المجلة العلمية

لكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر

رئيس مجلسي الإدارة والتحرير: أ. د/ ولاء إبراهيم عقاد - عميد كلية الإعلام بنات جامعة الأزهر

نائب رئيس التحرير: أ.م. د / دعاء عبد الحكم الصعيدي

أستاذ الصحافة والنشر المساعد بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر

أعضاء هيئة التحرير:

- أ. د/ جمال عبد الحي عمر النجار ، أستاذ الصحافة كلية الإعلام بنات جامعة الأزهر
- أ. د/ حسن محمد حسن منصور ، أستاذ الإعلام كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة الملك سعود
- أ. د/ عبد الحليم موسى يعقوب، أستاذ الصحافة جامعة الملك فيصل
- أ. د/ عبد النبي عبدالله الطيب النوبي ، أستاذ الإعلام بكلية الإعلام والاتصال جامعة الإمام محمد بن سعود
- أ. د/ محمد علي القعاري ، أستاذ الصحافة والإعلام ، ورئيس شعبة المناهج جامعة الإمام، كلية الاعلام والاتصال
- أ. د/ محمد معوض إبراهيم ، أستاذ الإعلام المتفرغ كلية الدراسات العليا جامعة عين شمس

الإشراف التنفيذي (مديرا التحرير):

- أ. د/ آيات أحمد رمضان، أستاذ بقسم الصحافة والإعلام بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر
- د/ أم الرزق محمود عبد العال، مدرس بقسم الصحافة والإعلام بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر

المسؤول المالي: أ. أسماء أحمد عشري

المسؤول الإداري: أ. مروة ناصر السيد

العدد الأول يوليو ٢٠٢٥م - المحرم ١٤٤٧هـ

المراسلات :- كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر (فرع البنات) القاهره، ش يوسف عباس، مدينة نصر.

Email:- ilambanatjournal@azhar.edu.eg

هيئة التحكيم

١. أ.د/ **أسامة عبد الرحيم** - أستاذ الصحافة كلية التربية النوعية ، جامعة المنصورة

٢. أ.د/ **اعتماد خلف معبد** - أستاذ الإعلام كلية الدراسات العليا ، جامعة عين شمس

٣. أ.د/ **امال محمد عيسى قاسيمي** - الأستاذ بكلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر

٤. أ.د/ **أماني عبد الرؤوف** - أستاذ الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر

٥. أ.د/ **آيات أحمد رمضان** - أستاذ الصحافة والنشر بكلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر

٦. أ.د/ **جمال عبد الحي النجار** - أستاذ الصحافة والنشر كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر

٧. أ.د/ **دعاء فكري عبد الله محمود** - أستاذ الصحافة بقسم الإعلام كلية التربية النوعية، جامعة المنوفية

٨. أ.د/ **رزق سعد عبد المعطي** - أستاذ العلاقات العامة والإعلان، جامعة مصر الدولية

٩. أ.د/ **رضا عبد الواجد أمين** - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام بنين، جامعة الأزهر

١٠. أ.د/ **ريم أحمد عادل** - أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام، جامعة القاهرة

١١. أ.د/ **السيد بهنسي حسن** - أستاذ العلاقات العامة كلية الإعلام، جامعة عين شمس

١٢. أ.د/ **عبد الكريم الزياني** - أستاذ الإعلام والاتصال، جامعة العين الإمارات العربية المتحدة

١٣. أ.د/ **عزة عبد العزيز عثمان**- أستاذ الصحافة كلية الإعلام، جامعة أسيوط

١٤. أ.د/ **عصام نصر سليم**- أستاذ الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام، جامعة القاهرة

١٥. أ.د/ **علي السيد إبراهيم عجوة**- أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام، جامعة القاهرة الأسبق

١٦. أ.د/ **فاتن عبد الرحمن الطنباري**- أستاذ الإعلام كلية الدراسات العليا، جامعة عين شمس

١٧. أ.د/ **مبارك يوسف محمد خير**- أستاذ الصحافة كلية الآداب، جامعة جازان

١٨. أ.د/ **محرز حسين غالي**- أستاذ الصحافة كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

١٩. أ.د/ **منى سعيد الحديدي**- أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، جامعة القاهرة الأسبق

٢٠. أ.د/ **منى محمود عبد الجليل**- أستاذ العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر

٢١. أ.د/ **همت حسن عبد المجيد السقا**- أستاذ الإعلام كلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق

٢٢. أ.د. **ولاء إبراهيم عقاد**- أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد الكلية كلية الإعلام بنات، جامعة الأزهر

دليل المؤلفين

معايير وضوابط النشر في المجلة العلمية لكلية الإعلام (بنات):

١. **أصالة البحث وحداثته:** يُشترط أن يكون البحث أصيلاً وحديثًا، ويُشكل إضافة علمية في مجال التخصص، وألا يكون قد نُشر أو قُدِّم للنشر في أي جهة أخرى.

٢. **إقرار الباحث:** يُلزم الباحث بتقديم ما يُفيد بأن البحث لم يُسبق نشره.

٣. **مجالات النشر:** يجب أن يندرج البحث ضمن الموضوعات التي تغطيها المجلة، وتشمل: الصحافة والنشر، الإذاعة والتلفزيون، العلاقات العامة، الإعلان، والإعلام الإلكتروني.

٤. **لغة البحث ومحتوياته:** تُقبل البحوث باللغة العربية أو الإنجليزية، ويجب أن تحتوي على:

» عنوان البحث

» اسم الباحث والمسمى الوظيفي

» البريد الالكتروني المؤسسي للباحث

» ملخص البحث باللغتين العربية والإنجليزية

» البحث كاملا فيما لا يزيد عن ١٠٠ صفحة طبقا لضوابط التنسيق الآتي ذكرها.

٥. **الملخصات:** يُرفق مع البحث ملخصان: أحدهما بالعربية والآخر بالإنجليزية. يجب أن يتضمن الملخص العربي: مقدمة لا تتجاوز سطرين، والهدف، والمنهج، والنتائج، وكلمات مفتاحية. يُكتب عنوان البحث أعلى الصفحة، يليه اسم الباحث دون ألقاب، يليه القسم، الكلية، الجامعة، يلية البريد الإلكتروني (الجامعي الأزهري لأعضاء جامعة الأزهر فقط، وأي بريد آخر لغيرهم). ويتراوح عدد كلمات الملخص بين ٢٥٠ و٣٠٠ كلمة. مع الحرص على جودة الترجمة الإنجليزية للملخص وسلامتها اللغوية والأسلوبية والإملائية.

٦. **المنهجية والتوثيق:** يُشترط الالتزام بالمنهجية العلمية وتوثيق جميع المصادر والمراجع باستخدام أسلوب **Chicago** المعتمد.

٧. **قائمة المراجع:** تُدرج المراجع في نهاية البحث بنظام **Endnote** ، حسب ورودها في المتن وباللغتين العربية والإنجليزية.

٨. **التنسيق العام للبحث:**

» النص العربي بخط **(Simplified Arabic)** حجم ١٤.

» النص الإنجليزي بخط **(Times New Roman)** حجم ١٤.

» العناوين الرئيسية والفرعية بخط عريض **(Bold)**.

» الهوامش: ٢,٥٤ سم من جميع الجهات.

» المسافة بين السطور: مفردة (١).

» عناوين الجداول بخط **(Times New Roman)** حجم ١١.

٩. **السلامة اللغوية:** يجب أن يكون البحث خاليًا من الأخطاء اللغوية والنحوية، سليم المعنى والأسلوب. سواء كان البحث باللغة العربية أو الإنجليزية.

١٠. **تحكيم البحوث:**

» تخضع البحوث للتحكيم من قبل اثنين من الأساتذة المحكمين في التخصص من جامعات مصر والوطن العربي، وبناء علي رأيهما يتم تحديد صلاحية المادة للنشر.

» يُجرى التحكيم بسرية تامة (مزدوجة التعمية).

» في حالة رفض أحد المحكمين البحث، يحق لإدارة المجلة عرضه على محكم ثالث للترجيح.

» تتم عملية التحكيم تحت إشراف رئيس التحرير أو من ينوب عنه.

١١. **نتائج التحكيم والالتزام بالنشر:** عند قبول البحث يُخطر الباحث بخطاب رسمي، ولا يحق للباحث سحب البحث بعد قبوله للنشر، كما لا تُرد مكافأة التحكيم في حال عدم قبول البحث، وفي حال وجود ملاحظات، يُرسل البحث معدلاً خلال أسبوع،

وفي حال التأخر يُرحل إلى العدد التالي، و إذا كانت التعديلات جوهرية، يُعاد إرسال البحث خلال ١٥ يومًا.

١٢. **رفض النشر:** تُبلغ المجلة الباحثين بعدم قبول أبحاثهم دون التزامها ببيان الأسباب.

١٣. **المسؤولية عن المحتوى:** تعبر الأبحاث المنشورة عن آراء أصحابها فقط، والمجلة غير مسؤولة عن مضمونها.

١٤. **ترتيب النشر:** يتم ترتيب البحوث للنشر وفقًا لاعتبارات فنية وتنظيمية داخلية.

١٥. **حظر النشر المكرر:** يُمنع نشر البحث نفسه في أكثر من مجلة أو منصة .

١٦. **حقوق المجلة:** تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويحق لها إعادة نشر الأبحاث ورقيًا أو إلكترونيًا، ولها الحق في إتاحة الأبحاث ضمن قواعد البيانات المختلفة، بمقابل أو دون مقابل، دون الحاجة إلى إذن الباحث.

١٧. **التكاليف المالية:** تُحدد المصروفات الإدارية وتكاليف الطباعة والنشر بناءً على اللائحة المعتمدة وعروض الناشرين.

١٨. **الالتزام بالأخلاقيات العلمية:**

- » يجب على الباحثين الالتزام بمعايير النشر الأخلاقي وتجنب جميع أشكال السلوك غير المهني، مثل الانتحال والتزوير والتلفيق.
- » يُطلب الإفصاح عن مصادر تمويل الأبحاث إن وُجدت.
- » في حالة البحث المشترك يوضح الباحث المشاركين في البحث قبل ارسال البحث للمجلة.
- » في حال اكتشاف خطأ جوهري بعد النشر، يجب على الباحث إخطار هيئة التحرير لتصحيح الخطأ أو سحب المادة.

١٩. **المراجعة والتصحيح:** يلتزم الباحث بإجراء أي مراجعة أو تصحيح للأخطاء التي تُكتشف بعد النشر، متى تم إبلاغه بها.

الفهـــرس

- الاتجاهات الحديثة في بحوث المحتوى «المسموع والمرئي» على شبكة الإنترنت» ٩
أ.د/ ولاء إبراهيم عقاد علي

- الاتجاهات الحديثة في بحوث التحيز الإخباري ٦١
أ.م.د/ إسماعيل عبد الرازق رمضان الشرنوبي

- الاتجاهات الحديثة في بحوث التسويق الرقمي للعلامات التجارية: دراسة تحليلية من المستوى الثاني ١٢٧
أ.م.د/ زينب صالح عبد الفضيل جاد

- الاتجاهات الحديثة في دراسات وبحوث الصحافة الرقمية والأمن المجتمعي ٢٢٩
أ.م.د/ سارة حمزة عبد الله السيسي

- الاتجاهات الحديثة في بحوث الجرائم الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ٣٢٥
أ.م.د/ ميادة محمد عرفة سيد أحمد

- الاتجاهات الحديثة في بحوث التقنيات الإلكترونية المستخدمة في إنتاج المحتوى الإعلامي المرئي ٤٠٥
أ.م.د/ هبه أحمد رزق سنيد

- انعكاس الهوية الثقافية في الأفلام المصرية المقتبسة عن السينما الأجنبية-دراسة سيميولوجية في رموز وعناصر الصورة السينمائية ٤٦٣
د/ أسماء عبد الصبور إبراهيم
أ.د/ محمود عبد العاطي مسلم - أ.د/ ولاء إبراهيم عقاد

- الحملات الإعلامية الإلكترونية للمؤسسات الإسلامية المصرية ودورها في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الجمهور «دراسة تطبيقية» م.م/ إيناس حسيني محمد زيدان ٤٨٩

- دور الصَّحافة البحرينيَّة في تشكيل الصُّورة الذِّهنيّة لدى الجمهور البحرينيّ نحو المشروعات التَّنمويّة في مملكة البحرين «دراسة تطبيقيّة» جنان علي أحمد عِمران ٥٣٩

- اتجاهات القائم بالاتصال في الصحافة المصرية نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار «دراسة ميدانية» ناريمان ناصر عطية رزق ٥٩٥

الافتتاحية

بسم الله الرحمن الرحيم وبه نستعين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين ...وبعد ...

نحو أفق علمي جديد في دراسات الإعلام والاتصال ، يسعدنا ويشرفنا أن نضع بين أيديكم العدد الأول من "المجلة العلمية لكلية الإعلام بنات"، المجلة العلمية المحكمة التي تصدر عن (كلية الإعلام بنات جامعة الأزهر) هذا الإصدار الأول والذي ينطلق تأكيدا للدور الريادي الذي تؤديه المجلات العلمية المحكمة التي تصدرها جامعة الأزهر في مختلف المجالات البحثية و العلمية لا سيما ما يتعلق بالدراسات الإعلامية وبحوث الاتصال ، وهو ما يمثل خطوة علمية طموحة نحو بناء منصة أكاديمية متوازنة ، تُعنى بنشر البحوث ذات الموضوعات والمشكلات البحثية المتنوعة في شتى ميادين الإعلام والاتصال، وتفتح المجال أمام الأكاديميين والباحثين لمشاركة أفكارهم وتحليلاتهم في إطار المتغيرات العلمية والبحثية وفي ضوء التحولات الرقمية والتكنولوجية المتلاحقة .

يأتي هذا العدد الافتتاحي ليضع اللبنة الأولى في مشروع معرفي متميز، ننشده منبرًا علميا يستند إلى التراكم العلمي وينطلق من الأطر والنظريات المستحدثة بمختلف أطروحاتها ونماذجها ، ليكون ملتقى لخبرات متعددة من باحثين متميزين في مجال الإعلام والاتصال . وحرصًا منا على جودة المحتوى المقدم من خلال هذا المنبر العلمي ، فقد خضعت الأبحاث المنشورة فيه إلى مراجعة علمية دقيقة من قبل نخبة من الأساتذة المتخصصين، وفقًا للمعايير الأكاديمية العالمية في النشر العلمي.

ختاما أتوجه بالشكر الجزيل وعميق الامتنان والتقدير إلى فضيلة رئيس جامعة الأزهر ومعالي النواب الكرام وكل ساهم في إنجاح هذا المشروع العلمي من هيئة التحرير وهيئة المحكمين ، إلى المراجعين والباحثين والقراء. وأدعوا جميع المهتمين من أكاديميين وممارسين و إعلاميين للمساهمة بأبحاثهم، والانضمام إلى هذا المسار العلمي الذي نأمل أن يكون إضافة حقيقية للمعرفة الإعلامية تسهم في الارتقاء بالخطاب الإعلامي والبحثي في المجتمع المصري والعربي بإذن الله .

أ.د/ ولاء إبراهيم عقاد

رئيس التحرير

اتجاهات القائم بالاتصال في الصحافة المصرية نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار «دراسة ميدانية»

Attitudes of Communicators in Egyptian Journalism Towards the Use of News Verification Mechanisms « A Field Study»

ناريمان ناصر عطية رزق

باحثة ماجستير، كلية الإعلام- بنات، جامعة الأزهر الشريف، القاهرة، مصر.

البريد الالكتروني: Nasser.Nareeman@gmail.com

إشراف:

أ.د/ آيات أحمد رمضان - أستاذ ورئيس قسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام- بنات، جامعة الأزهر ، القاهرة، مصر

أ.م.د/ سارة حمزة عبد الله - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر، كلية الإعلام- بنات، جامعة الأزهر ، القاهرة، مصر.

ملخص الدراسة

يهدف هذا البحث إلى التعرف على اتجاهات القائم بالاتصال في الصحافة المصرية نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، واعتمدت على منهج المسح survey ، كأداة رئيسية لجمع البيانات من خلال استمارة استبيان، تم توزيعها على عينة عمدية قوامها 120 مفردة من القائمين بالاتصال في الصحافة المصرية، وتم تحديد القائم بالاتصال حسب نمط الملكية في: المؤسسات الصحفية القومية (الأهرام – الجمهورية- أخبار اليوم)، المؤسسات الصحفية الخاصة (المصري اليوم – اليوم السابع – الوطن - الدستور)، المؤسسات الصحفية الحزبية (الوفد-الأهالي)، واستندت الدراسة إلى نظريتين هما: الاستخدامات والإشباعات، والنظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها إلى أن الغالبية العظمى من المشاركين أبدوا اتجاهاً إيجابياً اتجاه تقنيات التحقق من الأخبار، مما يعكس قبولاً وتفهماً كبيراً لأهمية هذه التقنيات، بينما كان هناك نسبة قليلة جداً أبدت اتجاهًا سلبيًا، كما انه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين استخدام آليات التحقق من الأخبار واتجاه القائم بالاتصال نحو استخدام تلك الآليات. وجاء التحقق من صحة الصور والفيديوهات في مقدمة المجالات المستخدمة في التحقق من الأخبار ، يليه تحليل المعلومات، ثم مراقبة وسائل التواصل الاجتماعي بدرجة عالية، و التحليل اللغوي الآلي بينما جاء التحليل الإحصائي والبيانات الكبيرة في المرتبة الأخيرة.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات، القائم بالاتصال، الصحافة المصرية، التحقق من الأخبار، آليات التحقق.

Abstract

This study aims to explore the attitudes of communicators in Egyptian journalism toward the use of news verification mechanisms. The study is classified as descriptive research and employed the survey method as the primary data collection tool through a structured questionnaire, which was distributed to a purposive sample of 120 communicators in Egyptian journalism. The communicators were categorized based on the ownership type of their respective institutions: national press institutions (Al-Ahram, Al-Gomhuria, Akhbar El-Yom), private press institutions (Al-Masry Al-Youm, Youm7, Al-Watan, Al-Dostor), and partisan press institutions (Al-Wafd, Al-Ahali).

The study is based on two theoretical frameworks: Uses and Gratifications Theory and the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). The findings of the study revealed that the vast majority of participants expressed a positive attitude toward the use of news verification technologies, reflecting a significant level of acceptance and understanding of their importance. In contrast, a very small percentage exhibited a negative attitude.

Furthermore, there is a statistically significant correlation between the use of news verification mechanisms and the attitudes of communicators toward their adoption. The verification of images and videos ranked first among the most used methods for news verification, followed by information analysis, then monitoring social media platforms at a high level of usage, and automated linguistic analysis. Lastly, statistical analysis and big data were the least utilized methods.

Keywords: Attitudes, Communicators, Egyptian Journalism, News Verification, Verification Mechanisms.

مقدمة:

في ظل التطور التكنولوجي المتسارع والانتشار الواسع للمعلومات عبر الوسائل الإعلامية، سواء التقليدية أو الرقمية، أصبحت بيئة الإعلام مهيأة أكثر من أي وقت مضى لانتشار الأخبار الزائفة والمضللة. هذا الأمر يعود جزئيًا إلى تدخل الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري، سواء النصوص أو الوسائط الصوتية والمرئية، مما ساهم في سهولة النشر والتداول. ومع ازدياد الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار، أصبحت هذه المنصات بيئة خصبة لترويج معلومات غير دقيقة، يُقصد بها في كثير من الأحيان التضليل أو تحقيق مكاسب مادية أو سياسية.

ورغم أن التلاعب بالمعلومات ليس ظاهرة جديدة، بل تعود جذوره إلى ما قبل ظهور الصحافة، فإن أدوات النشر الحديثة والتقنيات الرقمية ساهمت في تعميق هذه الظاهرة وجعلت من الصعب أحيانًا التمييز بين الحقيقة والتزييف. كما أن تفاعل الجمهور السريع مع المحتوى غير المؤكد، يسهم في تضليل الرأي العام ويؤثر سلبًا على مصداقية المؤسسات الإعلامية، خاصة إذا لم تقم بالتحقق من صحة المعلومات قبل نشرها.

لذلك تبرز الحاجة الماسّة إلى أن يهتم الصحفيون والمؤسسات الإعلامية، وكذلك الباحثون والأكاديميون، بمجال التحقق من الأخبار والمعلومات. ويُفترض أن يكون ذلك من خلال تدريب فرق متخصصة، ونشر المعرفة حول أدوات وآليات التحقق، بهدف الارتقاء بأداء القائمين بالاتصال وتحسين جودة المحتوى الإعلامي، بما يعزز ثقة الجمهور ويقلل من فرص انتشار المعلومات المغلوطة.

ولا تقتصر آليات التحقق على الجهود الذاتية فقط، بل ظهرت تقنيات متقدمة ومواقع متخصصة (منها عربية) تساعد الصحفيين في تتبع أصل الأخبار والصور، والتحقق من مدى صحتها باستخدام أدوات مثل البحث العكسي. ومع ذلك، فإن تحديات جديدة ظهرت نتيجة استخدام البرمجة في نشر الأخبار بشكل تلقائي، إلى جانب تكنولوجيا التزييف العميق التي تجعل من التحقق عملية معقدة وصعبة، خصوصًا في التعامل مع الصور والفيديوهات المفبركة.

مـن هنـا جـاءت أهميـة هـذه الدراسـة، التـي تهـدف إلـى فهـم مـدى اسـتخدام القـائمين بالاتصـال فـي الصـحافة المصـرية لآليـات وتقنيـات التحقـق مـن المعلومـات، والكشـف عـن اتجاهـاتهم نحوهـا، ومـدى ثقـتهم فـي فعاليتهـا، بالإضـافة إلـى تحديـد أبـرز التحـديات التـي تـواجههم، والعوامـل التـي تـؤثر علـى استخدامهم لتلك الأدوات.

الدراسات السابقة:

أولاً الدراسات التي تناولت دور القائم بالاتصال في تعزيز مصداقية المحتوى الإخباري.

1- دراسـة مـاهر أبـو قوطـة (2023) [1]**:** هـدفت الدراسـة إلـى قيـاس مـدى جاهزيـة شـبكة الجزيـرة الإعلاميـة لتوظيـف التقنيـات الحديثـة فـي التحقـق مـن المعلومـات، والكشـف عـن أسـباب اسـتخدامها ومسـتوى الثقـة بهـا، وتحليـل الأدوات والمجـالات الأكثـر اسـتخدامًا، إلـى جانـب تقييـم تـأثير هـذه التقنيـات علـى أداء القـائمين بالاتصـال، والتحـديات التـي تـواجههم أثنـاء عمليـة التحقـق. اسـتخدمت الدراسـة المـنهج الوصـفي، وأداة الاسـتبيان لعينـة عمديـة قوامهـا 126 مفـردة، إضـافة إلـى المقابلـة المعمقـة لعينـة مـن 6 مفـردين مـن القـائمين بالاتصـال فـي شـبكة الجزيـرة، اعتمـدت الدراسـة علـى نظريـات القـائم بالاتصـال، والاعتمـاد علـى وسـائل الإعـلام، وعلـم البيئـة الإعلامـي. وتوصـلت إلـى أن شـبكة الجزيـرة الإعلاميـة جـاهزة بدرجـة عاليـة لتوظيـف التقنيـات الحديثـة فـي التحقـق مـن المعلومـات بنسـبة 83.6%، كمـا بلغـت نسـبة تطبيقهـا لهـذه التقنيـات 87.4%. وجـاءت العوامـل المهنيـة فـي مقدمـة العوامـل المـؤثرة بنسـبة 90%، تليهـا السياسـة التحريريـة (88.6%) ، ثـم العوامـل الذاتيـة والاجتماعيـة والاقتصـادية. كمـا أثبتـت الدراسـة ارتفاع درجة الثقة والفاعلية في استخدام هذه التقنيات داخل غرف الأخبار.

