

التربية الإعلامية بالمدارس المصرية ودورها في التوعية بالأخبار الزائفة: دراسة ميدانية

د. طارق محمد الصعيدي*

ملخص الدراسة:

تزداد الأدوار المنوطة بالتربية الإعلامية خاصة مع تواجد أخصائيين للإعلام بكل المدارس المصرية ممن تأهلوا أكاديميا وتربويا في مجال الإعلام التربوي وبمقدورهم القيام بوسائلهم وأدواتهم المتعددة الصفية واللاصفية بأدوار مهمة في الوعي الرقمي بشكل عام والتوعية بالأخبار الزائفة التي يتعرض لها الطلاب عبر وسائل التواصل الاجتماعي خاصة مع الاستخدام الكثيف والتي أصبحت نمط حياة.

واستهدفت الدراسة التعرف على دور ممارسات وأنشطة التربية الإعلامية بالمدارس المصرية في التوعية بالأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ ويتفرع منه؛ التعرف على طبيعة اهتمام الطلاب بممارسات التربية الإعلامية، وقياس مدى معرفة الطلاب بالأخبار الزائفة وأهم مصادر المعرفة ومدى مساهمتها في مواجهة أخطار الأخبار الزائفة، وقياس اتجاهات الطلاب نحو تأثيرات التربية الإعلامية في التعريف بجوانب الأخبار الزائفة. واستخدمت الدراسة منهج المسح لعينة من طلاب المدارس المصرية الثانوية ببعض المحافظات المصرية واستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها وجود علاقة دالة احصائيا بين المشاركة في أنشطة وممارسات التربية الإعلامية ومستوى الوعي بالأخبار الزائفة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بالأخبار الزائفة باختلاف المتغيرات الديموغرافية. كما أظهرت ارتفاع المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية والأنشطة الاتصالية بين عينة الدراسة، وغالبية المدارس لديها حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الكترونية، ووسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام أكبر المصادر للأخبار الزائفة، والطلاب لديهم قدرات بين منخفضة ومتوسطة في مواجهة الأخبار الزائفة، وتختلف اتجاهات الطلاب حول دور التربية الإعلامية في التوعية بالأخبار الزائفة.

الكلمات المفتاحية: التربية الإعلامية – الأخبار الزائفة – المدارس المصرية

* الأستاذ المشارك بقسم الصحافة والإعلام بكلية الآداب- جامعة جازان، والأستاذ المساعد بقسم الإعلام بكلية التربية النوعية – جامعة المنوفية.

Media education in Egyptian schools and its role in raising awareness of fake news :field study

Abstract:

The roles assigned to media education are increasing, especially with the employment of media specialists in all Egyptian schools who are academically and educationally qualified in the field of educational media and who are able to play important roles in digital awareness in general and awareness of false news that students are exposed to through social media, especially with heavy use. which has become a way of life.

The study aimed to identify the role of media education practices and activities in Egyptian schools in raising awareness of false news through social media, The study used the survey method for a sample of Egyptian secondary school students in some Egyptian governorates, and the questionnaire was used as a data collection tool

The results: there is a statistically significant relationship between participation in the activities and practices of media education and the level of awareness of false news, and statistically significant differences in the level of knowledge of false news according to demographic variables. High participation in media education and communication activities among the study sample, and the majority of schools have accounts on social media and websites, and social media in general is the largest source of fake news.

Keywords: media education - fake news - Egyptian schools

مقدمة:

أحدثت ثورة الاتصالات في القرن الحالي تغيرات جذرية في طبيعة بث وتلقي الأخبار والمعلومات حول العالم في إطار متسارع ومتشابك، وقد تعددت مصادرها وتباينت رؤاها وسياساتها وأيدولوجياتها السياسية والاجتماعية والثقافية للتأثير في الرأي العام ومقدرات الشعوب. وصاحبت هذه الثورة الاتصالية تزايدا في الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار والمعلومات، ووفقا لتقرير أصداء بي سي دبليو الشرق الأوسط الحادي عشر في 2023 بلغت نسبة الشباب الذي يعتمد على وسائل التواصل كأهم مصدر للأخبار بنسبة 65% مقابل 45 لل قنوات التلفزيونية، والصحف 9%، والواتس اب أكثر استخداما في مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 82%، الفيس بوك بنسبة 72%، انسجرام 61%، سناب شات 46%، يوتيوب 53%، تيك توك 50%، تويتر 33% في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. (1)

وامتدادا لهذا الاستخدام الكثيف لوسائل التواصل الاجتماعي التي باتت المجال مفتوحاً أمامها لتبادل المعلومات والأفكار بما تحمله من غث وسمين، وبين صادق وكاذب، وبين شائعات وأخبار مضللة تشوه الواقع وتؤثر سلباً على حياة الأفراد والمجتمعات، فقد انتشرت في الآونة الأخيرة بشكل ملفت ما يسمى بالأخبار المزيفة التي اعتمدت على المعلومات المغلوطة والكاذبة ووجدت من وسائل التواصل الاجتماعي ميدانا خصباً للانتشار والتأثير مع غياب الرقابة وزيادة فرص الجماهير في المشاركة والتفاعل غير المسئول، وقد أشارت الدراسات السابقة إلى تأثيرات متزايدة لوسائل التواصل الاجتماعي في زيادة انتشار الأخبار الكاذبة حول جوانب مختلفة من الحياة الحديثة، والمجتمع، والسياسة، والتغيرات المجتمعية، وما إلى ذلك (2).

وهنا تتعاضد أدوار التربية الإعلامية وما يمكن أن تساهم به في الحقل التعليمي من خلال الأنشطة الإعلامية بالمدارس التي تتبنى أفكار ومبادئ لتنمية الوعي الإعلامي والرقمي وحسن استثمار وسائل الإعلام والتواصل، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة (3)، وتساهم في زيادة التوعية بالتمييز بين الأخبار الصادقة والزائفة من خلال أدوات تتسم بالفهم العميق لطبيعة أدوار النقد والتحليل؛ ومن هنا تأتي هذه الدراسة لترصد ما آليات وممارسات التربية الإعلامية بالمدارس المصرية وكيف تعمل في تنمية الوعي بانتشار الأخبار المزيفة كجزء من أهدافها في تنمية الوعي الرقمي والمواطنة الرقمية بشكل عام.

مشكلة الدراسة:

تتبع مشكلة الدراسة من تعاضد الأدوار على الأنشطة الإعلامية بالمدرسة خاصة مع تواجد أخصائيين للإعلام بكل المدارس المصرية ممن تأهلوا أكاديميا وتربويا في مجال الإعلام التربوي وبمقدورهم القيام بوسائلهم وأدواتهم المتعددة الصفية واللاصفية بأدوار في التوعية بالأخبار الزائفة التي يتعرض لها الطلاب عبر وسائل التواصل الاجتماعي خاصة مع الاستخدام الكثيف والتي أصبحت نمط حياة.

وتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي: ما دور أدوات وممارسات وأنشطة التربية الإعلامية بالمدارس المصرية في التوعية بالأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

أهمية الدراسة: يمكن توضيح أهمية الدراسة من خلال:-
- أهمية التربية الإعلامية لطلاب المدرسة؛ خاصة مع تزايد الاستخدام والتعرض الكثيف لوسائل التواصل الاجتماعي بلا موانع أو رقابة وما تحمله من أخبار زائفة مضللة وهي ما يعد مدخلا مهما في الدراسات الإعلامية.
- تتبع ودراسة الأخبار الزائفة في الحقل التعليمي مطلباً مهماً ويؤسس لوضع معايير للرصد الإعلامي والرقمي لمضامين وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي بما يساهم في رفع الوعي بالتربية الرقمية.
- الندرة النسبية في دراسات تتعلق بالتربية الإعلامية وأدورها في تنمية الوعي الرقمي بشكل عام والتوعية بالأخبار الزائفة بشكل خاص.
أهداف الدراسة: تهدف الدراسة التعرف على دور ممارسات وأنشطة التربية الإعلامية بالمدارس المصرية في التوعية بالأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ ويتفرع منه مجموعة من الأهداف:-

- 1- التعرف على طبيعة اهتمام الطلاب بممارسات وأنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة.
 - 2- التعرف على مدى معرفة الطلاب بالأخبار الزائفة وأهم مصادر المعرفة.
 - 3- رصد مدى مساهمة ممارسات وأنشطة التربية الإعلامية في مواجهة أخطار الأخبار الزائفة.
 - 4- الكشف عن اتجاهات الطلاب نحو تأثيرات التربية الإعلامية في التعريف بجوانب الأخبار الزائفة ومواجهتها.
 - 5- رصد مدى وأوجه الاستفادة من ممارسات التربية الإعلامية في تنمية الوعي بطرق وأساليب التعامل مع الأخبار الزائفة.
 - 6- رصد أهم وسائل الاتصال الأكثر نشرًا للأخبار الزائفة من وجهة نظر الطلاب.
 - 7- الكشف عن مدى ثقة الطلاب في القدرة على مواجهة الأخبار الزائفة، وصور التصرف حيالها.
- الدراسات السابقة:** بناء على متغيرات الدراسة فيمكن عرض الدراسات من خلال محورين:
المحور الأول: دراسات تتعلق بالتربية الإعلامية:

دراسة (Pavlik, J. V. (2023) ⁽⁴⁾ للنظر في تأثيرات الذكاء الاصطناعي التوليدي على الصحافة والتربية والإعلامية بالتعاون مع ChatGPT، حيث يؤذن الذكاء الاصطناعي التوليدي (AI) بدخول عصر التحول المحتمل للصحافة والمحتوى الإعلامي، وتناولت الدراسة إحدى منصات الذكاء الاصطناعي التوليدية البارزة والتي تسمى ChatGPT والتي تم إتاحتها للجمهور في عام 2022 للاستخدام المجاني.

يتيح ChatGPT للمستخدمين إدخال مطالبات نصية وإنشاء استجابات نصية بسرعة مستمدة من المعرفة المكتسبة من خلال التعلم الآلي في التعامل مع الإنترنت وهو ما يمكن استثماره في التربية الإعلامية وهناك العديد من القدرات وقیود ChatGPT على تقديم انعكاسات حول آثار الذكاء الاصطناعي التوليدي على الصحافة والتربية الإعلامية.

دراسة (Hobbs, R., Moen, M., Tang, R., & Steager, P. (2022) ⁽⁵⁾ حول تزايد الاهتمام بتعليم محو الأمية الإعلامية في جميع أنحاء الولايات المتحدة وحول العالم، ولكن لا يزال هناك القليل من المعلومات حول انتشار الممارسات التعليمية المختلفة المستخدمة لتنفيذها في المدارس الابتدائية والثانوية، وتضمنت الاستطلاعات والمقابلات شبه المنظمة مع عينة حصرية على مستوى الولاية من أصحاب المصلحة في مجال التعليم قادة المدارس

والمعلمين وأمناء المكتبات والمسؤولين الحكوميين المنتخبين وأولياء الأمور وأعضاء المجتمع في جميع المناطق التعليمية الـ 24 في رود آيلاند.

وتظهر النتائج أنه لا يتم تنفيذ سوى عدد قليل من الممارسات التعليمية مع معظم أو جميع الطلاب تقريباً في الولاية، ومع ذلك، فإن تطبيق مختلف الممارسات التعليمية لمحو الأمية الإعلامية تباينت بشكل كبير من مجتمع إلى آخر ولكن هذه الاختلافات لم تكن بسبب حجم المجتمع أو موقعه الجغرافي أو وضعه الاجتماعي والاقتصادي، ويمكن تفسير ما يقرب من نصف التباين في الممارسات التعليمية بالعقبات بما في ذلك قيود التكنولوجيا، والسياسات المدرسية، والأولويات الأكاديمية، وتصورات الطلاب، واستجابة المعلم.

دراسة: (6) Mateus, J., Andrada, P., González-C., & Ugalde, C. (2022) استهدفت الدراسة التعرف على تصور معلمي المدارس عن كفاءاتهم وكفاءات طلابهم الإعلامية من خلال إجراء ثماني مجموعات تركيز مع معلمي المدارس من المؤسسات العامة والخاصة، ودراسة تأثير وباء كورونا على ممارساتهم واحتياجاتهم والتحديات الناشئة عن هذه الأزمة، وتم إجراء بحث مكتبي للمصادر الرسمية للتعرف على استراتيجيات البلدان الأربعة قيد الدراسة: الأرجنتين، والإكوادور، وشيلي، والبيرو، وكيفية التصرف بعد جائحة COVID-19 في أمريكا اللاتينية في الانتقال من نموذج تعليمي وجهاً لوجه إلى نموذج عن بعد يتأثر بحالات الطوارئ والضعف التكنولوجي ونقص التخطيط، وقد أدى ذلك إلى زيادة الحاجة إلى محو الأمية الإعلامية في المنطقة.

سلطت النتائج الضوء على الحاجة إلى التدريب على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ذي الصلة من منظور محو الأمية الإعلامية، واستراتيجيات لمعالجة فجوات الاتصال، ونقص البيانات الملائمة، وعبء العمل الزائد.

وتمت مناقشة النتائج المحددة لكل بلد والاختلافات والمطالب الخاصة بكل سياق في هذا العمل كمساهمات في تطوير أجندة نقدية في التعليم الإعلامي.

دراسة عبد المحسن عقيلة 2022 (7) استهدفت التعرف على مستوى مهارات التربية الإعلامية الأخبارية لدى عينة من طلاب الإعلام التربوي جامعة المنيا في ضوء نظرية جيمس بوتر للتربية الإعلامية، واستخدمت منهج التحليل البعدي لدراسات التربية الإعلامية الأخبارية في الفترة من 2009 حتى 2022 من خلال أسلوب تحليل المضمون الكيفي. وأشارت النتائج إلى قصور المدرسة العربية في دراسات التربية الإعلامية الأخبارية، وأن معظم الدراسات عينة الدراسة استندت إلى نموذج جيمس بوتر للتربية الإعلامية في دراستها للتربية الإعلامية الأخبارية.

ومن خلال دراسة ميدانية لعينة من طلاب قسم الإعلام التربوي بالمنيا بلغت (412 مفردة)، وباستخدام أسلوب التحليل العنقودي، أوضحت النتائج أن نسبة ذوي مستويات التربية الإعلامية الأخبارية المرتفعة 32.3%، ونسبة الطلاب ذوي المستوى المنخفض 67.7%، ومن الصفات المشتركة للطلاب ذوي المستوى المرتفع أنهم أكثر دافعية لاستهلاك الأخبار، ولديهم تشكك في محتوى وسائل الإعلام الأخبارية، مقارنة بالطلاب ذوي المستوى المنخفض للتربية الإعلامية الأخبارية.

دراسة وفاء خضر 2021 (8) استهدفت تصميم وبناء برنامج تدريبي لمهارات التربية الإعلامية من الطفولة إلى المراهقة والشباب يفيد القائمين على تربية النشر والطفولة والشباب والمهتمين

بهم من أولياء الأمور والتربويين والإعلاميين، ويقدم الأطر النظرية والمهارية عن التربية الإعلامية ورؤية للوالدين والمسؤولين في مجال الطفولة والشباب لاكتساب الأجيال الجديدة مهارات التربية الإعلامية لمواجهة الفائض الهائل من وسائل الإعلام. واستعرضت الدراسة خطوات البرنامج التدريبي المقترح وتفصيلاته وكيفية تصميمه وبناء المحتوى التدريبي، واستراتيجيات التدريس.

ومن أهم مهارات التربية الإعلامية التي يتم تنميتها مهارات الاتصال الفعال مهارات اختيار المحتوى الإعلامي مهارات تحليل وتفسير الرسائل الإعلامية مهارات تقييم نقد الرسائل الإعلامية مهارة المشاركة الفعالة، التواصل ورجع الصدى مع وسائل الإعلام مهارة إنتاج الرسائل الإعلامية المضمون الإعلامي، مهارة استخدام التفكير الناقد مع محتوى وسائل الإعلام.

دراسة ولید اتباتو 2019 (9) هدفت التعرف على دور التربية الإعلامية في تنمية الكفايات الإعلامية لدى المراهق المتمدرس، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات لعينة قوامها (80) أستاذاً من الجنسين من أساتذة مستوى الإعدادي والثانوي؛ والذين يشرفون على تدريس المواد الأدبية والمواد المتعلقة بالعلوم الإنسانية واللغات والتكنولوجيا بكل من مدن الرباط وفاس وصفرو.

وتناولت الدراسة التركيز على مفهوم التربية الإعلامية، مراحل تطور التربية الإعلامية، المهارات والكفايات المتعلقة بالتربية الإعلامية، المؤسسات المجتمعية المؤهلة للقيام بدور التربية الإعلامية، استراتيجية اليونسكو لتدريس التربية الإعلامية.

وأظهرت النتائج العمل على إدراج مشروع التربية الإعلامية ضمن مخططات المجلس الأعلى للتعليم والبحث العلمي، العمل على إدراج مفهوم التربية الإعلامية داخل التكوين الأساسي للأساتذة.

