

علاقة التربية الإعلامية الرقمية بمواجهة التضليل الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي

نور عادل مجيد نور مجيد شاكر

قسم الاذاعة والتلفزيون/ كلية الاعلام/ جامعة بغداد

nour.majeed1202a@comc.uobaghdad.edu.iq noor.e@comc.uobaghdad.edu.iq

تاريخ نشر البحث: ٢٠٢٦ / ٦ / ٢٦

تاريخ قبول النشر: ٢٠٢٦ / ٢ / ١

تاريخ استلام البحث: ٢٠٢٦ / ١ / ٤

المستخلص

يهدف هذا البحث إلى الكشف عن مستوى وعي مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمفاهيم التربية الإعلامية الرقمية ودورها في تعزيز قدرة الأفراد على مواجهة التضليل الإعلامي المنتشر عبر المنصات الرقمية من خلال التعرف على مستوى امتلاكهم للمهارات الإعلامية الرقمية ودرجة وعيهم بخطورة المعلومات المضللة وتأثيرها على آرائهم وسلوكهم، وانطلق البحث من تساؤل رئيس يتمحور حول طبيعة العلاقة بين مستوى التربية الإعلامية الرقمية لدى الأفراد وقدرتهم على كشف التضليل الإعلامي والتعامل معه بوعي نقدي، واعتمد البحث على المنهج المسحي كونه الأنسب لتحقيق أهداف البحث من خلال استمارة استبيان وزعت على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بلغت (٧٠) مفردة تضمنت أسئلة مصممة لقياس مستوى وعي المبحوثين بالتربية الإعلامية الرقمية وأساليب تعاملهم مع المحتوى المضلل وبطريقة قابلة للتحليل الإحصائي، وأظهرت النتائج أن للتربية الإعلامية الرقمية دوراً فاعلاً في الحد من تأثير التضليل الإعلامي إذ لوحظ وعي نسبي لدى المبحوثين بأساليب التحقق من المعلومات ومصادرها على الرغم من أن المنصات الرقمية تنقل بيئة خصبة لانتشار الأخبار الكاذبة والمفبرك وكما بينت النتائج أيضاً أن الحملات التوعوية الإعلامية عبر المنصات الرقمية تعد من أكثر الأدوات فاعلية في تعزيز الوعي ومواجهة التضليل في حين لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية مرتبطة بالجنس أو العمر، وتبرز أهمية البحث في تسليط الضوء على الدور المحوري للتربية الإعلامية الرقمية في بناء وعي نقدي لدى الجمهور بما يسهم في تعزيز الاستخدام الواعي للمحتوى الإعلامي والحد من مخاطر التضليل الإعلامي في الفضاء الرقمي.

الكلمات الدالة: التربية الإعلامية الرقمية، التضليل الإعلامي، مواقع التواصل الاجتماعي.

The Effect of Digital Media Literacy on Confronting Misinformation on Social Media

Noor Adel Majeed Noor Majeed Shaker

Department of Radio and Television/College of Media/University of Baghdad

Abstract

This article aims to examine the level of awareness of social media users regarding digital media literacy and its role in enhancing individuals' ability to confront misinformation circulating on digital platforms, by assessing their possession of media and digital skills and their awareness of the risks posed by misleading information on their opinions and behavior. The study is guided by the main question concerning the nature of the relationship between individuals' level of digital media literacy and their ability to detect misinformation and deal with it critically. The study adopted the survey method as the most suitable approach to achieve its objectives, using a questionnaire distributed to a sample of 70 social media users. The questionnaire included items designed to measure respondents' awareness of digital media literacy and their strategies for handling misleading content in a manner suitable for statistical analysis. The results revealed that digital media literacy plays an effective role in reducing the impact of misinformation, as participants demonstrated a relative awareness of methods for verifying information and sources, despite

the fact that digital platforms remain fertile ground for the spread of false and fabricated news. The findings also indicated that media awareness campaigns on digital platforms are among the most effective tools for enhancing awareness and combating misinformation, while no statistically significant differences were found related to gender or age. The study highlights the crucial role of digital media literacy in fostering critical awareness among the public, thereby promoting the conscious use of media content and mitigating the risks of misinformation in the digital space.

Keyword: Digital Media Literacy, Media Misinformation, Social Media

المقدمة:

يشهد العالم المعاصر تحولات رقمية متسارعة غيرت طبيعة الاتصال والإعلام إذ أسهمت في نشوء بيئة تفاعلية جديدة أصبح فيها الفرد في الوقت ذاته منتجاً ومستهلكاً للمحتوى الإعلامي حيث فقد أتاح التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي فرصاً غير محدودة للتواصل وتبادل المعلومات مما جعل هذه المنصات الرقمية مصدراً رئيسياً للأخبار والمعرفة لدى مختلف فئات الجمهور ولا سيما فئة الشباب ومع هذا الانفتاح الواسع في تدفق المعلومات فقد برزت ظاهرة التضليل الإعلامي بوصفها إحدى أخطر الظواهر التي تواجه المجتمعات الحديثة لما تسببه من تشويه للوعي العام وكذلك إضعاف الثقة بالمؤسسات الإعلامية وتهديد الاستقرار الاجتماعي والفكري.

وفي هذا السياق إذ أصبحت التربية الإعلامية الرقمية من المتطلبات الأساسية التي تفرضها البيئة الاتصالية الراهنة إذ لم تعد تقتصر على تعليم مهارات الاستخدام التقني للوسائط الرقمية بل تجاوزت ذلك إلى تنمية القدرات النقدية والتحليلية للأفراد حيث مكنتهم من التفاعل الواعي والمسؤول مع المحتوى الإعلامي فهي تسعى إلى إعداد مستخدمين يمتلكون القدرة على التمييز بين المعلومات الصحيحة والمغلوبة وايضا تحليل الرسائل الإعلامية بعمق وتبني سلوك إعلامي يقوم على التفكير النقدي والوعي الأخلاقي في تداول المعلومات داخل الفضاء الرقمي، ويمكن بيان الأهمية العامة للبحث حول اعتماد الجمهور على مواقع القنوات في صفحات التواصل كمصدر أساسي للمعلومات مما يعكس تطور أهمية الاعلام الرقمي وتم تقسيم البحث الى ثلاث مباحث: إذ تضمن المبحث الاول على الاطار المنهجي من مشكلة البحث وتساؤلات البحث والاهمية (العلمية والعملية) واهداف البحث وفرضيات ونوع البحث ومنهجه ومجالات واداة البحث ومجتمع البحث وعينته والدراسات السابقة، وتضمن المبحث الثاني الاطار النظري إذ تطرق حول مفهوم الاعلام الرقمي وكذلك التضليل واساليبه المتنوعة وكذلك ثقافة التربية الاعلامية للحد من التضليل الاعلامي الرقمي، وتطرق المبحث الثالث الى نتائج الدراسة الميدانية وتفسير النتائج.

١. المبحث الاول (الاطار المنهجي)

١.١. مشكلة البحث: تُعد صياغة المشكلة البحثية وتحديد بدقة من الركائز الأساسية في أي بحث علمي إذ تمثل الإطار الذي تنطلق منه الدراسة وتبنى عليه جميع خطواتها اللاحقة وفي ظل التطور الهائل في تكنولوجيا الاتصال وازدياد الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للمعلومات برزت مشكلة التضليل الإعلامي بوصفها ظاهرة تؤثر سلباً في وعي الأفراد وتشكل خطراً على استقرار المجتمعات.

ومن هنا تحددت مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيسي الاتي:

(ما طبيعة العلاقة بين مستوى التربية الإعلامية الرقمية لدى الأفراد وقدرتهم على مواجهة التضليل الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي).

وتفرعت من التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية:

1. ما المهارات التي يمتلكها الافراد (مهارات التربية الاعلامية الرقمية) عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

2. ما مدى وعي الجمهور بخطورة المعلومات المضللة على هذه المنصات.

3. ما دور المنصات الرقمية في تعزيز التربية الاعلامية ومواجهة التضليل الاعلامي.

٢,١. أهمية البحث: تكمن أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على العلاقة بين الإعلام الرقمي والتربية الإعلامية الرقمية في مواجهة التضليل الإعلامي من خلال.

