، إلا أن تلك المواقع تُعد بيئة خصبة لتداول الأخبار الزائفة ونشرها من وجهة نظر كثيرين، وتمثل هذه الأخبار تهديداً لمصداقية تلك المواقع ككل؛ لذا كان يجب مواجهتها ومكافحتها، فالأخبار الزائفة التي تتخذ من مواقع التواصل الاجتماعي موطناً لها أشد سلبية في نتائجها؛ نظراً لحجم المتابعة الذي تحظى بها مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالوسائل الأخرى وهذا ما أثبتته دراسة (حسان، يسرا؛ 2021)⁽¹¹⁾.

ولقد طرحت مواقع التواصل الاجتماعي مفاهيم ومدخل جديدة لم تكن موجودة سلفاً، ولعل أهمها الطبيعة التفاعلية والتي شكلت السلوك الاتصالي لمستخدميها، وأتاحت لهم إمكانات وقدرات تساعدهم في إنتاج واكتساب المعلومات وتداولها؛ مما دفع العديد من الأفراد للاعتماد عليها في عملية نشر الأخبار وتداولها في كافة المجالات، وأدت هذه العملية إلى انتشار الأخبار الزائفة؛ لذا يستدعي الاستخدام المسئول لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي مستوى من الثقافة والوعي؛ بغرض فهم واستيعاب الكم الهائل من الأخبار التي يتلقونها عبر تلك المواقع، ثم التدقيق والتحقق من صحتها

ومواجهتها، وهذا ما أثبتته دراسة كل من (عبد الغنى، مى: 2021)⁽¹²⁾، (قطب، فاطمة: 2018)⁽¹³⁾.

من ناحية أخرى، فإن الأخبار في الوقت الحاضر لا ينتجها المتخصصون في المجال الإعلامي فقط، ولكن أيضاً يتم إنتاجها من خلال الأشخاص العاديين، وأصبحت المعلومات التي يتم تداولها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يتم نشرها بدون تدقيق وتحقق من صحتها، ومن هنا يجب الاهتمام بالتربية الإعلامية الرقمية من أجل تزويد الشباب بمهارات ومعارف عديدة لمواجهة المخاطر ومحاربة الأفكار المنحرفة.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى الكشف عن تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم، وينبثق من الهدف الرئيس عدة أهداف فرعية، وهي:

1- إيضاح معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي.

2- الكشف عن تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي.

3- الكشف عن تقييم الباحثين لمصادقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.

4- التعرف على مستوى معرفة الباحثين بالأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي.

5- التعرف على مدى توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية بأبعادها الأربعة (الوصول للمحتوى، التحليل والتقييم، إنتاج المحتوى) لدى طلاب الإعلام التربوي (عينة الدراسة).

6- إبراز سمات الأخبار الزائفة من وجهة نظر الباحثين.

7- إيضاح مقترحات الباحثين حول طرق مواجهة الأخبار الزائفة.

تساؤلات وفروض الدراسة:

أولاً: تساؤلات الدراسة:

- ما العلاقة بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم؟ وينبثق من التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية، وهي:

1- ما معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي؟

2- ما مدى توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية بأبعادها الأربعة (الوصول للمحتوى، التحليل والتقييم، إنتاج المحتوى) لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من طلاب الإعلام التربوي؟

3- ما مدى تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي؟

4- ما مستوى معرفة الباحثين بالأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي؟

5- كيف يقيم الباحثين مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار؟

6- ما أهم سمات الأخبار الزائفة من وجهة نظر الباحثين؟

7- ما مقترحات الباحثين حول طرق مواجهة الأخبار الزائفة؟

ثانياً: فروض الدراسة:

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم طلاب الإعلام التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إخبارية وتفاعليتهم في مواجهة الأخبار الزائفة.

2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفتهم بها.

3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم.

4- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، نوع التعليم، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً للنوع ونوع التعليم، الفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

6- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة وفقاً لكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي:

أ- الأهمية النظرية:

تستمد الدراسة أهميتها النظرية من خلال مجموعة من النقاط يمكن رصدها كما يلي:

1- تناولها لموضوع التربية الإعلامية الرقمية، حيث إنها جانب مهم لتوعية الأفراد وتحصينهم ضد التحديات والتأثيرات غير الآمنة في ظل التقدم التكنولوجي الذي نعيشه مع وسائل الإعلام الجديد.

2- اعتمادها على مدخل التربية الإعلامية الرقمية ليشكل أساساً لمواجهة الأخبار الزائفة، خاصة أن مهارات التربية الإعلامية الرقمية تعطي مستخدمي الإنترنت القدر الكافي من المعرفة والوعي لقراءة وتحليل وتقييم المحتوى وفقاً للعديد من المعايير.

3- حيوية موضوع الأخبار الزائفة وجدلية المعلومات المضللة، والتي تنامت في الفترة الأخيرة، بوصفها جزءاً من تحديد طريقة المجتمع المعاصر، ووصف مستقبله في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

4- تصاعد الاهتمام العالمي بمواجهة تفاقم ظاهرة الأخبار الزائفة وانتشارها في وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما بعد أن تسببت هذه الظاهرة في حدوث حالة من انعدام الثقة فيما يتم نشره من أخبار في وسائل الإعلام المختلفة، فضلاً عن إثارة العديد من الأزمات.

5- تتبع أهمية الدراسة لما تتميز به مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، بالإضافة لقدرتها على التأثيرية على الجمهور عامة باختلاف مستوياتهم العمرية والثقافية والمهنية.

6- تتبع أهمية الدراسة من مرحلة الشباب- وطلاب الإعلام التربوي بشكل خاص- لما يرتبط به موضوع التربية الإعلامية الرقمية وطبيعة دراستهم، باعتبارها مرحلة يتم فيها إعداد الفرد ليكون مسؤولاً في المجتمع، ويستطيع تحديد وبناء الأفكار والقدرة على النقد والابتكار؛ ومن ثم التحديث والبناء والتطوير.

ب- الأهمية التطبيقية:

1- إمكانية إفادة جميع الشباب على مستوى الجامعات المصرية من نتائج هذه الدراسة.

- 2- تسهم الدراسة الحالية في محاولة التواصل لكيفية مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي، والتوصل للإجراءات الواجب اتخاذها لمواجهة تلك الأخبار.
- 3- وتأتي أهمية الدراسة تمشياً مع حاجة المجتمع لمثل هذه النوعية من الدراسات في ضوء انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- 4- تفعيل دور التربية الإعلامية الرقمية في مواجهة الأخبار الزائفة من خلال الربط بين دور مهارات التربية الإعلامية والأنشطة التفاعلية لطلاب الإعلام التربوي في مواجهة تلك الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الدراسات السابقة:**

من خلال المسح العلمي لموضوع الدراسة، واطلاع الباحثة عليها، تمكنت من الوصول إلى أهم الدراسات التي ترتبط بصورة أو بأخرى بمشكلة الدراسة الحالية، وإلقاء الضوء على الأفكار المهمة والآراء التي طُرحت عن الموضوع المراد دراسته، والنتائج التي توصلت إليها الدراسات، ويتم عرض تلك الدراسات وفق المعيار الزمني (من الأحدث إلى الأقدم)، وقد قامت الباحثة بتقسيم ما توصلت إليه من دراسات إلى محورين أساسيين، **المحور الأول:** الدراسات التي تناولت مهارات التربية الإعلامية الرقمية، **المحور الثاني:** الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي.

المحور الأول: الدراسات التي تناولت مهارات التربية الإعلامية الرقمية:

سعت دراسة (العقبواوي، بسنت: 2022)⁽¹⁴⁾ إلى التعرف على العلاقة بين الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية والسمات الشخصية لدى الطالبات المعلمات بكلية التربية للطفولة المبكرة في ضوء متغير السمة الشخصية للطالبة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، واستخدمت الاستبانة ومقياس العوامل الكبرى للشخصية كأدوات لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى وجود ارتباط دال إحصائياً بين أبعاد التربية الإعلامية الرقمية (المعرفية والمهارية والوجدانية)، كما أظهرت الدراسة عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية والسمات الشخصية للطالبات.

وبحثت دراسة (محمد، منى سمير: 2022)⁽¹⁵⁾ في التعرف على مدى إدراك طلاب الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وعلاقته بانتقاء المحتوى الرقمي لديهم،

واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة من أدوات جمع البيانات، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها (300) مبحوث، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين إدراك طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية والانتقاء الرقمي لديهم.

وهدفت دراسة (فزادري، حياة: 2022)⁽¹⁶⁾ إلى توضيح أهمية التربية الإعلامية الرقمية كمهارات تُمكن النشء من التعامل بشكل سليم مع وسائط الاتصال الرقمية وحسن استغلالها فيما ينفعهم، وتجنب مخاطرها، وتفادي رسائلها الضمنية التي تسلب الخصوصية وتولد مختلف أشكال العنف والجريمة وهدم القيم والأخلاق لديهم، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة تكامل دور كل من الأسرة والمدرسة لتلقين النشء التربية الإعلامية الرقمية التي أضحت مطلباً مجتمعياً مهماً، وإكسابهم المهارات التي تسمح لهم بالانخراط في العالم الرقمي بفعالية وتمكنهم من التفكير النقدي.

وسعت دراسة (محمود، أحمد؛ والشهري، فاطمة: 2021)⁽¹⁷⁾ إلى التعرف على التربية الإعلامية الرقمية وأثرها في إشباع الاحتياجات التربوية والصحية للطلاب الصم في ظل التحديات التي تفرضها جائحة كورونا، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت الدراسة إلى تعدد مهارات التربية الإعلامية الرقمية في تقديم الاحتياجات التربوية والصحية للطلاب الصم، كما أظهرت الدراسة أن هناك إهمالاً في الاهتمام بتسمية مهارات التربية الإعلامية الرقمية للطلاب الصم.

وتناولت دراسة (بدر، أمل؛ على، نصرالدين: 2021)⁽¹⁸⁾ اختبار فرضية العلاقة بين معدلات مقررات التعليم الإعلامي بمكون "التفكير النقدي" (على المستويين: المعرفي، والمهاري) ومعدلات إفادة طلاب الإعلام من آليات التحقق من مصداقية المحتوى الإخباري على منصات المحتوى الإخباري على منصات التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، بالإضافة إلى الأسلوب المقارن، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن منصات التواصل الاجتماعي تعد رافداً معلوماتياً، ومعرفياً أساسياً بالنسبة لطلاب كليات وأقسام الإعلام.

وهدفت دراسة (عقيلة، عبد المحسن: 2021)⁽¹⁹⁾ إلى التعرف على استخدامات الإعلام الرقمي في بحوث التربية الإعلامية في كل من الدراسات العربية والأجنبية، واستخدمت الدراسة منهج التحليل البعدي، واستخدمت الدراسة أداة تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي، وأشارت الدراسة إلى قصور المدرسة العربية من حيث استخدام الإعلام الرقمي وإهمال العديد من الموضوعات البحثية التي تطرقت إليها الدراسات الأمريكية والأوروبية والتي باتت تمثل اتجاهات بحثية بعينها، مثل: التربية الإخبارية والتربية الإعلامية ودور الألعاب الرقمية في تنمية مهارات التربية الإعلامية الرقمية.

وهدفت دراسة (عوف، مروة: 2021)⁽²⁰⁾ إلى التعرف على أهم التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في مجال التعليم في ضوء التحول الرقمي، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها (120) مبحوثًا من أخصائي الإعلام التربوي بمدارس محافظة دمياط، وتوصلت الدراسة إلى أن التحديات الاجتماعية جاءت في مقدمة التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في مجال التعليم في ضوء التحول الرقمي، وأظهرت الدراسة أيضًا أن أهم التحديات المهنية تمثلت في قلة وضعف الدورات التدريبية المهنية المتخصصة لأخصائي الإعلام التربوي.

وتطرقت دراسة (قطب، فاطمة & أبو العز، إنجي: 2021)⁽²¹⁾ إلى وضع تصور مقترح لنشر التربية الإعلامية والرقمية بين شباب الصعيد، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، وطُبقت على عينة من طلاب جامعة بني سويف، واستخدمت الدراسة أداتي الملاحظة بالمشاركة والاستبانة كأدوات جمع البيانات، وخرجت الدراسة بملاحم وأسس لبرنامج تدريبي لنشر التربية الإعلامية والرقمية داخل المجتمع الأكاديمي وخارجه، والذي يسهم بدوره في تعزيز الوعي بتأثير وسائل الإعلام، وإكساب المواطن مهارات التعامل مع محتوى الرسائل ونقدها، بل وإنتاجها وتدعيمها بوسائل الملتيميديا وذلك باستخدام الأدوات الرقمية والتكنولوجية المختلفة.

وسعت دراسة (قاسم، وسام: 2021)⁽²²⁾ إلى التعرف على وجهات نظر أعضاء الهيئة التدريسية في كليات التربية في العراق نحو تعزيز التربية الإعلامية والرقمية في تعزيز

عملية التعلم الذاتي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأوضحت الدراسة إيجابية الدور الذي تؤديه التربية الإعلامية والرقمية في تعزيز عملية التعلم الذاتي من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية في كليات التربية في العراق.

بينما هدفت دراسة (محمد، حياة: 2020) ⁽²³⁾ إلى قياس مهارات التربية الرقمية لطلاب كليات الإعلام بالجامعات المصرية ضمن تجربة التعليم عن بعد في ظل أزمة جائحة كورونا، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها (650) مبحوثاً من طلاب كليات الإعلام في مختلف الجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود فروق بين الذكور والإناث أو بين طلاب الجامعات الحكومية والخاصة في اكتساب مهارات التربية الرقمية المختلفة من مهارات معرفية وإنتاجية وتواصلية.

وسعت دراسة (محمود، هاني: 2020) ⁽²⁴⁾ إلى التعرف على فعالية برنامج مقترح في التربية الإعلامية باستخدام الإنفو جرافيك عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي بمفاهيم المواطنة الرقمية لدى أخصائي الإعلام التربوي، واستخدمت الدراسة المنهج شبه التجريبي، وطُبقت على عينة قوامها (70) مبحوثاً من أخصائي الإعلام التربوي، وتوصلت الدراسة إلى وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطي درجات مجموعة البحث في التطبيق القبلي والبعدي لاختبار الوعي بمفاهيم التربية الإعلامية لدى أخصائي الإعلام التربوي لصالح التطبيق البعدي.

وهدف دراسة (Erica scherer, Stephen et al, 2020) ⁽²⁵⁾ إلى التعرف على آراء المراهقين حول تقييمات وسائل الإعلام في ضوء برنامج التربية الإعلامية (محو الأمية الإعلامية)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطُبقت على عينة قوامها 58 مراهقاً، واستخدمت الاستبانة كأداة من أدوات جمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن الطلاب تعلموا من مناقشات محو الأمية الإعلامية، وتطبيق المفاهيم المقدمة لهم، كما أنهم تعلموا استخدام مهارات التفكير الناقد لدعم وجهات نظرهم في الوسيلة المستخدمة.

وقامت دراسة (Stephen Covello, 2020)⁽²⁶⁾ بتقديم نموذج حول أساليب تقييم الطلاب ومستوى معرفتهم الرقمية وأهم الأدوات المستخدمة في ذلك، وأوضحت الدراسة أن التربية الرقمية هي تكامل ثلاثة أبعاد رئيسية: تشمل البعد التقني أو التكنولوجي المرتبط بكيفية اكتشاف الأدوات التكنولوجية الحديثة والتعامل معها، والبعد المعرفي المتعلق بالوصول للمعلومة وانتقاء الصحيح منها ونقدها وتقييمها، والبعد الأخلاقي المرتبط بالاستخدام الرشيد والمسئول لوسائل التواصل الحديثة، كما حددت الدراسة ثلاثة مستويات أساسية لقياس مهارات التربية الرقمية تتحدد في المهارة الرقمية، والمهارة في الاستخدام، وصولاً إلى المهارة الإبداعية والإبتكارية الرقمية.

وقسمت دراسة (moon and bai: 2020)⁽²⁷⁾ أبعاد التربية الإعلامية الرقمية إلى أربعة مكونات: (مهارات تقنية، ومهارات استخدام المعلومات، ومهارات الاتصال، ومهارات الإنتاج)، وطُبقت الدراسة على (2500) طالب في كوريا الجنوبية، وأظهرت الدراسة أن هناك ارتباطاً موجباً بين مستوى مهارات التربية الإعلامية الرقمية والمشاركة لدى ذوي الاهتمام الإخباري المرتفع، وأن استخدام الشبكات الاجتماعية ليس له علاقة بالمشاركة الاجتماعية لدى المراهقين.

وسعت دراسة (خنفر، نعيمة؛ وفضلون، آمال: 2019)⁽²⁸⁾ إلى البحث في واقع التربية الإعلامية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعة وفقاً للمهارات التي تقوم عليها عند استخدام المواقع الإلكترونية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى أن للتربية الإعلامية دوراً كبيراً في تنمية مهارات النقد وتحليل المحتوى الإعلامي لجعل الطلبة مشاركين إيجابيين في تواصلهم، وأن التربية الإعلامية تساعد على الاستخدام الواعي لتطبيقات الإعلام الجديد، والتحكم في وسائل الاتصال الحديثة والعمل على توجيه المواقف وسلوكيات الطلاب نحو الإيجابية.

بينما هدفت دراسة (يوسف، ريهام: 2019)⁽²⁹⁾ إلى التعرف على مدى توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الكيفية، واستخدمت الدراسة مجموعات النقاش المركز كأداة لجمع البيانات، وطُبقت

الدراسة على عينة قوامها (20) مبحوثاً من طلاب كلية الإعلام، وتوصلت الدراسة إلى توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية المتمثلة في (مهاره الوصول للمحتوى ومهاره التحليل والتقييم للمحتوى ومهاره إنتاج وخلق المحتوى) لدى طلاب كلية الإعلام، بل وأن مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً كان لها دور في زيادة هذه المهارات لديهم.

وهدف دراسة (محمد، دعاء: 2019)⁽³⁰⁾ إلى بحث تأثير الوسائط المتعددة على تحسين مهارات التربية الإعلامية لدى الأطفال في التعامل مع الإعلام الرقمي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسة شبه التجريبية، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها (60) مبحوثاً، وأظهرت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات التطبيق القبلي ومتوسط درجات التطبيق البعدي للمجموعات التجريبية في الاختبار المهاري لمهارات التربية الإعلامية الأساسية والتواصل الاجتماعي وأخبار الإنترنت وألعاب الفيديو بالإنترنت وذلك لصالح التطبيق البعدي.

بينما سعت دراسة (فوزي، محمود & السيد، سماح: 2019)⁽³¹⁾ إلى التعرف على التحديات التي تواجه التربية في جانبها الوجداني في العصر الرقمي من خلال التوصيف الدقيق لهذه التحديات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس ببعض كليات التربية بالجامعات المصرية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها (117) عضو هيئة تدريس، وتوصلت الدراسة إلى أن أهم التحديات الوجدانية في العصر الرقمي تمثلت في: ضعف التماسك الاجتماعي، فوضى التواصل الإلكتروني، الغزو الفكري، العنف والتتمر، الاغتراب الثقافي.

وانطلقت دراسة (**Banatul murtafi'ah, Nur Hidayanto pancoro**)

(setyo putro, 2019)⁽³²⁾ من أهمية تربية الطالب رقمياً وإعلامياً، بمعنى أن يتم محو الأمية الرقمية للطلاب، خاصة مع وسائل الاتصال والتواصل الجديدة، بالتطبيق على الأنشطة الطلابية المطلوبة في المقررات لطلاب إحدى المدارس الإندونيسية، وتوصلت الدراسة إلى أنه يمكن تضمين مهارات التربية الرقمية داخل الأنشطة الطلابية

بمختلف المقررات بدلاً من إقامة الندوات والمحاضرات النظرية التي تشرح مهارات التربية الرقمية.

وبحثت دراسة (Beatty, 2019)⁽³³⁾ تطوير التربية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديدة لدى طلاب المدارس الثانوية باستخدام موقع تويتر حتى يطور الطلاب صوتهم المهني، وتشجيعهم على المشاركة المدنية، واستخدمت الدراسة منهجاً مختلطاً، واعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأظهرت الدراسة أن الطلاب لديهم اتجاهات إيجابية نحو المشاركة المدنية، وأن التربية الإعلامية لوسائل الإعلام الجديدة تسهل مشاركة الطلاب على منصات التواصل الاجتماعي؛ مما يساعد في تطوير صوتهم المهني.

واتجهت دراسة (Sara Pereira and pedro moura 2019)⁽³⁴⁾ إلى بناء مقياس قادر على تحديد وتقييم كفاءات التربية الإعلامية ومناقشة النتائج لدى عينة من المراهقين البرتغاليين، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها 679 مبحوثاً، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأشارت الدراسة أن كفاءات التربية الإعلامية الأكثر تكراراً جاءت كالتالي: المعرفة بحقوق الملكية الفكرية والحاجة لتحديد المصادر المستخدمة، وتقييم أصول وسياقات مضامين الوسائل والمؤسسات، وتحديد ومقارنة وتمييز خصائص المؤسسات الإعلامية، وخصائص أنواع ومضامين الوسائل.

بينما سعت دراسة (Friesem, 2019)⁽³⁵⁾ إلى التعرف على تأثير مقرر تعليمي قائم على مهارات التربية الإعلامية في مساعدة الطلاب في أقسام الصحافة والاتصال بجامعة كولومبيا بالولايات المتحدة على معرفة درجة موثوقية المواد التي تبثها وسائل الإعلام الرقمي، واستخدمت الدراسة المنهج شبه التجريبي، وتوصلت الدراسة إلى أن المقرر المقترح القائم على مهارات التربية الإعلامية أتاح للطلاب تعزيز مهاراتهم الرقمية ومهارات التربية الإعلامية لديهم؛ من خلال التعرف على دقة وموثوقية مجموعة من المصادر الإعلامية.

وبحثت دراسة (Tagg and seargeant, 2019)⁽³⁶⁾ حول القلق المتزايد لدور الفيس بوك في نشر المعلومات المضللة والاستقطاب السياسي، والحاجة إلى تعزيز التربية

الإعلامية الرقمية الناقدة، واستندت الدراسة إلى بيانات مستخدمي الفيس بوك في إنجلترا لاستكشاف وعيهم النقدي بمعايير التواصل عبر الشبكات الاجتماعية التي تشكّل استخدامهم للفيس بوك، وأشارت الدراسة إلى الحاجة لبرامج التربية الإعلامية الرقمية الناقدة لطلاب التعليم العالي لتشكّل تفاعلهم مع المعلومات والآراء المتداولة عبر شبكاتهم الاجتماعية.

وهدفت دراسة (قطب، فاطمة: 2018)⁽³⁷⁾ إلى التعرف على العلاقة بين إدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية الرقمية وبين سلوكهم الاتصالي على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي، ورصد الأنشطة الاتصالية والتفاعلية التي يقوم بها الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك وإنستجرام)، واعتمدت الدراسة على منهج المسح والأسلوب المقارن، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها (200) مبحوث، واستخدمت الدراسة الاستبانة ومجموعة النقاش البؤرية كأدوات لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية والرقمية وبين سلوكهم الاتصالي على مواقع التواصل الاجتماعي.

وقامت دراسة (Laura michelle Holland, 2017)⁽³⁸⁾ بتحديد مدى أثر تطبيق برنامج تدخل إعلامي يعتمد على مفاهيم التربية الإعلامية والمواطنة الرقمية على طلاب المدرسة الإعدادية من خلال تعرضهم لبرنامج تدخل للتعامل مع الوسائل الرقمية، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي لعينة واحدة باستخدام القياسين القبلي والبعدي، وأظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استخدام الوسائل الرقمية بين عينة الدراسة لصالح القياس البعدي، كما أوضحت وجود فروق على مقياس محو الأمية الرقمية لصالح التطبيق البعدي، كما أوصت الدراسة بضرورة تفعيل برامج التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية للطلاب وتدريب أعضاء هيئة التدريس على تنفيذها.

المحور الثاني: الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي:

سعت دراسة (فخري، عاصم & عبد الفتاح، ناصر & علي، زينهم: 2023)⁽³⁹⁾ إلى التعرف على مدى تعرض الشباب الجامعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو الشائعات، وطُبقت الدراسة على (400) مبحوث، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت

الدراسة الاستبانة كأداة من أدوات جمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو الشائعات، وأظهرت الدراسة أيضاً وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشباب الجامعي عينة الدراسة في معدل استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي وفق متغير الجامعة.

وهدفت دراسة (عبد السلام، مبارك: 2022)⁽⁴⁰⁾ إلى التعرف على الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقته بتشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وكشفت الدراسة وجود تأثير قوي للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وبينت الدراسة أيضاً أن أكثر موقع التواصل الاجتماعي نشرًا للأخبار الزائفة هو موقع الفيس بوك.

وسعت دراسة (عبد المقصود، هانى: 2022)⁽⁴¹⁾ إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية 2020، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية، واستخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي الشبكات الاجتماعية قوامها (376) مبحوثاً من الشباب، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأظهرت الدراسة أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية 2020.

بينما هدفت دراسة (جمال، أحمد: 2021)⁽⁴²⁾ إلى الكشف عن تكتيكات الشباب الجامعي المستخدمة في التحقق من صحة أخبار مواقع التواصل الاجتماعي الزائفة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الكيفية المعتمدة على التحليل الموضوعي في تحليل بيانات المقابلات شبه المنظمة لمجموعات الشباب المشاركين في هذه الدراسة، وطُبقت الدراسة على (32) مبحوثاً، وخلصت الدراسة إلى أن الأخبار الزائفة أصبحت جزءاً لا

يتجزأ من البيئة الإخبارية، وأن تداول الشائعات والأخبار الزائفة جاءت كأبرز سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.

وسعت دراسة (عبد الحى، مصطفى: 2021)⁽⁴³⁾ إلى التعرف على دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأظهرت الدراسة وجود اتفاق كبير بين الصحفيين عينة الدراسة على تزايد انتشار ظاهرة الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة أيضاً إلى أن الفيس بوك جاء في مقدمة المنصات الأكثر نشرًا لتلك الأخبار.

وهدف دراسة (مكاوي، ممدوح؛ مؤيد، هيثم؛ عثمان، إسلام: 2021)⁽⁴⁴⁾ إلى الكشف عن آليات تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ورصد العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بهذا التداول، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها (392) مبحوثاً، وخلصت الدراسة إلى تقديم إطار فلسفي شامل لتفسير ظاهرة تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك في ضوء مدخل التربية الإعلامية الرقمية والنماذج المرتبطة بهذا المدخل؛ بما يسهم في رصد أبعاد تلك الظاهرة والوقوف على كيفية مواجهتها، والحد من آثارها السلبية.

وسعت دراسة (عبد الغنى، مى: 2021)⁽⁴⁵⁾ إلى التعرف على كيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة، واعتمدت الدراسة على منهج التحليل النوعي الإثنوغرافي لوثائق الدراسة، واستخدمت الدراسة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وتوصلت الدراسة إلى تصدر الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من الأخبار الزائفة، وأيضاً هناك تنوع في موضوعات الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها، ونطاقها الجغرافي، والتباين في آليات التحقق وأشكال واتجاه التفاعل من قبل مستخدمي تلك الصفحات.

