

المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي

مجلة دورية محكمة تصدر عن قسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة سوهاج

رئيس مجلس إدارة المجلة:

أ.د / محمد توفيق محمد

رئيس التحرير:

أ.د / فاطمة الزهراء صالح أحمد

مدير التحرير:

د / أحمد خيرى عبد الله علي

مساعد رئيس التحرير

أ.د / عبد الباسط أحمد هاشم

أ.د / فوزي عبدالغني خلاف

أ.د / عزة عبدالعزيز عبدالله

أ.م. د / سحر محمد وهبي

أ.م.د / صابر حارص

أ.م.د / أحمد حسين

أ.د.م / محمود يوسف السماسيري

سكرتير التحرير

د / نها السيد عبدالمعطي

د / إسراء صابر عبدالرحمن

د / هاني إبراهيم السمان

أ / أحمد جعفر أحمد

أ / محمد خلف محمد

المحرر اللغوي

أ.م. د / محمد محمود حسين هندي

3

العدد

3

المجلد

Issn: 3009-7134

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

مايو - 2024

محتويات العدد:

دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم

استخدام التحول الرقمي في أنشطة العلاقات العامة بالجامعات وعلاقته بتشكيل الانطباعات لدى طلابها

تقنيات جذب الانتباه في إعلانات الفيديو على المنصات الرقمية

"العوامل المؤثرة في التمثيل الإعلامي للعنف الأسري ضد المرأة في الصحف كأداة للتصدي له- دراسة مرجعية"

توظيف الفيديو جراف في القضايا الاجتماعية بالمواقع الإخبارية المصرية وعلاقته باتجاه الجمهور نحو هذه القضايا

توظيف المواقع الإلكترونية للحكومة المصرية أدوات تحقيق رضا الجمهور عن الخدمات الحكومية الرقمية: دراسة تحليلية

الاتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الاتصال في العصر الرقمي

دور الدبلوماسية الرقمية في تشكيل صورة المملكة العربية السعودية في الخارج دراسة في تحليل المستوى الثاني

دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم

Doi: 10.21608/ejcrds.2024.285031.1002

✉ المؤلف: أحمد جمال حسن محمد

المخلص:

سعت الدراسة للكشف عن دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم، وتتنمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وبالاعتماد على منهج المسح تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات من عينة قوامها (448) مستخدم للمنصات الرقمية الاجتماعية من الجمهور العراقي. وقد خلصت الدراسة لنتائج عدة أهمها: استخدام الجمهور العراقي للمنصات الرقمية بدرجة متوسطة، مما انعكس على درجة مواطنة رقمية متوسطة لديهم، وأن الجمهور العراقي يتحقق من أخبار المنصات الرقمية الاجتماعية عن طريق مرحلتين، وهما: التحقق الداخلي، والتحقق الخارجي.

وفي إطار تلك النتائج، يمكن استخلاص عدد من التوصيات، أهمها: استثمار كثافة استخدام الجمهور العراقي للمنصات الاجتماعية الرقمية في نشر مفهومي المواطنة الرقمية، والتحقق من الأخبار المزيفة، تكوين وعي مجتمعي معلوماتي لدى الجمهور العراقي بأهمية المنصات الاجتماعية الرقمية في شتى المجالات، ونشر ثقافة المواطنة الرقمية، والتحقق من الأخبار المزيفة، إضافة إلى تحفيز الجمهور العراقي على الاستمرارية في التعلم والتحقق. أيضاً يمكن اقتراح عدد من البحوث المستقبلية، أهمها: دراسة آليات التحقق من الأخبار المزيفة على فئات مجتمعية عراقية متخصصة، دراسة تأثيرات آليات التحقق من الأخبار المزيفة على تماسك المجتمع، ودراسة أثر كثافة استخدام الجمهور للمنصات الرقمية الاجتماعية على الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها في العراق.

الكلمات المفتاحية: المواطنة الرقمية - التحقق من الأخبار المزيفة - المنصات الرقمية الاجتماعية

مقدمة:

قد أسفرت القراءات النقدية لبحوث ودراسات الإعلام والاتصال إلى أن كلما تطورت تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال، كلما اهتّمت تلك الوسائل بجمهورها، وكيفية استخدامه لها باعتبارها عنصراً رئيساً من عناصر العملية الاتصالية، وقد صاحب ذلك التطور والاهتمام بزوغاً للمنصات الرقمية الاجتماعية ذات المجالات متعددة الاستخدام، وتعددت معها المفاهيم المرتبطة بطبيعة تفاعل الجمهور معها، وقد تزامن ذلك مع قدرة المستخدمين على بث وتداول ومشاركة المعلومات والأخبار، وأصبح كثيراً من المستخدمين يتفاعلون مع هذه المعلومات والأخبار دون تقييمها أو تحري مصدرها الرئيس؛ مما أدى إلى ظهور بعض المصطلحات كالتضليل، والتزييف، بالرغم من عدم اعتمادها على الإقناع المباشر أو غير المباشر، إلا أنها تؤثر تأثيراً كبيراً على المجتمعات؛ مما أدى إلى تصاعد الاهتمام لمواجهة هذا النمط الإخباري، والبحث في أدوات معرفية وتقنية للكشف عنها إضافة إلى إيجاد طرائق لمواجهةها في ظل بيئة تمتاز بالذكاء والمرونة في المحتوى. وبناءً على ذلك تتضح الحاجة إلى ما يُعرف "بالمواطنة الرقمية"، كاستراتيجية جديدة تضمن توعية الأفراد بالحقوق التي ينبغي أن يتمتعوا بها ويستفيدوا منها أثناء تعاملهم مع وسائل الإعلام الجديد بشكل عام، والمنصات الاجتماعية الرقمية بشكل خاص، أيضاً الواجبات والالتزامات التي ينبغي عليهم أن يلتزموا بها ويؤدوها وهم يستخدمون تلك المنصات؛ من هذا المنطلق تستند هذه الدراسة إلى نموذج تفسير دور الجمهور في التحقق من الأخبار المزيفة لتنظيمه الجيد وقدرته على تبسيط وتوصيف الظاهرة محل الدراسة.

أولاً- مشكلة الدراسة:

أتاحت المنصات الاجتماعية الرقمية طبيعة تفاعلية لمستخدميها، حيث أصبح بإمكانهم إنتاج واكتساب المعلومات وتداولها، وتسجيل الآراء، علاوة على المشاركة المباشرة في صنع السياسات العامة؛ مما أدى بلا جدال إلى انتشار أخبار مزيفة؛ لذا يستدعي استخدام المنصات الاجتماعية الرقمية مستوى من الثقافة والوعي؛ بغرض فهم واستيعاب الكم الهائل من الأخبار التي يتلقاها عبر تلك المنصات، ثم التحقق من صحتها. وبناءً على ذلك يُمكن تحديد مشكلة الدراسة في الكشف عن دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الاجتماعية الرقمية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم.

ثانياً- أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من الأهمية الذاتية لدراسة دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الاجتماعية الرقمية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم، بوصفها عملية مستمرة تهدف لتمكين الأفراد من الوصول إلى الأخبار وتحليلها وإعادة إنتاجها من أجل تحقيق نتائج محددة، وذلك تزامناً مع بعض الجهود المبذولة من الدولة العراقية؛ للارتقاء بالمواطن، وتعزيز قدرات المواطنين على التعامل المسؤول والإيجابي لتكنولوجيا المعلومات؛ لمواجهة التحديات الحالية والمستقبلية. ويمكن أن تتضح أهمية الدراسة من خلال النقاط الآتية:

- قلة الدراسات التي جمعت بين متغيرات الدراسة الحالية، حيث يُعدُّ التحقق من الأخبار المزيفة موضوعاً جديداً نسبياً على مستوى العالم بشكل عام والدولة العراقية بشكل خاص، حيث ظهر المفهوم لأول مرة أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام (2016م)، كذلك تُعدُّ المواطنة الرقمية من المواضيع الحديثة التي اهتّمت بها البحوث والدراسات الأكاديمية.
- يُمكن أن توفر الدراسة أداتي قياس، الأولى- مقياساً للكشف عن مستوى المواطنة الرقمية لدى الجمهور، والثانية مقياساً لدور الجمهور في التحقق من الأخبار المزيفة.

– قَدْ نُفِيدُ النَتَائِجَ صُنَاعِ السِّيَاسَاتِ الإِعْلَامِيَّةِ وَالتَّعْلِيمِيَّةِ بِالدَّوْلَةِ فِي وَضْعِ اسْتِرَاطِيَّاتٍ لِمُوَاجَهَةِ انْتِشَارِ الأَخْبَارِ المُزَيَّفَةِ سِوَا عِبَرِ المِنَصَاتِ الإِجْتِمَاعِيَّةِ الرِّقْمِيَّةِ أَوْ عِبَرِ الوَسَائِلِ الإِعْلَامِيَّةِ الأُخْرَى.

ثالثًا- أهداف الدراسة:

- تَنْطَلِقُ هَذِهِ الدِّرَاسَةُ مِنْ هَدَفٍ عَامٍ يَتِمُّثَلُ فِي: "الكشف عن دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقًا لمستوى المواطنة الرقمية لديهم". وَيَبْتَئِقُ مِنْ هَذَا الِهْدَفِ مَجْمُوعَةً مِنَ الِأَهْدَافِ الفَّرْعِيَّةِ وَالتِّي تَسْتَهْدَفُ الدِّرَاسَةُ الحَالِيَّةُ مُعَالَجَتَهَا، وَالتِّي يُمَكِّنُ تَلْخِيصَهَا فِي:
- رَصْدُ مُسْتَوَى كَثَافَةِ وَخِبْرَةِ اسْتِخْدَامِ الجُمهُورِ العِرَاقِيِّ لِلْمِنَصَاتِ الإِجْتِمَاعِيَّةِ الرِّقْمِيَّةِ.
- قِيَاسُ مُسْتَوَى وَعِيِ الجُمهُورِ العِرَاقِيِّ بِأَبْعَادِ المِوَاطَنَةِ الرِّقْمِيَّةِ.
- تَحْدِيدُ كَيْفِيَّةِ تَحْقِيقِ الجُمهُورِ العِرَاقِيِّ عِيْنَةَ الدِّرَاسَةِ مِنَ الأَخْبَارِ المِزْيِفَةِ.

رابعًا- مراجعة الدراسات السابقة:

قَامَ البَاحِثُ بِمُراجَعَةِ الدِّرَاسَاتِ الأَكْثَرِ اسْتِشْهَادًا وَالمُرتَبِطَةِ إِرْتِبَاطًا مُبَاشِرًا بِمِوَضُوعِ هَذِهِ الدِّرَاسَةِ وَمُتَغْيِرَاتِهَا البَحْثِيَّةِ، وَالتِّي يُمَكِّنُ تَنَاوُلَهَا مِنْ خِلَالِ مَحَوْرِيْنِ أَسَاسِيْنِ، تَنَاوُلِ الأَوَّلِ- الدِّرَاسَاتِ الَّتِي عَنِيَتْ بِالمِوَاطَنَةِ الرِّقْمِيَّةِ، حَيْثُ أَفْضَتِ عَمَلِيَّةُ المُراجَعَةِ فِي هَذَا المِحوْرِ إِلَى تَنَوُّعِ الإِتْجَاهَاتِ البَحْثِيَّةِ، فِي إِطَارِ المِوَاطَنَةِ الرِّقْمِيَّةِ كِوسِيطٍ لِلتَّمَكِّيْنِ، كَشَفَتِ دِرَاسَةُ "Manzuoli, et al (2019)" أَنَّ تَصَوُّرَاتِ المِوَاطَنَةِ الرِّقْمِيَّةِ مَا زَالَتْ حَدِيثَةً؛ نَظَرًا إِلَى أَنَّهُ لَمْ يَتِمَّ فَهْمُهَا بَعْمَقٍ حَتَّى الآنَ، مِمَّا دَفَعَ عَدِيدَ مِنَ البَاحِثِيْنِ، مِثْلَ: "Arif (2016)" وَ"Ortega-Gabriel (2015); Sancho, et al (2016)" لِإِشَارَةِ إِلَى ضَرُورَةِ مِوَاصِلَةِ النِّقَاشَاتِ الأَكَادِيمِيَّةِ حَوْلِ المِوَاطَنَةِ الرِّقْمِيَّةِ، وَمَعَ ذَلِكَ هُنَاكَ مَجْمُوعَةٌ وَأَسْعَةٌ مِنَ وَجْهَاتِ النِّظَرِ حَوْلَ مَا تُشْمَلُهُ المِوَاطَنَةُ الرِّقْمِيَّةُ مِنْ مَجَالَاتٍ، فَقَدْ بَيَّنَّتْ دِرَاسَاتُ "Gorman (2015); Mesa & Romero (2016)" أَنَّ المِوَاطَنَةَ الرِّقْمِيَّةَ تُشِيرُ إِلَى قِيَمِ الاحْتِرَامِ وَالتَّسَامُحِ وَالحُرِيَّةِ وَالأَمَانِ، وَأَنَّهَا تُؤَكِّدُ عَلَى المِبَادِيِّ الدِيمُوقْرَاطِيَّةِ كالأَخْلَاقِ، وَالشَّرْعِيَّةِ، وَالأَمْنِ، وَالمَسْئُولِيَّةِ.

