

تأثير استراتيجيات الحد من عدم اليقين علي مصداقية الأخبار بوسائل الإعلام الرقمية لدى طلبة الجامعات

د. محمود عبد الحليم

الأستاذ المساعد بقسم الإعلام وثقافة الأطفال كلية
الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

د. مروة عبد العزيز محمد عرفة

دكتورة الإعلام – جامعة الزقازيق

ملخص الدراسة

يهدف البحث إلى دراسة تأثير استراتيجيات الحد من عدم اليقين على مصداقية الأخبار التي يستهلكها طلاب الجامعات عبر وسائل الإعلام الرقمية. حيث تركز على التحديات التي يواجهها الطلاب في التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة، وكيفية استخدام استراتيجيات معينة للتحقق من صحة المعلومات وتقليل الشك. تستند الدراسة إلى نظرية الحد من عدم اليقين، والتي تفترض أن الأفراد يسعون لتقليل الشك من خلال البحث عن مصادر إضافية، للتحقق من المصادر. واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقه الميداني، ويتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات في تخصصات الإعلام، حيث تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، طبقت على عينة عشوائية طبقية قوامها 400 مفردة من طلبة الجامعات، موزعة بين الجامعات المصرية والإماراتية. أظهرت النتائج أن 60.8% من الطلاب يعتمدون بشكل كبير على وسائل الإعلام الرقمية، مع تعرض 48.5% منهم للأخبار الزائفة عدة مرات خلال الأشهر الستة الماضية. تبين أن الطلاب يعتمدون بشكل كبير على استراتيجيات سلبية للتحقق من الأخبار، مثل انتظار تغطية من مصادر أخرى أو التحليل الشخصي. في المقابل، أظهرت استراتيجيات التحقق النشطة مثل البحث عن مصادر إضافية وأدوات التحقق الرقمية فعالية أكبر في تقليل الشك وزيادة الثقة في الأخبار.

الكلمات المفتاحية: الحد من عدم اليقين، مصداقية الأخبار بوسائل الإعلام،

الأخبار الزائفة.

مقدمة الدراسة:

في ظل التوسع الهائل في استخدام الجمهور العربي لوسائل الإعلام الرقمية، باتت هذه المنصات مصدرًا رئيسيًا للحصول على الأخبار والمعلومات لمختلف الفئات العمرية، ولا سيما طلبة الجامعات. وقد رافق هذا النمو انتشار واسع للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، مما أدى إلى زيادة حالة عدم اليقين والارتباك لدى الطلبة الجامعيين، بوصفهم من أكثر الفئات استهلاكًا للأخبار عبر الإنترنت، حيث يواجهون تحديات كبيرة في تحديد مصداقية المعلومات التي يتعرضون لها يوميًا.

ومن منطلق أن غياب الاستراتيجيات الفعالة للتحقق من الأخبار الرقمية يزيد من تفاقم هذه المشكلة، حيث يواجه الطلبة تحديات كبيرة في التأكد من صحة الأخبار التي يتعرضون لها يوميًا، ووفقًا لنظرية الحد من عدم اليقين (Uncertainty Reduction Theory)، يسعى الأفراد إلى تقليل حالة الشك وعدم اليقين التي تنشأ عند مواجهتهم لمعلومات غير موثوقة أو متناقضة، وذلك من خلال تبني استراتيجيات معينة تساعدهم في تعزيز فهمهم للأخبار وتحسين إدراكهم لمصداقيتها.

وتأتي هذه الدراسة كاستجابة للتحديات الملحة التي تفرضها المعلومات المضللة في البيئات الرقمية، وتسعى إلى استكشاف تأثير استراتيجيات الحد من عدم اليقين على مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية لدى طلبة الجامعات، من خلال تحليل استراتيجيات مثل التحقق من المصادر، واستخدام أدوات التحقق الرقمي، وتحليل المحتوى، والتي تعزز من إدراك الطلبة لمصداقية الأخبار التي يستهلكونها، وتحسن وعيهم الرقمي.

وتعتبر هذه الدراسة خطوة مهمة نحو إيجاد حلول للتحديات الراهنة التي تواجه وسائل الإعلام الرقمية، وتقدم إسهامًا علميًا يساعد في تعزيز الثقة بوسائل الإعلام وتحسين الوعي الرقمي، مما يجعل الطلبة أكثر قدرة على التمييز بين الأخبار الموثوقة والمضللة.

مشكلة الدراسة:

في ظل التطور التكنولوجي السريع وانتشار وسائل الإعلام الرقمية، تواجه المجتمعات الأكاديمية تحديات جديدة تتعلق بمصداقية المعلومات التي يتم استهلاكها عبر هذه المنصات، ويمكن اعتبار أن طلبة الجامعات من أكثر الفئات اعتمادًا على الإنترنت ووسائل الإعلام الرقمية للحصول على الأخبار، حيث يتعرضون يوميًا لكم هائل من المعلومات التي تتنوع بين الحقائق الدقيقة والمعلومات المضللة، هذا الوضع أدى إلى زيادة حالة عدم اليقين لديهم فيما يتعلق بمصداقية الأخبار التي يتلقونها، وأصبح التمييز بين الحقيقة والمعلومات المضللة مهمة معقدة.

وتتمثل المشكلة الأساسية في أن طلبة الجامعات، على الرغم من توفر الأدوات التقنية والمعلوماتية، يفتقرون في كثير من الأحيان إلى الاستراتيجيات الفعالة مثل استراتيجيات الحد من عدم اليقين (Uncertainty Reduction Strategies) التي تساعدهم في التحقق من الأخبار التي يتعرضون لها يوميًا وتحسين مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية. يعود ذلك إلى عدة عوامل، منها انتشار الأخبار الزائفة، والتداخل بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة، بالإضافة إلى سرعة تدفق المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية الأخرى. هذه البيئة الإعلامية المتغيرة والمتسارعة تزيد من حالة الشك وعدم اليقين، حيث يجد الطلبة أنفسهم في مواجهة معضلة تتمثل في ضرورة الاعتماد على المعلومات التي قد تكون مضللة أو غير دقيقة.

وقد تبلور الإحساس بمشكلة الدراسة من خلال ثلاثة روافد أساسية، يأتي في مقدمتها أولاً: من خلال الملاحظة العلمية لسلك طلبة الجامعات في استهلاكهم للأخبار عبر وسائل الإعلام الرقمية، يتضح أن الطلبة يواجهون صعوبة متزايدة في التمييز بين الأخبار الموثوقة والمضللة، تشير هذه الملاحظة إلى أن العديد من الطلبة يعتمدون بشكل أساسي

على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار، هذا الاعتماد الزائد على مصادر غير موثوقة يؤدي إلى زيادة حالة الشك وعدم اليقين لدى الطلبة. ثانيًا: من خلال إجراء دراسة استطلاعية قوامها 40 مفردة -من غير العينة الأصلية للدراسة- التي أجريت على عينة من طلبة الجامعات، تبين أن نسبة كبيرة من الطلبة يواجهون صعوبات في التحقق من مصداقية الأخبار التي يتعرضون لها يوميًا. ثالثًا: أكدت نتائج العديد من الدراسات السابقة على أهمية تعزيز الوعي الرقمي لدى الطلبة، وتطوير مهارات التحقق من الأخبار باستخدام أدوات رقمية متقدمة، وتشير بعض الدراسات، بما في ذلك دراسة (McGrew, 2017)، إلى أن تعزيز مهارات التحقق من المعلومات والوعي الرقمي يسهم بشكل فعال في تقليل مستويات الشك وزيادة ثقة الطلاب في الأخبار التي يتلقونها.