بينما هدفت دراسة (حسان، يسرا: 2021)⁽⁴⁶⁾ إلى التعرف على العوامل المؤثرة على انتشار الأخبار المزيفة والمعلومات المغلوطة على منصات التواصل الاجتماعي، واعتمدت

عينة الدراسة الاستشرافية على عينة قوامها (45) خبيراً، وتوصلت الدراسة إلى أن انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة خلال العقد (2021-2030) هو نتاج تفاعلات دقيقة بين عناصر متشابكة عدة، تتمثل في: التطور التكنولوجي، والجمهور، والقائمين بالاتصال، والحكومات، وسياسات منصات التواصل الاجتماعي، كما أظهرت الدراسة أيضاً أن القائمين بالاتصال أكدوا على ضرورة اعتماد المؤسسات الإعلامية على برامج تدريبية متطورة تمكن القائمين بالاتصال من التحقق من الأخبار الزائفة، لاسيما مع تطور تقنيات التلاعب بالصور، والفيديو، والتزييف العميق.

وسعت دراسة (عيد، منى: 2020)⁽⁴⁷⁾ إلى الكشف عن علاقة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية باتجاهات الجمهور نحوها، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، واستخدمت الدراسة الاستبانة وتحليل المضمون والمقابلات المقننة لجمع البيانات، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية من (413) متابعاً لصفحات المؤسسات الأمنية، وتوصلت الدراسة إلى أن الأخبار الزائفة أكثر إثارة من الأخبار الصحيحة، كما أنها أكثر انتشاراً، وأظهرت الدراسة أيضاً أن كثرة الأخبار الزائفة حول المؤسسات الأمنية تكون اتجاهًا سلبيًا.

وهدف دراسة (مكاوي، ممدوح: 2020)⁽⁴⁸⁾ إلى رصد الدراسات واستكشاف الاتجاهات البحثية حول ظاهرة الأخبار الزائفة خلال العام 2016 حتى العام 2020م من مختلف المدارس البحثية بأنحاء العالم، واستعرضت الدراسة (110) دراسات؛ تناولت ظاهرة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام، مفهومها، تاريخها وتطورها، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، واعتمدت الدراسة على منهج التحليل من المستوى الثاني Secondary analysis، وكشفت الدراسات عن التدخلات السياسية والقانونية لبعض الدول والحكومات في الحد من انتشار الأخبار الزائفة، وركزت الدراسات على وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها محركاً قوياً في سهولة وفورية انتشار الأخبار الزائفة.

وسعت دراسة (Cheng and Chen, 2020)⁽⁴⁹⁾ إلى التعرف على تأثير استقطاب الآراء والأخبار الزائفة على ثقة الجمهور بأخبار الإنترنت، واستخدمت

الدراسة الاستبانية كأداة لجمع البيانات، وطُبقت الدراسة على عينة قوامها (661) مبحوثاً، وتوصلت إلى أن تدريس التربية الإعلامية إجراء لا بد أن تتخذه الحكومة. بينما هدفت دراسة (Shalini talwar, 2020)⁽⁵⁰⁾ إلى التعرف على الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، وتتبنى هذه الدراسة نهجاً مختلطاً لاستكشاف سلوك مشاركة الأخبار المزيفة، وأظهرت الدراسة أن المشاركة الفورية للأخبار لخلق الوعي كان لها تأثير إيجابي على مشاركة الأخبار المزيفة بسبب ضيق الوقت، كما أشارت الدراسة أيضاً إلى أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين ينخرطون في إجراءات تصحيحية نشطة من غير المرجح أن يشاركون أخباراً مزيفة بسبب ضيق الوقت.

وهدف دراسة (عطيوي، محمد: 2019)⁽⁵¹⁾ إلى فاعلية برنامج تدريبي مقترح لتنمية الوعي بالأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وآليات مواجهتها، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي، وطُبقت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي طلاب كلية التربية النوعية جامعة طنطا، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجات أفراد العينة على بطاقة ملاحظة لتطبيق الشباب الجامعي لآليات مواجهة الأخبار المزيفة ووعيهم بها.

واتجهت دراسة (Bhaskaran, H., et al., 2019)⁽⁵²⁾ إلى البحث في تصور طلاب الدراسات العليا في تخصص الصحافة في إحدى الجامعات الهندية تجاه الأخبار الزائفة من خلال استخدام مجموعات المناقشة المركزة، وأكدت الدراسة أهمية استخدام أدوات البحث التي تقدمها شبكة الإنترنت للتحقق من مصدر المعلومات ومصداقيتها مع ضرورة تنمية مهارات التحليل النقدي، كما أشارت إلى ضرورة اتباع نهج تربوي لرفع وعي الطلاب عند التعامل مع الأخبار الزائفة.

وهدف دراسة (Allcott, H., Gentskew, M., & Yu, C., 2019)⁽⁵³⁾ إلى تقديم أدلة جديدة على حجم المعلومات الخاطئة التي تم نشرها على وسائل التواصل الاجتماعي من يناير 2015 إلى يوليو 2018، وأظهرت الدراسة أن ارتفاع التفاعلات

مع مواقع الأخبار المزيفة في قاعدة البيانات الخاصة بشكلٍ مطّرد على كل من Face book و Twitter من أوائل عام 2015 إلى الأشهر التي تلت انتخابات عام 2016 . وتناولت دراسة Clayton, K., Blair, S., (Busam, J. A., Forstner, S., Glance, J., Green, G.,... & Sandhu, M.,: 2019)⁽⁵⁴⁾ فعالية الاستراتيجيات التي يمكن استخدامها بواسطة الفيس بوك وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي لمواجهة القصاص المزيفة، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وأظهرت الدراسة أن العناوين الخاطئة تعتبر أقل دقة لدى القراء عندما يتلقى الأشخاص تحذيراً عاماً بشأن وجود معلومات مضللة على وسائل التواصل الاجتماعي، أو عندما تكون العناوين الرئيسية المحددة مصحوبة بعلامة متنازع عليها، أو مشكوك في صحتها، أو مصنفة على أنها كاذبة.

واختبرت دراسة (Jones-jang, Mortensen and liu, 2019)⁽⁵⁵⁾ ما إذا كان الأفراد الذين لديهم مستوى مرتفع من مهارات التربية الإعلامية (وسائل الإعلام، المعلومات، الأخبار، والتربية الإعلامية الرقمية) أقدر على التعرف على الأخبار الزائفة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة سالبة بين التعرض المسبق للأخبار الزائفة وقدرة الفرد على التعرف عليها، وأن التربية المعلوماتية (قدرة الفرد على التصفح والتنقل بين المعلومات للتحقق منها) ترتبط إيجابياً بقدرة الفرد على التعرف على الأخبار الزائفة. واتجهت دراسة (Jonas colliander, 2019)⁽⁵⁶⁾ إلى البحث في النتائج المترتبة على التوافق بين آراء المستخدمين تجاه الأخبار الزائفة التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأظهرت الدراسة أن تعليقات القراء وتصرفاتهم تجاه الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر في استجابة الآخرين لهذه الأخبار وردود فعلهم نحوها ومدى انتشار هذه الأخبار عبر تلك المواقع.

وتناولت دراسة (Kim, A., Moravec, P. L., & Dennis, A. R.: 2019)⁽⁵⁷⁾ إيجاد آلية لمواجهة الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال قياس مدى فاعلية ثلاث آليات مختلفة لتقييم مصادر الحصول على الأخبار، والتي يمكن

تطبيقها على المقالات أثناء عملية النشر المبدئي على مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثلت هذه الآليات في آلية تقييم الخبراء للمقالات، وآلية تقييم المستخدم للمقال، وآلية تقييم المستخدم للمصادر، وأشارت الدراسة إلى أن الآليات الثلاث قد أثرت على معتقدات مستخدمي التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بتقييم المقالات.

وهدفت دراسة (Wojdynski, B.W., Binford .M.T&Jefferson, B.N:2019)⁽⁵⁸⁾ إلى التعرف على تأثير تحذير المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي على تصنيف القصص الإخبارية المزيفة، واعتمدت الدراسة على تصميم تجريبي ضمن المنهج التجريبي، وأظهرت الدراسة إلى أن تذكير المشاركين بوجود أخبار مزيفة أدى إلى تحسن ملحوظ في اكتشاف المقالات الإخبارية المزيفة، لكنه لم يؤد إلى زيادة كبيرة في تصنيف المقالات الإخبارية على أنها مزيفة.

وسعت دراسة (El Rayess, M., C., Mhanna, J., & Hage, R. M, 2018)⁽⁵⁹⁾ إلى التعرف على تزويد المتخصصين بنظرة ثاقبة حول تقدير وحكم الطلاب للأخبار المزيفة، وأهمية تعليم التربية الإعلامية والمعلوماتية كشرط أساسي في التعليم وليس كخيار، واعتمدت الدراسة على الاستبانة، وتوصلت الدراسة إلى أن المصدر الرئيس للمعلومات بالنسبة للطلاب هو الفيس بوك، كما أن الطلاب أبدوا أن لديهم قدرة كبيرة على اكتشاف الأخبار المزيفة من الحقيقية، ولكن ممارستهم كانت على عكس ذلك، وأيضاً توصلت الدراسة إلى أن الطلاب يميلون إلى تصديق المعلومات الواردة على الإنترنت.

بينما هدفت دراسة (Tomi pesonen:2018)⁽⁶⁰⁾ إلى التعرف على تأثيرات ظاهرة الأخبار الزائفة على ثقة المستهلك في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على استخدام المنهج المسحي الكمي، واستخدمت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وأظهرت الدراسة ارتفاع معدل انعدام ثقة المستهلك في المجال الاجتماعي والمنصات الإعلامية والكيانات الأخرى عبر الإنترنت.

وسعت دراسة (البننا، حازم؛ أبوالمجد، إبراهيم، 2017)⁽⁶¹⁾ إلى التعرف على تأثير برنامج تدريبي مقترح لتنمية وعي الشباب الجامعي بمهارة إنتاج المحتوى في وسائل الإعلام الجديد، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وتوصلت إلى فاعلية البرنامج

التدريبي في تنمية وعي الشباب الجامعي بمهارة إنتاج المحتوى في وسائل الإعلام الجديدة، كما أكدت الدراسة أيضاً أهمية نشر مفهوم التربية الإعلامية في المجتمع المصري لتنمية الوعي لدى الفئات المختلفة.

التعليق على الدراسات السابقة:

- استخدمت معظم الدراسات أداة الاستبانة لجمع البيانات كدراسة كل من: (العقباوي، بسنت: 2022)، (عبد السلام، مبارك: 2022)، (عبد المقصود، هاني: 2022)، (محمود، أحمد؛ والشهري، فاطمة: 2021)، (عبد الحى، مصطفى: 2021)، (بدر، أمل؛ على، نصر الدين: 2021)، (قاسم، وسام: 2021)، (خنفر، نعيمة؛ وفضلون، آمال: 2019)، (Beatty, 2019)، (sara Pereira and pedro moura 2019)، (Cheng and Chen, 2020)، (Jonas colliander , 2019)، (El Rayess, 2018)، (Tomi pesonen: 2018)، (M., C., Mhanna, J., & Hage, R. M, 2018).

- اعتمدت معظم الدراسات على تحليل المضمون كأداة من أدوات جمع البيانات كدراسة كل من (عقيلة، عبد المحسن: 2021)، (عبد الغنى، مى: 2021)، (مكاوي، ممدوح: 2020).

- جمعت بعض الدراسات بين الاستبانة وتحليل المضمون والمقابلات المقننة كأدوات لجمع البيانات كدراسة (عيد، منى: 2020)، بينما جمعت بعض الدراسات بين الاستبانة وتحليل المضمون كدراسة (عوف، مروة: 2021)، وجمعت بعض الدراسات بين الاستبانة والملاحظة كأدوات لجمع البيانات كدراسة (قطب، فاطمة & أبو العز، إنجي: 2021).

- استخدمت بعض الدراسات الاستبانة، ومجموعات النقاش المركز كأداة لجمع البيانات كدراسة (قطب، فاطمة: 2018)، واستخدمت بعض الدراسات مجموعات النقاش المركز كأداة لجمع البيانات كدراسة (يوسف، ريهام: 2019)، بينما استخدمت بعض الدراسات المقابلات شبه المنظمة كدراسة (جمال، أحمد: 2021).

- استخدمت معظم الدراسات منهج المسح كدراسة كل من (العقباوي، بسنت: 2022)، (قاسم، وسام: 2021)، (عبد السلام، مبارك: 2022)، (عبد المقصود، هاني: 2022)، (عبد الحى، مصطفى: 2021)، (Tomi pesonen: 2018).

- اعتمدت بعض الدراسات على المنهج الوصفي كدراسة كل من (عبد المقصود، هانى: 2022)، (Erica) (scherer , Stephen et al ,2020)، (خنفر، نعيمة؛ وفضلون، آمال: 2019)، (فوزي، محمود & السيد، سماح: 2019).
- اعتمدت بعض الدراسات على منهج المسح والأسلوب المقارن كدراسة كل من (بدر، أمل؛ على، نصر الدين: 2021)، (قطب، فاطمة: 2018)، بينما اعتمدت بعض الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي كدراسة كل من (محمود، أحمد؛ والشهري، فاطمة: 2021)،
- بينما اعتمدت بعض الدراسات على المنهج شبه التجريبي كدراسة كل من (قطب، فاطمة & أبو العز، إنجي: 2021)، (محمود، هانى: 2020)، (البناء، حازم؛ أبو المجد، إبراهيم، 2017)، (محمد، دعاء: 2019)، (عطيوي، محمد: 2019)، (friesem,2019)، (Clayton, K.,Blair,S., (Busam,J.A., Forstner,S., (Jonas colliander)، Glance,J., Green,G.,...& Sandhu, M.,2019) ، (Wojdynski,B.W.,Binford .M.T&Jefferson,B.N:2019)، (2019)، (Holland,2017 Laura michelle).
- اعتمدت معظم الدراسات على الدراسة الوصفية كدراسة كل من (العقباوي، بسنت: 2022)، (قاسم، وسام: 2021)، (خنفر، نعيمة؛ وفضلون، آمال: 2019)، (عبد الحى، مصطفى: 2021).
- هدفت العديد من الدراسات إلى التعرف على أبعاد التربية الإعلامية كدراسة كل من (العقباوي، بسنت: 2022)، (Stephen Covello,2020)، (moon and (bai:2020).
- واستخدمت العديد من الدراسات بعض النظريات التقليدية كنظرية الاعتماد، والاستخدامات والإشباع، وغيرها من النظريات، بينما اعتمدت بعض الدراسات على نظرية انتشار المبتكرات كدراسة (عوف، مروة: 2021)، واعتمدت بعض الدراسات الأخرى على نظرية تأثير الشخص الثالث كدراسة (shalini talwar,2020).
- اهتمت العديد من الدراسات بمهارات التربية الإعلامية الرقمية كدراسة كل من (فزادري، حياة: 2022)، (محمود، أحمد؛ والشهري، فاطمة: 2021)، (عوف، مروة: 2021)، (قاسم، وسام: 2021)، (محمد، حياة: 2020)، (خنفر، نعيمة؛ وفضلون، آمال:

(2019)، (يوسف، ريهام: 2019)، (محمد، دعاء: 2019)، (friesem, 2019)،
(jones-jang, Mortensen and liu, 2019).

- اهتمت بعض الدراسات بالبحث في مفاهيم التربية الإعلامية كدراسة (Laura michelle Holland, 2017).

- بينما اهتمت بعض الدراسات بالبحث في واقع التربية الإعلامية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعة وفقاً للمهارات التي تقوم عليها عند استخدام المواقع الإلكترونية كدراسة (خنفر، نعيمة؛ وفضلون، آمال: 2019).

- وسعت العديد من الدراسات بالكشف عن العلاقة بين التربية الإعلامية الرقمية والمواطنة الرقمية كدراسة كل من (محمود، هانى: 2020)، (Laura michelle Holland, 2017).

- واختبرت بعض الدراسات فرضية العلاقة بين معدلات مقررات التعليم الإعلامي بمكون "التفكير النقدي" (على المستويين: المعرفي، والمهاري) ومعدلات إفادة طلاب الإعلام من آليات التحقق من مصداقية المحتوى الإخباري على منصات المحتوى الإخباري على منصات التواصل الاجتماعي كدراسة (بدر، أمل؛ على، نصرالدين: 2021)، (عبدالحى، مصطفى: 2021).

- واهتمت بعض الدراسات بالبحث في مدى توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات كدراسة (يوسف، ريهام: 2019).

- رصدت بعض الدراسات الأنشطة الاتصالية والتفاعلية التي يقوم بها الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي كدراسة كل من (jones-jang, Mortensen and liu, 2019)، (قطب، فاطمة: 2018).

- واهتمت بعض الدراسات بالتعرف على عرض المعلومات والأخبار الزائفة لدى مستخدميها من أجل إثارة وتوجيه الرأي العام كدراسة كل من (Jonas colliander, 2019).

- واهتمت بعض الدراسات ببرامج التربية الإعلامية الرقمية الناقدة لطلاب التعليم العالي لتشكل تفاعلهم مع المعلومات والآراء المتداولة عبر شبكاتهم الاجتماعية كدراسة كل من (Tagg and seargeant, 2019)، (friesem, 2019).

- قامت مجموعة من الدراسات السابقة بربط مفهومي التربية الإعلامية الجديدة والتربية الرقمية بضرورة تدريب الطلاب والمستخدمين على كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال الحديثة في العملية التعليمية مع اكتساب المهارات المختلفة المؤهلة لذلك كدراسة كل من (عطوي، محمد: 2019)، (البناء، حازم؛ أبوالمجد، إبراهيم: 2017)، (Banatul murtafi'ah, Nur Hidayanto pancoro)، (setyo putro, 2019).

- توصلت العديد من الدراسات إلى توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى الطلاب كدراسة كل من (محمود، أحمد؛ والشهري، فاطمة: 2021)، (يوسف، ريهام: 2019).

- وأظهرت بعض الدراسات أن هناك ارتباطاً موجباً بين مستوى مهارات التربية الإعلامية الرقمية والمشاركة لدى ذوي الاهتمام الإخباري المرتفع كدراسة (Moon and bai: 2020).

- وتوصلت بعض الدراسات إلى أن للتربية الإعلامية دوراً كبيراً في تنمية مهارات النقد وتحليل المحتوى الإعلامي، لجعل الطلبة مشاركين إيجابيين في تواصلهم كدراسة (خنفر، نعيمة؛ وفضلون، آمال: 2019).

- وخلصت بعض الدراسات إلى أن الأخبار الزائفة أصبحت جزءاً لا يتجزأ من البيئة الإخبارية، وأن تداول الشائعات والأخبار الزائفة جاءت كأبرز سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي، وأن الشباب الجامعي سعوا للتحقق من صحة الأخبار المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي كدراسة كل من (عبد السلام، مبارك: 2022)، (مكاوي، ممدوح؛ مؤيد، هيثم؛ عثمان، إسلام: 2021)، (جمال، أحمد: 2021)، (Kim,A,Moravec,P.L.,&Dennis,A.R.: 2019).

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

أفادت الباحثة من الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة وصياغتها وتحديدها تحديداً دقيقاً بشكل يحقق أهداف الدراسة، واختيار المنهج والأدوات الملائمة للدراسة، وصياغة فروض الدراسة وتساؤلات الدراسة بما يتلاءم مع أهداف الدراسة، كما أفادت منها الباحثة في إعداد الاستبانة وتقسيمه.

الإطار النظري للدراسة:

نشأة التفاعلية:

يعد علماء الاتصال التفاعلية (**Interactivity**) أهم سمة من سمات الاتصال عبر الإنترنت، وتظهر التفاعلية أكثر وضوحاً في برامج التخاطب النصي والصور عبر الإنترنت (**Chatting**) وخدمات البريد الإلكتروني؛ إذ تتيح مواقع الإنترنت للمتصفح إمكانية الرد على الرسائل المعروضة ومخاطبة المرسل في الحال، ويتم الحكم على نجاح موقع الإنترنت بما يقدمه من خدمات تفاعلية بين مستخدمي الموقع⁽⁶²⁾.

لقد بدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية منذ أن أكد **Wiener** أهمية رجع الصدى 1948 ورغم شعبية وشهرة هذا المصطلح إبان الخمسينات والستينات من القرن الماضي، إلا أن استعماله في بحوث الاتصال تراجع في العقود الأخيرة والسبب يعود إلى بنية وسائل الاتصال الجماهيري، فطبيعة الإعلام أحادي الاتجاه الذي فرضته كل من الجرائد والإذاعة والتلفزيون يستثني إمكانية عودة المعلومات بين منتجي الرسائل ومتلقيها؛ حيث تتعدم فرصة تبادل الأدوار بين المرسلين والمتلقين⁽⁶³⁾.

وأعقب ذلك صدور كتاب "ولبور شرام **Wilbur Schramm** عام 1954 وعنوانه "عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها"، والذي جاءت فيه أول إشارة لمصطلح "التفاعلية"؛ وذلك حينما أكد شرام ضرورة وجود مجال خبرة مشتركة بين المرسل والمستقبل، وعن طريق هذا المجال يتم توصيل نوعين من رجع الصدى، هما: رسالة من المستقبل إلى المرسل، ورسالة من المستقبل إلى ذاته⁽⁶⁴⁾.

وقد بدأت هذه المرحلة التفاعلية في منتصف الثمانينات، وما زالت مستمرة حتى الآن، وتتميز بسمة أساسية وهي المزج بين أكثر من تكنولوجيا معلوماتية واتصالية تمثلها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل الرسالة الاتصالية، ويطلق على التكنولوجيا السائدة أو الميزة لهذه المرحلة التي نعيشها التكنولوجيا الرقمية **Digital Technology** أو التكنولوجيا التفاعلية **Interactive Technology** أو التكنولوجيا متعددة الوسائط **Multimedia Technology**⁽⁶⁵⁾.

ومع ظهور وسائل الاتصال الحديثة وفي مقدمتها الإنترنت بما تمتلكه هذه الوسائل من أدوات تفاعلية، أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة النشطة والفعالة في العملية

الاتصالية، حيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات واختيار المناسب منها، وتبادل الرسائل مع المرسل؛ بعد ما كان دور المستقبل هو مجرد تلقي المعلومات فقط، وأصبح التمييز بين المرسل والمستقبل في ظل استخدام وسائل الاتصال التفاعلية أمراً صعباً، فالمرسل أصبح مستقبلاً والمستقبل أصبح مرسلًا⁽⁶⁶⁾.

ويعرف بعضهم التفاعلية (**Interactivity**) بأنها تعني "الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي، أو بصفة أوسع الاتصال متعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين"⁽⁶⁷⁾.

تعريف روجرز (Rogers, 1995) للتفاعلية: أنها تعني مدى قدرة المشاركين في العملية الاتصالية على تبادل الأدوار والسيطرة والتحكم في خطابهم المشترك⁽⁶⁸⁾.

وعلى الرغم من اختلاف الباحثين في مجال الاتصال حول تحديد مفهوم التفاعلية، إلا أنه على ضوء المفاهيم السابقة للتفاعلية يمكننا أن نستخلص مجموعة من النقاط الأساسية التي اتفق عليها كثير من الباحثين، ووردت في أغلب هذه التعريفات⁽⁶⁹⁾:

- أن التفاعلية سمة طبيعية في الاتصال الشخصي وسمة مفترضة لوسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الإنترنت، فالجمهور على الشبكة ليس مجرد مستقبل للرسائل، وإنما مرسل لها في الوقت ذاته، الأمر الذي يحقق مستوى مرتفعاً من التفاعل.
- يجب التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والمتمثلة في رجع الصدى، والتفاعلية كمفهوم حديث مرتبط بتكنولوجيا الاتصال الحديثة والمتمثلة بوضوح في الاتصال عبر الإنترنت.
- التفاعلية اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المرسل فهو اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل.
- التفاعلية قد تكون تزامنية أو غير تزامنية، فالردشة مثلاً أداة تفاعلية تزامنية يشترط فيها وجود طرفي الاتصال (المرسل والمستقبل) في آن واحد، أما البريد الإلكتروني فهو أداة تفاعلية غير تزامنية لا يشترط فيها وجود طرفي الاتصال في آن واحد.

- الاستجابة هي جوهر الاتصال التفاعلي وبدونها لا يتم التفاعل.
- سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية شرط من شروط التفاعلية، فالمستقبل يستطيع في ظل التكنولوجيا الاتصال والتفاعل بتعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إليه من المرسل، كما أن المستقبل يمكنه اختيار الموضوع المناسب له من بين البدائل المتعددة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية، علاوة على قدرته على تبادل الرسائل مع المرسل والتعرض للمحتوى الاتصالي في الوقت الذي يلائمه.
- ضرورة إدراك المشاركين للتفاعلية، أي أن يدركوا أن الهدف من الاتصال هو التفاعل وليس الإقناع.
- التفاعلية خاصية الوسيلة، فالوسيلة التفاعلية هي التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل ومع المضمون في آن واحد.

مهارات التربية الإعلامية الرقمية **Digital media literacy skills**

تعد التربية الإعلامية الرقمية اتجاهاً عالمياً يختص بتعليم الطلاب مهارة التعامل مع وسائل الإعلام الرقمية، وأنها عملية توظيف وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة من أجل إكساب القيم والمهارات، وتزداد أهمية التربية الإعلامية الرقمية في ظل الاهتمام الكبير من الطلاب بالتعامل مع الأجهزة التكنولوجية الحديثة، ودور هذه الأجهزة في تشكيل ثقافة الطلاب وتحديد أنماط سلوكهم، وكذلك إكسابهم المفاهيم والقيم والعادات والاتجاهات.

وفي ظل أهمية التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات، والحاجة الملحة إليها باعتبار دورها مهماً في الحماية من الرسائل السلبية التي تستهدف الشباب، ومن خلال عرض الدراسات السابقة، نجد اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين بدراسة التربية الإعلامية الرقمية وتأثيرها على فئة الشباب؛ مما يدل على أهميتها كقالب إعلامي يمكن أن يسهم في تنمية القدرة على الإبداع والنقد والتحليل لدى الشباب كما أشارت دراسة كل من (Francis, R. J. :2018)⁽⁷⁰⁾، (Gui, M., Fasoli, M., & Carradore, R. (2017)⁽⁷¹⁾، (Hoffman, M. E. (2016)⁽⁷²⁾، (Chu, D., & Chu, S.:2015)⁽⁷³⁾، (Schilder, E. A. M. (2015)⁽⁷⁴⁾.