2- دراسـة جهـاد لبيـب (2023). [2]**:** سـعت الدراسـة إلـى استكشـاف تصـورات القـائمين بالاتصـال فـي الصـحافة المصـرية لمفهـوم الأخبـار الزائفـة، وتحليـل اسـتراتيجياتهم فـي التعامـل معهـا، ومـدى وعـيهم بالتشـريعات والمواثيـق الصـحفية المرتبطـة بمكافحتهـا، بالإضـافة إلـى توصـيف العوامـل التـي تـؤثر فـي سـلوكهم المهنـي، اسـتخدمت الدراسـة المـنهج الوصـفي ومـنهج المسـح الإعلامـي، وأداة الاسـتبيان لعينـة مـن 120 مفـردة مـن القـائمين بالاتصـال العـاملين فـي الصـحف الحزبيـة والقوميـة والخاصـة. أظهـرت النتـائج تنوعًـا فـي إدراك الصـحفيين لمفهـوم الأخبـار الزائفـة، حيـث اعتبـر 67.27% أنهـا معلومـات مضـللة، وتلتهـا الشـائعات والمعلومـات الخاطئـة. وأبـدى الصـحفيون وعيًـا بآليـات تزييـف المحتـوى، واعتبـروا أن السياسـة التحريريـة أكثـر العوامـل تـأثيرًا، تليهـا التوجهـات الأخلاقيـة ونمـط الملكيـة. وأوصـت الدراسـة بتفعيـل العقوبـات القانونيـة وتعزيـز الرقابة الإلكترونية.

3- **دراسة عايض الحربي (2023)**[3] سعت الدراسة إلى تحليل الواقع المهني والوظيفي للقائمين بالاتصال في الصحف السعودية، في ظل التحول الرقمي، ورصد التطورات التي شهدتها العملية الصحفية من حيث إنتاج المحتوى، والتغيرات التي طرأت على الأداء المهني بعد توظيف المنصات الرقمية في اختيار المحتوى، و إنتاج المواد المرئية، والتأهيل التدريبي، إضافة إلى استراتيجيات التفاعل مع الجمهور عبر هذه المنصات، تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وقد استخدمت أداة الاستبيان على عينة مكونة من 38 مفردة من العاملين بصحف :*الرياض، عكاظ، الوطن، اليوم، المدينة، مكة، البلاد*، وقد أظهرت النتائج توافر مؤهلات علمية متخصصة في الإعلام لدى أغلب أفراد العينة، إلى جانب حصولهم على عدد يتراوح من ثلاث إلى عشر دورات تدريبية، مما يشير إلى اهتمام بالمستوى المهني. كما أظهرت النتائج ارتفاعًا في معدلات التحقق من دقة المحتوى، إضافة إلى الالتزام بنشر ما يعزز قيم الولاء الوطني ودعم سياسة الدولة، وتشجيع النماذج الوطنية، والتحري عن صحة المصدر، والتفاعل مع الجمهور وتقبل آرائهم وانتقاداتهم. وتراوحت المتوسطات الحسابية لمؤشرات الأداء ما بين (4.26 – 4.79)، ما يعكس وعيًا عاليًا لدى القائمين بالاتصال بأهمية الدور المهني في ظل التحول الرقمي ومتطلبات التحقق من المحتوى الصحفي.

4- **دراسة أحمد محمد (2023)**[4]: هدفت إلى تحليل مدى استخدام الشباب لمهارات التربية الإعلامية في التحقق من الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. شملت المهارات: الوصول، التحليل، التقييم، والإنتاج، وتم استخدام المنهج الوصفي ومنهج المسح الإعلامي بشقيه الوظيفي والتحليلي، عبر استبيان على 500 شاب بين 17 و30 عامًا، توصلت الدراسة إلى كثافة استخدام الشباب لوسائل التواصل، وتنوع دوافع الاستخدام، كما بينت أن مقاطع الفيديو، والمستندات الرسمية، والصور هي أكثر العناصر المؤثرة في مصداقية الأخبار. أما سمات الأخبار الزائفة فتمثلت في عدم وضوح المصدر، وعدم اتساق المعلومة، والصفحات ذات الروابط الوهمية. أما عن وسائل التحقق، فقد اعتمد الشباب على التفكير المنطقي والبحث في مصادر موثوقة. وكانت مهارة الوصول الأكثر إتقانًا، تليها التقييم ثم التحليل والإنتاج.

ثانيا الدراسات التي تناولت آليات وتقنيات التحقق من الأخبار:

1- **دراسة رائد زواهرة (2024)** ([5]) هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل اتجاهات طلاب كليات الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من صحة الصور الصحفية والتعرف على مدى استخدامهم لأدوات التحقق وتبنيهم لها، والآثار المترتبة على عدم استخدامها، والتعرف على الاستراتيجيات

المستخدمة في التحقق من مصداقية الصور. استخدمت الدراسة المنهج الكمي، وأداة الاستبيان على عينة عشوائية مكونة من 258 مبحوثًا من طلاب الجامعات الفلسطينية. وتوصلت إلى أن مهارات الطلاب غير كافية في التعرف على الصور المزيفة على منصات التواصل الاجتماعي، كما تفاوتت ثقتهم في اكتشاف الصور المزيفة، مما يشير إلى وجود فجوات في التدريب أو الخبرة، رغم وعيهم بأهمية التحقق. واعتمد الطلاب على أدوات مثل Google Images و Tineye وExif Tool، لكن مهاراتهم في استخدامها كانت محدودة.

2- **دراسة Elena Musi (2023)** [6] هدفت إلى معرفة مدى تطوير مهارات التحقق من الأخبار من خلال استخدام شات بوت خاص بالتحقق من الأخبار الزائفة وآخر يحتوي على أخبار التطعيم، بحيث لا تقتصر وظيفة الشات بوت على الكشف عن المعلومات الخاطئة فحسب، بل تعزز التفكير النقدي، من خلال تبادل حواري للشات بوت لعدد من المستخدمين التي وصل عددهم إلى 1700 مستخدم في أكثر من 100 دولة، وتم استخدام الاستبيان والتجربة الجماعية على عينة من 211 مستخدمًا، وأظهرت النتائج أن نصف المستخدمين تمكنوا من التحقق من ثلاث أو أربع عناصر إخبارية خلال دقيقتين لكل عنصر، مما يعكس فاعلية الشات بوت في تحسين التفكير النقدي وتقييم الأخبار وتعزيز محو الأمية الإعلامية.

3- **دراسة kishwar (2023)** [7] هدفت إلى تطوير أول مجموعة بيانات شاملة للأخبار المزيفة في باكستان باستخدام الذكاء الاصطناعي، وتقييم أداء نماذج تعلم الآلة المختلفة، مثل Naive Bayes وKNN وSVM وLogistic Regression وDecision Trees، إضافة إلى CNN و LSTM بتضمينات GloVe و .BERT استخدمت الدراسة منهج المسح الإعلامي، وأجرت مقابلات مع 7 خبراء، وحللت 25 خبرًا. وأظهرت النتائج أن KNN حقق أعلى أداء بنسبة دقة 89%، وتفوقت تضمينات GloVe مع CNN وLSTM، بينما كان أداء BERT أفضل مع، .CNN وأشارت النتائج إلى ضعف الحكم البشري في التنبؤ بصحة الأخبار.

4- **دراسة Hyun Suk Kim (2022)** [8]: قامت الدراسة بتحليل محتوى التغطية الخاصة بالتحقق من الحقائق من وسائل الإعلام الرئيسية في كوريا الجنوبية للأخبار المتميزة في مجال التحقق من الحقائق لتحديد الخصائص الشكلية بهدف تحسين جودة الصحافة، تم تحليل 60 عملًا متميزًا تم تقييمها من قبل الصحفيين والقضاة في الصناعة ضمن مشروع **SNU Fact Check**، الذي يوفر محتوى التحقق من الحقائق بالتعاون مع 34 شركة إعلامية محلية. باستخدام الترميز اليدوي

computerized، مع التركيز على ثلاث فئات من خصائص الرسالة: شفافية المصدر، والمعلومات السياقية، والحيوية. وبلغ متوسط عدد الأحرف في 60 خبرًا للتحقق من الحقائق 2,196 حرفًا، وهو ما كان أكثر نصيًا من الأخبار العامة. كما استخدمت هذه الأخبار أكثر من أربعة مصادر وسائط متعددة في المتوسط، بما في ذلك الصور والمخططات المرئية، للمساعدة في فهم أخبار التحقق من الحقائق، و إظهارا لجهود الحالية لمكافحة "الأخبار المزيفة" من قبل وسائل الإعلام الإخبارية.

التعليق على الدراسات السابقة:

- **فيما يتعلق بالموضوع:** تنوعت موضوعات الدراسات السابقة بين تركيزها على **دور القائم بالاتصال** في تعزيز مصداقية المحتوى، كما في دراسات *ماهر أبو قوطة* و*جهاد لبيب* و*عايض الحربي*، وبين تركيزها على **آليات وتقنيات التحقق** كما في دراسات رائد زواهرة و Elena Musi و Kishwarو .Hyun Suk Kim وقد دمجت بعض الدراسات، مثل دراسة أبو قوطة، بين الموضوعين من خلال ربط دور القائم بالاتصال باستخدام الأدوات التقنية للتحقق من المعلومات الإعلامية.
- **فيما يتعلق بالأهداف:** تباينت الأهداف البحثية؛ حيث سعت بعض الدراسات إلى قياس الوعي والممارسات المهنية للقائمين بالاتصال مثل *جهاد لبيب* و*الحربي*، بينما استهدفت أخرى تحليل جاهزية المؤسسات الإعلامية لتبني التقنيات مثل *أبو قوطة* .على الجانب الآخر، ركزت دراسات مثل ***Elena Musi*** و ***Kishwar*** على اختبار فاعلية أدوات وتقنيات الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة وتعزيز مهارات التحقق، ما يعكس تطورًا في التوجهات البحثية نحو الدمج بين الإعلام والتكنولوجيا المتقدمة.
- **الأدوات المستخدمة في جمع البيانات:** تنوعت أدوات البحث ما بين الاستبيان التقليدي (كما في معظم الدراسات الوصفية)، والمقابلات المعمقة)مثل *دراسة أبو قوطة*(، والتجارب الإلكترونية والتطبيقات الذكية)مثل .(***Musi***أما العينات فتراوحت بين قائمين بالاتصال في مؤسسات إعلامية عربية، كما في مصر والسعودية وقطر، ومستخدمين عاديين في دراسات أخرى، مثل الشباب في دراسة *أحمد محمد* أو طلاب الإعلام في *زواهرة*، مما يضفي تنوعًا على طبيعة المتلقين وسياقات الدراسة.

- **المنهج المستخدم:** اعتمدت معظم الدراسات على المنهج الوصفي) مثل أبو قوطة ولبيب وزواهرة (باستخدام أدوات الاستبيان والمقابلة، بينما استخدمت دراسات مثل Musi و Kishwar منهجًا تجريبيًا أو قائمًا على **تحليل البيانات الضخمة والتعلم الآلي .**
- **من الناحية النظرية،** استعانت بعض الدراسات بنماذج معروفة مثل **نظرية القائم بالاتصال، ونظرية الاعتماد، ونموذج البيئة الإعلامية،** بينما غابت الأطر النظرية الصريحة عن بعض الدراسات التقنية، ما يُظهر تفاوتًا في الدمج بين الجانب الأكاديمي والميداني.
- **من حيث النتائج:** أجمعت معظم الدراسات على **ارتفاع وعي القائمين بالاتصال** بضرورة التحقق من الأخبار ووجود **ممارسات مهنية متقدمة** داخل المؤسسات الكبرى (كما في *الجزيرة* ودراسات السعودية)، لكنها في الوقت ذاته أشارت إلى **تفاوت في الاستخدام الفعلي للأدوات التقنية،** ووجود **عوائق مؤسسية أو ذاتية** تحد من التطبيق الكامل. من جهة أخرى، أظهرت الدراسات التقنية، خاصة التي تناولت **الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي،** نتائج واعدة في الكشف عن الأخبار الزائفة بدقة عالية، ما يؤكد إمكانات التكنولوجيا في دعم العمل الإعلامي.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة البحثية بدقة، من خلال دعمها بالأدلة وبلورتها بشكل واضح، مما مكّنها من الانطلاق من حيث انتهى الآخرون. كما ساعدتها في التعرف على المناهج والأدوات البحثية المختلفة، واختيار الأنسب منها بما يتلاءم مع طبيعة الدراسة. وأسهمت أيضًا في تحديد المصادر والمراجع ذات الصلة، مما أثرى محتوى الدراسة علميًا. كذلك، وجّهت الدراسات السابقة الباحثة نحو صياغة تساؤلات وفروض مناسبة، بناءً على فهم العلاقات المتوقعة بين متغيرات الدراسة، مع مراعاة أوجه الاتفاق والاختلاف بينها وبين الدراسات السابقة، في ضوء اختلاف العينة والفترات الزمنية. وساعدتها في بناء إطار معرفي دقيق يتناول أبعادًا جديدة ومهمة لموضوع الدراسة، بالإضافة إلى دورها في تصميم استمارة الاستبيان وتحديد العينة الأمثل لتطبيقها.

الفرق بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

أولًا: من حيث موضوع الدراسة

تميزت الدراسة الحالية بتركيزها المباشر على اتجاهات القائم بالاتصال في الصحافة المصرية نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار، وذلك في ضوء تصنيف دقيق لنمط ملكية المؤسسة الصحفية (قومية، خاصة، حزبية). في المقابل، ركزت أغلب الدراسات السابقة على الجمهور العام أو فئات غير متخصصة كالطلاب أو الشباب أو مستخدمي الإنترنت، باستثناء دراسة أبو قوطة (2023) ودراسة

جهـاد لبيـب(2023)، وهـو مـا يمـنح الدراسـة الحاليـة خصوصـية فـي تناولهـا لموضـوع مهنـي تطبيقـي علـى فئة إعلامية محددة.

ثانيًا: من حيث الأهداف

سـعت الدراسـة الحاليـة إلـى تحليـل الاتجاهـات النفسـية والمهنيـة للقـائم بالاتصـال نحـو اسـتخدام آليـات التحقـق، وربطهـا بمسـتوى الاسـتخدام الفعلـي، بالإضـافة إلـى تصـنيف الأدوات المسـتخدمة بحسـب مـدى انتشـارها فـي بيئـة العمـل الصـحفي. بينمـا انصـرفت معظـم الدراسـات السـابقة إلـى تحليـل كفـاءة الأدوات التكنولوجيـة المسـتخدمة فـي التحقـق، أو بحـث سـبل تطـوير مهـارات المتلقـين أو الطـلاب فـي اكتشـاف الأخبـار الزائفـة، بينمـا تتطـرق الدراسـة الحاليـة بشـكل مباشـر إلـى العلاقـة بـين الاتجـاه والاسـتخدام لـدى القائم بالاتصال.

ثالثًا: من حيث المنهج والنموذج النظري

اعتمـدت الدراسـة الحاليـة علـى مـنهج المسـح الوصـفي، مـدعومًا بإطـار نظـري مـزدوج، تمثـل فـي كـل مـن نظريـة الاسـتخدامات والإشـباعات، والنظريـة الموحـدة لقبـول التكنولوجيـا. وقـد أتـاح هـذا الـدمج تحليـل الظاهرة من زوايا سلوكية وتكنولوجية متكاملة، تفسر دوافع التبني والاستخدام.

رابعًا: من حيث الأدوات والعينة

اعتمـدت الدراسـة الحاليـة علـى اسـتمارة اسـتبيان موجهـة إلـى عينـة عمديـة مـن الصـحفيين المصـريين بلـغ قوامهـا (120) مفـردة، تـم اختيـارهم وفـق نمـط ملكيـة المؤسسـة الصـحفية، مـا أضـفى دقـة فـي التمثيـل والتحليل، وتم الأخذ بعين الاعتبار التباين في الخلفية المهنية أو الهيكل المؤسسي للقائم بالاتصال.

خامسًا: من حيث النتائج

توصـلت الدراسـة الحاليـة إلـى نتـائج نوعيـة، أبرزهـا وجـود اتجـاه إيجـابي لـدى غالبيـة القـائمين بالاتصـال نحـو اسـتخدام آليـات التحقـق مـن الأخبـار، مـع إثبـات وجـود علاقـة ارتباطيـة ذات دلالـة إحصـائية بـين الاتجـاه ومسـتوى الاسـتخدام الفعلـي. كمـا رتبـت الدراسـة أدوات التحقـق الأكثـر اسـتخدامًا بحسـب تكرارهـا فـي الواقـع المهنـي. فـي المقابـل، ركـزت نتـائج العديـد مـن الدراسـات السـابقة علـى قيـاس الفجـوة المعرفيـة أو المهاريـة فـي اسـتخدام أدوات التحقـق، كمـا تقـدم الدراسـة الحاليـة تحليـل للعوامـل المـؤثرة علـى تبنـي تلك الأدوات في سياق العمل الصحفي.

مشكلة الدراسة:

فـي ظـل التطـور المتسـارع فـي تكنولوجيـا الاتصـال ووسـائط النشـر الرقميـة، أصـبحت المعلومـات الزائفـة – سـواء كانـت مضـللة أو كاذبـة – تنتشـر بصـورة متزايـدة عبـر مختلـف القنـوات، لا سـيما وسـائل

الإعـلام ومواقـع التواصـل الاجتمـاعي. وغالبًـا مـا تُنشـر هـذه الأخبـار بقصـد التضـليل المتعمـد لتحقيـق أهـداف سياسـية أو اقتصـادية أو اجتماعيـة، ممـا يُشـكل تهديـدًا مباشـرًا لصـحة المعرفـة العامـة ولأخلاقيات الممارسة الإعلامية.

وقـد أظهـرت دراسـة صـادرة عـن معهـد ماساتشوسـتس للتكنولوجيـا (MIT) أن الأخبـار الزائفـة، لاسـيما السياسـية منهـا، تنتشـر بـوتيرة أسـرع مـن الأخبـار الحقيقيـة بمعـدل ستة أضـعاف، مـا يعكـس جاذبيـة محتواهـا، وفاعليتهـا فـي جـذب الانتبـاه، حتـى و إن كانـت مبنيـة علـى معلومـات مغلوطـة. ويؤكـد هـذا الاتجاه الحاجة الملحة إلى تطوير استراتيجيات لمواجهة هذا التحدي المتفاقم.

كمـا لعبـت التكنولوجيـا دورًا محوريًـا فـي تطـوير أدوات رقميـة متعـددة تسـاعد الصـحفيين والمسـتخدمين علـى التحقـق مـن الأخبـار، مثـلGoogle News Lab ،: First Draft ،Snopes، Forensics Foto، TinEye ،Izitru ،Google Images، وYoutube Data Viewer، الـذي أطلقته منظمة العفو الدولية، وكذلك أدوات الذكاء الاصطناعي في التحقق.

وعلـى الـرغم مـن تنـوع هـذه الأدوات والمنصـات، لا تـزال فعاليـة اسـتخدامها مرهونـة بـوعي القـائم بالاتصـال، ومهاراتـه، واتجاهاتـه نحـو تبنـي آليـات التحقـق، سـواء اليدويـة منهـا كـالرجوع إلـى المصـدر أو التقنية المعتمدة على الذكاء الاصطناعي والخوارزميات.

ومـن هنـا تنبـع مشـكلة الدراسـة، التـي تهـدف إلـى استكشـاف اتجاهـات القـائمين بالاتصـال فـي الصـحافة المصـرية نحـو اسـتخدام آليـات التحقـق مـن الأخبـار، وتحليـل مسـتوى تبنـيهم لهـذه الأدوات، في ظل التحديات التي تفرضها بيئة الاتصال الرقمية.

أهمية الدراسة:

1. تكمـن أهميـة الدراسـة فـي مسـاهمتها بتوسـيع المعرفـة الأكاديميـة حـول موضـوع اسـتخدام الصـحفيين لآليـات التحقـق مـن الأخبـار، ممـا يسـاعد علـى بنـاء إطـار علمـي لفهـم كيفيـة تعامـل الصـحفيين مـع الأخبـار الكاذبـة والمضـللة، كمـا تُقـدّم الدراسـة رؤى نظريـة حـول العوامـل التـي تـؤثر فـي توجهـات الصـحفيين نحـو تبنـي تقنيـات التحقـق، ممـا يفـتح البـاب أمـام البـاحثين لإجـراء المزيـد مـن الدراسـات العلمية بأفكار جديدة، حول آليات وطرق التحقق بالتزامن مع التطور التقني في مجال الإعلام.
2. حاجـة المكتبـة العربيـة إلـى المزيـد مـن الدراسـات التـي تبحـث فـي موضـوع التحقـق، وترصـده عـن قـرب، وتسـليط الضـوء علـى الآليـات والأدوات المسـتخدمة فـي عمليـات التحقـق مـن الأخبـار فـي المؤسسات الإعلامية المصرية، وبيان تعاملها مع هذا الموضوع في ظل التقنيات الحديثة والمتطورة.

3. تسهم الدراسة في تعزيز مفهوم المسؤولية الإعلامية لدى الصحفيين والعاملين في المؤسسات الإعلامية، مما يشجع على اتخاذ ممارسات مهنية تلتزم بمبادئ النزاهة والدقة.

4. تساعد الدراسة في استكشاف دوافع وتوجهات الصحفيين نحو استخدام أو عدم استخدام آليات التحقق، مما يوفر بيانات مهمة لصناع القرار في المؤسسات الإعلامية لوضع سياسات تحفيزية في هذا الشأن.

أهداف الدراسة:

تتحدد الدراسة من هدف عام معرفة اتجاهات القائم بالاتصال نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار ويتفرع منها أهداف:

1- معرفة مدى استخدام القائم بالاتصال لآليات التحقق من الأخبار في المؤسسات الصحفية المصرية.

2- الكشف عن أهم استخدامات القائم بالاتصال لآليات التحقق من الأخبار .

3- التعرف على مدى الإشباعات التي تتحقق لدى القائم بالاتصال لاستخدام آليات التحقق من الأخبار.

4- الوصول إلى التحديات التي تواجه القائم بالاتصال عند استخدامه لآليات التحقق الإخباري.

