

الدراسات المتخصصة

المجلة
المصرية



دورية فصلية علمية محكمة - تصدرها كلية التربية النوعية - جامعة عين شمس

الهيئة الاستشارية للمجلة

أ.د/ إبراهيم فتحي نصار (مصر)
استاذ الكيمياء العضوية التخليقية
كلية التربية النوعية - جامعة عين شمس

أ.د/ أسامة السيد مصطفى (مصر)
استاذ التغذية وعميد كلية التربية النوعية - جامعة عين شمس

أ.د/ اعتدال عبد اللطيف حمدان (الكويت)
استاذ الموسيقى ورئيس قسم الموسيقى
بالمعهد العالي للفنون الموسيقية دولة الكويت

أ.د/ السيد بهنسي حسن (مصر)
استاذ الإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس

أ.د/ بدر عبدالله الصالح (السعودية)
استاذ تكنولوجيا التعليم بكلية التربية جامعة الملك سعود

أ.د/ رامى نجيب حداد (الأردن)
استاذ التربية الموسيقية وعميد كلية الفنون والتصميم الجامعة الأردنية

أ.د/ رشيد فايز البغلي (الكويت)
استاذ الموسيقى وعميد المعهد العالي للفنون الموسيقية دولة الكويت

أ.د/ سامى عبد الرؤوف طايح (مصر)
استاذ الإعلام - كلية الإعلام - جامعة القاهرة
ورئيس المنظمة الدولية للتربية الإعلامية وعضو مجموعة خبراء
الإعلام بمنظمة اليونسكو

أ.د/ سوزان القليني (مصر)
استاذ الإعلام - كلية الآداب - جامعة عين شمس
عضو المجلس القومي للمرأة ورئيس الهيئة الاستشارية العليا للإتحاد
الأفريقي الآسيوي للمرأة

أ.د/ عبد الرحمن إبراهيم الشاعر (السعودية)
استاذ تكنولوجيا التعليم والاتصال - جامعة نايف

أ.د/ عبد الرحمن غالب المخلافي (الإمارات)
استاذ مناهج وطرق تدريس - تقنيات تعليم
- جامعة الإمارات العربية المتحدة

أ.د/ عمر علوان عقيل (السعودية)
استاذ التربية الخاصة وعميد خدمة المجتمع
كلية التربية - جامعة الملك خالد

أ.د/ ناصر نافع البراق (السعودية)
استاذ الاعلام ورئيس قسم الاعلام بجامعة الملك سعود

أ.د/ ناصر هاشم بدن (العراق)
استاذ تقنيات الموسيقى المسرحية قسم الفنون الموسيقية
كلية الفنون الجميلة - جامعة البصرة

Prof. Carolin Wilson (Canada)
Instructor at the Ontario institute for studies in
education (OISE) at the university of Toronto
and consultant to UNESCO

Prof. Nicos Souleles (Greece)
Multimedia and graphic arts, faculty member,
Cyprus, university technology

(*) الأسماء مرتبة ترتيباً أبجدياً.



المجلة
المصرية
لدراسات
المختصة

رئيس مجلس الإدارة

أ.د/ أسامة السيد مصطفى

نائب رئيس مجلس الإدارة

أ.د/ مصطفى قدرى

رئيس التحرير

أ.د/ إيمان سيد علي

هيئة التحرير

أ.د/ محمود حسن اسماعيل (مصر)

أ.د/ عجاج سليم (سوريا)

أ.د/ محمد فرج (مصر)

أ.د/ محمد عبد الوهاب العلامي (المغرب)

أ.د/ محمد بن حسين الضويحي (السعودية)

المحرر الفني

د/ أحمد محمد نجيب

سكرتارية التحرير

د/ محمد عامر محمد عبد الباقي

أ/ ليلى أشرف خلف الله

أ/ أسامة إدوارد

أ/ محمد عبد السلام

المراسلات :

ترسل المراسلات باسم الأستاذ الدكتور/ رئيس
التحرير، على العنوان التالي

٣٦٥ ش رمسيس - كلية التربية النوعية -
جامعة عين شمس ت/ ٠٢/٢٦٨٤٤٥٩٤

الموقع الرسمي:

<https://ejos.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني:

egyjournal@sedu.asu.edu.eg

الترقيم الدولي الموحد للطباعة : 1687 - 6164

الترقيم الدولي الموحد الإلكتروني : 2682 - 4353

تقييم المجلة (يونيو ٢٠٢٢) : (7) نقاط

معامل ارسيف Arcif (سبتمبر ٢٠٢٢) : (0.0909)

المجلد (١١)، العدد (٣٩)، يوليو ٢٠٢٣



ISSN-O	ISSN-P	نقاط المجلد يوليو 2022	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلد	القطاع
2682-4353	1687-6164	7	جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية	المجلة المصرية للدراسات المتخصصة	علم Multidisciplinary

• يتم إعادة تقييم المجلات المصرية دورياً في شهر يونيو من كل عام و يكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات.



معامل التأثير والاستشهادات المرجعية العربي
قاعدة البيانات العربية الرقمية



التاريخ: 2022/09/29

الرقم: L22/0396 ARCIF

سعادة أ. د. رئيس تحرير المجلة المصرية للدراسات المتخصصة المحترم
جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية، القاهرة، مصر
تحية طيبة وبعد،،،

يسر معامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية (ارسياف - ARCIF)، أحد مبادرات قاعدة بيانات "معرفة" للإنتاج والمحتوى العلمي، إعلامكم بأنه قد أطلق التقرير السنوي السابع للمجلات للعام 2022.

ويسرنا تهنئتك وإعلامكم بأن المجلة المصرية للدراسات المتخصصة الصادرة عن جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية، القاهرة، مصر، قد نجحت في تحقيق معايير اعتماد معامل "ارسياف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية، والتي يبلغ عددها (32) معياراً، وللإطلاع على هذه المعايير يمكنك الدخول إلى الرابط التالي:

<http://e-marefa.net/arcif/criteria/>

و كان معامل "ارسياف Arcif" العام لمجلتكم لسنة 2022 (0.0909).

كما صنفت مجلتكم في تخصص العلوم التربوية من إجمالي عدد المجلات (114) على المستوى العربي، مع العلم أن متوسط معامل ارسياف لهذا التخصص كان (0.38).

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أ. د. سامي الخزندار

رئيس مبادرة معامل التأثير " ارسياف Arcif"



محتويات العدد

- * كلمة الدكتور / إيمان سيد علي
٩ رئيس التحرير
- * اللجنة العلمية للمجلة المصرية للدراسات المتخصصة.
١٣
- * بحوث علمية محكمة باللغة العربية:
- العلاج النفسي بالفن في الممارسة الخاصة مع فتاة مراهقة مصابة بحالة Asperger
١٩ ا.د/ مصطفى محمد عبد العزيز
 - أثر استراتيجية دورة التعلم السباعية في تنمية التحصيل الدراسي وعادات العقل في مُفَرَّر الحاسب وتِقْنِيَّة المعلومات (٢)
٤٩ ا.م.د/ نوره بنت عبد الرحمن الشريف
 - الواقع الافتراضي كمدخل لتنمية الابداع والتذوق الفني لطلاب التربية الفنية بكلية التربية النوعية جامعة الإسكندرية
٩٩ ا.د/ خيرية محمد عبد العزيز
د/ داليا محمد محمود شرف
 - مفهوم صورة الجسد وعلاقته بسلوك السيلفي والأفكار اللاعقلانية لدى الشباب الجامعي
١٦٧ ا.م.د/ سلوى سعيد عبد الغنى ناصر
ا.م.د/ مروة صلاح إبراهيم سعادة
 - استخدام الشباب لمهارات التربية الإعلامية للتحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي
٢٥٣ د/ احمد محمد نجيب
 - العلاقة بين استخدام البرامج الدينية المقدمة في الفضائيات العربية لاستراتيجيات الارشاد العقلائي و زيادة الرضا لدى أسر ذوى الاحتياجات الخاصة
٢٨٩ د/ عبد الرحمن شوقى محمد يونس
 - المواطنة البيئية في ضوء أهداف الشبكة الأوروبية (ENEC) وإمكانية الاستفادة منها خلال التدريب الميداني بكلية التربية النوعية جامعة القاهرة
٣٤٣ د/ هبة عبد الفتاح مسعد محمد حمص

تابع محتويات العدد

- استخدام اللغة التعبيرية في خفض سلوك إيذاء الذات لدى الأطفال ذوي اضطراب الطيف الذاتوي
- ٣٩٥ ا.د/ منى حسين الدهان
د/ أمينة محمد الأبيض
/ الحسن سمير يوسف إبراهيم
- واقع استخدام أنظمة الإدارة التربوية الإلكترونية لدى المؤسسات التعليمية الحكومية من وجهة نظر المعلمين
- ٤٣١ ا.د/ هوازن سعيد الحربي
/ فاطمة زيد آل مسعد
/ سامية جابر السلمى
/ وجود عبد الله العمودي
- القيم الجمالية لرموز حضارة الإنكا في استحداث اللوحة الزخرفية
- ٤٦٧ ا.د/ وائل حمدي القاضي
ا.م.د/ أسماء عاطف
/ علاء جمال زكى شعيرة
- صياغات زخرفية معاصرة مستوحاه من رموز حضارة المايا
- ٤٨٥ ا.د/ أمل محمد حلمي
ا.م.د/ أسماء عاطف
/ ميادة صلاح السيد احمد نجم
- ٥٠٩ ● ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية
* بحوث علمية محكمة باللغة الإنجليزية :

- Effect of intake supplementation choline powder and food rich of it on immune response and oxidative stress induced by diazinon toxicity in rats 3

Dr. Hala R. A. Sopeah

- Research Abstracts in Arabic 27

استخدام الشباب لمهارات التربية الإعلامية
للتحقق من الأخبار الزائفة
عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي

د / احمد محمد نجيب (١)

(١) مدرس بقسم الإعلام التربوي ، كلية التربية النوعية ، جامعة عين شمس

استخدام الشباب لمهارات التربية الإعلامية للتحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي احمد محمد نجيب

ملخص:

هدفت الدراسة الى تحديد مدى استخدام الشباب مهارات التربية الإعلامية (مهارة الوصول ، مهارة التحليل ، مهارة التقييم ، مهارة الإنتاج) فى التحقق من الأخبار المزيفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي ، واعتمدت الدراسة منهج المسح الإعلامى ، وبلغت عينة الدراسة (٥٠٠) مفردة من الشباب ، واستخدم الباحث استمارة استبيان تتضمن مقياس سمات الأخبار الزائفة ، مقياس وسائل التحقق من الأخبار الزائفة ، مقياس إتقان مهارات التربية الإعلامية ، وأوضحت الدراسة أن مقاطع الفيديو من العناصر المؤثرة فى مصداقية الأخبار ، وأن الأخبار الزائفة تحتوى على روابط Hyper Link زائفة .