وتُعرف التربية الإعلامية الرقمية: على أنها القدرة على الوصول إلي الرسائل الإعلامية وتحليلها وتقييمها وإنتاجها بأشكال متنوعة، وتمثل هذه العناصر الأربعة مجتمعة والمتمثلة في (الوصول- التحليل- التقييم- إنتاج المحتوى)، المهارات التي تؤسس لمدخل التربية الإعلامية، وهي على النحو التالي⁽⁷⁵⁾:

مهارة الوصول Access: ترتبط مهارة الوصول بامتلاك الفرد للقدرات والأدوات التي تمكنه من التفاعل داخل محيطه الاجتماعي، ويعد الوصول إلى المحتوى الرقمي في حد ذاته عملية اجتماعية ديناميكية، فهو ليس سلوكاً عارضاً يقوم به المستخدم لمرة واحدة فقط، بل إنه استراتيجية ممتدة من الممارسات المتجددة، فبمجرد وصول المستخدم إلى محتوى الوسيلة الرقمية يقوم بتطوير طرق استخدامه لها؛ بما يحقق تكيفه مع خصائصها، وذلك من خلال القيام بعدة أنماط سلوكية تمكنه من تحديث أدوات استكشاف محتواها الرقمي⁽⁷⁶⁾.

مهارة التحليل Analysis: تقوم مهارة التحليل على افتراض عدم ارتباط عمليتي فهم المحتوى الرقمي وتقييمه بمجرد الوصول إلى الوسيلة التي تقدمه؛ إذ يتطلب امتلاك مهارة التحليل الإجابة عن ستة أسئلة تتعلق (مصدر المحتوى، وتوجهات الوسيلة، وخصائصها، وطبيعة الخطاب المقدم عبرها، والجمهور المستهدف منها)، وتمثل هذه العناصر الستة محددات أساسية وضرورية لتحقيق الاستخدام الأمثل لوسائل الإعلام الجديدة، كم أنها تقدم إطاراً مناسباً لمحو الأمية الإعلامية الرقمية⁽⁷⁷⁾.

مهارة التقييم Evaluation: ترتبط مهارة التقييم بالتفكير النقدي، الذي يتطلب استخدام المستويات المعرفية والتي أشار إليها تصنيف "بلوم"، وهي مستويات: التحليل والتركييب والتقييم⁽⁷⁸⁾؛ فالأفراد الذين لديهم تلك المهارة أكثر قدرة على التمييز بين الحقائق التي يمكن إثباتها، والادعاءات أو المزاعم غير الحقيقية، وكذلك التمييز بين المعلومات والادعاءات والأسباب المرتبطة بالموضوع، وغير المرتبطة به؛ كما أنهم يتمتعون بالقدرة على تحديد مصداقية مصدر المعلومات؛ وتحري التحيز؛ واتخاذ قرار بشأن المحتوى الرقمي⁽⁷⁹⁾.

مهارة إنتاج المحتوى **Content Creation**: لقد أنتجت البيئة الرقمية لمستخدمي وسائل الإعلام الجديدة فرصاً متنوعة ليشاركوا في صناعة المحتوى الرقمي بمختلف أنواعه؛ حيث انتقل هؤلاء المستخدمون من كونهم مستهلكين للمحتوى إلى منتجين له، ومؤثرين في صناعته⁽⁸⁰⁾، وبوجه عام يرتبط مفهوم إنتاج المحتوى الرقمي بامتلاك الحق في التعبير عن الرأي في سياق ثقافي يسمح بالتعددية، وليس بمجرد امتلاك وسائل وأدوات الاتصال فحسب، وفي هذا الإطار تنطلق مهارة إنتاج المحتوى من أربعة مرتكزات رئيسة تتمثل في:

– الأفراد الأكثر خبرة بكيفية إنتاج المحتوى المقدم عبر وسائل الإعلام الرقمية هم الأكثر فهماً لهذا المحتوى.

– تسهم عملية التفاعل وإنتاج المحتوى في تعزيز قدرة المستخدمين على التعامل بشكل أفضل داخل بيئة الإعلام الرقمي⁽⁸¹⁾.

– تزداد الحاجة إلى منتجي المحتوى الرقمي ذوي مهارات التعامل مع وسائل الإعلام الجديدة بقدر ضخامة كم المعلومات المتاحة عبر هذه الوسائل⁽⁸²⁾.

– تتعاظم أهمية إنتاج المحتوى الرقمي في ضوء تمتع مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة بالحق في التعبير والتبادل الثقافي.

أما هوبس (Hobbs 2010) فقد حدد المهارات اللازمة للتربية الإعلامية الرقمية في خمس مهارات أساسية وهي: **التمكن من الاستخدام**: ويقصد به القدرة على استخدام التكنولوجيا بمهارة ومشاركتها مع الآخرين، وتحليل وتقويم ويقصد به القدرة على نقد المحتوى وتحليله والتأكد من مصداقيته وتوقع التأثيرات المحتملة والنتائج المتوقعة، **الخلق**: وهي القدرة على تكوين وخلق محتوى إعلامي، وقدرة الشخص على التعبير مع الوعي بالهدف والجمهور وكيفية تكوين المحتوى، **والانعكاس أو تطبيق المسؤولية الاجتماعية**: وهو القدرة على تطبيق المسؤولية الاجتماعية والمبادئ الأخلاقية والخبرات الحياتية من خلال المحتوى المقدم، وأخيراً **السلوك واتخاذ المبادرات** ويقصد به العمل بشكل فردي وجماعي لنشر المعلومات، وحل المشكلات من خلال المشاركة في المجتمع، والعمل التطوعي والمبادرات وغيرها، وتتخلص في مهارة الوصول **Access** ومهارة

التحليل والتقييم **Analyze, Evaluate**، مهارة تطبيق المسؤولية الاجتماعية **Reflect**، مهارة المبادرات وخلق منصات رقمية **ACT**، مهارة خلق المحتوى **Create** (83).
مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مجموعة من المنصات الموجودة على الإنترنت أو الهاتف المحمول تتيح التفاعل الثنائي عبر المحتويات التي ينتجها المستخدمون فضلاً عن التواصل بينهم، فهي ليست وسائل الإعلام التي تخرج من جانب واحد، أو موقع شبكي ثابت، إنما هي شبكات تواصل صممت خصيصاً لمنح المستخدم إمكانية إنتاج المحتوى بنفسه والتفاعل مع المحتويات الأخرى (84).

الأخبار الزائفة **Fake News** :

الأخبار الزائفة مصطلح حديث نسبياً؛ على الرغم من أن معالجة المحتوى عبر الإنترنت ليست جديدة وتمت دراستها من قبل بأسماء مختلفة مثل المعلومات الخاطئة **Misinformation**، والتضليل **Disinformation**، والإشاعات **Rumours**، والخداع **Hoaxes**، حيث تتناول الشائعات معلومات غامضة يمكن إثباتها صحيحة أو خاطئة، بينما توصف الأخبار الزائفة بأنها خاطئة دائماً (85).

كما تعرف الأخبار الزائفة **Fake News** بأنها قصص إخبارية كاذبة غالباً ما تكون ذات طبيعة مثيرة، يتم إنشاؤها ليتم مشاركتها أو توزيعها على نطاق واسع؛ لغرض الترويج أو تشويه سمعة شخصية عامة أو حركة سياسية أو شركة ما، كما يعرفها الباحثون على أنها تلك الأخبار التي تفتقر إلى القواعد أو العمليات التحريرية المتبعة في وسائل الإعلام الإخبارية لضمان دقة المعلومات ومصداقيتها، وبالتالي إسناد التزييف ليس على مستوى القصة، بل على مستوى الناشر (86).

بينما أشار عدد من الباحثين إلى أنه من الصعب تحديد شكل الأخبار الزائفة تماماً، لأن هذا المصطلح أصبح يعني مجموعة كبيرة ومتنوعة من المعلومات تتراوح ما بين نوع من الاستخفاف والسخرية من بعض الموضوعات أو القضايا، وبين معلومات مزيفة قد تؤدي إلى انهيار دول (87).

وقد قامت العديد من الدراسات بمحاولة تصنيف الأخبار الزائفة؛ حيث حدد مجلس التربية الإعلامية **Media Literacy Council** ستة أنواع تمثلت فيما يلي:

1- السخرية **Satire & Parody**: وهي الأخبار التي تستخدم الفكاهة أو المبالغات للسخرية من القضايا المهمة.

2- المضمون المضلل **Misleading Content**: ويستخدم الكاتب المعلومات الحقيقية والصحيحة، ولكن ليفسر القضية بشكل مختلف عن الواقع بحيث تظهر للجمهور كما يريد الكاتب ويتفق مع هدفه ووجهه نظره.

3- الربط الخاطيء **False Connection**: ويحدث الربط الخاطيء عندما يؤدي العنوان أو الاقتباس إلى اعتقاد الجمهور بفكرة ما تخالف ما هو موجود حقيقة في الخبر الفعلي المقدم، خاصة إذا اكتفى القاريء بقراءة العنوان فقط دون الخبر بأكمله، وتستخدم مواقع الإنترنت هذا النوع من الأخبار لزيادة تصفح الموقع وجلب المزيد من الأرباح.

4- السياق الخاطيء **False Content**: ويتم استخدام هذا النوع في الغالب للاحتيال على الجمهور مثل الحصول على أرقام الحسابات البنكية أو بيانات كروت الائتمان الخاصة بهم، وذلك عن طريق مواقع إلكترونية يبدو عليها الطابع الحكومي.

5- المضمون المتلاعب به **Manipulated Content**: ويتم التلاعب في الغالب بمقاطع الفيديو والصور؛ حيث يتم تعديلها وتغيير التفاصيل الخاصة بها.

6- المضمون الملق **Falsehoods**: يتسم المضمون بأنه غير صحيح تمامًا، ويتم اختلاقه لخداع الجمهور، ويعتبر المضمون الملق شديد الخطورة؛ لأن الجمهور يميل إلى تصديق المعلومات التي يقرؤها بكثرة خاصة إذا كان يتعرض لها للمرة الأولى⁽⁸⁸⁾.

دور التربية الإعلامية الرقمية في مواجهة الأخبار الزائفة:

في ظل غزارة المعلومات والأخبار من حولنا، يعتمد بعض مستخدمي الإنترنت وبعض الإعلاميين ووسائل الإعلام نشر الأخبار الكاذبة والترويج لها لتحقيق أهداف عدة، وذلك باستغلال سرعة انتشار الرسائل عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها ملايين الأشخاص حول العالم في أماكن مختلفة، فوجد المعلومات الخاطئة، والصور المزيفة، ومقاطع الفيديو المفبركة تنتشر بسرعة في مناطق الصراع والحروب، على أمل أن تجدها وسائل الإعلام وتعيد نشرها دون التحقق من دقة ما ورد فيها للحصول على سبق

صحفي، بالتالي تأخذ هذه المعلومات الكاذبة طريقها إلى آلاف المتابعين الذين يثقون بهذه الوسيلة الإعلامية، فيحدث التأثير وتتحقق أهداف وغايات الفرد أو الجهة التي قامت بنشر أو بث تلك المعلومات، ومن أبرز أهداف نشر الأخبار الكاذبة تغيير المواقف والاتجاهات وأولويات الجمهور إزاء القضايا والأحداث⁽⁸⁹⁾.

هنا يأتي دور التربية الإعلامية الرقمية في التصدي لهذه الظاهرة أو المشكلة؛ فهي تسعى إلى تزويد الأفراد بمهارات التعامل مع وسائل الإعلام (التقليدية والجديدة) عن طريق تمكينهم من الوصول إلى الرسائل الاتصالية المنشورة عبر تلك الوسائل، والمنصات، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومن ثم تحليلها وتقييمها والتحقق من دقة البيانات والمعلومات الواردة فيها، والرجوع إلى مصادرها للتأكد من صحتها ومصداقيتها، كما أنها تُبين للفرد كيف يؤثر الإعلام في حياته اليومية بطرق مباشرة أو غير مباشرة، وتطور مهارات استخدامه للأدوات والتطبيقات المتوفرة عبر شبكة الإنترنت، والتي يمكن عدّها بأنّها أدوات تساعد المستخدم في تحليل المحتوى الذي يتعرض له، وهو أمر يزيد من فرصة التحقق من الأخبار والصور والمقاطع المرئية التي يتعرض إليها الفرد أو يشاهدها. ويتطور دور التربية الإعلامية الرقمية بشكل أكثر وضوحاً في محاربة الأخبار الكاذبة والشائعات وكشف المعلومات الخاطئة، من دورها في تنمية وتعزيز قدرات ومهارات التفكير الناقد لدى الأفراد والمستخدمين، فالتفكير بطريقة ناقدة يعدّ عنصراً مهماً من عناصر التعامل بوعي ووضوح مع وسائل ومنصات الإعلام، وتحديد ما هو سلبي وإيجابي من رسائل تُنشر وتُثبت عبرها، وتمكينهم أيضاً التمييز بين الحقائق وبين الآراء، وهو عامل آخر يسهل علينا كمستخدمين من كشف المعلومات الكاذبة والسعي لإيقاف انتشارها ووصولها إلى أعداد أكبر من الجمهور⁽⁹⁰⁾.

مصطلحات الدراسة:

تُعرف التفاعلية: على أنها التبادل المستمر والمتزامن للمعلومات، واستخدام التلميحات غير اللفظية، والتلقائية والتتابع السريع للمعلومات، والقدرة على المقاطعة، والمشاركة (التبادل)⁽⁹¹⁾.

مبررات اختيار العينة:

وقد قامت الباحثة باختيار طلاب الإعلام التربوي: وهم الطلاب المنتظمون بقسم الإعلام التربوي من الفرق الأربع بكليات التربية النوعية بجامعة (بورسعيد، القاهرة، عين شمس، المنصورة) من الذكور والإناث؛ نظراً لطبيعة دراستهم في مجال الإعلام ولقدرتهم تبعاً لطبيعة التخصص في التمييز بين الأخبار الزائفة والحقيقية، وفهم وإدراك التربية الإعلامية الرقمية والتحلي بمهاراتها ومساعدة الآخرين على فهمها والتعامل السليم مع وسائلها.

تُعرف التربية الإعلامية الرقمية: بالتربية التي تسهم في تنمية مهارات استخدام تقنيات التكنولوجيا الرقمية والوسائط الجديدة وتصفح الشبكات الرقمية بجانب تنمية مهارات التفكير الناقد لمحتوى تلك التقنيات والشبكات، فهي التوجيه المخطط من قبل المعلمين للتلاميذ أو من الآباء للأبناء، والاستخدام الفعلي لهذه المصادر والتقنيات الرقمية؛ بهدف تنمية المهارات والسلوكيات التي تمكنهم من أن يصبحوا مواطنين رقميين متفاعلين مع الآخرين من خلال الاتصال المباشر أو أثناء عملية التدريس⁽⁹²⁾.

وتعرف الباحثة التربية الإعلامية الرقمية إجرائياً: بأنها مجموعة القواعد والضوابط والمعايير والأعراف المتبعة في الاستخدام الأمثل والقيوم للتكنولوجيا، والتي يحتاجها الأفراد كباراً وصغاراً من أجل الإسهام في رقي الوطن، فهي تهتم بكيفية التعامل مع هذه التكنولوجيا من خلال التوعية نحو منافعها والحماية من أخطارها، وفهم قواعد السلوك فيما يتعلق بها وطرق استخدامها، فهي وسيلة لإعداد مستخدمي التكنولوجيا إعداداً جيداً من أجل مجتمع تكنولوجي صحي.

وتُعرف الأخبار الزائفة: بأنها قصص إخبارية تم اختلاقها، ويتم عرضها كما لو كانت من مصادر رسمية ومشروعة، كما يتم الترويج لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي لخداع الجمهور من أجل تحقيق مكاسب أيديولوجية أو مالية⁽⁹³⁾.

وتُعرف الأخبار الزائفة إجرائياً: بأنها تلك الأخبار المفبركة وتعرف باسم الأخبار المخادعة، وهي تلك الأخبار والمعلومات المحرفة والممزوجة بشيء من الحقيقة والتي يتم تليفيها ونشرها عمداً بقصد خداع الآخرين وتضليلهم بالأكاذيب، أو التشكيك في حقائق

يمكن التحقق منها، بالإضافة إلى أنها معلومات مضللة يتم تقديمها على أنها أخبار أو من المحتمل أن ينظر إليها أنها أخبار.

نوع ومنهج الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية (Descriptive study) التي تعتمد على المنهج المسحي باعتباره من أنسب المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية، حيث يقوم على وصف الحقائق باتباع المنهج العلمي وعرض الظاهرة أو الموضوع المعني بالبحث بأسلوب علمي دقيق، وذلك من خلال مسح عينة من الشباب الجامعي في المرحلة العمرية من (18-21) عاماً من (الذكور والإناث) للتعرف على تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم.

مجتمع الدراسة: يتمثل في الشباب الجامعي من الفرق الأربع المختلفة من طلاب الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بالجامعات المصرية (بورسعيد، القاهرة، عين شمس، المنصورة).

وبناءً على نتائج الدراسة الاستطلاعية فقد تم اختيار موقع الفيس بوك كأكثر المواقع تفضيلاً لدى طلاب الإعلام التربوي؛ وذلك لما يمثله موقع الفيس بوك من أهمية كبيرة من بين مواقع التواصل الاجتماعي ثم جاء موقع تويتر في المرتبة الثانية، وبيّنت أن مستوى معرفة المبحوثين للأخبار الزائفة جاء بدرجة متوسطة.

عينة الدراسة: طبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) طالب وطالبة من طلاب الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية بجامعات (بورسعيد، القاهرة، عين شمس، المنصورة) من طلاب الفرق الأربع، بواقع 100 مفردة من كل جامعة، بأسلوب العينة الحصصية، حيث تم سحب 100 مفردة من كل جامعة.

وقد استبعدت الباحثة (12) استمارة؛ نظراً لعدم استخدامهم ومتابعتهم لمواقع التواصل الاجتماعي، أو أن الاستجابات غير مكتملة، أو لعدم مصداقية استماراتهم بعد إجراء المراجعة، ولذلك تكونت عينة الدراسة الأساسية من (388) طالباً وطالبة من كليات التربية النوعية بجامعات (بورسعيد، القاهرة، عين شمس، المنصورة).

مببرات اختيار الكليات عينة الدراسة:

وقد تم اختيار كليات التربية النوعية بجامعة (بورسعيد، القاهرة، عين شمس، المنصورة)، لما يتمتع به طلاب قسم الإعلام التربوي من قدرة على اكتشاف وتمييز الأخبار الزائفة من الحقيقة، وتبعاً لطبيعة دراستهم، ولقدرتهم على فهم وإدراك التربية الإعلامية الرقمية واكتساب العديد من مهاراتها، بما يحقق ثراء للنتائج وإمكانية التعميم في إطار حدود الدراسة.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية والبشرية: تتمثل الحدود المكانية للدراسة في جامعات (بورسعيد، القاهرة، عين شمس، المنصورة)، وتتمثل الحدود البشرية في عينة من طلاب قسم الإعلام التربوي بتلك الجامعات.

الحدود الزمنية: أجريت الدراسة خلال الفترة من 2022/10/1 حتى 2022/11/30.

الحدود الموضوعية: اقتصرت الدراسة على دراسة تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم.

أدوات جمع البيانات:

تم استخدام الاستبانة للعينة محل الدراسة لتحقيق أهداف الدراسة وتساؤلاتها؛ وذلك للتعرف على تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم.

اعتمدت الدراسة على عدة مقاييس وتمثلت في مقياس تقييم مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين كمصدر للأخبار، ومقياس توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة، ومقياس معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي، ومقياس تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين.

وهذه المقاييس تم وضع وزن نسبي يحتوي على ثلاث درجات (موافق 3، محايد 2، معارض 1) وقياس ما يعادلها في الاتجاه على مقياس ليكرت الثلاثي.

إجراءات صدق وثبات الاستبانة:

اختبار الصدق والثبات:

للتأكد من صدق وصلاحيّة استمارة الاستبانة وتصميمها، ثم عرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين المتخصصين في الإعلام، حيث أبدوا مجموعة من الملاحظات وتم إجراء التعديلات اللازمة بناءً على هذه الملاحظات طبقاً لرأي المحكمين، وبالتالي تحقق الصدق الظاهري للبيانات.

وقامت الباحثة بإجراء الثبات للاستمارة باستخدام إعادة الاختبار **Test Re Test**،

بتطبيق اختبار قبلي على عينة قوامها 40 مفردة تمثل (10%) من المفردات من طلاب الإعلام التربوي، وتم إجراء التعديلات، أما إجراء الثبات فتم إعادة الاختبار على (10%) من المبحوثين، وتم إعادة ملء الاستمارات بعد أسبوعين من التطبيق الأول، وتبين أن معامل الارتباط بين التطبيق الأول والثاني (0.86)، وتم حساب معامل الثبات عن طريق معامل ألفا كرونباخ (**coefficient cronbach's Alpha**)، وقد أظهر اختبار ألفا حصول فقرات الاستبانة على معامل ثبات قيمته (90%)؛ وهو ما يدل على وجود اتساق عال بين إجابات المبحوثين، ويوضح الجدول التالي تلك النتائج:

جدول (1)

يوضح قيمة معامل الارتباط ومستوى دلالته بين التطبيق الأول والثاني لقياس ثبات الاستبانة

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	مستوى الدلالة
التطبيق الأول	0.86	0.01
التطبيق الثاني		

يتضح من بيانات الجدول السابق: وجود ارتباط دال إحصائياً عند مستوى (0.01) بين التطبيق الأول والثاني وبلغ معامل الارتباط بين التطبيقين (0.86)، وهو معامل ارتباط مرتفع؛ مما يشير إلى ثبات الاستبانة، وهي قيمة مرتفعة تدل على ثبات الأداة.

إجراءات صدق وثبات المقاييس:

إجراءات الثبات للمقاييس:

قامت الباحثة بالتأكد بواسطة استخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ coefficient

(cronbach's Alpha) للمقاييس، وجاءت نتائج الثبات عالية لجميع المقاييس؛ مما

يعني صحة استخدام المقاييس وتحقيقها لهدف الدراسة، وفقاً لما يلي:

جدول (2)

يوضح درجة ألفا كرونباخ للمقاييس المختلفة

المقاييس	درجة ألفا كرونباخ
مقياس تقييم مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين كمصدر للأخبار	0.86
مقياس توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة	0.85
مقياس معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي	0.87
مقياس تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي	0.90
مقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي للمبحوثين	0.91

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة تتمتع بمعاملات

ثبات مرتفعة، وقد تراوحت معاملات الثبات للمقاييس الفرعية المكونة للاستبانة بين

(0.85-0.91) وهذا دليل كاف على أن المقاييس تتمتع بمعامل ثبات عالٍ، وقد أظهرت

النتائج أن جميع قيم معامل ألفا كرونباخ للمقاييس لا تقل عن (0.85)؛ مما يجعل

الباحثة تثق في كفاءة هذه المقاييس.

إجراءات الصدق للمقاييس:

جدول (3)

يوضح معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبانة

المجال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
مقياس تقييم مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين كمصدر للأخبار	0.733**	دالة 0.01
مقياس توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة	0.671**	دالة 0.01
مقياس معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي	0.795**	دالة 0.01
مقياس تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي	0.720**	دالة 0.01
مقياس المستوى الاقتصادي الاجتماعي	0.702**	دالة 0.01

* = دالة إحصائية عند 0.05

** = دالة إحصائية عند 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المقاييس الفرعية المكونة للاستبانة تتمتع بمعاملات ارتباطية قوية ودالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، وقد تراوحت معاملات الارتباط للمقاييس الفرعية المكونة للاستبانة بين (0.671-0.795) وهذا دليل كاف على أن الاستبانة تتمتع بمعامل صدق عالٍ.

المعالجات الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة الميدانية، ثم إدخالها بعد ترميزها إلى الحاسب الآلي، ثم القيام بمعالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والمعروف باسم SPSS، وبناءً عليه تم عمل مقاييس وصفية تشكل الجداول والتوزيعات التكرارية والمقاييس التجميعية، وتطبيق المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير من متغيرات الدراسة، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة (**Frequency**) والنسب المئوية (**Percent**).
- المتوسطات الحسابية (**Mean**) والانحرافات المعيارية (**Std. Deviation**).
- وقد اعتبرت درجة الاتفاق مرتفعة، إذا تراوحت المتوسطات الحسابية بين (1-1.66)، ومتوسطة بين (1.67-2.33)، ومنخفضة بين (2.34-3).
- معامل ثبات ألفا كرونباخ (**Coefficient Cronbach's Alpha**)، لحساب قيمة الثبات، وللتأكد من صلاحية المقاييس.
- الوزن المرجح للبنود المقاسة على مقياس ليكرت الثلاثي، والذي يحسب بضرب التكرارات بوزن معين، تقرره الباحثة، ثم تجمع مراتب الضرب لكل بند للحصول على الأوزان المرجحة، ثم تحسب النسب المئوية لبنود السؤال كلها.
- اختبار كاي² (**Chi Square Test**) لجدول الاقتران لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المستوى الاسمي **Nominal**.
- معامل ارتباط بيرسون (**Person Correlation Coefficient**) لدراسة شدة واتجاه العلاقات الارتباطية بين متغيرين، وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة

المعامل أقل من (0.33)، ومتوسطة ما بين (0.33-0.66)، وقوية إذا زات عن (0.66).

- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent Samples T.Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابين لمجموعتين مستقلتين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم (ANOVA) لدراسة لدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

- الاختبارات البعدية Post Hoc T. Test (شيفية) Scheffe لمعرفة اتجاه الفروق ومصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.

أولاً: نتائج الدراسة الميدانية:

يعرض هذا الجزء لنتائج استمارة الاستبانة التي تم تطبيقها على عينة نهائية من المبحوثين بلغت (400) من طلاب الإعلام التربوي من الجامعات المصرية من متابعي مواقع التواصل الاجتماعي (عينة الدراسة)، وفيما يلي نعرض لهذه النتائج:

خصائص العينة:

جدول (4)

بوضوح خصائص العينة

(ن=400)		العينة	
%	ك	المتغيرات	
50	200	ذكور	النوع
50	200	إناث	
100	400	إجمالي	
25	100	بورسعيد	الجامعة
25	100	القاهرة	
25	100	عين شمس	
25	100	المنصورة	
100	400	إجمالي	
13.5	54	الأولى	الفرقة الدراسية
19.5	78	الثانية	
22	88	الثالثة	
45	180	الرابعة	
100	400	إجمالي	
7	28	منخفض	المستوى الاقتصادي الاجتماعي
67.8	271	متوسط	
25.2	101	مرتفع	
100	400	إجمالي	

يتضح من بيانات الجدول السابق: جاءت نسبة الإناث بنسبة (50%) من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت نسبة الذكور بنسبة (50%)، وجاء المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط بنسبة (67.8%)، بينما جاء المستوى المرتفع بنسبة (25.2%)، وأخيراً جاء المستوى المنخفض بنسبة (7%).

يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب كليات التربية النوعية بجامعة (بورسعيد، القاهرة، عين شمس، المنصورة) بواقع 100 مفردة من كل جامعة، بأسلوب العينة الحصصية، - حيث تم سحب 100 مفردة من كل جامعة، ويقدم الجدول توصيفاً لعينة الدراسة من حيث النوع، والجامعة المنتمي إليها، الفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

جدول (5)

يوضح معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي

مستوى الدلالة	قيمة كا ²	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع معدل التعرض
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 دالة	17.201	65.2	261	74.5	149	56	112	أحياناً
		31.8	127	24.5	49	39	78	دائماً
		3	12	1	2	5	10	لا
		100	400	100	200	100	200	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (65.2%) من أفراد العينة يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، بينما نسبة (31.8%) منهم يتعرضون لها دائماً، وأخيراً نسبة (3%) منهم لا يتعرضون لها، وبحساب قيمة كا² تساوي (17.201) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، وهذا يعني وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكور وإناث) ومعدل تعرض طلاب الإعلام التربوي (عينة الدراسة) لمواقع التواصل الاجتماعي.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة كل من:

- دراسة (فخري، عاصم & عبد الفتاح، ناصر & علي، زينهم: 2023) ⁽⁹⁴⁾ والتي أثبتت أن معظم عينة الدراسة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي دائماً.

- دراسة (المنقيب، إيمان: 2022) ⁽⁹⁵⁾ والتي أظهرت أن مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك- يوتيوب- إنستجرام وغيرها) جاءت في الترتيب الأول من إجمالي عينة الدراسة.

- دراسة (سالم، دعاء: 2016) ⁽⁹⁶⁾ والتي توصلت إلى أن تعرض طلاب الإعلام التربوي لشبكات التواصل الاجتماعي جاء دائماً.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من:

- دراسة (الصالحى، أبو بكر: 2020) ⁽⁹⁷⁾ والتي أثبتت ارتفاع نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات العينة.

- دراسة (رفعت، محمد: 2018) ⁽⁹⁸⁾ والتي أشارت إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المقدمة، ثم المواقع الإخبارية.

وتستنتج الباحثة ارتفاع معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي، لاسيما أن هناك الكثير من الإيجابيات التي وفرتها تلك البيئة الجديدة التي أخذت حيزاً كبيراً من وقتهم، في ظل سهولة استخدام هذه المواقع.

مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون

جدول (6)

يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الأوزان	المتوسط	أتابعها نادراً		أتابعها أحياناً		أتابعها بانتظام		مواقع التواصل الاجتماعي	
				%	ك	%	ك	%	ك		
1	18.9	1027	2.65	7	27	21.4	83	71.6	278	الفييس بوك	
2	15.8	859	2.21	15.7	61	47.2	183	37.1	144	واتساب	
3	15.2	827	2.13	23.5	91	39.9	155	36.6	142	يوتيوب	
4	13.8	750	1.93	33	128	40.7	158	26.3	102	تويتر	
5	13.4	728	1.88	41.2	160	29.9	116	28.9	112	إنستجرام	
6	11.6	630	1.62	53.9	209	29.9	116	16.2	63	تليجرام	
7	11.3	613	1.58	55.4	215	31.2	121	13.4	52	لينكدان	
5434			مجموع الأوزان المرجحة				388		الإجمالي		

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن موقع الفييس بوك جاء في الصدارة كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة بوزن نسبي (18.9) تلاه موقع واتساب بوزن نسبي (15.8)، ثم موقع يوتيوب بوزن نسبي (15.2)، ثم موقع تويتر بوزن نسبي (13.8)، ثم موقع إنستجرام بوزن نسبي (13.4)، ثم موقع تليجرام بوزن نسبي (11.6)، وأخيراً موقع لينكدان بوزن نسبي (11.3).

وانفقت هذه النتيجة مع دراسة كل من:

- دراسة (عبد المقصود، هاني: 2022) (99) والتي أوضحت أن الفييس بوك يتصدر قائمة المواقع الأكثر استخداماً لدى الشباب، ثم تطبيق الواتساب.

- دراسة (جمال، أحمد: 2021) (100) والتي بينت أن موقع الفييس بوك احتل الصدارة ثم موقع الواتساب كأكثر المواقع التي يتفاعل معها الجمهور بدرجة مرتفعة جداً.

- دراسة (أحمد، بسنت: 2018) (101) والتي أظهرت أن موقع الفييس بوك احتل الموقع الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي.

- دراسة (طه، محمد: 2017)⁽¹⁰²⁾ والتي توصلت إلى أن موقع الفيس بوك Facebook جاء في صدارة مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً، تلاه موقع اليوتيوب.

- دراسة (طه، أحمد: 2016)⁽¹⁰³⁾ والتي بينت أن موقع الفيس بوك جاء في المرتبة الأولى من حيث الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون في التواصل مع أصدقائهم ومتابعة المضامين.

- دراسة (سعيد، هشام: 2015)⁽¹⁰⁴⁾ والتي خلصت إلى أن موقع الفيس بوك جاء في المركز الأول من حيث استخدامه.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة كل من:

- دراسة (فخري، عاصم & عبد الفتاح، ناصر & علي، زينهم: 2023)⁽¹⁰⁵⁾ والتي توصلت إلى أن موقع الواتساب Whatsapp جاء في الترتيب الأول، والفيس بوك في الترتيب الثاني كأبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي يتعرض لها المبحوثون.

- دراسة (منصور، حسن: 2019)⁽¹⁰⁶⁾ والتي أظهرت أن تطبيق الواتساب WhatsApp جاء في المرتبة الأولى ثم اليوتيوب.

- دراسة (حمدي، ماطر: 2018)⁽¹⁰⁷⁾ والتي توصلت إلى أن الواتساب WhatsApp جاء في المرتبة الأولى، وأن الفيس بوك في المرتبة الثانية من بين مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً.

وترجع الباحثة ارتفاع استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي نظراً لاحتواء هذه المواقع على وسائل جذب؛ كما أنها مليئة بالمعلومات والأخبار الحديثة التي تستحوذ على انتباه الجمهور، وأنها بيئة لتكوين العلاقات الاجتماعية، الصداقات ومتابعة أخبار الآخرين، كما أنها وسيلة للتفيس والترفيه والبعد عن المشكلات الاجتماعية.

عدد الساعات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا

جدول (7)

يوضح عدد الساعات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي يوميا

الترتيب	الوزن النسبي	مجموع الأوزان	المتوسط	6 ساعات فأكثر		3 ساعات إلى 6 ساعات		ساعة من 3 إلى 3 ساعات		أقل من ساعة واحدة		عدد الساعات	الموقع
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
1	18.3	1049	2.70	10.3	40	56.7	220	26	101	7	27	الفيس بوك	
2	15.6	895	2.31	8.5	33	29.4	114	46.4	180	15.7	61	واتساب	
3	15.5	892	2.30	14.4	56	24.5	95	37.6	146	23.5	91	يوتيوب	
4	15.1	862	2.22	18.8	73	17.5	68	30.7	119	33	128	تويتر	
5	13.1	755	1.95	6.2	24	23.5	91	29.1	113	41.2	160	إنستجرام	
6	11.4	656	1.69	3.6	14	15.7	61	26.8	104	53.9	209	تليجرام	
7	11.0	635	1.64	4.4	17	10.3	40	29.9	116	55.4	215	لينكدان	
5744		مجموع الأوزان المرجحة						388		الإجمالي			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن موقع الفيس بوك جاء في الصدارة كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي في الاستخدام اليومي لدى طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة بوزن نسبي (18.3)، تلاه موقع الواتساب بوزن نسبي (15.6)، ثم موقع يوتيوب بوزن نسبي (15.5)، ثم موقع تويتر بوزن نسبي (15.1)، تلاه موقع إنستجرام بوزن نسبي (13.1)، ثم موقع تليجرام بوزن نسبي (11.4)، وأخيراً موقع لينكدان بوزن نسبي (11.0).

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (عبد المقصود، هاني: 2022)⁽¹⁰⁸⁾ والتي أظهرت أن غالبية أفراد العينة يستخدمون الشبكات الاجتماعية من 6 إلى 10 ساعات على فترات كبيرة خلال اليوم.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة كل من:

- دراسة (بدر، أمل؛ علي، نصر الدين: 2021)⁽¹⁰⁹⁾ والتي أثبتت ارتفاع معدلات الاستخدام اليومي من ثلاث ساعات فأكثر لمنصات التواصل الاجتماعي من جانب طلاب كليات وأقسام الإعلام.

- دراسة (أحمد، بسنت: 2018)⁽¹¹⁰⁾ والتي أشارت إلى أن أغلبية مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يستخدمونه يوميا أكثر من ثلاث ساعات.

وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى الاعتماد الكبير من جانب الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي خلال فترات اليوم المختلفة، لما تحظى به هذه المواقع من اهتمام قطاع عريض من الجمهور عليهما من مختلف الثقافات والأعمار.

تقييم مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الباحثين كمصدر للأخبار
جدول (8)

يوضح تقييم مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الباحثين كمصدر للأخبار

درجة الموافقة	الترتيب	الإنحراف المعياري	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	1	0.76	2.14	22.7	88	41	159	36.3	141	تقدم لنا مواقع التواصل الاجتماعي ما نريد أن نعرفه حول الأحداث الجارية في المجتمع
محايد	2	0.74	2.04	25.5	99	45.1	175	29.4	114	أخبار مواقع التواصل الاجتماعي أفضل لأنها تتسم بالسرورية
محايد	3	0.70	2.02	23.2	90	51.5	200	25.3	98	تركز مواقع التواصل الاجتماعي على السلبيات والمبالغة في نشرها
محايد	4	0.75	1.92	32	124	43.8	170	24.2	94	أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة انتشار الأخبار الزائفة
محايد	5	0.79	1.90	36.1	140	37.4	145	26.5	103	لا توجد رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد صحة ما ينشر بها من أخبار
محايد	6	0.77	1.89	35.8	139	39.7	154	24.5	95	تكتمل جوانب ما نقرأه من أخبار بمواقع التواصل الاجتماعي بالصور الثابتة ووجهات النظر المختلفة
محايد	7	0.79	1.87	38.4	149	36.1	140	25.5	99	تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في تشر الإشاعات والبلبلة في المجتمع

درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	8	0.77	1.82	40.5	157	37.1	144	22.4	87	مواقع التواصل الاجتماعي تقدم لنا المحتوى الإخباري دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره
محايد	9	0.75	1.80	39.7	154	40.5	157	19.8	77	أشعر بالكفاية مع ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار مقارنة بالوسائل الأخرى
محايد	10	0.77	1.79	42.5	165	36.1	140	21.4	83	تهتم مواقع التواصل الاجتماعي بنشر وجهات النظر المختلفة حول تلك القضايا
محايد	11	0.74	1.72	41.5	161	35.6	138	22.9	89	تطرح مواقع التواصل الاجتماعي الأخبار بحيادية دون تحيز لطرف عن الآخر ولا تغفل السلبيات
محايد	11	0.74	1.72	45.1	175	37.9	147	17	66	تطرح مواقع التواصل الاجتماعي حلولاً للمشكلات والقضايا بموضوعية
معارض	12	0.71	1.62	51.3	199	35.3	137	13.4	52	تتمتع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بمصداقية لدى معظم الناس
محايد		1.87		المتوسط العام		388				الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن عبارة "تقدم لنا مواقع التواصل الاجتماعي ما نريد أن نعرفه حول الأحداث الجارية في المجتمع" جاءت في المقدمة كأكثر العبارات التي توضح مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين كمصدر للأخبار بمتوسط مرجح قدره (2.14) ودرجة موافقة محايد على مقياس ليكرت الثلاثي، ثم عبارة "أخبار مواقع التواصل الاجتماعي أفضل لأنها تتسم بالفورية" بمتوسط مرجح قدره (2.04) ودرجة

موافقة محايد، وجاءت عبارة "تركز مواقع التواصل الاجتماعي على السلبيات والمبالغة في نشرها" بمتوسط مرجح قدره (2.02) ودرجة موافقة محايد، بينما جاءت عبارة "أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة انتشار الأخبار الزائفة" بمتوسط مرجح قدره (1.92) ودرجة موافقة محايد، ثم جاءت عبارة "لا توجد رقابة على مواقع التواصل الاجتماعي لتحديد صحة ما ينشر بها من أخبار" بمتوسط مرجح قدره (1.90) ودرجة موافقة محايد، ثم عبارة "تكتمل جوانب ما نقرأه من أخبار بمواقع التواصل الاجتماعي بالصور الثابتة ووجهات النظر المختلفة" بمتوسط مرجح قدره (1.89) ودرجة موافقة محايد، وجاءت عبارة "تسهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإشاعات والبلبة في المجتمع" بمتوسط مرجح قدره (1.87) ودرجة موافقة محايد، بينما جاءت عبارة "مواقع التواصل الاجتماعي تقدم لنا المحتوى الإخباري دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره" بمتوسط مرجح قدره (1.82) ودرجة موافقة محايد، بينما جاءت عبارة "أشعر بالكفاية مع ما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار مقارنة بالوسائل الأخرى" بمتوسط مرجح قدره (1.80) ودرجة موافقة محايد، ثم عبارة "تهتم مواقع التواصل الاجتماعي بنشر وجهات النظر المختلفة حول تلك القضايا" بمتوسط مرجح قدره (1.79) ودرجة موافقة محايد، ثم جاءت كل من عبارة "تطرح مواقع التواصل الاجتماعي الأخبار بحيادية دون تحيز لطرف عن الآخر ولا تغفل السلبيات"، وعبارة "تطرح مواقع التواصل الاجتماعي حلولاً للمشكلات والقضايا بموضوعية" بمتوسط مرجح قدره (1.72) ودرجة موافقة محايد، وأخيراً جاءت عبارة "تتمتع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بمصداقية لدى معظم الناس" بمتوسط مرجح قدره (1.62) ودرجة موافقة معارض.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من:

- دراسة (صلاح، وسام: 2021)⁽¹¹¹⁾ والتي أظهرت ارتفاع نسبة العينة الذين اعتمدوا على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات.

- دراسة (Efeosasere Moibi Okoro, Benjamin Abara, 2019)⁽¹¹²⁾ أن غالبية أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للأخبار.

- دراسة (حمدي، ماطر: 2018)⁽¹¹³⁾ والتي أثبتت أن درجة الثقة بمصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار جاءت متوسطة.

- دراسة (El Rayess, M., C., Mhanna, J., & Hage, R. M., 2018)⁽¹¹⁴⁾ والتي توصلت إلى أن المصدر الرئيس للمعلومات بالنسبة للطلاب هو الفيس بوك.

- ونستنتج من ذلك بالنسبة لمقياس مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين كمصدر للأخبار ككل فقد جاء بمتوسط مرجح (1.87) ودرجة موافقة (محايد) على مقياس ليكرت الثلاثي؛ وهذا يعني أن تقييم المبحوثين لمدى مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار جاءت محايدة، وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى تنامي الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات والإحاطة بمجريات الأحداث والقضايا، والتعرف على كل ما هو جديد.

- مدى معرفة طلاب الإعلام التربوي بمصطلح الأخبار الزائفة Fake News
جدول (9)

يوضح مدى معرفة طلاب الإعلام التربوي بمصطلح الأخبار الزائفة Fake News

مستوى الدلالة	قيمة كا2	ن=388		إناث		ذكور		النوع	
		الإجمالي		ك	%	ك	%		
		ك	%						
دالة	0.001	13.311	49	190	58.4	111	39.9	79	مدى المعرفة
			39.4	153	32.1	61	46.5	92	نعم
			11.6	45	9.5	18	13.6	27	إلى حد ما
									لا
			100	388	100	190	100	198	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن وجود درجة كبيرة من الوعي بموضوع الأخبار الزائفة؛ حيث أبدى (49%) من المبحوثين معرفتهم بالمصطلح، مقابل نسبة (39.4%) يعرفونه إلى حد ما، بينما نسبة (11.6%) لا يعرفونه، وهو ما يشير إلى وجود أساس جيد لدى عينة الدراسة لمواجهة الأخبار الزائفة وتمييزها عن الأخبار الصحيحة.

وبحساب قيمة كا2 تساوي (13.311) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، وهذا يعني وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكور وإناث) ومدى معرفة طلاب الإعلام التربوي بمصطلح الأخبار الزائفة Fake News سمات الأخبار الزائفة من وجهة نظر المبحوثين

وباستعراض نتائج الدراسات الخاصة بالمعرفة بمصطلح الأخبار الزائفة نجد أن:

- توصلت دراسة (عبد المقصود، هانى: 2022)⁽¹¹⁵⁾ إلى أن أكثر من نصف العينة يدرك مفهوم الأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية بدرجة متوسطة.
- أظهرت دراسة (A.Ross & D.Rivers, 2018)⁽¹¹⁶⁾ من خلال تحليل خطابات تغريدات ترامب Donald Trump على موقع تويتر خلال الانتخابات الرئاسية عام 2016، وقد استخدم ترامب مصطلحات مثل الأخبار الزائفة Fake News ووسائل الإعلام الزائفة Fake Media.
- هدفت دراسة (Guess et al, 2018)⁽¹¹⁷⁾ إلى فحص ما يسمى بالأخبار الزائفة والتي تعد شكلاً جديداً من التضليل السياسي والذي يحتل مكانة بارزة في حسابات الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م.
- وأوضحت دراسة (R.Nielsen and L.Graves, 2017)⁽¹¹⁸⁾ أن المبحوثين الذين يمتلكون الوعي لمناقشة الأخبار الزائفة بأن هذا المصطلح أصبح كلمة شائعة سياسياً، حيث يستخدمها السياسيون لنقد القنوات الإخبارية ومواقع الإنترنت. وترجع الباحثة انتشار مفهوم الأخبار الزائفة Fake News بشكل متزايد بعد استخدام الرئيس الأمريكي دونالد ترامب Donald Trump له خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م، ثم تطور المصطلح مع تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار.

- سمات الأخبار الزائفة من وجهة نظر المبحوثين:
جدول (10)

يوضح سمات الأخبار الزائفة من وجهة نظر المبحوثين (يمكن اختيار أكثر من بديل)

مستوى الدلالة	قيمة كا2	ن=343		إناث		ذكور		النوع سمات الأخبار الزائفة	
		الإجمالي		%	ك	%	ك		
		%	ك						
دالة	0.002	9.803	19.1	218	19.9	122	18.3	96	يخلط الخبر بين الحقائق والأكاذيب
غير دالة	0.725	0.124	18.2	207	16.5	101	20.2	106	يكون مصدر الخبر غير معروف
غير دالة	0.197	1.668	17.7	202	17.3	106	18.2	96	لا يتمتع مصدر الخبر بالمصداقية
دالة	0.000	12.611	16.8	191	18.1	111	15.2	80	لا يتفق عنوان الخبر مع النص
غير دالة	0.793	0.069	15.8	180	14.3	88	17.5	92	لا توجد مصادر أخرى تنشر نفس الخبر
دالة	0.001	11.008	12.4	141	13.9	85	10.6	56	يركز الخبر على جوانب معينة ويغفل جوانب أخرى
			100	1139	100	613	100	526	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن عبارة "يخلط الخبر بين الحقائق والأكاذيب" جاءت كأهم العبارات التي توضح سمات الأخبار الزائفة وفقاً لرأي المبحوثين وذلك بنسبة (19.1%)، ثم عبارة "يكون مصدر الخبر غير معروف" بنسبة (18.2%)، ثم عبارة "لا يتمتع مصدر الخبر بالمصداقية" بنسبة (17.7%)، ثم عبارة "لا يتفق عنوان الخبر مع النص" بنسبة (16.8%)، ثم عبارة "لا توجد مصادر أخرى تنشر نفس الخبر" بنسبة (15.8%)، وأخيراً جاءت عبارة "يركز الخبر على جوانب معينة ويغفل جوانب أخرى" بنسبة (12.4%).

وباستقراء نتائج الجدول السابق يتضح ارتفاع مستويات دلالة كا2 في عبارات "يخلط الخبر بين الحقائق والأكاذيب"، "لا يتفق عنوان الخبر مع النص"، "يركز الخبر على جوانب معينة ويغفل جوانب أخرى"، حيث جاءت دالة عند مستوى (0.000): مما يعني إتفاق طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في تلك العبارات على سمات الأخبار الزائفة من وجهة نظر المبحوثين.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة كل من:
 - دراسة (عبد الغنى، مى: 2021)⁽¹¹⁹⁾ والتي توصلت إلى تصدر الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من الأخبار الزائفة.
 - دراسة (بهنسى، مها: 2019)⁽¹²⁰⁾ والتي أوضحت عدم تمتع مصدر الخبر بالمصدقية الكافية.

واتفقت هذه النتيجة مع دراسة كل من (A. Schlitzer, 2018)⁽¹²¹⁾ El (Rayess, M., C., Mhanna, J., & Hage, R. M., 2018)⁽¹²²⁾ والتي توصلت إلى أن الطلاب أبدوا أن لديهم قدرة كبيرة على اكتشاف الأخبار المزيفة من الحقيقية، ولكن ممارستهم كانت على عكس ذلك.

- مدى تعرض الباحثين للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي:
 جدول (11)

يوضح مدى تعرض الباحثين للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى الدلالة	قيمة كا2	الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.000 دالة	26.377	48.1	165	35.3	60	60.7	105	أحياناً
		40.2	138	53.5	91	27.2	47	دائماً
		11.7	40	11.2	19	12.1	21	لا
		100	343	100	170	100	173	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن نسبة (48.1%) من افراد العينة يتعرضون للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، بينما نسبة (40.2%) يتعرضون للأخبار الزائفة دائماً، في حين أن نسبة (11.7%) لا يتعرضون للأخبار الزائفة على تلك المواقع.

وبحساب قيمة كا2 تساوي (26.377) وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، وهذا يعني وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكور وإناث) ومعدل تعرض الباحثين للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبد السلام مبارك، مبارك: 2022)⁽¹²³⁾ والتي أوضحت أن التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي جاء أحياناً، وأن أكثر موقع التواصل الاجتماعي نشرًا للأخبار الزائفة هو موقع الفيس بوك.

وباستعراض نتائج الدراسات الخاصة بمدى تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي:

- توصلت دراسة (عبد الحى، مصطفى: 2021)⁽¹²⁴⁾ إلى أن الفيس بوك جاء في مقدمة المنصات الأكثر نشرًا للأخبار الزائفة.
- أثبتت دراسة (عبد العليم، مصطفى: 2021)⁽¹²⁵⁾ أن موقع الفيس بوك جاء في مقدمة المنصات الأكثر نشرًا للأخبار الزائفة.
- خلصت دراسة (السعيدة، جهاد: 2019)⁽¹²⁶⁾ أن موقع الفيس بوك جاء في الصدارة كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي نشرًا للأخبار الزائفة.
- أظهرت دراسة (عيد، منى: 2019)⁽¹²⁷⁾ أن نسبة غالبية من أفراد العينة يتعرضون للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- توصلت دراسة (El Rayess, M., C., Mhanna, J., & Hage, R. M, 2018)⁽¹²⁸⁾ إلى أن المصدر الرئيس للمعلومات بالنسبة للطلاب هو الفيس بوك، كما أن الطلاب أبدوا أن لديهم قدرة كبيرة على اكتشاف الأخبار المزيفة من الحقيقية، ولكن ممارستهم كانت على عكس ذلك.
- أكدت دراسة (Guess and other: 2018)⁽¹²⁹⁾ أن الفيس بوك يعد ناقلاً رئيساً للأخبار الزائفة، وأن عمليات التحقق من الأخبار الزائفة لم تصل أبداً إلى المستهلكين.
- أشارت دراسة (J. Nielsen & H. Tane Ja, 2018)⁽¹³⁰⁾ أن الشبكات الاجتماعية تؤدي دوراً كبيراً في تعرض المستخدمين للأخبار الزائفة.
- بينت دراسة (Hunt Allcott and Matthew Gentzkow: 2017)⁽¹³¹⁾ أن الأخبار الزائفة يتم تداولها بصورة أكبر على مواقع التواصل الاجتماعي. وترجع الباحثة وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين النوع (ذكور وإناث) ومعدل تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، إلى أن الاستخدام المتكرر للأخبار الزائفة بتلك المواقع يضر بالذكور والإناث، وخصوصاً الإناث يكن أكثر تضرراً من الأخبار الزائفة والتعرض للأضرار السلبية لتلك الأخبار وإلحاق الأذى بهن.