1- **الأهمية العلمية:** تكتسب هذه الدراسة أهميتها العلمية من تناولها موضوعاً معاصراً وحيوياً في ميدان الدراسات الإعلامية كونها تتمثل في الكشف عن العلاقة بين التربية الإعلامية الرقمية ودورها في مواجهة ظاهرة التضليل الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي اذ سعت الدراسة إلى تقديم معرفة علمية توضح مدى إسهام التربية الإعلامية الرقمية في تنمية الوعي لدى مستخدمي وسائل التواصل وتعزيز قدرتهم على التمييز بين المحتوى الحقيقي والمحتوى المضلل كما توفر نتائج البحث قاعدة علمية يمكن أن تسهم في إثراء الأدبيات الإعلامية الحديثة وتزويد الباحثين وصناع القرار بمؤشرات تسهم في تطوير المناهج والسياسات الهادفة إلى ترسيخ ثقافة إعلامية رقمية واعية ومسؤولة.

٢- **الأهمية العملية:** تتمثل الأهمية العملية لهذه الدراسة في إمكانية توظيف نتائجها لتطوير مبادرات وبرامج تدريبية في مجال التربية الإعلامية الرقمية اذ استهدفت شرائح المجتمع المختلفة كما يمكن الاستفادة من مخرجات البحث في إعداد استراتيجيات توعوية لمواجهة التضليل الإعلامي وتعزيز التفكير الواعي والاستخدام الصحيح لوسائل التواصل الاجتماعي وبذلك تسهم الدراسة في دعم الجهود الرامية إلى بناء بيئة إعلامية رقمية أكثر مصداقية وأمناً وقائمة على الوعي والتحقق والمسؤولية في تداول المعلومات.

٣,١ **أهداف البحث:** يهدف هذا البحث إلى:

١. التعرف على مستوى وعي جمهور مواقع التواصل الاجتماعي بمفاهيم التربية الإعلامية الرقمية وما يمتلكه الأفراد من مهارات رقمية وإعلامية أثناء استخدامهم لهذه المنصات.

٢. رصد مدى تعرض جمهور مواقع التواصل الاجتماعي للتضليل الإعلامي والتعرف على مستوى وعيهم بخطورة المعلومات المضللة المنتشرة عبر هذه المنصات وتأثيرها في تشكيل آرائهم وسلوكهم.

٣. تفسير طبيعة العلاقة بين وعي الجمهور بالتربية الإعلامية الرقمية وقدرته على كشف التضليل الإعلامي في المنصات عن طريق الدور الذي تؤديه المنصات الرقمية في مواجهة التضليل.

٤,١ **فرضيات البحث**

1. تؤثر التربية الاعلامية الرقمية بشكل ايجابي في تنمية مهارات التفكير النقدي لدى الجمهور، مما يقلل من احتمالية تصديق الاخبار المضللة.

2. يختلف تأثير التربية الاعلامية الرقمية في مواجهة التضليل الاعلامي باختلاف الفئة العمرية للمستخدمين.

3. تساهم التربية الاعلامية في تعزيز السلوكيات المسؤولة عند مشاركة الاخبار والمحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي.

٥,١. **نوع البحث ومنهجه:** يعد هذا البحث من البحوث الوصفية التي تهدف الى وصف وتفسير العلاقة بين مستوى التربية الاعلامية الرقمية لدى الجمهور وقدرتهم على مواجهة التضليل الاعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تم اعتماد المنهج المسحي من اجل جمع البيانات ميدانيا من عينة من الجمهور حول مدى وعيهم بالتربية الاعلامية وطريقتهم في التعامل مع المعلومات المضللة.

٦,١. مجالات البحث

1. **المجال الزمني:** اجريت الدراسة في الفترة ما بين (٢٠٢٥-١-٢٠) الى (٢٠٢٥-٦-٣٠) وهي الفترة التي تم فيها تصميم استمارة الاستبيان وتوزيعها وتفسير نتائجها.

2. **المجال المكاني:** العراق/بغداد/ لكون العاصمة ذات طابع سكاني عالي وكذلك التباين في المستوى التعليمي والثقافي والاجتماعي والفكري بين الجمهور مما يعطي صورة مصغرة عن طبيعة المجتمع والوصول الى اهداف البحث بشكل دقيقة وواضح.

3. **المجال الموضوعي:** يركز البحث على دراسة العلاقة بين التربية الاعلامية ومواجهة التضليل الاعلامي وكذلك على سلوك الجمهور تجاه المعلومات المضللة وعلى مدى وعيهم بأساليب التحقق والنقد ضمن اطار التربية الاعلامية الرقمية.

٧,١. **أداة البحث:** اعتمدت الدراسة في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع علاقة التربية الإعلامية الرقمية بمواجهة التضليل الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي على أداة رئيسة تمثلت في الاستبانة بوصفها الوسيلة الأساسية للحصول على البيانات الميدانية من أفراد العينة.

إذ تُعد الاستبانة من أداة علمية منهجية تسهم في جمع معلومات دقيقة ومباشرة من المبحوثين حول آرائهم ومستوى وعيهم واتجاهاتهم وقد تضمنت مجموعة من الأسئلة المصممة وفق محاور الدراسة لقياس مستوى وعي الجمهور بمفاهيم التربية الإعلامية الرقمية ورصد مدى تعرضهم للتضليل الإعلامي إضافة إلى قياس العلاقة بين الوعي الإعلامي الرقمي والقدرة على كشف التضليل.

وقد اتبعت الدراسة في تصميم الاستبانة خطوات منظمة بدأت بتحديد نوع البيانات المطلوبة وصياغة الأسئلة بدقة بما يحقق قابلية القياس والتحليل وانتهت بجمع الاستمارات المكتملة وتحليلها إحصائياً لتحقيق أهداف البحث والإجابة عن تساؤلاته.

٨,١. **مجتمع البحث وعينته:** تمثل مجتمع الدراسة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من جمهور مدينة بغداد، وقد تم اعتماد العينة العشوائية البسيطة للمجتمع لكونه المجتمع كبير ويضم فئات متنوعة من حيث المستوى العلمي والعمر والنوع الاجتماعي مما يعكس واقع الظاهرة قيد البحث.

أما عينة البحث فقد بلغت (٧٠) فردا من أفراد المجتمع العراقي في محافظة بغداد من مستويات تعليمية متنوعة شملت المتوسط /الإعدادية، الدبلوم، البكالوريوس، الدراسات العليا، وذلك لضمان تمثيل متنوع لشريحة المجتمع من حيث التحصيل العلمي، تم اختيار افراد العينة بصورة عشوائية من خلال توزيع استمارة الاستبيان بهدف قياس مستوى وعيهم بالتربية الإعلامية الرقمية وقدرتهم على التعامل النقدي مع المعلومات ومدى تعرضهم للتضليل الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي بما يسهم في تحقيق اهداف البحث بدقة وموضوعية.

٩,١. الصدق والثبات: صدق وثبات مقياس تأثير التربية الإعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي:

أ - علاقة درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس (صدق الفقرة Item Validity): لقد أشار ألن وين إلى أن استخدام طريقة الاتساق الداخلي أو ما تسمى بطريقة علاقة الفقرة بالمجموع الكلي، تعد من طرائق استخراج الصدق في المقاييس والاختبارات النفسية، مما يعد ذلك إشارة إلى مدى تجانس فقرات المقياس في قياسها للظاهرة السلوكية، وهذا يعني أن كل فقرة من فقرات المقياس تسير في المسار نفسه الذي يسير فيه ذلك المقياس ككل.

لتحقيق ذلك استعمل الباحثان معامل ارتباط بيرسون Pearson لاستخراج العلاقة الارتباطية بين درجة كل فقرة من فقرات مقياس تأثير التربية الإعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي والدرجة الكلية ل(٧٠) استمارة، وقد تبين أن جمع القيم في الجدول أدناه ارتباطها بالدرجة الكلية دال احصائيا كونها أعلى من قيمة الارتباط الجدولية البالغة (٠,٢٣) عند مستوى (٠,٠٥) ودرجة حرية (٦٨) والجدول (١) يوضح ذلك.