الكلمات الدالة : الأخبار الزائفة ، مهارات التربية الإعلامية ، تطبيقات التواصل الاجتماعي .

مقدمة:

اختار قاموس كولينز "الأخبار الزائفة Fake News" لتكون كلمة العام فى عام ٢٠١٧ ، بعد اعتراف المجتمع الدولى بانتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وتحولها الى قضية عالمية ، ولا تعتبر الأخبار الزائفة ظاهرة جديدة فقد عرفت الصحافة فى القرن التاسع عشر ، لكن وسائل التواصل الاجتماعي منحت الأخبار الزائفة أبعاداً جديدة ، حيث دعمت مواقع التواصل الاجتماعي إنتاج الأخبار الزائفة وانتشارها بشكل واسع ، حيث أتاحت للجميع دون استثناء إنشاء الحسابات ، مما أدى الى ظهور ما يسمى بالمواطن الإعلامى أو المواطن الصحفى أو منتج محتوى رقمى أو منتج ومستخدم الوسائط المتعددة ، بالإضافة الى خصائص التفاعلية التى تتميز بها عن وسائل الإعلام الأخرى .

وفى ظل انعدام الرقابة بشكل شبه كامل على مواقع التواصل الاجتماعي من المؤسسات الإعلامية والتربوية سواء كانت رسمية أو خاصة ، أصبح استخدام وسائل التواصل الاجتماعي مسئولية الفرد فحسب ، وصار واجباً على الأفراد فحص الأخبار والقصص الخبرية والبحث فى مدى مصداقيتها قبل التفاعل معها سواء بالمشاركة أو

التعليق أو الإعجاب ، حيث أكدت نتائج البحوث أن (٧٠٪) من المستخدمين يكتفون بقراءة عناوين الأخبار فحسب (Gabiolkov & others, 2016) ، مما يعنى أن غالبية المشاركات التى تتم عبر شبكات التواصل الاجتماعى لا تقوم على قراءة المادة الفعلية للخبر أو القصة الخبرية ، وتعد تلك الظاهرة هى السبب الأساسى فى الانتشار السريع للأخبار الزائفة .

ولقد عرف قاموس كامبريدج عام (٢٠١٩) الأخبار الزائفة بأنها " قصص كاذبة تبدو وكأنها أخبار ، تنتشر عبر الإنترنت أو تستخدم وسائط أخرى ، وعادة يتم إنشاؤها للتأثير على الآراء السياسية أو كمزحة" (Cambridge Dictionary,) (2019) ، ولهذا يرى Dempsey (Dempsey, 2017) الأخبار الزائفة بأنها " مقالات مضللة عمداً ، وغالباً ما يتم نشرها من أجل تحقيق ربح أو منفعة أخرى" ، وعرفها Lazer (Lazer & others, 2018, 1094) بأنها "قصص إخبارية تم اختلاقها ، ويتم عرضها كما لو كانت من مصادر رسمية ، كما يتم الترويج لها عبر وسائل التواصل الاجتماعى لخداع الجمهور من أجل تحقيق مكاسب أيديولوجية أو سياسية أو مالية " ويرى Lim & Ling (Lim & Ling, 2018, 159) أن الأخبار الزائفة تشمل جميع أنواع القصص أو الأخبار الكاذبة التى يتم نشرها وتوزيعها أساساً عبر شبكة الإنترنت من أجل تضليل القراء أو خداعهم أو إغرائهم عن قصد بهدف تحقيق مكاسب مالية أو سياسية أو غير ذلك ، وأضافت Rini (Rini, 2017, 51) بأن الأخبار الزائفة هى قصة تستهدف وصف الأحداث فى العالم الواقعى من خلال محاكاة تقارير وسائل الإعلام التقليدية ، ولكن يكون مقدموها على علم بخطأ ما تتضمنه من معلومات ، ويكون نشرها بهدف تحقيق الانتشار الواسع مما يحقق خداع بعض المستخدمين .

وتنقسم الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى الى : (Wang,) (2020, 145)

- **المحتوى الساخر** : ويكون الهدف من هذا النوع من الأخبار الترفيهي والمحاكاة الساخرة ، ولا يكون الغرض من هذه الأخبار إيذاء أى شخص أو الإضرار به ، ولكنها يمكن أن تفهم على نحو خاطئ بوصفها حقائق.
- **المحتوى المضلل** : يمكن تحريف الأخبار بهدف إنشاء عناوين جذابة ، ولا يتم عرض سوى أجزاء صغيرة من كامل الخبر للجمهور ، وهذا النوع يخلق عمداً تأثيراً سياسياً أو دعائياً مما يشكل حالة من التحيز والتعصب.
- **محتوى زائف ومخادع** : تكون مواقع الأخبار الزائفة فى شكلها وهيتها شديدة الشبه بمواقع الأخبار الحقيقية التى تتمتع بمصداقية عالية لدى الجمهور ، وتعمل تلك المواقع الإخبارية الزائفة على نشر قصصاً إخبارية تعمل على تضليل الجمهور الذى يعتقد بصحتها لأنها تتخذ هيئة المواقع الإخبارية الموثوق بها .
- **محتوى مفبرك** : وهو أخبار جديدة تكون كاذبة تماماً وتفتقر الى الحقيقة ، والغرض منها تضليل الجمهور ، وتهدف الى جذب تفاعل المستخدمين من إعجاب ومشاركة وتعليق ، وذلك لتحقيق أرباح مادية أو سياسية ، وتعتمد فى انتشارها على الحسابات الوهمية بالإضافة الى استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعى .
- **ارتباط كاذب** : عند عدم اتفاق العناوين والصور والمتن فى القصة الإخبارية يدل ذلك على وجود ارتباط زائف ، ويعود ذلك الى استخدام صور وعناوين ساخنة ومثيرة تجذب انتباه المستخدم وعند دخول المستخدم على الخبر لا يجد شيء إلا كمية هائلة من الإعلانات .
- **التلاعب بالمحتوى** : يتم التلاعب بالمحتوى الذى يقدم المعلومات أو الصور الحقيقية بطريقة ما لنشر قصة مختلفة بقصد خداع الجمهور ،

حيث يتم التلاعب بالصور ومقاطع الفيديو الحقيقية فتصير أخبار كاذبة ومضللة ، فسارات برامج وتطبيقات المعالجة الرقمية والتزييف العميق Deep Fake تلعب دوراً مؤثراً في عمليات التلاعب بالمحتوى.

وأكدت العديد من البحوث أن تزويد الأفراد بالقدرات الإدراكية التي تمكنهم من تمييز الحقائق والأخبار الموثوقة عن الأخبار والقصص الزائفة يكون بمثابة لقاح يحمى الفرد من الأخبار والقصص الزائفة ولهذا صارت مهارات التربية الإعلامية ضرورة ملحة وآلية فعالة لمواجهة الأخبار الزائفة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي (Simmons, 2018, 256) ، وتعد مهارات : الوصول ، التحليل ، التقييم ، وإنتاج المحتوى الإعلامي ، هي الآليات التي يستطيع الشباب عن طريقها التحقق من الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.

مهارة الوصول : هي امتلاك الفرد الأدوات والمعرفة الأزمنة للوصول الى المحتوى الرقمي باقل جهد ممكن ، وهذه المهارة تستلزم توافر المعرفة لاستخدام التطبيقات أو البرمجيات التي تقدم المحتوى الرقمي ، وكذلك القدرة على الوصول المباشر للمعلومات والأخبار المرغوبة في اقل وقت ممكن (Livingstone, 2014, 285)، إذا مهارة الوصول تتكون من مرحلتين هما : الوصول المادى للوسائط والأدوات التي تقدم المحتوى الرقمي ، والقدرة على استخدام تلك الأدوات والوسائط.

مهارة التحليل : تعتمد مهارة التحليل على قدرة الفرد على الحصول على إجابات لستة أسئلة تتعلق بالمحتوى رقمي الذي يتعرض له وهي : مصدر المحتوى الرقمي ، الهدف من المحتوى الرقمي ، توجهات الموقع الرقمي ، خصائص الموقع الرقمي ، طبيعة المحتوى الرقمي ، الجمهور المستهدف (Atmi & others, 2018, 236) ، ولقد أوضحت البحوث التي تناولت مهارات التربية الإعلامية ارتباط مهارة التحليل بعدة عوامل كإدراك الفرد أيديولوجية المحتوى الرقمي ، والأهداف الكامنة به ، والمعارف والخبرات المتراكمة لدى الفرد . (احمد الخزاعلة ، ٢٠٢٠)

مهارة التقييم : ترتبط مهارة التقييم بالتفكير النقدي الذى يتطلب مستويات التفكير العليا : التحليل والتركيب والتقويم ، فالأفراد الذين لديهم تلك المهارات أكثر قدرة على التمييز بين المعلومات والأخبار الحقيقية ، والإشاعات والأخبار الزائفة ، كذلك التمييز بين الادعاءات والأسباب المرتبطة بالموضوع وغير المرتبطة به ، كما أنهم يستطيعون تحديد مدى مصداقية مصدر الخبر ، واكتشاف التحيز ، مما يؤدي الى الحكم ثم اتخاذ القرار الصحيح بشأن المحتوى الرقمية. (Eristi & Erdm, 2017, 254)

مهارة الإنتاج : لقد أعطت مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها القدرة على إنتاج المحتوى الرقمية سواء عن طريق التعليق على محتوى منشور عبرها ، أو إنشاء محتوى رقمي جديد ، فيستطيع مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إنتاج أخبار ، مقالات ، قصص إخبارية ، إعلانات ، فيديوهات ونشرها على نطاق واسع (Ibit, 255)، ولهذا فقد انتقل هؤلاء المستخدمين من كونهم مستهلكين للمحتوى الرقمية الى منتجين له .

الدراسات السابقة :

المحور الأول : مهارات التربية الإعلامية والأخبار الزائفة

دراسة (احمد جمال حسن ، ٢٠٢١) التى أكدت على أن الأفراد تتحقق من صحة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق الخبرات والمعلومات السابقة لدى الفرد ، ثم مدى مصداقية مصدر الخبر ، ثم الاطار الموضوعي الذى يتبناه الخبر ، ثم مدى التفاعل مع الخبر على مواقع التواصل الاجتماعي .