تساؤلات الدراسة

1- ما مستوى استخدام القائمين بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية لآليات التحقق من الأخبار؟

2- ما أهم الآليات التي يستخدمها القائم بالاتصال في عملية التحقق من الأخبار؟

3- ما طبيعة الإشباعات المهنية والمعرفية التي يحققها القائم بالاتصال نتيجة استخدامه آليات التحقق من الأخبار؟

4- ما أبرز التحديات التي تعوق القائم بالاتصال في استخدام آليات التحقق من الأخبار داخل المؤسسات الصحفية المصرية؟

الإطار النظري للدراسة:

1- نظرية الاستخدامات والإشباعات:

صاغها كاتز وبلوملر في أوائل الأربعينيات (1974)، وتتناول نظرية الاستخدامات والإشباعات فهم أسباب استخدام الأشخاص لأنواع معينة من وسائل الإعلام، وما الاحتياجات التي لديهم لاستخدامها، والإشباعات التي يحصلون عليها من استخدامها. وتم تقديم النظرية أولاً لفهم لماذا اختار

الناس استهلاك أشكال مختلفة من وسائل الإعلام الموجودة في الأربعينيات. وتعتمد حالياً النظرية على فرضيتين رئيسيتين تتعلقان بوسائل الإعلام[9].

1. **الفرضية الأولى** :تفيد بأن الجمهور أعضاء نشطون في وسائل الإعلام من خلال اختيار المحتوى المفضل لديهم الذي يستهلكونه.
2. **الفرضية الثانية** :تفيد بأن مستخدمي وسائل الإعلام أو المستهلكين أكثر وعيًا بأسباب اختيارهم لوسائل الإعلام المحددة التي يفضلون استخدامها أو استهلاكها.

محتوى النظرية: تعنى نظرية الاستخدامات والاشباعات في الأساس بجمهور الوسائل الإعلامية التي تشبع حاجاته وتلبي رغباته الكامنة في داخله أي أن الجمهور هنا ليس سلبيا يقبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام، بل له غاية محددة من تعرضه يسعى إلى تحقيقها، فأعضاء الجمهور هنا باحثون نشطون عن المضمون الذي يبدو أكثر إشباعا لهم، فكلما كان مضمونا معينا قادرا على تلبية احتياجات الأفراد كلما زادت نسبة اختيارهم له (الجمهور يقوم بالدور النقدي للمضامين) ومن خلال تأثير الحاجات والدوافع يبدأ الفرد بتقويم ما يحصل عليه من معلومات وحتى تقويم مصادرها حتى يطمئن إلى تامين حاجاته.[10]

- والحاجة NEED هي افتقار الفرد أو شعوره بنقص شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع والحاجة قد تكون فيزيولوجية أو نفسية.[11]
- الدافع هو حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى القيام بسلوك معين يقوي استجابته إلى مثير ما.[12]

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات:[13]

1- الادعاء بان الجمهور يتعامل مع وسائل الإعلام بكل حرية مبالغ فيه إذ هناك عوامل اجتماعية واقتصادية مختلفة تحدد من فرص استفادة كل أفراد الجمهور من مضامين وسائل الاتصال.

2- عدم توفير بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الايجابي والنشيط.

3- الجدل الكبير حول كيفية قياس واستخدام المتلقي للوسيلة الإعلامية والاتصالية وحتى زمن ذلك القياس.

4- عدم تفرقة المدخل بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور والاشباعات التي تحقق عند التعرض للمضامين الإعلامية إذا افترضنا أن هذا الفرق يعد عنصرا موضحا لمبدأ انتقائية الجمهور للمضامين الإعلامية.

5- يـرى **دينـيس ماكويـل** أن بحـوث الاسـتخدامات والاشـباعات يمكـن أن تتخـذ نتائجهـا كذريعـة لإنتـاج المحتـوى الإعلامـي الهـابط وخاصـة بطغيـان المـواد الترفيهيـة ومضـامين التسـلية علـى حسـاب المحتوى الجاد والأساسي (نظرة نقدية).

تطبيق النظرية في الدراسة الحالية:

تـم توظيـف النظريـة فـي سـياق هـذه الدراسـة لتفسـير دوافـع القـائمين بالاتصـال فـي الصـحافة المصـرية لاسـتخدام آليـات التحقـق مـن الأخبـار، وذلـك مـن خـلال خمسـة أبعـاد رئيسـية تـم قياسـها باسـتخدام أسـئلة محددة في أداة الدراسة.

أولاً: الاحتياجات المعرفية:

يُشـكل البُعـد المعرفـي دافعًـا أساسـيًا لـدى القـائمين بالاتصـال نحـو اسـتخدام آليـات التحقـق، وتشـير الأسـئلة (س1، س3، س5) إلـى هـذا البعـد بوضـوح؛ حيـث يقـيس السـؤال (س1) مسـتوى الثقـة فـي الأخبـار الـواردة للقـائم بالاتصـال، بينمـا يستقصـي (س3) الاسـتراتيجيات المتبعـة فـي التعامـل مـع الأخبـار، مثـل الرجـوع إلـى المصـدر الرئيسـي وتقييمـه، فـي حـين يحـدد (س5) أهـم الآليـات التقنيـة والفنيـة التـي يستخدمها الصحفيون في عمليات التحقق.

ثانيًا: الاحتياجات العاطفية:

تلعـب المشـاعر والضـغوط المهنيـة دورًا فـي دفـع القـائمين بالاتصـال لاسـتخدام أدوات التحقـق، ويُعبّـر عـن هـذا البعـد فـي السـؤال (س13) الـذي يتضـمن أسـباب اسـتخدام التقنيـات، مثـل "تعزيـز الشـعور بالمسـؤولية الأخلاقيـة" و"بنـاء علاقـات مهنيـة مثمـرة"، كمـا يتضـح فـي السـؤال (س14) الـذي يقـيس التأثيرات المهنية والنفسية الناتجة عن التحقق، مثل زيادة الثقة بالنفس والشعور بالرضا المهني.

ثالثًا: الهوية الشخصية والتكامل الاجتماعي:

يـرتبط اسـتخدام آليـات التحقـق بالسـعي نحـو بنـاء هويـة مهنيـة قويـة والحفـاظ علـى مكانـة مرموقـة داخـل البيئـة المؤسسـية. وتُشـير عـدة عناصـر فـي الاسـتمارة إلـى هـذا البُعـد، منهـا البيانـات المتعلقـة بالمؤهـل العلمـي، والمسـمى الـوظيفي، والمسـتوى الـوظيفي، والتـي تُجسـد هويـة القـائم بالاتصـال. كمـا يُبـرز السـؤال (س13) أهميـة التفاعـل مـع الخبـراء والمصـادر الموثوقـة فـي بنـاء علاقـات مهنيـة داعمـة، ويُشـير السـؤال (س16) إلـى تعزيـز التعـاون بـين الأقسـام التحريريـة والتقنيـة، ممـا يعكـس التكامـل المهني والمؤسسي.

رابعًا: التفاعل الاجتماعي والتواصل:

يساهم التحقق من الأخبار في تحسين قنوات التواصل بين القائمين بالاتصال داخل المؤسسة الصحفية وخارجها، خاصة مع الجمهور. ويُعبر عن هذا البُعد في السؤال (س16) من خلال الدعوة إلى "تعزيز التعاون والتفاعل الداخلي بين القسم الصحفي والقسم التقني"، وفي السؤال (س12) من خلال رصد الضغوط المهنية مثل "ضغوط التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى" و"ضغوط المواعيد النهائية"، مما يعكس الحاجة إلى تنسيق الجهود وتبادل المعرفة لضمان دقة وسرعة التحقق.

خامسًا: التوجه نحو التكنولوجيا:

ويُقاس هذا البُعد من خلال عدد من الأسئلة؛ إذ يستعرض السؤال (س6) مدى توفر الدورات التدريبية في التقنيات الحديثة، في حين يركز السؤال (س7) على العوامل المؤثرة في استخدام آليات التحقق، مثل مواكبة التطور التكنولوجي. كما يشير السؤال (س8) إلى وجود أقسام متخصصة في التحقق داخل المؤسسات الصحفية، ويقيس السؤال (س9) استخدام أدوات تقنية متقدمة مثل تحليل الصور والفيديو. ويعكس السؤال (س12) التحديات التكنولوجية المعاصرة مثل "الديب فيك" وانتشار المعلومات المضللة، مما يعزز أهمية التوجه نحو تبني حلول تقنية متطورة.

ثانيا نظرية قبول التكنولوجيا:

عمل Davis(1989) على تطوير إطار عمل لتقويم قبول التكنولوجيا كطريقة لقياس قبول التكنولوجيا، ويعتمد النموذج على أنه كلما كانت نظرة المستخدم للتكنولوجيا الجديدة على أنها سهلة الاستخدام ومفيدة، كلما كان هناك اتجاه إيجابي نحوها، وبالتالي توافر الرغبة أو الدافعية في استخدامها، والإقبال عليها، وتتكون النسخة الأخيرة والمعدلة من نموذج قبول التكنولوجيا من العوامل الآتية:[14]

أولا العوامل السلوكية: Behavioral Variables (BV) وتشمل:

1- سهولة الاستخدام:(perceived Ease Of Use-PEOU) يشير إلى الدرجة التي يعتقد فيها الفرد بسهولة استخدام التكنولوجيا ولا يتطلب ذلك أي جهد أو عناء.

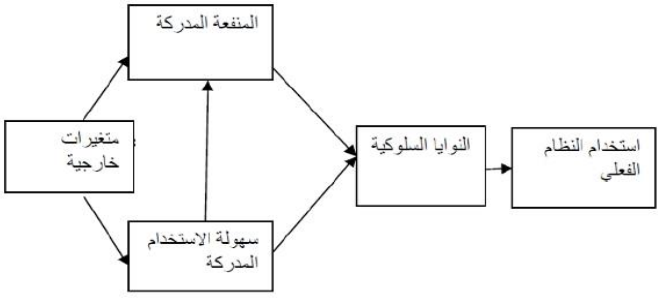
2- الاستفادة المدركة (Perceived Usefulness-PU): وهي الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام التكنولوجيا يمكن أن يعزز ويحسن من أدائه.

3- النوايا السلوكية:(BI) Behavioral Intention وهو السلوك المخطط له من قبل الفرد، ويتم توقعه من خلال سهولة الاستخدام المدركة والاستفادة المدركة.

4- الاستخدام الفعلي (Actual-AU) الممارسة الفعلية لاستخدام التكنولوجيا لدى الفرد ويتم التنبؤ به خلال النية السلوكية.

ثانيًا المتغيرات الخارجية: External Variables (EV)

مثل التغيرات الديموغرافية وتؤثر هذه المتغيرات الخارجية على سهولة الاستخدام المدركة PEOU والاستفادة المدركة PU.



شكل (1) النسخة المطورة من نموذج قبول التكنولوجيا[15]

تطبيق نظرية قبول التكنولوجيا(TAM) في الدراسة الحالية:

تُعد نظرية قبول التكنولوجيا من الأطر النظرية البارزة في تفسير تبني الأفراد للتقنيات الحديثة، وقد تم توظيف هذه النظرية في الدراسة الحالية لفهم العوامل المؤثرة في تبني القائمين بالاتصال في الصحافة المصرية لآليات التحقق من الأخبار.

1. الفائدة المدركة(Perceived Usefulness)

تشير الفائدة المدركة إلى مدى اعتقاد القائمين بالاتصال بأن استخدام تقنيات التحقق يُسهم في تحسين جودة المحتوى، وزيادة الموثوقية والمهنية، وقد تم قياس هذا البُعد من خلال الأسئلة (س13) و(س14) التي تضمنت دوافع معرفية ومهنية مثل تعزيز المسؤولية الأخلاقية، وتطوير مهارات البحث، وزيادة الموثوقية والاحترافية، وهو ما يعكس إدراكًا واضحًا للعائد الإيجابي المتوقع من استخدام تلك الآليات.

2 .سهولة الاستخدام المدركة(Perceived Ease of Use)

تُعد بساطة أدوات التحقق وسهولة الوصول إليها من العوامل الأساسية في تبنيها، وقد عبّر المستجيبون عن تصوراتهم تجاه هذا البُعد في الأسئلة (س11) و(س12)، والتي تضمنت إشارات إلى التعقيد الفني، ونقص التدريب، وضعف البنية التحتية، مما يؤثر على رغبتهم في استخدام هذه الآليات. ويؤكد ذلك أن ارتفاع درجة التعقيد يُضعف من احتمالات الاستخدام، وفقًا للنظرية.

3 .الدعم الاجتماعي (Social Influence)

يؤثر الدعم الذي يتلقاه القائم بالاتصال من بيئته المهنية على قراراته المتعلقة باستخدام التكنولوجيا، وقد تم تناول هذا البُعد من خلال الأسئلة (س6) و(س16) التي ركزت على مدى توفر التدريب المؤسسي، ودعم الخبراء، وتعزيز التعاون بين الأقسام التحريرية والتقنية، وهو ما يعكس أن وجود بيئة داعمة ومشجعة يُحفز على استخدام تقنيات التحقق ويُعزز ثقافة مهنية جماعية مؤمنة بأهميتها.

4 .التوجه نحو الابتكار (Attitude Toward Innovation)

يرتبط هذا البُعد باستعداد القائمين بالاتصال لتبني أدوات وتقنيات حديثة نابعة من ميولهم نحو التجريب والتحديث، وقد تم استكشاف هذا التوجه من خلال الأسئلة (س15، س16، س11)، التي تناولت التصنيف الذاتي ضمن فئات الابتكار، واقتراحات تكنولوجية مستقبلية، ورغبة العاملين في دمج تقنيات التحقق في العملية الإعلامية، مما يعكس أثر السمات الفردية في تقبل التكنولوجيا.

5 .القيود التقنية والموارد (Facilitating Conditions)

تُعد الموارد المتاحة من عوامل الحسم في تبني التكنولوجيا، وقد أوضحت الأسئلة (س7، س12) أن ضعف الإمكانيات الفنية، وغياب التدريب، وارتفاع تكلفة التقنيات تُعد من أبرز المعوقات التي تحدّ من استخدام أدوات التحقق، حتى في ظل إدراك القائمين بالاتصال لفائدتها. وهو ما يتماشى مع النظرية التي تشير إلى أن غياب الدعم اللوجستي يُقيد التبني الفعلي للتكنولوجيا.

فروض الدراسة:

1- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للقائم بالاتصال في الصحف المصرية وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار.
2- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام آليات التحقق من الأخبار والاتجاه نحوها.
3- الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للقائم بالاتصال في الصحف المصرية والاتجاه نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار.
4- الفرض الرابع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (نمط الملكية) ودرجة الاهتمام بآليات التحقق من الأخبار في الصحف المصرية.
5- الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام آليات التحقق من الأخبار والتأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام.

نـوع الـدراسة

تنتمـي هـذه الدراسـة إلـى نوعيـة الدراسـات الوصـفية التـي تهـتم بدراسـة الظـاهرة الإعلاميـة فـي الوضـع الـراهن ولا تقـف عنـد حـدود الوصـف والتشـخيص، بـل تتجـاوز لوصـف العلاقـات السـببية والمتغيـرات محـل الدراسـة، ([16]) وهـو أحـد منـاهج البحـث العلمـي، والـذي يركـز علـى التعريـف الـدقيق لظـاهرة الدراسـة ضـمن إطارهـا البحثـي الصـحيح والـدقيق، مـع تقـديم تفسـير واضـح لكافـة الظـروف التـي تحـيط بهـا للوصـول إلـى النتائج ووضع حلول واضحة ضمن توصيات البحث.

منـهج الـدراسة

تسـتخدم هـذه الدراسـة مـنهج المسـح survey نموذجـا معياريـا لخطـوات جمـع البيانـات عـن حالـة الأفـراد وسـلوكهم واتجاهـاتهم عـن طريـق اسـتمارة اسـتبيان تـوزع علـى المفـردات البشـرية عينـة الدراسـة، ويعـرف بأنـه أسـلوب بحثـي يعتمـد علـى جمـع البيانـات مـن مجموعـة كبيـرة مـن الأفـراد باسـتخدام أدوات بحثيـة مثـل الاسـتبيانات أو المقـابلات، وذلـك بهـدف دراسـة الآراء، السـلوكيات، أو الخصـائص الاجتماعيـة والاقتصـادية فـي عينـة معينـة مـن المجتمـع. يتـيح هـذا المـنهج للبـاحثين الحصـول علـى رؤى واضحة حول الاتجاهات السائدة وتحليل الأنماط المشتركة بين الأفراد المدروسين[17].

عـينة الـدراسـة

عينـة عمديـة علـى القـائم بالاتصـال والعـاملين بالمؤسسـات الصـحفية المصـرية حسـب نمـط الملكيـة قوامها (120) مفردة عينة الدراسة.

وتم تحديد القائم بالاتصال في:

المؤسسات الصحفية القومية (الأهرام – الجمهورية- أخبار اليوم)

المؤسسات الصحفية الخاصة (المصري اليوم – اليوم السابع – الوطن - الدستور)

المؤسسات الصحفية الحزبية (الوفد-الأهالي)

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعـد الانتهـاء مـن جمـع بيانـات الدراسـة الميدانيـة، تـم ترميـز البيانـات و إدخالهـا إلـى الحاسـب الآلـي، ثـم معالجتهـا وتحليلهـا واسـتخراج النتـائج الإحصـائية وذلـك باسـتخدام برنـامج "الحزمـة الإحصـائية للعلـوم الاجتماعيـة "SPSS"(Statistical Package for Social Science) . وقـد تنوعـت المتغيـرات الإحصـائية بـين متغيـرات اسـمية Nominal، ومتغيـرات ترتيبيـة Ordinal، ومتغيـرات وزنيـة Scale، وعلـى هـذا فقـد قـام الباحثـة بتطبيـق المعـاملات الإحصـائية التـي تلائـم كـل متغيـر مـن هـذه المتغيـرات وذلـك من خلال استخدام الاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- التكرارات البسيطة Frequency. والنسب المئوية Percent.
- المتوسط الحسابي Mean. والانحراف المعياري Std. Deviation.
- معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، ومعامل ارتباط سبيرمان - براون Spearman-Brown Coefficient، ومعامل التجزئة النصفية لجتمان Guttman Split-Half Coefficient؛ للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة.
- اختبار (Independent Samples T Test) لمقارنة متوسطي عينتين مستقلتين والمعروف اختصارا باختبار "ت" أو (T- Test).
- اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد (One Way ANOVA) والمعروف اختصارا ANOVA، وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين أكثر من مجموعتين.
- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوي المسافة أو النسبة. وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.300، ومتوسطة إذا كانت ما بين 0.300 : 0.600، وقوية إذا كانت أكثر من 0.600.

مستوى الدلالة المعتمد في هذه الدراسة:

اعتمد الباحث على مستوى دلالة يبلغ 0.05، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه. وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

مقاييس الدراسة:

1- مقياس درجة اهتمام المؤسسة الصحفية من التحقق من الأخبار:

تم بناء هذا المقياس من سؤال رقم (6) الذي يتكون من 6 عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق بشدة=5، موافق=4، محايد =3، معارض=2، معارض بشدة=1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 25 درجة (6 :30) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحوي التالي:

- المستوي المنخفض من 6: 15 درجة.
- المستوي المتوسط من 16: 20 درجة.
- المستوي المرتفع من 21: 30 درجة.

2- مقياس الاتجاه نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار:

تم بناء هذا المقياس من سؤال رقم (11) الذي يتكون من 10 عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق بشدة=5، موافق=4، محايد =3، معارض=2، معارض بشدة=1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 41 درجة (10 :50) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحوي التالي:

- الاتجاه السلبي من 10: 26 درجة.
- الاتجاه المحايد من 27: 33 درجة.
- الاتجاه الإيجابي من 34: 50 درجة.

3- مقياس حجم الضغوطات التي تواجه الصحفي عند استخدام آليات التحقق من الأخبار:

تم بناء هذا المقياس من سؤال رقم (12) الذي يتكون من 8 عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق بشدة=5، موافق=4، محايد =3، معارض=2، معارض بشدة=1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 33 درجة (8 :40) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحوي التالي:

- المستوى المنخفض من 8: 20 درجة.
- المستوى المتوسط من 21: 27 درجة.
- المستوى المرتفع من 28: 40 درجة.

4- مقياس دوافع استخدام آليات التحقق من الأخبار:

تم بناء هذا المقياس من سؤال رقم (13) الذي يتكون من 6 عبارات، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق بشدة=5، موافق=4، محايد =3، معارض=2، معارض بشدة=1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 25 درجة (6 :30) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحوي التالي:

- المستوى المنخفض من 6: 15 درجة.
- المستوى المتوسط من 16: 20 درجة.
- المستوى المرتفع من 21: 30 درجة.

5- مقياس التأثيرات الناتجة من استخدام آليات التحقق من الأخبار:

تم بناء هذا المقياس من سؤال رقم (14) الذي يتكون من 12 عبارة، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق بشدة=5، موافق=4، محايد =3، معارض=2، معارض بشدة=1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 49 درجة (12 :60) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحوي التالي:

- المستوى المنخفض من 12: 31 درجة.
- المستوى المتوسط من 32: 40 درجة.
- المستوى المرتفع من 41: 60 درجة.

6- مقياس التأثيرات المعرفية:

تم بناء هذا المقياس من 4 عبارات من سؤال رقم (14)، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق بشدة=5، موافق=4، محايد =3، معارض=2، معارض بشدة=1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 17 درجة (4 :20) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحوي التالي:

- المستوى المنخفض من 4: 10 درجات.
- المستوى المتوسط من 11: 13 درجات.
- المستوى المرتفع من 14: 20 درجة.

7- مقياس التأثيرات الوجدانية:

تم بناء هذا المقياس من 4 عبارات من سؤال رقم (14)، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق بشدة=5، موافق=4، محايد =3، معارض=2، معارض بشدة=1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 17 درجة (4 :20) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحوي التالي:

- المستوى المنخفض من 4: 10 درجات.
- المستوى المتوسط من 11: 13 درجات.
- المستوى المرتفع من 14: 20 درجة.

8- مقياس التأثيرات السلوكية:

تم بناء هذا المقياس من 4 عبارات من سؤال رقم (14)، حيث قدرت الإجابة على كل عبارة على النحو التالي موافق بشدة=5، موافق=4، محايد =3، معارض=2، معارض بشدة=1، وبالتالي فإن محصلة هذا المقياس تتكون من 17 درجة (4 :20) تم تقسيمهم إلى ثلاثة مستويات على النحوي التالي:

- المستوى المنخفض من 4: 10 درجات.
- المستوى المتوسط من 11: 13 درجات.
- المستوى المرتفع من 14: 20 درجة.

إجراءات الصدق والثبات:

1- إجراءات الصدق

يعني صدق أداة الدراسة أن الأداة تقيس ما وضعت لقياسه، ويقصد به شمول الاستبانة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها، وتم التحقق من صدق الاستبانة من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من أصحاب الخبرة والاختصاص، وبلغ عددهم 13 محكماً، وذلك من أجل التحقق من سلامة الصياغة اللغوية للاستبانة، ووضوح تعليماتها، وانتماء المحاور والفقرات، ومدى صلاحية الاستبانة لقياس الأهداف المرتبطة بهذه الدراسة، وتم تعديل الاستبانة في ضوء المقترحات والآراء المقدمة، وبذلك تم التحقق من صدق الاستبانة من وجهة نظر المحكمين.[18]

2- إجراءات الثبات:

يقصد بثبات الاستبانة أنها تعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، حيث إن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في النتائج، فيما لو تم توزيعها عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، وللتحقق من ثبات الاستبانة أجريت خطوات الثبات بطريقتين، هما معامل ألفا كرونباغ وطريقة التجزئة النصفية.

معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient، ومعامل ارتباط سبيرمان - براون Spearman-Brown Coefficient، ومعامل التجزئة النصفية لجتمان Guttman Split-Half Coefficient؛ للتحقق إحصائياً من ثبات وصدق مقاييس الدراسة

جدول: رقم (1) الخصائص السيكومترية لمقاييس الدراسة

مم	المقياس	عدد العبارات	معامل (ألفا كرونباخ)	معامل ارتباط سبيرمان – براون	معامل جتمان (التجزئة النصفية)
1	مقياس درجة اهتمام المؤسسة الصحفية من التحقق من الأخبار	6	.795	.784	.783
2	مقياس الاتجاه نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار	10	.708	.714	.714
3	مقياس حجم الضغوطات التي تواجه الصحفي عند استخدام آليات التحقق من الأخبار	8	.810	.745	.741
4	مقياس دوافع استخدام آليات التحقق من الأخبار	6	.852	.840	.839
5	مقياس التأثيرات الناتجة من استخدام آليات التحقق من الأخبار	12	.902	.858	.858
	إجمالي مقاييس الدراسة	42	.895	.765	.754

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ تراوحت بين (0.708) و (0.902)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.895). وتراوحت قيمة معامل ارتباط سبيرمان –براون بين (0.714) و(0.858)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.765)، وتراوحت قيمة معامل جتمان بين (0.714) و(0.858)، وبلغت قيمتها لإجمالي مقاييس الدراسة (0.754)، وهي قيم مرتفعة تدل على اتساق الاستبيان وثباته.

الإطار المعرفي:

أولاً مفهوم التحقق من المعلومات:

يعتبر التحقق من المعلومات جزءاً هاماً من عملية البحث والتحقيق في المعلومات، خاصة في ظل وجود كمية هائلة من المعلومات المتداولة عبر وسائل الإعلام والإنترنت.

1. التحقق من المعلومات في اللغة:

التحقق من المعلومات أي التأكد منها والتثبت والتيقن بشأنها [19] وتَحَقَّقَ الخبر أي صَّحَ وتحققت براءته.

2. التحقق من المعلومات اصطلاحاً:

هو تقصي الحقائق والتأكد من صحتها، باستخدام منهجيات وآليات محددة لتحليل الأخبار وتقييمها على أنها صحيحة أو خاطئة من خلال توفير السياق والرجوع للمصادر الأساسية.

وتتعدد التعريفات حول التحقق من المعلومات ومن أبرز هذه التعريفات:

- هو العملية التي يتم فيها التحقق من صحة ودقة المعلومات أو البيانات المتاحة بهدف التأكد من صحة المعلومات قبل الاعتماد عليها أو استخدامها وبثها للجمهور.
- ويعرف التحقق من المعلومات أنه عبارة عن التأكد من صحة الحقائق والرسائل والمعلومات المتمثلة في الأخبار والصور والفيديوهات وغيرها باستخدام التقنيات الحديثة للتحقق من المعلومات.[20]
- ويعرف بأنها الإجراءات التي يتبعها الصحفي للتأكد من سلامة وصحة المعلومات التي تتمثل في النصوص والصور والفيديوهات والصوت بواسطة أدوات تكنولوجية بهدف تجنب الأخبار المضللة وتحقيق مصداقية المؤسسة الإعلامية.[21]
- وعرفته الشبكة العربية لمدققي المعلومات بأنه تدقيق التفاصيل الكاملة للأخبار والقصص الصحفية والمحتوى الصحفي قبل النشر بهدف تعزيز ثقافة نشر الأخبار المسؤولة والشفافة وتقليل احتمالية نشر أخبار كاذبة أو مضللة.[22]

الفرق بين التحقق وتدقيق الحقائق وصحافة التحليل الجنائي:

في مجال مراجعة المعلومات والتأكد من صحتها توجد عدة مصطلحات قد تتشابك مع بعضها: وأبرز هذه المصطلحات مصطلح التحقق (Verification)، وتدقيق الحقائق (Fact-checking)، وصحافة التحليل الجنائي (forensics journalism).

1. التحقق (Verification)

تتعدد تعريفات التحقق أو التبين (Verification)، فهو المصطلح الأم الجامع لمعظم المفاهيم والعمليات في هذا المجال، ويمكن تعريفة بأنه أسلوب شبه علمي للحصول على المعلومات، في حين يرى Hermida أن التحقق هو المنهج أو النظام الذي من خلاله يحكم الصحفيون على دقة وصحة الحوادث الإخبارية[23]، وتركز الدراسة الحالية على مفهوم التحقق (Verification)، وهو المجال الأشمل الذي يعتمد على التأكد من صحة المعلومات، والصور قبل نشرها.

والفارق الجوهري بين التحقق (Verification)، وتدقيق الحقائق (Fact-checking)، أن التحقق مصطلح أعم وأشمل، فهو منهج عام للحكم على المعلومات يستخدمه الصحفيون كما

يستخدمه غيرهم، بينما تدقيق الحقائق هو أحد التطبيقات الاعلامية لهذا المنهج، كما أن التحقق يتم قبل نشر المعلومة لضمان دقتها في حين أن تدقيق الحقائق يتم بعد النشر لمراجعة صحة الادعاءات وكشف التضليل.[24]

صحافة التحليل الجنائي: هى فرع من الصحافة الاستقصائية ، وهو تطبيق إعلامي للتحقق، يستخدم تقنيات علمية، وأدوات تحليل رقمية، ووسائل تكنولوجية متقدمة للكشف عن الحقائق المخفية، وتعتمد صحافة التحليل الجنائي على التحقيق في موضوعات أو أحداث بعينها من خلال التحقق وفحص وتحليل البيانات والمعلومات الرقمية، المتوفرة عنها من جميع المصادر المتاحة للعامة، وهى تعتمد على علم التحليل الجنائي للمعلومات Digital) (Forensics الذي يقوم بالأساس على التحليل الجنائي للأدلة المتوفرة في شكل وسائط رقمية لمعرفة أبعاد وملابسات الجرائم.[25]

أركان التحقق: [26]

يعتمد التحقق من المحتوى على ثلاثة أركان:

أولا الشفافية: يجب على الصحفي أن يكون واضحا فيما يقدمه من معلومات وحقائق وأن تلتزم الصحيفة بهذا المبدأ دائما.

ثانيا الأصالة: يجب التأكد تمامًا من أن المادة التي تعد للنشر أصيلة وليست منقولة موقع أو وسيلة إعلامية أخرى

ثالثاً التواضع: يجب على الصحفي أن يعترف بأنه قد يخطئ وأنه قد يكون دائما هناك معلومات قد لا يعلمها، ومهمة التواضع هنا هو التأكد بنسبة 100% من صحة ما ننشر، حيث إن بعض من الصحفيين يعتبرون أنفسهم يعرفون كل شيئ، وبسبب ذلك قد تنشر معلومات وصور خاطئة.

أهم الطرق للتحقق من صحة المعلومات:

أولاً: التحقق من مصدر المعلومات:

أ. **التحقق من هوية المصدر أو المستخدم:** يعد التحقق من المصدر جوهر عملية التحقق لذا يجب على الصحفي أن يضع في اعتباره الجواب على الأسئلة عند التعامل مع محتوى المستخدمين، من خلال معرفة من الذي حمل المحتوى؟ وهل يبدوا شخصاً معروفاً أو جهة رسمية؟ وهل يمتلك حساباً على مواقع التواصل الاجتماعي؟ ومتى أنشأ هذا الحساب؟ وهل يعد مصدراً موثوقاً؟ وأين كان الشخص موجوداً أثناء حدوث الخبر، ويأتي السؤال الأشمل للجواب عن هذه الأسئلة وهو كيف عرفت ذلك؟[27]

ويمكن العثور على حسابات أخرى مرتبطة بنفس الاسم/اسم المستخدم على شبكات اجتماعية أخرى للحصول على مزيد من المعلومات، واستخدام أدوات البحث عن الأشخاص (مثل Spokeo، WhitePage، Pipl.com، WebMii) للعثور على عنوان الشخص، البريد الإلكتروني ورقم الهاتف.

كما يمكن التحقق من الشبكات الاجتماعية الأخرى، مثل LinkedIn، لمعرفة الخلفية المهنية للشخص، والتأكد مما إذا كان حساب تويتر أو فيسبوك موثقًا بالفعل من خلال تمرير المؤشر فوق العلامة الزرقاء. إذا كان الحساب موثقًا من تويتر أو فيسبوك، ستظهر نافذة منبثقة تقول "حساب موثق" أو "صفحة موثقة".[28]

ب. **التحقق من مصداقية المصدر:** تقييم مصداقية المصدر وسمعته في تقديم المعلومات الصحيحة والموثوقة، وللتأكد من مصداقية ناشر الخبر يجب النظر إلى جدية الناشر، وحيادية الناشر وتحيزه وهو النظر في تبعية الناشر لجهة معينة، وكذلك سمعة الناشر فالناشرون المعروفون بنشر الإشاعات أقل أمانة وبالتالي لا يصلحون للاعتماد عليهم كمصادر موثوقة.[29]

ت. **تحديد الجهة (أو الشخصية) التي تملك النطاق:** يمكن الوصول لدرجة معينة من ضبط الجودة بفحص اسم النطاق نفسه مثل موقع"DomainTools.com" وهو واحد من مواقع عديدة تتيح إجراء بحث Whois عن صاحب النطاق، مما يشكل سلاحا فعالا في معركة توفير مواد مفيدة من مصادر صحيحة موثوقة[30].

ثانياً التحقق من الخبر:

1- التحقق من المصادر المتعددة:

التأكد من صحة المعلومات يتطلب البحث عنها في مصادر متنوعة ومستقلة. يتضمن ذلك مقارنة المعلومات المتعلقة بنفس الموضوع أو المواضيع المتشابهة في مواقع مختلفة مثل الأخبار الموثوقة، الموسوعات الرسمية، الدراسات الأكاديمية، والمصادر الحكومية، لضمان الحصول على معلومات دقيقة[31].

تقنيات التحقق من النصوص:

التحقق باستخدام البلوك تشين:(Blockchain) هي تقنية لتخزين البيانات بشكل آمن على هيئة كتل متسلسة، توفر سجلات غير قابلة للتلاعب باستخدام خوارزميات التعلم المُراقب مثل "آلات الدعم الشعاعية" (SVM) لتحليل والتحقق من هوية منشئ المحتوى وأصالة تفاصيل الوسائط.[32]

- **تقنيات التعلم الآلي (MATA Fact):** تعتمد على تحليل النصوص باستخدام خوارزميات معالجة اللغة الطبيعية لاستخراج الادعاءات والمعلومات المهمة منها حيث تميز بين الادعاءات المدعومة بالأدلة القوية وتلك التي تحتوي على معلومات غير موثوقة. في النهاية، تقدم التقنية نتائج دقيقة وواضحة مع إشارات مرئية تبين مصداقية المعلومات، مما يساعد في مكافحة الأخبار الزائفة بسرعة وفعالية.[33]

تقنية MBFC (Media Bias/Fact Check): يعد مرجعًا رئيسيًا في تصنيف وتحليل الأخبار ووسائل الإعلام من حيث التحيز السياسي والمصداقية. يركز الموقع على تقديم تصنيفات دقيقة للمصادر الإعلامية بناءً على تقييم موضوعي للمحتوى الذي تقدمه[34]. يتضمن MBFC تصنيفات متعددة تشمل التحيز السياسي والمصداقية والتصنيفات المختلفة مثل مصداقي للغاية، مصداقي، غير موثوق.[35]

ثالثا التحقق من تاريخ الخبر:

تاريخ النشر: للتحقق من تاريخ النشر المباشر للمقالة أو الخبر، يمكن أن يكون التاريخ موجودًا في أعلى المقالة أو في نهاية الصفحة فسيكون من السهل معرفة متى تم نشر الخبر إذا كان التاريخ موجودًا، ولكن في حالة عدم وجود تاريخ يمكن البحث في كود (html) للموقع من خلال عرض كود المصدر للمقالة، إذا كان هناك فرق بين"datePublished"و"dateModified" ، فقد يكون المقال قديمًا، ولكنه عُدّل لاحقًا[36].

التحقق من التحديثات: يتم تحديث الأخبار بمرور الوقت لإضافة معلومات جديدة أو تصحيح المعلومات الخاطئة، لذا يجب التحقق من وجود تحديثات أو تواريخ جديدة، يمكن استخدم أدوات مثل Diffchecker (diffchecker.com) لمقارنة النصوص واكتشاف التعديلات والبحث عن اختلافات بين العنوان الحالي والعنوان الذي يظهر في محركات البحث[37]

رابعاً التحقق من صحة الصور والفيديوهات:

للتحقق من صحة الصور والفيديوهات، يمكن اتباع الخطوات التالية:

1. **البحث العكسي (Reverse Image Search):** استخدام خدمات البحث العكسي مثل Google Images أو TinEye، قد تكشف النتائج السابقة عن السياق الحقيقي للصورة وتساعد في تحديد مصداقيتها.[38]
2. **التحقق من المصدر:** من خلال تحديد مصدر الصورة أو الفيديو والتأكد من موثوقيته، يمكن استخدام أدوات مثل EXIF Data للصور للحصول على مزيد من المعلومات حول مصدر الصورة.[39]

3. **التحقق من التعليقات والتفاصيل الإضافية:** تحتوي التعليقات أو التفاصيل الإضافية على معلومات حول صحة المحتوى، تحقق من المصادر الموثوقة التي تقدم تحليلات أو تعليقات عن الفيديو.[40]

4. **البحث عن تقارير وتحليلات من مصادر موثوقة:** تقدم مواقع الفحص الموثوقة مثل Snopes وFactCheck.org تحليلات وتقارير حول الصور والفيديوهات المتداولة للتحقق من صحتها.[41]

التقنيات الحديثة المستخدمة للتحقق من صحة الصور والفيديوهات:

1- **موقع (Tin Eye):** يعتبر من أوائل محركات البحث التي تستخدم للتأكد من صحة الصور، تم تطويره عام 1999 في مدينة تورونتو وهو موقع كندي، يعتمد في تقنيته على البصمة الرقمية للصورة ويتميز الموقع بوجود قاعدة بيانات ضخمة تضم أكثر من 41 مليار صورة مع للتحديث المستمر للبيانات. [42]

2- **محرك البحث (Google Images):** تم إنشاء هذه التقنية عام 2001 بواسطة شركة جوجل من خلال البحث العكسي للصور (Google Reverse image search) وتعمل هذه الأداة في البحث عن الصور المرجعية من خلال تحديد مصادرها.[43]

- **موقع بينغ (Bing):** هو محرك بحث تم تطويره و إطلاقه من قبل شركة مايكروسوفت، أُطلق في يونيو عام 2009 كبديل لمحركات البحث السابقة التي قدمتها مايكروسوفت مثل MSN Searchو Live Searc. [44]

- **موقع (Forensically):** مجموعة من الأدوات الرقمية التي تم تطويرها من قبل المبرمج السويسري Jonas Wagner، وتُستخدم في الكشف عن الصور المعدلة .يعتمد الموقع على تقنية تحليل مستوى الخطأ (ELA) لتحديد مدى أصالة الصورة واكتشاف التلاعب أو التزوير فيها. يُستخدم بشكل أساسي في التحقيقات الجنائية الرقمية، ويساهم في كشف الخداع البصري في الصور الرقمية. [45]

- **موقع Foto Forensics:**

تعتمد هذه الأداة في عملها على خوارزميات Noise Analysis أو "تحليل الضوضاء" حيث يمكن في الصورة المعدلة أو التي تم التلاعب فيها تحديد الاختلاف في كثافة البكسل density Pixel.[46]

أدوات تقنية للتحقق من الفيديوهات:

1. **موقع (InVid):** هو أداة قوية ومجانية مخصصة للتحقق من صحة الفيديوهات والصور، يمكن استخدامه كأداة تجزئة الفيديو تقدم إمكانية تقطيع الفيديو إلى إطارات يمكن استخدامها للبحث العكسي في البحث عن أصل الصورة وصحتها.[47]
2. **موقع YouTube DataViewer:** توفر هذه الأداة معلومات مهمة يمكن استخدامها لفحص مصداقية الفيديو، مثل تاريخ ووقت تحميله من خلال إضافة رابط URL للعثور على الفيديوهات المشابهة على موقع يوتيوب[48]
3. **موقع deepware:** للكشف عن الفيديوهات التي تم التلاعب بها بواسطة تكنولوجيا التزييف العميق أو بما يعرف بالديب فيك (deepfake)، ويقدم الموقع تقريرًا عن مدى احتمال أن يكون الفيديو مزيفًا، ويتضمن التقرير عادةً درجة موثوقية الفيديو ومناطق الفيديو التي قد تكون تعرضت للتعديل. [49]
4. **أداة (Google Earth):** ويُستخدم هذا التطبيق لتحديد المواقع الجغرافية الدقيقة وتحديد الأحداث على الأرض من خلال مطابقة الفيديو مع بيانات الأقمار الصناعية ويمكن استخدامه للتأكد من موقع تصوير الفيديو بناءً على ملامح الأرض، المباني، أو المعالم الطبيعية، حيث تُظهر الصور الفضائية معلومات دقيقة عن التغيرات الزمنية والجغرافية. [50]

خامساً استخدام محركات البحث:

تعتبر محركات البحث أداة قوية للتحقق من صحة المعلومات مثل " جوجل(Google) ، ديوكس :(DuckDuckGo) سنوبس:(Snopes) فاكتشيك(FactCheck.org) ، و يُعتبر فاكتشيك موقعًا آخر يختص بالتحقق من الحقائق والتأكد من صحة المعلومات. يمكن استخدامه للبحث عن تقارير ومقالات تتعلق بالموضوع، كمرجع موثوق للتحقق من صحة المعلومات قبل نشرها أو الاستناد إليها في التحليل الإعلامي.[51]

سادساً: الانتباه إلى اللغة والتوجيهات المشبوهة:

الانتباه إلى اللغة المشبوهة والتوجيهات الغريبة يمكن أن يكون مفتاحًا في تحديد المعلومات الزائفة أو المضللة مثل" اللغة المبالغ فيها أو المثيرة للعواطف، التحقق من التوجيهات المشبوهة، التصريحات القطعية والمبالغ فيها، الإعلانات المضللة، التحريض على الكراهية، دون تقديم أدلة موضوعية أو معلومات دقيقة، مما يجعله أداة في يد الجهات التي تسعى إلى زعزعة الاستقرار الاجتماعي والسياسي.[52]

سابعا الرجوع الى الخبراء:

يعتبر الرجوع إلى الخبراء في التحقق من الأخبار خطوة مهمة لضمان صحة وموثوقية المعلومات التي تتلقاها، وتتمثل هذه الخطوات في " متابعة الخبراء على وسائل التواصل الاجتماعي، حضور ورش العمل والدورات التدريبية، التواصل مع الأكاديميين والباحثين في مجالات ذات صلة مثل الإعلام والاتصالات وعلوم الحاسوب، لديهم تجارب وأبحاث تتعلق بتحقق المعلومات يمكن أن تكون مفيدة في الحصول على معلومات كافية حول التحقق من الأخبار.[53]

ثامنًا استخدام منصات التحقق من الأخبار:

يمكن استخدام منصات التحقق من الأخبار مثل NewsGuard وMedia Bias/Fact Check كمرجع لتقييم صحة المعلومات، حيث تقدم تحليلات وتقارير عن مصادر الأخبار ودرجة موثوقيتها، كما يمكن الحصول على مساعدة وإرشادات قيمة لتحديد صحة المعلومات وموثوقيتها من خلال الرجوع إلى خبراء التحقق من الأخبار، والتأكد من استخدام المصادر الموثوقة والمعترف بها للحصول على أفضل نتائج.[54]

نتائج الدراسة:

جدول رقم (2) يوضح خصائص عينة الدراسة

المتغير		ك	%	ن	%
النوع	ذكر	78	65.0	120	100.0
	أنثي	42	35.0		
العمر	أقل من 30 عامًا	25	20.8	120	100.0
	من 30 لأقل من 40 عامًا	48	40.0		
	من 40 لأقل من 50 عامًا	27	22.5		
	50 عامًا فأكثر	20	16.7		
التعليم	جامعي	107	89.2	120	100.0
	فوق جامعي	13	10.8		
التخصص	تخصص إعلام	79	65.8	120	100.0
	تخصص آخر	41	34.2		
نمط الملكية	قومية	48	40.0	120	100.0
	خاصة	48	40.0		
	حزبية	24	20.0		

المتغير		ك	%	ن	%
الوظيفة	رئيس قسم	16	13.3	120	100.0
	سكرتير تحرير	6	5.0		
	محرر صحفي	63	52.5		
	محرر فيديو	6	5.0		
	مدير تحرير	29	24.2		
الخبرة	أقل من 5 سنوات	13	10.8	120	100.0
	من 5 لأقل من 10 سنوات	23	19.2		
	من 10 لأقل من 15 سنوات	32	26.7		
	15 سنة فأكثر	52	43.3		

يوضح الجدول السابق: تحليل توزيع خصائص المشاركين وفقًا للعديد من المتغيرات الاجتماعية والعملية. من حيث النوع، تمثل الذكور نسبة أكبر (65%) مقارنة بالإناث (35%)، مما يشير إلى غلبة الذكور في المجال المدروس. بالنسبة لتوزيع الأعمار،

تظهر الفئة العمرية من 30 إلى أقل من 40 عامًا أنها الأكثر تمثيلًا (40%)، مما يوضح أن غالبية المشاركين ينتمون إلى مرحلة منتصف العمر المهني.

أما من حيث التعليم، فتتمتع الغالبية العظمى من المشاركين (89.2%) بشهادات جامعية، مما يعكس المستوى التعليمي العالي للمشاركين في المجال الإعلامي.

فيما يتعلق بالتخصص، أظهرت البيانات أن أكثر من 65% من المشاركين متخصصين في الإعلام، مما يعكس تخصص العينة في هذا المجال بشكل واضح.

أما فيما يخص نمط الملكية، فقد تم توزيع المشاركين بالتساوي بين الصحف القومية والخاصة (40% لكل منهما)، بينما كانت الصحف الحزبية تمثل 20% فقط.

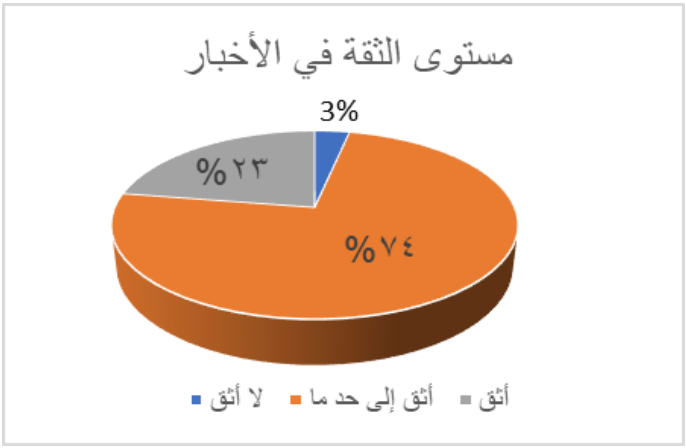
فيما يخص الوظائف، كان المحررون الصحفيون هم الأكثر تمثيلًا (52.5%)، تلاهم مدراء التحرير بنسبة 24.2%، مما يشير إلى التنوع في المناصب الصحفية في العينة.