دراسة دعاء عوض طه، 2018 (10) تهدف إلى معرفة العلاقة بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام التربوي، والتعرف على وضع الإعلام التربوي بعد ظهور أدوات الإعلام الجديد، واستخدمت الدراسة منهج المسح لعينة قوامها (600) مفردة من طلاب وطالبات مرحلة الثانوية العامة.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد واتجاهاتهم نحو ممارستهم لأنشطة الإعلام التربوي، ووجود علاقة دالة إحصائية بين درجة استخدام طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد ومعدل انتاجهم لأنشطة الإعلام التربوي، الصحافة المدرسية كانت أكثر الأنشطة الإعلامية التي يشارك فيها الطلاب الثانوية العامة، يليها الإذاعة المدرسية، يليها البرلمان المدرسي، ثم المناظرات الإعلامية، وبينت الدراسة أن أكثر من نصف المدارس لديهم مواقع إلكترونية لنشر انتاج الأنشطة الإعلامية.

دراسة هناء العسكري 2017 (11) استهدفت التعرف على دور القائم بالاتصال في الإعلام المدرسي في تقديم مفهوم التربية الإعلامية، والتعرف على مدى إدراك طلاب التعليم الثانوي لمفاهيم التربية الإعلامية، وطبقت الدراسة المسحية على عينة من القائمين بالاتصال وعينة من طلاب المرحلة الثانوية باستخدام الاستبيان.

وتوصلت الدراسة إلى إهتمام المدرسة الثانوية بالأنشطة الإعلامية وكان من مظاهر الإهتمام التوجيه والنشاط المستمر من قبل موجهي النشاط ووجود حوافز للطلاب المشاركين، وأثبتت

أن المشرفين على أنشطة الاعلام المدرسى تم إعدادهم أكاديميا لإجادة فنون الإخراج الصحفى وفهم أهداف النشاط الإعلامى والعمل على تنظيم المسابقات الإعلامية. **دراسة حسن خليل 2015** (12) استهدفت الدراسة تحديد قائمة بمهارات التربية الإعلامية اللازمة لطلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودى، ومن خلال منهج المسح وباستخدام مقياس ممارسة مهارات التربية الإعلامية كأداة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 400 مفردة.

وأسفرت الدراسة عن نتائج عدة أهمها التوصل لقائمة بمهارات التربية الإعلامية منها الثقافة الإعلامية والبصرية ومهارات وسائل الإعلام الاجتماعية، كما أن الممارسة لمهارات التربية الإعلامية متوسطة بين الطلاب وفي حاجة لتنميتها.

دراسة أحمد جمال حسن 2015 (13) استهدفت معرفة أثر نموذج التربية الإعلامية المقترح نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، وانبثق منه معرفة الأسس النظرية للتربية الإعلامية، بالإضافة إلى إعداد قائمة مهارات للتربية الإعلامية لتحليل ونقد المضامين الإعلامية، وفهمها، وتفسيرها، والتعرف على القيم التي تُقدم من خلالها، والمشاركة في إنتاجها بمسؤولية.

وقد أسفرت الدراسة عن بناء نموذج التربية الإعلامية، ووضع قائمة مهارات للتربية الإعلامية، وأثبتت أثرًا لنموذج التربية الإعلامية في الجانب المعرفي للتربية الإعلامية، وتنمية الجانب الوجداني للمسؤولية الاجتماعية، وتحصيل الجانب المعرفي المهاري لمصادقية مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية.

دراسة أسماء الولي 2012 (14) هدفت التعرف على دور أخصائى الإعلام التربوى فى نشر المفاهيم الحديثة للتربية الإعلامية فى المدارس الحكومية المصرية وكذلك التعرف على أهم المعوقات فى نشر مفاهيم التربية الإعلامية، وتم تطبيق الدراسة الميدانية على أخصائى الإعلام التربوى فى المدارس الإعدادية بمحافظة دمياط، واستخدمت منهج المسح الشامل . وتوصلت إلي أن مفهوم التربية الإعلامية غير مرسخ بالمدارس الإعدادية، كما أظهرت نقص الاهتمام بتدريب أخصائى الإعلام التربوى على المفاهيم الحديثة فى التربية الإعلامية، وغالبية الطلاب ليس لديهم معلومات عن التربية الإعلامية.

دراسة مها عبد الفتاح 2012 (15) استهدفت وضع تصور مقترح للتربية الإعلامية فى التعليم الثانوى فى مصر فى ضوء بعض الخبرات الدولية، واعتمدت على المنهج الوصفى التحليلي فى التعرف على الإطار المفاهيمى للتربية الإعلامية ورصد أهم مجالاتها وميادينها بمرحلة التعليم الثانوى، بالإضافة إلى وصف الوضع الراهن للتربية الإعلامية فى مصر والمشكلات التي تواجهها، وإلقاء الضوء على الخبرات العالمية فى هذا المجال، واعتمدت على استمارة استطلاع الرأى، والمقابلة الشخصية، والاستبيان للتعرف على واقع التربية الإعلامية بالمدارس الثانوية المصرية.

وتوصلت إلى أن التربية الإعلامية تصبح أكثر تأثيراً عندما تتكامل أدوار الآباء والمعلمين والمختصين فى الإعلام وصناع القرار لخلق وعى نقدى أكبر بين الأفراد، ووجود اتفاق حول الحاجة الماسة للتربية الإعلامية وضرورة تفعيل دور المدرسة فى تحقيق تربية إعلامية للطلاب بهدف تنمية قدرتهم على التفكير الناقد والبحث والاستقصاء.

دراسات المحور الثاني: الأخبار الزائفة:

-دراسة **Azzimonti, M., & Fernandes, M. (2023)** ⁽¹⁶⁾ استهدف رصد كيفية تأثير بنية شبكات التواصل الاجتماعي ووجود الأخبار المزيفة على درجة المعلومات المضللة والاستقطاب في المجتمع، وقامت بتحليل نموذج ديناميكي لتبادل الآراء عبر شبكات التواصل حيث يتكون لدى بعض الأفراد معلومات غير كاملة حول الحالة الحقيقية للعالم من حولهم ويظهرون بمستوى منخفض من الفهم.

وترصد كيفية تغير آراء العملاء بمرور الوقت وتقيم محددات المعلومات المضللة على المدى الطويل والاستقطاب في شبكات التواصل، وقام فريق البحث بإنشاء شبكة اصطناعية تمت معاييرها لتوثير وتشبه عملية تبادل المعلومات على مدى انتشار واسع لتحديد قدرة الروبوتات على نشر الأخبار المزيفة.

وتتمثل إحدى الأفكار الرئيسية في أن المعلومات الخاطئة والاستقطاب الجماهيري الواسع حولها تنشأ في الشبكات التي يعتقد 15% فقط من العملاء فيها أن الأخبار الزائفة صحيحة، مما يشير إلى أن تأثيرات العوامل الخارجية للشبكة مهمة من الناحية الكمية.

-دراسة **Wei, L., Gong, J., Abidin, N., & Apuke, O. (2023)** ⁽¹⁷⁾ وضعت هذه الدراسة نموذجاً للعوامل العقلانية التي تتنبأ بسلوك مشاركة الأخبار المزيفة، كما اختبرت الدور المعتدل لمهارات محو الأمية في وسائل التواصل الاجتماعي، وكان التركيز على مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وتم إجراء استطلاع عبر الإنترنت لجمع ردود المشاركين عبر المناطق الجيوسياسية النيجيرية.

ومن خلال استخدام أسلوب تحليل البيانات ونمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) توصلت إلى أن مهارات محو الأمية على وسائل التواصل الاجتماعي تعمل بشكل كبير على تخفيف العلاقة بين البحث عن المكانة والشهرة والثقة في وسائل التواصل الاجتماعي، ومشاركة الأخبار المزيفة بطريقة تجعل التأثيرات / العلاقات أقوى بين أولئك الذين لديهم مهارات منخفضة في محو الأمية الرقمية.

- دراسة **Obadā, D. R., & Dabija, D. C. (2022)** ⁽¹⁸⁾ تساءلت لماذا يشارك المستخدمون أخباراً كاذبة حول العلامات التجارية الصديقة للبيئة على وسائل التواصل الاجتماعي؟ وأشارت إلى تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة انتشار الأخبار الزائفة حول جوانب مختلفة من الحياة الحديثة، والمجتمع، والسياسة، والتغيرات المجتمعية، تم جمع البيانات من خلال نهج قائم على الكم من خلال مسح تم إجراؤه بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من الأسواق الناشئة على عينة ملائمة تتكون من 922 استبياناً.

وتظهر النتائج أن تدفق وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير وسيط على مشاركة الأخبار المزيفة حول العلامات التجارية الصديقة للبيئة على وسائل التواصل الاجتماعي، اقترح نظرية التدفق من علم النفس الإيجابي لاستخدامها كإطار نظري لشرح سلوك المستخدمين في مشاركة الأخبار المزيفة بما يمكن أن يساعد في فهم الآليات النفسية التي تؤثر على سلوك الناس في مشاركة الأخبار المزيفة.

- دراسة **أحمد جمال 2021** ⁽¹⁹⁾ هدفت رصد آليات تحقق الجمهور المصري من الأخبار الزائفة وفقاً لأنماط تفاعلهم مع مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدمت منهج المسح بالعينة والاستبانة كأداة لجمع البيانات لعينة 407 مفردة.

وقد توصلت لعدة نتائج، أهمها: اتصاف سلوك أكثر من نصف الجمهور المصري بالاستخدام "المشاهد" (النمط السلبي)، بينما تشاركت أقل من نصف عينة الدراسة باقي الأنماط التفاعلية (النمط الإيجابي)، بالرغم من الكثافة المفرطة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لجميع أفراد العينة، كما تصدر كل من الواتس اب وفيس بوك؛ قائمة المنصات الاجتماعية الأكثر استخداما من قبل المصريين، وكانت درجة تقييم الجمهور للثقة في مصادر الأخبار عبر التواصل الاجتماعي ثقة متوسطة، ويتم التحقق من أخبار مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق مرحلتين، وهما: التحقق الداخلي، والتحقق الخارجي.

- **دراسة مي عبد الغني 2020** (20) استهدفت التعرف على الكيفية التي يتم بها توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة ورصد أنواع الأخبار الزائفة والكشف عن مصادرها، وآليات التحقق منها، وذلك عبر تحليل عينة لصفحات مواقع التواصل عبر موقع فيس بوك التي تعنى بالتحقق من الأخبار الزائفة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها تصدر الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من الأخبار الزائفة، وتنوعت موضوعات الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ونطاقها الجغرافي وأظهرت تباين في آليات التحقق وأشكال واتجاه التفاعل من قبل مستخدمي تلك الصفحات.

- **دراسة Xichen Zhang, Ali A. Ghorbani, (2020)** (21) رصدت الدراسة نظرة عامة على الأخبار المزيفة على الإنترنت من حيث التوصيف والكشف والمناقشة، وأوضحت انه من الأهمية بمكان القدرة على اكتشاف متى يكون المحتوى عبر الإنترنت غير صحيح ويقصد منه التضليل ولكن يمثل ذلك تحديا تقنيا لانتشار الوسائط الاجتماعية وسهولة انشاء المحتوى وسرعة نشره، لذلك من الضروري أن تعتمد الجهود لمواجهة الأخبار الزائفة على التعاون بين البشر والتكنولوجيا.

كما بينت الدراسة تصنيفات وأنواع الأخبار الزائفة، وحجم انتشارها وأسبابها حيث أكدت أن بعض صفحات الويب تم انشاؤها عن قصد لنشر الأخبار والقصاص المزيفة عمدا بغرض الخدع والدعاية.

ولا يكفي تحليل محتوى الأخبار المزيفة لانشاء نظام كشف فعال وموثوق بل يتطلب تحليل المؤلف والمستخدم والسياق الاجتماعي للأخبار، وقدمت الدراسة تصميمًا لنظام بيئي شامل للكشف عن الأخبار المزيفة عبر الإنترنت بثلاث طبقات طبقة تنبيه، وطبقة كشف، وطبقة تدخل.

- **دراسة مها بهنسي 2019** (22) في اطار مدخل نموذج أدوار الجمهور في التحقق والتربية الرقمية؛ استهدفت تحديد الدور الذي يقوم به مستخدمو الشبكات الاجتماعية في مواجهة الأخبار الزائفة، وبحث العلاقة بين القدرة على كشف الأخبار الزائفة ووجود مهارات التربية الرقمية لدى المستخدمين بوصفها المدخل الأساسي للوعي الإعلامي لدى الجمهور، واستخدمت منهج المسح من خلال دراسة وصفية لرصد الظاهرة وتحديد أبعادها، وأجريت على عينة قوامها 400 مفردة من طلاب الجامعات المصرية واستخدمت الاسبيان كأداة لجمع البيانات.

وتمثلت أهم النتائج في وجود فروق ذات دلالة بين المبحوثين في التحقق من الأخبار الزائفة وفقا لكثافة استخدامهم للشبكات الاجتماعية، وأن مهارات التربية الرقمية لدى المبحوثين تزيد من قدرتهم على التحقق من الأخبار خاصة أن هذه المهارات تساعد على وجود جمهور ناقد لديه الوعي والمعرفة اللازمين للتعامل مع المحتوى الإعلامي، وظهر تأثير كل من مهارات

الوصول للمحتوى، ومهارات التحليل والتقييم على قدرة المستخدمين على التحقق من الأخبار الزائفة، وهناك درجة كبيرة من الوعي بموضوع الأخبار الزائفة لديهم.

- دراسة **C.Vargo, 2018** (23) اهتمت الدراسة بالبحث الدور السلبي للانترنت والشبكات الاجتماعية في نشر الأخبار الزائفة وأوضحت زيادة أعداد مواقع الأخبار الزائفة ولكن على الرغم من ذلك فانها لا تمثل قوة كبيرة، وتشير النتائج إلى أن الأخبار الزائفة تدخل في علاقة متشابكة مع الاعلام الحزبي عبر مواقع الشبكات حيث أن كل منهم يستجيب للآخر ويضع أولويات خاصة به كما أن المواقع الاخبارية ذاتها تستجيب لأجندة الأخبار الزائفة ولكن بدرجة أقل.

- دراسة **A. Schlitzer 2018** (24) تؤكد أن المنصات الاخبارية أيضا تنشر أخباراً مزيفة وبشكل دوري، والموضوعات التي تشتمل على معلومات خاطئة يتم نشرها عبر موقع تويتر أكثر من الموضوعات التي يتم التحقق من صحتها وهذا يؤكد أن مستخدمي المنصات يساهمون في نشر الأخبار الزائفة بشكل أسرع من الأخبار الصادقة.

- دراسة **T.Koltay (2011)** (25) تشير إلى أن التربية الرقمية في أساسها تتطلب ترتيب أولويات أخلاقية ووعي رقمي لدى الأفراد عند استخدام المحتوى الرقمي عبر وسائل الإعلام ومن ثم ضرورة توافر قدر مناسب من الثقافة الإعلامية المسؤولة لتقوم على الرقابة للاستخدام وانتقاء لوسائل الاعلام الرقمي.

ومن أهم نتائج الدراسة أن التربية الرقمية تعد حقا إنسانيا أساسيا خاصة مع وجود العديد من التحديات الأخلاقية التي يواجهها الأفراد في عالم الاتصال الواسع الرقمي وهو ما تسعى إليه مؤسسات التربية الرقمية والمواطنة الرقمية.

تعليق علي الدراسات السابقة:-

اتفقت الدراسة الحالية مع معظم نتائج الدراسات السابقة الأجنبية والعربية في تأكيد أهمية التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية للتعامل مع وسائل الإعلام الرقمي ووسائل التواصل والتوعية بالأخبار الزائفة، ويلاحظ اهتمام تناول البحثي للتربية الإعلامية والموضوعات ذات الصلة بها مثل محو الأمية الإعلامية والرقمية والوعي الإعلامي والاعلام التربوي؛ داخل المدارس والجامعات وعلاقتها بمتغيرات متعددة كالتحصيل الدراسي والجودة وحقوق الإنسان ومهارات النقد والتحليل، ومواجهة أساليب الغزو الفكري وغيرها.

وقد تناولت الدراسات عينات مختلفة من المرحلة الابتدائية والإعدادية والثانوية والتعليم الجامعي كذلك، وصولا لأطراف القائمين بالاتصال في العمل الإعلامي التربوي، وهو ما يؤكد التوجه نحو الاهتمام وتسليط الضوء وتفعيل أدوار التربية الإعلامية والرقمية.

سعت بعض الدراسات السابقة إلى وضع أطر ونماذج تتعلق بالتربية الرقمية والأخبار الزائفة ومواجهتها من خلال نموذج أدوار الجمهور والتحقق على مرحلتين ونموذج قبول التكنولوجيا والمعرفة الإعلامية والتربية الرقمية، وتحليل البيانات ونمذجة المعادلات الهيكلية، ونموذج ديناميكي لتبادل الآراء عبر شبكات التواصل في تفسير الظواهر المرتبة بمتغيرات الدراسة الحالية. تركز الكثير من الدراسات السابقة على المرحلة الثانوية باعتبارها أكثر المراحل نموا ونضجا وتفهما لمتغيرات التربية الإعلامية وممارسة الأنشطة الإعلامية ومن ثم تقبل مفاهيم جديدة من خلالها كالمواطنة الرقمية، أو حقوق الإنسان، أو الوعي بالأخبار الزائفة وغيرها من المتغيرات، بالرغم من ضعف الإمكانيات التكنولوجية والاهتمام والممارسة للتربية الإعلامية داخل المدرسة ومن يصاحبه من صعوبات وعقبات لا تزال تحد من فعالية أنشطة التربية الإعلامية.