بَيْنَمَا بَيَّنَّتْ دِرَاسَةُ "Searson, et al (2015)" أَنَّ المِوَاطَنَةَ الرِّقْمِيَّةَ مَفْهُومٌ شَامِلٌ يَتَّكُونُ مِنْ مُكَوِّنَاتٍ ثَلَاثٍ، وَهِيَ: التَّسَاوُلُ المُسْتَمَرُّ عَنِ سِيَاسَاتِ جَمِيعِ الدَّوَلِ، وَالاِهْتِمَامُ النُّشِيطُ بِشُؤُونِ الدَّوَلِ الأُخْرَى، وَالاِهْتِمَامُ بِإِنْشَاءِ نِظَامٍ عَالَمِيٍّ مَوْحِدٍ. بَيْنَمَا اقْتَرَحَتْ دِرَاسَةُ "Couldry, et al (2014)" مَنَظُورًا شَامِلًا لِلْمِوَاطَنَةِ الرِّقْمِيَّةِ مِنْ خِلَالِ تَقْدِيمِ رُؤْيَا اسْتِرْشَادِيَّةٍ تُرَكِّزُ عَلَى اسْتِكْشَافِ اسْتِخْدَامَاتِ التَّقْنِيَّاتِ مِنْ خِلَالِ العِلَاقَاتِ الشَّخْصِيَّةِ وَالمُمارَسَاتِ الإِجْتِمَاعِيَّةِ النَّاتِجَةِ عَنِ مَجْمُوعَاتِ اجْتِمَاعِيَّةٍ مُخْتَلَفَةٍ. وَفِي إِطَارِ مُتَّصِلِ بَيَّنَّتْ دِرَاسَةُ "Hintz, et al (2017)" أَنَّ المِوَاطَنَةَ الرِّقْمِيَّةَ تُعَرَّفُ عَادَةً عَلَى أَنَّهَا "الذاتية"؛ أَي تَفْعِيلُ دُورِ الأَفْرَادِ فِي المُجْتَمَعِ مِنْ خِلَالِ اسْتِخْدَامِ التَّقْنِيَّاتِ الرِّقْمِيَّةِ.

وَفِي إِطَارِ المَهَارَاتِ اللَازِمَةِ لِلْمُشارَكَةِ فِي المِوَاطَنَةِ الرِّقْمِيَّةِ، أوردت دراسات Simsek & Simsek "Area, & Ribeiro (2012)"; (2013) مَجْمُوعَةً مِنَ المَهَارَاتِ، مِثْلَ: مَهَارَاتِ مَحَوِّ الأُمِّيَّةِ المُعاصِرَةِ، أَوْ المَهَارَاتِ التَّقْنِيَّةِ وَالاِجْتِمَاعِيَّةِ، بَيْنَمَا أشارت دراسة "Mesa & Romero (2016)" إِلَى أبعادِ المِوَاطَنَةِ الرِّقْمِيَّةِ، بِأَنَّهَا: إِبْدَاعِيَّةٌ، وَتِوَاصِلِيَّةٌ تُشَارِكِيَّةٌ، وَإِكْسِيُولُوجِيَّةٌ. أَيْضًا تُبَيِّنُ أَنَّ المِوَاطَنَةَ الرِّقْمِيَّةَ تُعَدُّ جَانِبًا رَئِيسًا فِي حَيَاةِ الأَفْرَادِ وَيَجِبُ أَنْ تُحَظَى بِالأُولُويَّةِ فِي تَدْرِيبِ التَّلَامِيذِ وَالطُّلَابِ فِي المِوَاطَنَةِ التَّعْلِيمِيَّةِ. حَيْثُ انْعَكَسَ هَذَا المَنْظُورُ فِي الدِّرَاسَاتِ الَّتِي وَجَدَتْ أَوْجَهَ قِصُورٍ فِي تَدْرِيبِ التَّلَامِيذِ وَالطُّلَابِ عَلَى المِوَاطَنَةِ الرِّقْمِيَّةِ "Vilchez (2011)"، وَالدِّرَاسَاتِ الَّتِي قَدَّمتْ تَصَوُّرَاتٍ لِدمَجِ المِوَاطَنَةِ الرِّقْمِيَّةِ فِي المُحتَوَى الدِّرَاسِيِّ "Karaduman (2017)".

بينما عيّنت بعض الدراسات التي بحثت في المواطنة الرقمية بعدد من الموضوعات، مثل: استخدام الويب 0.2، والمشاركة عبر الإنترنت، والديمقراطية، والقيم، والمواقف النقدية، والفجوة الرقمية، كدراسات: "Arif (2016) ; Ortega-Gabriel (2015) ; Simsek & Simsek (2013) ; Area-Moreira & Pessoa (2012)". وسلّطت بعض الدراسات الضوء على تعزيز بعض الدول، مثل أستراليا ونيوزيلندا، للحقوق والمسؤوليات المترتبة بالمواطنة الرقمية، والاعتراف بأنها أساسيات للعمليات الحكومية "Simsek & Sullivan (2016) ; Gorman (2015) ; Simsek (2013)". وقد تم دعم هذه الجهود من قبل خبراء في هذا المجال، مثل: "Area-Moreira & Pessoa (2012)". بينما الصين قد أقرت بأن معرفة القراءة والكتابة الجديدة هي حق للأفراد وشرط ضروري للتنمية الاجتماعية والديمقراطية في مجتمع القرن الحادي والعشرين. وقد أدى هذا المنظور إلى استرعاء انتباه الدولة والمجتمع والمؤسسات نحو إنشاء استراتيجيات وسياسات جديدة للتفاعل الاجتماعي والديمقراطية يُشارك فيها جميع المواطنين، ومع هذا بيّنت المواطنة الرقمية عدم المساواة في بعض القطاعات المجتمعية؛ مما أدى إلى توسيع الفجوة الرقمية بين أفراد المجتمعات خاصة في الدول النامية "Sancho, et al (2016) ; Fejes & Rahm (2017)".

في هذا السياق يُمثل مفهوم التمكين محاولة لمنح كل فرد أو مجموعة سلطة اتخاذ القرار، وإبراز دور المواطنة الرقمية في تسهيل الديمقراطية، وزيادة القدرة على ممارسة السلطة بدلاً من تفويضها، وقد اكتسب هذا المفهوم قوة مع ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات "ICT"؛ مما أدى إلى إطلاق مقترحات جديدة، مثل: الحكومة المفتوحة "Hivon & Titah (2017) ; Zapatero, et al (2015)". حيث يُسمح للمواطنين للوصول لبيانات الدولة، وبالتالي نقاش بحجج قوية. بينما اقترح "Gazi (2016)" أن الترويج للمواطنة الرقمية يُزيد من التعاطف بين الأجيال؛ بالتالي تشجيع المعايير المشتركة للسلوك في المجتمع الرقمي. هذا وقد كشفت دراسات أخرى بأن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سمحت للمواطنين بالوصول إلى معلومات حول الناخبين، وزيادة شفافية المعلومات، وزيادة الثقة في المؤسسات الحكومية، ومراقبة سلوك السياسيين وممثلي الحكومة، ومع ذلك فإن هذه التقنيات لم تُسهل المشاركة الحقيقية للمواطنين "Alcaide-Muñoz, et al (2017)".

أما عن البرامج والأدوات التي ركزت على المواطنة الرقمية، فقد شملت مقاييس التقرير الذاتي التي تأخذ في الاعتبار السلوك والإدراك والسياق الاجتماعي، مثل الأدوات التي طورها "Choi, et al (2017)"، على عكس المقاييس التي تستفسر عن مفهوم المواطنة الرقمية، مثل تلك التي طورها "Cabreria, et al (2015)"، وبيّنت دراسة "Isman & Gungoren (2013)" أن مستويات المواطنة الرقمية تتأثر بساعات استخدام الإنترنت يومياً، والغرض من استخدام الإنترنت، واستخدام أجهزة الاتصال بالإنترنت، واستخدام المنصات الاجتماعية.

وركزت بعض الأدوات على قياس المهارات المختلفة، بما في ذلك المواطنة، ومحو الأمية الرقمية، وإدارة المعلومات، والتعاون، والتواصل، وإنشاء المحتوى والمعرفة، وتقييم وحل المشكلات، والعمليات التقنية، وتضمنت جميع المهارات المدروسة التعلم مدى الحياة (التعلم التواصلي)، والاستخدام المنتج للتكنولوجيا "Techataweewan & Prasertsin (2018)"، وقد توصلت دراسات أخرى إلى وجود علاقة بين استخدام المنصات الاجتماعية الرقمية وتشارك المواطنة، تحديداً لمجموعة من النساء المنتميات إلى المناطق الريفية اللاتي يُشاركن بحدودية من خلال هذه الوسائل "Jiménez (2016)". وعلاوة على هذه النتائج المتعلقة باستخدام الشبكات الاجتماعية ومشاركة المواطنين، كشفت بعض الدراسات التي أجريت في أمريكا الشمالية عن كفاءة إرسال المعلومات الحكومية عبر الشبكات الاجتماعية لإستكمال الخدمات الحكومية المقدمة للمواطنين "Gao, & Lee (2017)".

وفي سياق متصل أشارت بعض الدراسات إلى برامج لتمكين المواطنين، وتوفير معلومات حول الحكومات باستخدام محاكي لعمليات مشاركة المواطنين "Blevins, et al (2014)"، وتضمنت البرامج الأخرى استخدام الأدوات لتعزيز التزام الطلاب بالثربية المدنية من خلال دمج طرائق تدريسية متعددة الوسائط في الفصل الدراسي، مثل تلك التي طورها "Pellegrino, et al (2013)". وفيما يتعلق بأنشطة الفصل

الدراسي، كَشَفَت بَعْض الدَراسات أَن المَدارس الَّتِي تُطبَّق وتُعزَز الحَوار مَعَ التلاميذ أَدِيهِم مُستوى عالٍ مِن السلوك المَدني السليم، أَيْضًا يَحِرصون على المَشاركة النَشطة، حيثُ يَنصَب التَركيز على النَصْرَف والالتزام “Blevins, et al (2014)“.