لذا، تكمن مشكلة الدراسة في ضرورة استكشاف العلاقة بين استراتيجيات الحد من عدم اليقين ومصداقية الأخبار التي يتلقاها طلبة الجامعات عبر وسائل الإعلام الرقمية، وبالتالي يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما هو تأثير استراتيجيات الحد من عدم اليقين علي مصداقية الأخبار بوسائل الإعلام الرقمية لدي طلبة الجامعات؟.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة في سياق التحديات المتزايدة التي تواجه وسائل الإعلام الرقمية، خاصة فيما يتعلق بانتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة. تواجه المجتمعات العربية، بما في ذلك طلبة الجامعات، صعوبة متزايدة في التحقق من مصداقية الأخبار والمعلومات التي يتلقونها يوميًا.

تسهم هذه الدراسة في تعزيز وعي الطلبة بأهمية التحقق من مصادر الأخبار. إذ يعتمد الكثير من الطلبة على وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية دون التأكد من صحة المعلومات. من خلال تزويد الطلبة بالاستراتيجيات والأدوات اللازمة لتقييم مصداقية الأخبار.

تسهم الدراسة في تحديد استراتيجيات فعالة للحد من عدم اليقين، مما يساعد في تعزيز الثقة بوسائل الإعلام الرقمية كمصدر موثوق للمعلومات، هذا الأمر لا يقتصر فقط على الطلبة، بل يمكن أن يمتد إلى المجتمع الأكاديمي بشكل عام.

تقدم هذه الدراسة حلولاً عملية لمواجهة مشكلة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة وبالتالي الثقة في وسائل الإعلام من خلال تحليل وتطبيق استراتيجيات فعالة للتحقق من الأخبار وتقليل الشك، مما يسهم في تقليل انتشار الأخبار المضللة وتحسين مصداقية المحتوى الإعلامي الرقمي.

تأتي أهمية الدراسة أيضاً من كونها تستجيب للتحديات الأكاديمية الراهنة التي تواجه الطلبة في ظل التطور التكنولوجي السريع. يصبح من الضروري تزويد الطلبة بالمعرفة والمهارات التي تمكنهم من التعامل مع هذه المعلومات بشكل أكثر فعالية، وتقليل تأثير الأخبار المضللة.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معالجة مجموعة من الإشكاليات المتعلقة بمصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية من خلال قياس استراتيجيات الحد من عدم اليقين، ويمكن تلخيص هذه الأهداف على النحو التالي:

- رصد معدل متابعة طلبة الجامعات لوسائل الإعلام الرقمية.

- التوصل إلى استراتيجيات الحد من عدم اليقين (تقليل الشك) التي يمكن لطلبة الجامعات اعتمادها عند التعامل مع الأخبار الرقمية. من أجل تحسين إدراك الطلبة لمصداقية الأخبار.
- الوقوف علي كيفية تأثير تطبيق استراتيجيات الحد من عدم اليقين علي مستوى مصداقية طلبة الجامعات للأخبار التي يتلقونها عبر وسائل الإعلام الرقمية.
- كشف العلاقة بين نمط استهلاك طلبة الجامعات للأخبار الرقمية (الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة) وزيادة حالة الشك وعدم اليقين (الثقة بمصادر الأخبار المختلفة).
- قياس مدي وجود فروق علي مقياس استراتيجيات الحد من عدم اليقين التي يعتمدها الطلبة في استخدام وسائل الإعلام الرقمية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية: النوع (ذكور وإناث) ومستوي التعليم (مؤهل جامعي ودراسات عليا) ونوع التعليم (حكومي وخاص) والإقامة (الإمارات ومصر).

الإطار النظري للدراسة:

نظرية تقليل الشك في الإعلام، (Uncertainty Reduction theory).

ترى هذه النظرية أن الأفراد يسعون لتقليل الشك وعدم اليقين عند تفاعلهم مع معلومات أو مواقف غير معروفة. في سياق وسائل الإعلام الرقمية، يعني هذا أن الأفراد (طلبة الجامعات) سيستخدمون استراتيجيات معينة، مثل التحقق من المصدر أو مقارنة الأخبار من مصادر متعددة، للحد من الشك وضمان مصداقية الأخبار التي يتلقونها.

قدّم (1975) Calabrese and Berger الفرض الرئيسي لنظرية تقليل الشك، حيث رأيا أن الأفراد يبحثون عن المعلومات لتقليل الشك والقلق. هذه النظرية مفيدة في دراسة مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والإنترنت، خاصة في بيئات الإعلام الرقمي كبديل للإعلام التقليدي (1975) Berger and Calabrese يشيران إلى أن الأفراد

يسعون لتقليل عدم اليقين عند التفاعل مع الأخبار الرقمية، من خلال خطوات مثل البحث والتحقق. (Sarah Gambo, Bahire Ozad, 2021) وقد يسعى الجمهور لتقليل الشك حول تلك المعلومات من خلال البحث عن مصادر إضافية، التحقق من الحقائق، أو استهلاك وسائل الإعلام متعددة للحصول على رؤية أكثر وضوحاً.

ويمكن تبني عدة فروض رئيسية تتعلق بكيفية تعامل الأفراد مع المعلومات والشبكات الرقمية لتقليل الشكوك وزيادة اليقين. فروض النظرية تشمل:

- الحاجة إلى المعلومات: الأفراد يسعون للحصول على معلومات موثوقة لتقليل الشكوك حول الأخبار، مما يعزز الحاجة لاستخدام وسائل التواصل والمنصات الرقمية (Metzger & Flanagin, 2013).
 - استراتيجيات البحث عن المعلومات: الأفراد يستخدمون التحليل الشخصي والتفكير النقدي للتحقق من المعلومات عبر وسائل متعددة أو التواصل مع وسائل الإعلام لطلب التوضيحات. (Wathen & Burkell, 2002).
 - التقييم المستمر للمصداقية: في البيئة الرقمية، يقوم الأفراد بمراجعة المعلومات باستمرار للتأكد من دقتها. (Flanagin & Metzger, 2007).
 - تأثير القنوات المتعددة: الأفراد يقارنون المعلومات من مصادر مختلفة لتقليل الشكوك الناجمة عن التباين في المعلومات. (Tsfati & Cohen, 2005).
 - التحقق من الحقائق والتدقيق: أدوات التحقق الرقمية تساهم في تعزيز الثقة وتقليل الشكوك حول المعلومات. (Lewandowsky, Ecker, & Cook, 2017).
- تسعى هذه الفروض إلى فهم كيفية تفاعل الأفراد مع الإعلام الرقمي وكيفية إدارتهم للشكوك من خلال استخدام تقنيات واستراتيجيات البحث والتحقق المتاحة في العصر الرقمي.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: التحقق من الأخبار الزائفة والحد من عدم اليقين:

هذا المحور يستعرض مجموعة من الدراسات التي تركز على تقليل الشك والتحقق من الأخبار الزائفة في سياقات مختلفة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، الذكاء الاصطناعي والأخبار المزيفة.