دراسة (ممدوح عبد الله مكاوى وآخرون ، ٢٠٢١) التى أكدت على وجود علاقة بين مستوى امتلاك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لمهارة التحليل إحدى مهارات التربية الإعلامية ، وأساليب وطرق التعامل مع المحتوى زائف على مواقع التواصل الاجتماعي ، وتعددت تلك الأساليب ما بين : النشر مع الاستهزام أو التعجب ، الإبلاغ عن المحتوى ، عدم النشر .

دراسة (S. Mo Jones–Jang & Others , (2021) التي افترضت أن الأفراد الذين يمتلكون مهارات التربية الإعلامية أكثر قدرة على كشف الأخبار الزائفة مقارنة بغيرهم ، وطبقت الدراسة في إطار ذلك ثلاثة نماذج هي : التربية الإعلامية ، التربية المعلوماتية ، التربية الرقمية ، والتي أوضحت نتائجها أن امتلاك الأفراد لمهارات التربية الإعلامية يجعلهم أكثر قدرة على كشف الأخبار الزائف ، ومواجهة آثارها السلبية ، عن التربية المعلوماتية ، والتربية الرقمية.

دراسة (أبو بكر حبيب احمد الصالحى ، (٢٠٢٠) التي أثبتت وجود علاقة بين مستوى مهارات التفكير الناقد وقدرة الفرد على اكتشاف الأخبار المزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي ، وأكدت كذلك على وجود علاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وحجم التعرض للأخبار المزيفة .

دراسة (منى عبد الغنى ، (٢٠٢٠) التي تناولت توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة ، والتي أوضحت نتائجها انتشار الأخبار الزائفة على موقع الفيس بوك ، وأنه توجد العديد من الصفحات على موقع الفيس بوك التي تعمل على التحقق من الأخبار الزائفة وكشفها مثل صفحات : أكيد ، متصدقش.

دراسة (Nolan Higdon, (2020) التي أكدت أن محو الأمية الإعلامية النقدية ، عن طريق برامج التربية الإعلامية هي الوسيلة الأولى لاكتشاف وفهم ومقاومة الأخبار الزائفة التي اتخذت من وسائل التواصل الاجتماعي بيئة صالحة للانتشار والتأثير ، وأكدت الدراسة أن مهاراتي التحليل والبحث عن المعلومات هما الوسيلة الأولى لمقاومة الأخبار الزائفة .

دراسة (Michelle A. Amazeen & Others. (2019) التي أوضحت أن استخدام برامج تدريبية لمهارات التربية الإعلامية الرقمية يعمل على حماية الأفراد من الأخبار الزائفة ، ويعطيهم القدرة على التفرقة بين المحتوى الإخباري الحقيقي والصادق والمحتوى الإخباري الزائف والمضلل ، وأن مهارات التربية الإعلامية تعمل على ضبط عمليات تداول ونشر ومشاركة الأخبار في المجتمع .

دراسة (Tracy Simmons. (2018) التي أكدت أن مسؤولية التحقق من المعلومات وتحليلها تقع على عاتق المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي ، وأنه من الأهمية العمل على محو الأمية الإعلامية من خلال نشر أساليب التمييز بين الحقيقة ، والسخرية ، والتزييف ، بما يمكن الأفراد من تحسين مهارات التربية الإعلامية لديهم وإتقان التعرف على أساليب إنتاج الأخبار وتفسيرها ومشاركتها بطريقة أخلاقية وصادقة .

المحور الثاني : مواقع التواصل الاجتماعي والأخبار الزائفة

دراسة (Marina A. & Marcos F., (2022) التي أوضحت مدى تأثير الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي على الاستقطاب في المجتمع ، حيث أظهرت أن (٦٨٪) من الأخبار الزائفة تعمل على الاستقطاب في المجتمع سواء من حيث الجنس أو العرق أو التعصب السياسي أو الرياضي أو الاقتصادي ، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر الوسيلة الرئيسية لنشر الأخبار الزائفة حيث أنها لا تخضع لأي نوع من الرقابة ، بالإضافة لضعف أو انعدام القوانين التي تجرم وتعاقب نشر الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي ، بالإضافة الى تكلفتها الزهيدة أو المنعدمة بالإضافة إلى سرعة الانتشار والتأثير العميق .

دراسة (احمد جمال حسن ، (٢٠٢١) التي أوضحت نتائجها أن الأخبار الزائفة تصدر عن صفحات مجهولة سواء مجهولة المنشأ أو مجهولة المالك أو مجهولة المصدر ، وأن الأخبار الزائفة في معظم الأوقات يكون عنوان الخبر مختلف تماماً عن المضمون ، ودائماً تستخدم أرقام وإحصاءات لتدعي المصداقية.

دراسة (الهام يونس احمد ، (٢٠١٩) التي أكدت نتائجها أن خلق واقع زائف والتشوية والتحريف للحقائق أكثر الآليات التي تم استخدامها في المنشورات الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي ، بالإضافة الى استخدام صيغ الجمع والتعميم في صياغة الأخبار الزائفة .

دراسة (حنان عبد الوهاب عبد الحميد ، (٢٠١٩) التي أكدت نتائجها استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أساسي لنشر الشائعات والأخبار الزائفة ،

فتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي البيئة الأنسب لنشر الشائعات والأخبار الكاذبة وهذا الأمر يرجع الى انعدام كافة أنواع الرقابة الرسمية والمجتمعية عليها ، وجاء الحصول على أكبر قدر من المشاهدات والإعجابات السبب الأساسي لانتشار الأخبار الزائفة. دراسة (منى عيد محمد عيد ، ٢٠١٩) التي أوضحت نتائجها أن الأخبار الزائفة أكثر انتشاراً من الأخبار الصحيحة ، وموثقة بالصور والإحصائيات ، بالإضافة الى إنها تتميز بالإثارة والتشويق ، مع التباين الشديد بينها وبين الأخبار الصحيحة من حيث التفاعل معها سواء بالمشاركة والتعليقات والإعجاب .

دراسة (Antino Kim & Others, 2019) التي هدفت الى مكافحة الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تصنيف مصادر الأخبار ، والتي أوضحت نتائجها أن حجم التفاعل مع الخبر من حيث المشاهدة والإعجاب والتعليق والمشاركة يؤثر بشكل واضح على مدى مصداقية الخبر .

دراسة (H. Allocott & M. Gentzkow, 2017) التي توصلت الى أن الأخبار الزائفة يتم تداولها بصورة أكبر على مواقع التواصل الاجتماعي ، وان القصص الإخبارية الزائفة هي الأكثر انتشاراً ، عن باقي الأشكال الإخبارية الأخرى ، وأن الأفراد يصدقون الأخبار الزائفة لأنها ترتبط بشكل أو بآخر بميولهم ، وما يحبون ويريدون معرفته وتصديقه .

مشكلة الدراسة :

لقد أوضح تقرير البيانات الرقمية في مصر لعام ٢٠٢٢ (digital-2022-egypt) أنه يوجد (٥١.٤٥) مليون حساب على مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث يوجد (٤٦.٣) مليون مستخدم لليوتيوب ، و(٤٤.٧) مليون مستخدم للفيس بوك ، و(٢٠.٣) مليون مستخدم للتيك توك ، و(١٦) مليون مستخدم للإنستجرام ، و(٥.٢) مليون مستخدم لتويتر ، وهذه البيانات تدل على كثافة الاستخدام والتعرض لتطبيقات التواصل الاجتماعي ، ولقد أوضحت الدراسات السابقة أن تطبيقات التواصل الاجتماعي البيئة المناسبة لانتشار الأخبار الكاذبة وذلك لانعدام الرقابة عليها ، وصارت الرقابة الفردية والشخصية هي حارس البوابة الوحيد على تطبيقات التواصل

الاجتماعى ، وأوضحت أدبيات البحث أن تحصين الفرد ضد الأخبار الكاذب الاستراتيجية الأمثل لمواجهةها لذا تبلورت مشكلة الدراسة فى : استخدام الشباب لمهارات التربية الإعلامية للتحقق من الأخبار المزيفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي

أهمية الدراسة :

- تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية تطبيقات التواصل الاجتماعي ، لما تتميز به من قدرة على التأثير على الجمهور باختلاف مستوياته العمرية والثقافية والاجتماعية مما يؤدي الى التأثير على اتجاهات الراى العام .
- تكتسب هذه الدراسة أهميتها من الاهتمام العام على كافة المستويات داخل المجتمع المصرى للتصدى للأخبار الزائفة ، فلا يكاد يمر يوم إلا وتنتشر المؤسسات الحكومية والخاصة والأفراد أخباراً تنفى فيها ما جاء من أخبار زائفة .
- تتبع أهمية تلك الدراسة أيضاً من الآثار السلبية الناتجة عن ظاهرة انتشار الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي سواء كانت آثار اجتماعية ، اقتصادية ، سياسية ، أمنية تؤثر بكافة أنواعها على السلم والأمن الاجتماعي .

أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة الى تحديد مدى استخدام الشباب مهارات التربية الإعلامية (مهاره الوصول ، مهارة التحليل ، مهارة التقييم ، مهارة الإنتاج) فى التحقق من الأخبار المزيفة Fake News المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي ، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلى :

- معرفة متوسط معدل استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي
- معرفة دوافع استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي
- تحديد العناصر المؤثرة فى مصداقية أخبار تطبيقات التواصل الاجتماعي

- تحديد سمات الأخبار الزائفة Fake News لدى الشباب

تساؤلات الدراسة :

- ما كثافة استخدام الشباب لتطبيقات التواصل الاجتماعي ؟
- ما دوافع استخدام الشباب لتطبيقات التواصل الاجتماعي ؟
- ما أسباب متابعة الشباب الأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي ؟
- ما العناصر المؤثرة في مصداقية الأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي ؟
- ما سمات الأخبار الزائفة Fake News عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي ؟
- ما وسائل التحقق من الأخبار المقدمة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي ؟
- ما مدى استخدام الشباب لمهارات التربية الإعلامية ؟

فروض الدراسة :

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التربية الإعلامية (الوصول ، التحليل ، التقييم ، الإنتاج)
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التربية الإعلامية (الوصول ، التحليل ، التقييم ، الإنتاج)
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التربية الإعلامية (الوصول ، التحليل ، التقييم ، الإنتاج)

نوع الدراسة ومنهجها :

تنتمي هذه الدراسة الى حقل الدراسات الوصفية التي تهدف الى تصوير وتحليل وتقييم خصائص ظاهرة ما والعمل على تحديدها ، وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها . وفي هذا الاطار تم استخدام منهج المسح الإعلامي بشقية الوظيفي والتحليلي والذي يساعد على توظيف الظهرة وتحليلها وتفسيرها ، واستخدام أداة استمارة الاستبيان للوصول الى استدلالات علمية عن طريق رصد معنوية الفروق ، وتحديد قيم الارتباط بين متغيرات الدراسة ، بما يمكن من بحث العلاقة بين مهارات التربية الإعلامية والتحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي .

مجتمع وعينة الدراسة :

مجتمع الدراسة الحالية يتمثل في الشباب في المرحلة العمرية من (١٧) الى (٣٠) عاماً ، وقام الباحث باختيار عينة عشوائية من مجتمع الدراسة بلغ قوامها (٥٠٠) مفردة من الشباب في تلك المرحلة العمرية ، وطبقت الدراسة في الفترة من (٢٠٢٢/١١/١) حتى (٢٠٢٢/١١/٢٥).

أداة جمع البيانات :

استخدم الباحث استمارة استبيان إلكترونية لجمع البيانات الخاصة بالدراسة وتضمنت الاستمارة مجموعة من الأسئلة توفر الإجابة عن تساؤلات الدراسة ، بالإضافة إلى ثلاثة مقاييس تم بنائها بطريقة ليكرت وهي :

(١) مقياس سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي ، الذي

تضمن محورين : المحور الأول : مضمون وطبيعة الخبر (١٣) عبارة ،

والمحور الثاني : الحساب أو الصفحة الناشرة للخبر (٧) عبارات.

(٢) مقياس وسائل التحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل

الاجتماعي (٢٦) عبارة

٣) مقياس إتقان مهارات التربية الإعلامية ، الذى تضمن أربعة محاور :
 المحور الأول : مهارة الوصول (٦) عبارات ، المحور الثانى : مهارة
 التحليل (٥) عبارات ، المحور الثالث : مهارة التقييم (٦) عبارات ،
 المحور الرابع : مهارة الإنتاج (٥) عبارات.

الصدق والثبات :

قام الباحث بإعداد استمارة الاستبيان وعرضها على عدد من الأساتذة
 المتخصصين (*) فى مجال الإعلام ومناهج البحث ، ثم قام الباحث بعمل التعديلات
 اللازمة فى ضوء ملاحظتهم .

وقام الباحث بحساب صدق المحك لاستمارة الاستبيان وذلك بحساب الجذر
 التربيعى لمعامل ألفا كرونباخ حيث بلغ (٠.٩٦١) وهى قيمة مرتفعة تدل على صدق
 استمارة الاستبيان .

كما قام الباحث بحساب ثبات استمارة الاستبيان بطريقة الاتساق الداخلى
 حيث بلغ معامل ألفا كرونباخ (٠.٩٢٥) ، مما يدل أن ثبات استمارة الاستبيان
 (٩٢.٥%) وهى نسبة مرتفعة تدل على وضوح الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق.

نتائج الدراسة :

١) كثافة استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعى :

جدول (١) كثافة استخدام الشباب لتطبيقات التواصل الاجتماعى (*)

النسبة	التكرار	كثافة الاستخدام
٧٤,٦%	٣٧٣	- استخدام مرتفع
٢٠,٨%	١٠٤	- استخدام متوسط
٤,٦%	٢٣	- استخدام منخفض
١٠٠%	٥٠٠	- الإجمالى

(*) د/ ا. عربى عبد العزيز الطوخى : وكيل كلية الآداب لشئون المجتمع والبيئة ورئيس قسم الإعلام ، جامعة بنها

د/ ا. عزة عبد العزيز عثمان : أستاذ الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة سوهاج

د/ فوزى عبد الغنى : أستاذ الإعلام ، كلية الآداب ، جامعة سوهاج

م.د/ محمد عثمان : أستاذ الإعلام المساعد بمعهد الإسكندرية العالى

م.د/ ايمان سيد على : أستاذ الإعلام المساعد ، كلية التربية النوعية ، جامعة عين شمس

(*) اعتمد الباحث لقياس كثافة استخدام الشباب لتطبيقات التواصل الاجتماعى على ثلاث محاور وهى : خبرة استخدام
 تطبيقات التواصل الاجتماعى ، مدى استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعى الأسبوعى ، ومعدل الاستخدام اليومى.

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- يستخدم الشباب تطبيقات التواصل الاجتماعي بشكل كثيف حيث جاء الاستخدام بكثافة مرتفعة بنسبة (٧٤.٦%) ، ويرى الباحث أن تلك النتيجة ترجع الى سهولة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي ولأنها تعمل على اشباع العديد من الاحتياجات ، بالإضافة الى أنها تغنيه عن العديد من وسائل الاتصال والإعلام فيقدم غيرها الأخبار الآنية في مختلف الموضوعات ، وتتيح له مشاهدة الأعمال الدرامية والترفيهية ، بالإضافة الى وسيلة للاتصال والتواصل مع الأسرة والأصدقاء والزلاء والبيئة المحيطة .

(٢) دوافع استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي :

جدول (٢) دوافع استخدام الشباب لتطبيقات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	تطبيقات التواصل الاجتماعي
٧٦%	٣٨٠	- التسلية وقضاء وقت الفراغ
٧٠,٦%	٣٥٣	- الحصول على الأخبار والمعلومات
٦٤,٤%	٣٢٢	- التواصل مع العائلة والأصدقاء
٦١,٦%	٣٠٨	- متابعة صفحات أو أشخاص ذات مجالات اهتم بها
٥٦%	٢٨٠	- مشاهدة مقاطع الفيديو
٢١,٤%	١٠٧	- التسوق والشراء
١٣,٢%	٦٦	- متاح استخدامها دائما
١٠,٨%	٥٤	- التعرف وتكوين صداقات جديدة
١٠%	٥٠	- لأعبر عن آرائى بحرية
٥٠٠ = ن		

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاءت دوافع استخدام الشباب لتطبيقات التواصل الاجتماعي كالاتى : التسلية وقضاء وقت الفراغ فى الترتيب الأول بنسبة (٧٦%) ، ثم الحصول على الأخبار والمعلومات فى الترتيب الثانى بنسبة (٧٠.٦%) ، يليه التواصل مع العائلة والأصدقاء فى الترتيب الثالث بنسبة (٦٤.٤%) ، ثم متابعة صفحات أو أشخاص ذات مجالات اهتم بها فى الترتيب

الرابع بنسبة (٦١.٦٪) ، أما مشاهدة مقاطع الفيديو فى الترتيب الخامس بنسبة (٥٦٪) ، وتتفق تلك النتيجة مع نتائج دراسة احمد جمال حسن ، (٢٠٢١) التى أوضحت حصول دوافع التسلية وقضاء وقت الفراغ ، مشاهدة مقاطع الفيديو ، الحصول على المعلومات ، متابعة المجالات ذات الاهتمام ، على درجات مرتفعة على مقياس دوافع استخدام الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعى.

٣) أسباب متابعة الشباب الأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى : جدول (٣) أسباب متابعة الشباب الأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى

النسبة	التكرار	أسباب متابعة الأخبار
٨٤٪	٤٢٠	- سرعة الحصول على الأخبار
٦١,٦٪	٣٠٨	- تنوع الأخبار من كافة أنحاء العالم
٥٥٪	٢٧٥	- التعرف على الأحداث الجارية ومتابعة التطورات
٤٠,٤٪	٢٠٢	- لتعدد مصادر الأخبار
٣٥,٨٪	١٧٩	- شاملة وتغني عن متابعة وسائل إعلامية أخرى
٣٤,٤٪	١٧٢	- توسيع مدارك عقلية وتشكيل رأى لى
٣٠,٢٪	١٥١	- التفاعل والتعليق على الأخبار
٢٨,٨٪	١٤٤	- احتواء الأخبار على وسائل متعددة
٢٥٪	١٢٥	- تتمتع الأخبار على تطبيقات التواصل الاجتماعى بالجرأة فى العرض والتقديم
٢٢,٨٪	١١٤	- القدرة على التعبير عن رأى بحرية
١١,٦٪	٥٨	- لمصداقية الأخبار
١٠,٦٪	٥٣	- تتناول الأخبار بحيادية
ن = ٥٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى :

- جاءت أسباب متابعة الشباب الأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى كالاتى : سرعة الحصول على الأخبار فى الترتيب الأول بنسبة (٨٤٪) ، ثم تنوع الأخبار من كافة أنحاء العالم فى الترتيب الثانى بنسبة (٦١.٦٪) ، يليها التعرف على الأحداث الجارية ومتابعة التطورات فى الترتيب الثالث بنسبة (٥٥٪) ، أما سبب لمصداقية الأخبار فقد جاء فى

الترتيب الحادى عشر بنسبة (١١.٦٪) ، يليه تناول الأخبار بحيادية فى الترتيب الأخير بنسبة (١٠.٦٪) ، وتتفق تلك النتيجة مع مشكلة الدراسة حيث انتشار الأخبار المزيفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي أدى إلى ضعف مصداقية تلك الأخبار ، وبالتالي أثرت بشكل واضح على مصداقية المؤسسات الصحفية والإخبارية التي تعاني من انتشار الأخبار الزائفة وهذا ما أكدته Kathy Dempsey (٢٠١٧) ، حيث اضطرت تلك المؤسسات لنشر توضيحات وتصحيحات ومراجعات بشكل دائم ويومى .