وَكَشَفَت نَتائِج دَراسة “Oyedemi (2015)“ أَنَّ اسْتِخدام الإنترنت مُرتَبطٌ بِمَزيد مِن مُشاركة المَواطِنين في المِساتح الرَقمية. وَوَجَدَت دَراسة “Gozálvez (2011)“ أَنَّ التِكنولوجيا تُثري العَمليات الديمُقراطية. وَأَظهرت أَيْضًا دَراسة “Espaliú (2015)“ أَنَّ التِكنولوجيا تُدعم قيام الأَفراد بِمُبادرات مُختلفة في شَتى المَجالات؛ بِالتالي نَمَت فِكرة اسْتِخدام الإنترنت كِمِساتح لإشراك الأُمور العامة، حيثُ اكَتَسَبَت الشَبكات الاجتماعية مَجموعة مِن الوظائف كَتوفير اتصالات مُتزامنة ومُتعددة، وتَسهيل نَقْل أُسرَع للمَعلومات التَواصلية والناشطة “Hernández, et al (2013)“.

وفي إطار دور المَواطنة الرَقمية في مُعالجة التَأثيرات السَلبية لوسائل الإعلام، اسْتَهْدَفَت دَراسة “أحمد جمال (2022)“ الكَشَف عن تَأثير المَواطنة الرَقمية للأَبناء ووالديهِم على الإِتصال الأَسري المِباشِر أَدِيهِم، وَقَد خَاصت الدِراسة لِعِدَّة نَتائِج، أَمَها: الاسْتِخدام المُفرط للوسائل الرَقمية المُتعدِّدة مِن الأَبناء ووالديهِم، وأَمَتلك الأَبناء خِبرة “مُرتفعة“ في اسْتِخدام الوسائل الرَقمية مُقابل خِبرة “مُتوسطة“ للوالدين، أَيْضًا لدى الأَبناء ووالديهِم مُستوى مَواطنة رَقمية “مُرتفع“ لِكُلِيهِما. بَينما قَدِمت دَراسة “هناء إبراهيم (2020)“ مُقترحًا لِمُتطلبات تَفعيل التَربية على المَواطنة الرَقمية لمَواجهة التَطرف الفكري لدى الشَباب الجامعي، وَقَد بيَنت نَتائِجها أَنَّ مَجال الاحترام جاء في التَرتيب الأَول لمَجالات المَواطنة الرَقمية، بَينما جاء مَجال التَعلِيم في المَرتبة الثالثة والأخيرة. بَينما اسْتَهْدَفَت دَراسة “السيد لُطفي (2021)“ التَعَرُف على مَدى إدراك الشَباب الجامعي المِصري للأخبار المَزيَفة بِمَواقع التَواصل الاجتماعي وعَلاقتها بِمُستويات المَواطنة الرَقمية أَدِيهِم، وَقَد كَشَفَت نَتائِجها عَن وجود عَلاقة ارتبَاطية بَين إدراك المَبحوثين للأخبار المَزيَفة بِمَواقع التَواصل الاجتماعي ومُستويات المَواطنة الرَقمية أَدِيهِم.

ووفقًا لِدراسة أَجرتها “صفاء علي (2021)“ حَاولت مِن جَلالها تَسليط الضوء على المَواطنة الرَقمية وتَغير القِيم في المُجتمع المِصري، مِن جَلال التَعَرُف على انعكاس المَواطنة الرَقمية على تَعزيز القِيم الاجتماعية والأَخلاقية والتكنولوجيا، وَقَد بيَنت نَتائِجها وجود تَحول في القِيم الاجتماعية والأَخلاقية والتكنولوجيا بِالمُجتمع المِصري نَتيجة لِلتحولات التكنولوجية ولزِيادة اسْتِخدام مَواقع التَواصل الاجتماعي بِصورها السَلبية؛ مِمَّا يَدُل على وجود خَلل أو أزيمة مَواطنة رَقمية داخل المُجتمع المِصري بِصورة عامَّة. وعَنتيت دَراسة “مُحمد كامل، ومُحمد عودة (2021)“ بِالكَشَف عَن مُستوى السلوك السَوي لدى عَينة مِن تلاميذ المَرحلة الإِعدادية في مَدارس قِطاع غَزة، إِضافةً إلى التَعَرُف على عَلاقة المَواطنة الرَقمية بِالسلوك السَوي أَدِيهِم، وَقَد كَشَفَت النَتائِج عَن مُستوى مَواطنة رَقمية مُرتفع لدى التلاميذ، وتَبيِن وجود عَلاقة طَردية بَين السلوك السَوي والمَواطنة الرَقمية لدى التلاميذ.

بَينما تَتناول المَحرور الثاني- الدَراسات الَّتِي عَنتيت بِالتَحقق مِن الأَخبار المَزيَفة: حيثُ تَبيِن في إطار إِشكالية المَفهوم ونَشأته تَاريخيًا، أَنَّ مُصطلح الأَخبار المَزيَفة لم يَكُن جَدِيدًا، لَكن ما سَاعد على بَروزه كانت الانتخابات الرئاسية الأَمريكية عام (2016م)؛ لِذا اتجَهِت الدُول والحكومات نحو تَجنيد الجيوش الإِلِكترونية لِلحفاظ على الأَمن السِبيراني للمُجتمعات مِن جَلال برامج وخوارزميات الذكاء الاصطناعي في الحَد مِن انتشار الأَخبار المَزيَفة، وتَعُدُّ وسائل التَواصل الاجتماعي المُحرك الأَقوى في سَهولة وفورية انتشار الأَخبار المَزيَفة (مروة مُحمد، 2018). بَينما عَنتيت دَراسة “Burkhardt, j. M (2017)“ بِتَاريخ الأَخبار المَزيَفة بِتَنبُع ظُهورها وتَطورها عَبر مَراحل تَطور وسائل الإعلام التَقليدية والحديثة. وبَينت دَراسة “Chiu, M. M., & Oh, Y. W (2021)“ أَنَّ الأَخبار المَزيَفة تَخْتلف عَن غيرها مِن حيثُ: العَلاقة بَين المُتحدث والجمهور، والهدف، والعاطفة، والمَعلومات، وِعدد المُشاركين، واسْتِشهاد المَصادر.

أما في إطار دور الجمهور في التحقق من أخبار المنصات الاجتماعية الرقمية المزيفة، وضعت دراسة "Tandoc Jr, E. C, et al (2018)" إطاراً مفاهيمياً لفهم كيف يوثق الجمهور الأخبار التي يتعرضون لها على مواقع التواصل الاجتماعي، وأثبتت الدراسة أن الأفراد يعتمدون في التحقق على التحقق الداخلي أولاً، ويشمل: حكمهم الخاص، والمصدر، والرسالة، والشعبية، وعندما لا تتوفر لديهم إجابة محددة يلجؤون للتحقق الخارجي كخطوة ثانية، وتشمل: مصادر شخصية وأخرى خارجية سواء كان ذلك بشكل قصدي أو عرضي. وفي إطار متصل بحثت دراسة "مها السيد (2019)" أدوار مستخدمي الشبكات الاجتماعية في مواجهة الأخبار المزيفة، وبحثت العلاقة بين القدرة على كشف الأخبار المزيفة ومدى وجود مهارات التربية الرقمية لدى المستخدمين بوصفها المدخل الرئيس للوعي الإعلامي لدى الجمهور، وقد أثبتت النتائج أن مهارات التربية الرقمية لدى المبحوثين تزيد من قدرتهم على التحقق من الأخبار، وكلما زاد النشاط الإلكتروني للفرد، كلما زادت قدرته على التحقق من الأخبار على مصادر المعلومات الخارجية لديه (التحقق الخارجي) سواء كانت شخصية مثل: الأسرة والأصدقاء، أو مؤسسية مثل وسائل الإعلام، وتعتمد مواجهة الأخبار المزيفة على وجود منظومة متكاملة تتكون من مؤسسات الدولة والشركات التي تقوم بإدارة مواقع الإنترنت. في حين اتجهت دراسة "Tandoc Jr, E. C, et al (2020)" إلى فهم انتشار التضليل من خلال فحص آليات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي للأخبار المزيفة، وقد توصلت الدراسة إلى أن معظم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يقدمون تصحيحات للأخبار المزيفة عندما يكون الخبر وثيق الصلة بهم وبالأشخاص التي تربطهم بهم علاقات شخصية قوية، أيضاً كان المستخدمون على استعداد للتصحيح عندما شعروا بأن الخبر الزائف يمس قضية مهمة بالنسبة لهم ربما لها عواقب على أحبائهم وأصدقائهم المقربين.

وفي إطار متصل سعت دراسة "أحمد جمال (2021)" إلى رصد آليات تحقق الجمهور المصري من الأخبار المزيفة وفقاً لأنماط تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي. وقد خلصت الدراسة إلى اتصاف سلوك أكثر من نصف الجمهور المصري عينة الدراسة بالاستخدام "المشاهد" (النمط السلبي)، أيضاً قيم الجمهور المصري ثقة مصادر أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة ثقة متوسطة، بينما يتحقق الجمهور المصري من أخبار مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق مرحلتين، وهما: التحقق الداخلي، والتحقق الخارجي.

وانطلقت دراسة "ممدوح عبدالله، وآخرون (2021)" من هدف عام يتمثل في الكشف عن آليات تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ورصد العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار بهذا التداول، وتقديم نموذج مقترح لوصف وتفسير العمليات المرتبطة بتحديد شكلة، وذلك في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية، والمهارات التي ينطوي عليها هذا المدخل كمقدمات تفضي إلى نتائج يتم تفسيرها ورصد دلالاتها، وقد قدمت هذه الدراسة إطاراً فلسفياً لتفسير ظاهرة تداول المحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية، والنماذج المرتبطة بهذا المدخل؛ بما يسهم في رصد أبعاد تلك الظاهرة، والوقوف على كيفية مواجهتها، والحد من أثارها السلبية، ورصدت النتائج العلاقات المختلفة بين مستوى امتلاك مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لمهارات التربية الإعلامية الرقمية الأربعة، وهي: الوصول، والتحليل، والتقييم، وإنتاج المحتوى، وتبني الأسلوب الذي يقابل كل مهارة من أساليب تداول المحتوى الرقمي الزائف التي يطرحها نموذج الدراسة المقترح.

وعن دور التفكير الناقد كآلية للتحقق من صحة الأخبار المزيفة سعت دراسة "أبو بكر الصالحي (2020)" للكشف عن العلاقة بين مستوى التفكير الناقد والقدرة على نحض الأخبار المزيفة في ظل انتشارها. وأثبتت دراسة "محمد محمود (2019)" أن الميول السياسية والاتجاهات الفكرية لها علاقة بمدى تعرضهم للأخبار المزيفة، أيضاً نسبة كبيرة من أفراد العينة يتعرضون لأخبار زائفة دون معرفتهم بذلك، بينما لا يتشاركونها إلا إذا كانت هذه الأخبار تمس اهتماماتهم. أيضاً أشارت دراسة "عبد المجيد رمضان (2020)" أن أعمال حق الوصول إلى المعلومة أمام الأفراد والتدفق الحر للمعلومات من طرف وسائل الإعلام في أي بلد، يظل أنجح حل لمحاربة الأخبار المزيفة لأنه يمثل السبيل إلى نشر الأخبار الصحيحة وإلى إضفاء الشفافية على ممارسات أجهزة الدولة وإبراز الجهود التي تقوم بها في إدارة الأزمات.

بينما استهدفت دراسة "Zhou, X, et al (2020)" الكشف المبكر عن الأخبار المزيفة من خلال التحقق من محتوى الأخبار على مختلف المستويات، ويتضمن ذلك مستويات: المعجم، وبناء الجملة، والدلالي، والخطاب، وبناءً على تجارب الدراسة فإن الأخبار المزيفة تُقدم درجة عالية من الإثارة في عناوينها، وغالبًا ما تتكون هذه العناوين من عدد من الكلمات يفوق عدد كلمات نصها الأصلي، ويُذكر فيها أسماء أشخاص ذوي شهرة، في حين يصعب تحديد درجة مقروئيتها وخصائص قيمتها الإخبارية. واستهدفت دراسة "Conroy, N, et al (2015)" التعرف على طرائق الكشف التلقائي للأخبار المزيفة المنتشرة بمواقع التواصل الاجتماعي؛ لذلك صُنفت طرائق تقييم الدقة إلى مجموعتين، الأولى- التلميح اللغوي (التعلم الآلي) تُصنف عملية جمع الأخبار والتعليق عليها، والتحقق من صحتها، وتقديم وتحليل لما تتضمنه من دلالات لغوية، والثانية- قامت بعدد من التجارب لتطوير نماذج للتصنيف والمُعتمدة على مجموعة من المعلومات المُعجمية، والنحوية، والدلالية، وميزات وخصائص قراءة النص، وقد توصلت الدراسة إلى أن اللغة المستخدمة في البيانات غالبًا ما تتضمن الكلمات المرتبطة بالعمليات المعرفية كالبصيرة والتمايز، ويتضمن المحتوى عديد من الكلمات الوظيفية، مثل: أفعال تُعبر عن النسبية، أيضًا المحتوى يُعبر عن الحالية والمستقبل، وأن مُنتجي الأخبار المزيفة يستخدمون الأحوال، والأفعال، وعلامات الترقيم أكثر من مُنتجي الأخبار الحقيقية.