- مدى معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي:
جدول (12)

يوضح مدى معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي

الاتجاه	الانحراف المعياري	المرجح المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.64	2.40	8.3	25	43.7	132	48	145	ليس كل الأخبار الزائفة كاذبة بالكامل فقد يكون بها أجزاء صحيحة وأخرى كاذبة
موافق	0.64	2.35	9.3	28	46.7	141	44	133	الأخبار الزائفة دائما سلبية
موافق	0.62	2.34	7.9	24	50	151	42.1	127	الأخبار الزائفة دائما تمثل شائعات
محايد	0.74	2.09	23.2	70	45	136	31.8	96	الأخبار الزائفة دائما تصدر عن صفحات مجهولة
محايد	0.71	1.96	26.8	81	50	151	23.2	70	الأخبار الزائفة يصنعها مغرضون لاستهداف الدولة
محايد	0.72	1.86	33.4	101	46.7	141	19.9	60	إذا قرأت أخبارا زائفة وتأكدت أنها كاذبة أقوم بتصحيحها عبر صفحتي الشخصية
محايد	0.70	1.84	33.8	102	48.3	146	17.9	54	جميع الأخبار الزائفة متشابهة من حيث الهدف التي تسعى إليه
معارض	0.51	1.26	76.5	231	20.5	62	3	9	تلتزم المواقع بتصحيح الأخبار الزائفة
محايد	2.01		المتوسط المرجح العام			302		الإجمالي	

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أكثر العبارات التي تمثل معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي جاءت كالتالي: حصلت عبارة "ليس كل الأخبار الزائفة كاذبة بالكامل فقد يكون بها أجزاء صحيحة وأخرى كاذبة" على متوسط مرجح قدره (2.40) باتجاه موافق، تليها عبارة "الأخبار الزائفة دائما سلبية" بمتوسط مرجح قدره (2.35) باتجاه موافق، ثم جاءت عبارة "الأخبار الزائفة دائما تمثل شائعات" بمتوسط مرجح قدره (2.34) باتجاه موافق، ثم عبارة "الأخبار الزائفة دائما تصدر عن صفحات مجهولة" بمتوسط مرجح قدره (2.09) باتجاه محايد، ثم عبارة "الأخبار

الزائفة يصنعها مغرضون لاستهداف الدولة" بمتوسط مرجح قدره (1.96) باتجاه محايد، بينما جاءت عبارة "إذا قرأت أخباراً زائفة وتأكدت أنها كاذبة أقوم بتصحيحها عبر صفحتي الشخصية" بمتوسط مرجح قدره (1.86) باتجاه محايد، ثم عبارة "جميع الأخبار الزائفة متشابهة من حيث الهدف التي تسعى إليه" بمتوسط مرجح قدره (1.84) باتجاه محايد، وأخيراً جاءت عبارة "تلتزم المواقع بتصحيح الأخبار الزائفة" بمتوسط مرجح قدره (1.26) باتجاه معارض.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة كل من:

- دراسة (فخري، عاصم & عبد الفتاح، ناصر & على، زينهم: 2023) (132) والتي توصلت إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو الشائعات
- دراسة (جمال، أحمد: 2021) (133) والتي أوضحت أن تداول الشائعات والأخبار الزائفة جاءت كأبرز سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.
- الأنشطة التفاعلية من طلاب الإعلام التربوي للتعامل مع الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (13)

يوضح الأنشطة التفاعلية من طلاب الإعلام التربوي للتعامل مع الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	0.56	2.36	4	12	56.3	170	39.7	120	البحث عن معلومات ذات صلة بالأخبار على محركات البحث
موافق	0.59	2.34	6.3	19	53.3	161	40.4	122	أقرأ الخبر الزائف فقط
موافق	0.53	2.33	3	9	60.6	183	36.4	110	أحاول التأكد من الأخبار من مصدر موثوق منه
محايد	0.69	2.12	18.5	56	51	154	30.5	92	أشعر بالخطر حول الأخبار التي أشاركها
محايد	0.59	2.07	14.6	44	64.2	194	21.2	64	التواصل مع مصدر الأخبار الزائفة وأطلب منه حذفها
محايد	0.71	2.03	24.2	73	49	148	26.8	81	أعيد نشر الأخبار لكي يكون لي السابق في نشرها

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	معارض		محايد		موافق		العبارات
			%	ك	%	ك	%	ك	
محايد	0.66	2.00	21.5	65	56.6	171	21.9	66	البحث عن مصدر الخبر الزائف والتأكد من صحته
محايد	0.70	1.95	26.8	81	51	154	22.2	67	أطلب من مستخدمي مواقع التواصل تجاهل المنشور الزائف وعدم المشاركة
محايد	0.69	1.86	31.8	96	50.7	153	17.5	53	أكتب ردودا وتعليقات توضح تزييف الخبر حين نتأكد من ذلك
محايد	0.74	1.83	37.1	112	42.7	129	20.2	61	أمتنع عن المشاركة أو الإعجاب بالخبر الزائف
محايد	0.64	1.79	33.1	100	54.6	165	12.3	37	أبحث عن استفسارات عن الأخبار من العائلة والأصدقاء
محايد	0.65	1.77	35.4	107	52	157	12.6	38	أقوم بإعادة نشر الأخبار المثيرة من باب التسلية
محايد	0.65	1.73	38.1	115	51	154	10.9	33	أسلم بصحة الأخبار إذا أكدتها وسائل الإعلام الرسمية
محايد	0.67	1.70	41.7	126	46.7	141	11.6	35	أستخدم برامج فحص الحقائق لتقييم صحة الخبر الذي يتم تناوله على موقع التواصل الاجتماعي
معارض	0.69	1.61	50.7	153	37.4	113	11.9	36	أقوم بإعادة نشر الأخبار الزائفة حتى ولو كانت غير صحيحة
محايد	1.95		المتوسط المرجح العام		302		الإجمالي		

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن البحث عن معلومات ذات صلة بالأخبار على محركات البحث جاءت في المقدمة كأهم الأنشطة التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط مرجح قدره (2.36) باتجاه موافق، ثم قراءة الخبر الزائف فقط بمتوسط مرجح قدره (2.34) باتجاه موافق، بينما جاءت محاولة التأكد من الأخبار من مصدر موثوق منه بمتوسط مرجح قدره (2.33) باتجاه موافق، ثم الشعور بالخطر حول الأخبار التي أشاركها بمتوسط مرجح قدره (2.12) باتجاه محايد، ثم

التواصل مع مصدر الأخبار الزائفة وأطلب منه حذفها بمتوسط مرجح قدره (2.07) باتجاه محايد، ثم جاء إعادة نشر الأخبار لكي يكون لى السابق في نشرها بمتوسط مرجح قدره (2.03) باتجاه محايد، ثم البحث عن مصدر الخبر الزائف والتأكد من صحته بمتوسط مرجح قدره (2.00) باتجاه محايد، بينما جاء أطلب من مستخدمي مواقع التواصل تجاهل المنشور الزائف وعدم المشاركة بمتوسط مرجح قدره (1.95) باتجاه محايد، ثم كتابة ردود وتعليقات توضح تزييف الخبر حين نتأكد من ذلك بمتوسط مرجح قدره (1.86) باتجاه محايد، ثم الامتناع عن المشاركة أو الإعجاب بالخبر الزائف بمتوسط مرجح قدره (1.83) باتجاه محايد، بينما جاء البحث عن استفسارات عن الأخبار من العائلة والأصدقاء بمتوسط مرجح قدره (1.79) باتجاه محايد، ثم القيام بإعادة نشر الأخبار المثيرة من باب التسلية بمتوسط مرجح قدره (1.77) باتجاه محايد، ثم التسليم بصحة الأخبار إذا أكدتها وسائل الإعلام الرسمية بمتوسط مرجح قدره (1.73) باتجاه محايد، بينما جاء استخدام برامج فحص الحقائق لتقييم صحة الخبر الذي يتم تداوله على موقع التواصل الاجتماعي بمتوسط مرجح قدره (1.70) باتجاه محايد، وأخيراً جاء القيام بإعادة نشر الأخبار الزائفة حتى ولو كانت غير صحيحة بمتوسط مرجح قدره (1.61) باتجاه معارض.

إجمالاً: فإن المتوسط العام المرجح لتفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي قدره (1.95) باتجاه محايد.

وباستعراض نتائج الدراسات الخاصة بالأنشطة التفاعلية من طلاب الإعلام التربوي للتعامل مع الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي:

- أظهرت دراسة (حسان، يسرا: 2021)⁽¹³⁴⁾ أن انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة خلال العقد (2030-2021) هو نتاج تفاعلات دقيقة بين عناصر متشابكة عدة تتمثل في: التطور التكنولوجي، والجمهور، والقائمين بالاتصال، والحكومات، وسياسات منصات التواصل الاجتماعي.

- أثبتت دراسة (مكاوي، ممدوح: 2020)⁽¹³⁵⁾ أن الدراسات محل التحليل ركزت على وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها محركاً قوياً في سهولة وفورية انتشار الأخبار الزائفة.

- توصلت دراسة (عيد، منى: 2020)⁽¹³⁶⁾ إلى أن الأخبار الزائفة أكثر إثارة من الأخبار الصحيحة.
- أظهرت دراسة (shalini talwar, 2020)⁽¹³⁷⁾ أن المشاركة الفورية للأخبار لخلق الوعي كان لها تأثير إيجابي على مشاركة الأخبار المزيفة بسبب ضيق الوقت.
- أوضحت دراسة (Luo, M., Hancock, J. T., & Markowitz, D. M. 2020)⁽¹³⁸⁾ أن الإشارات الشعبية كالتعليقات والإعجاب والمشاركة تؤثر في آليات التحقق عن صحة الأخبار.
- وبينت دراسة (Jonas colliander, 2019)⁽¹³⁹⁾ أن تعليقات القراء وتصرفاتهم تجاه الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر في استجابة الآخرين لهذه الأخبار، وردود فعلهم نحوها، ومدى انتشار هذه الأخبار عبر وسائل الإعلام.
- توصلت دراسة (Tcher, Michel, 2015)⁽¹⁴⁰⁾ إلى أن أكثر من ثلث الأشخاص الذين شملتهم الدراسة يقبلون على التفاعل مع المواقع الترفيهية وغرف الدردشة والحوارات، فضلاً عن استخدامهم لمقاطع الفيديو أكثر من أي مضامين أخرى.

مقترحات المبحوثين حول طرق مواجهة الأخبار الزائفة جدول (14)

يوضح مقترحات المبحوثين حول طرق مواجهة الأخبار الزائفة

(يمكن اختيار أكثر من بديل)

مستوى الدلالة	قيمة كا2	الإجمالي		الإناث		الذكور		النوع المقترحات
		%	ك	%	ك	%	ك	
0.00 دالة	13.302	18.8	178	19.5	104	18	74	قيام المستخدمين بالتأكد من صحة الأخبار المنشورة قبل إعادة نشرها
0.01 دالة	11.468	18.2	172	18.7	100	17.5	72	وضع تشريعات وقوانين لمنع الأخبار الزائفة ومحاسبة ناشريها
0.01 دالة	10.453	16.8	159	17.4	93	16	66	قيام المستخدمين بإبلاغ إدارة الموقع report عن الخبر الزائف
0.728 غير دالة	0.121	16.3	154	14.6	78	18.4	76	قيام المستخدمين بتوعية الآخرين بملامح الخبر الزائف
0.564 غير دالة	0.332	16.1	152	14.6	78	18	74	قيام المستخدمين بنشر الخبر الصحيح مقابل الخبر الزائف
0.00 دالة	13.692	13.8	131	15.2	81	12.1	50	قيام شركات الإنترنت مثل جوجل وفيس بوك بحظر الأخبار الزائفة
		100	946	100	534	100	412	الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن أكثر مقترحات المبحوثين حول طرق مواجهة الأخبار الزائفة جاءت كالتالي: أن قيام المستخدمين بالتأكد من صحة الأخبار المنشورة قبل إعادة نشرها احتل المرتبة الأولى بنسبة (18.8%)، ثم احتل وضع تشريعات وقوانين لمنع الأخبار الزائفة ومحاسبة ناشريه المرتبة الثانية بنسبة (18.2%)، بينما احتل قيام المستخدمين بإبلاغ إدارة الموقع **report** عن الخبر الزائف المرتبة الثالثة بنسبة (16.8%)، ثم جاء في المرتبة الرابعة قيام المستخدمين بتوعية الآخرين بملامح الخبر الزائف بنسبة (16.3%)، ثم جاء قيام المستخدمين بنشر الخبر الصحيح مقابل الخبر الزائف في المرتبة الخامسة بنسبة (16.1%)، وجاء في المرتبة الأخيرة قيام شركات الإنترنت مثل جوجل وفيس بوك بحظر الأخبار الزائفة بنسبة (13.8%).

وباستقراء نتائج الجدول السابق يتضح ارتفاع مستويات دلالة كا2 في عبارات "وضع تشريعات وقوانين لمنع الأخبار الزائفة ومحاسبة ناشريه"، "قيام المستخدمين بإبلاغ إدارة الموقع report عن الخبر الزائف"، حيث جاءت دالة عند مستوى دلالة (0.05)، وجاءت عبارة "قيام شركات الإنترنت مثل جوجل وفيس بوك بحظر الأخبار الزائفة"، "قيام المستخدمين بالتأكد من صحة الأخبار المنشورة قبل إعادة نشرها" حيث جاءت دالة عند مستوى (0.00)؛ مما يعني اتفاق طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة في تلك العبارات على أكثر مقترحات المبحوثين حول طرق مواجهة الأخبار الزائفة.

وباستعراض نتائج الدراسات الخاصة بمقترحات المبحوثين حول طرق مواجهة الأخبار الزائفة:

- أثبتت دراسة (جمال، أحمد: 2021) ⁽¹⁴¹⁾ أن الشباب الجامعي سعوا للتحقق من صحة الأخبار المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي مستخدمين مرحلتين الأولى داخلية، والثانية خارجية.

- توصلت دراسة (عبد الغنى، مى: 2021) ⁽¹⁴²⁾ إلى تصدر الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من الأخبار الزائفة، وأيضاً هناك تنوع في موضوعات الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها، ونطاقها الجغرافي، والتباين في آليات التحقق، وأشكال واتجاه التفاعل من قبل مستخدمي تلك الصفحات.

- أظهرت دراسة (حسان، يسرا: 2021) ⁽¹⁴³⁾ ضرورة إصدار تشريعات تهدف إلى الحد من المعلومات المغلوطة والأخبار المزيفة.

- أكدت دراسة (عيد، منى: 2019) ⁽¹⁴⁴⁾ أن وضع قوانين صارمة لتنفيذ العقوبة على مطلقى الأخبار الزائفة جاء في المرتبة الأولى.

- سعت دراسة (Kim,A,Moravec,P.L.,&Dennis,A.R.: 2019) ⁽¹⁴⁵⁾ إلى إيجاد آلية لمواجهة الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك من خلال قياس مدى فاعلية ثلاث آليات مختلفة لتقييم مصادر الحصول على الأخبار، وأشارت الدراسة إلى أن الآليات الثلاثة قد أثرت على معتقدات مستخدمي التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بتقييم المقالات.

- بينت دراسة

(Wojdyski, B. W., Binford. M. T & Jefferson, B. N: 2019) (146) أن

تذكير المشاركين بوجود أخبار مزيفة أدى إلى تحسن ملحوظ في اكتشاف المقالات الإخبارية المزيفة، لكنه لم يؤد إلى زيادة كبيرة في تصنيف المقالات الإخبارية على أنها مزيفة.

- أشارت دراسة (T. Lee: 2018) (147) إلى ضرورة دعم القوانين الخاصة بمواجهة الأخبار الزائفة، ونشر المعلومات الصحيحة على الشبكات الاجتماعية.

وترجع الباحثة اتجاه مواقع التواصل الاجتماعي إلى وضع إجراءات للتحقق ومواجهة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة المنشورة على تلك المواقع للحد من البيانات المضللة والأخبار الزائفة التي تصدرها هذه المواقع وتسبب بلبلة وإثارة للرأي العام، وتصنع الأزمات.

مدى توافر مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الطلاب عينة الدراسة:

جدول (15)

يوضح مدى توافر مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الطلاب

عينة الدراسة

النسبي الوزن	مجموع الأوزان	الانحراف المعياري	المتوسط	بدرجة منخفضة		بدرجة متوسطة		بدرجة كبيرة		درجة امتلاك المهارة	العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك		
أولاً: بعد مهارة الوصول للمحتوى											
18	684	0.44	2.26	0	0	73.5	222	26.5	80	أستطيع تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	
17.8	674	0.54	2.23	5.6	17	65.6	198	28.8	87	أستطيع استخدام البرامج والتطبيقات الحديثة (التليفون الذكي، التابلت، الحاسب الآلي) للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي	

16.7	634	0.66	2.10	17.5	53	55	166	27.5	83	أستطيع البحث عن تفاصيل أكثر عن الأخبار دون غيرها من المواقع
16.3	619	0.57	2.04	13.9	42	67.2	203	18.9	57	أستطيع أن أختار المحتوى بما يتناسب مع احتياجاتي واهتماماتي
15.9	602	0.61	1.99	19.2	58	62.3	188	18.5	56	أستخدم مصادر مختلفة للحصول على المعلومات والأخبار
15.3	580	0.74	1.92	31.5	95	45	136	23.5	71	استكشف خصائص المحتوى الإخباري عبر مواقع التواصل الاجتماعي
3793	مجموع الأوزان المرجحة	2.09		المتوسط المرجح العام لبعد مهارة الوصول للمحتوى				302		الإجمالي
ثانياً: بعد مهارة التحليل										
18.4	680	0.69	2.25	3.4	23	59.6	180	32.8	99	أستطيع استنتاج توجهات مواقع التواصل الاجتماعي من واقع الأخبار المنشورة بها
17.2	636	0.58	2.11	12.3	37	64.9	196	22.8	69	أستوعب خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التي أستخدمها
17	627	0.70	2.08	21.2	64	50	151	28.8	87	أستطيع تحديد مصادر الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
16.1	596	0.68	1.97	24.5	74	53.6	162	21.9	66	أستطيع فهم نوعية الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مهما كانت متعددة
15.8	583	0.61	1.93	22.5	68	61.9	187	15.6	47	أستطيع أن أفسر وأحلل المحتوى

										الإخباري المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي
15.5	574	0.65	1.90	26.8	81	56.3	170	16.9	51	أستطيع أن أدرك الأهداف الصريحة والضمنية وراء أي محتوى إخباري
3696	مجموع الأوزان المرجحة		2.04			المُتوسط المرجح العام لبعُد مهارة التحليل		302		الإجمالي
ثالثًا: بعد مهارة تقييم المحتوى										
18.5	638	0.66	2.11	16.6	50	55.6	168	27.8	84	أمتلك القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية وغير الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي
17	587	0.75	1.94	31.1	94	43.4	131	25.5	77	أدرك تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك مستخدميها
16.8	577	0.69	1.91	28.8	87	51.3	155	19.9	60	أستطيع تحديد مدى حيادية أو تحيز الآراء وجوانب القوة والضعف ووجهات النظر المشورة عبر هذه المواقع
16.1	554	0.70	1.83	34.4	104	47.7	144	17.9	54	أدرك أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم المعلومات والأخبار بشكل انتقائي
16	550	0.74	1.82	37.7	114	42.4	128	19.9	60	أستطيع الحكم على المحتوى الإخباري المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتقييمه من حيث قيمته ومدى جديته
15.6	536	0.69	1.77	37.4	113	47.7	144	14.9	45	أستطيع تحديد السياق السياسي والاجتماعي المحيط بالمحتوى

الإعلامى المنشور عبر تلك المواقع الإجمالى										
3442	مجموع الأوزان المرجحة		1.90		المتوسط المرجح العام لبعده مهارة تقييم المحتوى			302		الإجمالى
رابعا: بعد مهارة إنتاج المحتوى										
18.4	584	0.68	1.93	26.8	81	53	160	20.2	61	أستطيع نشر أي أخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعى مهما كانت نوعيتها
17.4	554	0.69	1.83	33.1	100	50.3	152	16.6	50	أستطيع استخدام المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعى لإنتاج محتوى يعبر عن وجهة نظرى
16.9	536	0.70	1.77	38.4	116	45.7	138	15.9	48	أستطيع إنتاج محتوى إخباري مبتكر ونشره عبر مواقع التواصل مثل كتابة مقال أو تصوير صورة
16.4	523	0.70	1.73	41.4	125	44	133	14.6	44	أمتلك القدرة على تعديل أي أخبار خاطئة منشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعى
16.1	513	0.70	1.70	44.4	134	41.4	125	14.2	43	أمتلك القدرة على إنتاج فيديو بشكل محترف وإرساله للمواقع لنشره
14.8	472	0.65	1.56	52.3	158	39.1	118	8.6	26	أستطيع القيام بإدارة موقع إلكترونى خاص بى
3182	مجموع الأوزان المرجحة		1.76		المتوسط المرجح العام لبعده مهارة إنتاج المحتوى			302		الإجمالى
14113	مجموع الأوزان المرجحة		1.96		المتوسط المرجح العام لمهارات التربية الإعلامية الرقمية			302		الإجمالى

تتضح من بيانات الجدول السابق: أن مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة تشمل أربعة مهارات وهي: الوصول للمحتوى، تحليل المحتوى، وتقييم المحتوى، وإنتاج المحتوى.

- بالنسبة لبعد مهارة الوصول للمحتوى والتي تعتبر هذه المهارة أولى مهارات التربية الإعلامية الرقمية: وهي القدرة على استخدام التكنولوجيا الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي، نجد أن أكثر العبارات في بُعد مهارة الوصول للمحتوى والتي جاءت في الصدارة عبارة "أستطيع تصفح مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط مرجح قدره (2.26) بوزن نسبي (18)، ثم عبارة "أستطيع استخدام البرامج والتطبيقات الحديثة (التليفون الذكي، التابلت، الحاسب الآلي) للدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط مرجح قدره (2.23) بوزن نسبي (17.8)، ثم عبارة "أستطيع البحث عن تفاصيل أكثر عن الأخبار دون غيرها من المواقع" بمتوسط مرجح قدره (2.10) بوزن نسبي (16.7)، ثم عبارة "أستطيع أن أختار المحتوى بما يتناسب مع احتياجاتي واهتماماتي" بمتوسط مرجح قدره (2.04) بوزن نسبي (16.3)، ثم عبارة "أستخدم مصادر مختلفة للحصول على المعلومات والأخبار" بمتوسط مرجح قدره (1.99) بوزن نسبي (15.9)، وأخيراً جاءت عبارة "استكشاف خصائص المحتوى الإخباري عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط مرجح قدره (1.92) بوزن نسبي (15.3).

وتفسر الباحثة هذه النتيجة أنه بالنسبة لمهارة الوصول للمحتوى Access، لم يكن لدى الطلاب مشكلة في الوصول إلى الإنترنت بشكل عام أو إلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص فهي متاحة بشكل مستمر، بالإضافة إلى سهولة استخدامها، وقد تبين ذلك من خلال ما ذكره المبحوثون.

- بُعد مهارة التحليل: أما المهارة الثانية من مهارات التربية الإعلامية الرقمية هي مهارة التحليل، ويقصد بها التفكير فيما يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ونقدها وتحليلها. - بينما جاءت أكثر العبارات في بُعد مهارة تحليل المحتوى عبارة "أستطيع استنتاج توجهات مواقع التواصل الاجتماعي من واقع الأخبار المنشورة بها" في الصدارة بمتوسط مرجح قدره (2.25) بوزن نسبي (18.4)، ثم عبارة "أستوعب خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التي أستخدمها" بمتوسط مرجح قدره (2.11) بوزن نسبي (17.2)، ثم جاءت عبارة "أستطيع تحديد مصادر الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي"

بمتوسط مرجح قدره (2.08) بوزن نسبي (17)، ثم عبارة "أستطيع فهم نوعية الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مهما كانت متعددة" بمتوسط مرجح قدره (1.97) بوزن نسبي (16.1)، بينما جاءت عبارة "أستطيع أن أفسر وأحلل المحتوى الإخباري المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط مرجح قدره (1.93) بوزن نسبي (15.8)، وأخيراً جاءت عبارة "أستطيع أن أدرك الأهداف الصريحة والضمنية وراء أي محتوى إخباري" بمتوسط مرجح قدره (1.90) بوزن نسبي (15.5).

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من:

- دراسة (فايز، فاطمة: 2018)، ودراسة (فتح الباب، هالة: 2019) (148) والتي أظهرت توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى المبحوثين، حيث إنهم يمتلكون مهارات التحليل والتأثير ويقومون بالمشاركة النشطة في الحوار.

- دراسة (Bhaskaran, H., et al., 2019) (149) والتي أكدت أهمية استخدام أدوات البحث التي تقدمها شبكة الإنترنت للتحقق من مصدر المعلومات ومصداقيتها مع ضرورة تنمية مهارات التحليل النقدي.

- بعد مهارة التقييم فنجد أن أكثر العبارات التي جاء في الصدارة هي عبارة "أمتلك القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية وغير الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط مرجح قدره (2.11) بوزن نسبي (18.5)، ثم عبارة "أدرك تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك مستخدميها" بمتوسط مرجح قدره (1.94) بوزن نسبي (17)، ثم عبارة "أستطيع تحديد مدى حيادية أو تحيز الآراء وجوانب القوة والضعف ووجهات النظر المنشورة عبر هذه المواقع" بمتوسط مرجح قدره (1.91) بوزن نسبي (16.8)، ثم جاءت عبارة "أدرك أن مواقع التواصل الاجتماعي تقدم المعلومات والأخبار بشكل انتقائي" بمتوسط مرجح قدره (1.83) بوزن نسبي (16.1)، بينما جاءت عبارة "أستطيع الحكم على المحتوى الإخباري المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتقييمه من حيث قيمته ومدى جديته" بمتوسط مرجح قدره (1.82) بوزن نسبي (16)، وأخيراً جاءت عبارة "أستطيع تحديد السياق السياسي والاجتماعي المحيط بالمحتوى الإعلامي المنشور عبر تلك المواقع" بمتوسط مرجح قدره (1.77) بوزن نسبي (15.6).

وتفسر الباحثة هذه النتيجة أنها بالنسبة لمهارة تحليل وتقييم المحتوى أن الطلاب يتوخون الحذر فيما يقدم لهم، ويتأكدون من المعلومات قبل تصديقها أو نشرها، وقد ترجع الباحثة ذلك إلى الدراسة في أقسام الإعلام التربوي بكليات التربية النوعية تنمي قدرات الطلاب النقدية في جميع المقررات التي يدرسونها، ومن هنا يتضح أن مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً بصفحاتها وأخبارها المفبركة الزائفة، زادت من قدرات الشباب التحليلية والنقدية وهي إحدى المهارات الهامة للتربية الإعلامية الرقمية.

مهارة إنتاج أو خلق المحتوى: ومن مهارات التربية الإعلامية الرقمية القدرة على خلق محتوى ونشره بين الآخرين

- وجاءت أكثر العبارات في بعد إنتاج المحتوى في الصدارة عبارة "أستطيع نشر أي أخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي مهما كانت نوعيتها" بمتوسط مرجح قدره (1.93) بوزن نسبي (18.4)، ثم عبارة "أستطيع استخدام المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لإنتاج محتوى يعبر عن وجهة نظري" بمتوسط مرجح قدره (1.83) بوزن نسبي (17.4)، بينما جاءت عبارة "أستطيع إنتاج محتوى إخباري مبتكر ونشره عبر مواقع التواصل مثل كتابة مقال أو تصوير صورة" بمتوسط مرجح قدره (1.77) بوزن نسبي (16.9)، ثم عبارة "أمتلك القدرة على تعديل أي أخبار خاطئة منشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط مرجح قدره (1.73) بوزن نسبي (16.4)، ثم جاءت عبارة "أمتلك القدرة على إنتاج فيديو بشكل محترف وإرساله للمواقع لنشره" بمتوسط مرجح قدره (1.70) بوزن نسبي (16.1)، وأخيراً جاءت عبارة "أستطيع القيام بإدارة موقع إلكتروني خاص بي" بمتوسط مرجح قدره (1.56) بوزن نسبي (14.8).

وأخيراً فقد توصلت الدراسة إلى توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (محمود، أحمد؛ والشهري، فاطمة: 2021)، (فتح الباب، هالة: 2019)⁽¹⁵⁰⁾، (يوسف، ريهام: 2019)،

(Literat: 2014)⁽¹⁵¹⁾، (shun&lam: 2013)⁽¹⁵²⁾، (Thein،

⁽¹⁵³⁾ oldakowski&sloan: 2010)، إلا أن هذه النتيجة اختلفت مع كل من

⁽¹⁵⁴⁾ (kynaslhti and other: 2008)، (ruiz,ramierz and

(rosell: 2014)

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (العقباوي، بسنت: 2022) (156) والتي أظهرت انخفاض مهارات التربية الإعلامية الرقمية وضعف الممارسات المرتبطة بها لدى الباحثين. وإجمالاً المتوسط العام لمقياس تقييم الباحثين لمصادقية الصفحات الحكومية الوزارية بموقع الفيس بوك في تناول الأخبار قدره (2.04) باتجاه محايد. الدرجة الكلية لمقياس مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة:

جدول (16)

يوضح الدرجة الكلية لمقياس مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط المرجح	أبعاد المقياس
0.27	2.09	البعد الأول: مهارة الوصول للمحتوى
0.29	2.04	البعد الثاني: مهارة التحليل
0.33	1.90	البعد الثالث: مهارة تقييم المحتوى
0.31	1.76	البعد الرابع: مهارة إنتاج المحتوى
0.13	1.96	المتوسط المرجح العام لمقياس مهارات التربية الإعلامية

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن المتوسط المرجح العام لمقياس مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة هو (1.96). وترجع الباحثة هذه النتيجة بالنسبة لمهارة الوصول للمحتوى Access، إلى سهولة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى سهولة الوصول إليها فهي متاحة بشكل مستمر وفي كل الأوقات، وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة.