في إطار قياس تأثير التفكير النقدي والمعرفة على التحقق من الأخبار: تناولت دراسات مثل (Kozuh & Caks (2023) وOrhan (2023) تأثير المعرفة الإخبارية والثقة على نية التحقق، بينما ركزت الأخرى على التفكير النقدي ومحو أمية وسائل الإعلام الجديدة كأدوات لاكتشاف الأخبار المزيفة. اتفقت هذه الدراسات على أن التفكير النقدي يلعب دورًا مهمًا في تحسين القدرة على التحقق من المعلومات، ولكنها لم تتناول الفروق الثقافية والاجتماعية وتأثيرها على هذه العلاقة. وفي إطار قياس استراتيجيات تقليل عدم اليقين في سياقات مختلفة: تناولت دراسات مثل Lee & Yang (2024) وMari & Gil de Zúñiga (2021) وManning & Schütze (2012) تطبيق استراتيجيات الحد من عدم اليقين في مجالات مختلفة مثل متابعة صفحات المعجبين على فيسبوك أو استخدام التطبيقات الصحية مثل تتبع كوفيد-19. وقد ركزت الدراسات على التأثيرات الإيجابية لهذه الاستراتيجيات في تقليل الشك وتحسين تفاعل المستخدمين، ولكنها لم تستكشف التأثيرات طويلة الأمد على الثقة في المعلومات. وفي إطار قياس التفاعل مع الأخبار وتجنب عدم اليقين: تناولت دراسات مثل Mari (2021) وOrhan (2023) تحليل تأثير تجنب عدم اليقين على زيادة معتقدات المؤامرة والتفاعل مع الأخبار المزيفة. وقد توصلت النتائج إلى أن استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي النشطة يمكن أن يخفف من هذه التأثيرات السلبية، بينما التفكير النقدي ومحو أمية وسائل الإعلام الجديدة يُعتبران عوامل مؤثرة في اكتشاف الأخبار الزائفة. ومع ذلك، كان من الممكن توسيع التحليل ليشمل تأثيرات الثقافات المختلفة وخصائص الأفراد الاجتماعية والاقتصادية. وفي إطار قياس التحقق والشفافية في الذكاء الاصطناعي: تناولت دراسات مثل Liu (2021) و Snyder & Crowson (2010) تأثير الشفافية ويقيم المصدر في تقليل عدم اليقين وزيادة الثقة. وتوصلت النتائج إلى أن الشفافية تؤثر إيجابياً على التفاعل مع تقنيات الذكاء الاصطناعي، لكنها أشارت إلى اختلاف التأثيرات بناءً على نوع التكنولوجيا المستخدمة، مما يستدعي تقديم توصيات أكثر تفصيلاً حول كيفية تحسين الشفافية في هذه التطبيقات.

المحور الثاني: مصداقية وسائل الإعلام الرقمية:

تناولت الدراسات في هذا المحور تأثير مصداقية المصدر على تقييم المعلومات عبر الإنترنت، وركزت على كيفية تحسين استراتيجيات التواصل والمصداقية في البيئات الرقمية. في إطار قياس تقييم مصداقية المعلومات وتأثير التحديثات: تناولت دراسات مثل Metzger & Flanagin (2013) و W (2014) و esterman et al. كيفية تقييم المستخدمين لمصداقية المعلومات عبر الإنترنت. وتوصلت النتائج إلى أن المستخدمين يعتمدون بشكل كبير على مصداقية المصدر وتحديثات النظام في تحديد مدى صحة المعلومات. بالرغم من التغطية الشاملة، كان يمكن للدراسات تقديم توصيات محددة حول تحسين هذه التقييمات عبر منصات متعددة. وفي إطار قياس تأثير التخصيص الشخصي وقرائن التصديق: تناولت دراسات مثل Brown-Devlin et al. (2022) و Luo & Markowitz (2022) تأثير التخصيص الخوارزمي والقرائن على إدراك مصداقية الأخبار. وتوصلت النتائج إلى أن تخصيص الرسائل وقرائن التصديق يمكن

أن يؤثر بشكل كبير على تصديق المستخدمين للمعلومات. ومع ذلك، ركزت الدراسات على تأثيرات محددة دون توسيع النطاق ليشمل أنواعًا مختلفة من الرسائل والمصادر، مما قد يوفر رؤى أعمق حول التفاعل مع المعلومات عبر منصات متعددة. وفي إطار قياس تأثير الثقة ومصداقية المصدر: تناولت دراسات مثل (Xiao & Chao & Yu (2024) و (Su (2022) تأثير مصداقية المصدر على مشاركة وتصحيح المعلومات وكيفية تأثير الثقة العمياء على معتقدات المؤامرة. وتوصلت النتائج إلى أن الثقة ومصداقية المصدر تؤثر بشكل كبير على كيفية تعامل الأفراد مع المعلومات، لكن النتائج كانت محدودة بغياب التحليل للعوامل الأخرى مثل السياق الاجتماعي ومصدر المعلومات، مما قد يضيف بُعدًا إضافيًا لفهم هذه الظاهرة. وفي إطار قياس الأخبار الزائفة وثقة الجمهور: تناولت دراسات مثل أحمد عبد الرحمن (2023)، وفاطمة السعيد (2022) تأثير الأخبار الزائفة على الثقة في وسائل الإعلام وتحليل الآثار النفسية والاجتماعية. وتوصلت النتائج إلى أن الأخبار الزائفة تؤدي إلى تآكل الثقة وتزيد من حالة الشك، مما يستدعي ضرورة تعزيز استراتيجيات التصحيح لتحسين مصداقية وسائل الإعلام الرقمية. إلا أن النتائج كانت محدودة بسبب عدم تناول تأثير نوعية الأخبار والسياق الاجتماعي للمستخدمين. وفي إطار قياس دور الخبرة والمصداقية في تقييم المعلومات: تناولت دراسات مثل (Meinert & Krämer (2022) و (Bhattacharjee (2022) تأثير الخبرة ومصداقية المدققين على تصديق المعلومات واتخاذ القرارات. وتوصلت النتائج إلى أن الخبرة يمكن أن تساهم في تحسين تقييم المعلومات وتقليل الجهد المبذول، لكن التحليل كان محدودًا بالنظر في عوامل أخرى مثل جودة المعلومات والتنوع في المصادر.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تشير المقارنات إلى أن الدراسات التي تركز على مصداقية المصدر وتخصيص الرسائل تتقارب في أهدافها ولكنها تختلف في تفاصيل النتائج والتأثيرات المحددة. بالإضافة إلى ذلك، هناك اهتمام مشترك في كيفية تأثير الثقة في المعلومات على تصديق المعلومات الخاطئة، لكن الطرق والمقاييس المستخدمة قد تختلف، يمكن أن يوفر فهم هذه الاختلافات رؤى أعمق حول كيفية تحسين استراتيجيات التواصل والمصداقية في البيئات الرقمية. وتوضح هذه الدراسات أهمية استراتيجيات الحد من عدم اليقين ومصداقية المصادر في التأثير على تفاعل الأفراد مع الأخبار الرقمية. ومع ذلك، كان من الممكن توسيع الدراسات لتشمل التأثيرات الثقافية والاجتماعية وتحليل التأثيرات طويلة الأمد على الثقة والتفاعل مع الأخبار.

وقد اختلفت العينات بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وطلاب الجامعات، مما يعكس تأثيرات ثقافية واجتماعية متنوعة على النتائج. على سبيل المثال، أظهرت دراسة Orhan (2023) باستخدام عينة طلاب الجامعات نتائج تختلف عن دراسة Mari & Gil de Zúñiga (2021) التي اعتمدت على عينة أكثر تنوعًا. بينما نجد بعض الدراسات قد استخدمت في منهجية الدراسة الأساليب التجريبية مثل Liu (2021) لاختبار تأثير الشفافية، بينما اعتمدت أخرى مثل Westerman et al. (2014) على استبيانات، مما أثار على نطاق البيانات والتحكم في المتغيرات. وقد توصلت الدراسات إلى أهمية التفكير النقدي في مواجهة الأخبار الزائفة، مثل Kozuh (2023) & Caks، بينما أكدت دراسات أخرى مثل Ahmed Abdul Rahman (2023) على تأثير الأخبار الزائفة في تآكل الثقة، مشيرةً إلى أهمية استراتيجيات التصحيح، لكن النتائج كانت محدودة بالتأثيرات الثقافية والاجتماعية.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى استكشاف مجموعة من التساؤلات المهمة التي تتناول طبيعة العلاقة بين استراتيجيات الحد من عدم اليقين ومصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية لدى طلبة الجامعات. وفيما يلي عرض للتساؤلات التي تسعى الدراسة للإجابة عنها:

- ما معدل متابعة طلبة الجامعات لوسائل الإعلام الرقمية؟
- ما الاستراتيجيات التي يتبعها طلبة الجامعات في التحقق من مصداقية الأخبار على وسائل الإعلام الرقمية؟
- كم عدد مرات تعرض طلبة الجامعات للأخبار الزائفة خلال الأشهر الستة الماضية؟
- ما تقييم طلبة الجامعات لمصداقية وسائل الإعلام الرقمية التي تنشر الأخبار الزائفة؟
- ما العلاقة بين استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين ومستوى الثقة الذي يتمتع به طلبة الجامعات تجاه الأخبار التي يتلقونها من وسائل الإعلام الرقمية؟
- ما مدى تأثير استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين بشكل إيجابي على قدرة طلبة الجامعات على تقييم مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية؟

متغيرات الدراسة:

في هذه الدراسة، يتم التركيز على مجموعة من المتغيرات التي تؤدي دورًا مهمًا في استكشاف العلاقة بين استراتيجيات الحد من عدم اليقين ومصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية لدى طلبة الجامعات.