جدول (١): صدق فقرات مقياس تأثير التربية الإعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي باستعمال أسلوب علاقة

درجة الفقرة بالدرجة الكلية

الفقرة	معامل الارتباط	الدالة
1	0.78	دالة
2	0.76	دالة
3	0.72	دالة
4	0.61	دالة
5	0.68	دالة

ب - مؤشرات ثبات المقياس: يعد الثبات من الخصائص السيكو مترية التي يجب التحقق منها لبيان صلاحية استعمال المقياس، فضلا عن الصدق مما يجعله أكثر قوة ومثانة فيما أعد لقياسه، إذ تعتمد صحة القياس على مدى ثبات نتائجه فالمقياس الثابت يعطي النتائج نفسها تقريبا إذا قاس الخاصية المراد قياسها نفسها لمرات متتالية. وقد أستعمل الباحثان طريقة الفا كرونباخ للاتساق الداخلي كوسيلة للتحقق من ثبات مقياس تأثير التربية الإعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي، وقد بلغ معامل الثبات (٠,٧٥).

١٠,١. الدراسات السابقة

1. دراسة احمد جمال حسن (٢٠١٥) [١].

هدفت الدراسة الى معرفة اثر نموذج التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعات، وتمثلت اداة البحث في اختبار تحصيلي ومقياس المسؤولية الاجتماعية

واستبانة مصداقية مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية، وقد توصل البحث الى نتائج منها البحث عن الاثر الكبير الذي احدثه نموذج التربية الاعلامية المقترح في اكتساب عينة البحث معارف ومهارات التربية الاعلامية.

2. دراسة ايهم زيد العتوم (٢٠٢٣) [٢]

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اثر التربية الاعلامية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في مكافحة الارهاب والتطرف، ولتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، تكون مجتمع الدراسة من جميع الصحفيين العاملين بوسائل الاعلام الرقمية والمسموعة والمرئية والمكتوبة، والمقدرة أعدادهم بـ (١٨٧٠) صحفياً، تم الاعتماد على عينة عشوائية منهم وبواقع ٣٥٠ صحفياً.

أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً حيوياً في نشر ثقافة التربية الإعلامية، وأن من أهم التحديات والمعوقات التي تواجه نشر مفاهيم التربية الإعلامية عبر وسائل التواصل الاجتماعي عدم الاهتمام بالموضوعات التي تهدف إلى تحقيق التربية الإعلامية، وغياب حملات التوعية التعريفية حول التربية الإعلامية. أوصت الدراسة بضرورة تعزيز الوعي بأهمية التربية الإعلامية من خلال إطلاق حملات توعية وتنقيف عبر وسائل التواصل الاجتماعي حول أهمية التربية الإعلامية ودورها في مكافحة التطرف، مع التركيز على الفوائد الفردية والاجتماعية لتطوير مهارات التفكير النقدي وقد اعتمدت الدراسة بتجميع اجابات افراد العينة من الصحفيين على اداة الدراسة المتمثلة بالاستبيان بهدف الاجابة على تساؤلات الدراسة وتحقيق اهدافها.

3. نجبية عبدالله (٢٠٢٤) [٣]

من خلال هذا البحث تم طرح عرضاً ملخصاً لعلاقة التربية الإعلامية بالإعلام والتعليم وبأهمية التربية الإعلامية في وقتنا الحاضر، ودورها الفاعل في تنمية التفكير الناقد لدى الشباب والنشئ، وفي ضوء ما تم استعراضه حول التربية يمكننا أن القول أن التربية الإعلامية جزء من الحقوق الأساسية لكل مواطن في كل بلد من بلدان العالم، هكذا ترى منظمة اليونسكو أهمية التربية الإعلامية بسبب سلطة الإعلام المؤثرة في العالم المعاصر، وتؤكد على دور كل من الأسرة والمدرسة لتلقي النشء التربية الإعلامية الرقمية التي أصبحت مطلباً مجتمعياً هاماً وإكسابهم المهارات التي تسمح لهم بالانخراط في العالم الرقمي فاعلية و تمكنهم من التفكير النقدي للتمييز بين ما هو صائب ونافع، وتجنب ما هو ضار وخطير.

أيضا تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام فيها إدراكهم وتهيئتهم للمشاركة كصانعي إعلام و مشاركين في مجتمعات افتراضية ضمن أخلاقيات المجتمع وضوابط حرية الكلمة، فتشجيع النشء والشباب على تنمية المواطنة المسؤولة، والعمل الجماعي، والحياة الواقعية، تعد تربية إعلامية تتسق مع مهارات التفكير العليا، وتنميتها، وتمكن الفرد من أن يصبح مستهلكا حكيما للمسائل الإعلامية، من خلال زيادة قدراته على الاتصال و التعبير، وتمكينه من التعامل مع ثقافة مشبعة بالرسائل الإعلامية في وقت أصبحت فيه وسائل الإعلام هي الموجه الأكبر والسلطة المؤثرة على القيم والمعتقدات التوجهات، والممارسات في مختلف جوانب الحياة، فالتربية الإعلامية باتت جزء من حقوق المواطن الأساسية في ظل هذه الظروف التي

اختلط فيها الحابل بالنابل، كما أن إدراجها ضمن المناهج الدراسية في المدارس والجامعات، أصبح أيضاً ضرورة ملحة كمشروع دفاعي يهدف إلى حماية المتلقي من التضليل والسلبية والنمطية، وتمكينه من حرية الانتقاء والاختيار، والنقد، أيضاً تعليم النشء كيف يعيشون ويفهمون ويحللون الأحداث المحيطة بهم عن طريق الندوات والمتلقين والتربويين، فأهمية الوعي الإعلامي مهارة يجب أن ترافق النشء والشباب طوال حياتهم، وليست مادة دراسية ينساها الطالب بمجرد انتهاء الامتحان، أو عندما يختار تخصصاً علمياً في مجال بعيد عنها، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي القائم على جمع المعلومات من المرجع والدراسات السابقة ذات العلاقة وذلك لبناء الإطار المعرفي لتفاصيل الظاهرة.

4. دراسة مصطفى محمود احمد (٢٠٢٥) [٤].

انطلقت هذه الدراسة من هدف عام يتمثل في الكشف عن دور التربية الاعلامية الرقمية في تحسين مستوى وعي طلاب الاعلام التربوي بمخاطر تطبيقات التزييف العميق وكيفية التعامل مع هذه المخاطر وقد تم توظيف المنهج الوصفي الميداني من خلال الاعتماد على الاستبانة التي تضمن مقياس مهارات التربية الاعلامية الرقمية ومقياس الوعي بمخاطر تلك التطبيقات وقد تم التوصل الى عدة نتائج منها وجود تجانس تام في استجابات عينة تجاه موافقتهم بدرجة مرتفعة على جميع اقتراحات تحسين الوعي والتعامل مع مخاطر تطبيقات التزييف العميق في ضوء مهارات التربية الاعلامية الرقمية، كما ثبتت صحة وجود ارتباط طردي ذي دلالة احصائية بين مهارات التربية الاعلامية الرقمية ومستوى تحسين الوعي بالمخاطر فضلاً عن وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة احصائية بين كثافة استخدام تطبيقات التزييف العميق ومستوى الثقة الزائفة لدى المبحوثين.

التعليق على الدراسات السابقة:

بعد استعراض الدراسات السابقة، تبين ما يلي:

- 1- من حيث الموضوع: اتفقت الدراسات مع دراستنا في تناول متغيرات تتعلق بالتربية الإعلامية ومواقع التواصل الاجتماعي، وجميعها دراسات وصفية باستثناء دراسة نجبية قاسم (٢٠٢٤) التي اتبعت المنهج التحليلي.
- 2- من حيث المنهج: استخدمت أغلب الدراسات المنهج المسحي، وهو ما يتوافق مع دراستنا الحالية، باستثناء الدراسة المشار إليها سابقاً.

- 3- من حيث العينة: اعتمدت جميع الدراسات السابقة، بما فيها دراستنا، على العينة القصدية.

حدود الاستفادة من الدراسة:

تمثلت حدود الاستفادة من الدراسات السابقة في الآتي:

١. بلورة أفكار البحث وصياغة العنوان بدقة.
٢. المساعدة في تحديد مشكلة البحث وتسؤلاته وأهدافه وفروضه واختيار المنهج المناسب.
٣. إثراء الإطار النظري للبحث.
٤. بناء استمارة الاستبيان استناداً إلى نماذج الدراسات السابقة.
٥. الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في تحليل نتائج البحث الحالي.