(٤) العناصر المؤثرة فى مصداقية الأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي :

جدول (٤) العناصر المؤثرة فى مصداقية الأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	العناصر المؤثرة فى المصداقية
٧٠,٦٪	٣٥٣	- مقاطع الفيديو
٥٥,٨٪	٢٧٩	- الوثائق والمستندات الرسمية المختومة
٥٠,٤٪	٢٥٢	- الصور
٤٦,٤٪	٢٣٣	- وضوح مصدر الخبر
٣٧,٦٪	١٨٨	- عرض جوانب الخبر الإيجابية والسلبية معاً
٣٢,٢٪	١٦١	- وجود شهود عيان
٣٠٪	١٥٠	- سمعة مصدر الخبر
٢٩,٤٪	١٤٧	- الأرقام والإحصاءات
٢٦٪	١٣٠	- وجود روابط متعلقة بموضوع الخبر Hyper Link
٢٣,٤٪	١١٧	- المقاطع الصوتية
٢٠,٨٪	١٠٤	- الرسوم البيانية والتوضيحية
١٠,٦٪	٥٣	- الجداول
ن = ٥٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى :

- جاءت العناصر المؤثرة فى مصداقية الأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي كالاتى : مقاطع الفيديو فى الترتيب الأول بنسبة (٧٠.٦٪) ، ثم الوثائق والمستندات الرسمية المختومة فى الترتيب الثانى بنسبة

(٥٥.٨%) ، تليها الصور فى الترتيب الثالث بنسبة (٥٠.٤%) ، ثم وضوح مصدر الخبر فى الترتيب الرابع بنسبة (٤٦.٤%) ، أما الرسوم البيانية والتوضيحية فقد جاء فى الترتيب الحادى عشر بنسبة (٢٠.٨%) ، تليها الجداول فى الترتيب الأخير بنسبة (١٠.٦%) ، وهذه النتيجة تدل على أن مقاطع الفيديو على الرغم من التطور التكنولوجى وظهور ما يعرف بتقنية التزييف العميق Deep Fake إلا أنها ما زالت تتمتع بمصداقية عالية لدى الجمهور ، وهذا ما أكدته دراسة (Majerczak & Strzelecki, (2022) بأن الفيديوهات والروابط الصحيحة من الوسائل الأساسية التى تعطى ثقة ومصداقية عالية للأخبار حتى أن كانت أخبار زائفة ، وأوضحت دراسة (Sun, (2021) بأنه كلما كانت جودة الفيديو الصور والوثائق عالية وواضحة ازدادت مصداقيتها لدى الجمهور .

٥) سمات الأخبار الزائفة Fake News عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى :

جدول (٥) سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى لدى الشباب

الوزن المنوى	النقاط	الانحراف المعيارى	الوسط الحسابى	غير موافق	موافق الى حد ما	موافق	سمات الأخبار الزائفة
أولاً : من حيث المضمون وطبيعة الخبر							
٨,٥٤	١٢٩٧	٠,٦٧٣	٢,٥٩	٥٣	٩٧	٣٥٠	مصدر الخبر غير موثوق بيه
٨,٤٩	١٢٨٩	٠,٦٥٤	٢,٥٧	٤٦	١١٩	٣٣٥	الخبر غير متسق مع المنطق والحقائق العلمية
٨,٣٩	١٢٧٤	٠,٦٥٤	٢,٥٤	٤٥	١٣٦	٣١٩	مصدر الخبر غير واضح
٨,٣٧	١٢٧١	٠,٦٧٠	٢,٥٤	٥٠	١٢٩	٣٢١	إذا كان الخبر غير موجود على صفحات أو مواقع رسمية إخبارية
٨,٢٦	١٢٥٥	٠,٦٨٩	٢,٥١	٥٦	١٣٣	٣١١	عنوان الخبر مختلفاً عن مضمون الخبر
٧,٨٢	١١٨٨	٠,٧٠٩	٢,٣٧	٦٧	١٧٨	٢٥٥	إذا تضمن الخبر معلومات قديمة وقدمها على أنها معلومات جديدة

استخدام الشباب لمهارات التربية الإعلامية للتحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي

٧,٨١	١١٨٧	٠,٧٠٠	٢,٣٧	٦٤	١٨٥	٢٥١	الخبر غير متسق مع المعلومات والبيانات الحالية التي لدى
٧,٦٤	١١٦٠	٠,٧٥٢	٢,٣٢	٨٧	١٦٦	٢٤٧	إذا لم يراعى القواعد العلمية والصحافية في كتابة الخبر
٧,٣٩	١١٢٢	٠,٧٦٠	٢,٢٤	٩٨	١٨٢	٢٢٠	كثرة الأخطاء الإملائية والنحوية
٧,١٢	١٠٨٢	٠,٧٧٦	٢,١٦	١١٦	١٨٦	١٩٨	إذا استشعرت أن مضمون الخبر يستثير المشاعر السلبية مثل الغضب أو الخوف أو الاشمزاز
٦,٨٢	١٠٣٦	٠,٧٦٩	٢,٠٧	١٣١	٢٠٢	١٦٧	عندما يتم الدعوة لمشاركة الخبر مع الآخرين
٦,٧٣	١٠٢٣	٠,٧٦٢	٢,٠٤	١٣٤	٢٠٩	١٥٧	إذا كان عنوان الخبر يتمتع بالإثارة الشديدة وإثارة المشاعر
٦,٥٦	٩٩٦	٠,٧٦٤	١,٩٩	١٤٨	٢٠٨	١٤٤	إذا كانت جودة الصور والفيديوهات التي يتضمنها الخبر رديئة
١٠٠	١٥١٨٠						- الإجمالي
ثانياً : من حيث الحساب أو الصفحة الناشرة للخبر							
١٥,٦٥	١٢٨٤	٠,٧٠٥	٢,٥٦	٦٣	٩٠	٣٤٧	إذا تضمن الموضوع روابط Hyper Link وهمية أو زائفة أو ليس لها صلة بالموضوع
١٥,١٢	١٢٤١	٠,٧٣٦	٢,٤٨	٧٣	١١٣	٣١٤	إذا كان الحساب أو الصفحة يتم حذره بشكل متكرر
١٥,٠٧	١٢٣٧	٠,٧١٤	٢,٤٧	٦٥	١٣٣	٣٠٢	إذا كان الحساب أو الصفحة ذو اتجاهات تدعو للعنف والعدوان
١٤,٥١	١١٩١	٠,٧٦٢	٢,٣٨	٨٦	١٣٧	٢٧٧	إذا كانت الصفحة أو الحساب مجهولين بالنسبة لي
١٣,٨٣	١١٣٥	٠,٧١٩	٢,٢٧	٨٠	٢٠٥	٢١٥	إذا كان الحساب أو الصفحة حديثة الإنشاء
١٣,٧٣	١١٢٧	٠,٧١٤	٢,٢٥	٨٠	٢١٣	٢٠٧	إذا كان الحساب أو الصفحة خاملة منذ فترة زمنية
١٢,٠٥	٩٨٩	٠,٧٦٥	١,٩٧	١٥٢	٢٠٧	١٤١	إذا كان منشأ الحساب أو الصفحة دولة أجنبية
١٠٠	٨٠٢٤						- الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- قام الباحث بتحديد سمات الأخبار الزائفة في ضوء محورين : المحور الأول : المضمون وطبيعة الخبر ، المحور الثاني : الحساب أو الصفحة الناشرة للخبر
- جاءت سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من حيث المضمون وطبيعة الخبر كالاتى : مصدر الخبر غير موثوق فيه فى الترتيب الأول بوزن مئوى (٨.٥٤٪) ، الخبر غير متسق مع المنطق والحقائق العلمية فى الترتيب الثانى بوزن مئوى (٨.٤٩٪) ، مصدر الخبر غير واضح فى الترتيب الثالث بوزن مئوى (٨.٣٩٪) ، إذا كان الخبر غير موجود على صفحات أو مواقع رسمية إخبارية فى الترتيب الرابع بوزن مئوى (٨.٣٧٪) ، عنوان الخبر مختلفاً عن مضمون الخبر فى الترتيب الخامس بوزن مئوى (٨.٢٦٪) ، أما إذا كان عنوان الخبر يتمتع بالإثارة الشديدة وإثارة المشاعر فى الترتيب الثانى عشر بوزن مئوى (٦.٧٣٪) ، يليها إذا كانت جودة الصور والفيديوهات التى يتضمنها الخبر رديئة فى الترتيب الأخير بوزن مئوى (٦.٥٦٪) ، وهذا ما أوضحتته دراسة منى عيد (٢٠١٩) بأن مصدر الخبر غير واضح وعنوان الخبر مختلفاً عن المضمون من السمات الشائعة فى الأخبار المزيفة ، أما دراسة (Sun 2021) فقد أكدت أن جودة الصور والفيديوهات من العوامل الأساسية التى تضىف مصداقية على الخبر.
- جاءت سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من حيث الحساب أو الصفحة الناشرة للخبر كالاتى : إذا تضمن الموضوع روابط Hyper Link وهمية أو زائفة أو ليس لها صلة بالموضوع فى الترتيب الأول بوزن مئوى (١٥.٦٥٪) ، إذا كان الحساب أو الصفحة يتم حذره بشكل متكرر فى الترتيب الثانى بوزن مئوى (١٥.١٢٪) ، إذا كان الحساب أو الصفحة ذو اتجاهات تدعو للعنف والعدوان فى الترتيب الثالث بوزن مئوى (١٥.٠٧٪) ، أما إذا كان منشأ الحساب أو الصفحة

دولة أجنبية في الترتيب الأخير بوزن مئوى (١٢.٠٥٪) ، وهذا ما أوضحتها دراسة حنان عبد الوهاب (٢٠١٩) بأن أغلب الأخبار الزائفة تحتوى على روابط وهمية تؤدي الى صفحات إعلانية ، ودراسة (Azzimonti & Fernandes, 2023) التي أكدت أن الأخبار الزائفة تهدف الى تأجيج الاستقطاب فى المجتمع وذلك عن طريق القصص الإخبارية التي تدعو الى الانتقام والتنمر والعنصرية ، وكذلك دراسة أبو بكر حبيب (٢٠٢٠) التي أكدت أن الأخبار الزائفة دائماً تصدر من صفحات مجهولة وانها تستهدف بشكل أساس النظام الحاكم والدولة .