اهتمت الدراسات الأجنبية منذ ثمانينات القرن الماضي على بأهمية التربية الإعلامية ورصدت برامج مخصصة لها أكثر تنظيماً وتخطيطاً، ودرست أدوارها في تنمية جوانب الشخصية وتعزيز السلوكيات الإيجابية وجوانب التفكير، وصولاً لدراسة تأثيرات الذكاء الاصطناعي التوليدي على الصحافة والتربية والإعلامية، والتركيز على محور الأمية الإعلامية والرقمية، وتقييم كفاءة الطلاب والمعلمين الإعلامية والحاجة إلى التدريب والخبرات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وكذلك الاهتمام بالأخبار الزائفة والأبعاد الخاصة بها بشكل متعدد وتحليلي، ورصد كيفية تأثير بنية شبكات التواصل الاجتماعي ووجود الأخبار المزيفة على درجة المعلومات المضللة وتأثيراتها، وتأثير وسائل التواصل الاجتماعي في زيادة انتشار الأخبار الزائفة، وفي الدراسات العربية ظهر الاهتمام بالأخبار المضللة والكاذبة وارتباطها بالشائعات واهتمت ببحث دور وسائل الإعلام والتواصل في نشرها وآثارها وتحدياتها ومواجهتها، ورصد آليات تحقق الجمهور المصري من الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

لم تهتم الدراسات العربية بمتغيري الدراسة تحديداً؛ التربية الإعلامية والتوعية بالأخبار الزائفة والوعي الرقمي في حدود علم الباحث.

وقد استفاد الباحث من مراجعة التراث النقدي للدراسات السابقة في معرفة أدوار وفعالية أنشطة التربية الإعلامية ونشر الوعي بجوانب رقمية ومعرفية ونقدية، وساعدت في صياغة المشكلة وتحديد الجوانب المنهجية للدراسة والتحليلات الإحصائية ومناقشة وتحليل النتائج.

الإطار النظري والمعرفي للدراسة:

تعتبر دراسة المعرفة الإعلامية من الدراسات المهمة، التي تحتاج من الباحث عدم الانسياق وراء مؤشرات النتائج والإحصائيات، والتي غالباً ما تسيطر على توصيف الحالة الاستهلاكية لوسائل الإعلام، إلى محاولة البحث عن نقطة البداية، وتوطين الموضوعات في سياقاتها المتعددة.

1- نظرية المعرفة الإعلامية :

ظهرت نظرية المعرفة الإعلامية لتفسر علاقة الجماهير بوسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة، بعد تراجع نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام، ويعتبر W.J.Potter من أبرز المؤسسين لنظرية المعرفة الإعلامية، حيث أن الناس في ظل ثورتي الاتصال والمعلومات يحتاجون نوعاً من الحماية والتحصين الذاتي، فينبغي أن يكونوا عارفين إعلامياً، ليستطيعوا التعرف على أيديولوجية (طريقة تفكير) وسائل الإعلام، ومن ثم قبولها أو رفضها.

و تنص النظرية عن النقاط التالية⁽²⁶⁾ :-

- ضرورة التفرقة بين مطابقة المعنى Meaning Matching، و بناء المعنى Meaning Construction، ففي الحالة الأولى، تكمن المعاني خارج الأفراد، ومهمة الأفراد هنا، هي إيجاد هذه المعاني و تذكرها، أما الحالة الثانية، فهي علي النقيض تماماً، حيث تكمن المعاني لدي الأفراد، فكل فرد يستطيع من خلال رسائل الإعلام، بناء وخلق معاني خاصة به، لا تتطابق مع ما يبينه الآخرون، من خلال تعرضهم لنفس هذه الرسائل، ويوجد علاقات ارتباطية دقيقة بين النمطين، ففي عملية بناء المعنى، يحتاج الأفراد أن ينطلقوا من قاعدة تأسيسية علي المعاني المتطابقة، حول مختلف الرموز المجتمعية القائمة فعلياً .

- التعامل المعرفي مع وسائل الإعلام يتطلب أربعة عناصر رئيسية، أولهم العنصر المعرفي وثانيهم الوجداني، وثالثهم الجمالي، ورابعهم العنصر الأخلاقي.

- وأن عملية التعرض لوسائل الإعلام تتم بطريقتين، أحدهما بوعي والأخرى بدون وعي، ففي الحالة الأولى يكون الفرد واعياً بأهداف التعرض، وكيفية اختيار الرسائل، وتفسير معانيها والتحكم في تأثيراتها عليه، بينما تتسم الأخرى، بقوة تأثير وسائل الإعلام، ومن ثم، يؤكد الباحث أن المعرفة الإعلامية مسئولية فردية، تقع على عاتق كل مواطن، وأن الناس يحتاجون أن يكونوا أكثر وعياً وحساسية في التعامل مع وسائل الإعلام، بوصفهم كائنات مفسرة.

وتضم نظرية المعرفة الإعلامية مجموعة من الفروض، من أهمها: أن الأشخاص الأكثر معرفة إعلامياً أكثر تقديراً لقيمة المنتج الإعلامي وأهميته في سياق حياتهم اليومية، وأن الأشخاص الأكثر معرفة إعلامياً، أقل في فترات تعرضهم للوسيلة الإعلامية الواحدة، لأنهم أكثر إدراكاً لأهدافهم من عملية التعرض، وأن الأشخاص الأكثر معرفة إعلامياً، يتعرضون لأكثر من وسيلة إعلامية، لأنهم أكثر قدرة ومهارة في التعامل مع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، ومتطلبات عملية التفكير التحليل النقدي وأن الأشخاص الأكثر معرفة إعلامياً، أكثر قدرة على تطوير أنماط الاستخدام والتعامل مع وسائل الإعلام الجديدة، وأن الأشخاص الأكثر معرفة إعلامياً أكثر قدرة على خلق إعلامهم الخاص⁽²⁷⁾.

نظرية المسئولية الاجتماعية:

ترتكز النظرية على مبدأ أن الحرية يجب أن يقابلها التزام وسائل الإعلام والاتصال بمعايير مهنية مثل الصدق والموضوعية والدقة⁽²⁸⁾

ويتم الاستفادة من النظرية في تفسير عمل أنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة بالتزامها ومسؤوليتها الاجتماعية اعتباراً من أهدافها ومسؤولياتها بتنمية الوعي الإعلامي والرقمي وما يشمل التوعية بالأخبار الزائفة والمضللة ونشر الوعي بين طلابها.

التربية الإعلامية:

يشير فهد الشميري⁽²⁹⁾ أنها مهارة التعامل مع الإعلام، ويعرفها مؤتمر التربية الإعلامية للشباب⁽³⁰⁾ بأنها التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي يرد فيه؛ ويشمل ذلك التحليل النقدي للمواد الإعلامية وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها. ويضيف أن هذا المفهوم يرتبط بالتعليم والتعلم عن الإعلام ووسائله المختلفة وليس مجرد عملية تعليمية عن طريق وسائل الإعلام. وأما مركز الثقافة الإعلامية⁽³¹⁾ فيعرفها بأنها المقدرة على تفسير وبناء المعنى الشخصي من الرسائل الإعلامية، والمقدرة على الاختيار وتوجيه الأسئلة والوعي بما يجري حول الفرد بدلاً من أن يكون سلبياً ومعرضاً للاختراق، وتعرفها رينيه هوبس⁽³²⁾: بأنها المقدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية، وتحليلها ونقلها بصيغ عديدة ومتنوعة.

ويري محمد عبد الحميد⁽³³⁾ أن مصطلح التربية الإعلامية يقصد بها تعليم فنون الإعلام (الاتصال) لطلاب المؤسسة التعليمية، والنشاط الذي يطلق عليه التربية الإعلامية هو الصحافة المدرسية، الإذاعة المدرسية، المسرح المدرسي والأنشطة الخاصة بالاتصال المباشر مثل المحاضرات والندوات والمناظرات، والمعارض وغيرها.

ويضيف أنها تلك الجهود المخططة للمؤسسات التربوية والتعليمية التي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقه الاتصالية عليها، من خلال تنمية المعارف والمهارات الخاصة باختيار الوسائل والتحليل الناقد للرسائل، لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نمو المجتمع واستقراره⁽³⁴⁾.

وهو ما تتبناه الدراسة الحالية من الإشارة للتربية الإعلامية كجهود تربوية وتعليمية وإعلامية مخططة ومدروسة تقوم بها المدارس تشتمل على تدريس مقررات بهذا التخصص أو ممارسة أنشطة صافية وغير صافية لتنمية الوعي الإعلامي والرقمي لدى الطلاب من خلال وسائلها المتعددة وأدوارها الإعلامية خاصة مع انتشار وتزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي بين الأفراد.

أهمية التربية الإعلامية:

تتعاطم أهمية التربية الإعلامية داخل المدارس يوماً بعد يوم، خاصة مع ثورة الاتصالات الرقمية وما وفرته من تسهيل وسرعة في عمليات التواصل والوصول إلى مصادر المعلومات، ومع ما تحمله هذه الثورة من نتائج ذات آثار إيجابية على الفرد والمجتمع إذا تم استغلال وسائل الاتصال والتقنية الحديثة على الوجه الأمثل، ولها آثارها السلبية التي تظهر مع التمرد على القواعد الأخلاقية والضوابط القانونية والمبادئ الأساسية التي تنظم شؤون الحياة الإنسانية. وفيما سبق كان الآباء يمكنهم معرفة اهتمامات أبنائهم ومراقبة علاقاتهم بالآخرين، أما في العصر الرقمي أصبحوا يتواصلون مع مجهولين رقميين يشكلون خطراً محتملاً قوياً، وقد يتصفحون مواقع مشبوهة خطيرة، وأصبح من شبه المستحيل مراقبة كل ما يشاهدهونه من صفحات ومن يتصلون به من أشخاص مع انتشار الأجهزة اللوحية والكفية والهواتف الذكية المحمولة في كل زمان ومكان، خاصة مع العلم بأن ساعات استخدام الأطفال والمراهقين لهذه الأجهزة في تزايد مستمر، وأكثر من الساعات التي يقضونها مع آبائهم ومعلميهم.

وباستعراض خبرات الدول الأخرى نجد أن دولاً متقدمة عديدة مثل بريطانيا والولايات المتحدة وكندا تدرس لطلابها في المدارس مواضيع خاصة بالمواطنة الرقمية في إطار منهج التربية الرقمية⁽³⁵⁾، وتقدم بعض الدول المتقدمة التربية الإعلامية للطلاب بالمدارس في صورة المنهج المتكامل داخل المواد الدراسية المختلفة مثل كندا وروسيا، وتقوم بعض الدول بتقديم التربية الإعلامية لطلاب المدارس من خلال مادة دراسية مستقلة هي التربية الإعلامية مثل ولاية Thuringen في ألمانيا⁽³⁶⁾.

كما نجد في نفس الإطار المشروع الذي وضعته أستراليا تحت شعار "الاتصال بثقة: تطوير مستقبل أستراليا الرقمي" والذي ينص على تعميم تدريس المواطنة الرقمية للطلاب مع تدريب الآباء والمعلمين عليها وفق خطة وطنية متكاملة، كما تخطط فرنسا لجعل موضوع المواطنة الرقمية قضية وطنية كبرى⁽³⁷⁾.

وبالنظر للواقع العربي نجد تزايد الاهتمام بموضوعات التربية الإعلامية وما يصاحبها من متغيرات وخاصة ما يتعلق بتنمية مهارات التعامل مع التقنيات الرقمية، وفي مصر أشار الباحثين إلى ضرورة التربية الإعلامية للشباب العربي في المراحل التعليمية المختلفة في عصر الطغيان الإعلامي، حيث أشار طارق الصعيدي⁽³⁸⁾ في دراسة عن دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي الإعلامي لتلاميذ المرحلة الإعدادية من خلال أول توصية لإدراج منهج مقترح للتربية الإعلامية يدرس بالمدارس المصرية لتنمية الوعي الإعلامي وتحسين الطلاب ضد أخطار وسائل الإعلام، وأشار وليد بركات⁽³⁹⁾ الاهتمام بالتربية الإعلامية ومحو الأمية الإعلامية والبحث في امكانية تدريس التربية الإعلامية كمقرر مستقل أو موضوعات داخل مقررات أخرى، وأوصى بإدراج منهج التربية الإعلامية كمقرر دراسي في المدارس المصرية والجامعات.

وقد سعت وزارة التعليم المصرية في العام الدراسي 2021-2022م للبدء في تعليم الأطفال في مناهج المدرسة الابتدائية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كمقرر جديد يضاف لأول مرة وفقا لفلسفة نظام التعليم الجديد (تعليم2). (40)

وكانت الأردن من الدول الرائدة في إضافة منهج التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية؛ حيث قامت الحكومة الأردنية بتشكيل فريق متابعة لمشروع التربية الإعلامية والمعلوماتية (41). وفي المملكة العربية السعودية (42) تتضمن جهود وزارة التربية والتعليم دمج مهارات التربية الإعلامية في المنهج الدراسي كجزء من عملية الإصلاح التربوي الشامل، وتدريب المعلمين والمعلمات أثناء الخدمة في مجال التربية الإعلامية.

وكما هو الحال في المغرب (43) من توفير برامج تدريبية مستدامة ومناهج دراسات وبحوث حول تعليم التربية الإعلامية لصالح الأساتذة الذين سيساهمون في تطوير التربية الإعلامية. ومن خلال متابعة الباحث للاستخدام المتنامي لشبكات التواصل الاجتماعي بين الشباب وطلاب المدارس وما قد ينجم عنه من تأثيرات سلبية ومشكلات عدة نتيجة نقص الوعي بالأخبار الزائفة والمحتوي الإعلامي الضار؛ فكانت الحاجة إلى الدراسة الحالية لتسليط الضوء على أهمية تفعيل أدوار التربية الإعلامية بالمدارس المصرية بوسائلها المختلفة وصولاً لمعرفة رقيمة تمكن من التمييز بين الغث والسمين والأخبار والمعلومات الصحيحة وبين الأخبار الزائفة والمضللة.

الأخبار الزائفة:

يعرف قاموس The Collins Dictionary بأن الأخبار الزائفة Fake news مصطلح يشير إلى المعلومات الخاطئة أو المثيرة في كثير من الأحيان التي يتم نشرها تحت ستار الأخبار (44). ويعرف (2017) C.Silverman (45) الأخبار الزائفة بأنها معلومات مغلوطة بالكامل يتم اختلاقتها من أجل مكاسب مالية أو سياسية أو غير ذلك.

وشاع المصطلح بداية من خلال البرامج التليفزيونية الترفيهية التي تخلط بين الأخبار والكوميديا في إطار مناقشة الأمور العامة؛ إلا أنه انتشر بعد ذلك مرتبطاً بالأخبار المضللة وغير الصحيحة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، والأخبار المتحيزة التي تتناول الشخصيات العامة بشكل سلبي في محاولة للتأثير على الرأي العام كل ذلك إما لأغراض سياسية أو اقتصادية أو جذب متابعين وتحقيق إعلانات ومكاسب مالية.

تصنيف الأخبار الزائفة: يتمثل في التالي: - (46)

- 1- السخرية: يتم الاعتماد على المرح والسخرية والمبالغ ومزجها بالمعلومات الخاطئة للتعليق على الأحداث الحالية.
- 2- التحيز البالغ حيث يتم تقديم وجهة نظر معينة ويعتمد التحيز البالغ على الدعاية أو المعلومات خارج السياق والآراء والحقائق المشبوهة.
- 3- نظرية المؤامرة يتم الاعتماد على مروجين أساسيين لنظرية المؤامرة الذين يقومون بربط القضايا والأحداث اليومية بهذه النظرية باستمرار بهدف دعمها والتأكيد لدى الجمهور عليها.
- 4- الشائعات من خلال التركيز على الشائعات والنميمة والتلميحات والإدعاءات غير المؤكدة.
- 5- العلم الزائف يتم الاعتماد على تقديم المغالطات العلمية والإبداعات غير الصحيحة كما تم التركيز على علوم ما وراء الطبيعة.

6- أخبار الكراهية هي الأخبار التي تعتمد على بث العنصرية والكراهية وغيرها من الأفكار للفرقة والتشتت.

7- الأخبار المضللة يتم تقديم عنوان مبالغ فيها أو خادعة بينما تكون الأخبار صحيحة وقد يتم الاعتماد على معلومات أو صور من الشبكات الاجتماعية بدون التحقق منها.

وما زال العالم يشهد ارتفاعا كثيفا في سرعة انتشار الأخبار الزائفة وهو ما دفع الدول والمؤسسات ذات الصلة باتخاذ إجراءات صارمة للحد من انتشارها ومن أبرز الآليات لمواجهة تشريع بعض القوانين للحماية من الكذب والتلاعب، وطرح تطبيقات لدى بعض المواقع كما فعلت إدارة فيس بوك وتويتير ويوتيوب وبعض مبادرات التوعية، وقد تكون هذه الدراسة أحد تلك المبادرات في المدارس المصرية.

مصطلحات الدراسة:

التربية الإعلامية: إجراءات المشاركة في الأنشطة الإعلامية والاتصالية داخل المدارس المصرية وفقاً لأسئلة الاستبيان.

التوعية بالأخبار الزائفة: تقاس إجراءات من خلال الدرجة التي يحصل عليها الطلاب على مقياس المعرفة بالأخبار الزائفة المتضمن في أسئلة الاستبيان.