ثانياً: اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم طلاب الإعلام التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إخبارية وتفاعليتهم في مواجهة الأخبار الزائفة.

جدول (26)

يوضح معامل الارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين تقييم طلاب الإعلام التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إخبارية وتفاعليتهم في مواجهة الأخبار الزائفة

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	اتجاه وطبيعة العلاقة	مستوى معنوية معامل الارتباط	مستوى الدلالة
تقييم الطلاب للمواقع كوسيلة إخبارية التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة	0.524 **	طرديّة متوسطة	0.000	0.01 دالة

* = دالة إحصائية عند 0.05

** = دالة إحصائية عند 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق: أنه توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تقييم طلاب الإعلام التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إخبارية وتفاعليتهم في مواجهة الأخبار الزائفة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ر (**0.524) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، أي بدرجة ثقة في النتيجة المتحصل عليها بلغت حوالي (99%)، وهي تشير إلى أنه توجد علاقة بين المتغيرين، أي أنه كلما زاد تقييم الطلاب لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إخبارية زادت تفاعليتهم في مواجهة الأخبار الزائفة.

وبذلك نقبل الفرض الأول القائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم طلاب الإعلام التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إخبارية وتفاعليتهم في مواجهة الأخبار الزائفة.

وترجع الباحثة هذه النتيجة إلى تزايد الإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار للحصول على المعلومات المختلفة وتنامي الاعتماد عليها كمصدر معلوماتي يلجأ إليه الأفراد للتزود بالمعلومة، حيث أصبحت تلك المواقع وسيطاً معلوماتياً للتحقق من الأخبار، وبديل عن الوسائل التقليدية ذات الوتيرة المتباطئة.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفتهم بها. جدول (28)

يوضح معامل الارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي للأخبار الزائفة تعرض طلاب الإعلام التربوي للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفتهم بها

المتغيرات	قيمة معامل الارتباط	اتجاه وطبيعة العلاقة	مستوى معنوية معامل الارتباط	مستوى الدلالة
تعرض للأخبار الزائفة بالمواقع	0.278 **	طردية ضعيفة	0.000	0.01
مستوى المعرفة				دالة

* = دالة إحصائية عند 0.05

** = دالة إحصائية عند 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق: أنه توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفتهم بها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ر (**0.278) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01)، أي بدرجة ثقة في النتيجة المتحصل

عليها بلغت حوالي (99%)، وهي تشير إلى أنه توجد علاقة بين المتغيرين، أي أنه كلما زاد تعرض طلاب الإعلام التربوي للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي زادت معرفتهم بها.

وبذلك نقبل الفرض الثانى القائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفتهم بها.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (G.Baym, 2005)⁽¹⁵⁷⁾ والتي أشارت إلى أن الجمهور يميل إلى الأخبار الزائفة مقارنة بالتقارير الإخبارية، حيث إن التقارير تقدم الحقائق فقط بشكلٍ متتابعٍ سريع، بينما تقوم الأخبار الزائفة بوضع الموضوعات في إطار سياقٍ أوسع وتوفر المعلومات المرتبطة بخلفية الحدث.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Jones-Jang, Mortensen and Liu, 2019)⁽¹⁵⁸⁾ والتي توصلت إلى وجود علاقة سالبة بين التعرض المسبق للأخبار الزائفة وقدرة الفرد على التعرف عليها.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة أنه كلما زادت معرفة المبحوثين بالأخبار الحقيقية والتعرف عليها من أكثر من مصدر، وعدم الاكتفاء بمصدر واحد للأخبار، وكان لديهم القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية والزائفة، زادت لديهم القدرة على معرفة الأخبار المختلفة من مصادرها الصحيحة.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم.

جدول (29)

يوضح معامل الارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم

التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة				المتغيرات	
مستوى الدلالة	مستوى معنوية معامل الارتباط	اتجاه وطبيعة العلاقة	قيمة معامل الارتباط		
0.01 دالة	0.000	طرديّة متوسطة	0.443**	مهارة الوصول للمحتوى	مهارات التربية الإعلامية الرقمية
0.01 دالة	0.000	طرديّة متوسطة	0.363**	مهارة تحليل المحتوى	
0.01 دالة	0.000	طرديّة متوسطة	0.524**	مهارة تقييم المحتوى	
0.01 دالة	0.000	طرديّة متوسطة	0.464**	مهارة إنتاج المحتوى	
0.01 دالة	0.000	طرديّة قوية	0.934**	إجمالي مقياس مهارات التربية الإعلامية الرقمية	

* = دالة إحصائية عند 0.05

** = دالة إحصائية عند 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق: أنه توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارة الوصول للمحتوى، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ر(0.443**) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01).

- أنه توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارة تحليل المحتوى، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط ر(0.363**) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01).

- أنه توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارة تقييم

المحتوى، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط $r(0.524^{**})$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01).

- أنه توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارة إنتاج المحتوى، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط $r(0.464^{**})$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01).

إجمالاً يتضح من بيانات الجدول السابق: أنه توجد علاقة ارتباطية طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط $r(0.934^{**})$ وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، أي بدرجة ثقة في النتيجة المتحصل عليها بلغت حوالي (99%)، وهي تشير إلى أنه توجد علاقة بين المتغيرين، أي أنه كلما زادت التفاعلية في مواجهة الأخبار زادت مهارات التربية الإعلامية الرقمية.

وبذلك نقبل الفرض الثالث القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من:

- دراسة (Moon and bai, 2020)⁽¹⁵⁹⁾ والتي بينت أن هناك ارتباطاً موجباً بين مستوى مهارات التربية الإعلامية الرقمية والمشاركة لدى ذوي الاهتمام الإخباري المرتفع.

- دراسة كل من (C. Barton, 2019)⁽¹⁶⁰⁾، (S. Craft et al., 2017)⁽¹⁶¹⁾ والتي توصلت إلى وجود علاقة بين الأخبار الزائفة والتربية الرقمية.

- دراسة (jones-jang, Mortensen and liu, 2019)⁽¹⁶²⁾ والتي أظهرت وجود علاقة سالبة بين التعرض المسبق للأخبار الزائفة وقدرة الفرد على التعرف عليها، وأن التربية المعلوماتية (قدرة الفرد على التصفح والتنقل بين المعلومات للتحقق منها) ترتبط إيجابياً بقدرة الفرد على التعرف على الأخبار الزائفة.

- دراسة (قطب، فاطمة: 2018) (163) والتي خلصت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية والرقمية وبين سلوكهم الاتصالي على مواقع التواصل الاجتماعي.

وترى الباحثة من خلال النتيجة السابقة أنه كلما توافر لدى المبحوثين مهارات التربية الإعلامية الرقمية كلما زاد لديهم القدرة على مواجهة الأخبار الزائفة والتميز بين الأخبار الحقيقية والزائفة.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقا للمتغيرات الديموجرافية (النوع، نوع التعليم، الفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي).

أولاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي تبعا للنوع.

جدول (17)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ومستوى دلالتها في مستوى تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي تبعا للنوع

مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية	قيمة "ت"	النوع						المتغير
			إناث			ذكور			
			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
غير دالة	0.074	1.792	0.13	1.96	150	0.14	1.93	152	التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة

*= دالة إحصائية عند 0.05

**= دالة إحصائية عند 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق: أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في مستوى تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي تبعا للنوع.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (الصالحى، أبو بكر: 2020) (164) والتي أظهرت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار تعزى لمتغير النوع.

ثانياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لنوع التعليم.

جدول (18)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ومستوى دلالتها في مستوى تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لنوع التعليم

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة
التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة	بين المجموعات	0.188	2	0.094	5.316	0.05	دالة
	داخل المجموعات	5.290	299	0.018			
	المجموع	5.478	301	-			

** دالة إحصائياً عند 0.01 * دالة إحصائياً عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن قيمة "ف" دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)؛ مما يشير إلى وجود فروق بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة تبعاً لنوع التعليم (رسمي عربي، رسمي لغات، خاص)، وباستخدام اختبار "Scheffe" لمعرفة اتجاه الفروق، كانت الفروق لصالح التعليم الرسمي.

ثالثاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للفرقة الدراسية.

جدول (19)

يوضح نتائج التباين نتائج التباين الأحادي ANOVA للكشف عن الفروق بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة تبعاً للفرقة الدراسية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة
التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة	بين المجموعات	0.288	3	0.096	5.519	0.001	دالة
	داخل المجموعات	5.190	298	0.017			
	المجموع	5.478	301	-			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن قيمة "ف" دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)؛ مما يشير إلى وجود فروق بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار

الزائفة تبعاً للفرقة الدراسية (الأولى، الثانية، الثالثة، الرابعة)، وباستخدام اختبار "Scheffe" لمعرفة اتجاه الفروق، كانت الفروق لصالح الفرقة الرابعة.

رابعاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي تبعاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول (20)

يوضح نتائج التباين نتائج التباين الأحادي ANOVA للكشف عن الفروق بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة تبعاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة
التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة	بين المجموعات	0.475	10	0.048	2.763	0.003	دالة
	داخل المجموعات	5.003	291	0.017			
	المجموع	5.478	301	-			

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن قيمة "ف" دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)؛ مما يشير إلى وجود فروق بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة تبعاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي (منخفض - متوسط - مرتفع)، وباستخدام اختبار "Scheffe" لمعرفة اتجاه الفروق، كانت الفروق لصالح المستوى الاقتصادي الاجتماعي المتوسط.

وبذلك نقبل الفرض الرابع جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموغرافية (النوع، نوع التعليم، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

الفرص الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً للنوع ونوع التعليم والمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

أولاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً النوع.

جدول (21)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ومستوى دلالتها في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً النوع

مستوى الدلالة	الدلالة الإحصائية	قيمة "ت"	النوع						العينة المتغيرة
			إناث			ذكور			
			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	
غير دالة	0.725	0.352	0.26	2.08	150	0.28	2.10	152	مهارة الوصول للمحتوى
غير دالة	0.776	-0.285	0.29	2.04	150	0.28	2.04	152	مهارة تحليل المحتوى
غير دالة	0.076	1.78-	0.31	1.93	150	0.34	1.87	152	مهارة تقييم المحتوى
غير دالة	0.206	1.27-	0.33	1.78	150	0.29	1.73	152	مهارة إنتاج المحتوى
غير دالة	0.071	1.81-	0.14	1.97	190	0.13	1.95	198	إجمالي مهارات التربية الإعلامية الرقمية

*= دالة إحصائية عند 0.05

**= دالة إحصائية عند 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً النوع.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمد، حياة: 2020)⁽¹⁶⁵⁾ والتي توصلت إلى عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في اكتساب مهارات التربية الرقمية المختلفة من مهارات معرفية وإنتاجية وتواصلية.

ثانياً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً لنوع التعليم.

جدول (22)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ومستوى دلالتها في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً لنوع التعليم

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة
مهارات التربية الإعلامية الرقمية	بين المجموعات	0.102	3	0.034	1.891	0.131	غير دالة
	داخل المجموعات	6.909	384	0.018			
	المجموع	7.012	387	-			

* = دالة إحصائية عند 0.05

** = دالة إحصائية عند 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن قيمة "ف" غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05)؛ مما يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً لنوع التعليم (رسمي عربي، رسمي لغات، خاص).

ثالثاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً للفرقة الدراسية.

جدول (23)

يوضح المتوسطات والانحرافات المعيارية وقيمة "ت" ومستوى دلالتها في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً للفرقة الدراسية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة
مهارات التربية الإعلامية الرقمية	بين المجموعات	0.227	3	0.076	4.277	0.005	دالة
	داخل المجموعات	6.785	384	0.018			
	المجموع	7.012	387	-			

* = دالة إحصائية عند 0.05

** = دالة إحصائية عند 0.01

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن قيمة "ف" دالة إحصائية عند مستوى (0.05)؛ مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً للفرقة الدراسية (الأولى،

الثانية، الثالثة، الرابعة)، وباستخدام اختبار "Scheffe" لمعرفة اتجاه الفروق، كانت الفروق لصالح الفرقة الرابعة.

رابعاً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

جدول (24)

يوضح نتائج التباين نتائج التباين الأحادي ANOVA للكشف عن الفروق بين طلاب الإعلام التربوي في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة
مهارات التربية الإعلامية الرقمية	بين المجموعات	0.351	10	0.035	1.987	0.034	غيردالة
	داخل المجموعات	6.660	377	0.018			
	المجموع	7.012	387	-			

** = دالة إحصائية عند 0.01 * = دالة إحصائية عند 0.05

تتضح من بيانات الجدول السابق: أن قيمة "ف" غير دالة إحصائية عند مستوى (0.05)؛ مما يشير إلى عدم وجود فروق في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

وبذلك نقبل الفرض الخامس جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً للنوع، نوع التعليم، الفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (يوسف، ريهام: 2019)⁽¹⁶⁶⁾ والتي توصلت إلى توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية المتمثلة في (مهاراة الوصول للمحتوى ومهارة التحليل والتقييم للمحتوى ومهارة إنتاج وخلق المحتوى) لدى طلاب كلية الإعلام، بل وأن مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً كان لها دور في زيادة هذه المهارات لديهم.

الفرض السادس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة وفقاً لكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (25)

يوضح نتائج التباين نتائج التباين الأحادي ANOVA للكشف عن الفروق بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة وفقاً لكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	الدلالة الإحصائية	مستوى الدلالة
التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة	بين المجموعات	219.257	11	19.932	2.828	0.002	دالة
	داخل المجموعات	2044.240	290	7.049			
	المجموع	2263.497	301	-			

** = دالة إحصائية عند 0.01

* = دالة إحصائية عند 0.05

تتضح من بيانات الجدول السابق: أن قيمة "ف" دالة إحصائية عند مستوى (0.05)؛ مما يشير إلى وجود فروق بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة وفقاً لكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

وبذلك نقبل الفرض السادس القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة وفقاً لكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة بوجود فروق في التفاعلية في التعامل مع الأخبار الزائفة، وتختلف التفاعلية تبعاً لكثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث إن ذي الاستخدام العالي يكون لديه القدرة على التفاعل والتعامل في مواجهة تلك الأخبار، والتحقق منها من خلال الأنشطة التفاعلية المختلفة.

خاتمة الدراسة وتوصياتها:

يتزايد الاهتمام بالتربية الإعلامية مع تزايد الاندماج في مجتمع المعلومات والعوامل الافتراضية، وما يمتلكه الإعلام من تأثير في تشكيل حياة الأفراد والمجتمع، خاصة في زمن الإنترنت ذات الطبيعة التفاعلية ووسائل التواصل الاجتماعي، ولذا تجد التربية الإعلامية اهتماماً متنامياً في المنظمات الدولية مثل اليونسكو، ومنظمة التعاون

الاقتصادي والتنمية، وكذلك في الدول المتقدمة في أوروبا وأمريكا الشمالية وشرق آسيا وغيرها.

توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، من أهمها:

- أن نسبة (65.2%) من أفراد العينة يتعرضون لمواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، بينما نسبة (31.8%) منهم يتعرضون لها دائماً، وأخيراً نسبة (3%) منهم لا يتعرضون لها.

- أن موقع الفيس بوك جاء في الصدارة كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابعها طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة بوزن نسبي (18.9) تلاه موقع واتساب بوزن نسبي (15.8)، ثم موقع يوتيوب بوزن نسبي (15.2)، ثم موقع تويتر بوزن نسبي (13.8)، ثم موقع إنستجرام بوزن نسبي (13.4)، ثم موقع تليجرام بوزن نسبي (11.6)، وأخيراً موقع لينكدإن بوزن نسبي (11.3).

- أن موقع الفيس بوك جاء في الصدارة كأكثر مواقع التواصل الاجتماعي في الإستخدام اليومي لدى طلاب الإعلام التربوي عينة الدراسة بوزن نسبي (18.3)، تلاه موقع الواتساب بوزن نسبي (15.6)، ثم موقع يوتيوب بوزن نسبي (15.5)، ثم موقع تويتر بوزن نسبي (15.1)، تلاه موقع إنستجرام بوزن نسبي (13.1)، ثم موقع تليجرام بوزن نسبي (11.4)، وأخيراً موقع لينكدإن بوزن نسبي (11.0).

- أن عبارة "تقدم لنا مواقع التواصل الاجتماعي ما نريد أن نعرفه حول الأحداث الجارية في المجتمع" جاءت في المقدمة كأكثر العبارات التي توضح مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين كمصدر للأخبار بمتوسط مرجح قدره (2.14) ودرجة موافقة محايد على مقياس ليكرت الثلاثي، ثم عبارة "أخبار مواقع التواصل الاجتماعي أفضل لأنها تتسم بالفورية" بمتوسط مرجح قدره (2.04) ودرجة موافقة محايد.

- أن نسبة (49%) من المبحوثين أبدوا معرفتهم بمصطلح الأخبار الزائفة إلى حد ما، مقابل نسبة (39.4%) يعرفونه إلى حد ما، بينما نسبة (11.6%) لا يعرفونه.

- أن عبارة "يخلط الخبر بين الحقائق والأكاذيب" جاءت كأهم العبارات التي توضح سمات الأخبار الزائفة وفقاً لرأي المبحوثين وذلك بنسبة (19.1%)، ثم عبارة "يكون

مصدر الخبر غير معروف" بنسبة (18.2%)، ثم عبارة "لا يتمتع مصدر الخبر بالمصداقية" بنسبة (17.7%)، ثم عبارة "لا يتفق عنوان الخبر مع النص" بنسبة (16.8%)، ثم عبارة "لا توجد مصادر أخرى تشر نفس الخبر" بنسبة (15.8%)، وأخيراً جاءت عبارة "يركز الخبر على جوانب معينة ويغفل جوانب أخرى" بنسبة (12.4%).

- أن نسبة (48.1%) من أفراد العينة يتعرضون للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي أحياناً، بينما نسبة (40.2%) يتعرضون للأخبار الزائفة دائماً، في حين أن نسبة (11.7%) لا يتعرضون للأخبار الزائفة على تلك المواقع.

- أن أكثر العبارات التي تمثل معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي جاءت كالتالي: حصلت عبارة "ليس كل الأخبار الزائفة كاذبة بالكامل فقد يكون بها أجزاء صحيحة وأخرى كاذبة" على متوسط مرجح قدره (2.40) باتجاه موافق، تليها عبارة "الأخبار الزائفة دائماً سلبية" بمتوسط مرجح قدره (2.35) باتجاه موافق، ثم جاءت عبارة "الأخبار الزائفة دائماً تمثل شائعات" بمتوسط مرجح قدره (2.34) باتجاه موافق.

- أن البحث عن معلومات ذات صلة بالأخبار على محركات البحث جاءت في المقدمة كأهم الأنشطة التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط مرجح قدره (2.36) باتجاه موافق، ثم قراءة الخبر الزائف فقط بمتوسط مرجح قدره (2.34) باتجاه موافق، بينما جاء محاولة التأكد من الأخبار من مصدر موثوق منه بمتوسط مرجح قدره (2.33) باتجاه موافق، وأن المتوسط العام المرجح لتفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي قدره (1.95) باتجاه محايد.

- أن أكثر مقترحات المبحوثين حول طرق مواجهة الأخبار الزائفة جاءت كالتالي: أن قيام المستخدمين بالتأكد من صحة الأخبار المنشورة قبل إعادة نشرها احتل المرتبة الأولى بنسبة (18.8%)، ثم احتل وضع تشريعات وقوانين لمنع الأخبار الزائفة ومحاسبة

ناشرية المرتبة الثانية بنسبة (18.2%)، بينما احتل قيام المستخدمين بإبلاغ إدارة الموقع report عن الخبر الزائف المرتبة الثالثة بنسبة (16.8%).

- نجد أن أكثر العبارات في بُعد مهارة الوصول للمحتوى والتي جاءت في الصدارة عبارة "أستطيع تصفح مواقع التواصل الاجتماعي" بمتوسط مرجح قدره (2.26) بوزن نسبي (18).

- بينما جاءت أكثر العبارات في بُعد مهارة تحليل المحتوى عبارة "أستطيع استنتاج توجهات مواقع التواصل الاجتماعي من واقع الأخبار المنشورة بها" في الصدارة بمتوسط مرجح قدره (2.25) بوزن نسبي (18.4)، ثم عبارة "أستوعب خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التي أستخدمها" بمتوسط مرجح قدره (2.11) بوزن نسبي (17.2).

- فنجد أن أكثر العبارات في بُعد مهارة التقييم عبارة "أمتلك القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية وغير الحقيقية عبر مواقع التواصل الاجتماعي" في الصدارة بمتوسط مرجح قدره (2.11) بوزن نسبي (18.5)، ثم عبارة "أدرك تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك مستخدميها" بمتوسط مرجح قدره (1.94) بوزن نسبي (17).

- وجاءت أكثر العبارات في بُعد إنتاج المحتوى في الصدارة عبارة "أستطيع نشر أي أخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي مهما كانت نوعيتها" بمتوسط مرجح قدره (1.93) بوزن نسبي (18.4)، ثم عبارة "أستطيع استخدام المعلومات المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لإنتاج محتوى يعبر عن وجهة نظري" بمتوسط مرجح قدره (1.83) بوزن نسبي (17.4)، أن المتوسط المرجح العام لمقياس مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة هو (1.96).

نتائج اختبار الفروض:

- تم قبول الفرض الأول القائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم طلاب الإعلام التربوي لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة إخبارية وتفاعليتهم في مواجهة الأخبار الزائفة.

- تم قبول الفرض الثانى القائل: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلاب الإعلام التربوي للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى معرفتهم بها .

- تم قبول الفرض الثالث القائل: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم .

- تم قبول الفرض الرابع جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للمتغيرات الديموجرافية (النوع، نوع التعليم، الفرقة الدراسية، المستوى الاقتصادي الاجتماعي).

- تم قبول الفرض الخامس جزئياً القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي في توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الإعلام التربوي تبعاً للنوع، نوع التعليم، الفرقة الدراسية، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي .

- تم قبول الفرض السادس القائل: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الإعلام التربوي في مستوى التفاعلية في مواجهة الأخبار الزائفة وفقاً لكثافة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي .

توصيات الدراسة:

لمواجهة الأخبار الزائفة والتصدي لها بمواقع التواصل الاجتماعي والإفادة من مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب ضرورة اتباع ما يلي:

1- تدريب الشباب على مفاهيم التربية الإعلامية الرقمية والتي تمكنهم من اكتشاف الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتقديمها وإنتاج مضامين خاصة بهم يمكن توجيهها للجمهور لمواجهة خطر الأخبار الزائفة .

2- إدخال التربية الإعلامية والرقمية لتكون منهجاً ثابتاً للدراسة في المدارس والجامعات، وتفعيل جهود البعض في ذلك؛ لأنه سيسهم في تفعيل مسألة التواصل المتعمق وإثراء الثقافة الإعلامية بين جميع الناس .

3- استثمار كثافة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في نشر ثقافة مواجهة الأخبار الزائفة.

4- نشر ثقافة التحقق والتدقيق من الأخبار الزائفة، إضافة إلى تحفيز الشباب الجامعي على الاستمرارية في مواجهتها.

5- إنشاء إدارات إلكترونية لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي مع تفعيل سيادة قوانين الدولة على ناشري الأخبار الزائفة، ومن يتداولها.

6- تطبيق القانون بصرامة وحزم خاصة مع مروجي الأخبار الزائفة، حتى لا يعودوا إلى نشرها وتداولها من جديد، وضرورة وجود رقابة على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي التي تكثر بها تلك الأخبار.

7- إطلاق مبادرات رقمية متخصصة من فرق عمل مدربة على أحدث النظم؛ من أجل مواجهة الأخبار الزائفة والتصدي لها.

البحوث المستقبلية المقترحة:

- إجراء دراسات حول تأثير الأخبار الزائفة على اتجاهات الشباب الجامعي السلوكية والأخلاقية.

- إجراء دراسات حول اتجاهات النخبة الإعلامية نحو الأخبار الزائفة.

- إجراء دراسات حول الأخبار الزائفة وتأثيرها على المجتمع.

- إجراء دراسات حول آليات مواجهة الأخبار الزائفة على فئات مجتمعية متخصصة.

- إجراء دراسات لقياس مدى توافر مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى الشباب المصري، وما العوامل التي قد تزيد من هذه المهارات لديهم.