أخيرًا، أظهرت النتائج أن المشاركين الذين يمتلكون خبرة تتجاوز الـ 15 سنة يشكلون النسبة الأكبر (43.3%)، ما يدل على الخبرة الواسعة التي يتمتع بها المشاركون في المجال الإعلامي عينة الدراسة.

جدول رقم (3) يوضح مستوى ثقة القائم بالاتصال في الأخبار

مستوى الثقة في الأخبار	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
لا أثق	4	3.3	2.192	.4727
أثق إلى حد ما	89	74.2		
أثق	27	22.5		
الإجمالي	120	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى: وجود مستوى متوسط من الثقة في الأخبار، حيث جاءت عبارة (أثق إلى حد ما) بدرجة عالية في المرتبة الأولى بنسبة 74.2 بينما جاءت عبارة (أثق) في المرتبة الثانية بنسبة 22.5% وجاءت عبارة (لا أثق) في المرتبة الثالثة بنسبة 3.3%، مما يعني أن القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية المصرية لديه الشك في الأخبار التي تصله ولا يعتمد جميعها بشكل أساسي.



جدول رقم (4) يوضح أسباب التشكك في المحتوى

أسباب التشكك في المحتوى	ك	%
وجود تعارض مع الحقائق أو ما تم اثباته	57	47.5
وجود تعارض منطقي للأحداث	56	46.7
تعارض معلوماتي	49	40.8
عدم الثقة في المصدر	35	29.2
الإجمالي	120	

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أسباب التشكك في المحتوى حيث جاءت في مقدمة النتائج (وجود تعارض مع الحقائق أو ما تم إثباته) في المرتبة الأولى بنسبة (47.5%)، وجاءت في المرتبة

الثانيــة (وجــود تعــارض منطقــي للأحــداث) بدرجــة (46.7)%، بينمــا جــاءت فــي المرتبــة الثالثــة (وجــود تعــارض معلومــاتي) بنســبة (40.8%)، وجــاء فــي المرتبــة الرابعــة والأخيــرة (عــدم الثقــة فــي المصــدر) بنســبة (29.9%)، مما يعكس وعي القائم بالاتصال في التعامل مع المحتوى الإعلامي.

وتنسـجم هـذه النتيجـة مـع دراسـة (نجيـب 2023) والتـي توصـلت إلـى أن سـمات الأخبـار الزائفـة مـن حيـث المضـمون وطبيعـة الخبـر جـاء عـدم الثقـة فـي المصـدر فـي المسـتوى الأول بنسـبة 8.54% ، وجـاء فـي الترتيـب الثـاني عـدم اتسـاق الخبـر مـع المنطـق والحقـائق العلميـة بنسـبة 8.49%، وجـاء فـي المرتبـة الثالثـة عـدم وضـوح مصـدر الخبـر بنسـبة 8.39%، وجـاء فـي الترتيـب الرابـع الخبـر عـدم وجـود الخبـر علـى المنصـات الرسـمية بنسـبة 8.37، بينمـا جـاء فـي الترتيـب الخـامس اخـتلاف عنـوان الخبـر عـن مضـمون الخبر بنسبة 8.26%، وهما من السمات الشائعة في الأخبار الزائفة،

وتتفـق هـذه النتيجـة مـع نظريـة الاسـتخدامات والاشـباعات التـي اسـتندت اليهـا الدراسـة حيـث إن أسـباب التشـكك فـي المحتـوى مثـل التعـارض مـع الحقـائق المثبتـة، ووجـود تعـارض منطقـي للأحـداث، والتعـارض المعلومـاتي، وعـدم الثقـة فـي المصـدر، يـؤثر فـي إشـباع احتياجـات القـائم بالاتصـال للحصـول علـى معلومـات دقيقـة وموثوقـة، فكلمـا زاد التشـكك فـي المحتـوى زاد احتيـاج القـائم بالاتصـال للتحقـق المستمر من المصادر وتقديم الحقائق بشكل شفاف.

جدول رقم (5) يوضح استراتيجية التعامل مع الأخبار

استراتيجية التعامل مع الأخبار	ك	%
أبحث عن المصدر الرئيسي للخبر وأقيم مدى مصداقيته	99	82.5
استخدم أدوات الفحص للتحقق من الأخبار	63	52.5
أنظر إلى سمعة ومصداقية المصدر الذي ينشر الخبر	37	30.8
أنشر الخبر كما هو بدون التحقق من المعلومات	2	1.7
الإجمالي	120	

تشـير بيانـات الجـدول السـابق إلـى: تعامـل القـائم بالاتصـال فـي المؤسسـات الصحفية مـع الأخبـار بنـاءاً علـى اسـتراتيجيات مختلفـة، حيـث جـاء فـي المرتبـة الأولـى (أبحـث عـن المصـدر الرئيسـي للخبـر وأقـيم مصـداقيته) بنسـبة 82.5 %، بينمـا جـاء فـي المرتبـة الثانيـة (اسـتخدم أدوات الفحـص للتحقـق مـن الأخبـار) بنسـبة 52.5%، وجـاء فـي المرتبـة الثالثـة (أنظـر إلـى سـمعة ومصـداقية المصـدر الـذي ينشـر الخبـر) بنسـبة 30.8%، بينمـا جـاء (أنشـر الخبـر كمـا هـو بـدون التحقـق مـن المعلومـات بنسـبة) 1.7%، ممـا يعنـي أن

القائم بالاتصال يهتم درجة عالية بالتحقق من الأخبار، ويفسر ذلك تعددية الاستراتيجيات المستخدمة في التحقق من الأخبار بالنسبة للقائم بالاتصال في الصحف المصرية.

وتنسجم هذه النتيجة مع دراسة (نهاد2021) والتي توصلت إلى درجة ارتفاع الاستراتيجات التكنولوجية الخاصة ببرامج التحقق بنسبة 40%، تليها استراتيجيات تكنولوجية واستراتيجات الاتصال المباشر بنسبة39.7% ، تلتها بنسبة قليلة الاتصال المباشر فقط بالمصدر19.9.

جدول رقم (6) يوضح استخدام آليات التحقق من الأخبار

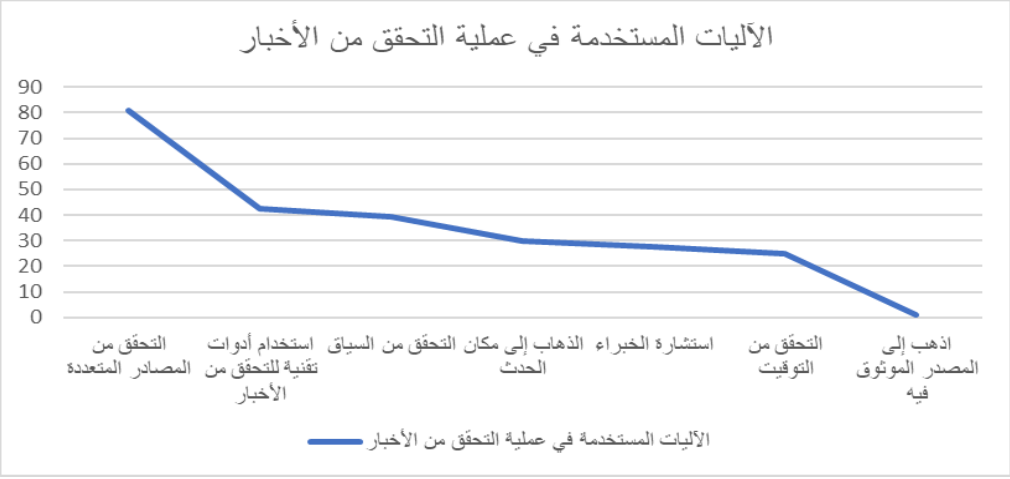
استخدام آليات التحقق من الأخبار	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أكثر من 10 مرات	41	34.2	2.000	.9614
من 10:6 مرات	52	43.3		
من 3: 5 مرات	13	10.8		
مرة واحدة إلى مرتين	14	11.7		
الإجمالي	120	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى: استخدام القائم بالاتصال في الصحافة المصرية لآليات التحقق من الأخبار خلال اليوم بدرجة عالية حيث جاء في المرتبة الأولى (استخدم من 10:6 مرات) في الدرجة الأولى بنسبة 43.3% بينما جاء في المرتبة الثانية (أكثر من 10 مرات) بنسبة 34.2% وجاء في المرتبة الثالثة (مرة واحدة إلى مرتين) بنسبة 11.7 % كما جاء في المرتبة الرابعة والأخيرة (استخدم من 3:5) مرات بنسبة 10.8%. مما يعني حرص القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية على استخدام آليات التحقق من الأخبار بشكل يومي وادركه لأهمية التحقق المستمر لتقديم محتوى دقيق وصحيح مما يعزز ثقة الجمهور في الأخبار، وتشير النتائج إلى أن المتوسط الحسابي بلغ 2.000 يوضح أن معظم القائمين بالاتصال يتحققون من الأخبار بشكل معتدل أو متكرر.

جدول رقم (7) يوضح الآليات المسخدمة في عملية التحقق من الأخبار

الآليات المستخدمة في عملية التحقق من الأخبار	ك	%
التحقق من المصادر المتعددة	97	80.8
استخدام أدوات تقنية للتحقق من الأخبار	51	42.5
التحقق من السياق	47	39.2
الذهاب إلى مكان الحدث	36	30.0
استشارة الخبراء	33	27.5
التحقق من التوقيت	30	25.0
اذهب إلى المصدر الموثوق فيه	1	0.8
الإجمالي	120	

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أهم الآليات المستخدمة في عملية التحقق من الأخبار حيث جاء في المرتبة الأولى (التحقق من المصادر المتعددة) بنسبة 80.8% بينما جاء في المرتبة الثانية (استخدام أدوات تقنية في التحقق من الأخبار) بنسبة 42.5% وجاء في المرتبة الثالثة (التحقق من السياق) بنسبة 39.2 وجاء في المرتبة الرابعة (الذهاب إلى مكان الحدث) بنسبة 30.3% وجاء في المرتبة الخامسة (استشارة الخبراء) بنسبة 27.5% كما جاء (التحقق من التوقيت) في المرتبة السادسة بنسبة 25.0%.



وتنسجم هذه النتيجة من حيث استخدام التقنيات الحديثة مع دراسة (أبو شيحة 2021 التي توصلت إلى أن درجة استخدام الصحفيين الفلسطينيين لتقنيات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي كانت متوسطة، ويرجع ذلك إلى أن بيانات الجدول السابق تشير إلى آليات التحقق بشكل

عـام متمثلـة فـي التحقـق الـذاتي والتقنيـات الحديثـة، كمـا أن القـائم بالاتصـال يسـتخدم أكثـر مـن آليـة فـي التحقق من الخبر الواحد.

جدول رقم (8) يوضح اهتمام المؤسسة بالتحقق من الأخبار

اهتمام المؤسسة بالتحقق من الأخبار	درجة الموافقة (ن=120)										المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تسهل المؤسسة التي أعمل بها الإجراءات المتخذة للتحقق من الأخبار.	36	30.0	67	55.8	14	11.7	2	1.7	1	0.8	4.125	.7398
تعتمد المؤسسة على كوادر لديهم الخبرة في التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات.	41	34.2	53	44.2	19	15.8	5	4.2	2	1.7	4.050	.9061
تحرص المؤسسة على استخدام آليات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي.	39	32.5	52	43.3	22	18.3	5	4.2	2	1.7	4.008	.9121
تقدم المؤسسة التي أعمل بها دورات تدريبية في استخدام التقنيات الحديثة للتحقق من الأخبار	28	23.3	41	34.2	38	31.7	11	9.2	2	1.7	3.683	.9872
يوجد قسم متخصص للتحقق من الأخبار داخل المؤسسة التي أعمل بها	28	23.3	40	33.3	30	25.0	16	13.3	6	5.0	3.567	1.1356
تفرض المؤسسة استخدام مواقع محددة متخصصة في التحقق من المعلومات	16	13.3	35	29.2	40	33.3	22	18.3	7	5.8	3.258	1.0885

تشير بيانات الجدول السابق إلى: ارتفاع درجة اهتمام المؤسسات الصحفية للتحقق من الأخبار حيث جاءت عبارة(تسهل المؤسسة التي أعمل بها الإجراءات المتخذة للتحقق من الأخبار) في المستوى الأول بدرجة عالية بمتوسط حسابي **4.125**، يليها عبارة (تعتمد المؤسسة على كوادر لديهم الخبرة في التعامل مع تقنيات التحقق من المعلومات) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي **4.050** يليها عبارة (تحرص المؤسسة على استخدام آليات التحقق من المعلومات في العمل الصحفي) بمتوسط حسابي **4.008** يليه عبارة (تقدم المؤسسة التي أعمل بها دورات تدريبية في استخدام التقنيات الحديثة للتحقق من الأخبار) بمتوسط حسابي **3.683** يليها عبارة (يوجد قسم متخصص للتحقق من الأخبار داخل المؤسسة التي أعمل بها) بمتوسط حسابي **3.567** يليها تفرض المؤسسة استخدام مواقع محددة متخصصة في التحقق من المعلومات بمتوسط حسابي **3.258.**

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو شيحة **2021**) فيما يتعلق بدرجة الاهتمام حيث توصلت إلى أن المؤسسات الإعلامية أولت اهتماماً ملحوظاً في السنوات الأخيرة بعمليات التحقق من الأخبار وهيأت لها الإمكانيات المتاحة.

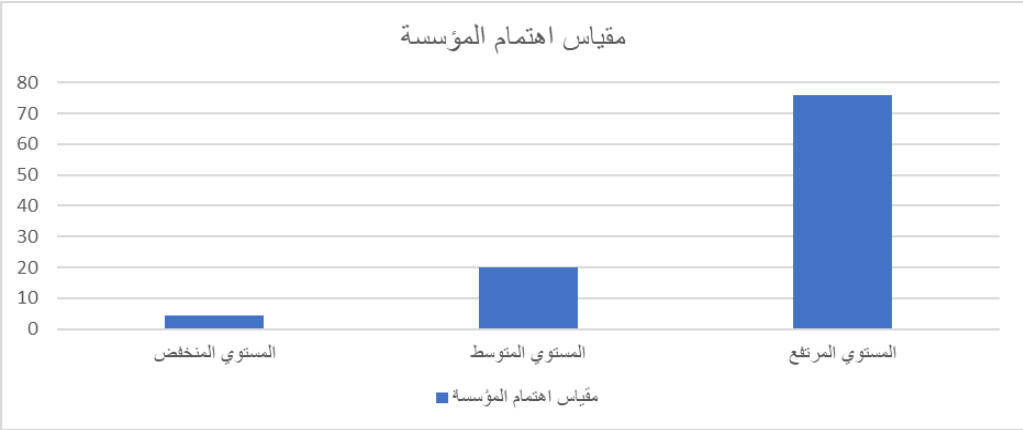
تتفق هذه النتيجة مع نظرية حتمية قبول التكنولوجيا حيث تشير إلى أن سهولة الوصول إلى آليات التحقق، ودعم المؤسسة، وتقديم التدريب، ووجود كوادر متخصصة جميعها عوامل تعزز تبني تقنيات التحقق من الأخبار، كما تؤكد نظرية **TAM** على أن مرونة استخدام التكنولوجيا تؤثر على قبولها، وبالتالي فإن عدم فرض مواقع تحقق محددة قد يكون إيجابيًا من حيث منح الصحفيين حرية اختيار الأدوات التي تناسبهم.

جدول رقم (9) يوضح مقياس اهتمام المؤسسة

مقياس اهتمام المؤسسة	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوي المنخفض	5	4.2	2.717	.5374
المستوي المتوسط	24	20.0		
المستوي المرتفع	91	75.8		
الإجمالي	120	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أغلب المؤسسات تتمتع بمستوى اهتمام مرتفع باستخدام آليات التحقق حيث جاء المستوى المرتفع بنسبة (75.8%)، مما يعكس اهتمامًا كبيرًا بتطبيق هذه التقنيات في العمل. كما أن (20.0%) من المؤسسات تمتلك مستوى اهتمام متوسط، بينما أظهرت نسبة قليلة جدًا (4.2%) اهتمامًا منخفضًا. يعزز المتوسط الحسابي (2.717) هذا التوجه العام نحو المستوى المرتفع، مع انحراف معياري منخفض

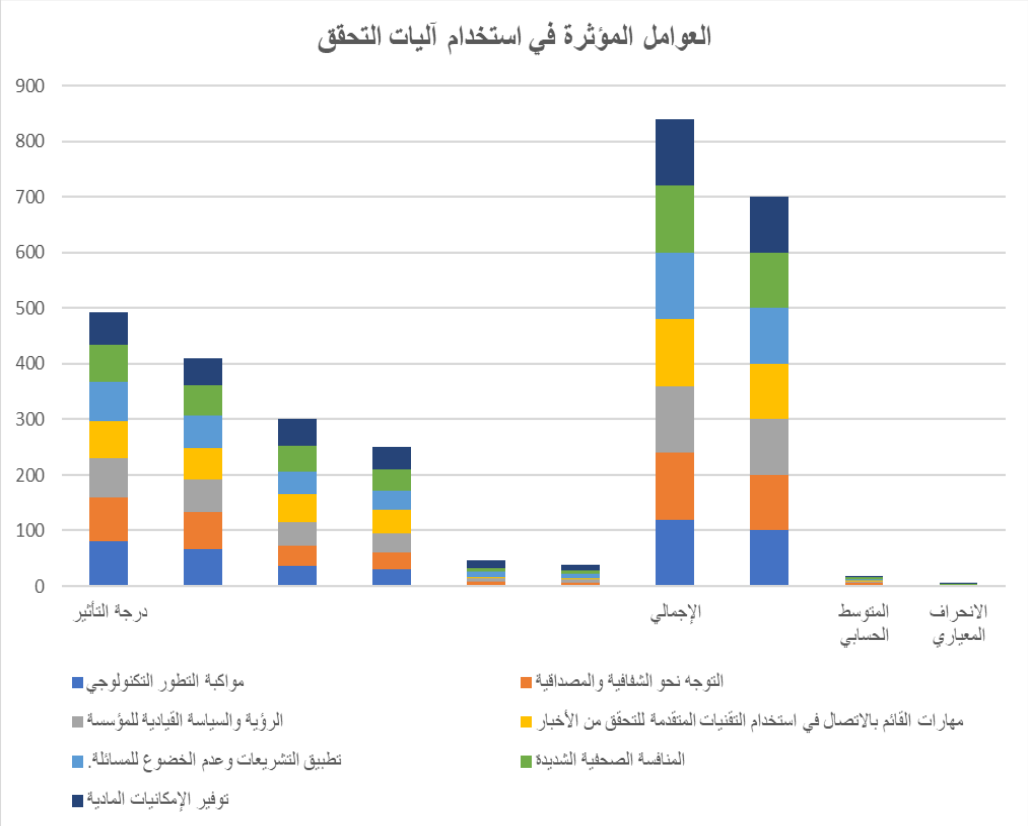
(.5374) يُظهر تباينًا محدودًا في مستويات الاهتمام بين المؤسسات.



جدول رقم (10) يوضح العوامل المؤثرة في استخدام آليات التحقق

العوامل المؤثرة في استخدام آليات التحقق	درجة التأثير						الإجمالي		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	مؤثر		إلي حد ما		غير مؤثر					
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
مواكبة التطور التكنولوجي	81	67.5	36	30.0	3	2.5	120	100.0	2.650	.5290
التوجه نحو الشفافية والمصداقية	79	65.8	36	30.0	5	4.2	120	100.0	2.617	.5678
الرؤية والسياسة القيادية للمؤسسة	71	59.2	43	35.8	6	5.0	120	100.0	2.542	.5926
مهارات القائم بالاتصال في استخدام التقنيات المتقدمة للتحقق من الأخبار	66	55.0	51	42.5	3	2.5	120	100.0	2.525	.5494
تطبيق التشريعات وعدم الخضوع للمسائلة.	71	59.2	40	33.3	9	7.5	120	100.0	2.517	.6349
المنافسة الصحفية الشديدة	66	55.0	47	39.2	7	5.8	120	100.0	2.492	.6080
توفير الإمكانيات المادية	58	48.3	48	40.0	14	11.7	120	100.0	2.367	.6852

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أن أبرز العوامل المؤثرة في استخدام آليات التحقق من الأخبار هو (مواكبة التطور التكنولوجي) حيث جاء المتوسط الحسابي بدرجة 2.650 بينما يليه (التوجه نحو الشفافية) بدرجة 2.617 يليه (الرؤية والسياسة القيادية للمؤسسة) بدرجة 2.542 يليه (مهارات القائم بالاتصال في استخدام التقنيات المتقدمة للتحقق من الأخبار)، تليها (مهارات القائم بالاتصال في استخدام التقنيات المتقدمة للتحقق من الأخبار) بمتوسط حسابي 2.525 يليه (تطبيق التشريعات



وعدم الخضوع للمسائلة) بمتوسط حسابي 2.517 بينما جاءت (المنافسة الصحفية الشديدة) بمتوسط حسابي 2.492 وتأتي في المرتبة الأخيرة (توفير الإمكانيات المادية) بنسبة 2.367.

وتتفق هذه النتيجة مع كل من دراسة (أبو قوطة2023) والتي توصلت إلى أن العوامل المهنية جاءت في مقدمة العوامل المؤثرة في توظيف القائمين بالاتصال في شبكة الجزيرة الإعلامية للتقنيات الحديثة في التحقق من المعلومات داخل غرف الأخبار بنسبة 90.4%، يليها السياسة التحريرية بنسبة 88.6%، تليها العوامل الذاتية بنسبة 78.6% والعوامل القيمية بنسبة 77.6، بينما جاءت

العوامل الاقتصادية في المرتبة الأخيرة من العوامل المؤثرة على توظيف التقنيات الحديثة بنسبة 74.8%.

ويتفق ذلك مع النظريات المستخدمة التي استندت إليها الدراسة والتي تحدد العوامل التي تؤثر على استخدامهم لآليات التحقق، ويرجع ذلك إلى أن العامل المهني والسياسة الحريرية يحددان بشكل مباشر قدرة الأفراد على التعامل مع التقنيات الحديثة بشكل احترافي وفعال، كما أن تبني أي تقنية يعتمد على عاملين رئيسين وهما المنفعة المتصورة وسهولة الاستخدام.