١١,١. التعريفات الإجرائية للبحث:

1. التربية الاعلامية الرقمية: هي مجموعة من المهارات والمعارف التي يمتلكها الافراد لتمكنهم من الوصول الى المعلومات الرقمية والتحقق منها.
2. التضليل الاعلامي: هو تقديم معلومات خاطئة او كاذبة او محرفة عبر المنصات الرقمية لخداع الجمهور وقد يكون ذلك من خلال نصوص او صور او فيديوهات او اخبار مزيفة.
3. مواقع التواصل الاجتماعي: هي التطبيقات والمنصات التي يستخدمها الجمهور للتفاعل مع المحتوى الاعلامي والتي تعد مصدرا اساسيا للمعلومات لديهم.

2.المبحث الثاني/ الاطار النظري

١,٢. مفهوم الإعلام الرقمي: شهد الإعلام الرقمي تطوراً ملحوظاً مع ظهور تقنيات الاتصال الحديثة حيث أصبح يمثل أحد أبرز مظاهر التحول في البيئة الاتصالية المعاصرة حيث ارتبط بمفاهيم الإعلام الجديد والإلكتروني والاجتماعي التي تعكس مرحلة نوعية تختلف عن الإعلام التقليدي القائم على الصحف والإذاعة والتلفزيون ويتميز هذا التحول بزيادة تفاعل الجمهور واعتمادهم على المنصات الرقمية الامر الذي استدعى الى تعزيز التربية الإعلامية الرقمية لمواجهة ما يصاحب هذا الانفتاح من تحديات وعلى رأسها انتشار التضليل الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي [٥:ص١٤١].

وقد نشأ الإعلام الرقمي نتيجة لتطور الشبكة المعلوماتية وبدأت ملامحه الأولى بالظهور مع استخدام الإنترنت في أواخر الستينيات ليأخذ شكله الإعلامي من خلال الصحف والمجلات الإلكترونية ومع تطور التقنيات الرقمية برزت المدونات والتطبيقات التفاعلية كوسائل إعلام جديدة أتاحت للجمهور إمكانيات واسعة في إنتاج وتبادل المحتوى بما عزز دورهم كمشاركين فاعلين في البيئة الإعلامية الرقمية [٦:ص٨٩].

وقد عرف الإعلام الرقمي: "بأنه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكنا من انتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الالكترونية(الوسائط) المتصلة بالإنترنت أو غير المتصلة بالإنترنت في عملية تفاعلية بين المرسل والمستقبل" [٧:ص٢٧٢].

وان الإعلام الرقمي مفهوماً حديثاً يتمايز عن الإعلام التقليدي ولا يزال في طور التشكل بسبب تطوره المستمر وتعدد أدواته وآلياته ولم يُجمع الباحثون على تعريف موحد له نظراً لطبيعته الديناميكية المرتبطة بالتقدم التكنولوجي المتسارع ما يجعل شكله ومحتواه قابلاً للتغير في ظل الابتكارات المستقبلية ولذلك غالباً ما تتركز التعريفات حول خصائصه التقنية والتفاعلية كأدوات للتواصل والإعلام [٨:ص٩].

اسهم تطور تطبيقات الإعلام الرقمي بتطوير العملية الاتصالية لاسيما مع ظهور أجيال الإنترنت المتقدمة (Web 2.0 و ٣,٠ و ٤,٠)، اذ وفرت بعداً جديداً للتفاعل والتواصل بين المستخدمين [٩:ص١٣٣]، مما أدى إلى تعزيز حرية المستخدم في الوصول إلى المعلومات وتبادلها بفضل الإمكانيات التفاعلية التي توفرها الشبكات الاجتماعية وايضا اسهمت هذه المنصات في خلق بيئات افتراضية تُعزّز من التفاعل الاجتماعي وتُكرّس الحضور الرقمي للمستخدم حيث بات يرسلون إشارات رقمية تسهم في بناء الثقة والتأثير في عمليات الاتصال [١٠:ص٦].

ويصنف مستخدم وسائل الاعلام الرقمي الى: [١١:ص١٠٣٣]

1. الجمهور العنيد الذي لا يتأثر بما تطرحه وسائل الاعلام الرقمية من معلومات ووقائع.
2. الجمهور الحساس الذي يتأثر بسهولة ويقنع أكثر من غيره بما تبثه وسائل الاعلام الرقمية من بيانات.
3. الجمهور اللامبالي الذي يكون موقعه بين الجمهور العنيد والحساس ولا يتجاوب مع المعلومات التي تحمل مضامين متنوعة تبث عبر الوسائل الرقمية.

وفي السياق المعاصر فالأعلام الرقمي سلاحاً ذا حدين؛ فهو من جهة يسهم في تنظيم العلاقات الاجتماعية وتعزيز التفاعل ومن جهة أخرى قد يتحول إلى أداة للهيمنة الثقافية والتأثير على أنماط السلوك الفردي نتيجة لخصائصه الشاملة والمختزلة للمعلومة ومع ذلك، فإن فعالية الإعلام الرقمي تظل مرهونة بكيفية استخدام الأفراد له وطريقة توظيفهم للمحتوى بما يتماشى مع احتياجاتهم ووعيهم وهو ما يبرز أهمية التربية الإعلامية الرقمية في توجيه هذا الاستخدام نحو المسار الإيجابي، ومواجهة مظاهر التضليل والانحراف المعلوماتي [١٠:ص٧].

٢,٢. التربية الإعلامية وبداياتها والغاية الأساسية منها: تعود بدايات مفهوم التربية الإعلامية إلى النصف الأول من القرن العشرين حيث برزت بشكل واضح في أحد المؤتمرات السنوية لليونسكو حيث أوصت المنظمة بأهمية إعداد الأفراد للتعامل الواعي مع عالم يتسم بكثافة الرسائل الإعلامية المصورة والمكتوبة والمسموعة وقد ظهر هذا المفهوم في بداياته كوسيلة لحماية المستخدمين من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام التقليدية، قبل أن يتطور لاحقاً ليوكب التحولات التي فرضها الإعلام الرقمي [١٢:ص٤].

اذ ان الغاية الأساسية حماية الأفراد وتمكينهم من تحليل المحتوى الإعلامي واكتساب المهارات اللازمة للتعامل الواعي مع أدوات وتقنيات الإعلام الرقمي ولا تقتصر على الجانب المعرفي فقط بل تمتد إلى التطبيق العملي، إذ يُعدّ الفهم النقدي والاستخدام الفعّال للتكنولوجيا شرطاً أساسياً للنفوذ إلى المحتوى الرقمي وتفسيره، خاصة في ظل تسارع التطورات الإعلامية وازدياد الحاجة للتمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة [٥:ص١٤٠].

وتعد التربية الرقمية أداة ذات أهمية أساسية في بناء وعي الجمهور وتحصينه ضد مخاطر الغزو الإعلامي الذي تفرضه منصات التواصل الاجتماعي كونها تسهم في تدريب الأفراد على آليات التعامل الواعي مع المحتوى الإعلامي وتنمية مهارات التفكير الناقد لفهم وتحليل الرسائل التي قد تتضمن مضامين عدائية أو تتعارض مع القيم الاجتماعية في المجتمع [١٣:ص٢٥٤].

وتُعرف التربية الإعلامية أيضاً بمصطلحات مقاربة مثل "محو الأمية الإعلامية" أو "التعلم الإعلامي"، ومن أبرز تعريفات التربية الإعلامية "هي تنمية قدرة الفرد على الوصول للرسائل الإعلامية وتحليلها وتقويمها وإنتاجها لأغراض متعددة عبر مختلف وسائل الإعلام" [١٤:ص٦٤١].

٣,٢. التضليل الإعلامي وغاياته واساليبه في المنصات الرقمية: يُعد مصطلح التضليل الإعلامي حديثاً نسبياً من حيث التداول الأكاديمي، لكنه قديم من حيث الممارسة فهو يعمل على تقديم محتوى جزئي أو مشوه يتضمن عناصر من الحقيقة بهدف إخفاء النية الحقيقية والتأثير في المتلقي بطريقة خادعة فالتضليل ليس مجرد كذب

صريح بل واقع زائف يبدو مقنعاً فهو يُستخدم لإرباك المتلقي ودفعه لاتخاذ مواقف أو قرارات خاطئة وهو يعتقد أنه يفكر بمنطق سليم [١٥:ص ٢٤].