(٦) وسائل تحقق الشباب من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي :

جدول (٦) وسائل التحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي

وسائل التحقق من الأخبار الزائفة	موافق	موافق الى حد ما	غير موافق	الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	النقاط	الوزن المئوى
التفكير فى مضمون الخبر وإعمال العقل والمنطق للحكم على صحته	٤٠٩	٨٠	١١	٢,٧٩	٠,٤٥٤	١٣٩٨	٤,٥٣
أبحث عن الخبر فى مواقع وصفحات أخرى ذات مصداقية عالية	٣٨٧	٩٤	١٩	٢,٧٣	٠,٥٢٠	١٣٦٨	٤,٤٣
إذا كان مصدر الخبر يتمتع بالثقة والمصداقية	٣٨٦	٨٥	٢٩	٢,٧١	٠,٥٦٦	١٣٥٧	٤,٣٩
إذا نشر الخبر على حسابات أو صفحات تتمتع بالمصداقية والثقة العالية	٣٨٣	٧٨	٣٩	٢,٦٨	٠,٦٠٩	١٣٤٤	٤,٣٥
أتأكد أن الحساب أو الصفحة حقيقية وليست زائفة	٣٧٠	١٠٤	٢٦	٢,٦٨	٠,٥٦٥	١٣٤٤	٤,٣٥
إذا نشر الخبر فى وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة ، الإذاعة ، التلفزيون)	٣٦٣	٩٩	٣٨	٢,٦٥	٠,٦١٦	١٣٢٥	٤,٢٩
اعتبر الخبر صحيحا إذا أجاب عن هذه الأسئلة : ماذا حدث ؟ ، كيف حدث ؟ ، أين حدث ؟ ، متى حدث ؟ ، من القائل ؟	٣٤٧	١١٨	٣٥	٢,٦٢	٠,٦١٢	١٣١٢	٤,٢٥
أتفحص الفيديوهات الذى تضمنها الخبر للتأكد من صحتها	٣٣١	١٤٧	٢٢	٢,٦١	٠,٥٦٩	١٣٠٩	٤,٢٤
أتناقش فى مضمون الخبر مع ذوى الخبرة	٣٢١	١٤٣	٣٦	٢,٥٧	٠,٦٢٤	١٢٨٥	٤,١٦

٤,١٤	١٢٧٩	٠,٥٩٩	٢,٥٥	٢٨	١٦٥	٣٠٧	اعتبر الخبر صحيحاً عندما يعرض جانبي الموضوع الإيجابي والسلبي
٤,١٢	١٢٧٤	٠,٦٢٦	٢,٥٤	٣٦	١٥٤	٣١٠	أنفحص الصور التي تضمنها الخبر للتأكد من صحتها
٤,١١	١٢٧٢	٠,٦٥٧	٢,٥٤	٤٦	١٣٦	٣١٨	أحاول التأكد من التاريخ الحقيقي للخبر
٣,٩٨	١٢٢٩	٠,٦٣٩	٢,٤٥	٤٠	١٩١	٢٦٩	أحلل عناصر الخبر
٣,٩٣	١٢١٣	٠,٧٠٢	٢,٤٢	٦٢	١٦٣	٢٧٥	استطلع المواقع التي تحارب الأخبار الزائفة
٣,٨٧	١١٩٦	٠,٦٥٩	٢,٣٩	٤٩	٢٠٦	٢٤٥	أناقش في مضمون الخبر مع أسرتي
٣,٦٦	١١٣١	٠,٧٠٥	٢,٢٦	٧٦	٢١٧	٢٠٧	أقرأ التعليقات على الخبر
٣,٦١	١١١٦	٠,٧٢٦	٢,٢٣	٨٧	٢١٠	٢٠٣	تخصصي ودرجتى العلمية تؤهلني للكشف عن الأخبار الزائفة
٣,٦٠	١١١٣	٠,٦٦٩	٢,٢٢	٦٨	٢٥١	١٨١	أعتمد على خبراتي ومعلوماتي في الحكم على صحة الخبر
٣,٥٨	١١٠٥	٠,٧٣٩	٢,٢١	٩٥	٢٠٥	٢٠٠	استخدم طريقة البحث العكسي للتحقق من صحة الصور المصاحبة للخبر
٣,٤٤	١٠٦٤	٠,٦٩٨	٢,١٢	٩٤	٢٤٨	١٥٨	استطيع بسهولة اكتشاف الأخبار الكاذبة
٣,٣٤	١٠٢٩	٠,٧٧٧	٢,٠٥	١٣٧	١٩٧	١٦٦	لا أعتبر الخبر صحيحاً إلا بعد مرور فترة زمنية
٣,٣٣	١٠٢٨	٠,٧٦٠	٢,٠٥	١٣١	٢١٠	١٥٩	اتبع حدسي في الحكم على صحة الخبر
٣,٢٤	١٠٠٢	٠,٧٩٠	٢,٠٠	١٥٥	١٨٨	١٥٧	إذا حقق الخبر ترتيباً عالياً
٣,٠٦	٩٤٦	٠,٨٠٥	١,٨٩	١٩٢	١٧٠	١٣٨	يتمتع الخبر بالمصداقية كلما زاد عدد المشاركات
٢,٩٥	٩١٠	٠,٨٢٧	١,٨٢	٢٢٤	١٤٢	١٣٤	يتمتع الخبر بالمصداقية إذا كانت التعليقات عليه مرتفعة
٢,٩٤	٩٠٩	٠,٨٢١	١,٨١	٢٢٢	١٤٧	١٣١	يتمتع الخبر بالمصداقية كلما زاد عدد الإعجاب
١٠٠	٣٠٨٥٨						- الإجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاءت وسائل تحقق الشباب من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي كالاتي : التفكير في مضمون الخبر وإعمال العقل والمنطق للحكم على صحته في الترتيب الأول بوزن مؤوى (٤.٥٣%) ، ابحث عن الخبر في مواقع وصفحات أخرى ذات مصداقية عالية في الترتيب الثاني بوزن مؤوى (٤.٤٣%) ، إذا كان مصدر الخبر يتمتع بالثقة والمصداقية

في الترتيب الثالث بوزن مئوى (٤.٣٩%) ، إذا نشر الخبر على حسابات أو صفحات تتمتع بالثقة والمصداقية العالية في الترتيب الرابع بوزن مئوى (٤.٣٥%) ، أتأكد أن الحساب أو الصفحة حقيقية وليست زائفة في الترتيب الخامس بوزن مئوى (٤.٣٥%) ، إذا نشر الخبر في وسائل الإعلام التقليدية (الصحافة ، الإذاعة ، التلفزيون) في الترتيب السادس بوزن مئوى (٤.٢٩%) ، اعتبر الخبر صحيحاً إذا أجاب عن هذه الأسئلة : ماذا حدث ؟ ، كيف حدث ؟ ، أين حدث ؟ ، متى حدث ؟ ، من القائل؟ في الترتيب السابع بوزن مئوى (٤.٢٥%) ، أما إذا حقق الخبر ترينداً عالياً في الترتيب الثالث والعشرون بوزن مئوى (٣.٢٤%) ، يتمتع الخبر بالمصداقية كلما زاد عدد المشاركات في الترتيب الرابع والعشرون بوزن مئوى (٣.٠٦%) ، يتمتع الخبر بالمصداقية إذا كانت التعليقات عليه مرتفعة في الترتيب الخامس والعشرون بوزن مئوى (٢.٩٥%) ، يتمتع الخبر بالمصداقية كلما زاد عدد الإعجاب في الترتيب الأخير بوزن مئوى (٢.٩٤%).

(٧) إتقان الشباب لمهارات التربية الإعلامية :

جدول (٧) إتقان الشباب لمهارات التربية الإعلامية

مهارات التربية الإعلامية	موافق	موافق الى حد ما	غير موافق	الوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	النقاط	الوزن المئوى
أولاً : مهارة الوصول							
استطيع استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي	٤٢٩	٦٦	٥	٢,٨٤	٠,٣٨٦	١٤٢٤	١٧,٨٨
استطيع تصفح الحسابات أو الصفحات على تطبيقات التواصل الاجتماعي	٤٢٨	٥٨	١٤	٢,٨٢	٠,٤٤٥	١٤١٤	١٧,٧٦
استطيع البحث عن الموضوعات والأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي	٤١٣	٧٢	١٥	٢,٧٩	٠,٤٧٢	١٣٩٨	١٧,٥٦
استطيع استكشاف خصائص محتوى تطبيقات التواصل الاجتماعي	٣٣٦	١٤٢	٢٢	٢,٦٢	٠,٥٦٧	١٣١٤	١٦,٥٠
استطيع التحقق من مصدر الصور المصاحبة للأخبار	٢٦٤	١٩٩	٣٧	٢,٤٥	٠,٦٢٩	١٢٢٧	١٥,٤١

٢٤٠	٢٠٣	٥٧	٢,٣٦	٠,٦٧٨	١١٨٣	١٤,٨٦	استطيع التحقق من مصدر الفيديوهات المصاحبة للأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي
- الإجمالي				١٥,٩٢٠	٢,١٩٧	٧٩٦٠	١٠٠
ثانياً : مهارة التحليل							
٣١٨	١٦١	٢١	٢,٥٩	٠,٥٧٠	١٢٩٧	٢١,١١	استوعب خصائص وإمكانيات تطبيقات التواصل الاجتماعي التي استخدمها
٢٦٣	٢٠٣	٣٤	٢,٤٥	٠,٦٢٠	١٢٢٩	٢٠,٠٠	استطيع فهم طبيعة الأخبار المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي حتى إن كانت غير واضحة
٢٦٠	١٩٥	٤٥	٢,٤٣	٠,٦٥٢	١٢١٥	١٩,٧٧	استطيع تحليل الصور والفيديوهات المصاحبة للأخبار
٢٥٥	١٩٤	٥١	٢,٤٠	٠,٦٦٨	١٢٠٤	١٩,٥٩	استطيع تحديد مصادر الأخبار المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي
٢٥٤	١٩١	٥٥	٢,٣٩	٠,٦٧٨	١١٩٩	١٩,٥١	استطيع استنتاج توجهات حسابات وصفحات تطبيقات التواصل الاجتماعي من واقع الأخبار المنشورة بها
- الإجمالي				١٢,٢٨٨	٢,٢٦٦	٦١٤٤	١٠٠
ثالثاً : مهارة التقييم							
٢٩٠	١٨٣	٢٧	٢,٥٢	٠,٥٩٨	١٢٦٣	١٧,٠٦	استطيع رصد الجوانب الإيجابية والسلبية في الأخبار المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي
٢٨٩	١٨٣	٢٨	٢,٥٢	٠,٦٠١	١٢٦١	١٧,٠٤	استطيع تحديد مدى حيادية أو تحيز الأخبار المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي
٢٨٠	١٩١	٢٩	٢,٥٠	٠,٦٠٥	١٢٥١	١٦,٩٠	استطيع الحكم على الأخبار المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي من حيث قيمتها ومدى جديتها
٢٦٤	١٩٧	٣٩	٢,٤٥	٠,٦٣٥	١٢٢٥	١٦,٥٥	استطيع تقييم الصور والفيديوهات المصاحبة للأخبار للتأكد من أنها حقيقية أم مزيفة
٢٦١	١٩٥	٤٤	٢,٤٣	٠,٦٤٩	١٢١٧	١٦,٤٤	امتلك القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار المزيفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي
٢٣٦	٢١٠	٥٤	٢,٣٦	٠,٦٦٩	١١٨٢	١٥,٩٧	استطيع تحديد الأهداف الواضحة أو الخفية في الحسابات أو الصفحات على تطبيقات التواصل الاجتماعي

استخدام الشباب لمهارات التربية الإعلامية للتحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي

- الإجمالي						
١٠٠	٧٣٩٩	٢,٧٣٦	١٤,٧٩٨			
رابعاً : مهارة الإنتاج						
٢١,٩٤	١٣٢٨	٠,٥٩٥	٢,٦٥	٣٢	١٠٨	٣٦٠
٢١,٢٥	١٢٨٦	٠,٦٤٣	٢,٥٧	٤٢	١٣٠	٣٢٨
٢٠,٩٢	١٢٦٦	٠,٦٥٥	٢,٥٣	٤٥	١٤٤	٣١١
١٩,٨١	١١٩٩	٠,٦٨٧	٢,٣٩	٥٨	١٨٥	٢٥٧
١٦,٠٦	٩٧٢	٠,٨٢١	١,٩٤	١٨٣	١٦٢	١٥٥
- الإجمالي						
١٠٠	٦٠٥١	٢,٣٥٢	١٢,١٠٢			

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- جاء إتقان الشباب لمهارات التربية الإعلامية كالاتي : مهارة الوصول في الترتيب الأول بوسط حسابي (١٥.٩٢٠) وبانحراف معياري (٢.١٩٧) ، مهارة التقييم في الترتيب الثاني بوسط حسابي (١٤.٧٩٨) وبانحراف معياري (٢.٧٣٦) ، مهارة التحليل في الترتيب الثالث بوسط حسابي (١٢.٢٨٨) وبانحراف معياري (٢.٢٦٦) ، مهارة الإنتاج في الترتيب الرابع بوسط حسابي (١٢.١٠٢) وبانحراف معياري (٢.٣٥٢)
- جاء إتقان الشباب لمهارة الوصول كالاتي : استطيع استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي في الترتيب الأول بوزن مئوي (١٧.٨٨) % ، استطيع تصفح الحسابات أو الصفحات على تطبيقات التواصل الاجتماعي بوزن مئوي (١٧.٧٦) % ، استطيع البحث عن الموضوعات والأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي في الترتيب الثالث بوزن مئوي (١٧.٥٦) % ، استطيع استكشاف خصائص محتوى تطبيقات التواصل الاجتماعي في الترتيب الرابع بوزن مئوي (١٦.٥٠) % ، استطيع التحقق من مصدر الصور المصاحبة للأخبار عبر تطبيقات التواصل

الاجتماعى فى الترتيب الخامس بوزن مئوى (١٥.٤١%) ، استطيع التحقق من مصدر الفيديوهات المصاحبة للأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى فى الترتيب السادس بوزن مئوى (١٤.٨٦) .

- جاء إتقان الشباب لمهارة التحليل كالاتى : استوعب خصائص وإمكانيات تطبيقات التواصل الاجتماعى التى استخدمها فى الترتيب الأول بوزن مئوى (٢١.١١%) ، استطيع فهم طبيعة الأخبار المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى حتى إن كانت غير واضحة فى الترتيب الثانى بوزن مئوى (٢٠.٠٠%) ، استطيع تحليل الصور والفيديوهات المصاحبة للأخبار فى الترتيب الثالث بوزن مئوى (١٩.٧٧%) ، استطيع تحديد مصادر الأخبار المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى فى الترتيب الرابع بوزن مئوى (١٩.٥٩%) ، استطيع استنتاج توجهات حسابات وصفحات تطبيقات التواصل الاجتماعى من واقع الأخبار المنشورة بها فى الترتيب الخامس بوزن مئوى (١٩.٥١%) .

- جاء إتقان الشباب لمهارة التقييم كالاتى : استطيع رصد الجوانب الإيجابية والسلبية فى الأخبار المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى فى الترتيب الأول بوزن مئوى (١٧.٠٦%) ، استطيع تحديد مدى حيادية أو تحيز الأخبار المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى فى الترتيب الثانى بوزن مئوى (١٧.٠٤%) ، استطيع الحكم على الأخبار المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى من حيث قيمتها ومدى جديتها فى الترتيب الثالث بوزن مئوى (١٦.٩٠%) ، استطيع تقييم الصور والفيديوهات المصاحبة للأخبار للتأكد من أنها حقيقية أم مزيفة فى الترتيب الرابع بوزن مئوى (١٦.٥٥%) ، امتلك القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار المزيفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى فى الترتيب الخامس بوزن مئوى (١٦.٤٤%) ، استطيع تحديد الأهداف الواضحة أو الخفية فى الحسابات أو الصفحات

على تطبيقات التواصل الاجتماعي في الترتيب السادس بوزن مئوى (١٩.٩٧٪) .

- جاء إتقان الشباب لمهارة الإنتاج كالاتى : استطيع نشر صور أو فيديوهات عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي فى الترتيب الأول بوزن مئوى (٢١.٩٤٪) ، استطيع نشر أية معلومات أو آراء أو أخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي فى الترتيب الثانى بوزن مئوى (٢١.٢٥٪) ، استطيع التعبير عن رأى فى الأخبار المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي فى الترتيب الثالث بوزن مئوى (١٩.٨١٪) ، أمتك القدرة على تعديل الأخبار الزائفة المنشورة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي فى الترتيب الرابع بوزن مئوى (١٦.٠٦٪) .

نتائج اختبار الفروض :

الفرض الأول :

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التربية الإعلامية (الوصول ، التحليل ، التقييم ، الإنتاج)

جدول رقم (٨) العلاقة بين كثافة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التربية الإعلامية

مستوى المعنوية	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
		٢,١٥٥	١١,٢٩٢	- كثافة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٢	(**)٠,١٣٦	٧,٨٦٩	٥٥,١٠٨	- مهارات التربية الإعلامية
٠,٠٠٠	(**)٠,١٦٢	٢,١٩٧	١٥,٩٢٠	- مهارة الوصول
٠,٠٣٤	(*)٠,٠٩٥	٢,٢٦٦	١٢,٢٨٨	- مهارة التحليل
٠,١٢٦	٠,٠٦٨	٢,٧٣٦	١٤,٧٩٨	- مهارة التقييم
٠,٠٠٣	(**)٠,١٣١	٢,٣٥٢	١٢,١٠٢	- مهارة الإنتاج

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلى :

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التربية الإعلامية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.١٣٦) بمستوى معنوية (٠.٠٠٢) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) .
 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات الوصول حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.١٦٢) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) .
 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التحليل حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٠٩٥) بمستوى معنوية (٠.٠٣٤) عند مستوى دلالة (٠.٠٠٥) .
 - توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين كثافة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التقييم حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٠٦٨) بمستوى معنوية (٠.١٢٦) .
 - توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات الإنتاج حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.١٣١) بمستوى معنوية (٠.٠٠٢) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) .
- الفرض الثاني :**

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التربية الإعلامية (الوصول ، التحليل ، التقييم ، الإنتاج)

جدول رقم (٩) العلاقة بين إدراك سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التربية الإعلامية

مستوى المعنوية	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
		٧,٩٨٤	٤٦,٧٦٨	- سمات الأخبار الزائفة على تطبيقات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠	(**)٠,٣٤٤	٧,٨٦٩	٥٥,١٠٨	- مهارات التربية الإعلامية
٠,٠٠٠	(**)٠,٢٦٧	٢,١٩٧	١٥,٩٢٠	- مهارة الوصول
٠,٠٠٠	(**)٠,٣١٣	٢,٢٦٦	١٢,٢٨٨	- مهارة التحليل
٠,٠٠٠	(**)٠,٣٠٢	٢,٧٣٦	١٤,٧٩٨	- مهارة التقييم
٠,٠٠٠	(**)٠,٢٤٩	٢,٣٥٢	١٢,١٠٢	- مهارة الإنتاج

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التربية الإعلامية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٣٤٤) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) .
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارة الوصول حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٢٦٧) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) .
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارة التحليل حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٣١٣) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) .
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارة التقييم حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٣٠٢) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) .

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين إدراك سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارة الإنتاج حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٢٤٩) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠١) .

الفرض الثالث :

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التربية الإعلامية (الوصول ، التحليل ، التقييم ، الإنتاج)

جدول (١٠) العلاقة بين وسائل التحقق من الأخبار الزائفة على تطبيقات التواصل الاجتماعي ومهارات التربية الإعلامية

مستوى المعنوية	معامل الارتباط	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
		٨,٨٣٨	٦١,٧١٦	- وسائل التحقق من الأخبار الزائفة على تطبيقات التواصل الاجتماعي
٠,٠٠٠	(**)٠,٥٦٣	٧,٨٦٩	٥٥,١٠٨	- مهارات التربية الإعلامية
٠,٠٠٠	(**)٠,٤١٢	٢,١٩٧	١٥,٩٢٠	- مهارة الوصول
٠,٠٠٠	(**)٠,٥٠٣	٢,٢٦٦	١٢,٢٨٨	- مهارة التحليل
٠,٠٠٠	(**)٠,٥١١	٢,٧٣٦	١٤,٧٩٨	- مهارة التقييم
٠,٠٠٠	(**)٠,٤٢٠	٢,٣٥٢	١٢,١٠٢	- مهارة الإنتاج

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارات التربية الإعلامية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٥٦٣) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠١) .

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارة الوصول حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٤١٢) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠١) .

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان التحليل الوصول حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٥٠٣) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) .
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارة التقييم حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٥١١) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) .
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين وسائل التحقق من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي وإتقان مهارة الإنتاج حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٤٢٠) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) .

النتائج العامة للدراسة :

- يستخدم الشباب تطبيقات التواصل الاجتماعي بكثافة مرتفعة
- جاءت دوافع استخدام الشباب لتطبيقات التواصل الاجتماعي كالاتى :
التسلية وقضاء وقت الفراغ فى الترتيب الأول ، ثم الحصول على الأخبار والمعلومات فى الترتيب الثانى ، ثم التواصل مع العائلة والأصدقاء فى الترتيب الثالث .
- جاءت أسباب متابعة الشباب الأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي كالاتى : سرعة الحصول على الأخبار فى الترتيب الأول ، ثم تنوع الأخبار من كافة أنحاء العالم فى الترتيب الثانى ، ثم التعرف على الأحداث الجارية ومتابعة التطورات فى الترتيب الثالث .
- جاءت العناصر المؤثرة فى مصداقية الأخبار عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي كالاتى : مقاطع الفيديو فى الترتيب الأول ، ثم الوثائق

والمستندات الرسمية المختومة فى الترتيب الثانى ، ثم الصور فى الترتيب الثالث .