تساؤلات الدراسة: تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية: -

1- ما مدى اهتمام الطلاب بممارسات وأنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة؟

2- ما أهم ممارسات وأنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة؟

3- كم درجات المعرفة لدى الطلاب بالأخبار الزائفة وما أهم مصادر المعرفة؟

4- ما مدى مساهمة ممارسات وأنشطة التربية الإعلامية في مواجهة أخطار الأخبار الزائفة؟

5- كيف كانت اتجاهات الطلاب نحو تأثيرات التربية الإعلامية في التعريف بجوانب الأخبار الزائفة ومواجهتها؟

6- كم مدى الاستفادة؟، وما أوجهها من ممارسات التربية الإعلامية في تنمية الوعي بطرق وأساليب التعامل مع الأخبار الزائفة؟

7- ما أهم وسائل الاتصال الأكثر نشرًا للأخبار الزائفة من وجهة نظر الطلاب؟

8- ما درجة ثقة الطلاب في القدرة على مواجهة الأخبار الزائفة؟ وما صور التصرف حيالها؟

فروض الدراسة:

1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة ومستوى التوعية بالأخبار الزائفة.

2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التوعية بالأخبار الزائفة باختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع- السكن - نوع التعليم).

3- توجد علاقة بين مدى المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة، وبين درجات الاستفادة منها في تنمية الوعي بالأخبار الزائفة.

4- توجد علاقة بين مدى المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة، وبين اتجاهات الطلاب نحو دورها في التوعية بالأخبار الزائفة.

نوع الدراسة ومنهجها: تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية؛ التي تستهدف وصف المواقف والظواهر والأحداث وجمع المعلومات الدقيقة عنها بأسلوب منهجي محدد، وتستخدم الدراسة

منهج المسح بالعينة والذي يسمح بجمع المعلومات عن سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بوسائل الاتصال المختلفة.

مجتمع وعينة الدراسة: - يتمثل مجتمع الدراسة في طلاب المرحلة الثانوية العامة بمصر، ويتم اختيار عينة عشوائية من بعض المدارس الثانوية بمحافظة القاهرة والمنوفية لتمثل العاصمة وأحد الأقاليم في حدود إمكانات الباحث؛ وبلغ حجمها 440 مفردة من الطلاب والطالبات.

أداة جمع البيانات: اعتمد الباحث في الدراسة على استمارة الإستبيان كأداة لجمع البيانات، فهي من أنسب الأساليب لجمع البيانات وفقاً لموضوع الدراسة الحالية ومن أكثر الوسائل شيوعاً في المنهج المسحي، واشتمل على الأسئلة التي تغطي تساؤلات الدراسة وفي ضوء أهدافها، كما تم تحديد أسئلة لقياس درجات المشاركة في التربية الإعلامية، وأسئلة لقياس المعرفة بالأخبار الزائفة، وحجم الاستفادة، والاتجاهات، بالإضافة للبيانات الشخصية التي تحدد المتغيرات الوسيطة للدراسة.

الصدق والثبات: قام الباحث باعداد أسئلة الأستبيان وفقاً لمحاور وأهداف الدراسة وتساؤلاتها، وتم عرضها بصورتها الأولية على مجموعة من المحكمين (47) للتأكد من صدق الأستبيان وقياس ما وضع لقياسه، كما تم تطبيقه على عينة أولية 20 مفردة للتعرف على مدى وضوح الأسئلة وبنودها الفرعية وطرق الإجابة وتم إجراء بعض التعديلات وفقاً لآراء المحكمين والطلاب .

كما تم حساب الثبات بطريقة الاتساق الداخلي (صدق التكوين)، تم إيجاد معاملات الارتباط بين محاور مقاييس المتغيرات وبين بعضهم البعض، وكذلك بين كل محور وبين الدرجة الكلية لمقاييس الاتجاه، وجميعها معاملات ارتباط مرتفعة ودالة عند مستوى أقل من (0.05) حيث كانت معاملات الارتباط بين (0.812، 0.983) وهذا يزيد التأكد من صدق الأداة، وهي نسب عالية تشير لصلاحية الأداة للتطبيق، وتم التطبيق باستخدام نماذج جوجل وارسال الرابط لمجموعات الطلاب بالمدارس من خلال إدارة المدرسة والطلاب.

المعالجة الإحصائية: قام الباحث بتفريغ بيانات الدراسة على برنامج SPSS من موقع جوجل دريف، وتم استخدام المعالجات الإحصائية التالية:

التكرارات والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، ومعامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين متغيرين، واختبار T-Test، لمعرفة دلالة الفروق بين مجموعتين، واختبار كا²، ومعامل التوافق، والوزن النسبي واختبار Z.

نتائج الدراسة: ويمكن عرض النتائج وفقاً لمحورين:-

أولاً: النتائج العامة وتساؤلات الدراسة:

1-توصيف عينة الدراسة

جدول رقم (1) توصيف عينة الدراسة

توصيف عينة الدراسة		النسبة	التكرار
النوع	طلاب	54.1	238
	طالبات	45.9	202
السكن والإقامة	محافظة المنوفية	52.3	230
	محافظة القاهرة	47.7	210
نوع التعليم	مدارس حكومية	65.9	290
	مدارس أهلية أو خاصة	34.1	150
	الإجمالي	100	440

يتضح من بيانات الجدول السابق توصيف عينة الدراسة؛ فبالنظر لمتغير النوع بلغت نسبة الطلاب 54.1%، ونسبة الطالبات 45.9%، ومن حيث متغير السكن والإقامة؛ فكانت نسبة العينة من محافظة المنوفية 52.3%، ومن سكان محافظة القاهرة 47.7%، وبالنسبة لمتغير نوع التعليم فظهرت المدارس الحكومية بنسبة 65.9% في مقابل نسبة 34.1 مدارس خاصة أو أهلية. وتشير البيانات إلى تقارب ظهور نتائج العينة ومتغيراتها نسبياً مع واقع المجتمع الأصلي من متغير الطلاب والطالبات، والسكن بالقاهرة والمنوفية، وكذلك زيادة أعداد الطلاب بالمدارس الحكومية عنها في التعليم الخاص والأهلي، كما ترتبت على مدى اهتمام هذه المدارس بالتجاوب مع الباحث من خلال قادتها وإداراتها.

2- مدى المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية والأنشطة الاتصالية في المدرسة:

جدول رقم (2) مدى المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية والأنشطة الاتصالية في المدرسة.

مدى المشاركة أنشطة التربية الإعلامية		طلاب		طالبات		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	25	10.5	20	9.9	45	10.2	
غالباً	45	18.9	35	17.3	80	18.2	
أحياناً	86	36.1	94	46.5	180	40.9	
نادراً	37	15.5	33	16.3	70	15.9	
لا	45	18.9	20	9.9	65	14.8	
الإجمالي	238	100	202	100	440	100	

قيمة كا² = 9.121 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0.058 = دالة التوافق = 0.143 يتضح من بيانات الجدول السابق انخفاض المشاركة الدائمة في أنشطة التربية الإعلامية فبلغت 10.2% فقط من عينة الدراسة، في حين جاءت المشاركة بشكل غالباً ما يشاركون بنسبة 18.2%، وترتفع نسبة المشاركة المتوسطة أحياناً بنسبة 40.9%، ونسبة من يشاركون بشكل نادر 15.9%، وأخيراً من لا يشاركون مطلقاً في أنشطة التربية الإعلامية نسبتهم 14.8%. وتشير النتيجة إلى أن المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بوسائلها المختلفة جاءت بشكل متوسط وبين الحين والآخر وبين غالبية المشاركات في المدارس الثانوية عينة الدراسة رغم التأكيد المستمر على أهميتها وتواجد أخصائي للإعلام التربوي في أغلب المدارس المصرية. وقد تفسر النتيجة من توسط هذه المشاركات إلى عدم التخطيط الجيد لأنشطة الإعلام المدرسي وفقاً لأهداف ورؤى استراتيجية، كما يمكن السبب في وجود أنشطة مدرسية أخرى في الحقل المدرسي وكذلك ارتباط مجتمع طلاب الثانوية العامة بالتحصيل الدراسي وكذلك ظاهرة غياب الطلاب عن الحضور المدرسي كما أشارت معالجات بعض الصحف لهذه الظاهرة. وتشير النتيجة إلى اتفاق بين عدد من الدراسات السابقة حول متوسط المشاركات في الأنشطة الإعلامية بالمدارس ووجود معوقات في ممارسة هذه الأنشطة كما أشار حسن خليل 2015 (48) وأسماء الولي 2012 (49) وهناء عباس 2011 (50)، وتختلف النتيجة مع هناء العسكري (51) التي أشارت إلى ارتفاع نسبة مشاركة الطلاب في الأنشطة الإعلامية بالمدرسة الثانوية. وتشير كا² إلى دلالة الفروق بين الطلاب والطالبات في المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بالمدارس عينة الدراسة بين الطلاب والطالبات حيث بلغت 9.121، وهي دالة عند مستوى معنوية 0.05.

والفارق النسبي بسيط بين مشاركة الطلاب والطالبات ويميل ناحية الطالبات فهن أكثر مشاركة في الأنشطة الإعلامية من الطلاب الذكور.

3- المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية والأنشطة الاتصالية في المدرسة في الأسبوع:

جدول رقم (3) المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية والأنشطة الاتصالية في المدرسة في الأسبوع

المشاركة أسبوعياً		طلاب		طالبات		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
40	16.8	30	14.9	70	15.9		
31	13	34	16.8	65	14.8		
137	57.6	98	48.5	235	53.4		
15	6.3	25	12.4	40	9.1		
15	6.3	15	7.4	30	6.8		
238	100	202	100	440	100		

قيمة كا²=7.645 درجة الحرية=4 مستوى المعنوية=0.105 = دالة التوافق=0.131 تكمل بيانات الجدول السابق توصيف حجم المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة لدى الطلاب عينة الدراسة فقد ظهرت نسبة المشاركة حسب الظروف بنسبة 53.4% بمعنى عدم الانتظام، في مقابل نسبة 15.9% منهم تشارك يوماً في الأسبوع، و نسبة 14.8% تشارك يومين في الأسبوع، في جاءت نسب المشاركة الأعلى ثلاثة أيام أسبوعياً بنسبة 9.1% ومن يشاركون يوماً في أحد الأنشطة الإعلامية بنسبة 6.8% .

وهو ما يتوافق مع النتائج السابقة في الاستخدام المتوسط وبين الحين والآخر طوال أيام الأسبوع لنفس المبررات المنطقية السابقة، والتي بلا شك تحتاج لمراجعة الخطط والأهداف العامة للتربية الإعلامية ودعم المشاركة بين الطلاب لهذه الفعاليات كأن تكون جزءاً من اليوم الدراسي، أو كما أشارت بعض التقارير الصحفية لوزارة التعليم بتخصيص أيام معينة لتنمية شخصية الطلاب من خلال النشاط المدرسي الهادف.

وأشار اختبار كا² إلى عدم وجود فروق دالة احصائية بين الطلاب والطالبات في متغير المشاركة الأسبوعية في أنشطة التربية الإعلامية.

4- مدى وجود موقع الكتروني أو حساب للمدرسة على وسائل التواصل الاجتماعي:

جدول رقم (4) مدى وجود موقع الكتروني أو حساب على وسائل التواصل الاجتماعي

مدى وجود موقع الكتروني		طلاب		طالبات		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
70	29.4	45	22.3	115	26.1		
133	55.9	117	57.9	250	56.8		
0	0	5	2.5	5	1.1		
35	14.7	35	17.3	70	15.9		
238	100	202	100	440	100		

قيمة كا²=8.571 درجة الحرية=3 مستوى المعنوية=0.036 = دالة التوافق=0.138 يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر من نصف المدارس الثانوية المصرية من عينة الدراسة لديها حساب على أحد مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 56.8%، في مقابل نسبة

26.1% لديهم موقع إلكتروني على شبكة الانترنت، في حين أشار نسبة 15.9% لا يعرفون، و1.1 لا يوجد حسابات أو مواقع إلكترونية.

وتتفق النتيجة مع دراسة **دعاء عوض طه، 2018** (52) في أن أكثر من نصف المدارس المرحلة الثانوية لديهم مواقع إلكترونية لنشر إنتاج الأنشطة الإعلامية.

وهو ما يشير إلى مسايرة المدارس المصرية للتطورات الرقمية والاتصالية والحرص على أن يكون لها مساحة في الفضاء الإلكتروني وما يحمله من مميزات من سهولة تواصل الطلاب وأولياء الأمور مع إدارة المدرسة والتعرف على الفعاليات والقرارات المهمة للعمل التعليمي وهو ما يبرز أهمية وجود أخصائي التربية الإعلامية المدرب والمؤهل لإدارة المحتويات الرقمية لهذه الحسابات بما يحقق أهدافها ويتوافق مع محور الأمية الرقمية والوعي الرقمي للطلاب تجاه القضايا والأحداث والمتغيرات ومنها ما يرتبط بموضوع الدراسة من التعريف بالأخبار الزائفة أو المضللة.

وهذا يتوافق مع حق الوصول الرقمي (53) ومبدأ إتاحة الفرص أمام جميع الأفراد فيما يتعلق بالوصول إلى التكنولوجيا واستخدامها، وتوفير الحقوق الرقمية المتساوية ودعم الوصول الإلكتروني، ومن ثم الاعتماد عليها في متابعة شؤون حياتهم اليومية والتعليمية.

وأظهر اختبار كاي2 عن وجود فروق دالة إحصائية بين الطلاب والطالبات في متوسط عدد الساعات لممارسة الأنشطة الإعلامية.

5- ممارسات وأنشطة التربية الإعلامية التي يشارك بها الطلاب عينة الدراسة :

جدول رقم (5) ممارسات وأنشطة التربية الإعلامية التي يشارك فيها الطلاب عينة الدراسة

ممارسات التربية الإعلامية		طلاب		طالبات		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
157	66	128	63.4	285	64.8		
110	46.2	95	48.2	205	47.1		
193	81.1	122	63.5	315	37.3		
176	73.9	134	71.7	310	72.9		
95	39.9	100	50.8	195	44.8		
80	34.3	70	35.5	150	34.9		
172	43.8	143	70.8	315	72.4		
105	46.1	95	48.2	200	47.1		
112	47.1	93	48.4	205	47.7		
238		202		440			

يتضح من الجدول السابق تعدد قنوات المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بالمدارس الثانوية عينة الدراسة ومنها الوسائل التقليدية والوسائل الإلكترونية؛ فما زالت الإذاعة المدرسية تحتل المرتبة الأولى في وسائل التربية الإعلامية فبلغت نسبتها 72.9%، يليها في المرتبة الثانية المشاركة في جروبات الواتس آب لتبادل المعارف والأخبار والفعاليات المدرسية بنسبة 72.4%، ثم المشاركة من خلال المناهج الدراسية في الإعلام والاتصال وحصص النشاط المخصصة لذلك بنسبة 64.8%، يليها المشاركة في الندوات والمحاضرات الإعلامية بنسبة 47.7%، ثم المشاركة الإعلامية في الموقع الإلكتروني للمدرسة على الانترنت بنسبة 47.1% وبنفس النسبة جاءت المشاركة في الصحيفة الإلكترونية المدرسية، ثم جاءت المشاركة في

نشاط الصحافة المدرسية التقليدية بموقع متأخر نسبيا بنسبة 44.8%، ثم المشاركة في حسابات المدرسة على وسائل التواصل الاجتماعي وتغذيتها بالمواد الإعلامية والمعلومات بنسبة 37.3%، والمشاركة في النادي الإعلامي بالمدرسة أو جماعات البرلمان والمناظرات بنسبة 34.9%.

والملاحظ من النتيجة السابقة تعدد وتنوع مجالات وأنشطة التربية الإعلامية وما زالت للأنشطة التقليدية مكانتها بين الطلاب عينة الدراسة وخاصة الإذاعة المدرسية التي ركزت عليها أيضا نتائج بعض الدراسات السابقة (54)، مع اختلاف موقعها في الأهمية مع محمد فواد (55) التي أثبتت ارتفاع المشاركة في الصحافة المدرسية عن غيرها من وسائل التربية الإعلامية.

في حين أشارت نتائج **دعاء عوض طه، 2018** (56) إلى أن الصحافة المدرسية كانت أكثر الأنشطة الإعلامية التي يشارك فيها الطلاب الثانوية العامة، يليها الإذاعة المدرسية.

كما تشير النتائج إلى تقارب نسبي بين الطلاب والطالبات في ممارسات كثير من الأنشطة باستثناء زيادة مشاركة الطلاب في حسابات وسائل التواصل، وارتفاع مشاركة الطالبات في جروبات الواتس اب والصحافة المدرسية؛ وهو ما قد يتناسب من جراءة الكثير من الطلاب الذكور للظهور الإعلامي والمشاركات عبر وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بالطالبات.

6- مدى معرفة الطلاب عينة الدراسة بالأخبار الزائفة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي:
جدول رقم (6) يوضح المعرفة بالأخبار الزائفة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

المعرفة بالأخبار الزائفة	طلاب		طالبات		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	123	51.7	105	52	228	51.8
إلى حد ما	78	32.8	74	33.6	152	34.5
لا	37	15.5	23	11.4	60	13.6
المجموع	238	100	202	100	440	100

قيمة كا² = 1.860 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.395 = دالة التوافق = 0.065
يتضح من الجدول السابق ارتفاع المعرفة بالأخبار الزائفة بين الطلاب عينة الدراسة فبلغ 51.8%، في حين جاءت المعرفة المتوسطة إلى حد ما بنسبة 34.5%، في مقابل 13.6% منهم لا يعرفون مطلقا عن الأخبار الزائفة.