المراجع:

- (¹) بدر، أمل؛ وعلي، نصر الدين (2021). "دور المحتوى التعليمي في رفع مهارة طلاب الإعلام في اكتشاف الأخبار الكاذبة على المنصات الرقمية: دراسة ميدانية على عينة من طلاب كليات وأقسام الإعلام بالجامعات العربية"، *مجلة جامعة أم القرى للعلوم الإجتماعية*، العدد(4)، جامعة أم القرى.
- (²) عبد السلام، مبارك(2022). "تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة في المجتمع المصري"، *مجلة كلية الآداب*، العدد(62)، جامعة سوهاج.
- (³) جمال، أحمد (2021). "تكتيكات الشباب الجامعي في التحقق من صحة أخبار مواقع التواصل الإجتماعي الزائفة: دراسة كيفية"، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد(34)، يوليو- سبتمبر، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية.
- (⁴) Higdon, N. (2020). What is Fake News? A Foundational Question for Developing Effective Critical News Literacy Education. *Democratic Communiqué*, 29(1), 1-18. <https://journals.flvc.org/demcom/article/view/121283>
- (⁵) Tagg, c. and seargeant ,p.(2019)."context design and critical language /media awareness: implications for a social digital literacies education ", *linguistics and education*.
- (⁶) Higgins, J., & Begoray, D. (2012). Exploring the borderlands between media and health: Conceptualizing _critical media health literacy'. *Journal of Media Literacy Education*, 4(2) .
- (⁷) الخزاعلة، أحمد (2020). "مستوى وعي طلبة الجامعات الأردنية بالتربية الإعلامية في ضوء بعض المتغيرات"، *مجلة المنارة للبحوث والدراسات*، العدد(2) المجلد (26) عمادة البحث العلمي، جامعة آل البيت.
- (⁸) خنفر، نعيمة؛ وفضلون، آمال (2019). "واقع التربية الإعلامية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي.
- (⁹) يوسف، ريهام (2019). "مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات: دراسة كيفية"، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد (26)، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية.
- (¹⁰) Moon, S. J. and Bai, S. Y. (2020) 'Components of digital literacy as predictors of youth civic engagement and the role of social media news attention: the case of Korea', *Journal of Children and Media*, pp. 1–17. doi:10.1080/17482798.2020.1728700.
- (¹¹) حسان، يسرا (2021). "اتجاهات النخبة نحو مستقبل انتشار الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (2021-2030): دراسة استشرافية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد (77)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- (12) عبد الغني، مي (2021). "توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجًا: دراسة تحليلية مقارنة"، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، العدد (12)، المعهد الدولي العالمي للإعلام بالشروق.
- (13) قطب، فاطمة (2018). "العلاقة بين إدراك الشباب لمبادئ التربية الإعلامية الرقمية وبين سلوكهم الاتصالي على مواقع وتطبيقات التواصل الاجتماعي"، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد (23)، ديسمبر، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية.
- (14) العقابوي، بسنت (2022). "العلاقة بين الوعي بالتربية الإعلامية الرقمية والسمات الشخصية لدى الطالبات المعلمات بكلية التربية للطفولة المبكرة"، *مجلة كلية التربية*، العدد (1)، كلية التربية، جامعة المنوفية.
- (15) محمد، مني سمير (2022). "إدراك طلاب الإعلام التربوي لمفهوم التربية الإعلامية الرقمية وعلاقته بانتهاء المحتوى الرقمي لديهم: دراسة مسحية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد (1)، المجلد (21)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (16) فزادري، حياة (2022). "أهمية التربية الإعلامية الرقمية في تعزيز التنشئة الاجتماعية داخل الأسرة والمجتمع في ظل التحديات التكنولوجية: رؤية استشرافية"، *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، العدد (3)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم.
- (17) محمود، أحمد؛ والشهري، فاطمة (2021). "التربية الإعلامية الرقمية وآثرها في إشباع الاحتياجات التربوية والصحية للطلاب الصم لمواجهة التحديات التي تفرضها انتشار فيروس كورونا المستجد Covid-19: دراسة ميدانية"، *مجلة علوم الإنسان والمجتمع*، العدد (3)، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة.
- (18) بدر، أمل؛ وعلي، نصر الدين (2021)، *مرجع سابق*.
- (19) عقيلة، عبد المحسن (2021). "مؤشرات التحليل البعدي لاستخدام الإعلام الرقمي في بحوث التربية الإعلامية: رؤية تحليلية نقدية"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد (77)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (20) عوف، مروة (2021). "التحديات التي تواجه التربية الإعلامية في مجال التعليم في ضوء التحول الرقمي"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد (2)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (21) قطب، فاطمة & أبو العز، إنجي (2021). "تصور مقترح لبرنامج تدريبي لنشر التربية الإعلامية الرقمية بين الشباب الجامعي في صعيد مصر: دراسة طولية شبه تجريبية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد (59)، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.
- (22) قاسم، وسام (2021). "دور التربية الإعلامية والرقمية في تعزيز مهارات التعلم الذاتي من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية في بعض كليات التربية في العراق"، *مجلة الجامعة العراقية*، العدد (53)، مركز البحوث والدراسات الإسلامية، الجامعة العراقية.

- (23) محمد، حياة (2020). "قياس مهارات التربية الرقمية Digital Literacy لطلاب كليات الإعلام بالجامعات المصرية ضمن تجربة التعليم عن بُعد في ظل أزمة جائحة كورونا"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد (73)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة
- (24) محمود، هاني (2020). "فعالية برنامج مقترح في التربية الإعلامية باستخدام الإنفو جرافيك في تنمية الوعي بمفاهيم المواطنة الرقمية لدى أخصائي الإعلام التربوي: دراسة شبه تجريبية"، *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، العدد (29)، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.
- (25) Erica scharrer, stephen warren, christie Olson (2020). "Early adolescents' views of media ratings in the context of media literacy program in the U.S", *journal of children and media*, 06 jan.
- (26) Stephen covello, 2020. "A Review of digital literacy Assessment instruments "FEA research available at: http://www.academia.edu/7935447/A_review_of_digital_literacy_Assessment_instruments.
- (27) Moon, S. J. and Bai, S. Y. (2020) ، **Op.Cit.**
- (28) خنفر، نعيمة؛ وفضلون، أمال (2019)، **مرجع سابق**.
- (29) يوسف، ريهام (2019)، **مرجع سابق**.
- (30) محمد السيد راضي، دعاء (2019). "تأثير تصميم الوسائط المتعددة على تحسين مهارات التربية الإعلامية لدى الأطفال في التعامل مع الإعلام الرقمي: دراسة شبه تجريبية على تلاميذ المرحلة الإعدادية"، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- (31) فوزي، محمود؛ السيد، سماح (2019). "تحديات التربية الوجدانية في العصر الرقمي من وجهة نظر بعض أعضاء هيئة التدريس بكليات التربية"، *المجلة التربوية*، العدد (60)، كلية التربية، جامعة سوهاج.
- (32) Banatul murtafi'ah, Nur Hidayanto pancoro setyo putro, (2019). "digital literacy in the English curriculum models of learning activities" *acta information malaysia (AIM)*, vol.3,no.2.
- (33) Beatty,k.(2019). "Developing student voice through twitter: using media literacy education to inspire civic engagement, ProQuest **Dissertation and these** .university of Rhode Island .available at: <http://search.proquest.com/docview/2212969354?accountid=142908>.
- (34) Pereira, sara and pedro moura (2019). "Assessing media literacy competences: A study with Portuguese young people" , *European journal of communication* ,vol 34.
- (35) Friesem Y,(2019). "Teaching truth ,lies,and accuracy in digital age: media literacy as project -based learning", *journalism &mass communication Educator* ,74(2).
- (36) Tagg,c.and seargeant ,p,(2019) ، **Op.Cit.**
- (37) قطب، فاطمة (2018)، **مرجع سابق**.

(38) Laura michelle Holland (2017). "The perceptions of digital citizenship in middle school" .PHD, A dissertation presented to faculty of Education department carson – Newman University ,December2017.

(39) فخري، عاصم & عبد الفتاح، ناصر & علي، زينهم (2023). "استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحو الشائعات"، *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، العدد (45)، المجلد (9)، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا.

(40) عبد السلام، مبارك (2022)، *مرجع سابق*.

(41) عبد المقصود، هاني (2022). "تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية 2020: دراسة ميدانية"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد(21)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(42) جمال، أحمد (2021)، *مرجع سابق*.

(43) عبد الحي، مصطفى (2021). "دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين – دراسة ميدانية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد (58)، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

(44) مكاي، ممدوح؛ مؤيد، هيثم؛ عثمان، إسلام (2021). "آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد(56)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(45) عبد الغني، مي (2021)، *مرجع سابق*.

(46) حسان، يسرا (2021)، *مرجع سابق*.

(47) عيد محمد، مني (2020). "الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها"، *رسالة ماجستير*، كلية الآداب، جامعة المنصورة.

(48) مكاي، ممدوح (2020). "الأخبار الزائفة "News fake" بين الإعلام التقليدي والرقمي: دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من 2016-2020"، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، العدد(2)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة .

(49) Chang Y.and chen ,Z.f.(2020).” The influence of presumed fake news influence :examining public support for corporate corrective response ,media literacy interventions,and governmental regulation ,mass communication and society .

(50) Talwar, S., Dhir, A., shalini, D., Virk, G. S., & Salo, J. (2020). Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis. *Journal of Retailing and Consumer Services*.

(⁵¹) عطوي، محمد (2019). "فاعلية برنامج تدريبي مقترح لتنمية الوعي بالأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وآليات مواجهتها: دراسة شبه تجريبية"، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، العدد العاشر، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق.

(⁵²) Bhaskaran, H., Mishra, H., & Nair, P. (2019). "Journalism Education in Post-Truth Era: Pedagogical Approaches Based on Indian Journalism Students' Perception of Fake News. *Journalism & Mass Communication Educator*, 74(2), 158-170.

(⁵³) Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research & Politics*, 6(2), 2053168019848554

(⁵⁴) Clayton, K., Blair, S., Busam, J. A., Forstner, S., Glance, J., Green, G., ... & Sandhu, M. (2019). Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media. *Political Behavior*, .

(⁵⁵) Jones-jang ,S.M.,Mortensen,T.and Liu,J, (2019)."Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps,but other literacies Don't , American Behavioral scientist.

(⁵⁶) Colliander, J,(2019)."This is fake news": investigating the role of conformity to other user" views when commenting on and spreading disinformation in social media ,*computer in human behavior* ,97.

(⁵⁷) Kim, A., Moravec, P. L., & Dennis, A. R. (2019). Combating Fake News on Social Media with Source Ratings: The Effects of User and Expert Reputation Ratings. *Journal of Management Information Systems*, 36(3), .

(⁵⁸) Wojdyski, B. W., Binford, M. T., & Jefferson, B. N. (2019). "Looks Real, or Really Fake? Warnings, Visual Attention and Detection of False News Articles". *Open Information Science*, 3(1),.

(⁵⁹) El Rayess, M., Chebl, C., Mhanna, J., & Hage, R. M. (2018). "Fake news judgement: The case of undergraduate students at Notre Dame University- Louaize, Lebanon". *Reference Services Review*, 46 (1),.

(⁶⁰) Tomi pesonen (2018)." The effect of fake news on consumer trust in social media marketing ",*bachelor*"Thesis metropolia university of applied science, pp 1-39,available at <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024>.

(⁶¹) البنا، حازم؛ أبو المجد، إبراهيم (2017). "فاعلية برنامج تدريبي لتنمية الوعي بمهارة إنتاج المحتوى في وسائل الإعلام الجديدة لدى الشباب الجامعي: دراسة شبه تجريبية في إطار مدخل التربية الإعلامية"، *مجلة بحوث الرأي العام*، العدد الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(⁶²) محمد نصر، حسني (2003)، *الإنترنت والإعلام، الصحافة الإلكترونية*، ط1 (عمان: دار الفلاح للنشر والتوزيع)، ص54.

- (63) درويش اللبان، شريف (2005). الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، ط1 (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية)، ص65
- (64) J. Severin, Wiener & W.Tankard, Jamed (1996). "**Communication Theories:Origins, Methods and Uses in the Mass Media**", (New York: Longman), p.47.
- (65) علم الدين، محمود (2005). تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، ط1 (القاهرة: دار السحاب للنشر والتوزيع)، ص 148.
- (66) Kenny, Keith, Gorelik, Alexander and Mulangi, Sam (2000), Interactive Feature of Online Newspapers, **First Monday Journal**, Vol.5, No.1.
- (67) زعموم، خالد، بو معيزة، السعيد (2007). التفاعلية في الإذاعة أشكالها ووسائلها، تونس، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية تصدر عن اتحاد إذاعات الدول العربية، سلسلة (61)، ص28
- (68) صادق، عباس مصطفى (2008م). "الإعلام الجديد.. المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، (عمان: دار الشروق)، ص ص120-125.
- (69) درويش اللبان، شريف (2005). مرجع سابق، ص ص 80-81
- (70) Francis, R. J. (2018). "Media education in The New Media Age: An Investigation Into The Implications Of New Media In Media Literacy Enhancement Among Undergraduates", **phd Thesis**, University of Oxford: UK, 13.
- (71) Gui, M., Fasoli, M., & Carradore, R. (2017). "New Media Well-Being": Developing and Using New Media Tools For Media Literacy Among Undergraduates". **Italian Journal of Sociology of Education**, 9(1), 155-173. doi:10.14658/pup-ijse-2017-1-8
- (72) Hoffman, M. E. (2016). "Media Literacy And New Media Usage In Higher Education", **MA Thesis**, University of Missouri-Columbia: USA.
- (73) Chu, D., & Chu, S. (2015). "Media Education Awareness In The Age Of New Media: A Case Study Of Undergraduate Students In Hong Kong". **ASSIST**; 6 (14).
- (74) Schilder, E. A. M. (2015). "Perceptions of Media Literacy Through The Utilization of New Media Among Undergraduate Students: A Mixed Methods Study", **PhD Thesis**, Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia: USA.
- (75) Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The communication review*, 7(1), 5. DOI: 10.1080/10714420490280152
- (76) Festl, R. (2020). Social media literacy & adolescent social online behavior in Germany. *Journal of Children and Media*, 2-3. DOI: 10.1080/17482798.2020.1770110
- (77) Livingstone, S. (2003). The changing nature and uses of media literacy. *Media@LSE electronic working papers* (4). Media@lse, London School of Economics and Political Science, London, UK.7-8.

http://eprints.lse.ac.uk/13476/1/The_changing_nature_and_uses_of_media_literacy.pdf

(78) جروان، فتحي (2013). **تعليم التفكير: مفاهيم وتطبيقات**، ط3، (عمان: دار الفكر)، ص ص 65-67.

(79) Ku, K. Y., Kong, Q., Song, Y., Deng, L., Kang, Y., & Hu, A. (2019). What predicts adolescents' critical thinking about real-life news? The roles of social media news consumption and news media literacy. *Thinking Skills and Creativity*, 33. DOI: 10.1016/j.tsc.2019.05.004

(80) Ralston, S., Kliestik, T., Rowland, Z., & Vrbka, J. (2018). Are pervasive systems of fake news provision sowing confusion? The role of digital media platforms in the production and consumption of factually dubious content. *Geopolitics, History and International Relations*, 10(2), 31. DOI: 10.22381/GHIR10220183

(81) Gezmen, B., & İhsan, E. K. E. N. The Role of Media Literacy In Setting Media Awareness: A Study Towards University Students. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 683. <http://hdl.handle.net/11467/3249>

(82) Turin, O., & Friesem, Y. (2020). Is that media literacy?: Israeli and US media scholars' perceptions of the field. *Journal of Media Literacy Education*, 12(1), 135. DOI:10.23860/JMLE-2020-12-1-10

(83) Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Washington, DC: The Aspen Institute.

(84) Shana Kaiser (2015). **"Social Media": A Practical Guide for Electoral Management Bodies**. Stockholm International IDEA. P11.

(85) Chua, A. Y., Cheah, S. M., Goh, D. H. L., & Lim, E. P. (2016, June). Collective Rumor correction on the Death Hoax. In PACIS (p. 178).

(86) D. M. J. Lazer, et al, (2018). The science of fake news. *Science* 359, p.1095.

(87) Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining —fake news|| A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2), 137-153.

(88) Media Literacy Council (2017) **Types of Fake News**, available at: https://www.betterinternet.sg/-/media/Files/Fake-News-wave-5/Types-of-Fake-News_Tipsheet.pdf

(89) Kerry Gallagher and Larry Magid (2017). **Media Literacy and Fake News& Connect Safely**. available at: <http://bit.ly/2Vkz1An>.

(90) **Julie Posetti and Alice Matthews (2018). a Short Guide to the History of Fake News and Disinformation: A New ICFJ Learning Module**, International Center for Journalists, available at: <http://bit.ly/2A94JIO>.

(91) شاهين، عبد الباسط (2014). "التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية"، ط1، (القاهرة: دار العلوم للنشر والتوزيع)، ص 131.

(92) حسن، أحمد جمال(2015). "التربية الإعلامية (مفكر ناقد،متلقي رشيد، منتج فعال"، ط1، (مصر: دار المعرفة)، ص21.

(93) Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Schudson, M. (2018). **The science of fake news**. Science, 359(6380), 1094-1096.

(94) فخري، عاصم & عبد الفتاح، ناصر & علي، زينهم (2023)، مرجع سابق.

(95) النقيب، إيمان (2022). "دور وسائل الإعلام الجديد في إكساب بعض المهارات الحياتية: دراسة تطبيقية على المراهقين من سن (15-17)", رسالة دكتوراه، كلية الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس.

(96) سالم، دعاء:2016. "دور شبكات التواصل الإجتماعي في إكساب طلاب الإعلام التربوي مهارات التعلم

الذاتي Self-Learning"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد (54)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(97) الصالحي، أبو بكر (2020). "دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض

الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد (54)، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

(98) رفعت، محمد (2018). "التعرض لوسائل الإعلام التقليدي والحديث وعلاقته بالمزاج العام لدى الشباب

المصري: دراسة حالة على اتفاقية تعيين الحدود البحرية بين مصر والسعودية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد (1)، المجلد (17)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(99) عبد المقصود، هاني (2022)، مرجع سابق.

(100) جمال، أحمد (2021). "آليات الجمهور المصري في التحقق من الأخبار الزائفة وعلاقته بأنماطهم

التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد (59)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(101) أحمد، بسنت (2018). "دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية لدى الشباب المصري"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(102) طه، محمد (2017). "مصادقية مضامين وسائل إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال

الانتخابات الرئاسية 2014 والانتخابات البرلمانية 2015: دراسة تحليلية"، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(103) طه، أحمد (2016). "دور المضامين السياسية على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في تنمية

الوعي السياسي للمراهقين"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(104) سعيد، هشام (2015). "تأثير استخدام تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت على

العلاقات الاجتماعية للأسرة المصرية"، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(105) فخري، عاصم & عبد الفتاح، ناصر & علي، زينهم (2023)، مرجع سابق.

(106) منصور، حسن (2019). "تنمية مهارات التربية الإعلامية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي بناء على الخبرة التدريسية لأساتذة الإعلام في الجامعات السعودية"، *مجلة العلوم الاجتماعية*، العدد (2)، جامعة الكويت.

(107) حمدي، ماطر (2018). "اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية"، *رسالة ماجستير*، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط.

(108) عبد المقصود، هاني (2022)، *مرجع سابق*.

(109) بدر، أمل؛ علي، نصر الدين (2021)، *مرجع سابق*.

(110) أحمد، بسنت (2018)، *مرجع سابق*.

(111) صلاح، وسام (2021). "تعرض الشباب المصري للشائعات الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمشاركتهم السياسية"، *مجلة البحوث الإعلامية*، العدد (58)، الجزء الثاني، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

(112) Efeosasere Moibi Okoro, Benjamin Abara, Aneyelewa Alan-Ajonye, Zayyad Isa & Alex Umagba, (2019). " Effects Of Human And Human-Machine Fake News Detection Approaches On User Detection Performance", **International Journal of Advanced Research in Computer Science**, Volume 10, No. 1, January-February.

(113) حمدي، ماطر (2018)، *مرجع سابق*.

(114) El Rayess, M., C., Mhanna, J., & Hage, R. M., (2018), **Op.Cit**.

(115) عبد المقصود، هاني (2022)، *مرجع سابق*.

(116) A. Ross & D. Rivers (2018) Discursive Deflection: Accusation of "Fake News" & The Spread of Mis- & Disinformation in The Tweets of President Trump, **Social Media + Society**, Vol.4 .

(117) Guess, Andrew, Nyhan, Brendan Reifler, Jason (2018), Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S Presidential Campaign, Dartmouth. Edu. Retrieved February 4, .

(118) R. Nielsen & L. Graves (2017) "News You Don't Believe": Audience Perspectives On Fake News, **Reuters Institute for the Study of Journalism**, Retrieved from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/ourresearch/newsyou-dont-believe-audience-perspectives-fake-news>,.

(119) عبد الغني، مي (2021)، *مرجع سابق*.

(120) بهنسي، مها (2019). "آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة: دراسة في إطار مدخل التربية الرقمية ونموذج أدوار الجمهور في التحقق"، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد (68)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

(121) A.Schiltzer (2018) ."The Spread of Top Misinformation Articles on Twitter in 2017: Social Bot Influence & Misinformation Trends", **Un Published Master Thesis**, The University of Arizona, p. 5.

(122) El Rayess,M.,C.,Mhanna, J.,&Hage,R.M,(2018)؛ **Op.Cit.**

(123) عبد السلام مبارك، مبارك (2022)، **مرجع سابق.**

(124) عبد الحى، مصطفى (2021)، **مرجع سابق.**

(125) عبد العليم، مصطفى (2021). "دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين: دراسة ميدانية"، **مجلة البحوث الإعلامية**، العدد (58)، كلية الإعلام، جامعة الأزهر.

(126) السعيدة، جهاد (2019). "الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على الأمن المجتمعي من وجهة نظر طلبة كلية الأميرة رحمة الجامعية"، **مجلة العلوم الإنسانية**، العدد(2)، ديسمبر، جامعة أم البواقي.

(127) عيد، منى (2019). "الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية"، **مجلة البحوث والدراسات الإعلامية**، العدد (9)، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق.

(128) El Rayess,M.,C.,Mhanna, J.,&Hage,R.M, (2018)؛ **Op.Cit.**

(129) Guess, Andrew; Nyhan, Brendan; Reifler, Jason (2018),"Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign", Dartmouth.edu. Retrieved February 4, 2018..

(130) J.Nielsen & H.Tane Ja (2018) The Small, Disloyal Fake News Audience: The Role of Audience Availability in Fake News Consumption, **New Media & Society**, Vol. 20, No. 10.

(131) Allcott, H., & M. (2017), Social media and fake news in the 2016 election, **Journal of Economic Perspectives**, V.31, No.2.

(132) فخري، عاصم & عبد الفتاح، ناصر & علي، زينهم (2023)، **مرجع سابق.**

(133) جمال، أحمد (2021). "تكتيكات الشباب الجامعي في التحقق من صحة أخبار مواقع التواصل الاجتماعي الزائفة: دراسة كيفية"، **مرجع سابق.**

(134) حسان، يسرا (2021)، **مرجع سابق.**

(135) مكايي، ممدوح (2020)، **مرجع سابق.**

(136) عيد، منى (2020)، **مرجع سابق.**

(137) shalini talwar,(2020)؛ **Op.Cit.**

(138) Luo, M., Hancock, J. T., & Markowitz, D. M. (2020). Credibility perceptions and detection accuracy of fake news headlines on social media: Effects of truth-bias and endorsement cues. **Communication Research**, 0093650220921321.

(139) Jonas colliander ,2019، **Op.Cit.**

(140) Tcher M(2015), "feeling generated by the use of new media to its users", **paper presented at the Annual meeting association for education in journalism and mass communication** ,Washington .

(141) جمال، أحمد (2019). "تكنيكات الشباب الجامعي في التحقق من صحة أخبار مواقع التواصل الاجتماعي الزائفة: دراسة كيفية"، مرجع سابق.

(142) عبد الغني، مي (2021)، مرجع سابق.

(143) حسان، يسرا (2021)، مرجع سابق.

(144) عيد، منى (2019)، مرجع سابق.

(145) Kim,A,Moravec,P.L.,&Dennis,A.R.(2019) ، **Op.Cit.**

(146) Wojdyski,B.W.,Binford.M.T&Jefferson,B.N (2019)؛ **Op.Cit.**

(147) T.Lee (2018) ."Perceived Influence of Fake News & Its Consequences", **Master Thesis**, Indiana University.

(148) فتح الباب، هالة (2019). "تقييم ممارسات مستخدمي الفيس بوك للتربية الإعلامية إزاء مضامين الإعلام الرقمي وأثرها على تجسيد مفهوم المواطنة"، *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، العدد (24)، كلية الإعلام، جامعة الأهرام الكندية.

(149) Bhaskaran, H., Mishra, H., & Nair, P. (2019)؛ **Op.Cit.**

(150) فتح الباب، هالة (2019)، مرجع سابق.

(151) Literat, Ioana (2014) "Measuring New Media Literacies: Towards the Development of a Comprehensive Assessment Tool," **Journal of Media Literacy Education**, 6(1). Available at: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol6/iss1/2>.

(152) Shun ,Wan & Lam, Eva (2013). What immigrant students can teach us about new media literacy. *The Phi Delta Kappan*, 94, 4 ,62-65 URL: <https://www.jstor.org/stable/41763739> Accessed: 24-10-2018 08:11 UTC.

(153) Thein, Amanda Haertling; Oldakowski, Tim; and Sloan, DeAnn Long (2010) "Using Blogs to Teach Strategies for Inquiry into the Construction of Lived and Text Worlds," **Journal of Media Literacy Education**, 2(1). Available at: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol2/iss1/>.

(154) Kynaslahti, Heikki, Vesterinen, Olli, Lipponen, Lasse, Vahtivuori, Sanna & Tella, Seppo (2008) Towards Volitional Media Literacy Through Web 2.0, **Educational Technology**. 48, 5, 3-9 URL: <https://www.jstor.org/stable/4442> in Sep 19, 2018.

(155) Ruiz, Ramierz and Rosell (2014) Media Literacy Education for a New Prosumer Citizenship. **Media Education Research Journal**.43..

(156)العقبابوي، بسنت (2022)، مرجع سابق.

(157) G.Baym (2005) ."The Daily Show: Discursive Integration & The Reinvention of Political Journalism", **Political Communication**, Vol. 22,.

(158) jones-jang, Mortensen and liu,(2019) , **Op.Cit.**

(¹⁵⁹) Moon and bai (2020) ، **Op.Cit.**

(¹⁶⁰) C.Barton (2019). "Critical Literacy in the Post-Truth Media landscape", **Policy Futures in Education**, Available at: <https://doi.org/10.1177/1478210319831569>, pp. 9-10.

(¹⁶¹) S.Craft et al. (2017) . "News Media Literacy & Conspiracy Theory Endorsement", **Communication & the Public**, Vol. 2, No. 4, p. 389.

(¹⁶²) jones-jang, Mortensen and liu, (2019) ، **Op.Cit.**

(¹⁶³) قطب، فاطمة (2018)، مرجع سابق.

(¹⁶⁴) الصالحي، أبو بكر (2020)، مرجع سابق.

(¹⁶⁵) محمد، حياة (2020)، مرجع سابق.

(¹⁶⁶) يوسف، ريهام (2019)، مرجع سابق.

References

- Badrm A. (2021). "dawr almuhtawaa altaelimii fi rafe maharat tulaab al'ielam fi aiktishaf al'akhbar alkadhibat ealaa alminasaat alraqamiati: dirasatan maydaniatan ealaa eayinat min tulaab kuliyaat wa'aqşam al'ielam bialjamieat alearabiati", majalat jamieat 'am alquraa lileulum al'ijtimaieati, jamieat 'Om Alquraa. 4(2)
- Mubark, A. (2022). "taerad alshabab aljamieiu lil'akhbar alzaayifat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaieii waealaqatiha biatijahat alshabab aljamieii nahw alqadaya almutharat fi almujtamae almisrii", majalat kuliyat aladab, jamieat suhaj. 62(1)
- Jamal, Ahmed. (2021). "tikinikat alshabab aljamieii fi altahaquq min sihat 'akhbar mawaqie altawasul al'ijtimaieii alzaayifati: dirasat kifiatii", almajalat alearabiati libuhuth al'ielam walaitisali, kuliyat al'ielami, jamieat Al'ahram alkanadia. 34(1).
- Higdon, N. (2020). What is Fake News? A Foundational Question for Developing Effective Critical News Literacy Education. **Democratic Communiqué**, 29(1), 1-18. <https://journals.flvc.org/demcom/article/view/121283>
- Tagg,c.and seargeant ,p,(2019)."context design and critical language /media awareness:implications for a social digital literacies education ",linguistics and education.
- Higgins, J., & Begoray, D. (2012). Exploring the borderlands between media and health: Conceptualizing _critical media health literacy'. **Journal of Media Literacy Education**, 4(2) .
- Al-Khazaleh, A. (2020). "mustawaa waey talabat aljamieat al'urduniyat bialtarbiat al'ielamiati fi daw' baed almutaghayirati", majalat almanarat libuhuth waldirasati. eimadat albahth aleilmi, jamieat Al albawq.2(4)
- Khanfar, N. (2019). "waqie altarbiat al'ielamiati ladaa mustakhdimi shabakat altawasul alaijtimaieii", risalat majistir, kuliyat aleulum alaijtimaieiat wal'iansaniati, jamieat alearabii bin mahidi, 'Om albawaqi.
- Youssef, R. (2019). "maharat altarbiat al'ielamiati alraqamiati ladaa tulaab aljamieati: dirasat kifiatii", almajalat alearabiati libuhuth al'ielam walaitisali, aleadad (26), kuliyat al'ielami, jamieat Al'ahram Alkanadiati.
- Moon, S. J. and Bai, S. Y. (2020) 'Components of digital literacy as predictors of youth civic engagement and the role of social media news attention: the case of Korea', **Journal of Children and Media**, pp. 1–17. doi:10.1080/17482798.2020.1728700.
- Hasaan, Y. (2021). "aitijahat alnukhbat nahw mustaqbal aintishar al'akhbar alzaayifat bimawaqie altawasul alaijtimaieii khilal aleaqq (2021-2030): dirasat aistishrafiati", almajalat almisriati libuhuth al'ielami. kuliyat al'ielami, jamieat Alqahira. 77(2).
- Abd alghani, M. (2021). "tawzif mawaqie altawasul alaijtimaieii fi altahaquq min al'akhbar alzaayifati: mawqie fis buk nmwdhjan: dirasat tahliliati muqaranata", majalat albuuhuth waldirasat al'ielamiati, almaehad alduwalii aleali lil'ielam Alshuruq. 12(3).
- Kotb, F. (2018). "alealaqat bayn 'iidrak alshabab limabadi' altarbiat al'ielamiati alraqamiati wabayn sulukihim alaitisalii ealaa mawaqie watatbiqat altawasul

alajtimaeei", almajalat alearabiat libuhuth al'ielam walaitisali, aleadad (23), disambir, kuliyyat al'ielami, jamieat Al'ahram alkanadia.