ويهدف التضليل الإعلامي إلى صرف انتباه الجمهور عن الحقيقة أو إخفائها، من خلال أساليب متعددة كالتلاعب بالألفاظ، والتقييم المُوجّه، والرمزية، والاجتزاء في نقل المعلومات. ويعتمد على دمج الوقائع بتفسيرات مضللة لخلق صورة مشوشة يصعب على المتلقي تمييزها. وقد شاع استخدام المصطلح في الإعلام الغربي منذ ستينيات القرن العشرين، ليشير إلى "التسريب المتعمد للمعلومات المضللة"، بوصفه أحد أشكال الخداع والتمويه في الاتصال الإعلامي الحديث [١٦:ص ٩٤].

ويعرف التضليل الإعلامي بأنه معلومات كاذبة بغض النظر عما إذا كانت معتمدة أو عرضية أو خطأ حقيقي أو عدم كفاءة الأدلة [١٧:ص ١٤٤].

وهناك مجموعة أساليب للتضليل الإعلامي في منصات الإعلام الرقمي:

هناك العديد من الأساليب المستخدمة في التضليل الإعلامي باستخدام وسائل الإعلام الرقمية المتاحة من أهمها: [١٨:ص ١١٥].

1. التخويف: والغرض منها التلاعب بمشاعر الجماهير بالتلويح باستخدام القوة حول أمر ما لبث الرعب والخوف لتحقيق الاستجابة المطلوبة.

2. البساطة: قد يتصف التضليل بأبسط قدر من البساطة في صياغة الرسالة الاتصالية وفي الهدف المطلوب لأن التعقيد في صياغة الرسالة يولد آثار سلبية.

3. التكرار: مع الثوابت الإعلامية ان التكرار لعبارة ما بشكل كاف سوف يجعل الجمهور يتقبلها مع مرور الوقت.

4. استثارة الفضول: بتقديم معلومات غير مطابقة لتوقعات المتلقين ومن ثم تشجيعهم على التوفيق مع هدف التضليل كالفكاهة والاستعارات البلاغية.

كما يستعمل التضليل الإعلامي أساليب أخرى ضد الجمهور لتحقيق الغرض المرجو كالخداع والاشاعة والتشويش واخفاء الحقائق والمعلومات واختلاق وقائع مسرحية وغيرها من الأساليب الأخرى ويعتبر ايضاً من أخطر أدوات الهيمنة في مواقع التواصل لكونه يتسلل عبر رسائل أيديولوجية مبطنّة يصوغها أحياناً متقفون يخفون انحيازاتهم لخدمة مصالحهم وهنا تبرز أهمية التربية الإعلامية الرقمية في تنمية وعي نقدي يُمكن الأفراد من كشف التضليل والتعامل الواعي مع المحتوى الرقمي [١٩:ص ١١٣].

٢, ٤. ثقافة التربية الإعلامية للحد من التضليل الاعلامي الرقمي: تبرز أهمية التربية الاعلامية الرقمية في مواقع التواصل بانها تسهم في عملية الوصول المستخدمين الى المهارات اللازمة التي يحتاجون اليها لأدراك الكيفية التي يعمل بهذا الواقع الرقمي، وان عدم وجود خبرة وفهم بالتربية والثقافة الاعلامية يؤدي الى انتشار الاخبار الزائفة وتضليل الوعي والادراك بما يحيط بالجمهور واخفاء الحقائق مما يؤدي الى عدم معرفة بما يدور حولهم من احداث والاخبار بشكل صحيح [٢٠:ص ٢٦].

ويجد الافراد صعوبة في تقييم ما اذا كانت المعلومات او الاخبار مضلله او لا في مواقع التواصل الاجتماعي مما يؤدي الى تشويش الافراد وعدم معرفة الاخبار بشكل دقيق، ويعد التفكير النقدي والتحليلي للمحتوى الرقمي من اهم الأسلحة ضد التضليل اذ يهدف الى حماية المستخدمين ضد الاخبار المضللة في مواقع التواصل والالمام بكيفية الاستخدام التقني مع القدرة على انتاج محتوى ايجابي يرتقي بمستوى الافراد، وعلية فالمجتمع الذي يتمتع افراده بتفكير نقدي سليم ومعرفة بثقافة التربية الاعلامية الرقمية يمكن اعتباره مجتمع محصن من الاخبار والنشر المضلل في مواقع التواصل الاجتماعي [٢١:ص ١٠٦].

٣- المبحث الثالث (الدراسة الميدانية)

يمثل هذا المبحث من البحث خطوة أساسية لفهم واقع المتلقين في البيئة الرقمية ومدى فعالية التربية الإعلامية الرقمية كخط دفاع في مواجهة موجات التضليل المنتشرة عبر الفضاء الإلكتروني..

١,٣. البيانات العامة: أ- النوع:

جدول رقم (١): يبين نوع المبحوثين

النسبة	العدد	الجنس
٥٧,١	٤٠	ذكر
٤٢,٩	٣٠	انثى
١٠٠%	٧٠	المجموع

تشير نتائج الجدول اعلاه الى أن العينة المدروسة تتكوّن من ٧٠ فرداً، موزعين بين الذكور بنسبة ٥٧,١% والإناث بنسبة ٤٢,٩%. هذه النتائج تعكس وجود تمثيل جيد لكلا الجنسين، مع ميل طفيف نحو الذكور.

ب-العمر:

جدول رقم (٢): يبين عمر المبحوثين

النسبة	العدد	العمر
٢٨,٦	٢٠	29-20 سنة
٢٧,١	١٩	39-30 سنة
٢٨,٦	٢٠	49-40 سنة
١٥,٧	١١	50 فأكثر
١٠٠%	٧٠	المجموع

تشير نتائج الجدول اعلاه ان الفئات العمرية (٢٠-٢٩/٤٠-٤٩ سنة) تمثل النسبة الأكبر، وهي في الغالب الأكثر استخداماً وتفاعلاً مع مواقع التواصل الاجتماعي. وهذا يعزز أهمية فحص مدى وعي هذه الفئات بالتربية الإعلامية الرقمية باعتبارها الأكثر عرضة للتضليل الإعلامي بسبب كثافة الاستخدام.

ج- التحصيل الدراسي:

جدول رقم (٣): يبين التحصيل الدراسي للمبحوثين

التحصيل الدراسي	العدد	النسبة
متوسط/ اعدادي	2	2.9
دبلوم	4	5.7
بكالوريوس	26	37.1
دراسات عليا (ماجستير/دكتوراه)	38	54.3
المجموع	70	100 %

تشير نتائج الجدول اعلاه أن غالبية أفراد العينة يتمتعون بمستويات تعليمية عالية، حيث تمثل فئة الدراسات العليا (ماجستير ودكتوراه) ما نسبته ٥٤,٣%، تليها فئة البكالوريوس بنسبة ٣٧,١%، وهذا يعني أن العينة تتكوّن أساساً من أفراد يفترض أنهم أكثر وعياً وقدرة على التعامل مع المعلومات الرقمية بذكاء نقدي.

٢,٣. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٤): يبين منصات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثين

منصة التواصل	العدد	النسبة
فيسبوك	٣٢	٤٥,٧
انستغرام	٢٧	٣٨,٦
تيك توك	٧	١٠
يوتيوب	٤	٥,٧
المجموع	٧٠	100 %

تشير نتائج الجدول اعلاه إلى أن أكثر منصات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل أفراد العينة هي فيسبوك بنسبة ٤٥,٧%، يليه إنستغرام بنسبة ٣٨,٦%، ثم تيك توك بنسبة ١٠%، وأخيراً يوتيوب بنسبة ٥,٧% مما يعني ان غالبية العينة تعتمد على منصات تسمح بانتشار سريع للمعلومات (فيسبوك وإنستغرام) وهذا يجعلهم في مواجهة مستمرة مع محتوى قد يتضمن معلومات مضللة، أو أخبار كاذبة، أو حملات دعائية.