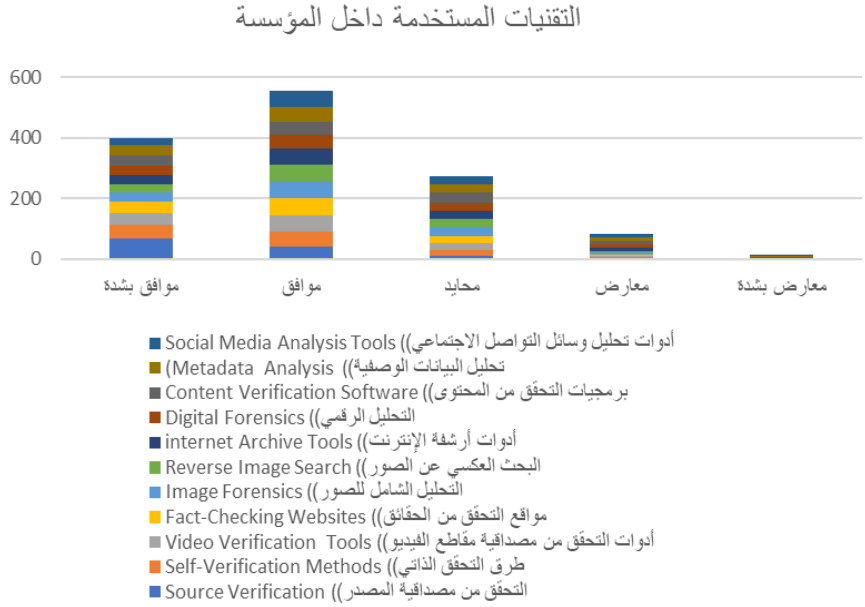
جدول رقم (11) يوضح التقنيات المستخدمة داخل المؤسسة

التقنيات المستخدمة داخل المؤسسة	درجة الموافقة (ن=120)										المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
Source Verification (التحقق من مصداقية المصدر)	68	56.7	40	33.3	11	9.2	1	0.8	0	0.0	4.458	.6969
Self-Verification Methods (طرق التحقق الذاتي)	47	39.2	50	41.7	19	15.8	4	3.3	0	0.0	4.167	.8131
Video Verification Tools (أدوات التحقق من مصداقية مقاطع الفيديو)	38	31.7	54	45.0	22	18.3	6	5.0	0	0.0	4.033	.8395
Fact-Checking Websites (مواقع التحقق من الحقائق)	35	29.2	56	46.7	25	20.8	4	3.3	0	0.0	4.017	.7990
Image Forensics (التحليل الشامل للصور)	32	26.7	54	45.0	27	22.5	6	5.0	1	0.8	3.917	.8753

التقنيات المستخدمة داخل المؤسسة	درجة الموافقة (ن=120)										المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
Reverse Image Search (البحث العكسي عن الصور)	28	23.3	56	46.7	29	24.2	6	5.0	1	0.8	3.867	.8593
internet Archive Tools (أدوات أرشفة الإنترنت)	29	24.2	54	45.0	25	20.8	11	9.2	1	0.8	3.825	.9318
Digital Forensics (التحليل الرقمي)	32	26.7	47	39.2	28	23.3	12	10.0	1	0.8	3.808	.9727
Content Verification Software (برمجيات التحقق من المحتوى)	34	28.3	41	34.2	34	28.3	10	8.3	1	0.8	3.808	.9727
Metadata) Analysis (تحليل البيانات الوصفية)	32	26.7	48	40.0	26	21.7	10	8.3	4	3.3	3.783	1.0386
Social Media Analysis Tools (أدوات تحليل وسائل التواصل الاجتماعي)	25	20.8	55	45.8	26	21.7	13	10.8	1	0.8	3.750	.9371

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أن (التحقق من مصداقية المصدر) جاء بدرجة عالية بمتوسط حسابي 4.458 (يليه طرق التحقق الذاتي) بمتوسط حسابي 4.167 يليه (أدوات التحقق من مصداقية مقاطع الفيديو) بمتوسط حسابي 4.033 يليه مواقع التحقق من الحقائق بمتوسط حسابي 4.017 يليه التحليل الشامل للصور حيث جاء بمتوسط حسابي3.917 يليه البحث العكسي عن الصور بمتوسط حسابي 3.867 يليه أدوات أرشفة

الانترنت بمتوسط حسابي 3.825 يليه التحليل الرقمي بمتوسط حسابي 3.808 وبرمجيات التحقق من المحتوى بمتوسط حسابي 3.808 بينما جاء تحليل البيانات الوصفية بمتوسط حسابي 3.783، وجاء في المرتبة الأخيرة الوصفية أدوات تحليل وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 3.750.



تختلف هذه النتيجة مع دراسة (أبو قوطة 2023) والتي توصلت إلى أن أبرز التقنيات الحديثة التي يستخدمها المبحوثون في التحقق من المعلومات داخل غرف الأخبار في شبكة الجزيرة الإعلامية هي In-Vid- تقنية التحقق من الفيديو بنسبة 84.2% تليها News Guard بنسبة 82%، ثم Tin Eye بنسبة 81.4% ثم Pim Eyes بنسبة 79% ثم auto stitch بنسبة 77.6% ثم Forensically بنسبة 77.2% وأخيرا spot the The troll، ويرجع ذلك إلى شمولية التقنيات في الدراسة الحالية حيث يعرض نتائج الجدول التقنيات الأساسية والتي تشمل التقنيات التقليدية والحديثة، بينما تستعرض دراسة أبو قوطة التقنيات الحديثة فقط، مما يؤكد على تنوع الأساليب في الدراسة الحالية.

جدول رقم (12) يوضح مجالات استخدام التقنيات الحديثة

مجالات استخدام التقنيات الحديثة	درجة الاستخدام (ن=120)										المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	عالية جدا		عالية		متوسطة		منخفضة		منخفضة جدا			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
التحقق من صحة الصور والفيديوهات	52	43.3	42	35.0	21	17.5	3	2.5	2	1.7	4.158	.9167
تحليل المعلومات	37	30.8	60	50.0	17	14.2	4	3.3	2	1.7	4.050	.8585
مراقبة وسائل الإعلام الاجتماعية	40	33.3	52	43.3	23	19.2	2	1.7	3	2.5	4.033	.9069
التحليل اللغوي الآلي	28	23.3	42	35.0	38	31.7	9	7.5	3	2.5	3.692	.9941
التحليل الإحصائي والبيانات الكبيرة	22	18.3	48	40.0	34	28.3	12	10.0	4	3.3	3.600	1.0075

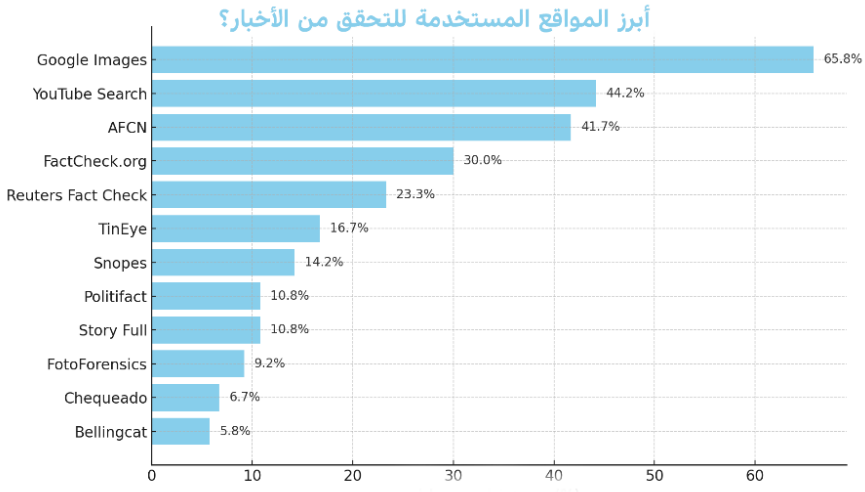
تشير بيانات الجدول السابق إلى: أن التحقق من صحة الصور والفيديوهات جاء بدرجة عالية بمتوسط حسابي 4.158 يليه تحليل المعلومات بمتوسط حسابي 4.050 بينما جاءت مراقبة وسائل الإعلام الاجتماعية بنسبة 4.033 وجاء التحليل اللغوي الآلي في المرحلة الرابعة بمتوسط حسابي 3.692 بينما جاء التحليل الإحصائي والبيانات الكبيرة في المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي 3.600.

تتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع دراسة (أبو قوطة 2023) التي توصلت إلى: أن الفيديوهات جاءت في مقدمة مجالات استخدام التقنيات الحديثة في التحقق من المعلومات داخل غرف الأخبار في شبكة الجزيرة الإعلامية بنسبة 92.8% ثم الأخبار بنسبة 90% وجاء في المرتبة الثالثة الصور بنسبة 87.6% يليها البيانات بنسبة 85%، وجاء في المرتبة الأخيرة التسجيل الصوتي بنسبة 76.6%.

جدول رقم (13) يوضح أبرز المواقع المستخدمة في التحقق من الأخبار

أبرز المواقع المستخدمة في التحقق من الأخبار	ك	%
Images Google	79	65.8
Youtube search	53	44.2
الشبكة العربية لمدققي المعلومات (AFCN)	50	41.7
FactCheck.org	36	30.0
Reuters Fact Check	28	23.3
TinEye	20	16.7
Snopes	17	14.2
Politifact	13	10.8
story Full	13	10.8
fotoforensics	11	9.2
chequeado	8	6.7
belling cat	7	5.8
الإجمالي	120	

تشير بيانات الجدول السابق إلى: ارتفاع استخدام موقع Images Google حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 65.8% يليه استخدام Youtube Search في المرتبة الثانية بنسبة 44.2%، يليه



استخدام الشبكة العربية لمدققي المعلومات (AFCN) بنسبة 41.7% يليه موقع Fact Check.org بنسبة 30.0% يليه Reuters Fact Check بنسبة 23.3% يليه تقنية وموقع

TinEye بنسبة 16.7% يليه موقع Snopes بنسبة 14.2 يليه موقع Politifact بنسبة 10.8% وموقع Full Story بنسبة 10.8% يليه موقع Fotoforensics بنسبة 9.2% ، يليه chequeado بنسبة 6.7%، كما جاء في المرتبة الأخيرة belling cat بنسبة 5.8%.

وتختلف هذه النتيجة نسبياً مع دراسة (أبو قوطة2023) التي توصلت إلى أن المواقع التي يستخدمها الصحفيون داخل غرف الأخبار في شبكة الجزيرة الإعلامية حيث جاءت النسبة الأعلى ل Youtube Search بنسبة 66.7% يليه كل من google image -story full بنسبة 61.9%، ثم كل من chequeado – Search و Bellin Cat بنسبة 52.4% ثم Izitru بنسبة 45.2%، ويرجع ذلك إلى اختلاف العينة في الدراستين .

وترى الباحثة أن هذه النتيجة تتوافق مع نتيجة جدول رقم (12) الذي يؤكد على أن مجالات استخدام التقنيات الحديثة جاءت في مقدمتها التحقق من الصور والفيديوهات بنسبة عالية ثم تحليل المعلومات ومراقبة وسائل الاعلامي الاجتماعية يليها التحليل اللغوي الآلي، يليها التحليل الاحصائي والبيانات الكبيرة.

جدول رقم (14)

يوضح موقف القائم بالاتصال اتجاه آليات التحقق

موقف القائم بالاتصال اتجاه آليات التحقق	درجة الموافقة (ن=120)										المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تسهم استخدام تقنيات التحقق من الأخبار في تقليل انتشار الأخبار الزائفة والمضللة.	59	49.2	50	41.7	10	8.3	1	0.8	0	0.0	4.392	.6773
أفضل تحفيز العاملين في مجال الاتصال لاستخدام تقنيات التحقق من الأخبار	59	49.2	47	39.2	14	11.7	0	0.0	0	0.0	4.375	.6868

موقف القائم بالاتصال اتجاه آليات التحقق	درجة الموافقة (ن=120)										المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
أفضل الاعتماد على تقنيات التحقق من الأخبار لتأكيد صحة المعلومات قبل نشرها.	50	41.7	56	46.7	13	10.8	1	0.8	0	0.0	4.292	.6908
تسهم اليات التحقق من الأخبار في تحسين فهمي للأحداث والموضوعات الراهنة.	50	41.7	51	42.5	17	14.2	1	0.8	1	0.8	4.233	.7857
ارتفاع فاعلية تقنيات التحقق من المعلومات مع المحتوى الذي أريد التحقق منه.	38	31.7	63	52.5	17	14.2	2	1.7	0	0.0	4.142	.7136
تكامل تقنيات التحقق من الأخبار في عمليات الإعلام والاتصال بشكل متسق	42	35.0	54	45.0	19	15.8	4	3.3	1	0.8	4.100	.8442
تؤثر تقنيات التحقق من الأخبار على رأي ومواقفي تجاه	34	28.3	55	45.8	27	22.5	4	3.3	0	0.0	3.992	.8044

موقف القائم بالاتصال اتجاه آليات التحقق	درجة الموافقة (ن=120)										المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
الأحداث والقضايا بشكل جيد.												
تقنيات التحقق من الأخبار تضيف تعقيدًا زائدًا على عمليات الاتصال دون فائدة كافية.	20	16.7	43	35.8	28	23.3	25	20.8	4	3.3	3.417	1.0 969
تقنيات التحقق من الأخبار تزيد من التكاليف دون أداء فعال في منع انتشار الأخبار الزائفة.	28	23.3	33	27.5	21	17.5	32	26.7	6	5.0	3.375	1.2 439
التقنيات المستخدمة في التحقق من الأخبار معقدة وصعبة الفهم.	19	15.8	32	26.7	34	28.3	30	25.0	5	4.2	3.250	1.1 246

تشير بيانات الجدول السابق إلى: وجود مواقف إيجابية قوية من القائمين بالاتصال تجاه آليات التحقق من الأخبار، مع تركيز واضح على دورها في تحسين جودة العمل الإعلامي ومواجهة الأخبار الزائفة، حيث جاء في المرتبة الأولى عبارة " تسهم استخدام تقنيات التحقق من الأخبار في تقليل انتشار الأخبار الزائفة والمضللة" بمتوسط حسابي مرتفع بنسبة (4.392)، يليه عبارة "أفضل تحفيز العاملين في مجال الاتصال لاستخدام تقنيات التحقق من الأخبار" بمتوسط حسابي مرتفع (4.375)، يليه عبارة " أفضل الاعتماد على تقنيات التحقق لتأكيد صحة المعلومات قبل نشرها" بمتوسط حسابي مرتفع (4.292)، يليه" تسهم آليات التحقق في تحسين فهمي للأحداث والموضوعات

الراهنة" بمتوسط حسابي مرتفع (4.233)، يليه " ارتفاع فاعلية تقنيات التحقق من المعلومات مع المحتوى الذي أريد التحقق منه" بمتوسط حسابي (4.142)، يليه "تكامل تقنيات التحقق من الأخبار في عمليات الإعلام والاتصال بشكل متسق" بمتوسط حسابي (4.100)، يليه " تؤثر تقنيات التحقق من الأخبار على رأي ومواقفي تجاه الأحداث والقضايا بشكل جيد" بمتوسط حسابي (3.992)، بينما جاءت عبارة " تقنيات التحقق من الأخبار تضيف تعقيدًا زائدًا على عمليات الاتصال دون فائدة كافية" بمتوسط حسابي (3.417)، يليه" تقنيات التحقق من الأخبار تزيد من التكاليف دون أداء فعال في منع انتشار الأخبار الزائفة" بمتوسط حسابي(3.375)، بينما جاء في المستوى المنخفض عبارة" التقنيات المستخدمة في التحقق من الأخبار معقدة وصعبة الفهم" بمستوى حسابي منخفض (3.250)، وتعكس النتائج أن القائمون بالاتصال يظهرون اتفاقًا قويًا مع فاعلية تقنيات التحقق في تقليل الأخبار الزائفة وتحسين الفهم العام للأحداث، مع ذلك، تشير بعض الآراء إلى أن هذه التقنيات قد تكون معقدة وتضيف تعقيدًا زائدًا على العمليات الإعلامية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (أبو قوطة 2023) التي توصلت إلى أن اتجاهات القائم بالاتصال في المؤسسات الإعلامية العربية نحو توظيف التقنيات الحديثة في التحقق من المعلومات داخل غرف الأخبار في شبكة الجزيرة الإعلامية بلغ 93.4%، ويشير ذلك إلى درجة تأييد عالية جداً.

وتعزو الباحثة هذه النتيجة إلى الدور الكبير والمؤثر الذي تؤديه تقنيات التحقق والاحتياجات المستمرة للمؤسسات الإعلامية في التعامل مع الأخبار الزائفة و تحقيق المصداقية، بالإضافة إلى التحديات التقنية والعملية التي قد تؤثر على كيفية دمج هذه الأدوات في العمليات الإعلامية اليومية.

جدول رقم (15) يوضح مقياس الاتجاهات نحو استخدام آليات التحقق

مقياس الاتجاهات	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الاتجاه السلبي	1	.83	.825	.4030
الاتجاه المحايد	19	15.83		
الاتجاه الإيجابي	100	83.33		
الإجمالي	120	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أن الغالبية العظمى من المشاركين (83.33%) تتبنى اتجاهًا إيجابيًا تجاه الموضوع، مما يدل على توافق كبير معهم. في المقابل، أبدى 15.83% من المشاركين مواقف محايدة، بينما أظهرت نسبة صغيرة جدًا (0.83%) اتجاهًا سلبيًا. مما يشير إلى أن الآراء بشكل عام تميل إلى التأييد، مع وجود تباين ضئيل في المواقف تجاه الموضوع.

جدول رقم (16) يوضح الضغوطات والتحديات

الضغوطات والتحديات	درجة الموافقة (ن=120)										المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تطور التكنولوجيا وسرعة الانتشار واستحداث أساليب الديب فيك	43	35.8	63	52.5	10	8.3	3	2.5	1	0.8	4.200	.7626
تدفق المعلومات بشكل سريع ومستمر	39	32.5	57	47.5	16	13.3	7	5.8	1	0.8	4.050	.8778
ضغوط التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى	37	30.8	49	40.8	28	23.3	5	4.2	1	0.8	3.967	.8881
عدم التدريب الجيد على استخدام آليات التحقق من الأخبار وعدم الالمام بها	34	28.3	51	42.5	28	23.3	7	5.8	0	0.0	3.933	.8671
ضغوط المواعيد النهائية	32	26.7	46	38.3	33	27.5	8	6.7	1	0.8	3.833	.9288
عدم وجود بنية تحتية قوية تساعد على استخدام تقنيات التحقق	30	25.0	52	43.3	26	21.7	11	9.2	1	0.8	3.825	.9408
التكلفة المالية لاستخدام التقنيات	34	28.3	47	39.2	26	21.7	8	6.7	5	4.2	3.808	1.0556
ضغوط التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى	31	25.8	39	32.5	33	27.5	13	10.8	4	3.3	3.667	1.0795

تشير بيانات الجدول السابق إلى: ارتفاع الضغوطات والتحديات التي تواجه القائم بالاتصال في استخدام آليات التحقق من الأخبار في بيئة العميل حيث جاءت (تطور التكنولوجيا وسرعة الانتشار واستحداث أساليب الديب فيك) بدرجة عالية في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.200 ويليها في المرتبة الثانية (تدفق المعلومات بشكل سريع ومستمر) بمتوسط حسابي 4.050 يليها في المرتبة الثالثة (ضغوط التنافس مع وسال الإعلام الأخرى) بمتوسط حسابي 3.967 يليها في المرتبة الرابعة (عدم التدريب الجيد على استخدام آليات التحقق من الأخبار وعدم الإلمام بها) بمتوسط حسابي 3.933 يليها في المرتبة الخامسة (ضغوط المواعيد النهائية) بمتوسط حسابي 3.833 يليها في المرتبة السادسة (عدم وجود بنية تحتية قوية تساعد على استخدام تقنيات التحقق) بمتوسط حسابي

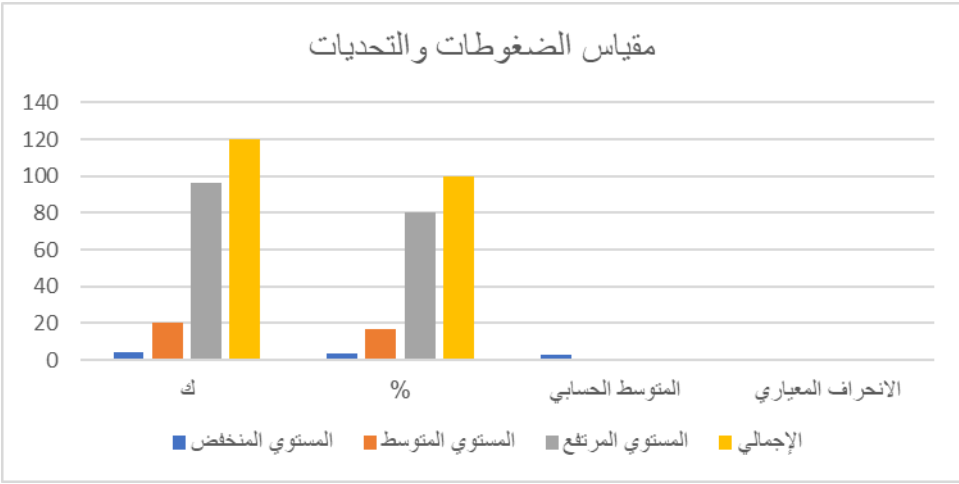
3.825 يليها في المرتبة السابعة (التكلفة المالية لاستخدام التقنيات) بمتوسط حسابي 3.808 يليها في المرتبة الثامنة والأخيرة (ضغوط التنافس مع وسائل الإعلام الأخرى) بمتوسط حسابي 3.667.

جدول رقم (17)

يوضح مقياس الضغوطات والتحديات

مقياس الضغوطات والتحديات	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوي المنخفض	4	3.3	2.767	.4976
المستوي المتوسط	20	16.7		
المستوي المرتفع	96	80.0		
الإجمالي	120	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أن الغالبية العظمى من المشاركين (80%) يعانون من ضغوط وتحديات على مستوى مرتفع. بينما كان 16.7% منهم في المستوى المتوسط، في حين أن 3.3% فقط أشاروا إلى أن الضغوطات التي يواجهونها منخفضة. مما يشير إلى أن التحديات تمثل عنصرًا مهمًا ومؤثرًا بالنسبة لمعظم المشاركين.