وفي إطار البحث عن الإدراك الذاتي للأخبار المزيفة، بحثت دراسة "Corbu, N, et al (2020)" الإدراك الذاتي للمعلومات الخاطئة خاصة ما يتعلق بتقييم الأشخاص لقدراتهم على اكتشاف المعلومات الخاطئة عبر الإنترنت، وقد أثبتت الدراسة بناءً على استقصاء لعينة مُنوعة من البالغين أن الأخبار المزيفة تؤثر بدرجة أكبر على الأشخاص في دوائرهم الخارجية أكثر من أنفسهم والأشخاص في دوائرهم الداخلية، وأن ثقة الناس وانخراطهم في السياسة قد تتعرض للاهتزاز بسبب الأخبار المزيفة. وفي سياق متصل سعت دراسة "عمر محمد (2018)" لاختبار فرضية تأثيرية الشخص الثالث بالتطبيق على مواقع التواصل الاجتماعي بجانبية الإدراكي والسلوكي، وقد توصلت نتائجها إلى ضعف الثقة بموقع الفيسبوك كمصدر للأخبار حول الشأن العام، وتوجد علاقة ارتباطية بين الكفاءة التكنولوجية للمبحوثين في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي وبين قدرتهم على التفريق بين الأخبار الصحيحة والمزيفة.

وقد توصلت دراسة "بسنت مراد (2018)" إلى أن طبيعة كل شائعة وموضوعها الخاص يفرض نمطًا مُحددًا من التعامل من قبل الجمهور، وإن كان هناك شبه ثابته عامة في بعض الجوانب الأخرى المتعلقة بتعامل الجمهور مع الشائعات بناءً على التحليل، وبينت النتائج استخدام تكتيك "Fauxtos" الذي يُشير إلى استخدام صورة مع خبير في غير موقعها، وقد تكون الصورة حقيقية ولكن تم إرفاقها بخبر لا يُعبر عنها. وتوصلت "إيمان محمد (2019)" في دراستها إلى أن الصفحات المزيفة لم تُركّز على عمق التغطية الإخبارية وما تحمله من كم هائل من الوقائع والتفاصيل من أجل التأثير على المُتلقي في البيئة الرقمية، وأن الأخبار المزيفة جاءت كصدى وانعكاس واضح للأخبار الحقيقية المثارة في فترة الدراسة، أيضًا استخدام آليات التضليل الإعلامي لم تكن تقليدية في انتهاج آليات الدعاية السوداء وصناعة الحرب النفسية المُتعارف عليها. وبينت دراسة "Luo, M, et al (2020)" إلى أن الإشارات الشعبية كالتعليقات والإعجاب والمشاركة تؤثر في آليات التحقق من صحة الأخبار.

أما عن الجهود التي تقوم بها المنصات الرقمية الاجتماعية في مواجهة الأخبار المزيفة، فقد أوضحت دراسة "Molina, M. D, et al (2019)" أن استمرارية نشر الأخبار المزيفة تؤدي إلى إفساد البيئة المعلوماتية، وأن بناء وتطوير خوارزميات موثوقة لوضع علامة على "الأخبار المزيفة" يقلل من الحد من استمرار نشر الأخبار المزيفة، وتم تقسيم محتوى الإنترنت الدال على الأخبار المزيفة إلى أنواعًا سبعة، وهي: الأخبار الكاذبة، والمحتوى المُستقطب، والهجاء، والتقارير الخاطئة، والتعليق، والمعلومات المُقنعة، وصحافة المواطن، ومقارنتها مع الأخبار الحقيقية من خلال تقديم تصنيف ومؤشرات للعمليات في أربعة مجالات، وهي: رسالة، ومصدر، وهيكل، وشبكة، والتي من شأنها أن تُساعد في توضيح طبيعة محتوى الأخبار عبر الإنترنت. وسعت دراسة "مي عبد الغني (2020)" للكشف عن الكيفية التي يتم بها توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في

التحقق من الأخبار المزيفة، وذلك عبر تحليل عينة من صفحات موقع "Facebook" التي تعني بالتحقق من الأخبار المزيفة، وقد بينت الدراسة تصدر الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من الأخبار المزيفة، أيضاً هناك تنوع في: موضوعات الأخبار المزيفة التي تم التحقق منها، ونطاقها الجغرافي، والتباين في آليات التحقق وأشكال واتجاه التفاعل من قبل مستخدمي تلك الصفحات.

وفي سياق متصل سعت دراسة "Jang, S. M., & Kim, J. K (2018)" إلى معرفة تأثير الشخص الثالث على الأخبار المزيفة، معتمدة على المنهج المسحي بشقيه الميداني والتحليلي، واستخدمت الاستبانة الإلكترونية في جمع البيانات من عينة شملت (1299) مبحوثاً. وقد توصلت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج، أهمها: وجود اتجاه قوي لتصور الشخص الثالث؛ أي أن الأفراد يعتقدون أن الأخبار المزيفة سيكون لها تأثير أكبر على أعضاء المجموعة الخارجية أكثر من تأثيرها على أنفسهم.

وفي إطار التأثيرات المحتملة للأخبار المزيفة بحثت دراسة "أحمد محمود (2019)" تأثير تعرض الجمهور للأخبار الاقتصادية المزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاتهم نحو الإصلاح الاقتصادي خصوصاً في الوقت الراهن، معتمده في ذلك على منهج المسح، وطبقت الاستبانة كأداة لجمع البيانات على عينة متاحة من الجمهور المستخدم لتلك المواقع شملت (400) مفردة. وقد توصلت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج، أبرزها: أن هناك ارتباط عكسي ضعيف بين معدل التعرض للأخبار المزيفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاه الجمهور نحو الإصلاح الاقتصادي، ولا توجد علاقة بين معدل استعراض الأخبار ومدى مصداقية تلك الأخبار.

وفي ذات الاتجاه سعت دراسة "منى عيد (2020)" إلى الكشف عن علاقة الأخبار المزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية باتجاهات الجمهور نحوها، معتمدة في ذلك على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وقد توصلت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج، أهمها: أن الأخبار المزيفة أكثر إثارة وانتشاراً من الأخبار الصحيحة، أيضاً وأن كثرة الأخبار المزيفة حول المؤسسات الأمنية تكون اتجاه سلبي لدى الجمهور. بينما هدفت دراسة "Pesonen, T (2018)" إلى معرفة تأثيرات ظاهرة الأخبار المزيفة على ثقة المستهلك في التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ومدى الثقة تجاه مُزودي خدمات ووسائل الإعلام الاجتماعي والعلامات التجارية التي تقوم بالتسويق على وسائل الإعلام الاجتماعية، ومناقشة مفهوم الأخبار المزيفة من أجل إنشاء أساس نظري للدراسة، وقد توصلت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج، أهمها: انعدام ثقة المستهلك في منصات التواصل الاجتماعي وغيرها من الكيانات عبر الإنترنت، أيضاً ترى عينة الدراسة أن محاربة الأخبار المزيفة مسؤولية مواقع التواصل الاجتماعي.

بناءً على ما سبق، يُمكن استخلاص أن الدراسة الراهنة تختلف عما سبقها من بحوث ودراسات في أنها انطلقت مما آلت إليه نتائجها، والتي أكدت على أهمية المواطنة الرقمية لأفراد المجتمع كافة، وأن المفهوم يحتاج إلى مجهود كبير ومضاعف؛ لإكساب هؤلاء الأفراد القيم والمعايير والمهارات والسلوكيات الواجب توافرها لضبط تعاملهم في المجتمع الرقمي؛ إضافة إلى نشر ثقافة المواطنة الرقمية بين الأفراد كافة، ويكون ذلك عبر البرامج التعليمية، والمنصات التقنية، وإقامة الدورات والفعاليات المتنوعة، والمشاريع المختلفة، كذلك ضرورة مواجهة الأخبار المزيفة من قبل الأفراد والمؤسسات، لذلك يُمكن ملاحظة أن معظم الدراسات قد أكدت على أهمية المواطنة الرقمية ودورها في ترشيد استخدام وسائل الإعلام الرقمية ومعالجة تأثيراتها السلبية، أيضاً أكدت على أهمية التحقق من أخبار المنصات الرقمية الاجتماعية، في ظل تنامي استخدام الأفراد لها في مجالات شتى، وأن جدوى الدراسة تتضح في أهمية التحقق من الأخبار المزيفة، ورصدت نتائج بعض الدراسات والبحوث السابقة تُعقد بنية الأخبار المزيفة؛ لذا لا بد من آليات لمواجهةها؛ لذلك قامت معظم البحوث والدراسات الأجنبية وبعثاً من العربية على الجانب الأمبريقي أي توظيف آليات مواجهة الأخبار المزيفة في بحوث ودراسات مُتصلة بالحياة، كالسياسة، والصحة، والاقتصاد، أيضاً قدمت بعض الدراسات مقترحات وآليات لتحفيز الأفراد على مواجهة الأخبار المزيفة؛ لذا تشترك الدراسة الحالية مع جميع البحوث والدراسات السابقة في المجال العام

للبحث والمُتمثل في دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم.

وبناءً على ما سبق؛ تُعدُّ مؤشرات الدراسات السابقة في حد ذاتها حافزاً لإجراء هذه الدراسة؛ ومن ثمَّ تحديد ما يُمكن أن تُضيفه الدراسة الحالية إلى التراث العلمي والأكاديمي، وقد تمثّلت استفادة الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مجال الدراسة، كذلك تعميق مشكلة الدراسة وصياغتها، إضافةً إلى تحديد كل من: أسئلة الدراسة، وأهدافها، والمنهجية العلمية للدراسة وإجراءاتها، والشروط اللازمة لاختيار العينة ونوعها، والمفاهيم الإجرائية، إضافةً إلى اختيار أداة الدراسة وبنائها، وتحويل المحاور الموضوعية إلى مُتغيرات قابلة للبحث والقياس من خلال توظيف أساليب التحليل الإحصائي المناسبة، كذلك تعميق المعرفة بالأطر: المفاهيمية، والنظرية، والمعرفية لموضوع الدراسة، وتجنُّب كل من: التكرار غير المقصود وغير الضروري، والمُعوقات التي واجهت الباحثون الآخرون، أيضاً التزوّد بعددٍ من المصادر والمراجع المُرتبطة بموضوع الدراسة وأبعاده، وأخيراً الاستفادة من النتائج والتوصيات في تفسير نتائج البحث والتعليق عليها.

خامساً- الإطار النظري للدراسة:

تعددت وتباينت التعريفات التي تناولت مُصطلح "المواطنة الرقمية" في كثير من البحوث والدراسات، واتفق كثيراً منها على أنها بُعداً جديداً للمواطنة، ويُعدُّ أبرز تعريفات المواطنة الرقمية ما قدمته الجمعية الدولية لتكنولوجيا التعليم "ISTE International Society for Technology in Education"، بأنها: "السلوك القويم، والمسؤول، والملائم، والأمن تجاه التكنولوجيا"، وحددت - أيضاً - الأبعاد المُتضمنة في المواطنة الرقمية، وهي: الوصول الرقمي، والتعامل مع التجارة الرقمية، والتواصل الرقمي، والثقافة الرقمية، وقواعد السلوك الرقمي (الإتيكيت الرقمي)، والقانون الرقمي، والحقوق والمسؤولية الرقمية، والصحة والسلامة الرقمية، والأمن الرقمي (مها محمود، 2019) (ISTE Digital citizenship, 2016).