المتغير المستقل: تشمل استراتيجيات التحقق من الأخبار التي يعتمد عليها الطلبة لتقليل حالة الشك، واليقين حول مصداقية الأخبار.

المتغير التابع: يتمثل في قياس مدى ثقة ومصداقية الطلبة في الأخبار التي يتعرضون لها عبر وسائل الإعلام الرقمية.

المتغيرات الوسيطة: تشمل المتغيرات الديموغرافية عوامل مثل: النوع (ذكور وإناث) ومستوي التعليم (مؤهل جامعي ودراسات عليا) ونوع التعليم (حكومي وخاص) والإقامة (الإمارات ومصر).

فروض الدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من الفروض التي تسعى إلى اختبار العلاقة بين استراتيجيات الحد من عدم اليقين ومصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية لدى طلبة الجامعات. وفيما يلي صياغة علمية للفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين ومستوى الثقة الذي يتمتع به طلبة الجامعات تجاه الأخبار التي يتلقونها من وسائل الإعلام الرقمية.

الفرض الثاني: يؤثر استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين بشكل إيجابي على قدرة طلبة الجامعات على تقييم مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية.

الفرض الثالث: يؤثر التعرض المتكرر للأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الرقمية سلباً على ثقة طلبة الجامعات في الأخبار بشكل عام.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استراتيجيات الحد من عدم اليقين التي يعتمدها الطلبة في استخدام وسائل الإعلام الرقمية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية: النوع (ذكور وإناث) ومستوي التعليم (مؤهل جامعي ودراسات عليا) ونوع التعليم (حكومي وخاص) والإقامة (الإمارات ومصر).

الإجراءات المنهجية للدراسة:

(أ): نوع ومنهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على البحوث الوصفية التي تهدف إلى وصف الظواهر وتحليلها دون التدخل في الظروف المحيطة بها. يُعد هذا النوع من البحوث مناسباً للدراسة التي تهدف إلى استكشاف تأثير استراتيجيات الحد من عدم اليقين على مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية لدى طلبة الجامعات، حيث يُركّز البحث على تحليل الظواهر الموجودة وفهم العلاقات بينها دون التأثير على مجرياتها.

أما منهج الدراسة، فقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي بشقه الميداني، وهو منهج يتيح جمع البيانات من عينة كبيرة من الأفراد بهدف دراسة آرائهم، مواقفهم، أو سلوكياتهم المتعلقة بمشكلة الدراسة.

(ب): مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من طلبة الجامعات في تخصصات الإعلام في كل من جمهورية مصر العربية ودولة الإمارات العربية المتحدة، حيث يمثل هؤلاء الطلبة فئة كبيرة من مستخدمي وسائل الإعلام الرقمية للاطلاع على الأخبار والمعلومات اليومية. مما يجعلهم أكثر عرضة للتعرض للأخبار المضللة ويزيد من أهمية دراسة استراتيجياتهم في الحد من عدم اليقين.

تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية طبقية لضمان تمثيل متوازن لطلبة الجامعات في التخصصات الإعلامية. تشمل العينة 400 مفردة من طلبة الجامعات، موزعة بين الجامعات المصرية والإماراتية، وذلك لضمان التنوع في الخلفيات الثقافية والتعليمية.

(ج): أدوات جمع بيانات الدراسة:

في هذه الدراسة، تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، نظرًا لكونها أداة فعّالة وشائعة في البحوث الوصفية والمسحية، خصوصًا في الأبحاث التي تهدف إلى دراسة الآراء والسلوكيات.

(د): صدق وثبات أدوات جمع البيانات:

لضمان موثوقية النتائج التي سيتم التوصل إليها من خلال هذه الدراسة، تم اتخاذ عدة خطوات للتحقق من صدق وثبات أدوات جمع البيانات، وخاصة استمارة الاستبيان. تتمثل أهمية الصدق والثبات في التأكد من أن الأداة تقيس ما وُضعت لقياسه بشكل دقيق ومكرر، مما يعزز من موثوقية البيانات التي يتم جمعها.

أولاً: صدق أدوات جمع البيانات: الصدق الظاهري (Face Validity): تم عرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء الأكاديميين في مجالات الإعلام والاتصال للتحقق من مدى ملاءمته لقياس تأثير استراتيجيات الحد من عدم اليقين على مصداقية الأخبار. تم إجراء تعديلات بناءً على ملاحظاتهم، مما عزز من توافق الأسئلة مع أهداف الدراسة وفروضها. كما اعتمدت الدراسة علي **الصدق المنطقي (صدق المحتوى):** في بناء مقاييس الإستبيان، واشتقت بعض عبارات المقياس من بعض المقاييس الخاصة بالدراسات السابقة منها: (Lee & Yang (2024) و (Mari & Gil de Zúñiga (2021) و (Orhan (2023).

ثانياً: ثبات أدوات جمع البيانات: الثبات الداخلي (Internal Consistency): تم حساب معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) للتحقق من الثبات الداخلي للاستبيان، وذلك لقياس مدى اتساق استجابات طلبة الجامعات على الأسئلة المتعلقة بمحور معين. وقد بلغ مقياس معدل متابعة وسائل الإعلام الرقمية

(0.822)، ومقياس استراتيجيات التحقق من مصداقية الأخبار على وسائل الإعلام الرقمية (0.764)، ومقياس تأثير الأخبار الزائفة على الثقة في وسائل الإعلام الرقمية (0.879)، ومقياس تقييم مصداقية وسائل الإعلام الرقمية التي تنشر الأخبار الزائفة (0.811)، ويُعتبر قيم معامل ألفا كرونباخ دليلاً على مستوى عالٍ من الثبات الداخلي.

المعالجة الإحصائية:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تم تحليلها باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS، وذلك بتطبيق المعاملات الإحصائية التالية: التكرارات البسيطة والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري واختبار كاي² لجداول الاقتران ومعامل التوافق ومعامل الإنحدار ومعامل ارتباط بيرسون واختبار (ت) للمجموعات المستقلة.

نتائج الدراسة:

1. مستويات استخدام طلبة الإعلام بالجامعات لوسائل الإعلام الرقمية:

جدول رقم (1)

مستويات استخدام طلبة الإعلام بالجامعات لوسائل الإعلام الرقمية وفقاً للإقامة

الإقامة		طلبة الجامعات بالإمارات		طلبة الجامعات بمصر		الإجمالي	
المستوى		ك	%	ك	%	ك	%
مستوي مرتفع		106	72.6	137	53.9	243	60.8
مستوي متوسط		37	25.3	107	42.1	144	36
مستوي منخفض		3	2.1	10	3.9	13	3.3
الإجمالي		146	100	254	100	400	100

قيمة كاي²=13.582 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية=0.001 الدلالة = 0.01 معامل التوافق=0.181

تشير نتائج الجدول السابق إلي: أن 60.8% من طلبة الإعلام بالجامعات يستخدمون وسائل الإعلام الرقمية بمستوي (مرتفع)، ويستخدمها 36% منهم بمستوي (متوسط)، وأخيراً يستخدمها 3.3% منهم بمستوي (منخفض).

بحساب قيمة χ^2 بلغت (13.582) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة 0.01. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين طلبة الإعلام بالجامعات (الإماراتية، والمصرية) ومستويات استخدامهم لوسائل الإعلام الرقمية.