جدول رقم (٥): يبين عدد الساعات التي يقضيها المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الساعات	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدالة
اقل من ساعة	٩	١٢,٩	٢٦,٥٧	3	٧,٨١	دال
1-3 ساعات	٣٦	٥١,٤				
4-6 ساعات	١٣	١٨,٦				
اكثر من 6 ساعات	١٢	١٧,١				
المجموع	٧٠					

تشير نتائج الجدول اعلاه أن هناك فرق دال احصائياً في كم عدد الساعات التي تقضيها يومياً في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح ٣-١ ساعات.

جدول رقم (٦): يبين المجالات التي يرى الباحثون انها اكثر فاعلية في تعزيز التربية الاعلامية الرقمية في المجتمع

ت	البدائل	العدد	النسبة	الرتبة
1	ادراج التربية الاعلامية ضمن المناهج الدراسية	35	29.41	2
2	تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية عامة	21	17.65	4
3	حملات توعوية عبر وسائل الاعلام ومواقع التواصل الاجتماعي	37	31.09	1
٤	انشاء منصات الكترونية تقدم محتوى تعليمي في التربية الاعلامية	26	21.85	3
	المجموع	119	100%	

تشير نتائج الجدول اعلاه ان الحملات التوعوية عبر الإعلام ومواقع التواصل قد كانت اعلى نسبة (٣١,٠٩%) مما يعكس وعي المبحوثين بأهمية إيصال رسائل التربية الإعلامية مباشرة عبر نفس القنوات التي تنتشر فيها المعلومات المضللة. بالإضافة الى ان الاستخدام الذكي لنفس المنصات (كفيسبوك وإنستغرام) في بث رسائل توعوية قد يكون الأكثر فاعلية وانتشاراً.

جدول رقم (٧): يبين مدى اعتقاد المبحوثين بأن التعليم يمكن ان يقلل من انتشار المعلومات المضللة

البدائل	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
نعم	٥٠	٧١,٤	٤٧,٨٦	٢	٥,٩٩	دال
لا	٥	٧,١				
الى حد ما	١٥	٢١,٤				
المجموع	٧٠					

تشير نتائج الجدول اعلاه أن هناك فرق دال احصائيا في هل تعقد ان التعليم يمكن ان يقلل من انتشار المعلومات المضللة وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح نعم. حيث ان الغالبية العظمى من المبحوثين تمثلت (٧١,٤%) ويعتقدون أن التعليم يمكن أن يقلل من انتشار المعلومات المضللة، بينما نسبة قليلة فقط (٧,١%) لا تؤمن بذلك، بينما يرى ٢١,٤% أن التعليم قد يقلل من انتشار المعلومات المضللة إلى حد ما وهذا يعني أن برامج التربية الإعلامية الرقمية أو التنقيف الإعلامي قد تكون فعالة لدعم وعي المجتمع وتقليل انتشار المعلومات الخاطئة.

جدول رقم (٨): يبين وعى المبحوثين بأساليب التحقق من خطورة المعلومات المضللة على مواقع التواصل

الاجتماعی

البدائل	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
ممتازة	١٩	٢٧,١	٥٨,٥٧	٣	٧,٨١	دال
جيدة	٤٣	٦١,٤				
ضعيفة	٦	٨,٦				
لا أعرف شيئاً عنها	٢	٢,٩				
المجموع	٧٠					

تشير نتائج الجدول اعلاه أن هناك فرق دال احصائيا فيما مدى معرفتك بأساليب التحقق من صحة المعلومات على مواقع التواصل وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح جيدة، اذ ان معظم المبحوثين بنسبة (٦١,٤%) لديهم وعي جيد بأساليب التحقق من خطورة المعلومات المضللة على مواقع

التواصل الاجتماعي. وما يقارب نسبة ٢٧,١% يملكون وعي ممتاز، بينما نسبة قليلة ٨,٦% تعتبر وعيهم ضعيف، و٢,٩% لا يعرفون شيئاً عن الموضوع، وهذا يعني أن غالبية المبحوثين يملكون وعي جيد إلى ممتاز بأساليب التحقق من المعلومات المضللة. وهذا يشير إلى أهمية استمرار التعليم والتوعية الإعلامية الرقمية لتعزيز مهارات التحقق من المعلومات وحماية المستخدمين على منصات التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (٩): يبين مدى امكانية التربية الإعلامية الرقمية في المساعدة على الحد من انتشار التضليل الاعلامي

البدائل	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
نعم ، بدرجة كبيرة	٢٧	٣٨,٦	٤٧,١٤	٣	٧,٨١	دال
نعم، بدرجة متوسطة	٣٦	٥١,٤				
لا، تأثيرها محدود	٤	٥,٧				
لا، لا تؤثر	٣	٤,٣				
المجموع	٧٠					

تشير نتائج الجدول اعلاه أن هناك فرق دال احصائيا في هل يمكن للتربية الاعلامية الرقمية ان تساعد في الحد من انتشار التضليل الاعلامي وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أعلى من الجدولية ولصالح نعم، بدرجة متوسطة، اذ ان الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٥١,٤%) يرون أن التربية الإعلامية الرقمية تؤثر بدرجة متوسطة في الحد من انتشار التضليل الاعلامي. وبنسبة ٣٨,٦% يعتقدون أنها تؤثر بدرجة كبيرة، وهذا يؤكد أن التربية الإعلامية الرقمية لها دور فعال وواضح في الحد من انتشار التضليل الاعلامي حيث يشير ذلك إلى ضرورة الاستثمار في برامج التوعية والتدريب الرقمي لتعزيز قدرة الأفراد على التعامل مع المعلومات المضللة بشكل صحيح

جدول رقم (١٠): يبين ابرز الوسائل التي يعتقد المبحوثين انها فعالة في مواجهة التضليل الاعلامي على مواقع

التواصل الاجتماعي

البدائل	التكرار	النسبة %	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
تعزيز الوعي الرقمي والتربية الإعلامية لدى المستخدمين	١٩	٢٧,١	٨,٤٣	٤	٩,٤٩٩	غير دال
تفعيل الرقابة على المحتوى المضلل من قبل المنصات الرقمية	١٨	٢٥,٧				
دعم المبادرات الحكومية لمكافحة الأخبار الكاذبة	٦	٨,٦				
تشجيع الأفراد على التحقق من مصادر الأخبار قبل مشاركتها	١١	١٥,٧				
فرض عقوبات على مروجي الأخبار المضللة	١٦	٢٢,٩				

تشير نتائج الجدول اعلاه أنه ليس هناك فرق دال احصائياً في ابرز الوسائل التي تعتقد انها فعالة في مواجهة التضليل الاعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك لان قيمة مربع كاي المحسوبة أقل من الجدولية وهذا يشير إلى أن توزيع آراء الباحثين حول الوسائل الفعالة متقارب نسبياً ولا يوجد فرق كبير ذي دلالة بين البدائل، ويتبين ايضا ان أكثر الوسائل اعتقاداً بفعاليتها من قبل الباحثين هي: تعزيز الوعي الرقمي والتربية الإعلامية لدى المستخدمين (٢٧,١%)، وتفعيل الرقابة على المحتوى المضلل من قبل المنصات الرقمية (٢٥,٧%)، وفرض عقوبات على مروجي الأخبار المضللة (٢٢,٩%).

جدول رقم (١١): يبين ابرز اشكال التضليل الاعلامي التي يواجهها الباحثين في مواقع التواصل الاجتماعي

ت	البدائل	العدد	النسبة	الترتبة
1	الاخبار الكاذبة والمفبركة	47	23.04	1
2	الصور والفيديوهات المعدلة (فوتوشوب او تلاعب بصري)	36	17.65	2
3	العناوين المضللة او المثيرة بدون محتوى حقيقي	34	16.67	3
4	الاقتباسات او المعلومات المأخوذة خارج سياقها	16	7.84	7
5	الحسابات الوهمية التي تنشر معلومات مضللة	27	13.24	4
6	المعلومات غير الموثوقة التي تنشر على شكل اراء او تجارب شخصية	20	9.80	6
7	الاعلانات التي تحتوي على معلومات مغلوطة	24	11.76	5
	المجموع	204	100%	

تشير نتائج الجدول اعلاه ان الأخبار الكاذبة والمفبركة (٢٣,٠٤%) - احتلت المرتبة الاولى وهذا يعني هو الأكثر شيوعاً والأكثر خطورة من حيث التأثير على الرأي العام والمجتمع. حيث ان هذه النسبة العالية تعكس إدراكاً واضحاً لدى الباحثين لخطورة تداول معلومات لا تستند إلى مصادر موثوقة مما يؤكد ذلك أهمية تعزيز مهارات التحقق من الأخبار ومصادرها ضمن التربية الإعلامية الرقمية.