وتجدر الإشارة إلى أن بعض الباحثين قد أدرجوا هذه الأبعاد تحت ثلاث فئات، والتي تُعرف بـ "REPs" (جمال علي، وهزاع بن عبد الكريم، 2015)، (أمل سفر، 2018)، (Ribble, 2015)، وهي تضم: الاحترام، ويشمل (الوصول الرقمي، والقوانين الرقمية، والإتيكيت الرقمي)، التعليم، ويشمل (الاتصالات الرقمية، والثقافة الرقمية، والتجارة الرقمية)، والحماية، وتشمل (الحقوق والمسؤولية الرقمية، والصحة والسلامة الرقمية، والأمن الرقمي).

وتعددت وتباينت الأدبيات التي تناولت مفهوم الأخبار المزيفة منذ عده أعوام ماضية؛ نظراً لاختلافات السياقات المجتمعية المختلفة كالسياقات الثقافية والاجتماعية والسياسية، من ناحية، وتطور وسائل الإعلام والاتصال من ناحية أخرى (ممدوح مطاوي، وآخرون، 2021)؛ لذلك يُعدُّ وصف الخبر أو المعلومة بـ "الكذب" أمراً مُعضلاً؛ بسبب نسبية هذا الوصف في كثير من الأحيان، وتداخله مع عناصر الانتماء والتحيّزات الشخصية أحياناً أخرى؛ وبناءً على ذلك تعددت وتنوعت تعريفات الأخبار المزيفة، واشتركت معظمها في توصيف المحتوى الكاذب نفسه باعتباره "مُختلفاً" ومُتأثراً بالشكل الخبيري بغض النظر عن مصدره، إلا أنها تباينت في الاعتداد بعنصر النعمد وهو العنصر الذي يبدو أكثر ارتباطاً بالمداخل التشريعية التي تعني بمحاسبة منتج ذلك المحتوى (فاطمة الزهراء عبد الفتاح، 2018). وبما أن هذه الدراسة تسعى للكشف عن دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم؛ لذا هي تميل إلى التركيز على محتوى الأخبار المزيفة، وعناصر التضييل، وطرق النشر أكثر من استبعاد صفة الزيف لعدم توافر النية والقصد لدى المصدر أو شبكة التداول.

وفي سياق مُتصل يُعدُّ التعريف الذي قدمته "Wardle, C (2017)" ضمن مشروع "First Draft"؛ لمكافحة الأخبار المزيفة من أكثر التعريفات شمولاً للظاهرة، إذ وضع في الاعتبار بيئة المعلومات بشكل عام، وتمَّ تحديد أنواعاً سبعة للمحتوى حسب درجة نيه الخداع في كل منها، وهي: "المحتوى المُفبرك"؛ وهو المحتوى

غير الصحيح تمامًا، ومُختلق بشكل كامل أو شبه كامل، و"المحتوى المزور": وهو المعنى بانتحال هوية المصادر الحقيقية، و"المحتوى المضلل": وهو الذي يعتمد توجيه المعلومات بشكل يوحى أو يوجه الاتهامات ضد فرد أو جهة أو قضية، و"التلاعب بالمحتوى": من خلال الترتيب أو القص، أو غيرها من عمليات التعديل بهدف الخداع، و"السياق المزيف": بوضع معلومات صحيحة ولكن في إطار وسيقاق مزيف، و"الربط المزيف": عندما يتم وضع عناوين أو صور لا علاقة لها بالمحتوى، وأخيرًا "التهمك أو السخرية"، وهي: التي قد لا تتسبب في ضررًا، ولكنها تؤدي إلى تضليل الرأي.

بوجه عام إقترن ظهور مفهوم الأخبار المزيفة بقدوم وتاريخ الأخبار، بل وعملية صناعة الأخبار بحد ذاتها، بينما لمع بشدة مع الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام (2016م)، بعد أن استخدمه "دونالد ترامب" في ظل احتدام حرب المواقع الإلكترونية في الدعاية (Wendeling, 2018). وقد اهتمت الأدبيات التي عنيت بتاريخ الأخبار المزيفة بتتبع ظهورها وتطورها عبر مراحل تطور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وقد حددت مراحل أربعة لهذا التطور، وهي: مرحلة ما قبل الطباعة، ومرحلة الطباعة، ومرحلة تعدد وسائل الإعلام التقليدية، ومرحلة الإنترنت (Burkhardt, 2017).

وعن دوافع إنتاج الأخبار المزيفة، فقد حدد "Tandoc Jr, E. C, et al, 2017" دافعين رئيسيين، الأول- مادي: حيث تنتشر الأخبار المزيفة على نطاق واسع؛ مما يعود بعائدات مالية ضخمة على منتجي تلك الأخبار نتيجة إيرادات الإعلانات التجارية التي ترتبط عادةً بنسب الشعبية كالمشاهدات، وعدد المشاركات، والتعليقات، والإعجابات. والثاني- أيديولوجي: فمن أجل الترويج لأفكار معينة أو لكيانات تُدعمها؛ تُنتج أخبار مزيفة ويُروج لها، وأنها توظف لتشوية سمعة أشخاص آخرين أو حتى من أجل المحاكاة الساخرة أو الهجاء السياسي والدعاية الإخبارية. ويُضيف "Miller, M, 2019" دافعًا سياسيًا، حيث يرى أن بعض "الأخبار التي يُروج لها على أنها مزيفة" هي في الواقع حقيقية وأن مصطلح الأخبار المزيفة تم اختطافه وتوظيفه من قبل بعض السياسيين الذين يستخدمونه لوصف القصص الإخبارية والمحتويات الصادرة عن وسائل إعلام لا يتفقون معها أو لا تروق لهم، فبشكل خاص قد يرى بعض السياسيين قصته الخبرية لا تتسجم مع برنامجهم السياسي فيطلقون عليها "أخبار وهمية" في محاولة منهم لرفض القصة والمصدر معًا من ناحية، ومن ناحية أخرى لا يستطيعون أن يطلقوا عليها "أخبار زائفة" أو الحقائق التي جاءت بها غير صحيحة لمجرد أن شخصًا لم يقنع بها؛ لأن الواقع أثبت أن معظم الأخبار التي تم وصفها بأنها "مزيفة" من قبل السياسيين ليست مزيفة على الإطلاق؛ لذلك فإن أقوى السياسيين لا يمكنه جعل قصة إخبارية حقيقية زائفة بمجرد قول ذلك، ولكن يمكنه تشويه مصدر تلك الأخبار في أذهان متابعيه.

وقد دعمت المنصات الرقمية الاجتماعية إنتاج الأخبار المزيفة وساعدت على انتشارها بشكل واسع، حيث أتاحت للجميع دون استثناء إنشاء الحسابات وما يتبعها من خصائص تفاعلية، والتي تسمح للمستخدم بإنتاج أخبار مزيفة، أو يساعدوا في نشرها من خلال مشاركتها أو التعليق عليها أو الإعجاب بها دون أن يتحققوا من مصداقيتها؛ لذا يُصبح من غير الممكن الحد من ذلك (Shu, K, et al, 2017). في المقابل تقوم بعض خوارزميات الذكاء الاصطناعي "سيئة الأداء" (Osoba & Welser, 2017) بإنتاج أخبار مزيفة ونشرها؛ بغرض تحقيق أرباحًا مادية أو شهرة، وأن كل ما كانت آراء وأفكار وتوجهات مستخدمي المنصات الرقمية الاجتماعية متوافقة مع ما تحتويه الأخبار المزيفة من أفكار كلما كانت عملية التحقق من صحتها شبه مستحليه. وفي سياق متصل؛ اعتمدت الدراسة الحالية في إطارها النظري نموذج تفسير أدوار الجمهور في التحقق من الأخبار المزيفة، والذي قدمه "Tandoc Jr, E. C, et al, 2018"؛ بغرض الكشف عن كيفية تحقيق الجمهور من المعلومات والأخبار، ويقوم النموذج على فرضية أساسية، وهي: "أن الأفراد يعتمدون على حكمهم الذاتي في التحقق، وعندما لا يجدون ذلك كافيًا يلجؤون إلى مصادر خارجية للتحقق من الأخبار"؛ لذا أرتكز النموذج على القيام بعملية التحقق من خلال مرحلتين الأولى- داخلية، والأخرى خارجية.

سادساً- تساؤلات الدراسة:

يتمثل سؤال الدراسة الرئيس في: "ما دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم؟ وينبثق من هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية، والتي تستهدف الدراسة الإجابة عنها، وهي:

- ما مستوى كثافة وخبرة استخدام الجمهور العراقي - عينة الدراسة - للمنصات الاجتماعية الرقمية؟
- ما مستوى المواطنة الرقمية لدى الجمهور العراقي عينة الدراسة؟
- كيف يتحقق الجمهور العراقي - عينة الدراسة - من الأخبار المزيفة؟

سابعاً- الإجراءات المنهجية للدراسة:

يمكن عرض إجراءات الدراسة المنهجية عبر مجموعة من العناصر، وذلك على النحو الآتي:

(1) متغيرات الدراسة وكيفية قياسها:

تعدُّ الدراسة الحالية من الدراسات الميدانية التي تم تطبيقها باستخدام استبانة تجميعية، وقد تضمنت (21) سؤالاً رئيسياً، إضافةً لأسئلة البيانات الشخصية؛ يعرض جمع البيانات عن المتغيرات القابلة للقياس للإجابة عن أسئلة الدراسة بهدف دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم، وفيما يلي الخطوات التي تم إتباعها لبناء الاستبانة:

(أ) **تحديد محاور الاستبانة:** في إطار الاطلاع على الأدبيات التي تناولت موضوع الدراسة؛ تجمّع لدى الباحث عدداً من الانعكاسات التي كونت الاستبانة في صورتها الأولية، والتي تم تقسيمها إلى أربعة محاور، شمل الأول- البيانات الشخصية للمبحوث، وتضمن (5 أسئلة)، وتناول الثاني- كثافة وخبرة استخدام الجمهور العراقي للمنصات الاجتماعية الرقمية وتضمن (3 أسئلة)، بينما تناول الثالث- مقياساً للمواطنة الرقمية شمل (9 أبعاد بمجمل (54) عبارة)، وأخيراً تناول المحور الرابع- دور الجمهور في التحقق من الأخبار المزيفة، وقد شمل (بُعدين أساسين و(8) أبعاد فرعية، بمجمل (49) عبارة).

(ب) **ضبط الاستبانة:** مر حساب صدق وثبات الاستبانة بمرحلتين، الأولى- شملت إجراءات الصدق، وقد اعتمد الباحث على صدق المحكمين؛ بهدف التأكد من صدق محتوى الاستبانة، حيث تم عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال لإبداء آرائهم في مدى ملاءمة الأسئلة والعبارات لقياس ما وضعت لأجله، واستناداً إلى الملاحظات والتوجيهات التي أبداها المحكمون قام الباحث بإجراء التعديلات التي أتفق عليها معظم المحكمين، حيث تم تعديل صياغة بعض الأسئلة والعبارات وحذف وإضافة البعض الآخر منهما. أما الثانية فقد شملت إجراءات الثبات، حيث اعتمدت الدراسة الحالية في إجراءات الثبات إعادة التطبيق للاستبانة، حيث تم التطبيق على عينة استطلاعية مكونة من (40) مبحوثاً من الجمهور العراقي من خارج عينة الدراسة الأساسية، ثم إعادة التطبيق على نفس العينة مرةً أخرى بفاصل زمني (18 يوماً)، ومن ثم تم استخراج قيمة معامل ثبات إعادة التطبيق والبالغ قيمته (0.949)، وتم إجراء اختبار ثبات الاتساق الداخلي للاستبانة إحصائياً باستخدام مُعادلة "McDonald's Omega (HA)"، حيث بلغت قيمته (0.897)، وهي قيم تدل على وجود ثبات مرتفع، ومن دلائل صدق الاستبانة؛ الأمر الذي انعكس أثره على الصدق الذاتي، حيث بلغت قيمته (0.943). وعقب الخطوات السابقة التي مر بها إعداد الاستبانة، والتأكد من صلاحيتها للاستخدام، تم التوصل إلى الصورة النهائية للاستبانة.