- جاءت سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى من حيث المضمون وطبيعة الخبر كالاتى : مصدر الخبر غير موثوق فيه فى الترتيب الأول ، الخبر غير متسق مع المنطق والحقائق العلمية فى الترتيب الثانى ، مصدر الخبر غير واضح فى الترتيب الثالث .

- جاءت سمات الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى من حيث الحساب أو الصفحة الناشرة للخبر كالاتى : إذا تضمن الموضوع روابط Hyper Link وهمية أو زائفة أو ليس لها صلة بالموضوع فى الترتيب الأول ، إذا كان الحساب أو الصفحة يتم حذره بشكل متكرر فى الترتيب الثانى ، إذا كان الحساب أو الصفحة ذو اتجاهات تدعو للعنف والعدوان فى الترتيب الثالث .

- جاءت وسائل تحقق الشباب من الأخبار الزائفة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعى كالاتى : التفكير فى مضمون الخبر وإعمال العقل والمنطق للحكم على صحته فى الترتيب الأول ، ابحث عن الخبر فى مواقع وصفحات أخرى ذات مصداقية عالية فى الترتيب الثانى ، إذا كان مصدر الخبر يتمتع بالثقة والمصداقية فى الترتيب الثالث .

- جاء إتقان الشباب لمهارات التربية الإعلامية كالاتى : مهارة الوصول فى الترتيب الأول ، مهارة التقييم فى الترتيب الثانى ، مهارة التحليل فى الترتيب الثالث ، مهارة الإنتاج فى الترتيب الرابع .

مراجع الدراسة :

١. احمد ، الهام يونس (٢٠١٩) : آليات تشكيل وتدفق المنشورات الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى – دراسة تحليلية وطرح استراتيجى التصدي والمواجهة ، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون ، العدد (١٧) ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام .

٢. حسن ، احمد جمال (٢٠٢١) : آليات الجمهور المصرى فى التحقق من الأخبار الزائفة وعلاقته بأنماطهم التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعى ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد (٥٩) ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام بالقاهرة .
٣. حسن ، احمد جمال (٢٠٢١) : تكتيكات الشباب الجامعى فى التحقق من صحة أخبار مواقع التواصل الاجتماعى الزائفة – دراسة كيفية ، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال ، العدد (٣٤) ، جامعة الأهرام الكندية .
٤. الخزاعلة ، احمد (٢٠٢٠) : درجة امتلاك طلبة جامعة آل البيت لمهارات التربية الإعلامية فى ضوء بعض المتغيرات، مجلة جامعة النجاح للأبحاث – العلوم الإنسانية ، المجلد (٣٤) العدد (٤) ، الأردن :جامعة النجاح الوطنية .
٥. الصالحى ، أبو بكر حبيب احمد (٢٠٢٠) : دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية فى دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعى – دراسة فى إطار نظرية الانفعال المعرفى ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد (٥٤) ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام .
٦. عبد الحميد ، حنان عبد الوهاب (٢٠١٩) : الشائعات فى شبكات التواصل الاجتماعى وتأثيرها على نشر الأخبار الزائفة كما يراها الصحفيون بالمواقع الإخبارية – دراسة تحليلية وميدانية ، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان ، العدد (١٨) ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام .
٧. عبد الغنى ، منى (٢٠٢٠) : توظيف مواقع التواصل الاجتماعى فى التحقق من الأخبار الزائفة :موقع فيس بوك نموذجاً – دراسة تحليلية مقارنة ، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ، العدد (١٢) ، المعهد الدولى العالى للإعلام بالشروق .
٨. عيد ، منى عيد محمد (٢٠١٩) : الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها – دراسة ميدانية ، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ، العدد (٩) ، المعهد الدولى للإعلام بالشروق .
٩. مكوى ، ممدوح عبد الله (٢٠٢١) : آليات تداول الشباب العربى للمحتوى الرقمى الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعى : نموذج مقترح فى إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية ، مجلة البحوث الإعلامية ، العدد (٥٦) ، جامعة الأزهر ، كلية الإعلام .

10. Allcott, H., Gentzkow, M., (2017): Social Media and Fake News in the 2016 Election, *Journal of Economic Perspectives*, Vol (31) N (2).

11. Amazeen, M. A., Bucy, E. P. (2019) : Conferring Resistance to Digital Disinformation: The Inoculating Influence of Procedural News Knowledge, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol (63).

12. Atmi, R. T. and others (2018) : Media Literacy Skill and Social Media: A Portray of Teenagers in Urban Area, *International Journal of Engineering & Technology*, Vol (7), P.236.

13. Azzimonti, M. & Fernandes, M. (2023): Social media networks, fake news, and polarization, *European Journal of Political Economy*, Vol (76), <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2022.102256>

14. Azzimonti, M., Fernandes, M. (2022) : Social media networks, fake news, and polarization, *European Journal of Political Economy*, <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2022.102256>
15. Cambridge Dictionary (2019) : Word Order,
16. Dempsey, K. (2017): What’s behind fake news and what you can do about it, *Information Today*, Vol(31) N (4).
17. Eristi, B., Erdm, C. (2017) : Development of a Media Literacy Skills Scale, *Contemporary Educational Technology*, Vol(8) N(3), P.254.
18. Gabielkov, M., and others (2016) : Social Clicks: What and Who Gets Read on Twitter?, *ACM SIGMETRICS / IFIP Performance*, Jun 2016, Antibes Juan-les-Pins, France, <https://hal.inria.fr/hal-01281190>
19. Higdon, N. (2020) : What is Fake News? A Foundational Question for Developing Effective Critical News Literacy Education, *Democratic Communique*, Vol (29) N (1).
20. Jang, S. M. J., Mortensen, T. , and Liu, J. (2021) : Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don’t, *American Behavioral Scientist*, Vol (65), SAGE Publications.
21. Kim, A. Moravec, P. L., Dennis, A. R. (2019): Combating Fake News on Social Media wit Source Rating: The Effect of User and Expert Reputation, *Journal of Management Information Systems*, Vol (36).
22. Lazer, D, et.al (2018) : The science of fake news, *Science*, Vol(359) N(6380), P.P.1094-1096.
23. Lim, Z., Ling, R. (2018): Defining “Fake News”, *Digital Journalism*, Vol (6) N (2), P.P.153-173.
24. Livingstone, S. (2014) : Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites, *The European Journal of Communication Research*, Vol (39) N (3), P.285.
25. Majerczek, P., Strzelecki. A. (2022): Trust, Media Credibility, Social Ties, and the Intention to Share towards Information Verification in an Age of Fake News, *Behavioral Sciences*, Vol (12) N (2), National Library of Medicine, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8869166/>
26. Rini, R. (2017): Fake News and Partisan Epistemology, *Kennedy Institute of Ethics Journal*, Vol (27) N (2), P.P.43-64.
27. Simmons, T. (2018) : Media Literacy and Fake News: How Media Literacy Can Curb the Fake News Trend , **handbook of Research on Media Literacy in Higher Education**

- Environment, IGI Global PUBLISHER OF TIMELY KNOWLEDGE**, Chapter (15), P.P. 255-268.
28. Sun, J. (2021) : Research on the Credibility of Social Media Information Based on User Perception, *Security and Communication Network*, <https://doi.org/10.1155/2021/5567610>
29. Wang, C. C. (2020): Fake News and Related Concepts: Definitions and Recent Research Development, *Contemporary Management Research*, Vol (16) N (3). P.P.145-174.
30. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-egypt>
31. <https://dictionary.cambridge.org/grammar/british-grammar/word-order-and-focus/fake-news>



Egyptian Journal For Specialized Studies

Quarterly Published by Faculty of Specific Education, Ain Shams University



المجلة
المصرية
للدراستات
المتخصصة

Board Chairman

Prof. Osama El Sayed

Vice Board Chairman

Prof. Mostafa Kadry

Editor in Chief

Dr. Eman Sayed Ali

Editorial Board

Prof. Mahmoud Ismail

Prof. Ajaj Selim

Prof. Mohammed Farag

Prof. Mohammed Al-Alali

Prof. Mohammed Al-Duwaihi

Technical Editor

Dr. Ahmed M. Nageib

Editorial Secretary

Dr. Mohammed Amer

Laila Ashraf

Usama Edward

Mohammed Abd El-Salam

Correspondence:

Editor in Chief

365 Ramses St- Ain Shams
University, Faculty of Specific
Education

Tel: 02/26844594

Web Site :

<https://ejos.journals.ekb.eg>

Email :

egyjournal@sedu.asu.edu.eg

ISBN : 1687 - 6164

ISSN : 4353 - 2682

Evaluation (June 2022) : (7) Point

Arcif Analytics (2022) : (0.0909)

VOL (11) – N (39) July 2023

Advisory Committee

Prof. Ibrahim Nassar (Egypt)

Professor of synthetic organic chemistry
Faculty of Specific Education- Ain Shams University

Prof. Osama El Sayed (Egypt)

Professor of Nutrition & Dean of
Faculty of Specific Education- Ain Shams University

Prof. Etidal Hamdan (Kuwait)

Professor of Music & Head of the Music Department
The Higher Institute of Musical Arts – Kuwait

Prof. El-Sayed Bahnasy (Egypt)

Professor of Mass Communication
Faculty of Arts - Ain Shams University

Prof. Badr Al-Saleh (KSA)

Professor of Educational Technology
College of Education- King Saud University

Prof. Ramy Haddad (Jordan)

Professor of Music Education & Dean of the
College of Art and Design – University of Jordan

Prof. Rashid Al-Baghili (Kuwait)

Professor of Music & Dean of
The Higher Institute of Musical Arts – Kuwait

Prof. Sami Taya (Egypt)

Professor of Mass Communication
Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Suzan Al Qalini (Egypt)

Professor of Mass Communication
Faculty of Arts - Ain Shams University

Prof. Abdul Rahman Al-Shaer

(KSA)

Professor of Educational and Communication
Technology Naif University

Prof. Abdul Rahman Ghaleb (UAE)

Professor of Curriculum and Instruction – Teaching
Technologies – United Arab Emirates University

Prof. Omar Aqeel (KSA)

Professor of Special Education & Dean of
Community Service – College of Education
King Khaild University

Prof. Nasser Al- Buraq (KSA)

Professor of Media & Head of the Media Department
at King Saud University

Prof. Nasser Baden (Iraq)

Professor of Dramatic Music Techniques – College of
Fine Arts – University of Basra

Prof. Carolin Wilson (Canada)

Instructor at the Ontario institute for studies in
education (OISE) at the university of Toronto and
consultant to UNESCO

Prof. Nicos Souleles (Greece)

Multimedia and graphic arts, faculty member, Cyprus,
university technology