٣,٣. العلاقة بين التربية الاعلامية ومواجهة التضليل الاعلامي.

- اهداف البحث وفرضياته
 - الهدف (١): التعرف على أبرز محددات تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي.
- لتحقيق هذا الهدف تم اعتماد مؤشر الاهمية النسبية لاجابات افراد عينة البحث على كل فقرة من فقرات مقياس تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي بعد التطبيق على عينة البحث البالغة (٧٠) من الجمهور، والجدول (١٢) يوضح ذلك:

جدول رقم (١٢): يبين الاوساط المرجحة والاوزان المنوية لفقرات مقياس تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي

ت	الفقرة	البدائل	التكرار	النسبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	الترتبة
---	--------	---------	---------	--------	--------------	-------------------	--------------	---------

2	84	0.84	4.2	1.4	1	غير موافق ابد	كلما زاد وعي الفرد بالتربية الاعلامية قل تأثره بالتضليل الاعلامي	1
				0	0	غير موافق		
				18.6	13	محايد		
				37.1	26	موافق		
				42.9	30	موافق جدا		
5	78	1.01	3.9	5.7	4	غير موافق ابد	احتاج لتعلم مهارات التربية الاعلامية لمواجهة التضليل الاعلامي	2
				0	0	غير موافق		
				21.4	15	محايد		
				44.3	31	موافق		
				28.6	20	موافق جدا		
4	79.2	1.08	3.96	4.3	3	غير موافق ابد	التربية الاعلامية يجب ان تدرس في المدارس	3
				5.7	4	غير موافق		
				17.1	12	محايد		
				35.7	25	موافق		
				37.1	26	موافق جدا		
1	84	0.81	4.2	1.4	1	غير موافق ابد	هناك نقص في التوعية المجتمعية حول التربية الاعلامية الرقمية	4
				0	0	غير موافق		
				15.7	11	محايد		
				42.9	30	موافق		
				40	28	موافق جدا		
3	81.4	0.86	4.07	1.4	1	غير موافق ابد	الاحظ فرقا في وعي الافراد عند وجود خلفية تربوية اعلامية	5
				1.4	1	غير موافق		
				20	14	محايد		
				42.9	30	موافق		
				34.3	24	موافق جدا		

تشير نتائج الجدول أن الفقرات (هناك نقص في التوعية المجتمعية حول التربية الاعلامية الرقمية، كلما زاد وعي الفرد بالتربية الاعلامية قل تأثره بالتضليل الاعلامي، الاحظ فرقا في وعي الافراد عند وجود خلفية تربوية اعلامية) جاءت بالمراتب الثلاث الاولى بحسب أعلى الاوزان المئوية.

• الهدف (٢): قياس مستوى تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي.

ولتحقيق هذا الهدف قامت الباحثتان بصياغة الفرضية الصفرية الآتية:

الفرضية (١): لا يوجد فرق دال احصائيا عند مستوى (0.05) بين الوسطين الحسابي والفرضي (النظري) على مقياس تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي.

للتحقق من هذه الفرضية تم تطبيق المقياس على أفراد عينة البحث البالغ عددهم (٧٠) فرد من الجمهور، وقد أظهرت النتائج أن متوسط درجاتهم على المقياس بلغ (٢٠,٣٣) درجة وبانحراف معياري مقداره (٣,٢٨) درجة، وعند موازنة هذا المتوسط مع المتوسط الفرضي للمقياس والبالغ (١٥) درجة، وباستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينة واحدة تبين أن الفرق دال احصائيا ولصالح المتوسط الحسابي، إذ كانت القيمة التائية المحسوبة أعلى من القيمة التائية الجدولية والبالغة (1.96) بدرجة حرية (٦٩) ومستوى دلالة (0.05) والجدول (١٣) يوضح ذلك.

جدول رقم (١٣): يبين الاختبار التائي للفرق بين متوسط العينة والمتوسط الفرضي لمقياس تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي

حجم العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الفرضي	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	درجة الحرية	الدلالة
٧٠	٢٠,٣٣	٣,٢٨	١٥	١٣,٥٨	١,٩٦	٦٩	دال

يشير الجدول اعلاه الى أن مستوى تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي مرتفع، لذا ترفض الفرضية الصفرية وتقبل البديلة.

• الهدف (٣): التعرف على دلالة الفروق في مستوى تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي تبعا لمتغير (الجنس).

ولتحقيق هذا الهدف تم بصياغة الفرضية الصفرية الآتية:

الفرضية (٢): لا يوجد فرق ذو دالة احصائيا عند مستوى (0.05) في مستوى تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي تبعا لمتغير (الجنس): ولتحقيق هذه الفرضية تم باستعمال الاختبار التائي (t-test) لعينتين مستقلتين، والجدول (١٤) يوضح ذلك:

جدول رقم (١٤): يبين الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لتعرف الفروق في مستوى تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي تبعا لمتغير (الجنس)

العينة	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	الدلالة
70	ذكر	40	20.95	3.11	1.86	1.96	غير دال
	أنثى	30	19.50	3.37			

ويشير الجدول اعلاه انه ليس هناك فرق في مستوى تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي حسب متغير الجنس، وذلك لان القيمة التائية المحسوبة أقل من القيمة التائية الجدولية البالغة (1.96) عند مستوى (0.05) ودرجة حرية (68) لذا تقبل الفرضية الصفرية وترفض البديلة.

الهدف(٤): التعرف على دلالة الفروق في مستوى تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي تبعا لمتغير العمر.

الفرضية(٣): لا يوجد فرق ذو دلالة إحصائية عند مستوى(0.05) في مستوى تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي تبعا لمتغير العمر: ولتحقيق هذه الفرضية تم استعمال تحليل التباين الاحادي Way Anova One، والجدولين (١٦،١٥) يوضحان ذلك.

جدول(١٥): يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمقياس مستوى تأثير التربية الاعلامية في مواجهة

التضليل الاعلامي تبعا لمتغير العمر

الاعمار	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
29-20 سنة	20	20.50	2.91
39-30 سنة	19	19.95	2.82
49-40 سنة	20	20.05	4.01
50 فأكثر	11	21.18	3.49
المجموع	70	20.33	3.28

جدول(١٦): يبين تحليل التباين الاحادي للكشف عن دلالة الفروق في مستوى تأثير التربية الاعلامية في مواجهة

التضليل الاعلامي تبعا لمتغير العمر

مصدر التباين s.of.v	مجموع المربعات s.of.s	درجة الحرية D.F	متوسط المربعات M.S	القيمة الفاتية F	الدلالة Sig
بين المجموعات	12.909	3	4.303	0.39	غير دال
داخل المجموعات	730.534	66	11.069		
الكلية	743.443	69			

يشير الجداول اعلاه الى أنه ليس هناك فرق دال احصائيا في مستوى تأثير التربية الاعلامية في مواجهة التضليل الاعلامي تبعا لمتغير(العمر)، إذ بلغت القيمة الفاتية المحسوبة(٠,٣٩) وهي أقل من القيمة الفاتية الجدولية والبالغة(2.68) عند مستوى(0.05) ودرجة حرية(3-6٦) لذا تقبل الفرضية الصفرية وترفض البديلة.

الاستنتاجات:

1. فعالية التربية الإعلامية الرقمية واضحة ومؤثرة في الحد من التضليل الإعلامي.
2. المستخدمون يدركون أهمية التعليم في مكافحة التضليل.
3. وعي جيد بأساليب التحقق من المعلومات.
4. منصات التواصل الاجتماعي تمثل بيئة خصبة للتضليل الإعلامي.
5. الحملات التوعوية الإعلامية عبر المنصات الرقمية هي الأداة الأكثر فاعلية.
6. غياب فروق دالة إحصائية حسب الجنس والعمر.
7. أكثر أشكال التضليل الإعلامي انتشاراً: الأخبار الكاذبة والمفبركة.