جدول رقم (18)

يوضح التأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق

التأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق	درجة الموافقة (ن=120)										المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
تعزيز الاحترافية وتحسين جودة العمل الصحفي.	60	50.0	49	40.8	11	9.2	0	0.0	0	0.0	4.408	.6546
تعزيز التواصل والتفاعل مع الجمهور بشكل أفضل.	60	50.0	46	38.3	14	11.7	0	0.0	0	0.0	4.383	.6882
الإلمام الكافي بطرق التحقق من المعلومات.	55	45.8	55	45.8	9	7.5	1	0.8	0	0.0	4.367	.6602
زيادة الموثوقية في المحتوى الذي أقدمه.	57	47.5	50	41.7	10	8.3	3	2.5	0	0.0	4.342	.7390
أسهمت في مكافحة الأخبار الزائفة ودحض الشائعات.	57	47.5	47	39.2	14	11.7	2	1.7	0	0.0	4.325	.7466
الإحاطة بالمهارات البحثية والتحليلية.	48	40.0	59	49.2	13	10.8	0	0.0	0	0.0	4.292	.6533
اتخاذ القرار السليم في الوقت المناسب.	51	42.5	51	42.5	18	15.0	0	0.0	0	0.0	4.275	.7096
زيادة المعرفة بأساسيات ومهارات التفكير النقدي.	48	40.0	50	41.7	21	17.5	1	0.8	0	0.0	4.208	.7548
تعزيز المسؤولية المجتمعية.	49	40.8	47	39.2	21	17.5	3	2.5	0	0.0	4.183	.8094
قللت من تخوفي في الوقوع تحت طائلة المسائلة القانونية.	45	37.5	54	45.0	18	15.0	3	2.5	0	0.0	4.175	.7742
معرفة المنهجيات التي تعتمد عليها أدوات التحقق.	43	35.8	53	44.2	21	17.5	3	2.5	0	0.0	4.133	.7879
عززت من شعوري بالتميز بين زملاء العمل.	44	36.7	41	34.2	26	21.7	7	5.8	2	1.7	3.983	.9872

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن هناك توافقًا كبيرًا بين المشاركين في تأثيرات هذه الآليات على تحسين الأداء الصحفي والمهني، حيث جاءت أبرز التأثيرات "تعزيز الاحترافية وجودة العمل الصحفي" بمتوسط حسابي (4.408)، يليه "تعزيز التواصل مع الجمهور" بمتوسط حسابي (4.383)، يليه "الإلمام الكافي بطرق التحقق من المعلومات" بمتوسط حسابي (4.367) كما لوحظ توافق في تحسين الموثوقية في المحتوى حيث جاءت عبارة "زيادة الموثوقية في المحتوى الذي أقدمه :المتوسط الحسابي " بمتوسط حسابي (4.342) يليه "أسهمت في مكافحة الأخبار الزائفة ودحض الشائعات" بمتوسط حسابي (4.325)، يليه "الإحاطة بالمهارات البحثية والتحليلية" بمتوسط (4.292)، يليه "اتخاذ القرار السليم في الوقت المناسب" بمتوسط حسابي (4.275)، يليه "زيادة المعرفة بأساسيات ومهارات التفكير النقدي" بمتوسط حسابي (4.208)،يليه "تعزيز المسؤولية المجتمعية" بمتوسط حسابي (4.183)، يليه عبارة "قللت من تخوفي في الوقوع تحت طائلة المسائلة القانونية" بمتوسط حسابي (4.175)، يليه "معرفة المنهجيات التي تعتمد عليها أدوات التحقق" بمتوسط حسابي (4.133)، وأقل التأثيرات كانت مرتبطة بشعور التميز بين زملاء العمل، حيث سجلت عبارة "عززت من شعوري بالتميّز بين زملاء العمل" أدنى متوسط حسابي (3.983).

جدول رقم (19)

يوضح مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق

مقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوي المنخفض	0	0.0	2.942	.2354
المستوي المتوسط	7	5.8		
المستوي المرتفع	113	94.2		
الإجمالي	120	100.0		

تشير بيانات الجدول المتعلقة بمقياس التأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق إلى: توزيع المشاركين وفقًا لمستويات التأثيرات التي تم تقييمها. ففيما يتعلق بالمستوى المنخفض، لم يسجل أي من المشاركين تقييمًا في هذا النطاق (0%)، بينما قيم 5.8% من المشاركين التأثيرات بمستوى متوسط. أما الغالبية العظمى، 94.2%، فقد صنفوا التأثيرات في المستوى المرتفع، تجدر الإشارة إلى أن المتوسط الحسابي لهذا المقياس بلغ 2.942 مع انحراف معياري منخفض قدره 0.2354، مما يشير إلى توافق كبير بين المشاركين في تصنيف تأثيرات آليات التحقق على أنها عالية.

جدول رقم (20)

يوضح مقياس التأثيرات المعرفية

مقياس التأثيرات المعرفية	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوي المنخفض	1	.8	2.917	.3063
المستوي المتوسط	8	6.7		
المستوي المرتفع	111	92.5		
الإجمالي	120	100.0		

تشير بيانات الجدول السابق إلى: أن مقياس "التأثيرات المعرفية" لدى المشاركين أن معظم المشاركين (92.5%) يعتبرون التأثيرات المعرفية "مرتفعة"، مما يعكس فاعلية هذه الآليات في تحسين المعرفة والفهم. كما أن المقياس يعتمد على توزيع المشاركين بين المستويات المختلفة (منخفض، متوسط، مرتفع)، مما يشير إلى أن النتائج تدل على أن آليات التحقق تحقق تأثيرًا معرفيًا واضحًا في مجال الاتصال والإعلام.

حيث سجل المتوسط الحسابي (2.917) ويشير إلى أن التأثيرات المعرفية عادة ما تُصنف على أنها مرتفعة، مما يعزز صحة تصميم المقياس وموثوقيته. بالإضافة إلى ذلك، جاء الانحراف المعياري المنخفض (0.3063) مما يعكس الاستقرار والتوافق بين إجابات المشاركين، مما يعزز من مصداقية نتائج المقياس وفعاليته في قياس التأثيرات المعرفية المتعلقة بآليات التحقق.

جدول رقم (21)

يوضح مقياس التأثيرات الوجدانية

مقياس التأثيرات الوجدانية	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوي المنخفض	1	.8	2.883	.3475
المستوي المتوسط	12	10.0		
المستوي المرتفع	107	89.2		
الإجمالي	120	100.0		

يشير مقياس "التأثيرات الوجدانية" إلى: التأثيرات التي تترتب على استخدام آليات التحقق على المشاعر والمواقف الشخصية للمشاركين وفقًا للبيانات، فإن النسبة الغالبة من المشاركين (89.2%) تعتبر أن التأثيرات الوجدانية لهذه الآليات هي "مرتفعة"، مما يدل على أن هذه الآليات لها تأثير قوي في تشكيل المشاعر والآراء لدى الأفراد، كما سجل المتوسط الحسابي 2.883 مما يعكس أن التأثيرات الوجدانية تتجه نحو مستوى مرتفع، مما يشير إلى أن المشاركين يشعرون بتأثير كبير عند

استخدام آليات التحقق في التعامل مع الأخبار والمعلومات. كما أن الانحراف المعياري 0.3475 يُظهر استجابة متجانسة إلى حد ما بين المشاركين، مما يعزز موثوقية نتائج المقياس في قياس التأثيرات الوجدانية الناتجة عن استخدام تقنيات التحقق.

جدول رقم (22)

يوضح مقياس التأثيرات السلوكية

مقياس التأثيرات السلوكية	ك	%	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
المستوي المنخفض	0	0.0	2.933	.2505
المستوي المتوسط	8	6.7		
المستوي المرتفع	112	93.3		
الإجمالي	120	100.0		

يشير مقياس "التأثيرات السلوكية" إلى: التأثيرات التي تطرأ على سلوك المشاركين نتيجة لاستخدام آليات التحقق من الأخبار. وفقًا للبيانات، نجد أن 93.3% من المشاركين يعتبرون أن التأثيرات السلوكية لهذه الآليات هي "مرتفعة"، مما يعكس تأثيرًا كبيرًا على سلوك الأفراد فيما يتعلق بتعاملهم مع المعلومات والأخبار.

حيث جاء المتوسط الحسابي (2.933) وهذا يدل على أن التأثيرات السلوكية تتركز في المستوى المرتفع، مما يشير إلى تغيرات ملحوظة في سلوك المشاركين نتيجة لاستخدام تقنيات التحقق، كما أن الانحراف المعياري 0.2505 يُظهر استجابة متجانسة ومتقاربة من المشاركين، مما يعزز دقة وموثوقية هذه النتائج في قياس التأثيرات السلوكية المترتبة على استخدام آليات التحقق.

نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للقائم بالاتصال في الصحف المصرية وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (23)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (النوع) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار

	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
كثافة الاستخدام	ذكر	78	1.974	1.0316	.397	118	.692
	أنثي	42	2.048	.8250			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متغير النوع (ذكر، أنثى) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ت= 0.397، عند مستوى معنوية = 0.692، وهى غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الذكور والإناث فيما يتعلق بكثافة استخدامهم لآليات التحقق من الأخبار، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (النوع) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (24)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (التعليم) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
كثافة الاستخدام	جامعي	107	2.009	.9566	.304	118	.761
	فوق جامعي	13	1.923	1.0377			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين متغير التعليم (جامعي، فوق جامعي) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ت=0.304، عند مستوى معنوية= 0.761، وهى غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين التعليم الجامعي وفوق الجامعي فيما يتعلق بكثافة استخدامهم لآليات التحقق من الأخبار، وبذلك يثبت عدم صحة

الفـرض الفرعـي القائـل بوجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين متغيـر (التعلـيم) وكثافـة اسـتخدام آليـات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (25) يوضح دلالة الفروق بين متغير (التخصص)

وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	التخصص	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
كثافة الاستخدام	تخصص إعلام	79	2.051	1.0488	.800	118	.426
	تخصص آخر	41	1.902	.7683			

تشـير بيانـات الجـدول السـابق إلـى: عـدم وجـود فـروق ذات دلالـة احصـائية بـين التخصـص (إعـلام، تخصـص آخـر) وكثافـة اسـتخدام آليـات التحقـق مـن الأخبـار، حيـث بلغـت قيمـة ت=0.800، عنـد مسـتوى معنويـة= 0.426، وهـى غيـر دالـة، أي أنـه لـم تكـن هنـاك اختلافـات واضـحة بـين التخصـص (إعـلام، تخصـص أخـر) فيمـا يتعلـق بكثافـة اسـتخدامهم لآليـات التحقـق مـن الأخبـار، وبـذلك يثبـت عـدم صـحة الفـرض الفرعـي القائـل بوجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين متغيـر (التخصـص) وكثافـة اسـتخدام آليـات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (26)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (العمر) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار

	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
كثافة الاستخدام	أقل من 30 عامًا	25	2.040	1.0599	3 116	.663	.577
	من 30 لأقل من 40 عامًا	48	1.854	.9451			
	من 40 لأقل من 50 عامًا	27	2.148	.9074			
	50 عامًا فأكثر	20	2.100	.9679			
	المجموع	120	2.000	.9614			

تشـير بيانـات الجـدول السـابق إلـى: عـدم وجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين متغيـر (العمـر) وكثافـة اسـتخدام آليـات التحقـق مـن الأخبـار، حيـث بلغـت قيمـة ف=0.663، عنـد مسـتوى معنويـة= 0.577، وهـى غيـر دالـة، أي أنـه لـم تكـن هنـاك اختلافـات واضـحة بـين فئـات العمـر المختلفـة فيمـا يتعلـق بكثافـة

استخدامهم لآليات التحقق من الأخبار، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (العمر) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (27)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (الوظيفة) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	الوظيفة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
كثافة الاستخدام	رئيس قسم	16	1.750	.7746	4 115	.557	.694
	سكرتير تحرير	6	2.167	.4082			
	محرر صحفي	63	1.968	.9832			
	محرر فيديو	6	2.000	1.2649			
	مدير تحرير	29	2.172	1.0375			
	المجموع	120	2.000	.9614			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (الوظيفة) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ف=0.557، عند مستوى معنوية= 0.694، وهي غير دالة أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الوظائف المختلفة فيما يتعلق بكثافة استخدامهم لآليات التحقق من الأخبار، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (الوظيفة) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (28)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (الخبرة) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار

	الخبرة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
كثافة الاستخدام	أقل من 5 سنوات	13	2.308	1.0316	3 116	1.455	.231
	من 5 - 10 سنوات	23	1.739	.9154			
	من 10 - 15 سنوات	32	1.875	1.0080			
	15 سنة فأكثر	52	2.115	.9215			
	المجموع	120	2.000	.9614			

تشـير بيانـات الجـدول السـابق إلـى: عـدم وجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين متغيـر (الخبـرة) وكثافـة اسـتخدام آليـات التحقـق مـن الأخبـار، حيـث بلغـت قيمـة ف=**1.455**، عنـد مسـتوى معنويـة= **0.231**، وهـى غيـر دالـة، أي أنـه لـم تكـن هنـاك اختلافـات واضـحة بـين عـدد سـنوات الخبـرة المختلفـة فيمـا يتعلـق بكثافـة اسـتخدامهم لآليـات التحقـق مـن الأخبـار، وبـذلك يثبـت عـدم صـحة الفـرض الفرعـي القائـل بوجـود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (الخبرة) وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار.

بنـاءًا علـى مـا سـبق يثبـت عـدم صـحة الفـرض الرئيسـي القائـل بوجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين الخصائص الديموجرافية وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار.

الفـرض الثـاني: توجـد علاقـة ارتباطيـة ذات دلالـة إحصـائية بـين دوافـع اسـتخدام آليـات التحقـق مـن الأخبار والاتجاه نحوها.

جدول رقم (29)

يوضح دلالة الفروق بين (الدوافع) واتجاه القائم بالاتصال نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار.

		دوافع الاستخدام
الاتجاه	معامل الارتباط	.573
	مستوي الدلالة	.001
	العدد	120

تشـير بيانـات الجـدول السـابق إلـى: وجـود علاقـة ارتباطيـة طرديـة ذات دلالـة احصـائية بـين الـدوافع واتجـاه القـائم بالاتصـال نحـو اسـتخدام آليـات التحقـق مـن الأخبـار، حيـث بلغـت قيمـة معامـل ارتبـاط بيرسـون= **0.573**، وهـى دالـة عنـد مسـتوى معنويـة=**0.001**، أي أنـه كلمـا زادت الـدوافع زاد اتجـاه القـائم بالاتصال نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار.

وبـذلك يثبـت صـحة الفـرض القائـل بوجـود علاقـة ارتباطيـة ذات دلالـة إحصـائية بـين دوافـع اسـتخدام آليات التحقق من الأخبار والاتجاه نحوها.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للقائم بالاتصال في الصحف المصرية والاتجاه نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (30)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (النوع) واتجاه القائم بالاتصال نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
الاتجاه	ذكر	78	.795	.4064	1.117	118	.266
	أنثي	42	.881	.3952			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع (ذكر، أنثى) والاتجاه نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ت= 1.117، عند مستوى معنوية= 0.266، وهى غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الذكور والإناث فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو استخدام آليات التحقق، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (النوع) واتجاه استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (31)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (التعليم) واتجاه القائم بالاتصال نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
الاتجاه	جامعي	107	.813	.4151	.929	118	.355
	فوق جامعي	13	.923	.2774			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التعليم (جامعي، فوق جامعي) والاتجاه نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ت=0.929، عند مستوى معنوية= 0.355، وهى غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين التعليم الجامعي والفوق الجامعي فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو استخدام آليات التحقق، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض

الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (التعليم) واتجاه استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (32)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (التخصص) واتجاه القائم بالاتصال نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	التخصص	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
الاتجاه	تخصص إعلام	79	.810	.3947	.560	118	.577
	تخصص آخر	41	.854	.4220			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص (إعلام، تخصص آخر) والاتجاه نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ت= 0.560، عند مستوى معنوية= 0.577، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين تخصص الإعلام والتخصصات الأخرى المختلفة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو استخدام آليات التحقق، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (التخصص) واتجاه استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (33)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (العمر) واتجاه القائم بالاتصال نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
الاتجاه	أقل من 30 عامًا	25	.920	.2769	3 116	1.457	.230
	من 30 لأقل من 40 عامًا	48	.792	.4593			
	من 40 لأقل من 50 عامًا	27	.889	.3203			
	50 عامًا فأكثر	20	.700	.4702			
	المجموع	120	.825	.4030			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (العمر) والاتجاه نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ف= 1.457، عند مستوى معنوية= 0.230، وهي غر دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين فئات العمر المختلفة فيما يتعلق

باتجاهاتهم نحو استخدام آليات التحقق، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير(العمر) واتجاه استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (34)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (الوظيفة) واتجاه القائم بالاتصال نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	الوظيفة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
الاتجاه	رئيس قسم	16	.625	.5000	4 115	1.387	.243
	سكرتير تحرير	6	.833	.4082			
	محرر صحفي	63	.857	.3958			
	محرر فيديو	6	1.000	.0000			
	مدير تحرير	29	.828	.3844			
	المجموع	120	.825	.4030			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (الوظيفة) والاتجاه نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ف= 1.387، عند مستوى معنوية= 0.243، وهى غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين الوظائف المختلفة فيما يتعلق باتجاهاتهم نحو استخدام آليات التحقق، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (الوظيفة) واتجاه استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (35)

يوضح دلالة الفروق بين (مستوى الخبرة) واتجاه القائم بالاتصال نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	الخبرة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
الاتجاه	أقل من 5 سنوات	13	1.000	.0000	3 116	1.193	.316
	من 5 - 10 سنوات	23	.826	.3876			
	من 10 - 15 سنوات	32	.750	.5080			
	15 سنة فأكثر	52	.827	.3820			
	المجموع	120	.825	.4030			

تشـير بيانـات الجـدول السـابق إلـى: عـدم وجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين متغيـر (الخبـرة) والاتجـاه نحـو اسـتخدام آليـات التحقـق مـن الأخبـار، حيـث بلغـت قيمـة ف= 1.193، عنـد مسـتوى معنويـة= 0.316، وهـى غيـر دالـة، أي أنـه لـم تكـن هنـاك اختلافـات واضـحة بـين الخبـرات المختلفـة فيمـا يتعلـق باتجاهـاتهم نحـو اسـتخدام آليـات التحقـق، وبـذلك يثبـت عـدم صـحة الفـرض الفرعـي القائـل بوجـود فـروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (مستوى الخبرة) واتجاه استخدام آليات التحقق من الأخبار.

بنـاءًا علـى مـا سـبق يثبـت عـدم صـحة الفـرض الرئيسـي القائـل بوجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين الخصـائص الديموجرافيـة للقـائم بالاتصـال فـي الصـحف المصـرية والاتجـاه نحـو اسـتخدام آليـات التحقـق من الأخبار

الفـرض الرابـع: توجـد فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين (نمـط الملكيـة) ودرجـة الاهتمـام بآليـات التحقق من الأخبار في الصحف المصرية.

جدول رقم (36)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (نمط الملكية) ودرجة اهتمام المؤسسات بآليات التحقق من الأخبار.

	نمط الملكية	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
درجة الاهتمام	قومية	48	2.792	.4593	2 117	3.639	.029
	خاصة	48	2.771	.4722			
	حزبية	24	2.458	.7211			
	المجموع	120	2.717	.5374			

تشـير بيانـات الجـدول السـابق إلـى: وجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين (نمـط الملكيـة) ودرجـة اهتمـام المؤسسـات بآليـات التحقـق مـن الأخبـار، حيـث بلغـت قيمـة ف= 3.639 وهـى دالـة عنـد مسـتوى معنويـة= 0.29، وجـاءت الفـروق لصـالح الصـحف القوميـة أي أن درجـة اهتمامهـا بآليـات التحقـق مـن الأخبـار أعلـى مـن الصـحف الخاصـة والحزبيـة، وبـذلك يثبـت صـحة الفـرض الرئيسـي القائـل بوجـود فـروق ذات دلالة إحصائية بين (نمط الملكية) ودرجة الاهتمام بآليات التحقق من الأخبار.

الفـرض الخـامس: توجـد فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين الخصـائص الديموجرافيـة للقـائم بالاتصـال في الصحف المصرية والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم(37)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (النوع) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	النوع	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
التأثيرات الناتجة	ذكر	78	2.949	.2220	.446	118	.657
	أنثي	42	2.929	.2607			

تشـير بيانـات الجـدول السـابق إلـى: عـدم وجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين متغيـر النـوع (ذكـر، أنثـى) والتـأثيرات الناتجـة عـن اسـتخدام آليـات التحقـق مـن الأخبـار، حيـث بلغـت قيمـة ت=0.446، عنـد مسـتوى معنويـة= 0.657، وهـى غيـر دالـة، أي أنـه لـم تكـن هنـاك اختلافـات واضـحة بـين فئـات العمـر المختلفـة فيمـا يتعلـق بالتـأثيرات الناتجـة عـن اسـتخدامهم لآليـات التحقـق مـن الأخبـار، وبـذلك يثبـت عـدم صـحة الفـرض الفرعـي القائـل بوجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين متغير(النـوع) والتـأثيرات الناتجـة عـن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (38)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (التعليم) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	التعليم	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمة T	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
التأثيرات الناتجة	جامعي	107	2.944	.2311	.300	118	.764
	فوق جامعي	13	2.923	.2774			

تشـير بيانـات الجـدول السـابق إلـى: عـدم وجـود فـروق ذات دلالـة إحصـائية بـين متغيـر التعلـيم (جـامعي، فـوق جـامعي) والتـأثيرات الناتجـة عـن اسـتخدام آليـات التحقـق مـن الأخبـار، حيـث بلغـت قيمـة ت=0.300، عنـد مسـتوى معنويـة= 0.764، وهـى غيـر دالـة، أي أنـه لـم تكـن هنـاك اختلافـات واضـحة بـين المـؤهلات المختلفـة فيمـا يتعلـق بالتـأثيرات الناتجـة عـن اسـتخدامهم لآليـات التحقـق مـن الأخبـار، وبـذلك يثبـت عـدم

صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير(التعليم) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (39)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (التخصص) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	التخصص	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	قيمةT	درجات الحرية df	مستوى المعنوية Sig
التأثيرات الناتجة	تخصص إعلام	79	2.949	.2206	.496	118	.621
	تخصص آخر	41	2.927	.2637			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير التخصص (إعلام، تخصص آخر) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ت=0.496، عند مستوى معنوية= 0.621، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين تخصص الإعلام والتخصصات الأخرى المختلفة فيما يتعلق بالتأثيرات الناتجة عن استخدامهم لآليات التحقق من الأخبار، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير(التخصص) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (40)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (العمر) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	العمر	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
التأثيرات الناتجة	أقل من 30 عامًا	25	2.960	.2000	3 116	.333	.802
	من 30 لأقل من 40 عامًا	48	2.938	.2446			
	من 40 لأقل من 50 عامًا	27	2.963	.1925			
	50 عامًا فأكثر	20	2.900	.3078			
	المجموع	120	2.942	.2354			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (العمر) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ف=0.333، عند مستوى

معنوية= 0.802، وهى غير دالة، أي أنه لم تكن هناك اختلافات واضحة بين فئات العمر المختلفة فيما يتعلق بالتأثيرات الناتجة عن استخدامهم لآليات التحقق من الأخبار، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير(العمر) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (41)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (الوظيفة) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	الوظيفة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
التأثيرات الناتجة	رئيس قسم	16	2.875	.3416	4 115	.945	.441
	سكرتير تحرير	6	2.833	.4082			
	محرر صحفي	63	2.968	.1767			
	محرر فيديو	6	3.000	.0000			
	مدير تحرير	29	2.931	.2579			
	المجموع	120	2.942	.2354			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (متغير الوظيفة) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ف= 0954، عند مستوى معنوية= 0441، وهى غير دالة، أي أنه لم تكن هناك فروق واضحة بين الوظائف المختلفة للقائمين بالاتصال عند استخدامهم لآليات التحقق وقياس التأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (الوظيفة) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

جدول رقم (42)

يوضح دلالة الفروق بين متغير (الخبرة) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

	الخبرة	العدد N	المتوسط الحسابي Mean	الانحراف المعياري	درجات الحرية df	قيمة F	مستوى المعنوية Sig
التأثيرات الناتجة	أقل من 5 سنوات	13	3.000	.0000	3 116	1.131	.340
	من 5 - 10 سنوات	23	2.870	.3444			
	من 10 - 15 سنوات	32	2.969	.1768			
	15 سنة فأكثر	52	2.942	.2354			
	المجموع	120	2.942	.2354			

تشير بيانات الجدول السابق إلى: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير(الخبرة) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار، حيث بلغت قيمة ف= 1.131، عند مستوى معنوية= 0.340، وهي غير دالة، أي أنه لم تكن هناك فروق واضحة بين عدد سنين الخبرات المختلفة للقائمين بالاتصال فيما يتعلق بالتأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام، وبذلك يثبت عدم صحة الفرض الفرعي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير (الوظيفة) والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار.