ويظهر اختبار كا² عدم دلالة الفروق الإحصائية بين الطلاب والطالبات وفقا لمتغير المعرفة بالأخبار الزائفة للتقارب النسبي إلى حد كبير بين مستوى المعرفة بين الجنسين ذكورا وإناثا. وتتفق النتيجة مع ما أشارت إليه الجداول السابقة من أهمية المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية وتنوع مجالاتها بين التقليدية والحديثة وإمكانية المشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني للمدرسة وما قد ينتج عن هذه المشاركة والاحتكاك الثقافي إلى اكتساب وتبادل المعلومات حول انتشار الأخبار الزائفة.

7- مصادر المعرفة الطلاب عينة الدراسة بالمعلومات حول الأخبار الزائفة وكيفية التعامل معها:
جدول رقم (7) يوضح أهم مصادر المعرفة بالمعلومات حول الأخبار الزائفة وكيفية التعامل معها:

مصادر المعرفة بالمعلومات حول الأخبار الزائفة	طلاب		طالبات		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الصحافة المدرسية	90	38.6	75	37.1	165	37.9
الإذاعة المدرسية	121	51.9	109	54	230	52.9
حصص دراسية في الإعلام وتكنولوجيا الاتصال	142	60.9	78	38.6	220	50.6

التربية الإعلامية بالمدارس المصرية ودورها في التوعية بالأخبار الزائفة: دراسة ميدانية

53.5	230	51.5	104	55.3	126	الأنشطة الإعلامية في المدرسة بشكل عام
75.6	325	73.8	149	77.2	176	المواقع العامة والإخبارية على شبكة الانترنت
52.3	230	53.3	105	50.4	125	الوالدين.
50	215	59.4	120	41.7	95	القنوات الفضائية.
65.1	280	61.4	124	68.4	156	شبكات التواصل الاجتماعي
440		202		238		جملة من أجاب

يتضح من الجدول السابق أن أهم مصادر المعرفة بالمعلومات حول الأخبار الزائفة وكيفية التعامل معها للطلاب في المدارس الثانوية عينة الدراسة هو متابعة المواقع العامة والإخبارية عبر الانترنت بنسبة 75.6%، يليها في المرتبة الثانية الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر معلومات بنسبة 65.1%، ثم جاء التعرف من خلال الأنشطة الإعلامية بالمدرسة بشكل عام في المرتبة الثالثة بنسبة 53.5%، ثم جاءت الإذاعة المدرسية بنسبة 52.9%، ثم المعرفة من الوالدين بنسبة 52.3%، ثم المعرفة من حصص النشاط الإعلامي والمقررات الدراسية بنسبة 50.6%، والمعرفة من القنوات الفضائية بنسبة 50%، والمعرفة من الصحافة المدرسية بنسبة 37.9%.

وتظهر النتائج التوجه المباشر والمرتفع نحو الوسائل الإلكترونية للإعلام بشكل عام من المواقع العامة والإخبارية على الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي التي أثبتت الدراسات السابقة ارتفاع الاستخدام لها بين الشباب العربي كما جاء في استطلاع بي سي دبليو الشرق الأوسط (57). ثم أظهرت النتيجة ارتفاع مكانة أنشطة التربية الإعلامية كمصدر معلومات تثقيفية حول ماهية الأخبار الزائفة فتواجدت ممارسة الأنشطة الإعلامية في المدرسة بشكل عام على تنوعها في المصدر الثالث والإذاعة المدرسية بما فيها من أخبار ومعلومات صباحية في المركز الرابع، ومقررات تخصصية وحصص نشاط اعلامي في المركز السادس وهو ما يشير لقوة تأثير وسائل التربية الإعلامية في هذا الشأن وما يشير إلى إمكانية استثمارها في التوعية الرقمية بشكل عام وفي مجالات متنوعة.

وتظهر النتائج تقارب نسبي بين مصادر معارف كل من الطلاب والطالبات باستثناء حصص النشاط الإعلامي لصالح الطلاب، والقنوات الفضائية لصالح الطالبات.

8- مدى مساهمة ممارسات وأنشطة التربية الإعلامية في مواجهة أخطار الأخبار الزائفة: جدول رقم (8) يوضح مساهمة ممارسات أنشطة التربية الإعلامية في مواجهة الأخبار الزائفة:

كفاية ممارسات أنشطة التربية الإعلامية		طلاب		طالبات		المجموع
ك	%	ك	%	ك	%	%
35	14.7	10	5	45	10.2	كافية جدا
77	32.4	38	18.8	115	26.1	كافية
51	21.4	74	34.7	125	28.4	بدرجة متوسطة
35	14.7	70	36.6	105	23.9	غير كافية
40	16.8	10	5	50	11.4	غير كافية على الاطلاق
238	100	224	100	400	100	الإجمالي

قيمة كا²=58.460 درجة الحرية=4 مستوى المعنوية=0.000 = دالة م التوافق=0.342 يتضح من الجدول السابق تقدير طلاب المدارس الثانوية عينة الدراسة لكفاية ممارسات أنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة على تنوعها في مواجهة الأخبار الزائفة حيث أشارت أعلى نسبة

28.4% من العينة أنها كافية بدرجة متوسط إلى حد ما، في حين أشار 26.1% إلى أنها كافية، ونسبة 10.2% أنها كافية جدا. في المقابل أشارت نسبة 23.9% أنها غير كافية، ونسبة 11.4% أنها غير كافية على الإطلاق لتزويد الطلاب بالمعارف والمهارات حول مواجهة الأخبار الزائفة. وتشير النتيجة إلى أن ممارسات أنشطة التربية الإعلامية وفقاً لأهميتها يرى الطلاب أنها تقوم بأدوار متوسطة الكفاية في التعريف بمواجهة الأخبار الزائفة، وبالتالي يفرض الواقع مزيداً من الاهتمام المخطط والمدرّس للتربية الإعلامية كمصدر مهم للتوعية الرقمية والإعلامية في هذا الشأن من التوعية بالأخبار الزائفة. وتتفق هذه النتيجة مع (Mateus, J., (2022) (58) في قياس تصور الطلاب والمدرسين لكفاءة ممارسة الأنشطة الإعلامية والتي أظهرت نتائجها الحاجة إلى مزيد من التدريب على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ذي الصلة من منظور محو الأمية الإعلامية. وتبين 2ا فروق دالة بين تقديرات الطلاب والطالبات لكفاية ممارسات أنشطة التربية الإعلامية، عند مستوى معنوية أقل من 0.001 وبمعامل توافق دال احصائياً، يمكن أن توضحها نتائج فروض الدراسة.

9- اتجاهات الطلاب نحو مساهمة التربية الإعلامية في التوعية بالأخبار الزائفة:

جدول رقم (9) يوضح اتجاهات الطلاب نحو مساهمة التربية الإعلامية في التوعية بالأخبار الزائفة:

اتجاهات الطلاب نحو مساهمة التربية الإعلامية		طلاب		طالبات		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك
ساهمت ممارسات التربية الإعلامية في المدرسة بالتعريف بالأخبار الزائفة	موافق جدا	50	21	20	9.9	70	15.9
	موافق	60	25.2	85	42.1	145	33
	محايد	81	34	59	29.2	140	31.8
	معارض	32	13.4	33	16.3	65	14.8
	معارض جدا	15	6.3	5	2.5	20	4.5
الوزن النسبي		0.68		0.68		0.68	
أوضحت وبيّنت التربية الإعلامية داخل المدرسة سبل مواجهة الأخبار الزائفة	موافق جدا	50	21	20	9.9	70	15.9
	موافق	50	21	85	42.1	135	30.7
	محايد	86	36.1	69	34.2	155	35.2
	معارض	32	13.4	28	13.9	60	13.6
	معارض جدا	20	8.4	0	0	20	4.5
الوزن النسبي		0.67		0.70		0.68	
حققت التربية الإعلامية داخل المدرسة أهدافها في التوعية بخطورة الأخبار الزائفة	موافق جدا	45	18.9	10	5	55	12.5
	موافق	50	21	75	37.1	125	28.4
	محايد	103	43.3	77	38.1	180	40.9
	معارض	15	6.3	30	14.9	45	10.2
	معارض جدا	25	10.5	10	5	35	8
الوزن النسبي		0.66		0.64		0.65	
ساهمت التربية الإعلامية في المدرسة بالتعريف بحسن اختيار مصادر المعلومات للطلاب	موافق جدا	60	25.2	10	5	70	15.9
	موافق	70	29.4	110	54.5	180	40.9
	محايد	66	27.7	69	34.2	135	30.7
	معارض	32	13.4	13	6.4	45	10.2
	معارض جدا	10	4.2	0	0	10	2.3
الوزن النسبي		0.72		0.72		0.72	
الإجمالي		238		202		440	
		100		100		100	

يتضح من الجدول السابق أن أهم اتجاهات طلاب المدارس الثانوية عينة الدراسة نحو مساهمة التربية الإعلامية في التوعية بالأخبار الزائفة كانت اتجاهات إيجابية مرتفعة وفقاً لتقديراتهم؛ فكان الاتجاه نحو مساهمة التربية الإعلامية في المدرسة بالتعريف بحسن اختيار مصادر المعلومات للطلاب بأعلى وزن نسبي بلغ 0.72 للطلاب والطالبات، وجاء الاتجاه نحو مساهمة ممارسات التربية الإعلامية في المدرسة بالتعريف بالأخبار الزائفة، والاتجاه نحو توضيح وبيان ممارسات التربية الإعلامية سبل مواجهة الأخبار الزائفة في المرتبة الثانية بنفس الوزن النسبي 0.68.

وجاء الاتجاه نحو تحقيق التربية الإعلامية داخل المدرسة لأهدافها في التوعية بخطورة الأخبار الزائفة في المرتبة الثالثة بوزن نسبي 0.65.

وكلها اتجاهات إيجابية مرتفعة نحو أدوار التربية الإعلامية في التوعية بجوانب التعريف بالأخبار الزائفة وتتنوع مقاصد التربية الإعلامية في سبيل تحقيق ذلك بين الطلاب عينة الدراسة مما يشير إلى فعالية التربية الإعلامية وارتفاع قيمة ممارسة الأنشطة الإعلامية بين الطلاب وتقديرهم لأهميتها في التوعية بخطورة الأخبار الزائفة وتحقيق وعي رقمي مرتفع. وتشير النتيجة إلى أهمية ممارسات التربية الإعلامية لما لها من فوائد تعود على الفرد والمجتمع باعتبارها أداة لتحصين الطلاب ضد ما تبثه وسائل الإعلام⁽⁵⁹⁾، وتأثيراتها على مستوى وعي الطلاب بالثقافة الرقمية ككل فضلاً عن تأثيراتها الإيجابية في التوعية بالأخبار الزائفة موضوع الدراسة، كما تشير النتيجة لفروق إحصائية في الاتجاهات نحو أدوار التربية الإعلامية بين الطلاب والطالبات توضحها نتائج اختبار فروض الدراسة.

10- مدى الاستفادة من ممارسة أنشطة التربية الإعلامية في التعريف بجوانب الأخبار الزائفة:

جدول رقم (10) يوضح مدى الاستفادة من ممارسة أنشطة التربية الإعلامية:

المجموع		طالبات		طلاب		مدى الاستفادة من ممارسة أنشطة التربية الإعلامية
%	ك	%	ك	%	ك	
11.4	50	7.4	15	14.7	35	استفادة عالية
25	110	32.2	65	18.9	45	استفادة جيدة
40.9	180	46.5	94	36.1	86	استفادة إلى حد ما
10.2	45	7.4	15	12.6	30	استفادة قليلة
12.5	55	6.4	13	17.6	42	لا توجد استفادة
100	440	100	202	100	238	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 29.535$ درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0.000 = دالة م التوافق = 0.251 يتضح من الجدول السابق أن نسبة 40.9% من طلاب المدارس الثانوية عينة الدراسة يرون الاستفادة المتوسطة إلى حد ما من ممارسة أنشطة التربية الإعلامية في التعريف بجوانب الأخبار الزائفة، في حين ترى نسبة 25% استفادة جيدة، و 11.4% يرون تحقيق استفادة عالية. وفي المقابل يرى نسبة 10.2% منهم أن الاستفادة قليلة، ونسبة 12.5% يرون بعدم وجود استفادة تماماً.

وتشير النتيجة إجمالاً إلى توافق النتائج بين حجم الكفاية المتوسطة في ممارسات أنشطة التربية الإعلامية بالتوعية بالأخبار الزائفة ومن ثم حجم الاستفادة المتوسطة كذلك من هذه الفعاليات والأنشطة الإعلامية بالمدارس المصرية عينة الدراسة.

مما يستوجب كذلك وضع الخطط المدروسة المبنية على أساس علمي في شمولية برامج التربية الإعلامية ضمن أهدافها مزيد من المعارف والمهارات حول التوعية بالأخبار الزائفة وقياس مدى تحقق تلك الأهداف من خلال خطة قياس دورية وتقويم مستمر لفعاليتها. وهو ما يتفق مع ما أشارت إليه الدراسات السابقة⁽⁶⁰⁾ من ضرورة أن تتضافر الجهود من أجل توفير فرص التعلم والتعليم والتدريب لاستخدام التكنولوجيا وأدواتها المختلفة بالشكل الأمثل والاستفادة منها.

وتبين كما2 وجود فروق دالة بين الطلاب والطالبات في تقدير الاستفادة من أنشطة التربية الإعلامية في المعرفة بالأخبار الزائفة، عند مستوى معنوية 0.001 وبمعامل توافق دال احصائيا.

11- أوجه الاستفادة بين الطلاب عينة الدراسة من التربية الإعلامية في معرفة الأخبار الزائفة:

جدول رقم (11) يوضح أوجه الاستفادة من التربية الإعلامية في معرفة الأخبار الزائفة:

المجموع		طالبات		طلاب		أوجه الاستفادة من التربية الإعلامية
ك	%	ك	%	ك	%	
350	80.5	162	82.2	188	79	معرفة الآثار الضارة للأخبار الزائفة واثارتها للشائعات.
305	70.1	138	70.1	167	70.2	معرفة كيفية التحقق من مصدر الخبر المنشور وانه موثق بعلامة زرقاء
305	70.9	148	75.1	157	67.4	معرفة إجراءات الحماية والوقاية الإلكترونية
345	79.3	158	80.2	187	78.6	معرفة كيفية التحقق من الخبر من مصادر أخرى موثوق بها
380	87.4	178	90.4	202	84.9	معرفة أهمية عدم فتح مواقع مشبوهة
55	12.6	19	9.6	36	15.1	أخرى
440	100	202	100	238	100	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق هناك عدة أوجه للاستفادة من أنشطة وبرامج التربية الإعلامية بالمدارس عينة الدراسة وكانت الاستفادة الأكبر هي معرفة أهمية عدم فتح مواقع مشبوهة بنسبة 87.4%، يليها معرفة الآثار الضارة للأخبار الزائفة واثارتها للشائعات بنسبة 80.5%، يليها معرفة كيفية التحقق من الخبر من مصادر أخرى موثوق بها 79.3%، ثم معرفة إجراءات الحماية والوقاية الإلكترونية 70.9%، ومعرفة كيفية التحقق من مصدر الخبر المنشور وانه موثق بعلامة زرقاء بنسبة 70.1%، وهناك أوجه استفادة أخرى بنسبة 12.6% منها البعد عن الشائعات والنزاعات الدينية والعسكرية، والبعد عن اثاره الفتن والصراعات نتيجة الأخبار الزائفة.

وتتفق النتيجة في أهمية التربية الإعلامية والاستفادة منها مع **وفاء خضر 2021**⁽⁶¹⁾ في التحقق من المضمون المنشور وتفسير الرسائل الاتصالية والتفكير الناقد.

وتشير النتيجة إلى تصدر الأهمية بتحري الدقة والوعي تجاه أي مواقع مشبوهة وغير معروفة؛ وهو صميم ما تتطلبه المواطنة الرقمية من تحقق اللياقة الرقمية التي تتضمن التصرفات السليمة، وإرشادات السلوك الجيد واللائق أثناء الاستخدام ومعرفة قوانين وأداب حسن اللياقة في استخدام التقنيات الرقمية وحظر الاستخدام لسوء التصرف أو الخروج عن القوانين والسياسات وغيرها⁽⁶²⁾

12- أكثر وسائل الاتصال الأكثر نشرًا للأخبار الزائفة من وجهة نظر الطلاب عينة الدراسة.