وعلاوة على ما سبق، وفي إطار أسئلة الدراسة؛ يُمكن تحديد المتغيرات المستقلة والتابعة والتصنيفية، على النحو الآتي:

- **المتغيرات المستقلة:** وتشمل المواطنة الرقمية، وتشمل الأبعاد التالية: (الوصول الرقمي، التعامل مع التجارة الإلكترونية، التواصل الرقمي، الثقافة الرقمية، قواعد السلوك الرقمي، القانون الرقمي، الحقوق والمسؤولية الرقمية، الصحة والسلامة الرقمية، والأمن الرقمي).
 - **المتغيرات التابعة:** التحقق من الأخبار المزيفة، وتشمل الأبعاد التالية: (التحقق الداخلي، ويتضمن: (الذات، والمصدر، والرسالة، والشعبية)، والتحقق الخارجي، ويتضمن: (عرضي وشخصي، وعرضي ومؤسسي، ومقصود وشخصي، ومقصود ومؤسسي)).
 - **المتغيرات التصنيفية:** وتتضمن الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، وتشمل: النوع، والعمر، ومحل الإقامة، والمؤهل الدراسي، والمستوى الاقتصادي.
- (٢) **حدود الدراسة ومجالاتها:**

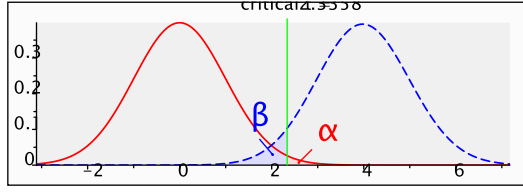
تحددت الدراسة الحالية دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم **كحدٍ موضوعيٍّ**، بينما شمل **الحدّ المكاني** الفضاء الرقمي لمستخدمي المنصات الرقمية الاجتماعية بمدينة البصرة العراقية، وتحدّد **الحدّ الزمني** بفترة تطبيق أداة الدراسة والتي امتدت في الفترة من 10/3: 10/17/ 2023م، وأخيراً شمل **الحدّ البشري** عينة قوامها (448) مستخدماً عراقي للمنصات الرقمية الاجتماعية.

(٣) نوع الدراسة ومنهجها:

تعدّ الدراسة الحالية من الدراسات الوصفية؛ التي تهدف إلى تصوير وتحليل خصائص ظاهرة معينة تغلب عليها صفة التحديد؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها، وفي هذا الإطار تم توظيف منهج المسح بالاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات؛ للوصول إلى استدلالات علمية من خلال تحديد قيم الارتباط، ورصد معنوية الفروق بين متغيرات الدراسة؛ بما يُمكن من بحث دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقاً لمستوى المواطنة الرقمية لديهم.

(٤) مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة الحالي في مستخدمي المنصات الرقمية الاجتماعية من الجمهور العراقي، وبما أنّ تلك المواقع تتكون من مجموعات فرعية متعددة ومتماثلة وتغلب عليها اللامركزية كسمة هيكلية؛ لذا استخدمت الدراسة المعاينة متعددة المراحل، ففي المرحلة الأولى- تمّ التطبيق على عينة متاحة من طلاب كلية الإعلام بجامعة المعقل والبالغ عددهم (106) طالب وطالبة مقسمين إلى (10) طلاب للدراسة الصباحية، (96) طالباً للدراسة المسائية، وفي المرحلة الثانية استخدمت المعاينة المتكاثرة "Snowball sampling" حيث قام الباحث بإرسال رابط الاستبانة المصممة بواسطة "Google Forms" للطلاب الذين أبدوا المساعدة في التطبيق من المرحلة الأولى لإرسالها إلى آخرين في محيط مدينة البصرة للإجابة عليها في رسالة تم توجيهها إلى المبحوثين، وفق مجموعة من القواعد المتبعة للإجابة على الاستبانة، مثل: مراعاة شمول العينة لكافة الفئات المتضمنة لكل متغير من المتغيرات الديموغرافية؛ بما يضمن تغطية كافة قطاعات وفئات المجتمع بمدينة البصرة وتمثيله لخصائصه. وفي سياق متصل تمّ تحديد الحجم الأمثل لهذه العينة باستخدام برنامج "G*Power"، والتي بلغت (397) مفردة، وبوجه عام شملت عينة الدراسة في حجمها النهائي (448) مفردة، وشكل (1) التالي يوضح مخرجات البرنامج.



شكل (1): مخرجات برنامج "G*Power"

وفي إطار مُتصل بيّنت نتائج الخصائص الديموغرافية لعينة الدِّراسة والبالغ قوامها (448) مَبحوثًا أنّ الإناث قدَّ شكّلن نسبة (26.9%) مُقابل (73.1%) للذكور، وبلّغت نسبة المُشاركين لمن هم أقل من (18) عام (7.1%) مُقابل (24.1%) لمن امتدت أعمارهم ما بين (18: 25 عامًا)، بيّنما بلّغت نسبة من امتدت أعمارهم ما بين (26: 35 عامًا) (36%)، ونسبة (23.2%) لمن امتدت أعمارهم ما بين (36: 45 عامًا) مُقابل (9.6%) لمن تجاوزت أعمارهم (45 عامًا)، كذلك بيّنت النتائج أنّ نسبة (68.8%) حاصلين على مؤهل جامعي، بينما بلّغت نسبة الحاصلين على مؤهل مُتوسط (30.5%)، أما النسبة الباقية فهم الحاصلين على مؤهلات فوق الجامعية (ماجستير ودكتوراه). وفي سياق مُتصل أفاد المبحوثين من الجمهور العراقي بأن مُستوى الأسرة الاقتصادي مُتوسط بنسبة (80.1%)، ومُرتفع بنسبة (5.8%)، مُقابل (14.1%) للمُستوى المنخفض، وبلّغت نسبة من يسكنون الريف (44.6%)، مُقابل (55.4%) لساكلي المدينة.

ثامناً- نتائج الدِّراسة وتحليلها وتفسيرها:

يَتناول هذا الجُزء من الدِّراسة عَرَضًا لنتائجها في إطار ما أسفرت عنهُ استجابات الجمهور العراقي - عينة الدِّراسة- من بيانات وتحليلها ومُعالجتها إحصائيًا؛ بما يُجيب على أسئلتها، ويتناول عَرَضًا لمجموعة من التوصيات والمُقترحات في إطار ما أسفرت عنه الدِّراسة من نتائج، وذلك على النحو الآتي:

الإجابة عن أسئلة الدِّراسة: إنّ دراسة دور الجمهور العراقي في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقًا لمُستوى المواطنة الرقمية لديهم في ظل بيئة إعلامية مُستحدثة تَسمح بتكوين صورة أكثر وضوحًا لِملامح تلك الآليات في المُجتمع بشكل عام، ولِلتَمكّن من القيام بتلك المُهمة سَعَت الدِّراسة الحالية للإجابة عن الأسئلة الآتية:

- السؤال الأول- الذي يُنص على: "ما مُستوى كُثافة وخبرة استخدام الجمهور العراقي للمنصات الاجتماعية الرقمية؟". ويُمكن الإجابة عن هذا السؤال على النحو الآتي:
- كُثافة استخدام الجمهور العراقي عينة الدِّراسة للمنصات الاجتماعية الرقمية:

كشفت استجابات الجمهور العراقي -عينة الدِّراسة- عن كُثافة زمنية "متوسطة" لإستخدامهم للمنصات الرقمية الاجتماعية، حيثُ يُبين جدول (1) التالي أنّ مُجمل كُثافة الاستخدام جاءت بمتوسط مُرجح قدره (2.29) من (3) درجات.

جدول (1): الوصف الإحصائي لكثافة استخدام الجمهور

العراقي عينة الدراسة للمنصات الاجتماعية الرقمية

م	كثافة الاستخدام	ك	%	الرتبة	المتوسط المُرجح	الانحراف المعياري	مدى الكثافة
-1	مرتفعة	253	56.5%	1	2.29	0.898	متوسطة
-3	منخفضة	154	34.4%	2			
-2	متوسطة	41	9.1%	3			
	إجمالي	448	100%	-	-	-	-

تُشير النتائج التفصيلية لجدول (1) السابق إلى أن أكثر من نصف عينة الدراسة يستخدمون المنصات الاجتماعية الرقمية بكثافة "مرتفعة"، بينما تنقسم باقي عينة الدراسة كثافة الاستخدام، وبلغت قيمة معامل ارتباط "بيرسون" بين معدل الاستخدام الأسبوعي للمنصات الاجتماعية الرقمية وعدد الساعات المستخدمة في المرة الواحدة (0.473^{**}) وهي علاقة ارتباطية موجبة، أي كلما زاد معدل الاستخدام الأسبوعي للمنصات الاجتماعية الرقمية كلما زادت عدد الساعات المستخدمة في المرة الواحدة، وهذه النسب تفوق المتوسط العالمي وفقاً لتقرير "Digital, 2021" المحددة بـ (3) ساعات و(22) دقيقة.

■ دلالات خبرة استخدام الجمهور العراقي عينة الدراسة للمنصات الاجتماعية الرقمية:

يبين جدول (2) التالي خبرة مرتفعة للجمهور العراقي عينة الدراسة في استخدام المنصات الاجتماعية الرقمية، حيث أن مجمل الخبرة جاء بمتوسط مُرجح قدره (3.54) من (4) درجات.

جدول (2): الوصف الإحصائي لخبرة استخدام الجمهور

العراقي عينة الدراسة للمنصات الاجتماعية الرقمية

م	خبرة الاستخدام	ك	%	الرتبة
-4	خمسة أعوام فأكثر	293	65.4%	1
-3	من ثلاثة أعوام إلى أقل من خمسة أعوام	78	17.4%	2
-2	من عام إلى أقل من ثلاثة أعوام	53	11.8%	3
-1	أقل من عام	24	5.4%	4
	إجمالي	448	100%	-

تُشير النتائج التفصيلية لجدول (2) السابق أن أكثر من نصف الجمهور العراقي -عينة الدراسة- المُستخدمون للمنصات الاجتماعية الرقمية منذ "خمسة أعوام فأكثر" بنسبة (65.4%)، يليها بنسبة ضئيلة من المستخدمين منذ "ثلاثة أعوام إلى أقل من خمسة أعوام" والتي بلغت (17.4%)، وفي المرتبة الثالثة جاء المُستخدمون منذ "عام إلى أقل من ثلاثة أعوام" بنسبة (11.4%)، وفي الأخير جاء المُستخدمون منذ "أقل من عام" بنسبة (5.4%).

– السؤال الثاني- الذي يُنص على: "ما مستوى المواطنة الرقمية لدى الجمهور العراقي عينة الدراسة؟". ويُمكن الإجابة عن هذا السؤال على النحو التالي:

يُبين جدول (3) التالي عن مستوى مواطنة رقمية "متوسطة" لدى الجمهور العراقي -عينة الدراسة، حيث أن مجمل أبعاد المواطنة جاءت بمتوسط مُرجح قدره (3.88) من (5) درجات.