8. وجود فجوة في التوعية المجتمعية بالتربية الإعلامية.

التوصيات:

١. دمج التربية الإعلامية الرقمية ضمن المناهج الدراسية: توصي الدراسة بإدراج برامج التربية الإعلامية الرقمية في جميع المراحل الدراسية، بما يضمن بناء وعي مبكر لدى الطلاب حول كيفية التعامل مع المعلومات الرقمية والتحقق من صحتها.
٢. تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية عامة: يجب على الجهات التعليمية والمجتمعية تنظيم ورش عمل ودورات تدريبية لتعزيز مهارات الجمهور في مواجهة التضليل الإعلامي.
٣. تعزيز الحملات التوعوية عبر منصات التواصل الاجتماعي: كونها أداة فعالة لنشر الوعي حول كيفية التعرف على الأخبار المضللة.
٤. تطوير منصات إلكترونية تعليمية متخصصة: إنشاء منصات رقمية تقدم محتوى تعليمياً متخصصاً في التربية الإعلامية الرقمية لتسهيل وصول المستخدمين إلى أدوات التحقق من المعلومات.
٥. تشجيع استخدام أدوات التحقق من المعلومات: تعزيز ثقافة التحقق من صحة المعلومات قبل إعادة نشرها، وذلك من خلال حملات إعلامية وتدريبية متخصصة تركز على مهارات الفحص والتقييم النقدي للمحتوى الرقمي.
٦. زيادة الرقابة على المحتوى المضلل: التعاون مع منصات التواصل الرقمي لتفعيل أنظمة الرقابة على المحتوى المضلل، مع دعم المبادرات الحكومية وغير الحكومية لمكافحة الأخبار الكاذبة.
٧. التركيز على الفئات الأكثر استخداماً للتواصل الرقمي: تصميم برامج توعية مخصصة للفئات العمرية الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي (٢٠-٤٩ سنة) لضمان تأثير أكبر في الحد من انتشار التضليل الإعلامي.
٨. تقليل فجوة التوعية المجتمعية بالتربية الإعلامية الرقمية: وذلك من خلال القيام بحملات مستمرة تهدف إلى سد الفجوة المعرفية في المجتمع حول أهمية التربية الإعلامية، مع التركيز على تبسيط المفاهيم وتقديم أمثلة عملية

CONFLICT OF IN TERESTS

There are no conflicts of interest

المصادر والمراجع

- [١] احمد جمال حسن محمد. (٢٠١٥). التربية الاعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية، رسالة ماجستير منشورة، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، مصر.
https://search.shamaa.org/PDF/Dissertation/EgMINU/min-mohameda_authsub.pdf٢٧٨٦٣٠_٢٠١٥se
 - [٢] ايهم زيد العتوم. (٢٠٢٣). اثر التربية الاعلامية عبر وسائل التواصل الاجتماعي في مكافحة الارهاب والتطرف من وجهة نظر الصحفيين. مجلة قاف للدراسات، ٢(٢)، ١.
- doi: <https://doi.org/10.58596/22/qaafe>

- [٣] نجبية عبدالله على ابو قاسم.(٢٠٢٤). التربية الاعلامية ودورها في مواجهة سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي. مجلة كلية الاداب، ٢٣(٤٠)، ١-٢٨. [https://doi.org/28-1-\(40\).23](https://doi.org/28-1-(40).23). [https://doi.org/28-1-\(40\).23](https://doi.org/28-1-(40).23)
- [٤] مصطفى محمود احمد.(٢٠٢٥). التربية الاعلامية الرقمية وعلاقتها بمستوى تحصيل وعي طلاب الاعلام التربوي بمخاطر تطبيقات التزييف العميق. مجلة البحوث الاعلامية، ٧٣(١) <https://doi.org/2024,322806,1819/jsb.10,2160.8>
- [٥]فاضل محمد حسين.(٢٠١٦).التربية الاعلامية الرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي، المستقبل العربي، ٣٩(٤٥٢)، ١٤٠.
- [٦] منصور حسام.(٢٠٢٢). الاعلام الرقمي، مفهومه ووسائله ونظرياته، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة، ٣(٢)، ٨٩.
- [٧]جمال الدين قوعيش،(٢٠١٧)، التربية الاعلامية والاعلام الرقمي: مبحث في التحديات والاستراتيجيات، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، ٢(٣)، ٢٧٢ <https://asjp.cerist.dz/en/article/57675>
- [٨]انتصار محمد القحطاني،(٢٠١٩)، الاعلام الرقمي. المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات ٢(٨)، ٩. <https://www.eimj.org/uplode/images/photo/entessar..pdf>
- [٩] افنان محمد شعبان،(٢٠٢٠)،العوامل المؤثرة في استخدام المرأة للتسويق الالكتروني، مجلة الباحث الاعلامي، ١٢(٤٧)، ١٣٣ DOI: ٤٧,٥١١١٢/abaa.v10,33282
- [١٠] ولاء محمد علي حسين.(٢٠٢٤). الاعلام الرقمي وانعكاساته في تنمية المجتمعات. تاريخ الاسترداد ١١ ٩ ، ٢٠٢٤ من موقع منصة اريد: <https://portal.arid.my/Publications/bcnsq-altrbyat-alalam-fy-sr-alalam-alrqmy-almtyat-walwayq-wfrdyat-althqq.pdf>
- [١١] غادة حسين محمد.(٢٠٢٤). الاعلام الالكتروني بين صناعة الخوف والمساهمة في مواجهته داخل المجتمعات في ظل جائحة كوفيد ١٩، مجلة اكليل للدراسات الانسانية. المجلد العدد(١).
- [١٢]محمد لمين بوزن، و عصام رزاق لبزة.(٢٠١٨). التربية الاعلامية الرقمية في ظل عالم متغير، المنتدى العالمي الأول، الجزائر، جامعة العربي التبسي، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، مخبر الدراسات الانسانية. [nsq-altrbyat-alalam-fy-sr-alalam-alrqmy-almtyat-walwayq-wfrdyat-althqq.pdf](https://portal.arid.my/Publications/bcnsq-altrbyat-alalam-fy-sr-alalam-alrqmy-almtyat-walwayq-wfrdyat-althqq.pdf)
- [١٣]اريج محمد فاخر الدين.(٢٠٢٢). دور التربية الاعلامية في استخدام الامن للإعلام الرقمي. المجلة المصرية لبحوث الاعلام، ٢(٨٠)، ٢٥٤. <https://doi.org/2022,266162/ejsc.10,2160.8>
- [١٤]علاء محمد عبد العاطي.(٢٠٢١). رؤية مستقبلية لتفعيل دور أخصائي الاعلام التربوي في تطبيق التربية الاعلامية لدى طلاب المرحلة الاعدادية، مجلة البحوث الاعلامية، المجلد (٢) العدد(٥٨)، <https://doi.org/2021,184181/jsb.10,2160.8>

- [١٥] شفيق حسنين. التضييل الاعلامي والغيبوبة المهنية.(القاهرة: دار الفكر والفن للنشر، ٢٠١١).
- [١٦] عبد الرزاق الدليمي، الدعاية والارهاب،(عمان: دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).
- [١٧] حمودة عبد الواحد حمودة. (٢٠٢١). الدور الوسيط للتحيزات المعرفية في العلاقة حول التضييل المعرفي حول كورونا والبخل المعرفي، المجلة المصرية للدراسات النفسية، ٣١، (١١٠)، ١٤٤، <https://doi.org/10.2116.8>.. ١٤٥٣٥٦/ejcz..
- [١٨] حسين كاظم.(٢٠١٨)، التضييل الاعلامي في بث المعلومات، مجلة الباحث الاعلامي، ٤٠، (١٠)، ١١٣. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i40.47>
- [١٩] عبد الله القحطاني. (٢٠٢٠). دور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات، ٢٨، (٤)، ٩. DOI: ١٠,٤١٩٧/Art.١٠,٤١٩٧-٤,٤٠٢٨
- [20] فهد عبدالرحمن الشمري، التربية الاعلامية كيف تتعامل مع الاعلام، (الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).