جدول رقم (12) يوضح أكثر وسائل الاتصال الأكثر نشرًا للأخبار الزائفة:

المجموع		طالبات		طلاب		أكثر الوسائل لنشر الأخبار الزائفة
%	ك	%	ك	%	ك	
70.9	305	74.3	150	68	155	Facebook
48.8	210	51.5	104	46.5	106	You tube
53	220	42.6	84	62.4	136	Twitter
51.2	220	46.5	94	55.3	126	Instagram
41.9	180	36.6	74	46.5	106	WhatsApp
70.6	300	67	132	73.7	168	Tik Tok
45.8	190	40.6	80	50.5	110	snap chat
25.9	110	20.3	40	30.7	70	الصحف والجرائد
48.3	210	41.6	84	54.1	126	القنوات الفضائية
78.2	340	86.6	175	70.8	165	وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام
440		202		238		جملة من اجاب

ينضح من الجدول السابق أن أكثر وسائل الاتصال التي تنشر أخبار زائفة في تقدير عينة الدراسة من طلاب المدارس الثانوية هي وسائل التواصل الاجتماعي بشكل عام بنسبة 78.2%، يليها في المرتبة الثانية موقع الفيس بوك بنسبة 70.9%، ثم موقع تيك توك بنسبة 70.6%، ثم موقع تويتر بنسبة 53%، ثم انستجرام بنسبة 51.2%، وجاء اليوتيوب والقنوات الفضائية بنسبة متقاربة 48%، ثم سناب شات بنسبة 45.8%، والواتس اب بنسبة 41.9%، وأخيرا الصحف اليومية بنسبة 25.9%.

وتشير النتائج إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي كأى وسيلة اتصال فهي سلاح ذو حدين؛ حيث تشير النتائج السابقة بأنها مصدر توعية بالأخبار الزائفة إذا أحسن المستقبل استخدامها؛ وفي نفس الوقت مصدر رئيسي كما أشارت النتيجة للأخبار الزائفة إذا أسيء استخدامها أو بدون وعي ومعرفة جيدة، وهو ما يؤكد أيضا على أهمية التربية الإعلامية والرقمية في التوعية بحسن استثمار وسائل التواصل الاجتماعي وتعظيم الاستفادة منها كمصادر معلومات للطلاب في المدارس الثانوية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Azzimonti, (2023) (63) في رصد تأثير شبكات التواصل الاجتماعي وتزايد الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة في المجتمع.

وكذلك دراسة دراسة A. Schlitzer 2018 (64) في أن المعلومات الخاطئة يتم نشرها عبر موقع تويتر أكثر من الموضوعات التي يتم التحقق من صحتها وهذا يؤكد أن مستخدمي المنصات يساهمون في نشر الأخبار الزائفة بشكل أسرع من الأخبار الصادقة.

ويتبين تباعاً تأثيرات الفيس بوك، والتيك توك وتويتر وانستجرام كمصادر أولية للأخبار الزائفة، والتي يجب في مجال التربية الإعلامية والعمل المدرسي القيام بدور فعال في تعريف طلاب المدارس بخطورتها وكيفية استخدامها بشكل آمن ومفيد.

كما تظهر النتيجة انصافاً للصحافة بأنها من أقل المصادر الإعلامية ترويجاً للأخبار الزائفة والتي بالعكس أصبحت مصدر ثقة بالنسبة لهم حتى لو تواجدت على حسابات مواقع التواصل أو من خلال القنوات الرقمية.

وتبين النتائج وجود فروق واضحة بين الطلاب والطالبات في تقدير أكثر الوسائل نشرًا للأخبار الزائفة حسب طبيعة التعرض والسمات الشخصية لكل منهما.

13- مدى ثقة الطلاب عينة الدراسة في القدرة على مواجهة الأخبار الزائفة.

جدول رقم (13) يوضح مدى الثقة في القدرة على مواجهة الأخبار الزائفة:

الثقة في القدرة على مواجهة الأخبار الزائفة		طلاب		طالبات		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
85	35.7	70	34.7	155	35.2	3502	55.7
128	53.8	117	57.9	245	55.7	55.7	9.1
25	10.5	15	7.4	40	9.1	100	100
238	100	202	100	440	100	100	100

قيمة كا² = 1.510 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.470 التوافق = 0.058

يبين الجدول السابق تقدير طلاب المدارس الثانوية عينة الدراسة لثقتهم في القدرة على التعامل ومواجهة الأخبار الزائفة فجاءت القدرة المتوسطة "إلى حد ما" في المرتبة الأولى بنسبة 55.7%، في حين رأي 35.2% منهم القدرة الكاملة على التعامل مع الأخبار الزائفة، في مقابل 9.1% فقط أشاروا إلى عدم قدرتهم تماماً على التعامل مع الأخبار الزائفة. وتظهر كما 2 عدم وجود فروق دالة احصائياً بين الطلاب والطالبات في تقدير مدى ثقة الطلاب في قدرتهم على مواجهة الأخبار الزائفة وبمعامل توافق غير دال مما يشير إلى عدم تأثير متغير النوع على مدى القدرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

وتشير النتيجة إلى أن ثقة طلاب المدارس الثانوية في قدرتهم على التعامل ومواجهة الأخبار الزائفة ما زالت في المستوى المتوسط تقريباً؛ وإذا كان ذلك بالمرحلة الثانوية فيكون من الأهمية دراسة المراحل المتقدمة حيث المعرفة الرقمية والثقافة الأقل حسب المستوى العمري؛ وطبيعة الحال يحتاج الطلاب دائماً في التعامل مع أي مهارة إعلامية ورقمية إلى ممارسات وتدريبات مستمرة حيث أن الواقع التكنولوجي متغير وسريع؛ وهو ما يفرض على التربية الإعلامية بالمدارس بمراحلها التعليمية الاطلاع على كل ما هو جديد ومهم خاصة في المجال الرقمي وتحدياته وما يرتبط مؤخراً بتقنيات الذكاء الاصطناعي وما ينتج عنها من تطبيقات تولد أخباراً مزيفة بشكل تلقائي وفقاً لأغراض معينة تستهدفها مؤسسات بعينها لتؤثر على ثقافات ومقدرات الشعوب؛ وهو ما يتفق مع دراسة تأثيرات ChatGPT وآثار الذكاء الاصطناعي التوليدي على التربية الإعلامية. (65)

14- أشكال التصرف حيال مواجهة الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي :

جدول رقم (14) يوضح أشكال التصرف حيال مواجهة الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل:

أشكال التصرف حيال الأخبار الزائفة		طلاب		طالبات		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
178	76.4	157	79.7	335	77.9	335	77.9
145	62.2	155	78.7	300	69.8	300	69.8
188	80.7	147	74.6	335	77.9	335	77.9
125	57.3	105	53.3	230	55.4	230	55.4
158	67.8	82	41.6	240	55.8	240	55.8
171	73.4	154	87.2	325	75.6	325	75.6
238	100	202	100	440	100	440	100

يتضح من الجدول السابق أن أهم أشكال التصرف بين الطلاب عينة الدراسة حيال مواجهة الأخبار الزائفة هو مناقشة أصحاب الخبرات والمتخصصين واستشارة المدرسين بالمدرسة بنفس النسبة 77.9%، ثم يأتي التصرف الثاني التحقق من مصدر الأخبار المنشورة بنسبة 75.6%، ثم باستشارة الوالدين بنسبة 69.8%، ثم يأتي التصرف بتجاهل الموضوعات المنشورة الزائفة بنسبة 55.8%، والإبلاغ عن المنشورات المضللة والزائفة بنسبة 55.4%.

وتشير النتيجة إلى قيمة مهمة جدا في الوعي الرقمي والتوعية بالأخبار الزائفة من سؤال أهل التخصص والخبراء حول الأخبار المتداولة والتأكد من صحتها وهذا التصرف يعكس وعي رقمي عال لطلاب المدارس الثانوية عينة الدراسة وكذلك وعي ديني إسلامي بالتحري عن النبا ومصدر الخبر والمعلومة، وتهتم التربية الإعلامية بهذا النوع من التصرف السليم والحرص عليه وأن يكون تطبيقه حقيقة وليس مجرد وصف ظاهري لما ينبغي أن يكون عليه التصرف.

ويتضح أهمية التحقق من مصدر الخبر المنشور أهو موقع رسمي لوزارة أو جهة رسمية موثوقة أم موقع وهمي وبأسماء مستعارة، كما أن تجاهل الموضوعات الزائفة والبعد عنها تصرف جيد كذلك، وتعلم كيفية الإبلاغ الصحيح بالمنشورات المضللة، وظهر أيضا دور مهم للأسرة حتى وإن كان الطلاب من المدارس الثانوية إلا أنه ما زال للوالدين دور كبير في التربية الإعلامية والرقمية التي تبدأ من الأسرة الكيان الأول والأساسي في التربية والتنشئة السليمة.

2- نتائج اختبار فروض الدراسة:

الفرض الأول:- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة ومستوى التوعية بالأخبار الزائفة.

جدول رقم (15) يوضح العلاقة بين المشاركة في التربية الإعلامية ومستوى التوعية بالأخبار الزائفة.

ارتباط بيرسون	المتوسط	الانحراف المعياري	ر	ن	الدلالة
المشاركة في التربية الإعلامية	5.693	1.70	0.347	440	0.000 دالة
مستوى التوعية بالأخبار الزائفة لدى الطلاب	16.302	3.97			

يتضح من الجدول السابق من خلال معامل بيرسون $r=0.347$ وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.001 بين حجم المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية ومستوى التوعية بالأخبار الزائفة لدى طلاب المدارس الثانوية عينة الدراسة؛ وهكذا تثبت صحة الفرض.

حيث تشير النتيجة إلى أن المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية من خلال الأسئلة الفرعية التي تقيس حجم المشاركة والأسئلة الفرعية التي تقيس حجم الوعي بالأخبار الزائفة تثبت وجود علاقة ارتباطية مما تؤكد على أهمية التربية الإعلامية وارتباط تأثيرها بتنمية الوعي لمواجهة أخطار الأخبار الزائفة وتوضيح كيفية التصرف حيالها.

وتتفق النتيجة مع ما يقترحه فريد كين⁽⁶⁶⁾ من تقديم نموذجًا للتربية الإعلامية يتفق ما تتطلبه مفاهيم تنمية المواطنة الرقمية والثقافة الرقمية للتعامل مع وسائل الإعلام وشبكات الاتصال، حيث يركز على مفهوم التفاعلية الذي يميز تقنيات المعلومات الحديثة، ويقترح لتحقيق فهم التفاعل الكوني كأساس للتربية الإعلامية المعاصرة وما أسماه الثقافة الإعلامية العميقة.

الفرض الثاني:- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التوعية بالأخبار الزائفة باختلاف المتغيرات الديموغرافية (النوع- السكن - نوع التعليم)؛ ويمكن توضيح اختبار الفرض كالتالي:

(أ) **توجد فروق ذات دلالة إحصائية** مستوى التوعية بالأخبار الزائفة باختلاف النوع طلاب وطالبات. جدول رقم (16) يوضح نتائج اختبار ت لدلالة الفروق وفقاً للنوع في مستوى الوعي بالمواطنة الرقمية.

النوع	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	ت	درجة الحرية	الدلالة
طلاب	238	16.24	4.67	1.399	438	0.163 غير دالة
طالبات	202	16.36	2.93			

تبين باستخدام اختبار (ت) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التوعية بالأخبار الزائفة بين الطلاب والطالبات في المدارس الثانوية عينة الدراسة، حيث كانت قيمة ت 1.399 وهي غير دالة عند مستوى معنوية أقل من 0.05، وبالتالي لم تثبت صحة الفرض ويقبل الفرض الصفري بعدم وجود فروق بينهما.

وتشير النتيجة إلى تقارب مستوى الوعي بالأخبار الزائفة لدرجة كبيرة نظراً لتجانس مجتمع الدراسة من حيث المرحلة العمرية والدراسية وإن كان متوسط الطالبات أعلى بقليل ولكنه غير دال إحصائياً فالطالبات لديهم حرص على الإلمام بالوعي والثقافة الرقمية ليتمكنهن من التعامل بذكاء وفهم مع الوسائل التكنولوجية الحديثة والتقنيات الرقمية، فالتربية الرقمية تعد حقاً إنسانياً أساسياً للذكور والإناث بدون فروق خاصة مع وجود العديد من التحديات الأخلاقية التي يواجهها الأفراد.

(ب) **توجد فروق ذات دلالة إحصائية** مستوى التوعية بالأخبار الزائفة باختلاف السكن والإقامة. جدول رقم (17) يوضح نتائج اختبار ت لدلالة الفروق وفقاً للسكن في مستوى الوعي بالمواطنة الرقمية.

متغير السكن والإقامة	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	ت	درجة الحرية	الدلالة
المنوفية	230	17.26	3.42	1.710	438	0.088 غير دالة
القاهرة	210	15.23	4.25			

تبين باستخدام اختبار (ت) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التوعية بالأخبار الزائفة بين الطلاب والطالبات في المدارس الثانوية عينة الدراسة وفقاً لمتغير السكن والإقامة بمحافظة المنوفية ومحافظة القاهرة حيث كانت قيمة ت 1.710 وهي غير دالة عند مستوى معنوية 0.05 وبالتالي يثبت عدم صحة الفرض ويقبل الفرض الصفري بعدم وجود فروق وفقاً لمتغير السكن.

ويتضح من النتيجة ارتفاع نسبي في متوسط التوعية بالأخبار الزائفة لدى الطلاب من سكان محافظة المنوفية عنه في الطلاب بالقاهرة، ولكن هذا الفارق البسيط لم تثر له دلالة إحصائية. وتشير النتيجة إلى أن مستوى الوعي بالأخبار الزائفة متقارب بين الطلاب في المدارس الثانوية على الرغم من اختلاف السكن والإقامة فكلية لديهم نفس الشغف تقريبا لتمية مهاراتهم الرقمية والوعي بمخاطر الأخبار الزائفة والمضللة .

وتتفق هذه النتيجة مع عدد من الدراسات السابقة⁽⁶⁷⁾ التي أشارت إلى عدم وجود فروق في الوعي بالتربية الإعلامية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية ومنها محل السكن.

(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية مستوى التوعية بالأخبار الزائفة باختلاف نوع التعليم. جدول رقم (18) يوضح نتائج اختبارات لدلالة الفروق وفقاً للسكن في مستوى الوعي بالمواطنة الرقمية.

نوع التعليم	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	ت	درجة الحرية	الدلالة
تعليم خاص	150	15.46	3.99	2.727	438	0.007 غير دالة
تعليم حكومي	290	16.73	3.89			

تبين باستخدام اختبار (ت) وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى التوعية بالأخبار الزائفة بين الطلاب والطالبات في المدارس الثانوية عينة الدراسة وفقاً لمتغير نوع التعليم الحكومي والتعليم الخاص أو الأهلي؛ حيث كانت قيمة ت 2.727 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.01 وبالتالي يثبت صحة الفرض بوجود فروق وفقاً لمتغير نوع التعليم ولصالح التعليم الحكومي على غير التوقع.

حيث تشير النتيجة إلى ارتفاع متوسط التوعية بالأخبار الزائفة بين طلاب المدارس الثانوية بالتعليم الحكومي عنه لدى طلاب المدارس الخاصة ورغم أن الفارق قليل نسبياً ولكن ذو دلالة إحصائية واضحة، وقد تشير النتيجة إلى تركيز المدارس الخاصة على التحصيل الدراسي وينشغل الطلاب بالمقررات الدراسية عن متابعة موضوعات الوعي الرقمي والتوعية بالأخبار الزائفة من خلال المشاركة في الأنشطة الإعلامية للتربية الإعلامية بالمدرسة كما يمكن تأثير غياب الكثير من المدارس الخاصة بتوظيف إحصائي للإعلام التربوي من خريجي كليات التربية النوعية ذوي الاختصاص في هذا الشأن تحديداً، وتتفق هذه النتيجة مع **هناك العسكري** (68) التي أشارت إلى وجود فروق وفقاً لمتغير نوع التعليم في ممارسة الأنشطة الإعلامية.

الفرض الثالث: توجد علاقة بين مدى المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة، وبين درجات الاستفادة منها في تنمية الوعي بالأخبار الزائفة.

جدول رقم (19) يوضح العلاقة بين حجم المشاركة ودرجات الاستفادة في تنمية الوعي بالأخبار الزائفة.

ارتباط بيرسون	المتوسط	الانحراف المعياري	ر	ن	الدلالة
المشاركة في التربية الإعلامية	5.693	1.70	0.313	440	0.000 دالة
درجة الاستفادة منها في تنمية الوعي بالأخبار الزائفة لدى الطلاب	3.13	1.13			

يتضح من الجدول السابق من خلال معامل بيرسون $r=0.313$ وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.001 بين حجم المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية ودرجة الاستفادة منها في تنمية الوعي بالأخبار الزائفة لدى طلاب المدارس الثانوية عينة الدراسة؛ وهكذا تثبت صحة الفرض.

وتشير النتيجة إلى أنه بزيادة ممارسة أنشطة التربية الإعلامية داخل المدارس يزيد مستوى الاستفادة منها في تنمية الوعي بالأخبار الزائفة وتجنب مخاطرها، كما أن مزيد من الاستفادة يؤدي إلى مستوى وعي رقمي عام ومن ثم فعالية محققة لأدوار التربية الإعلامية في ظل التحديات الرقمية في المجتمع المحيط، وهذا ما تؤكد الدراسات السابقة في هذا الشأن من أهمية ممارسة التربية الإعلامية بالمدارس المصرية.

وتتفق النتيجة مع دراسة دعاء عوض طه، 2018 (69) في أهمية المشاركة في التربية الإعلامية ووجود علاقة دالة إحصائية بين درجة استخدام طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد ومعدل انتاجهم لأنشطة الإعلام التربوي.

الفرض الرابع: توجد علاقة بين مدى المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة، وبين اتجاهات الطلاب نحو دورها في التوعية بالأخبار الزائفة.