بناءًا على ما سبق يثبت عدم صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للقائم بالاتصال في الصحف المصرية والتأثيرات الناتجة عن استخدام آليات التحقق من الأخبار

النتائج العامة للدراسة:

- جاء في مقدمة أسباب التشكك من المحتوى وجود تعارض مع الحقائق أو ما تم إثباته حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (47.5%)، يليه في المرتبة الثانية وجود تعارض منطقي للأحداث بنسبة (46.7%)،
- جاءت الاستراتيجية الأكثر شيوعًا للتعامل مع الأخبار البحث عن المصدر الرئيسي وتقييم مصداقيته حيث جاءت بنسبة (82.5%)، يليها استخدام أدوات الفحص للتحقق من الأخبار بنسبة (52.5%).

- أغلب المبحوثين يستخدمون آليات التحقق من الأخبار بشكل متكرر، حيث بلغت نسبة الذين يتحققون أكثر من 10 مرات 34.2%، تلتها فئة الذين يتحققون من 6 إلى 10 مرات 43.3%.
- جاءت أبرز الآليات المستخدمة في التحقق من الأخبار بشكل رئيسي على التحقق من المصادر المتعددة بنسبة 80.8%، تلتها استخدام الأدوات التقنية للتحقق بنسبة 42.5%.
- جاءت درجة اهتمام المؤسسة بالتحقق من الأخبار في المستوى المرتفع، حيث بلغت نسبته 75.8%، في المقابل حصل المستوى المتوسط على نسبة كان 20.0%. بينما بلغت المستوى المنخفض نسبة 4.2%.
- جاءت في مقدمة العوامل المؤثرة في استخدام آليات التحقق من الأخبار(مواكبة التطور التكنولوجي) بمتوسط حسابي (2.650)، تلتها (التوجه نحو الشفافية والمصداقية) بمتوسط (2.617).
- تستخدم المؤسسات بشكل كبير تقنيات كأدوات رئيسية لضمان مصداقية الأخبار حيث جاءت في المرتبة الأولى (التحقق من مصداقية المصدر) بمتوسط حسابي (4.458) تليها طرق التحقق الذاتي بمتوسط حسابي (4.167) كما جاءت (أدوات التحقق من الفيديو) بمتوسط حسابي (4.033) ومواقع التحقق من الحقائق بمتوسط حسابي (4.017) كآليات مهمة تُستخدم بشكل مكثف.
- جاء التحقق من صحة الصور والفيديوهات المجال الأكثر استخدامًا بمتوسط حسابي مرتفع (4.158)، مما يشير إلى أهميته في ضمان مصداقية المحتوى، يليه تحليل المعلومات بمتوسط (4.050)، كما حققت مراقبة وسائل الإعلام الاجتماعية درجة عالية من الاستخدام بمتوسط (4.033).
- جاء أبرز المواقع المستخدمة في التحقق من المعلومات هي Google Images بنسبة 65.8%، تليها Youtube Search بنسبة 44.2%، ثم الشبكة العربية لمدققي المعلومات (AFCN) بنسبة 41.7%. بينما استخدم 30% من المبحوثين FactCheck.org و23.3% استخدموا Reuters Fact Check. كما كانت المواقع الأخرى أقل استخدامًا مثل TinEye بنسبة (16.7%)، وSnopes بنسبة (14.2%)، وPolitifact بنسبة (10.8%).
- الغالبية العظمى من المشاركين أبدوا اتجاهاً إيجابياً تجاه تقنيات التحقق من الأخبار بنسبة (83.33%)، مما يعكس قبولاً وتفهماً كبيراً لأهمية هذه التقنيات، بينما كان هناك نسبة قليلة جداً (0.83%) أبدت اتجاهًا سلبيًا

- جاء أبرز التحديات في سرعة تطور التكنولوجيا وانتشار أساليب "الديب فيك"، حيث أبدى غالبية المبحوثين موافقتهم على ذلك، بنسبة (52.5%) يليه تحدي تدفق المعلومات السريع والمستمر بنسبة 47.5%.
- جاءت في مقدمة أبرز أسباب استخدام تقنيات التحقق من الأخبار هو الحصول على معلومات دقيقة وموثوقة حيث جاء بمتوسط حسابي (4.483)، يليه اكتساب معرفة أعمق حول الموضوعات المغطاة (4.442)، والعمل مع الخبراء والمصادر الموثوقة لبناء علاقات مهنية قوية (4.433). كما تساهم هذه التقنيات في تطوير مهارات البحث والتحليل (4.417) وتعزز الشعور بالمسؤولية الأخلاقية (4.392).
- أظهرت الدراسة أثرًا إيجابيًا لاستخدام آليات التحقق في العمل الصحفي، حيث عززت هذه الآليات الاحترافية والجودة المهنية بمستويات مرتفعة من الموافقة، حيث جاءت عبارة "تعزيز الاحترافية وتحسين جودة العمل الصحفي" بمتوسط حسابي (4.408)، تلتها "ساهمت في تعزيز التواصل مع الجمهور" بمتوسط حسابي (4.383) وزيادة الموثوقية في المحتوى الصحفي بمتوسط حسابي (4.342).
- عدم صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية وكثافة استخدام آليات التحقق من الأخبار.
- صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام آليات التحقق من الأخبار والاتجاه نحوها.
- عدم صحة الفرض الرئيسي القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للقائم بالاتصال في الصحف المصرية والاتجاه نحو استخدام آليات التحقق من الأخبار
- صحة الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين (نمط الملكية) ودرجة اهتمام المؤسسات بآليات التحقق من الأخبار.
- صحة الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية طردية بين دوافع استخدام آليات التحقق من الأخبار والتأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام.

مراجع الدراسة:

1 ماهر عطية أبو قوطة، "توظيف القائمين بالاتصال في شبكة الجزيرة الإعلامية للتقنيات الحديثة في التحقق من المعلومات داخل غرف الأخبار: دراسة ميدانية" (رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية بغزة، (2023).

2 جهاد عادل لبيب، "إستراتيجية القائم بالاتصال في الصحف المصرية في التعامل مع الأخبار الزائفة" (رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، 2023).

3 عايض بن مرزوق الحربي، "أثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على صناعة المحتوى المرئي في الصحف السعودية: دراسة على القائم بالاتصال"، *المجلة العربية للإعلام والاتصال*، ع33 (2023): 285–323.

4 أحمد محمد نجيب، "استخدام الشباب لمهارات التربية الإعلامية للتحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي"، *المجلة المصرية للدراسات المتخصصة*، ع39 (2023): 254–287.

5 رائد موسى زواهرة، "اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور الصحفية"، *مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع*، ع 111 (2024)، ص 292–319.

6 Elena Musi, "Developing Misinformation Immunity: How to Reason-Check Fallacious News in a Human–Computer Interaction Environment," *Article Reuse Guidelines* 9, no. 1 (January 2023).

7 Azka Kishwar and Adeel Zafar, "Fake News Detection on Pakistani News Using Machine Learning and Deep Learning," *Expert Systems with Applications* 208, no. 1 (December 2022).

8 Hyun Suk Kim, "Fact-Checking and Audience Engagement: A Study of Content Analysis and Audience Behavioral Data of Fact-Checking Coverage from News Media," *Digital Journalism* 10, no. 5 (2022): 781–800.

9 حنان يوسف، مصطفى على سيد عبد النبى، الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباعات ,"*المجلة المصرية للدراسات المتخصص، مج7، ع23، 2019، ص41.*

10 Elihu Katz, Jay G. Blumler, and Michael Gurevitch, "Utilization of Mass Communication by the Individual," in *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, ed. Jay G. Blumler and Elihu Katz (Beverly Hills, CA: Sage, 1974), 19–32.

11 Maslow, Abraham H. "A Theory of Human Motivation." *Psychological Review* 50, no. 4 (1943): 370–396.

12 Schunk, Dale H., Paul R. Pintrich, and Judith L. Meece. *Motivation in Education: Theory, Research, and Applications*. 3rd ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Merrill Prentice Hall, 2008.

13 McQuail, Denis. *McQuail's Mass Communication Theory*. 6th ed. London: Sage Publications, 2010.

14 Davis, Fred D. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly* 13, no. 3 (1989): 319–340. https://doi.org/10.2307/249008.

15 أكرم فتحي مصطفى علي، "استخدام نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) لتقصي فعالية التكنولوجيا المساندة القائمة على تطبيقات التعلم التكيفية النقالة لتمكين ذوي الإعاقة البصرية من التعلم "*مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر*، ع176، مج1، ص56-111، (2017) https://journals.ekb.eg/article_6782.html.

16 محمد عبد الحميد، *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*، القاهرة: عالم الكتب، (2000)، ص153.

17 Kerlinger, Fred N. *Foundations of Behavioral Research*. 4th ed. New York: Holt, Rinehart and Winston, 2000.

18 (أسماء السادة المحكمين)

أ/د جمال عبد الحي النجار أستاذ الصحافة والنشر بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهربالقاهرة وعميد كلية الإعلام جامعة النهضة (الأسبق)

أ/د عبد العظيم خضر أستاذ الصحافة والنشر ورئيس قسم الصحافة والنشرالسابق بكلية الأعلام بنين جامعة الأزهر بالقاهرة

ا/د أسامة عبد الرحيم علي أستاذ الصحافة كلية التربية النوعية جامعة المنصورة

أ/د نادية محمد عبد الحافظ أستاذ ورئيس قسم الإعلام التربوي جامعة الزقازيق

أ/د دعاء فكري عبدالله أستاذ الصحافة بكلية التربية النوعية جامعة المنوفية

أ/ د وليد محمد الهادي أستاذ الإعلام المساعد بكلية الآداب جامعة حلوان

أ.د/ مصطفى شكري علوان أستاذ مساعد في الصحافة والنشر كلية الإعلام بنين جامعة الأزهر

أ/د دعاء عبد الحكم الصعيدي الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر بالقاهرة

أ.د/ محمد فؤاد الأستاذ المساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام بنبن جامعة الأزهر بالقاهرة

ا/د انتصار محمد السيد سالم استاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي جامعة الزقازيق

د/ دعاء حاتم مدرس الصحافة والنشر بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر بالقاهرة

د/ أسماء أمين مدرس الصحافة والنشر بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر بالقاهرة

د/ مها بدوي عبد الرسول مدرس الصحافة والنشر بكلية الإعلام بنات جامعة الأزهر

د/ مي مصطفى عبد الرازق دكتور الصحافة بأكاديمية أخبار اليوم

19 (المعجم العربي المعاصر، جامعة بيرزيت). معنى «تَحَقُّقٌ» في المعاجم والأنطولوجيا العربية، ترجمة ومرادفات وتعريف ومصطلحات وانواع - الأنطولوجيا العربية، تم الدخول في 2023/7/3.

20 فارس أبو شيحة، اتجاهات الصحفيين الفلسطينيين نحو استخدام تقنيات التكنولوجيا الحديثة في التحقق من المعلومات عبر الإعلام الرقمي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2021، ص 8.

21 ماهر أبو قوطة، توظيف القائمين بالاتصال في شبكة الجزيرة الإعلامية للتقنيات الحديثة في التحقق من المعلومات داخل غرف الأخبار. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية علوم الاتصال واللغات، جامعة غزة،2023، ص 57..

22 الشبكة العربية لمدققي المعلومات (AFCN)منصة أريج، تم الدخول في 2020/4/2. منهجية تدقيق المعلومات.

23 Hermida, Alfred. "Tweets and Truth: Journalism as a Discipline of Collaborative Verification." *Journalism Practice* vol 6, no. 4 (2012): pp 662.

24 Craig Silverman and Rina Tsubaki, *Verification Handbook: An Ultimate Guide to Verifying Digital Content for Emergency Coverage*, 1st ed. (London: European Journalism Centre, 2020), accessed May 15, 2024, https://verificationhandbook.com/.pp95.

25 عائشة عصام أحمد، أنظمة التحقق والتدقيق في الصحافة العالمية: دراسة مقارنة بين عدد من التجارب الدولية. رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2022، ص 69.

26 محمد يونس، *فنون التحرير الصحفي في العصر الرقمي* (بيروت: الدار المصرية اللبنانية، 2021)، ص 209.

27 بكر عبد الحق، *التحقق في الإعلام الجديد* .سلسلة أبحاث وسياسات الإعلام، مركز تطوير الإعلام - جامعة بيرزيت، 2017. مقال منشور. تم الاطلاع في 15 مايو 2024 . مركز تطوير الإعلام ينشر دراسة عن "التحقق في الإعلام الجديد | "جامعة بيرزيت.

28 Craig Silverman and Rina Tsubaki (Previous reference) pp80:83

29 محمد العربي، *دليل التحقق من صحة الخبر* .الإصدار الثالث. مبادرة المشاريع المفتوحة، 2019. تم الاطلاع في 15 مايو 2024. نشر الإصدار الثالث من "دليل التحقق من صحة الخبر - "حسوبI/O ص23.

30 Craig Silverman and Rina Tsubaki (Previous reference) pp 108.

31 Claire Wardle and Hossein Derakhshan, "Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy, (Council of Europe, 2017)..

32 Dr. N. Tamilselvan. "Blockchain-Based Digital Rights Management for Enhanced Content Security in Digital Libraries." *International Journal of Blockchain Technology (IJBT)*, Vol. 2, No. 1, pp. 1–8, January–June 2024. https://iaeme.com/Home/issue/IJBT?Volume=2&Issue=1

33 Abdulla Ebrahim Altaher, Mohammed Mostafa Refaat Moharam, Mohammad Allaymoun, and Abdul Rahman Mohammad Alsardieh, "Unmasking Fake News: Examining the Role of AI in Combatting Fake News among Media Communicators in Bahrain," in *Business Sustainability with Artificial Intelligence (AI): Challenges and Opportunities* (Cham: Springer, 2024), pp549–59,

34 Virendra Singh Nirban, Tanu Shukla, Partha Sarathi Purkayastha, Nachiket Kotalwar, and Labeeb Ahsan, "The Role of AI in Combating Fake News in Media Communication," *Journal of Media Studies* vol 12, no. 3 (2022): pp45–67, https://doi.org/10.1234/jms.2022.34567.

35 Sharma, N., & Gupta, A. (2023). Artificial intelligence for media verification and combating disinformation. International Journal of Journalism and Media, vol 15 no(2), pp78-89. https://doi.org/10.5678/ijjm.2023.45678

36 Liesbeth Allein, Isabelle Augenstein, and Marie-Francine Moens, "Time-Aware Evidence Ranking for Fact-Checking," *Journal of Web Semantics* 71 (2021): 100663, https://doi.org/10.1016/j.websem.2021.1006

37 Petter B. Brandtzaeg and Asbjørn Følstad, "Trust and Distrust in Online Fact-Checking Services," *Communications of the ACM* 60, no. 9 (2017): 65–71.

38 O. Marques and V. Costel, "Image Forensics: Techniques and Challenges," *Journal of Visual Communication and Image Representation* 71 (2020): 102850.

39 Hany Farid, *Photo Forensics* (Cambridge, MA: MIT Press, 2016)

40 Craig Silverman, *Verification Handbook: A Definitive Guide to Verifying Digital Content for Emergency Coverage* (European Journalism Centre, 2015), pp. 92.

41 (The same reference).

42 Arvind Narayanan and Vitaly Shmatikov, "Robust De-Anonymization of Large Sparse Datasets," in *Proceedings of the IEEE Symposium on Security and Privacy* (2012): pp111–25.

43 Stephanie Murdock, "On the Origin of Images: Reverse Image Search and Its Applications," *Journal of Digital Investigation* vol 10, no. 4 (2013): pp 352–58.

44 Dirk Lewandowski, *The Search Engine Industry: Google, Bing, and Beyond*, 1st ed. (Springer, 2019).

45 Neil Krawetz, "Picture Impe،rfect: Digital Image Analysis and Forensics," presented at Black Hat Briefings, 2007.

46 Pierluigi Paganini " Photo forensics: Detect photoshop manipulation with error level analysis " Journal of Digital Investigation, vol 9, n (2),(2013), pp124-134.

47 Liang Bai, Yanli Hu, Songyang Lao, Alan F. Smeaton, and Noel E. O'Connor, "Automatic Summarization of Rushes Video Using Bipartite Graphs," *Multimedia Tools and Applications* 49, no. 1 (August 2010): pp 63–80.

48 Amnesty International. YouTube Data Viewer. Citizen Evidence Lab. Retrieved from https://citizenevidence.org (2017)

49 First Draft News, *YouTube Verification Tools*, accessed May 15, 2025, https://firstdraftnews.org/verification-tools/.

50 Craig Silverman 2015, (Previous reference) pp. 25.

51 FactCheck.org, "About FactCheck.org," accessed February 19, 2025, https://www.factcheck.org.

52 Erik Bleich, *Hate Speech and Democratic Citizenship* (Cambridge: Cambridge University Press, 2011).

53 Claire Wardle and Hossein Derakhshan (Previous reference).

54 Preslav Nakov "Fact-Checking, Fake News, Propaganda, and Media Bias: Truth Seeking in the Post-Truth Era" 2020

The Scientific Journal

of the Faculty of Mass Communication

(Girl's branch) Al-Azhar university

Editor-in-Chief **Prof. Walaa Ibrahim Aqqad**

Dean of the Faculty of Mass Communication (Girls' branch) Al-Azhar University

Deputy Editor-in-Chief **prof. Doaa Abdel Hakam El-Saeady**

Associate Professor of Journalism and Publishing the Faculty of Mass Communication (Girls' branch) Al-Azhar University

Editorial Board Members:

- **Prof. Gamal Abdel Hai El-Naggar-** Professor of Journalism and Publishing the Faculty of Mass Communication (Girls' branch) Al-Azhar University
- **Prof. Mohamed Moawad Ibrahim** - Professor of Media Faculty of Graduate Studies, Ain Shams University
- **Prof. Hassan Mohamed Mansour**

  Professor of Media King Saud University
- **Prof. Mohamed Ali Al-Qaari**

  Professor of Journalism and Media, Imam University
- **Prof. Abdel Halim Mousa Yaqoub**

  Professor of Journalism at King Faisal University
- **Prof. Abdel Nabi Abdullah El-Noubi-** Professor of Media, Faculty of Media and Communication,Imam Muhammad Ibn Saud University

Executive Supervisor (Managing Editor)

- **Prof. Ayat Ahmed Ramadan -** Professor of Journalism and Publishing the Faculty of Mass Communication (Girls' branch) Al-Azhar University
- **Dr. Om El-Rizk Mahmoud Abdel Aal -** Lecturer of Journalism and Publishing the Faculty of Mass Communication (Girls' branch) Al-Azhar University

Financial manager: **Asmaa Al-Ashry** **Secretary:** **Marwa Nasser**

Volume 1 July 2025 AD, Muharram 1447 AH

For correspondence: Faculty of Mass Communication (Girls), Al-Azhar University (Girls' Branch), Youssef Abbas Street, Nasr City, Cairo

Email: ilambanatjournal@azhar.edu.eg

Authors guideline

Publication Guidelines and Standards of The Scientific Journal of the Faculty of Mass Communication (Girls' branch)

1. Originality and Novelty:

The research must be original, recent, and provide a scientific contribution in its field of specialization. It must not have been previously published or submitted for publication elsewhere.

2. Author Declaration:

The author must submit a declaration confirming that the research has not been previously published.

3. Scope of Publication:

The research must fall within the subjects covered by the journal, including journalism and publishing, radio and television, public relations, advertising, and electronic media.

4. Language and Research Components:

Research papers are accepted in either Arabic or English and must include:

» Research Title
» Author's Name and Job Title
» Institutional Email Address
» Abstract in both Arabic and English
» Full research paper not exceeding 100 pages, following the specified formatting guidelines.

5. Abstracts:

» Each research paper must be accompanied by two abstracts: one in Arabic and one in English. The Arabic abstract must include: an introduction not exceeding two lines, the objective, methodology, results, and keywords. The research title should appear at the top of the page, followed by the author's name without titles, department, faculty, university, and then the email address (Azhari university email for Al-Azhar University members, or any other email for non-members).

» The abstract should be between 250 and 300 words.

Care must be taken to ensure the English abstract is accurately and

properly translated, free from linguistic and stylistic errors.

6. Methodology and Referencing:

The research must strictly adhere to scientific methodology and all sources and references must be documented using the Chicago style.

7. Reference List:

References must be listed at the end of the research using EndNote software, in the order they appear in the text, in both Arabic and English.

8. General Formatting Guidelines:

» Arabic text: Simplified Arabic, font size 14.
» English text: Times New Roman, font size 14.
» Main and subheadings: Bold.
» Margins: 2.54 cm on all sides.
» Line spacing: Single (1).
» Table titles: Times New Roman, font size 11.

9. Language Accuracy:

The research must be free from grammatical, linguistic, and typographical errors, and should be clear and sound in meaning and style in both Arabic and English.

10.Research Review:

» Research papers are subject to peer review by two professors specialized in the field from universities in Egypt and the Arab world. Based on their evaluations, the suitability of the material for publication is determined.
» The review process is conducted with complete confidentiality (double-blind peer review).
» If one reviewer rejects the paper, the journal's management has the right to refer it to a third reviewer for final judgment.
» The review process is supervised by the Editor-in-Chief or their designated representative.

11. Review Results and Publication Commitment:

» Upon acceptance, the author is officially notified.
» The author may not withdraw the research after it has been accepted for publication.

» Reviewer fees are non-refundable if the research is not accepted.
» If revisions are requested, the modified paper must be submitted within one week. If delayed, the paper will be postponed to the next issue.
» If the revisions are substantial, the paper must be resubmitted within 15 days.

12. Rejection of Publication:

» The journal informs authors if their papers are not accepted without being obligated to provide reasons.

13.Content Responsibility:

» The views expressed in published research papers are solely those of the authors. The journal holds no responsibility for the content.

14. Order of Publication:

» Research papers are published based on internal technical and organizational considerations.

15. Prohibition of Duplicate Publication:

» Publishing the same research in more than one journal or platform is strictly prohibited.

16. Journal Rights:

» The journal retains all publication rights.
» It has the right to republish research papers in print or electronically.
» It may make research papers available in various databases, whether for a fee or free of charge, without requiring the author's consent.

17. Financial Costs:

» Administrative, printing, and publication costs are determined based on the approved regulations and publisher quotations.

18. Commitment to Scientific Ethics:

» Authors must adhere to ethical publication standards and avoid all forms of academic misconduct, including plagiarism, falsification, and fabrication.
» Authors must disclose research funding sources, if any.
» For joint research, all contributing authors must be clearly identified before submission to the journal.
» If a significant error is discovered after publication, the author must notify the editorial board to correct or retract the material.

19. Post-Publication Review and Correction:

» Authors are required to make any revisions or corrections requested after publication as soon as they are notified.