جدول (3): الوصف الإحصائي لمستوى المواطنة

الرقمية لدى الجمهور العراقي -عينة الدراسة-

م	المتغير	المتوسط المُرجح	الانحراف المعياري	مستوى المواطنة
1	الوصول الرقمي	3.71	1.134	مرتفع
2	التعامل مع التجارة الإلكترونية	3.79	1.166	مرتفع
3	التواصل الرقمي	3.35	1.076	متوسط
4	الثقافة الرقمية	3.32	1.227	متوسط
5	قواعد السلوك الرقمي	3.29	1.668	متوسط
6	القانون الرقمي	2.96	1.551	متوسط
7	الحقوق والمسؤولية الرقمية	2.94	1.528	متوسط
8	الصحة والسلامة الرقمية	3.05	1.594	متوسط
9	الأمن الرقمي	3.15	1.644	متوسط
	المقياس ككل	3.28	1.398	متوسط

تُشير النتائج التفصيلية لجدول (3) السابق أن هناك تباين في مستوى أبعاد المواطنة الرقمية لدى الجمهور العراقي -عينة الدراسة-، وتبين أن هناك مستويان في درجة امتلاك الجمهور العراقي للمواطنة الرقمية، الأول- المستوى المرتفع، ويضم: بُعد الوصول الرقمي بمتوسط حسابي (3.71)، وبُعد التعامل مع التجارة الإلكترونية بمتوسط حسابي (3.79)، والثاني- المتوسط، ويضم: بُعد التواصل الرقمي بمتوسط حسابي (3.35)، وبُعد الثقافة الرقمية بمتوسط حسابي (3.32)، وبُعد قواعد السلوك الرقمي بمتوسط حسابي (3.29)، وبُعد القانون الرقمي بمتوسط حسابي (2.96)، وبُعد الحقوق والمسؤولية الرقمية بمتوسط حسابي (2.94)، وبُعد الصحة والسلامة الرقمية بمتوسط حسابي (3.05)، وبُعد الأمن الرقمي بمتوسط حسابي (3.15).

– السؤال الثالث- الذي يُنص على: "كيف يتحقق الجمهور العراقي عينة الدراسة من الأخبار المزيفة؟". ويُمكن الإجابة عن هذا السؤال على النحو التالي:

يَتناول جدول (4) التالي الإحصاءات الوصفية لدور الجمهور العراقي -عينة الدراسة- في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية الاجتماعية وفقاً لنموذج Audience Acts of Authentication (A3s)، وقد بينت استجابات عينة الدراسة مستوى قبول "متوسط" للآليات المستخدمة في التحقق من الأخبار التي يتعرضون لها عبر المنصات الرقمية الاجتماعية، حيث جاء قبول آليات التحقق الداخلية كخطوة أولى بمتوسط مُرجح قدره (3.29) من (5) درجات، بينما جاء قبول آليات التحقق الخارجية كخطوة ثانية بمتوسط مُرجح قدره (2.93) من (5) درجات، وعند مقارنة هذين النوعين من التحقق؛ يتضح أن استجابات عينة الدراسة تكاد تكون مُتقاربة بينهما، فكلما أراد الفرد مزيداً من الموثوقية، كلما انتقل من التحقق الداخلي إلى التحقق الخارجي.

جدول (4): الوصف الإحصائي لدور الجمهور العراقي - عينة الدراسة -

في التحقق من الأخبار المزيفة عبر المنصات الرقمية

م	المتغير	المتوسط المرجح	الانحراف المعياري	مستوى المواطنة
1	الذات	3.38	0.794	متوسط
2	المصدر	3.31	0.818	متوسط
3	الرسالة	3.16	0.857	متوسط
4	الشعبية	3.31	0.852	متوسط
التحقق الداخلي				
5	المصادقة الشخصية	3.21	0.854	متوسط
6	المصادقة المؤسسية	2.65	1.005	متوسط
التحقق الخارجي				
	المقياس ككل	3.17	0.863	متوسط

تُشير النتائج التفصيلية لجدول (4) السابق عن أطر التحقق من الأخبار الزائفة، وذلك على النحو الآتي:

أولاً- التحقق الداخلي: أظهرت الاستجابات استناد الجمهور العراقي -عينة الدراسة- على تمييزهم الخاص وإدراكهم في التحقق من صحة الأخبار بمتوسط مرجح قدره (3.38)، وهو مستوى قبول متوسط "إطار الذات" في التحقق، وفي سياق متصل تعتمد عينة الدراسة في التحقق من صحة الأخبار رؤية مصادرها بمتوسط مرجح قدره (3.31)، وهو مستوى قبول متوسط "إطار المصدر" في التحقق، أيضاً جاء تقييم عينة الدراسة لصحة محتوى وشكل الأخبار على المنصات الرقمية الاجتماعية بمتوسط مرجح قدره (3.16)، وهو مستوى قبول متوسط "إطار الرسالة" في التحقق، وأخيراً جاء مدى تمتع الأخبار بالفاعلية من إعجابات وتعليقات ومشاركات بمتوسط مرجح قدره (2.91)، وهو مستوى قبول متوسط "إطار الشعبية" في التحقق.

ثانياً- التحقق الخارجي: أظهرت الاستجابات اعتماد عينة الدراسة على التحقق الشخصي من خلال البحث عن الآخرين كالأصدقاء والأقارب والخبراء سواء بشكل مقصود أو عرضي لتوثيق الأخبار بمتوسط حسابي (3.21)، وهو مستوى قبول متوسط لإطار المصادقة الخارجية الشخصية في التحقق، بينما انعكست الثقة في المصادر المؤسسية من خلال قبول عينة الدراسة لأدوارها في التحقق بمتوسط حسابي (2.65)، وهو مستوى قبول متوسط لإطار المصادقة الخارجية المؤسسية في التحقق، ويمكن أن يكون التحقق هنا بشكل مقصود (عندما يبحث الأفراد بأنفسهم تلك المصادر)، أو غير مقصود/ عرضي (عندما يعتمد الأفراد المصادر الخارجية بشكل سلبي).

خاتمة:

في إطار تلك النتائج، يُمكن استخلاص عددٍ من التوصيات، أهمها: استثمار كثافة استخدام الجمهور العراقي للمنصات الاجتماعية الرقمية في نشر مفهومي المواطنة الرقمية، والتحقق من الأخبار المزيفة، تكوين وعي مجتمعي معلوماتي لدى الجمهور العراقي بأهمية المنصات الاجتماعية الرقمية في شتى المجالات، ونشر ثقافة المواطنة الرقمية، والتحقق من الأخبار المزيفة، إضافةً إلى تحفيز الجمهور العراقي على الاستمرارية في التعلم والتحقق. أيضاً يُمكن اقتراح عددٍ من البحوث المستقبلية، أهمها: دراسة آليات التحقق من الأخبار المزيفة على فئات مجتمعية عراقية مُخصصة، دراسة تأثيرات آليات التحقق من الأخبار المزيفة على تماسك المجتمع، ودراسة أثر كثافة استخدام الجمهور للمنصات الرقمية الاجتماعية على الحياة الاجتماعية والسياسية والثقافية وغيرها في العراق.

مراجع الدراسة:

- (١) الصالحي، أبو بكر حبيب الصالحي (2020). دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة في إطار نظرية الانفعال المعرفي. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع. (54)، ج. (6)، ص 3744-3683.
- (٢) محمد، أحمد جمال حسن (2021). آليات الجمهور المصري في التحقق من الأخبار الزائفة وعلاقته بأنماطهم التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع. (95)، ج. (2)، ص 1066-1003.
- (٣) محمد، أحمد جمال حسن (2022). تأثير المواطنة الرقمية للأبناء ووالديهم على الاتصال الأسري المباشر لديهم: تحليل ثنائي باستخدام نموذج الترابط بين الممثل والشريك. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع. (61)، ج. (2)، ص 1024-957.
- (٤) محمد، أحمد محمود فهمي (2019). تأثير الأخبار الاقتصادية الزائفة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاه الجمهور نحو الإصلاح الاقتصادي. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية. المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع. (8)، ص 563-483.
- (٥) القحطاني، أمل سفر (2018). مدى تضمين قيم المواطنة الرقمية في مقرر تقنيات التعليم من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية. مج. (1)، ع. (26)، ص 57-97.
- (٦) عبد الله، إيمان محمد حسني (2019). آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبيري للصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيسبوك. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. جامعة القاهرة، مج. (18)، ع. (1)، ص 1-50.
- (٧) فهمي، بسنت مراد (2018). ترويج الشائعات والأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعوامل انتشارها. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج. (17)، ع. (4)، ص 173-103.
- (٨) جمال علي خليل، وهزاع بن عبد الكريم. (2015). المواطنة الرقمية مدخلاً لمساعدة أبنائنا على الحياة في العصر الرقمي. مجلة البحوث النفسية والتربوية. مج. (4)، ع. (30)، ص 1-42.
- (٩) سلامة، حسام علي (2020). الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي وكفاءتها كمصادر للمعلومات عن جائحة كورونا. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج. (19)، ع. (2)، ص 235-161.
- (١٠) زايد، السيد لطفي حسن (2021). العلاقة بين مستوى المواطنة الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكهم للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة البحوث الإعلامية. كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع. (57)، ج. (2)، ص 766-719.
- (١١) ندا، صفاء علي رفاعي (2021). المواطنة الرقمية وتغير القيم في المجتمع المصري: دراسة وصفية مطبقة على كلية التربية - جامعة الإسكندرية. مجلة كلية الآداب. كلية الآداب، جامعة الفيوم، ع. (2)، مج. (13)، ص 2130-2073.
- (١٢) رمضان، عبد المجيد (2020). حق الوصول إلى المعلومة كآلية لمحاربة الأخبار الزائفة أثناء الأزمات. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية. المركز الجامعي أمين العقال الحاج موسى - معهد الحقوق والعلوم السياسية، مج. (9)، ع. (4)، ص 196-178.
- (١٣) عبد الحميد، عمرو محمد محمود (2018). تأثير الأخبار المزيفة بموقع الفيسبوك على إدراك الجمهور للشئون العامة المصرية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج. (17)، ع. (3)، ص 376-301.
- (١٤) عبد الفتاح، فاطمة الزهراء (2018). أثر الأخبار الزائفة على أبعاد الثقة المجتمعية والسياسية. مجلة الديمقراطية. مؤسسة الأهرام، مج. (18)، ع. (71)، ص 80-75.
- (١٥) عمران، محمد كامل، عودة، محمد (2020). المواطنة الرقمية وعلاقتها بالسوك السوي للطفل والأسرة. مجلة علوم التربية. كلية التربية الرياضية، جامعة بابل، ع. (6)، مج. (13)، ص 294-274.