2. عدد مرات تعرض طلبة الإعلام للأخبار الزائفة خلال الأشهر الستة الماضية:

جدول رقم (2)

عدد مرات تعرض طلبة الإعلام للأخبار الزائفة خلال الأشهر الستة الماضية وفقاً للإقامة

الإجمالي		طلبة الجامعات بمصر		طلبة الجامعات		الإقامة / المستوى
%	ك	%	ك	%	ك	
48.5	194	42.5	108	58.9	86	من 2-5 مرات
43	172	44.9	114	39.7	58	أكثر من 5 مرات
8.5	34	12.6	32	1.4	2	مرة واحدة
100.0	400	100.0	254	100.0	146	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 19.456$ درجة الحرية = 2 مستوي المعنوية = 0.000 الدلالة = 0.001 معامل التوافق = 0.215

تشير نتائج الجدول السابق إلي: أن 48.5% من طلبة الإعلام بالجامعات قد تعرضوا للأخبار الزائفة خلال الأشهر الستة الماضية (من 2-5 مرات)، وتعرض 43% منهم (أكثر من 5 مرات)، وأخيراً تعرض 8.5% منهم (مرة واحدة).

بحساب قيمة χ^2 بلغت (19.456) عند درجة حرية = (2)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوي دلالة 0.001. ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائياً بين طلبة

الإعلام بالجامعات (الإماراتية، والمصرية) عدد مرات تعرض طلبة الإعلام للأخبار الزائفة خلال الأشهر الستة الماضية.

3. الاستراتيجيات التي يتبعها طلبة الإعلام للتحقق من مصداقية الأخبار على وسائل الإعلام الرقمية:

جدول رقم (3)

الاستراتيجيات التي يتبعها طلبة الإعلام للتحقق من مصداقية الأخبار على وسائل الإعلام الرقمية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		غير موافق		الاستجابة	عبارات المقياس
			%	ك	%	ك	%	ك		
الإستراتيجية السلبية بمتوسط حسابي = 2.6										
94.6	0.432	2.84	86.3	345	11.3	45	2.5	10	انتظر تغطية الأخبار من مصادر مختلفة للتأكد من	
86.9	0.556	2.61	64.3	257	32.3	129	3.5	14	أعتمد على التحليل الشخصي والتفكيري النقدي من منظور محايد لتحديد مصداقية الأخبار	
82.4	0.664	2.47	56.8	227	33.8	135	9.5	38	اعتمد علي وسائل الإعلام التقليدية في التحقق من صحة الأخبار.	
الإستراتيجية النشطة بمتوسط حسابي = 2.7										
91.6	0.538	2.75	79.8	319	15.3	61	5.0	20	أقوم بالبحث عن مصادر إضافية للتحقق من صحة الأخبار التي أقرأها. والاطلاع على تقارير	
88.8	0.524	2.66	68.8	275	28.8	115	2.5	10	أجد أن التحقق النشط من الأخبار يساعدني في تقليل عدم اليقين. يتضمن ذلك تتبع الأخبار بصورة متعمقة والتحقق من المصادر، ومطابقة	
86.4	0.634	2.59	67.3	269	24.8	99	8.0	32	أستخدم أدوات متنوعة للتحقق من صحة الأخبار (عبر محركات البحث الموثوقة، الرجوع إلى مواقع موثوقة متخصصة مثل "Snopes"	

الوزن النسبي	الإختراف المعياري	الموسط الحسابي	موافق		محايد		غير موافق		الاستجابة	عبارات المقياس
			%	ك	%	ك	%	ك		
الإستراتيجية التفاعلية بمتوسط حسابي = 2.3										
80.3	0.730	2.41	55.3	221	30.3	121	14.5	58	أعتمد على آراء أصدقائي وعائلتي وأسائرتي في تقييم صحة الأخبار.	
74.0	0.783	2.22	44.0	176	34.0	136	22.0	88	سبق لي أن تواصلت مع وسيلة إعلامية لطلب التوضيح أو المزيد من المعلومات حول خبر معين.	
73.8	0.784	2.22	43.8	175	34.0	136	22.3	89	أشارك في النقاشات عبر الإنترنت حول الأخبار التي أقرأها.	
400			الإجمالي							

يوضح الجدول رقم (4) الاستراتيجيات السلبية التي يتبعها طلبة الإعلام للتحقق من مصداقية الأخبار، حيث جاء (أنتظر تغطية الأخبار من مصادر مختلفة للتأكد من دقة المعلومات) في المرتبة الأولى للإستراتيجية السلبية بوزن نسبي 94.6%، وجاءت (أعتمد على التحليل الشخصي والتفكيري النقدي من منظور محايد لتحديد مصداقية الأخبار) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 86.9%، وأخيراً جاءت (اعتمد علي وسائل الإعلام التقليدية في التحقق من صحة الأخبار) بوزن نسبي 82.4%.

ويوضح الجدول الاستراتيجيات النشطة التي يتبعها طلبة الإعلام للتحقق من مصداقية الأخبار، حيث جاء (أقوم بالبحث عن مصادر إضافية للتحقق من صحة الأخبار التي أقرأها. والاطلاع على تقارير من وسائل إعلام متعددة) في المرتبة الأولى للإستراتيجية النشطة بوزن نسبي 91.6%، وجاءت (أجد أن التحقق النشط من الأخبار يساعدني في تقليل عدم اليقين. يتضمن ذلك تتبع الأخبار بصورة متعمقة والتحقق من المصادر، ومطابقة المعلومات، والتأكد من دقة البيانات قبل قبولها أو مشاركتها) في المرتبة الثانية

بوزن نسبي 88.8%، وأخيراً جاءت (أستخدم أدوات متنوعة للتحقق من صحة الأخبار عبر محركات البحث الموثوقة، الرجوع إلى مواقع موثوقة متخصصة مثل "Snopes" و "FactCheck.org"، التواصل مع الخبراء للحصول على رأي متخصص، إلخ) بوزن نسبي 86.4%.

ويوضح الجدول الاستراتيجيات التفاعلية التي يتبعها طلبة الإعلام للتحقق من مصداقية الأخبار، حيث جاء (أعتمد على آراء أصدقائي وعائلي وأساتذتي في تقييم صحة الأخبار) في المرتبة الأولى للاستراتيجية التفاعلية بوزن نسبي 80.3%، وجاءت (سبق لي أن تواصلت مع وسيلة إعلامية لطلب التوضيح أو المزيد من المعلومات حول خبر معين) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 74%، وأخيراً جاءت (أشارك في النقاشات عبر الإنترنت حول الأخبار التي أقرأها) بوزن نسبي 73.8%.

وقد توصلت نتائج السؤال المفتوح عن الوسائل والأساليب التي يعتمد عليها طلبة الجامعات للتحقق من الأخبار هي: استخدام مواقع التحقق من الوقائع مثل Snopes، FactCheck.org، PolitiFact، واستخدام أدوات مثل Google Reverse Image Search للتحقق من صحة الصور المرفقة بالأخبار. واستخدام أدوات للتحقق من صحة الفيديو مثل InVID و Amnesty YouTube DataViewer. والتحقق من الخبر في عدة مواقع إخبارية مختلفة لمعرفة مدى توافق التقارير. والانتباه إلى التفاصيل الدقيقة في الخبر مثل التحقق من توقيت نشر الخبر ومقارنته بتوقيت الأحداث والأماكن والأسماء. وتحليل اللغة وذلك باعتبار الأخبار الزائفة تميل لاستخدام لغة مثيرة وعاطفية لجذب الانتباه، بينما الأخبار الحقيقية غالبًا ما تكون مكتوبة بلغة موضوعية ومحيدة.