جدول رقم (20) يوضح العلاقة بين المشاركة في التربية الإعلامية والاتجاهات نحو دورها في التوعية بالأخبار الزائفة.

ارتباط بيرسون	المتوسط	الانحراف المعياري	ر	ن	الدالة
المشاركة في التربية الإعلامية	5.693	1.70	0.285	440	0.000 دالة
اتجاهات الطلاب نحو دورها في التوعية بالأخبار الزائفة	13.65	3.49			

يتضح من الجدول السابق ومن خلال معامل بيرسون $r=0.285$ وجود علاقة ارتباطية ذات دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من 0.001 بين حجم المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية والاتجاهات نحو دور التربية الإعلامية في التوعية بالأخبار الزائفة لدي طلاب المدارس الثانوية عينة الدراسة؛ وهكذا تثبت صحة الفرض.

وتشير النتيجة إلى أهمية التربية الإعلامية وممارستها ليس في اكتساب معلومات ومهارات فقط بل في تدعيم الاتجاهات نحوها وأدوارها في التوعية بتنمية الوعي بالأخبار الزائفة، وهذا ما أوضحته نتائج القياس الكمي لحجم المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية والقياس الكمي لقوة الاتجاهات وتقديرات الطلاب نحو أدوار التربية الإعلامية في التوعية كهدف أساسي ومن متطلبات عملها في الثقافة الرقمية بشكل عام.

و، تتفق النتيجة مع مها عبد الفتاح 2012 (70) في أهمية التربية الإعلامية والمبررات التي تدعو للاهتمام بوجودها وتدعيم الاتجاهات حولها والتي منها التقدم في تكنولوجيا المعلومات، وكذلك تكنولوجيا الاتصالات، والعولمة الإعلامية، والغزو الثقافي.

مناقشة وتحليل أهم النتائج:

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية لطلاب المرحلة الثانوية عينة الدراسة أن المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بوسائلها المختلفة تتم بين الحين والآخر رغم التأكيد المستمر على أهميتها وتواجد أخصائي للإعلام التربوي في أغلب المدارس المصرية، وهنا تتضح أهمية الوعي الإعلامي والرقمي وغرسه بين الطلاب حتى يهتموا بتطوير أنفسهم والسعي نحو اكتساب المعرفة الإعلامية والرقمية؛ حيث تشير نظرية المعرفة الإعلامية أنها (71) مسئولية فردية، تقع علي عاتق كل مواطن، و أن الناس يحتاجون أن يكونوا أكثر وعياً وحساسية في التعامل مع وسائل الإعلام بل كذلك وسائل التواصل الاجتماعي التي شاع استخدامها وتعددت قنواتها، بوصفهم كائنات مفسرة، فينبغي أن يكونوا عارفين إعلامياً.

ويكون بالتالي تعرضهم لأنشطة التربية الإعلامية بوعي اختياري طلباً في المعرفة والفهم لرسائلها ومضامينها؛ أو يكون تعرضهم بقوة تأثير قنوات وممارسات التربية الإعلامية ذاتها على استقطاب الطلاب ودمجهم فيها؛ وهنا تظهر جزئياً نظرية المسئولية الاجتماعية في أنشطة التربية الإعلامية بالمدرسة بالتزامها ومسئوليتها الاجتماعية اعتباراً من أهدافها ومسؤولياتها

بنتمية الوعي الإعلامي والرقمي وما يشمل التوعية بالأخبار الزائفة والمضللة ونشر الوعي بين طلابها.

وتشير النتيجة إلى اتفاق بين عدد من الدراسات السابقة حول متوسط المشاركات في الأنشطة الإعلامية بالمدارس ووجود معوقات في ممارسة هذه الأنشطة كما أشار حسن خليل 2015⁽⁷²⁾ وأسماء الولي 2012⁽⁷³⁾ وهناء عباس 2011⁽⁷⁴⁾، وكما أشارت Hobbs, R., 2022⁽⁷⁵⁾ على الرغم من تزايد الاهتمام بالتربية الإعلامية وأنشطتها في جميع أنحاء الولايات المتحدة وحول العالم إلا أن تطبيق مختلف الممارسات التعليمية لمحو الأمية الإعلامية تباينت بشكل كبير من مجتمع إلى آخر ولكن هذه الاختلافات لم تكن بسبب حجم المجتمع أو موقعه الجغرافي أو وضعه الاجتماعي والاقتصادي ولكن تباين الممارسات التعليمية ارتبط بالعقبات بما في ذلك قيود التكنولوجيا، والسياسات المدرسية، والأولويات الأكاديمية، وتصورات الطلاب، واستجابة المعلم.

حيث شكل الاهتمام بالتحصيل الدراسي خاصة في الثانوية العامة في مصر هاجساً كبيراً لدى الآباء وأولياء الأمور مما دفعهم إلى توجيه أبنائهم وبناتهم إلى تركيز جهودهم على التحصيل العلمي فقط وعدم إضاعة الوقت في أشياء أخرى؛ وتختلف النتيجة مع هناء العسكري⁽⁷⁶⁾ التي أشارت إلى ارتفاع نسبة مشاركة الطلاب في الأنشطة الإعلامية بالمدرسة الثانوية.

وأشارت النتائج إلى أهمية ممارسات التربية الإعلامية لما لها من فوائد تعود على الفرد والمجتمع باعتبارها أداة لتحسين الطلاب ضد ما تبثه وسائل الإعلام⁽⁷⁷⁾، وتأثيراتها على مستوى وعي الطلاب بالثقافة الرقمية ككل فضلاً عن تأثيراتها الإيجابية في التوعية بالأخبار الزائفة موضوع الدراسة، وتتفق هذه النتيجة مع فرضية نظرية المعرفة الإعلامية في أن الأشخاص الأكثر معرفة إعلامياً، أكثر قدرة على تطوير أنماط الاستخدام والتعامل مع وسائل الإعلام الجديدة⁽⁷⁸⁾؛ وحسن استثمارها فما من معرفة مكتسبة إعلامياً إلا ويتبعها استخدام واعي وتعامل رشيد مع وسائل الإعلام والاتصال الأخرى ومن ثم زيادة المعرفة والوعي خاصة مع مشكلات التزييف والأخبار الزائفة والمضللة موضع البحث.

وتتفق النتيجة مع نظرية المعرفة الإعلامية في أن الأشخاص الأكثر معرفة إعلامياً أكثر تقديراً لقيمة المنتج الإعلامي وأهميته في سياق حياتهم اليومية، وبالتالي الطلاب الأكثر معرفة بالتربية الإعلامية وفعاليتها وأهميتها يقدرون قيمة الرسائل الإعلامية التي ينتجونها ولديهم قدرة على النقد والتحليل أكثر من غيرهم.

وقد حرصت المدارس الثانوية المصرية على مسايرة التطورات الرقمية والاتصالية والحرص على أن يكون لها مساحة في الفضاء الإلكتروني وما يحمله من مميزات من سهولة تواصل الطلاب وأولياء الأمور مع إدارة المدرسة والتعرف على الفعاليات والقرارات المهمة للعمل التعليمي وهو ما يبرز أهمية وجود أخصائي التربية الإعلامية المدرب والمؤهل لإدارة المحتويات الرقمية لهذه الحسابات بما يحقق أهدافها ويتوافق مع محو الأمية الرقمية والوعي الرقمي للطلاب تجاه القضايا والأحداث والمتغيرات ومنها ما يرتبط بموضوع الدراسة من التعريف بالأخبار الزائفة أو المضللة.

وهذا يتوافق مع حق الوصول الرقمي⁽⁷⁹⁾ ومبدأ إتاحة الفرص أمام جميع الأفراد فيما يتعلق بالوصول إلى التكنولوجيا واستخدامها، وتوفير الحقوق الرقمية المتساوية ودعم الوصول الإلكتروني، ومن ثم الاعتماد عليها في متابعة شؤون حياتهم اليومية والتعليمية.

تتنوع مجالات وأنشطة التربية الإعلامية وما زالت للأنشطة التقليدية مكانتها بين الطلاب عينة الدراسة وخاصة الإذاعة المدرسية التي احتلت المرتبة الأولى؛ والتي ركزت عليها أيضا نتائج بعض الدراسات السابقة (80)، مع اختلاف موقعها في الأهمية مع محمد فؤاد (81) التي أثبتت ارتفاع المشاركة في الصحافة المدرسية عن غيرها من وسائل التربية الإعلامية؛ في حين أشارت نتائج **دعاء عوض طه، 2018** (82) إلى أن الصحافة المدرسية كانت أكثر الأنشطة الإعلامية التي يشارك فيها الطلاب الثانوية العامة، يليها الإذاعة المدرسية.

تشير النتائج إلى تنوع مجالات ممارسات التربية الإعلامية بالمدرسة والتي تعد من مصادر المعرفة حول الأخبار الزائفة لدى طلاب المدارس الثانوية وتنوعت بين التقليدية والحديثة، وبين الأنشطة اللاصفية والمقررات الدراسية التخصصية، مع إمكانية المشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني للمدرسة وجروبات الواتس اب وما قد ينتج عن هذه المشاركة والاحتكاك الثقافي إلى اكتساب وتبادل المعلومات والمعارف حول انتشار الأخبار الزائفة والكاذبة والمضللة وتعرض الطلاب من واقع الممارسة إلى مثل هذه الأخبار حول المناهج الدراسية وحذف أجزاء منها أو مواعيد الاختبارات والتصحيح الإلكتروني للاختبارات وتغيرات في السياسات التعليمية وغيرها من القضايا التي يثار حولها الجدل وتنتشر حولها الأخبار الزائفة والشائعات.

ومن هنا ظهرت الحاجة إلى التوعية والتحصين من خلال التربية الإعلامية التي كانت متوسطة الكفاية في التعريف بمواجهة الأخبار الزائفة رغم جهودها وتعدد قنواتها؛ وتتفق هذه النتيجة مع فروض نظرية المعرفة في تفسير علاقة الأفراد بوسائل الإعلام؛ حيث أن الناس في ظل ثورتي الاتصال والمعلومات يحتاجون نوعاً من الحماية والتحصين الذاتي (83) ضد الشائعات والأخبار الزائفة؛ وهو ما اتضح من حرص الطلاب على تكوين معارف ومهارات حول انتشار الأخبار الزائفة وكيفية مواجهتها.

اتجاهات طلاب المدارس الثانوية عينة الدراسة نحو مساهمة التربية الإعلامية في التوعية بالأخبار الزائفة كانت اتجاهات إيجابية مرتفعة وفقاً لتقديراتهم، وتشير النتيجة إلى أهمية ممارسات التربية الإعلامية لما لها من فوائد تعود على الفرد والمجتمع باعتبارها أداة لتحصين الطلاب ضد ما تبثه وسائل الإعلام (84)، وتأثيراتها على مستوى وعي الطلاب بالثقافة الرقمية، وتتفق النتيجة مع **مها بهنسي 2019** (85) في أن مهارات التربية الرقمية لدى المبحوثين تزيد من قدرتهم على التحقق من الأخبار خاصة أن هذه المهارات تساعد على وجود جمهور ناقد لديه الوعي والمعرفة اللازمين للتعامل مع المحتوى الإعلامي، وظهر تأثير كل من مهارات الوصول للمحتوى، ومهارات التحليل والتقييم على قدرة المستخدمين على التحقق من الأخبار الزائفة، وهناك درجة كبيرة من الوعي بموضوع الأخبار الزائفة لديهم.

وتشير النتائج إلى أوجه الاستفادة من التربية الإعلامية لمعرفة التحقق من مصادر الأخبار والبحث عن مصادر موثوقة والبعد عن المواقع المشبوهة؛ وهو صميم ما تتطلبه المواطنة الرقمية من تحقق اللياقة الرقمية التي تتضمن التصرفات السليمة، وإرشادات السلوك الجيد واللائق أثناء الاستخدام ومعرفة قوانين وأداب حسن اللياقة في استخدام التقنيات الرقمية وحظر الاستخدام لسوء التصرف أو الخروج عن القوانين والسياسات وغيرها (86)؛ وتتفق مع دراسة **عبد المحسن عقيلة 2022** (87)؛ حيث أشارت إلى أن الطلاب ذوي المستوى المرتفع من التربية الرقمية أكثر دافعية لاستهلاك الأخبار وتقييمها، ولديهم تشكك في محتوى وسائل

الإعلام الإخباري، مقارنة بالطلاب ذوي المستوى المنخفض للتربية الإعلامية الإخبارية؛ وتتفق مع **وفاء خضر 2021** (88) في الاستفادة من التربية الإعلامية في الحفاظ على القيم الأخلاقية والأهداف التربوية والأخلاقية الأصيلة، والتعلم كيفية قراءة الرسائل قراءة واعية، وكيفية متابعة وسائل الإعلام وكيفية تنفيذ الدعاية المغرضة التي تعتبر غزول ثقافيا فكريا؛ وهو ما تهتم به الدراسة الحالية من التوعية بخطورة الأخبار الزائفة ومحتواها الذي يؤثر عليهم ثقافيا وفكريا وقد يؤثر في معتقداتهم وانتماءاتهم.

كما أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي كأبي وسيلة اتصال سلاح ذو حدين؛ حيث تشير النتائج السابقة بأنها مصدر توعية بالأخبار الزائفة إذا أحسن المستقبل استخدامها؛ وفي نفس الوقت مصدر رئيسي كما أشارت النتيجة للأخبار الزائفة إذا أسئ استخدامها أو بدون وعي ومعرفة جيدة، وهو ما يؤكد أيضا على أهمية التربية الإعلامية والرقمية في التوعية بحسن استثمار وسائل التواصل الاجتماعي وتعظيم الاستفادة منها كمصادر لمعلومات للطلاب في المدارس الثانوية، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة **Azzimonti, (2023)** (89) في رصد تأثير شبكات التواصل الاجتماعي وتزايد الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة في المجتمع، وكذلك دراسة **Obadã, D. R., (2022)** (90) التي تظهر نتائجها أن تدفق وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير وسيط على مشاركة الأخبار المزيفة، ودراسة **أحمد جمال 2021** (91) التي تشير إلى أن درجة تقييم الجمهور للثقة في مصادر الأخبار عبر التواصل الاجتماعي ثقة متوسطة.

وتتفق مع دراسة **C.Vargo, 2018** (92) بالبحث الدور السلبي للإنترنت والشبكات الاجتماعية في نشر الأخبار الزائفة وأوضحت زيادة أعداد مواقع الأخبار الزائفة.

وعلى الجانب الآخر قدم تقوم وسائل التواصل بدور توعوي؛ وتتفق مع **Wei, L., (2023)** (93) في أن وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تقوم بدور المعتدل لمهارات محو الأمية، من خلال التركيز على مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في التوعية وتنمية مهارات محو الأمية الإعلامية، ودراسة **مى عبد الغني 2020** (94) التي هدفت تحليل عينة لصفحات مواقع التواصل عبر موقع فيس بوك التي تعنى بالتحقق من الأخبار الزائفة بهدف معالجتها. ويتبين تباعاً تأثيرات الفيس بوك، والتيك توك وتويتير وانستجرام كمصادر أولية للأخبار الزائفة، والتي يجب في مجال التربية الإعلامية والعمل المدرسي القيام بدور فعال في تعريف طلاب المدارس بخطورتها وكيفية استخدامها بشكل آمن ومفيد.

وأظهرت النتائج أن ثقة طلاب المدارس الثانوية في قدرتهم على التعامل ومواجهة الأخبار الزائفة ما زالت في المستوى المتوسط تقريبا وهو ما يحتاج الاستمرار في دعم جهود التربية الإعلامية وتطوير أداء العاملين بها والاطلاع على كل ما هو جديد ومهم خاصة في المجال الرقمي وتحدياته وما يرتبط مؤخرا بتقنيات الذكاء الاصطناعي.

وتشير نتائج أشكال التصرف حيال مواجهة الأخبار الزائفة إلى قيمة مهمة جدا في الوعي الرقمي والتوعية السليمة من سؤال أهل التخصص والخبراء حول الأخبار المتداولة والتأكد من صحتها وهذا التصرف يعكس وعياً رقمياً عالياً بين طلاب المدارس الثانوية عينة الدراسة وكذلك وعياً دينياً إسلامياً بالتحري عن النبأ ومصدر الخبر والمعلومة، وتهتم التربية الإعلامية بهذا النوع من التصرف السليم والحرص عليه وأن يكون تطبيقه حقيقة وليس مجرد وصف ظاهري لما ينبغي أن يكون عليه التصرف.

وتتفق هذه النتيجة مع فلسفة مركز الثقافة الإعلامية بأن سؤال أهل التخصص والخبراء والمدرسين تصرف صحي وسليم حيث يمكن الطلاب من المقدرة على تفسير وبناء المعنى الشخصي من الرسائل الإعلامية، والمقدرة على الاختيار وتوجيه الأسئلة والوعي بما يجري حول الفرد بدلاً من أن يكون سلبياً ومعرضاً للاختراق.⁽⁹⁵⁾

خاتمة بأهم النتائج والتوصيات:

تزداد الأدوار المنوطة بالتربية الإعلامية خاصة مع تواجد أخصائيين للإعلام بكل المدارس المصرية ممن تأهلوا أكاديمياً وتربوياً في مجال الإعلام التربوي وبمقدورهم القيام بوسائلهم وأدواتهم المتعددة الصفية واللاصفية بأدوار مهمة في الوعي الرقمي بشكل عام والتوعية بالأخبار الزائفة التي يتعرض لها الطلاب عبر وسائل التواصل الاجتماعي خاصة مع الاستخدام الكثيف والتي أصبحت نمط حياة.