-Aleuqabawi, B. (2022). "alealaqat bayn alwaey bialtarbiat al'ielamiat alraqamiat walsimat alshakhsiat ladaa altaalibat almuealimat bikuliyyat altarbiat liltufulat almubakirati", majalat kuliyyat altarbiati, aleadad (1), kuliyyat altarbiati, jamieat Almanufiati.

-Muhammed, M. (2022). "'iidrak tulaab al'ielam altarbawii limafhum altarbiat al'ielamiat alraqamiat waealaqatih biaintiqa' almuhtawaa alraqmii ladayhim: dirasat mashiatun", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami , kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahirati.1(2)

-Fazadri, H. (2022). "'ahamiyat altarbiat al'ielamiat alraqamiat fi taeziz altanshiat alajtimaeeiat dakhil al'usrat walmujtamae fi zili altahadiyat altiknulujiat: ruyat aistishrafiatan", almajalat alduwaliat lil'itishal al'ijtimaeei, aleadad (3), kuliyyat aleulum al'iinsaniat walajtimaeeiati, jamieat Abd alhamid bin Badis Mustaghanim.

-Mahmoud Ahmed. (2021). "altarbiat al'ielamiat alraqamiat watharuha fi 'iishbae alaihtiajat altarbawiat walsihiyat liltulaab alsumi limujajahat altahadiyat alati tafriiduha aintishar fayrus kuruna almustajidi Covid-19: dirasat maydaniati", majalat eulum al'iinsan walmujtamaei, kuliyyat aleulum al'iinsaniat walajtimaeeiati, jamieat Muhammad khaydar Bisakrat. 3(1).

-Aqila, A. (2021). "muashirat altahlil albuedii liaistikhdam al'ielam alraqamii fi buhuth altarbiat al'ielamiati: ruyat tahliliat naqdiatun", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira. 77(2)

-Auf, M. (2021). "altahadiyat alati tuajih altarbiat al'ielamiat fi majal altaelim fi daw' altahawul alraqamii", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira. 2(5).

-Qutb, F. (2021). "tasawur muqtarah libarnamaj tadriibin linashr altarbiat al'ielamiat alraqamiat bayn alshabab aljamieii fi saeid masra: dirasat twlyt shibh tajribiatin", majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyyat al'ielami, jamieat Al'azhar. 59(2)

-Qasim, W. (2021). "dawr altarbiat al'ielamiat walraqamiat fi taeziz maharat altaealum aldhaatii min wijhat nazar 'aeda' alhayyat altadrisiat fi baed kuliyyaat altarbiat fi alearaq", majalat aljamieat aleiraqati, markaz albuuhuth waldirasat al'iislamiati, aljamieat aleiraqati. 53(1).

-Muhammad, H (2020). "qyas maharat altarbiat alraqamiat Digital Literacy litulaab kuliyyaat al'ielam bialjamieat almisriat dimn tajribat altaelim ean bued fi zili 'azmat jayihat kuruna", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, . kuliyyat Al'ielami, jamieat Alqahira. 73(1).

-Mahmoud, H. (2020). "fealiat barnamaj muqtarah fi altarbiat al'ielamiat biaistikhdam al'iinfu jirafik fi tanmiat alwaey bimafahim almuatanat alraqamiat ladaa 'akhisaayiy al'ielam altarbwi: dirasat shibh tajribiatin", majalat albuuhuth fi majalat altarbiat alnaweiiati , kuliyyat altarbiat alnaweiiati, jamieat Almunya. 29(2).

-Erica scharrer, stephen warren, christie Olson (2020). "Early adolescents' views of media ratings in the context of media literacy program in the U.S", **journal of children and media**, 06 jan.

- Stephen covello,2020." A Review of digital literacy Assessment instruments "**FEA research** available at: [http://www.academia.edu/7935447/A review of digital literacy Assessment instruments](http://www.academia.edu/7935447/A_review_of_digital_literacy_Assessment_instruments).
- Mohamed, E. (2019). "tathir tasmim alwasayit almutaeedidat ealaa tahsin maharat altarbiat al'ielamiat ladaa al'atfal fi altaeamul mae al'ielam alraqamii: dirasatan shibh tajriyat ealaa talamidh almarhalat al'iedadiati", risalat dukturah, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahirati.
- Fawzy, M. (2019). "tahadiyat altarbiat alwijdaniat fi aleasr alraqamii min wijhat nazar baed 'aeda' hayyat altadris bikuliyaat altarbiati", almajalat altarbawiatu, kuliyyat altarbiati, jamieat suhaj. 60(3).
- Banatul murtafi'ah, Nur Hidayanto pancoro setyo putro,(2019).“digital literacy in the English curriculum models of learning activities” **acta information malaysia (AIM)**, vol.3,no.2.
- Beatty,k.(2019).” Developing student voice through twitter: using media literacy education to inspire civic engagement, ProQuest **Dissertation and these** .university of Rhode Island .available at: <http://search.proquest.com/docview/2212969354?accountid=142908>.
- Pereira, sara and pedro moura (2019).”Assessing media literacy competences: A study with Portuguese young people” , **European journal of communication** ,vol 34.
- Friesem Y,(2019).”Teaching truth ,lies,and accuracy in digital age: media literacy as project -based learning”, **journalism &mass communication Educator** ,74(2).
- Laura michelle Holland (2017).”The perceptions of digital citizenship in middle school” .**PHD**, A dissertation presented to faculty of Education department carson – Newman University ,December2017.
- Fakhry, A. (2023). "aistikhdam alshabab aljamieii limawaqie altawasul alaijtimeeii waealaqatih biatijahatihim nahw alshaayieati", majalat albuqhuth fi majalat altarbiat alnaweiyati. kuliyyat altarbiat alnaweiyati, jamieat Alminyaa. 9(2).
- Abdel Maksoud, H. (2022). "taerad alshabab lil'akhbar alzaayifat eabr alshabakat alaijtimeeiat waealaqatiha biatijahatihim nahw almusharakat fi alaintikhabat albarlamaniat 2020: dirasat maydaniati", almajalat almisriyat libuqhuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira. 21(2).
- Abdel Hay, M. (2021). "dawr almubadarat alraqamiyat almutakhasisat fi tanqiat almuhtawaa alsuhufii min al'akhbar alzaayifat eabr minasaat altawasul alaijtimeeii min wijhat nazar alsahafiiyn almisriiyna- dirasatan maydaniatan", majalat albuqhuth al'ielamiati, kuliyyat al'ielami, jamieat Al'azhar. 58(2).
- Makkawi, M. (2021). "aliat tadawul alshabab alaarabii lilmuhtawaa alraqamii alzaayif eabr wasayil altawasul al'ijtimeeii: namudhaj muqtarah fi 'iitar madkhal altarbiat al'ielamiat alraqamiati", majalat albuqhuth al'ielamiati, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahirati. 56(2).
- Eid Muhammad, Mona (2020). "al'akhbar alzaayifat ealaa mawaqie altawasul alaijtimeeii hawl almuasasat al'amniat waealaqatiha biatijahat aljumphur nahwaha", risalat majistir, kuliyyat aladab, jamieat Almansura.

- Makkawi, Mamdouh. (2020). "al'akhbar alzaayifa "News fake" bayn al'ielam altaqlidii walraqmii: dirasat naqdiat tahliliatan lieayinatan min albuḥuth fi alftrat min 2016-2020", *almajalat almisriat libuḥuth alraay aleami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahira*. 2(1).
- Chang Y.and chen ,Z.f.(2020).” The influence of presumed fake news influence :examining public support for corporate corrective response ,media literacy interventions,and governmental regulation ,mass communication and society .
- Talwar, S., Dhir, A., shalini, D., Virk, G. S., & Salo, J. (2020). Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis. **Journal of Retailing and Consumer Services**.
- Atiwi, Mohamed. (2019). "faeliat barnamaj tadribiun muqtarah litanmiat alwaey bial'akhbar alzaayifat fi mawaqie altawasul alaijtimaeii waliat muajahatiha: dirasat shibh tajribiatiin", *majalat albuḥuth waldirasat al'ielamiati, almaehad alduwalia aleali lil'ielam Alshuruq*. 10(2).
- Bhaskaran, H., Mishra, H., & Nair, P. (2019). "Journalism Education in Post- Truth Era: Pedagogical Approaches Based on Indian Journalism Students' **Perception of Fake News**. **Journalism & Mass Communication Educator**, 74(2), 158-170.
- Allcott, H., Gentzkow, M., & Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media. **Research & Politics**, 6(2), 2053168019848554
- Clayton, K., Blair, S., Busam, J. A., Forstner, S., Glance, J., Green, G., ... & Sandhu, M. (2019). Real solutions for fake news? Measuring the effectiveness of general warnings and fact-check tags in reducing belief in false stories on social media. *Political Behavior*, .
- Jones-jang ,S.M.,Mortensen,T.and Liu,J, (2019).”Does media literacy help indentification of fake news? Information literacy helps,but other literacies Don't , American Behavioral scientist.
- Colliander, J,(2019).”This is fake news”: investigating the role of conformity to other user” views when commenting on and spreading disinformation in social media ,**computer in human behavior** ,97.
- Kim, A., Moravec, P. L., & Dennis, A. R. (2019). Combating Fake News on Social Media with Source Ratings: The Effects of User and Expert Reputation Ratings. **Journal of Management Information Systems**, 36(3), .
- Wojdyski, B. W., Binford, M. T., & Jefferson, B. N. (2019). "Looks Real, or Really Fake? Warnings, Visual Attention and Detection of False News Articles". **Open Information Science**, 3(1),.
- El Rayess, M., Chebl, C., Mhanna, J., & Hage, R. M. (2018). "Fake news judgement: The case of undergraduate students at Notre Dame University- Louaize, Lebanon". **Reference Services Review**, 46 (1),.
- Tomi pesonen (2018)." The effect of fake news on consumer trust in social media marketing ",**bachelor**'Thesis metropolia university of applied science, pp 1-39,available at <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024>.

- Al-Banna, Hazem; Abul-Magd, Ibrahim. (2017). "fealiat barnamaj tadribiun litanmiat alwaey bimaharat 'iintaj almuhtawaa fi wasayil al'ielam aljadidat laadaa alshabab aljamieii: dirasatan shibh tajribiat fi 'iitar madkhal altarbiat al'ielamiati", majalat buhuth alraay aleami, kuliyat al'ielami, jamieat Alqahirati. 3(1).
- Muhammad Nasr, Hosni. (2003), al'iintirnit wal'ielami, alsahafat al'iiliktruniatu, tal (Amman: dar alfalah llnashr waltawzie).
- Darwish Al-Labban, Sharif. (2005). alsahafat al'iiliktruniat dirasat fi altafaeuliat watismim almawaqiei, tal (Alqahirat: aldaar Almisriat allubnaniati).
- J. Severin, Wiener & W.Tankard ,Jamed (1996)."**Communication Theories:Origins, Methods and Uses in the Mass Media**", (New York: Longman), p.47.
- Alamuddin, Mahmoud. (2005). tiknulujia almaelumat walatissal wamustaqbal sinaeat alsahafati, tal (Alqahirati: dar alsahab llnashr waltawzie).
- ()Kenny, Keith, Gorelik, Alexander and Mulangi, Sam (2000), Interactive Feature of Online Newspapers, **First Monday Journal**, Vol.5,No.1.
- Zamoum, Khaled, Bu Maiza, Al-Saeed. (2007). altafaeuliat fi al'iidhaeat 'ashkaluha wawasayiliha, tunis, silsilat buhuth wadirasat 'iidhaeiat tasdur ean aitihad 'iidhaeat alduwal alearabiati, (61)
- Sadiq, Abbas Mustafa. (2008ma). "al'ielam aljadidi.. almafahim walwasayil waltatbiqati", (Amman: dar Alshuruq).
- Francis, R. J. (2018). "Media educationin The New Media Age: An Investigation Into The Implications Of New Media In Media Literacy Enhancement Among Undergraduates", **phd Thesis**, University of Oxford: UK, 13.
- Gui, M., Fasoli, M., & Carradore, R. (2017). "New Media Well-Being": Developing and Using New Media Tools For Media Literacy Among Undergraduates". **Italian Journal of Sociology of Education**, 9(1), 155-173. doi:10.14658/pupj-ijse-2017-1-8
- Hoffman, M. E. (2016). "Media Literacy And New Media Usage In Higher Education", **MA Thesis**, University of Missouri-Columbia: USA.
- Chu, D.,& Chu, S. (2015). "Media Education Awareness In The Age Of New Media: A Case Study Of Undergraduate Students In Hong Kong". **ASSIST**; 6 (14).
- Schilder, E. A. M. (2015). "Perceptions of Media Literacy Through The Utilization of New Media Among Undergraduate Students: A Mixed Methods Study", **PhD Thesis**, Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia: USA.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The communication review*, 7(1), 5. DOI: 10.1080/10714420490280152
- Festl, R. (2020). Social media literacy & adolescent social online behavior in Germany. *Journal of Children and Media*, 2-3. DOI: 10.1080/17482798.2020.1770110
- Livingstone, S. (2003). The changing nature and uses of media literacy. *Media@LSE electronic working papers* (4). Media@lse, London School of Economics and Political Science, London, UK.7-8.

http://eprints.lse.ac.uk/13476/1/The_changing_nature_and_uses_of_media_literacy.pdf

-Jarwan, Fathi. (2013). taelim altafkiri: mafahim watatbiqatu, ta3,(Amman: dar alfikri).

- Ku, K. Y., Kong, Q., Song, Y., Deng, L., Kang, Y., & Hu, A. (2019). What predicts adolescents' critical thinking about real-life news? The roles of social media news consumption and news media literacy. *Thinking Skills and Creativity*, 33. DOI: 10.1016/j.tsc.2019.05.004

- Ralston, S., Kliestik, T., Rowland, Z., & Vrbka, J. (2018). Are pervasive systems of fake news provision sowing confusion? The role of digital media platforms in the production and consumption of factually dubious content. *Geopolitics, History and International Relations*, 10(2), 31. DOI: 10.22381/GHIR10220183

- Gezmen, B., & İhsan, E. K. E. N. The Role of Media Literacy In Setting Media Awareness: A Study Towards University Students. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(37), 683. <http://hdl.handle.net/11467/3249>

- Turin, O., & Friesem, Y. (2020). Is that media literacy?: Israeli and US media scholars' perceptions of the field. *Journal of Media Literacy Education*, 12(1), 135. DOI:10.23860/JMLE-2020-12-1-10

- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Washington, DC: The Aspen Institute.

- Shana Kaiser (2015). "Social Media": **A Practical Guide for Electoral Management Bodies** . Stockholm International IDEA. P11.

- Chua, A. Y., Cheah, S. M., Goh, D. H. L., & Lim, E. P. (2016, June). Collective Rumor correction on the Death Hoax. In PACIS (p. 178).

D. M. J. Lazer, et al, (2018). The science of fake news. *Science* 359, p.1095.

- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining —fake news! A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2), 137-153.

- Media Literacy Council (2017) **Types of Fake News**, available at: https://www.betterinternet.sg/-/media/Files/Fake-News-wave-5/Types-of-Fake-News_Tipsheet.pdf

- Kerry Gallagher and Larry Magid (2017). **Media Literacy and Fake News& Connect Safely**. available at: <http://bit.ly/2Vkz1An>.

- **Julie Posetti and Alice Matthews (2018). a Short Guide to the History of Fake News and Disinformation: A New ICFJ Learning Module** , International Center for Journalists, **available at: http://bit.ly/2A94JIO**.

-Shaheen, Abdel Basset. (2014). "altafaeuliat ealaa mawaqie alsuhuf al'iilikturniati", ta1, (Alqahirati: dar aleulum lilnashr waltawzie), sa131.

-Hassan, Ahmed. (2015). "altarbiat al'ielamia (mufakir naqd,mtilaqi rashid, muntij faeali", ta1, (Masr: dar almaerifati).

- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Schudson, M. (2018). **The science of fake news**. *Science*, 359(6380), 1094-1096.

- Al-Naqeeb, Iman. (2022). "dawr wasayil al'ielam aljaded fi 'iiksab baed almaharat alhayatiati: dirasat tatbiqiat ealaa almurahiqin min sini (15-17)", risalat dukturah, kuliyat aldirasat aleulya liltufulati, jamieat Ain shams.
- Salem, Doaa. (2016). "dawr shabakat altawasul al'ijtima'ii fi 'iiksab tulaab al'ielam altarbawii maharat altaealum aldhaatii "Self-Learning , almajalat almisriat libuhuth al'ielami, kuliyat al'ielami, jamieat Alqahirati. 54(1).
- Al-Salihi, Abu Bakr. (2020). "dawr maharat altafkiir alnaaqid ladaa tulaab aljamieat almisriat fi dahd al'akhbar alzaayifat eabr wasayil altawasul alaijtimaeii", majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar. 54(1).
- Refaat, Muhammad. (2018). "altaearud liwasayil al'ielam altaqlidii walhadith waealaqatih bialmizaj aleami ladaa alshabab almisrii: dirasatan halatan ealaa aitifaaqiat taeyin alhudud albahriat bayn misr walsaeudiati", almajalat almisriat libuhuth alraay aleami, kuliyat al'ielami, jamieat Alqahirati. 17(2).
- Jamal, Ahmed. (2021). "aliat aljumbur almisrii fi altahaquq min al'akhbar alzaayifat waealaqatih bi'anmatihim altafaeuliat bimawaqie altawasul alaijtimaeii", majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Alqahirati. 59(1).
- Ahmed, Basant. (2018). "dawafie aistikhdam mawaqie altawasul al'ijtima'ii watathiratiha alnafsia walaijtimaeiat ladaa alshabab almisrii", risalat majistir, kuliyat al'ielami, jamieat Alqahira.
- Taha, Muhammad. (2017). "misdaiqiat madamin wasayil 'ielam almuatin eabr mawaqie altawasul alaijtimaeii khilal alaintikhabat alriyasiat 2014 walaintikhabat albarlamaniat 2015: dirasat tahliliati", risalat dukturah, kuliyat al'ielami, jamieat alqahirati.
- Taha, Ahmed. (2016). "dawr almadamin alsiyasiat ealaa mawqie altawasul alaijtimaeii "alfisbuk" fi tanmiat alwaey alsiyasi lilmurahiqa", risalat majistir, kuliyat al'ielami, jamieat alqahirati.
- Said, Hisham. (2015). "tathir aistikhdam tiknulujia shabakat altawasul al'ijtima'ii eabr al'iintirmit ealaa alealaqat alaijtimaeiat lil'usrat almisriati", risalat majistir, kuliyat al'ielami, jamieat Alqahirati.
- Mansour, Hassan. (2019). "tanmiat maharat altarbiat al'ielamiat min khilal shabakat altawasul alaijtimaeii bina'an ealaa alkhibrat altadrisiat li'asatidhat al'ielam fi aljamieat alsaediati", majalat aleulum alaijtimaeiati, jamieat alkuayti. 2(1).
- Hamdi, Mater. (2018). "aetimad alshabab aljamieii ealaa mawaqie altawasul al'ijtima'ii fi altazawud bialmaelumati: dirasatan mushiatan fi jamieat tabuk alsaediati", risalat majistir, kuliyat al'ielami, jamieat Alsharq Al'awsat.
- Salah, Wissam. (2021). "taearad alshabab almisrii lilshaayieat al'iiliktruniat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii waealaqatih bimusharakatihim alsiyasiati", majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhar. 58(1).
- ()Efeosasere Moibi Okoro, Benjamin Abara, Aneyelewa Alan-Ajonye, Zayyad Isa & Alex Umagba,(2019). " Effects Of Human And Human-Machine Fake News Detection Approaches On User Detection Performance", **International Journal of Advanced Research in Computer Science**, Volume 10, No. 1, January-February.

- A.Ross & D.Rivers (2018) Discursive Deflection: Accusation of "Fake News" & The Spread of Mis- & Disinformation in The Tweets of President Trump, **Social Media + Society**, Vol.4 .
- Guess, Andrew, Nyhan, Brendan Reifler, Jason(2018), Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S Presidential Campaign, Dartmouth. Edu. Retrieved February 4, .
- R.Nielsen & L.Graves (2017) "News You Don't Believe": Audience Perspectives On Fake News, **Reuters Institute for the Study of Journalism**, Retrieved from: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/ourresearch/newsyou-dont-believe-audience-perspectives-fake-news>,.
- Bahnasi, Maha. (2019). "aliat mustakhdimi alshabakat alaijtimaeiat fi altahaquq min al'akhbar alzaayifati: dirasatan fi 'iitar madkhal altarbiat alraqamiat wanamudhaj 'adwar aljumphur fi altahaquqi", almajalat almisriat libuhuth al'ielami, kuliyyat al'ielami, jamieat Alqahirati. 68(1).
- A.Schiltzer (2018) ."The Spread of Top Misinformation Articles on Twitter in 2017: Social Bot Influence & Misinformation Trends", **Un Published Master Thesis**, The University of Arizona, p. 5.
- Abdul Aleem, Mustafa.(2021). "dawr almubadarat alraqamiat almutakhasisat fi tanqiat almuhtawaa alsuhufii min al'akhbar alzaayifat eabr minasaat altawasul alaijtimaeii min wijhat nazar alsahafiiyn almisriiyna: dirasatan maydaniatan", majalat albuuhuth al'ielamiati, kuliyyat al'ielami, jamieat Al'azhar. 58(3).
- Al-Saaida, Jihad. (2019). "alshaayieat fi wasayil altawasul alaijtimaeii watathiratiha ealaa al'amn almujtamieii min wijhat nazar talbat kuliyyat al'amirat rahmat aljamieiat", majalat aleulum al'iinsaniati, jamieat Om albawaqi. 2(1).
- Eid, Mona. (2019). "al'akhbar alzaayifat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii hawl almuasasat al'amniat waealaqatiha biaitijahat aljumphur nahwaha: dirasat maydaniati", majalat albuuhuth waldirasat al'ielamiati, almaehad alduwalii aleali lil'ielam Alshuruqi. 9(1).
- Guess, Andrew; Nyhan, Brendan; Reifler, Jason (2018),"Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. **presidential campaign**",Dartmouth.edu. Retrieved February 4, 2018..
- J.Nielsen & H.Tane Ja (2018) The Small, Disloyal Fake News Audience: The Role of Audience Availability in Fake News Consumption, **New Media & Society**, Vol. 20, No. 10.
- Allcott, H., & M. (2017), Social media and fake news in the 2016 election, **Journal of Economic Perspectives**, V.31, No.2.
- Luo, M., Hancock, J. T., & Markowitz, D. M. (2020). Credibility perceptions and detection accuracy of fake news headlines on social media: Effects of truth-bias and endorsement cues. **Communication Research**, 0093650220921321.
- Tcher M(2015), "feeling generated by the use of new media to its users", **paper presented at the Annual meeting association for education in journalism and mass communication** ,Washington .

- T.Lee (2018) ."Perceived Influence of Fake News & Its Consequences", **Master Thesis**, Indiana University.
- Jath Albabi, H. (2019). "taqyim mumarasat mustakhdimi alfis buk liltarbiat al'ielamiat 'iiza' madamin al'ielam alraqamii watharaha ealaa tajsid mafhum almuatinati", almajalat alearabiat libuhuth al'ielam walaitisali, kuliyyat al'ielami, jamieat Al'ahram alkanadiati. 24(1).
- Literat, Ioana (2014) "Measuring New Media Literacies: Towards the Development of a Comprehensive Assessment Tool," **Journal of Media Literacy Education**, 6(1). Available at: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol6/iss1/2>.
- Shun ,Wan & Lam, Eva (2013). What immigrant students can teach us about new media literacy. The Phi Delta Kappan, 94, 4 ,62-65 URL: <https://www.jstor.org/stable/41763739> Accessed: 24-10-2018 08:11 UTC.
- Thein, Amanda Haertling; Oldakowski, Tim; and Sloan, DeAnn Long (2010) "Using Blogs to Teach Strategies for Inquiry into the Construction of Lived and Text Worlds," **Journal of Media Literacy Education**, 2(1). Available at: <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol2/iss1/>.
- Kynaslahti, Heikki, Vesterinen, Olli, Lipponen, Lasse, Vahtivuori, Sanna & Tella, Seppo (2008) Towards Volitional Media Literacy Through Web 2.0, **Educational Technology**. 48, 5, 3-9 URL: <https://www.jstor.org/stable/4442> in Sep 19, 2018.
- Ruiz, Ramierz and Rosell (2014) Media Literacy Education for a New Prosumer Citizenship. **Media Education Research Journal**.43..
- G.Baym (2005) ."The Daily Show: Discursive Integration & The Reinvention of Political Journalism", **Political Communication**, Vol. 22,.
- C.Barton (2019). "Critical Literacy in the Post-Truth Media landscape", **Policy Futures in Education**, Available at: <https://doi.org/10.1177/1478210319831569>, pp. 9-10.
- S.Craft et al. (2017) ."News Media Literacy & Conspiracy Theory Endorsement", **Communication & the Public**, Vol. 2, No. 4, p. 389.

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

Chairman: Prof. Salama Daoud President of Al-Azhar University

Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Deputy Editor-in-chief: Dr. Ahmed Salem

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Mahmoud Abdelaty

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Prof. Fahd Al-Askar

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
(Kingdom of Saudi Arabia)

Prof. Abdullah Al-Kindi

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mustafa Abdel-Hay: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Ahmed Abdo: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Dr. Mohammed Kamel: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editors : Omar Ghonem, Gamal Abogabal, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

● Issue 66 July 2023 - part 3

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.