4. تأثير الأخبار الزائفة على ثقة طلبة الإعلام في وسائل الإعلام الرقمية:

جدول رقم (5)

تأثير الأخبار الزائفة على ثقة طلبة الإعلام في وسائل الإعلام الرقمية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		غير موافق		الاستجابة	عبارات المقياس
			%	ك	%	ك	%	ك		
89.6	0.596	2.69	75.8	303	17.3	69	7.0	28	أبحث عن مصادر موثوقة ومعروفة لتلقي الأخبار	
87.6	0.552	2.63	66.3	265	30.3	121	3.5	14	تجعلني أكثر حذرًا عند مشاركة الأخبار مع الآخرين	
77.6	0.776	2.33	51.8	207	29.3	117	19.0	76	أعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تستجيب بسرعة عند اكتشاف أخبار زائفة وتنتشر التصحيحات بفعالية	
77.4	0.663	2.32	43.3	173	45.8	183	11.0	44	أشكك في صحة الأخبار التي أقرأها عبر وسائل الإعلام الرقمية	
73.3	0.722	2.20	38.0	152	44.0	176	18.0	72	وسائل الإعلام الرقمية تقدم أخبارًا دقيقة وموثوقة وغير متحيزة	
66.6	0.790	2.00	31.0	124	37.8	151	31.3	125	أعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تتبع معايير مهنية صارمة في نشر الأخبار	
400			الإجمالي							

يوضح الجدول رقم (5) تأثير الأخبار الزائفة على ثقة طلبة الإعلام في وسائل الإعلام الرقمية حيث جاء (أبحث عن مصادر موثوقة ومعروفة لتلقي الأخبار) في المرتبة الأولى بوزن نسبي 89.6%، وجاءت (تجعلني أكثر حذرًا عند مشاركة الأخبار مع الآخرين) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 87.6%، وجاءت (أعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تستجيب بسرعة عند اكتشاف أخبار زائفة وتنتشر التصحيحات بفعالية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي

77.6%، وجاءت (أشكك في صحة الأخبار التي أقرأها عبر وسائل الإعلام الرقمية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 77.4%، وأخيراً جاءت (أعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تتبع معايير مهنية صارمة في نشر الأخبار) بوزن نسبي 66.6%.

5. تقييم طلبة الإعلام لمصداقية وسائل الإعلام الرقمية التي تنشر الأخبار الزائفة:

جدول رقم (6)

تقييم طلبة الإعلام لمصداقية وسائل الإعلام الرقمية التي تنشر الأخبار الزائفة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق		محايد		غير موافق		الاستجابة
			%	ك	%	ك	%	ك	
90.4	0.480	2.71	72.5	290	26.3	105	1.3	5	الأخبار الزائفة تجعلني أعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تفتقر إلى المسؤولية في تقديم المعلومات
89.9	0.526	2.70	73.0	292	23.8	95	3.3	13	الأخبار الزائفة تجعلني أشك في دقة وموضوعية الأرقام والإحصائيات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمية
89.5	0.584	2.69	74.8	299	19.0	76	6.3	25	أرى أن وسائل الإعلام الرقمية التي تتورط في نشر الأخبار الزائفة لا تلتزم بالمعايير المهنية
88.8	0.519	2.66	68.5	274	29.3	117	2.3	9	الأخبار الزائفة تجعلني أقل احتمالية لمشاركة الأخبار من وسائل الإعلام الرقمية
88.4	0.590	2.65	71.3	285	22.8	91	6.0	24	أعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية التي تتضمن أخباراً زائفة تفقد نزاهتها وسمعتها وتوازنها في التغطية الإخبارية
400			الإجمالي						

يوضح الجدول رقم (6) تقييم طلبة الإعلام لمصداقية وسائل الإعلام الرقمية التي تنشر الأخبار الزائفة حيث جاء (الأخبار الزائفة تجعلني أعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية تفتقر

إلى المسؤولية في تقديم المعلومات) في المرتبة الأولى بوزن نسبي 90.4%، وجاءت (الأخبار الزائفة تجعلني أشك في دقة وموضوعية الأرقام والإحصائيات المنشورة على وسائل الإعلام الرقمية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي 89.9%، وجاءت (أرى أن وسائل الإعلام الرقمية التي تتورط في نشر الأخبار الزائفة لا تلتزم بالمعايير المهنية) في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 89.5%، وجاءت (الأخبار الزائفة تجعلني أقل احتمالية لمشاركة الأخبار من وسائل الإعلام الرقمية) في المرتبة الرابعة بوزن نسبي 88.8%، وأخيراً جاءت (أعتقد أن وسائل الإعلام الرقمية التي تتضمن أخبارًا زائفة تفقد نزاهتها وسمعتها وتوازنها في التغطية الإخبارية) بوزن نسبي 88.4%.

نتائج اختبار صحة الفروض:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين ومستوى الثقة الذي يتمتع به طلبة الجامعات تجاه الأخبار التي يتلقونها من وسائل الإعلام الرقمية.

جدول (7) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين ومستوى الثقة الذي يتمتع به طلبة الجامعات تجاه الأخبار التي يتلقونها من وسائل الإعلام الرقمية

مستوى الثقة الذي يتمتع به طلبة الجامعات تجاه الأخبار					المتغيرات
الدلالة	مستوي المعنوية	القوة	الاتجاه	معامل الارتباط	
0.001	0.000	قوية	طرديّة	**0.751	الإستراتيجية السلبية
0.001	0.000	قوية	طرديّة	**0.763	الإستراتيجية النشطة
0.001	0.000	قوية	طرديّة	**0.830	الإستراتيجية التفاعلية
0.001	0.000	متوسطة	طرديّة	**0.417	إجمالي استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين

يشير الجدول رقم (7) إلى وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين ومستوى الثقة الذي يتمتع به طلبة الجامعات تجاه الأخبار التي يتلقونها من وسائل الإعلام الرقمية حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (0.417) وهي قيمة دالة عند مستوى دلالة 0.001.

الفرض الثاني: يؤثر استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين بشكل إيجابي على قدرة طلبة الجامعات على تقييم مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية.

جدول رقم (8)

نتائج اختبار الانحدار لاختبار تأثير استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين بشكل إيجابي على قدرة طلبة الجامعات على تقييم مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية، تم تقدير علاقة الانحدار الخطية Linear Regression بطريقة Enter

مستوى المعنوية Sig.	قيمة T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		المتغيرات
		B	Std. error	B	
0.000	7.335		0.870	6.379	(Constant)
0.000	9.313	0.423	0.105	0.978	الإستراتيجية السلبية
0.000	4.059	0.199	0.091	0.368	الإستراتيجية النشطة
0.000	7.925	0.369	0.064	0.510	الإستراتيجية التفاعلية
0.000	4.846	0.449	0.069	0.335	إجمالي مقياس الإستراتيجيات

أشارت النتائج إلى أن قيمة معامل الارتباط المتعدد Multi- Correlation (R) بين المتغيرات السابقة هي 0.474^a، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05

أشارت نتائج معادلة الانحدار إلى أن متغير(استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين) يؤثر على قدرة طلبة الجامعات على تقييم مصداقية الأخبار في وسائل الإعلام الرقمية، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05.

الفرض الثالث: يؤثر التعرض المتكرر للأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الرقمية سلباً على ثقة طلبة الجامعات في الأخبار بشكل عام.

جدول رقم (9) نتائج اختبار الانحدار لاختبار تأثير التعرض المتكرر للأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الرقمية سلباً على ثقة طلبة الجامعات في الأخبار بشكل عام، تم تقدير

علاقة الانحدار الخطية Linear Regression بطريقة Enter

مستوى المعنوية Sig.	قيمة T	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		المتغيرات
		B	Std. error	B	
0.000	32.542		0.385	12.515	(Constant)
0.016	2.408	0.120	0.158	0.381	التعرض المتكرر للأخبار الزائفة في وسائل الإعلام

أشارت النتائج إلى أن قيمة معامل الارتباط المتعدد (R) Multi- Correlation بين المتغيرات السابقة هي 120.0^a، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05 أشارت نتائج معادلة الانحدار إلى أن متغير(التعرض المتكرر للأخبار الزائفة في وسائل الإعلام) يؤثر سلباً على ثقة طلبة الجامعات في الأخبار بشكل عام، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05.

الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس استراتيجيات الحد من عدم اليقين التي يعتمدها الطلبة في استخدام وسائل

الإعلام الرقمية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية: النوع (ذكور وإناث) ومستوي التعليم (مؤهل جامعي ودراسات عليا) ونوع التعليم (حكومي وخاص) والإقامة (الإمارات ومصر). تم استخدام اختبار (T.Test) لقياس الفروق بين متوسطات درجات الباحثين محل الدراسة علي مقياس استراتيجيات الحد من عدم اليقين التي يعتمدها الطلبة في استخدام وسائل الإعلام الرقمية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية: النوع (ذكور وإناث) ومستوي التعليم (مؤهل جامعي ودراسات عليا) ونوع التعليم (حكومي وخاص) والإقامة (الإمارات ومصر).

جدول رقم (10) نتائج اختبار (T.Test) لقياس دلالة الفروق بين متوسطات درجات طلبة الجامعات علي مقياس استراتيجيات الحد من عدم اليقين التي يعتمدونها في استخدام وسائل الإعلام الرقمية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

الدلالة	المعنوية	قيمة (ت)	ع	م	العدد	المتغيرات	
0.01	0.002	3.136	2.908	23.44	135	ذكور	النوع
			3.199	22.42	265	إناث	
0.01	0.009	2.609	2.848	23.24	170	مؤهل جامعي	مستوي التعليم
			3.300	22.41	230	دراسات عليا	
0.01	0.001	3.478	3.296	22.39	270	حكومي	نوع التعليم
			2.630	23.54	130	خاص	
0.05	0.019	2.352	2.970	23.25	146	الإمارات	الإقامة
			3.204	22.48	254	مصر	

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس استراتيجيات الحد من عدم اليقين التي يعتمدها الطلبة في استخدام وسائل الإعلام الرقمية عند مستوي معنوية 0.01، وفقاً لنوع لصالح الذكور.

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس استراتيجيات الحد من عدم اليقين التي يعتمدها الطلبة في استخدام وسائل الإعلام الرقمية عند مستوي معنوية 0.01، وفقاً لمستوي التعليم لصالح المؤهل الجامعي.

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس استراتيجيات الحد من عدم اليقين التي يعتمدها الطلبة في استخدام وسائل الإعلام الرقمية عند مستوي معنوية 0.01، وفقاً لنوع التعليم لصالح التعليم الخاص.

تشير نتائج تطبيق اختبار "ت": إلى وجود فروق بين متوسطات المبحوثين محل الدراسة علي مقياس استراتيجيات الحد من عدم اليقين التي يعتمدها الطلبة في استخدام وسائل الإعلام الرقمية عند مستوي معنوية 0.05، وفقاً للإقامة لصالح طلبة الجامعات بالإمارات.

خاتمة الدراسة ومناقشة النتائج:

تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن 60.8% من طلبة الإعلام يستخدمون وسائل الإعلام الرقمية بمستوى مرتفع، مما يعكس اعتماداً كبيراً على هذه الوسائل كمصدر رئيسي للأخبار. وجدت دراسة Lee & Yang (2024) أن 65% من الشباب، خاصة طلبة الجامعات، يعتمدون بشكل نشط على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات. كما أكدت دراسة Gil de Zúñiga (2021) أن 70% من الشباب

في العشرينيات يستخدمون منصات الإعلام الرقمية كمصدر رئيسي للأخبار، فيما أظهرت دراسة Metzger & Flanagin (2013) أن 58% من الطلاب يعتمدون على هذه الوسائل للحصول على المعلومات، مما يؤكد التوجه المتزايد نحو الإعلام الرقمي بين الفئات الشابة.

أظهرت نتائج الدراسة الحالية أن 48.5% من الطلبة تعرضوا للأخبار الزائفة من 2-5 مرات خلال الأشهر الستة الماضية، بينما تعرض 43% لأكثر من 5 مرات. هذا يشير إلى انتشار واسع للأخبار المضللة، مما يزيد من حالة الشك لدى الطلبة. أكدت دراسة Orhan (2023) أن 50% من الطلاب واجهوا الأخبار الزائفة بمعدل مشابه، وأظهرت دراسة Mari (2021) أن 45% من المشاركين تعرضوا لأكثر من 5 مرات. كما توصلت دراسة Kozuh & Caks (2023) إلى أن 49% من الطلاب يواجهون الأخبار المضللة بشكل متكرر، وأشارت دراسة Kim et al. (2021) إلى أن التعرض المتكرر يقلل من الثقة في وسائل الإعلام الرقمية. وبالتالي يزيد من الحاجة إلى استراتيجيات فعالة للتحقق.

تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن الطلبة يعتمدون بشكل كبير على استراتيجيات سلبية مثل انتظار التغطية من مصادر أخرى أو التحليل الشخصي، والتي قد لا تكون كافية للتحقق من دقة المعلومات، مما يجعلهم عرضة للتضليل. أكدت دراسة Chao & Yu (2024) أن الاعتماد على انتظار التغطية يعكس نقص المبادرة، في حين أشارت دراسة Luo & Markowitz (2022) إلى أن الطلاب يعتمدون على تحليلهم الشخصي بدلاً من أدوات التحقق الفعالة. كما أوضحت دراسة Metzger & Flanagin (2013) أن التفكير النقدي وحده لا يكفي لضمان دقة الأخبار، مما يتركهم عرضة للمعلومات المضللة.

تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن الطلبة الذين يستخدمون استراتيجيات نشطة مثل البحث عن مصادر إضافية أو أدوات التحقق يظهرون قدرة أعلى على تقليل الشك وزيادة الثقة في الأخبار. أكدت دراسة (Lee & Yang, 2024) أن استخدام هذه الاستراتيجيات يعزز الثقة في المعلومات ويقلل من انتشار الأخبار المضللة. كما أوضحت دراسة (Gil de Zúñiga, 2021) أن أدوات التحقق تزيد من دقة تقييم الأخبار وتقليل الشك. وأشارت دراسة (Kozuh & Caks, 2023) إلى أن الطلبة الذين يعتمدون على استراتيجيات نشطة مثل التحقق من مصادر متعددة أكثر فعالية في مواجهة الأخبار الزائفة مقارنة بمن يستخدمون استراتيجيات سلبية.

تشير النتائج إلى أن الاعتماد على آراء الأصدقاء والعائلة والأساتذة يعد من الاستراتيجيات التفاعلية الشائعة بين الطلبة، رغم أنها قد تعزز الأفكار المضللة إذا لم تكن مبنية على مصادر موثوقة. (Geers, 2020) كما أظهرت الدراسة أن استراتيجيات الحد من عدم اليقين تحسن قدرة الطلبة على تقييم مصداقية الأخبار إيجابياً، مما يدعم فكرة أن أدوات التحقق تساعد في التمييز بين الأخبار الصحيحة والزائفة (Bobkowski & Younger, 2020). بالإضافة إلى ذلك، فإن الأخبار الزائفة تؤثر سلباً على ثقة الطلبة في وسائل الإعلام الرقمية، حيث أصبحوا أكثر حذرًا في مشاركة الأخبار والبحث عن مصادر موثوقة، وهو ما يعكس تآكل الثقة بسبب التعرض المستمر للمعلومات المضللة (Bhattacharjee, 2022; Covitt & Anderson, 2022).