- ١٦) عطوي، محمد محمود عبد الغني (2019). فاعلية برنامج تدريبي مقترح لتنمية الوعي بالأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وآليات مواجهتها: دراسة شبه تجريبية. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*. المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع. (10)، ص 73-172.
- ١٧) سعيد، مروة محمد (2018). الاتجاهات البحثية في دراسة الأخبار الوهمية: إشكالية المفهوم والأبعاد. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*. الجمعية المصرية للعلاقات العامة، مج. (8)، ع. (20)، ص 97-111.
- ١٨) مكوي، ممدوح عبد الله، مؤيد، هيثم جوده، عثمان، إسلام أحمد (2021). آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية. *مجلة البحوث الإعلامية*. كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع. (56)، ج. (2)، ص 490-550.
- ١٩) محمد، منى عيد (2020). الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها. *رسالة ماجستير غير منشورة*. قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة.
- ٢٠) بهنسي، مها السيد (2019). آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*. جامعة القاهرة، مج. (2019)، ع. (68)، ص 565-614.
- ٢١) ناجي، مها محمود (2019). المواطنة الرقمية ومدى الوعي بها لدى طلبة قسم المكتبات والوثائق والمعلومات بجامعة أسيوط" دراسة استكشافية. *المجلة العلمية للمكتبات والوثائق والمعلومات*. مج. (1)، ع. (2).
- ٢٢) عبد الغني، مي (2020). توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجا: دراسة تحليلية مقارنة. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*. المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، ع. (12)، ص 9-41.
- ٢٣) سليمان، هناء إبراهيم (2020). التربية على المواطنة الرقمية: ضرورة ملحة لمواجهة التطرف الفكري: دراسة ميدانية على طلاب كلية التربية - جامعة دمياط. *مجلة كلية التربية*. كلية التربية، جامعة بورسعيد، ع. (32)، ص 266-344.
- 24) Alcaide–Muñoz, L., Rodríguez–Bolívar, M. P., Cobo, M. J., & Herrera–Viedma, E. (2017). Analysing the scientific evolution of e-Government using a science mapping approach. *Government information quarterly*, 34(3), 545-555.
- 25) Area-Moreira, M., & Pessoa, T. (2012). From solid to liquid: New literacies to the cultural changes of web 2.0. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 19(38), 13-20.
- 26) Arif, R. (2016). Internet as a hope or a hoax for emerging democracies: Revisiting the concept of citizenship in the digital age. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 236, 4-8.
- 27) Blevins, B., LeCompte, K., & Wells, S. (2014). Citizenship education goes digital. *The Journal of Social Studies Research*, 38(1), 33-44.
- 28) Burkhardt, j. M. (2017). History of fake news. *Library Technology Reports*, 53(8), 5-9.
- 29) Cabrera, F., Marín, M. A., Rodríguez, M., & Espín, J. V. (2005). La juventud ante la ciudadanía. *Revista de investigación educativa*, 23(1), 133-172.
- 30) Chiu, M. M., & Oh, Y. W. (2021). How fake news differs from personal lies. *American behavioral scientist*, 65(2), 243-258.
- 31) Choi, M., Glassman, M., & Cristol, D. (2017). What it means to be a citizen in the internet age: Development of a reliable and valid digital citizenship scale. *Computers & education*, 107, 100-112.

- 32) Conroy, N. K., Rubin, V. L., & Chen, Y. (2015). Automatic deception detection: Methods for finding fake news. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1), 1-4.
- 33) Corbu, N., Oprea, D. A., Negrea-Busuioc, E., & Radu, L. (2020). 'They can't fool me, but they can fool the others!' Third person effect and fake news detection. *European Journal of Communication*, 35(2), 165-180.
- 34) Couldry, N., Stephansen, H., Fotopoulou, A., MacDonald, R., Clark, W., & Dickens, L. (2014). Digital citizenship? Narrative exchange and the changing terms of civic culture. *Citizenship Studies*, 18(6-7), 615-629.
- 35) Cui, Y. A., & Li, X. (2019, July). Two-Stage Sampling Method for social media Bigdata. In *The International Conference on Natural Computation, Fuzzy Systems and Knowledge Discovery* (pp. 313-320). Springer, Cham.
- 36) Espaliú Berdud, C. (2015). La relevancia de los medios digitales en la Iniciativa Ciudadana Europea. *IDP: Revista de Internet, Derecho y Política*, (21).
- 37) Fejes, A., & Rahm, L. (2017). Popular education and the digital citizen: a genealogical analysis. *European journal for Research on the Education and Learning of Adults*, 8(1), 21-36.
- 38) Gao, X., & Lee, J. (2017). E-government services and social media adoption: Experience of small local governments in Nebraska state. *Government Information Quarterly*, 34(4), 627-634.
- 39) Gazi, Z. A. (2016). Internalization of Digital Citizenship for the Future of All Levels of Education. *Education & Science/Egitim Ve Bilim*, 41(186).
- 40) Gorman, G. E. (2015). What's missing in the digital world? Access, digital literacy and digital citizenship. *Online Information Review*, 39(2).
- 41) Gozálviz, V. (2011). Educación para la ciudadanía democrática en la cultura digital= Education for Democratic Citizenship in a Digital Culture. *Educación para la ciudadanía democrática en la cultura digital= Education for Democratic Citizenship in a Digital Culture*, 1-15.
- 42) Hernández, M. E., Vilchez, M. D. C. R., & Rodríguez, J. B. M. (2013). Jóvenes interactivos y culturas cívicas: sentido educativo, mediático y político del 15M. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (40), 57-67.
- 43) Hintz, A., Dencik, L., & Wahl-Jorgensen, K. (2017). Digital citizenship and surveillance| digital citizenship and surveillance society— introduction. *International Journal of Communication*, 11, 9.
- 44) Hivon, J., & Titah, R. (2017). Conceptualizing citizen participation in open data use at the city level. *Transforming Government: People, Process and Policy*. 11(1), 99-118.
- 45) Isman, A., & Gungoren, O. C. (2013). Being digital citizen. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 106, 551-556.
- 46) ISTE Digital citizenship (2016). *ISTE Standard*. Retrieved 7/4/2022 from: <https://www.iste.org/explore/categorylist?cood= Digital+citizenship>

- 47) Jang, S. M., & Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in human behavior*, 80, 295-302.
- 48) Jiménez Cortés, R. (2016). Ciudadanía digital y bienestar de las mujeres rurales en las redes sociales. *RELATEC: Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 15 (2), 81-94.
- 49) Karaduman, H. (2017). Social Studies Teacher Candidates' Opinions about Digital Citizenship and Its Place in Social Studies Teacher Training Program: A Comparison between the USA and Turkey. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 16(2), 93-106.
- 50) Luo, M., Hancock, J. T., & Markowitz, D. M. (2020). Credibility perceptions and detection accuracy of fake news headlines on social media: Effects of truth-bias and endorsement cues. *Communication Research*, 0093650220921321.
- 51) Manzuoli, C. H., Sánchez, A. V., & Bedoya, E. D. (2019). Digital Citizenship: A Theoretical Review of the Concept and Trends. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 18(2), 10-18.
- 52) Mesa, A. L. S., & Romero, O. C. (2016). La educación para la competencia digital en los centros escolares: la ciudadanía digital/Education for digital competence in schools: digital citizenship. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa-RELATEC*, 15(2), 95-112.
- 53) Miller, M. (2019). *Fake News: Separating Truth from Fiction*. Twenty-First Century Book™.
- 54) Molina, M. D., Sundar, S. S., Le, T., & Lee, D. (2019). “Fake news” is not simply false information: a concept explication and taxonomy of online content. *American behavioral scientist*, 0002764219878224.
- 55) Ortega-Gabriel, W. (2015). Ciudadanía digital: Entre la novedad del fenómeno y las limitaciones del concepto. *Economía, sociedad y territorio*, 15(49), 835-844.
- 56) Osoba, O. A., & Welser IV, W. (2017). *An intelligence in our image: The risks of bias and errors in artificial intelligence*. Rand Corporation.
- 57) Oyedemi, T. (2015). Participation, citizenship and internet use among South African youth. *Telematics and Informatics*, 32(1), 11-22.
- 58) Pellegrino, A. M., Zenkov, K., & Calamito, N. (2013). “Pay attention and take some notes”: Middle school youth, multimodal instruction, and notions of citizenship. *The Journal of Social Studies Research*, 37(4), 221-238.
- 59) Pesonen, T. (2018). The effects of fake news on consumer trust in social media marketing: A quantitative study on consumer mindset.
- 60) Ribble, Mike. (2015). *Digital Citizenship in Schools*. Washington, USA: ISTE. 212p.
- 61) Sancho Gil, J. M., Hernández Hernández, F., & Rivera Vargas, P. J. (2016). Visualidades contemporáneas, ciudadanía y sabiduría digital: Afrontar las posibilidades sin eludir las tensiones RELATEC: Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa, 15(2), 25-37.

- 62) Searson, M., Hancock, M., Soheil, N., & Shepherd, G. (2015). Digital citizenship within global contexts. *Education and Information Technologies*, 20(4), 729-741.
- 63) Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, j., & Liu, H. (2017). Fake news detection on Social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD explorations newsletter*, 19(1), 22-36.
- 64) Simsek, E., & Simsek, A. (2013). New literacies for digital citizenship. *Contemporary educational technology*, 4(2), 126-137.
- 65) Sullivan, C. (2016). Digital citizenship and the right to digital identity under international law. *Computer Law & Security Review*, 32(3), 474-481.
- 66) Tandoc Jr, E. C., Lim, D., & Ling, R. (2020). Diffusion of disinformation: How social media users respond to fake news and why. *Journalism*, 21(3), 381-398.
- 67) Tandoc Jr, E. C., Ling, R., Westlund, O., Duffy, A., Goh, D., & Zheng Wei, L. (2018). Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework. *new media & society*, 20(8), 2745-2763.
- 68) Tandoc, E., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining "fake news": A typology of scholarly definitions". *Digital journalism*, v.5, n.2.
- 69) Techataweewan, W., & Prasertsin, U. (2018). Development of digital literacy indicators for Thai undergraduate students using mixed method research. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(2), 215-221.
- 70) Vilchez, M. D. C. R. (2011). Investigaciones internacionales sobre la implicación cívica de adolescentes y jóvenes. Ciudadanos adolescentes en la era digital. *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado*, 14(2), 71-79.
- 71) Wardle, C. (16 February, 2017). *Fake new: It's complicated*. Retrieved from: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>
- 72) Wendeling, M. (22 January 21st, 2018). The (almost) complete history of "fake news". *BBC News*, 22.
- 73) Zapatero, M. D. C., Brändle, G., & San-Román, J. A. R. (2015). Hacia la construcción de una ciudadanía digital. Nuevos modelos de participación y empoderamiento a través de Internet. *Prisma social*, (15), 643-684.
- 74) Zhou, X., Jain, A., Phoha, V. V., & Zafarani, R. (2020). Fake news early detection: A theory-driven model. *Digital Threats: Research and Practice*, 1(2), 1-25.
- 75) KEMP, S. (11 FEBRUARY 2021). *we are social, DIGITAL 2021: EGYPT*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-egypt>

- النشر الدوري: تصدر المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي بصفة دورية (ثلاث مرات سنوياً)، وتنشر أبحاثاً باللغتين العربية والإنجليزية، مما يضمن استمرارية النشر وتوفير أحدث الأبحاث والدراسات للقراء والباحثين من مختلف أنحاء العالم.
- تنوع المحتوى: تقبل المجلة سبع تخصصات للنشر فيها وهي:

١. الإذاعة الرقمية

٢. الإعلام

٣. التسويق الرقمي

٤. العلاقات العامة الرقمية

٥. الصحافة الرقمية

٦. تلفزيون الإنترنت

٧. راديو الإنترنت

- النشر الإلكتروني والمفتوح: تُتاح المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي للنشر الإلكتروني بنظام الوصول المفتوح (open access online)، مما يضمن سهولة الوصول إليها وقراءتها وتحميلها مجاناً من قبل الباحثين والمهتمين في جميع أنحاء العالم.
- التنوع في أنواع المقالات: تنشر المجلة مجموعة متنوعة من أنواع المقالات، بما في ذلك:
- الأبحاث الأصلية (Original Articles): وهي أبحاث تقدم نتائج جديدة ومبتكرة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقالات المرجعية (Review Articles): وهي مقالات تستعرض وتلخص مجموعة من الأبحاث السابقة حول موضوع معين.
- تقارير الحالة (Case Studies): وهي دراسات معمقة لحالات فردية أو أحداث معينة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي.
- المقابلات مع خبراء وباحثين بارزين: في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، لتقديم رؤيتهم حول أحدث التطورات والاتجاهات في هذا المجال.
- الأعداد الخاصة: تصدر المجلة أعداداً خاصة حول موضوعات معينة ذات أهمية خاصة في مجال الاتصال والإعلام الرقمي، وذلك لجذب انتباه الباحثين والمهتمين إلى هذه الموضوعات وتشجيع البحث فيها.

بيانات الاتصال:

الموقع الإلكتروني: <https://ejrcds.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني لهيئة التحرير: fatmaelzahasaleh@art.sohag.edu.eg

البريد الإلكتروني للقسم: media.dep@art.sohag.edu.eg

العنوان: جامعة سوهاج، كلية الآداب، قسم الإعلام، مصر.