توضح النتائج وجود علاقة ارتباطية دالة بين استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين وزيادة الثقة في الأخبار الرقمية لدى الطلبة. تشير الدراسات، مثل (Kozuh & Caks, 2023)، إلى أن متابعة مصادر موثوقة واستخدام أدوات التحقق من الأخبار تعزز الثقة وتقلل الشك. كما أوصت (Lee & Yang, 2024) بتعزيز التفكير النقدي

والشفافية، وأكدت Liu (2021) على ضرورة رفع الوعي بمفاهيم الشفافية وتشجيع النقاشات الجماعية بين الطلبة. أوصت أيضًا Mari (2021) بتحسين منصات الأخبار الرقمية لتكون موثوقة وسهلة الاستخدام، ودعت Orhan (2023) لإجراء مزيد من الأبحاث في سياقات ثقافية متنوعة لتقليل التأثير السلبي للأخبار المضللة.

تشير النتائج إلى وجود فروق بين الذكور والإناث في استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين، لصالح الذكور. هذا يشير إلى أن الذكور قد يكونون أكثر اعتمادًا على استراتيجيات التحقق مقارنة بالإناث، وقد يعكس ذلك اختلافات في وعي التكنولوجيا والمهارات الرقمية بين الجنسين. كما أظهرت النتائج وجود فروق لصالح الطلبة ذوي المؤهل الجامعي في استخدام استراتيجيات الحد من عدم اليقين. هذه النتيجة تدعم فكرة أن المستوى التعليمي الأعلى يعزز من قدرة الأفراد على استخدام استراتيجيات متقدمة للتحقق من المعلومات، بسبب الوعي الأكاديمي الأفضل والمعرفة بمصادر المعلومات الموثوقة. كما كشفت النتائج عن فروق لصالح طلبة التعليم الخاص، مما يشير إلى أن البيئة التعليمية في الجامعات الخاصة قد توفر مهارات وتدريب أفضل في التعامل مع المعلومات والتحقق من الأخبار. كما جاءت النتائج لصالح طلبة الجامعات في الإمارات، مما قد يُعزى إلى الفروق في المناهج التعليمية وتركيزها على المهارات الرقمية، أو إلى اختلافات في مستوى الوصول إلى أدوات التحقق الرقمي في البيئات التعليمية.

باختصار، النتائج تؤكد على أهمية استخدام استراتيجيات تحقق فعالة في تقليل الشك وزيادة الثقة في الأخبار الرقمية بين الطلبة. وتعكس النتائج الحاجة إلى تكثيف الجهود الأكاديمية لتعليم مهارات التحقق واستخدام الأدوات المناسبة لتحسين التعامل مع المعلومات في البيئة الرقمية، مما يساهم في الحد من التأثيرات السلبية للمعلومات المضللة على الثقة العامة في الأخبار الرقمية.

توصيات الدراسة:

- دمج استراتيجيات التحقق من الأخبار والوعي الرقمي في المناهج الدراسية لطلبة الجامعات لتعزيز قدرتهم على التعامل مع الأخبار المضللة وتقليل حالة عدم اليقين.
- تنظيم ورش عمل وبرامج تدريبية لطلبة الجامعات حول كيفية التحقق من الأخبار واستخدام أدوات التحقق الرقمي لتعزيز مصداقية الأخبار لديهم.
- تعزيز التعاون بين المؤسسات الأكاديمية ووسائل الإعلام لتطوير استراتيجيات مشتركة تهدف إلى تحسين مصداقية الأخبار وتقليل تأثير الأخبار المضللة على المجتمع.
- استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي في تطوير أدوات جديدة تساعد في التحقق من الأخبار وزيادة مصداقيتها.

مراجع الدراسة:

تم استخدام نظام التوثيق الخاص بالجمعية الأمريكية لعلم النفس (APA)

1. Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a development theory of interpersonal communication. *Human Communication Research, 1*(2), 99-112.
2. Bhattacharjee, A. (2022). The effects of news source credibility and fact-checker credibility on users' beliefs and intentions regarding online misinformation. *Journal of Electronic Business & Digital Economics, 1* (1/2), 24-33.
3. Bobkowski, P. S., & Younger, K. (2020). News credibility: Adapting and testing a source evaluation assessment in journalism. *College & Research Libraries, 81* (5), 822.
4. Brown-Devlin, N., Resnik, P., & Markowitz, A. (2022). Algorithmic personalization and news credibility: The role of context. *Media Psychology, 25* (1), 45-66.
5. Chao, Y., & Yu, J. (2024). Source credibility and the sharing of information: Implications for misinformation. *Communication Research, 51* (2), 220-236.
6. Covitt, B. A., & Anderson, C. W. (2022). Untangling trustworthiness and uncertainty in science: Implications for science education. *Science & Education, 31* (5), 1155-1180.

7. Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2007). The credibility of volunteered geographic information. *GeoJournal*, 69(4), 415-426.
8. Gambo, S., & Ozad, B. (2021). The influence of uncertainty reduction strategy over social network site preference. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*.
9. Geers, S. (2020). News consumption across media platforms and content: A typology of young news users. *Public Opinion Quarterly*, 84(S1), 332-354.
10. Gil de Zúñiga, H. (2021). Social media and the information verification process: A global perspective. *Journal of Information Technology & Politics*, 18(4), 456-472.
11. Kim, B., Xiong, A., Lee, D., & Han, K. (2021). A systematic review on fake news research through the lens of news creation and consumption: Research efforts, challenges, and future directions. *PLOS ONE*, 16(12), e0260080.
12. Kozuh, D., & Caks, M. (2023). The impact of news literacy on verification intentions: A study of social media users. *Journal of Media Literacy Education*, 15(2), 123-139.
13. Lee, J., & Yang, S. (2024). Reducing uncertainty through active engagement: Strategies for trust in social media.

- International Journal of Social Media Research*, 10 (1), 25-40.
14. Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the 'post-truth' era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6 (4), 353-369.
 15. Liu, Y. (2021). Transparency in artificial intelligence: Its role in trust and interaction. *AI & Society*, 36 (2), 123-137.
 16. Luo, W., & Markowitz, A. (2022). The influence of personalization on perceived news credibility. *Journal of Digital Media & Interaction*, 11 (3), 189-204.
 17. Manning, P., & Schütze, H. (2012). Strategies for reducing uncertainty in digital communication. *Journal of Digital Communication*, 8 (2), 89-104.
 18. Mari, S. (2021). The role of media literacy in combating misinformation: Evidence from recent studies. *Journal of Media Studies*, 32 (3), 201-217.
 19. McGrew, S., Ortega, T., Breakstone, J., & Wineburg, S. (2017). *Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning*. Stanford History Education Group.
 20. Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust in online information: A review of the literature. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18 (4), 471-488.

21. Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust of information in online environments. In *The handbook of digital communication* (pp. 120–140). Routledge.
22. Orhan, M. (2023). Critical thinking and news verification: Exploring the effects of media literacy. *Journal of Communication Research*, 48(1), 45–60.
23. Ratcliff, C. L., Wong, B., Jensen, J. D., & Kaphingst, K. A. (2021). The impact of communicating uncertainty on public responses to precision medicine research. *Annals of Behavioral Medicine*, 55(11), 1048–1061.
24. Snyder, L. A., & Crowson, H. M. (2010). Source credibility and its impact on audience trust. *Communication Research Reports*, 27(3), 239–247.
25. Tsfati, Y., & Cohen, J. (2005). The role of news media in the formation of attitudes toward government and institutions. *Journal of Communication*, 55(4), 557–570.
26. Wathen, C. N., & Burkell, J. (2002). Believe it or not: Factors influencing credibility on the web. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 53(2), 134–144.
27. West, R., & Turner, L. H. (2010). *Understanding interpersonal communication: Theory, context, and practice*. SAGE Publications.

28. Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2014). Social media as information source: Credibility, ownership, and motivation. *Journal of Media Psychology*, 26(1), 16-28.
29. أحمد، عبد الرحمن (2023) تأثير الأخبار الزائفة على الثقة في وسائل الإعلام: دراسة حالة. *مجلة الدراسات الإعلامية*.
30. فاطمة، السعيد. (2022). التحليل النفسي للأخبار الزائفة وتأثيرها على المجتمع. *مجلة الإعلام والاتصال*, 10, 78-94.