واستهدفت الدراسة التعرف على دور ممارسات وأنشطة التربية الإعلامية بالمدارس المصرية في التوعية بالأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ ويتفرع منه؛ التعرف على طبيعة اهتمام الطلاب بممارسات التربية الإعلامية، وقياس مدى معرفة الطلاب بالأخبار الزائفة وأهم مصادر المعرفة ومدى مساهمتها في مواجهة أخطار الأخبار الزائفة، وقياس اتجاهات الطلاب نحو تأثيرات التربية الإعلامية في التعريف بجوانب الأخبار الزائفة، واستخدمت الدراسة منهج المسح لعينة من طلاب المدارس المصرية الثانوية ببعض المحافظات المصرية واستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها:

- وجود علاقة دالة إحصائية بين المشاركة في أنشطة وممارسات التربية الإعلامية ومستوى الوعي بالأخبار الزائفة، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى المعرفة بالأخبار الزائفة باختلاف بعض المتغيرات الديموغرافية.
- مستوى المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بوسائلها المختلفة فوق المتوسط وبين الحين والآخر وحسب الظروف رغم التأكيد المستمر على أهميتها.
- غالبية المدارس لديها حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع إلكترونية.
- تعدد قنوات المشاركة في أنشطة التربية الإعلامية بالمدارس الثانوية ومنها الوسائل التقليدية والوسائل الإلكترونية.
- احتلت الإذاعة المدرسية تحتل المرتبة الأولى في وسائل التربية الإعلامية يليها المشاركات في جروبات الواتس اب، حصص النشاط الإعلامي، الموقع والصحيفة الإلكترونية، والصحافة المدرسية، وحسابات وسائل التواصل الاجتماعي، والنادي الإعلامي والمحاضرات والمناظرات.
- ارتفاع المعرفة واكتساب وتبادل المعلومات والمعارف حول الأخبار الزائفة بين الطلاب من مصادر متعددة أولها متابعة المواقع العامة والإخبارية عبر الانترنت، في المرتبة الثانية الاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي، الأنشطة الإعلامية بالمدرسة بشكل عام.
- ممارسات أنشطة التربية الإعلامية وفقاً لأهميتها يرى الطلاب أنها تقوم بأدوار متوسطة الكفاية في التعريف بمواجهة الأخبار الزائفة.
- اتجاهات طلاب المدارس الثانوية نحو مساهمة التربية الإعلامية في التوعية بالأخبار الزائفة كانت اتجاهات إيجابية مرتفعة.

- ارتفاع الاستفادة المتوسطة والجيدة من ممارسة أنشطة التربية الإعلامية في التعريف بجوانب الأخبار الزائفة.
- أهم أوجه للاستفادة من أنشطة التربية الإعلامية بالمدارس، معرفة أهمية عدم فتح مواقع مشبوهة، معرفة الآثار الضارة للأخبار الزائفة، كيفية التحقق من الخبر من مصادر أخرى موثوق بها، معرفة إجراءات الحماية والوقاية الإلكترونية، كيفية التحقق من مصدر الخبر المنشور.
- أكثر وسائل الاتصال التي تنشر أخبار زائفة هي وسائل التواصل الاجتماعي وأهمها موقع الفيس بوك، موقع تيك توك، موقع تويتر .
- أهم أشكال التصرف بين الطلاب عينة الدراسة حيال مواجهة الأخبار الزائفة هو مناقشة أصحاب الخبرات والمتخصصين واستشارة المدرسين بالمدرسة، والتحقق من مصدر الأخبار المنشورة .

التوصيات:

- تدعيم التربية الإعلامية والرقمية داخل المدارس المصرية والتي تمكن من تعزيز الوعي الرقمي بشكل عام وبخطورة الأخبار الزائفة بشكل خاص.
- الدعوة لتأكيد تخصيص حصص منهجية منظمة للتربية الإعلامية والرقمية لتنمية المهارات الإعلامية والاتصالية والتوعية بخطورة الأخبار الزائفة وغيرها من القضايا.
- القياس المستمر لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرات الأخبار الزائفة على طلاب المدارس.
- إجراء دراسات تحليلية مستمرة من خلال فرق بحثية ومشروعات قومية لواقع التربية الإعلامية وأدوارها في التوعية وتحليل جوانب القوة والضعف واقتراح الحلول المبنية على أسس ومناهج علمية.
- رفع كفاءة أخصائيي الإعلام التربوي من خلال الإعداد الأكاديمي الجيد والدورات التدريبية المستمرة لأحدث البرامج والتطبيقات التي تخدم التربية الإعلامية والرقمية بالمدرسة.

مراجع الدراسة:

- (1) أصدء بي سي دبلوي، استطلاع لرأي الشباب العربي 2023 : <https://arabyouthsurvey.com/ar/findings>
- (2) Obadă, D. R., & Dabija, D. C. (2022). "In flow"! why do users share fake news about environmentally friendly brands on social media?. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 19(8), 4861
- (3) الشميميري، فهد، (2010)، التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، الرياض، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، ص 19.
- (4) Pavlik, J. V. (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78(1), 84–93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>
- (5) Hobbs, R., Moen, M., Tang, R., & Steager, P. (2022). Measuring the implementation of media literacy statewide: a validation study. *Educational Media International*, 1-20.
- (6) Mateus, J. C., Andrada, P., González-Cabrera, C., & Ugalde, C. (2022). Teachers' perspectives for a critical agenda in media education post COVID-19. A comparative study in Latin America. *Comunicar*, 30(70), 9-19.
- (7) عقيلة، عبدالمحسن حامد أحمد. (2022). مستوى مهارات التربية الإعلامية الأخبارية لطلاب الإعلام التربوي بجامعة المنيا: دراسة في ضوء نموذج جيمس بوتنر للتربية الإعلامية. *مجلة البحوث الإعلامية*، 62ع، ج2، 651 - 696.
- (8) خضر، وفاء السيد. (2021). مهارات التربية الإعلامية: برنامج تدريبي من الطفولة إلى المراهقة والشباب. *المجلة التربوية*، مج36، ع141، 356 - 351.
- (9) اتباتو، وليد. (2019). دور التربية الإعلامية في تنمية الكفايات الإعلامية لدى المراهق المتمدرس. *باحثون : المجلة المغربية للعلوم الاجتماعية والانسانية*، ع8، 160 - 151 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1004068>
- (10) طه، عوض محمد، (2018)، تعرض طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام التربوي " دراسة ميدانية "، *رسالة ماجستير*، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية.
- (11) العسكري، هناء راضي مصطفى، دور القائم بالإنصال في الإعلام المدرسي في توعية طلاب المرحلة الثانوية بمفاهيم التربية الإعلامية، مرجع سابق.
- (12) خليل، حسن محمد (2015)، تقويم واقع ممارسة الطلاب لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية وتأثيراتها، دراسة مسحية على عينة من طلاب المدارس الثانوية بالتعليم العام السعودي، *مجلة دراسات الطفولة*، جامعة عين شمس، الإصدار 16، المجلد 18، مصر.
- (13) حسن، أحمد جمال (2015)، التربية الإعلامية نحو مضامين مواقع الشبكات الاجتماعية : نموذج مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلاب الجامعة، *رسالة ماجستير* - جامعة المنيا. كلية التربية النوعية. قسم الإعلام التربوي.

الولي، أسماء بكر الصديق توفيق، دور اخصائي الاعلام التربوي في نشر المفاهيم الحديثه للتربية (14)
الاعلامية في المدارس الحكوميه المصريه، المجلة العلمية لكلية التربية النوعية - جامعة دمياط

Available from:

https://www.researchgate.net/publication/277267091_dwr_akhsayy_alalam_altrbw_y_fy_nshr_almfahym_alhdytht_lltrbyt_alalamyt_fy_almdars_alhkwmtyt_almsryt
.[accessed Aug 7, 2017].

(15) محمد، مها عبد الفتاح أبو المجد، تصور مقترح للتربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي، مرجع سابق، ص 341.

(16) Azzimonti, M., & Fernandes, M. (2023). Social media networks, fake news, and polarization. *European Journal of Political Economy*, 76, 102256.

(17) Wei, L., Gong, J., Xu, J., Abidin, N. E. Z., & Apuke, O. D. (2023). Do social media literacy skills help in combating fake news spread? Modelling the moderating role of social media literacy skills in the relationship between rational choice factors and fake news sharing behaviour. *Telematics and Informatics*, 76, 101910

(18) Obadã, D. R., & Dabija, D. C. (2022). "In flow"! why do users share fake news about environmentally friendly brands on social media?. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(8), 4861

(19) محمد، أحمد جمال حسن. (2021). آليات الجمهور المصري في التحقق من الأخبار الزائفة وعلاقته بأنماطهم التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي. مجلة البحوث الإعلامية، ع59، ج2، 1066 - 1003 .

(20) عبدالغنى، مى. (2020). توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجاً: دراسة تحليلية مقارنة. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، ع12، 41 - 9 .

(21). Xichen Zhang, Ali A. Ghorbani,(2020), An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion, *Information Processing & Management*, Volume 57, Issue 2, p.14.

(22) بهنسى، مها السيد. (2019). آليات مستخدمى الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة: دراسة في إطار مدخل التربية الرقمية ونموذج أدوار الجمهور في التحقق. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع68، 614 - 565 .

(23) L.Guo and C.Vargo (2018) "Fake News" & Emerging Online Media Ecosystem: an Integrated Intermedia Agenda-Setting Analysis of The 2016 U.S Presidential Election, **Communication Research**, Available at: <https://doi.org/10.1177/0093650218777177> , p.4

(24) A.Schiltzer (2018) The Spread of Top Misinformation Articles on Twitter in 2017: Social Bot Influence & Misinformation Trends, **Un Published Master Thesis**, The University of Arizona, p. 5.

(25) T.Koltay (2011) The Media & The Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy, Media, Culture And Society, Vol.33, No.2, p.219.

(26) W.James Potter, theory of media literacy :Cognitive approach.1st .ed .,sage .,2004,p.56

- (27) W.James Potter, op.cit.,p.75
- (28) حجاب، محمد(2010)، نظريات الاتصال، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ص 224.
- (29) الشميري، فهد، التربية الإعلامية، مرجع سابق، ص 20 .
- (30) مؤتمر أسبانيا، التربية الإعلامية للشباب. توصيات موجهة إلى منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم(اليونسكو) 'إشبيلية، أسبانيا، 2002، ص 2.
- (31) Center for Media Literacy . Canada's Key Concepts of Media Literacy.2003:
(http://www.medialit.org/reading_room/article210.htm)
- (32) Hobbs,Renee(2001) .The seven Great Debates in the Media Literacy Movement-Circa 2001 http://www.medialit.org/reading_room/article210.htm
- (33) عبد الحميد، محمد(1994)، دعم التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية، ورقة عمل مقدمة في المؤتمر العلمي الثالث لكلية التربية جامعة حلوان، إبريل، مرجع سابق، ص ص23، 24 .
- (34) عبد الحميد، محمد(2012)، التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي، ط1، القاهرة، عالم الكتب، ص 26.
- (35) الدهشان، جمال،(2016)، المواطنة الرقمية مدخلا للتربية العربية في العصر الرقمي، مجلة نقد وتوير، العدد 5، الفصل الثاني، السنة الثانية، ص 77. متاح: <http://tanwair.com/?p=4216>
- (36) محمد، مها عبد الفتاح أبو المجد، تصور مقترح للتربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي في جمهورية مصر العربية في ضوء بعض الخبرات الدولية، رسالة ماجستير كلية التربية، جامعة اسوان، ص 432.
- (37) الدهشان، جمال(2016)، مرجع سابق، ص 78
- (38) (الصعيدي، طارق محمد محمد،(2005)، دور الإعلام التربوي في تنمية الوعي الإعلامي، رسالة دكتوراة غير منشورة، كلية الدراسات العليا للطبقة، جامعة عين شمس.
- (39) بركات، وليد فتح الله وآخرون(2011)، التربية الإعلامية بحوث الإعلام في مصر والعالم في نصف قرن- الواقع واتجاهات المستقبل، بحث منشور في المؤتمر الدولي السابع عشر لكلية الإعلام جامعة القاهرة ومنظمة اليونسكو، ص 2210257.
- (40) وزير التربية والتعليم، 22 سبتمبر 2021،
<https://akhbarelyom.com/news/newdetails/3508033/1>
- (41) وكالة الأنباء الأردنية بتر، (2019) 25.07..
<http://www.petra.gov.jo/Include/InnerPage.jsp?ID=96591&lang=ar&na>
m
- (42) الصالح، بدر بن عبدالله،(1428)، مدخل دمج تقنية المعلومات في التعليم للتربية الإعلامية: إطار مقترح للتعليم العام السعودي المؤتمر الدولي الأول للتربية الإعلامية، جامعة الملك سعود، كلية التربية، الرياض، ص 8.
- (43) إعلان الدوحة لدعم تعليم التربية الإعلامية في الشرق الأوسط، ملتقى الخبراء، مركز الدوحة لحرية الإعلام: من 11 الى 13 يونيو 2013 الدوحة - قطر. <http://www.dc4mf.org/ar/content/3892>
- (44) <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fake-news>
- (45) C.Silverman (2017) **What Exactly is Fake News? The Fake News Letter**, Available at: <https://www.buzzfeednews.com/author/craigsilverman>

(46) T.McGonagle (2017) Fake News: False Fears of Real Concerns, **Netherlands Quarterly of Human Rights**, Vol. 35, No. 4, p. 205.

Xichen Zhang, Ali A. Ghorbani,(2020), An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion, *Information Processing & Management*, Volume 57, Issue 2

(47) أسماء المحكمين : د محمد بسيوني أستاذ الصحافة المساعد جامعة الأزهر، د محمد صالح أستاذ الإعلام المساعد جامعة جازان السعودية، د بدر الدين على حمد أستاذ الإعلام المساعد جامعة الخرطوم، د يحيى عبد العال أستاذ الإعلام المساعد جامعة جازان.

(48) خليل، حسن محمد، تقويم واقع ممارسة مهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية، مرجع سابق.

(49) الولي، أسماء بكر الصديق توفيق، دور اخصائي الاعلام التربوي فى نشر المفاهيم الحديثه للتربية الاعلامية فى المدارس الحكوميه المصرية، مرجع سابق ص 532.

(50) هناء عبدة عباس، أثر وحدة مقترحة في التربية الإعلامية على التحصيل الدراسي، مرجع سابق، ص 320.

(51) هناء راضي مصطفى العسكري، المرجع السابق، ص 134 .

(52) طه، عوض محم، 2018، تعرض طلاب المرحلة الثانوية لأدوات الإعلام الجديد وتأثيرها على اتجاهاتهم نحو وسائل الإعلام التربوي " دراسة ميدانية "، رسالة ماجستير، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية.

(53) صبحي شرف ومحمد الدمرداش، معايير التربية على المواطنة الرقمية في المناهج، مرجع سابق ص 131.

(54) هناء راضي مصطفى العسكري، المرجع السابق، ص 131 .

(55) زيد، محمد فؤاد (2002)، العلاقة بين ممارسة الأنشطة الإعلامية ومهارات التفكير الناقد لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة، جامعة عين شمس، مصر، ص 405.

(56) طه، عوض محمد، (2018)، مرجع سابق.

(57) أصدء بي سي دبلوي، استطلاع لرأي الشباب العربي 2023 :

<https://arabyouthsurvey.com/ar/findings>

(58) Mateus, J. C., Andrada, P., González-Cabrera, C., & Ugalde, C. (2022). Teachers' perspectives for a critical agenda in media education post COVID-19. A comparative study in Latin America. *Comunicar*, 30(70), 9-19.

(59) محمود أبو النور عبد الرسول، 2015، مرجع سابق، ص 40

(60) Eylem Simsek & Ali simsek, (2013), New Literacies for Digital Citizenship, *Journal of Contemporary Educational Technology*, op.cit., p.136

(61) خضر، وفاء السيد. (2021). مهارات التربية الإعلامية: برنامج تدريبي من الطفولة إلى المراهقة والشباب. *المجلة التربوية*، مج 36، ع 141، 351 - 356 .

(62) جمال الدهشان، المواطنة الرقمية مدخلا للتربية العربية في العصر الرقمي، مرجع سابق.

(63) Azzimonti, M., & Fernandes, M. (2023). Social media networks, fake news, and polarization. *European Journal of Political Economy*, 76, 102256.

(64) A.Schiltzer (2018) The Spread of Top Misinformation Articles on Twitter in 2017: op., cit., p. 5.

- (65) Pavlik, J. V. (2023). Collaborating With ChatGPT: Considering the Implications of Generative Artificial Intelligence for Journalism and Media Education. *Journalism & Mass Communication Educator*, 78(1), 84–93. <https://doi.org/10.1177/10776958221149577>
- (66) Freed, Ken (2003). Deep Media Literacy. (<http://www.media-vision.com/ed.deepliteracy.html>)
- (67) هناء العسكري، المرجع السابق، ص 147 .
- (68) هناء العسكري، المرجع السابق، ص 129 .
- (69) طه، عوض محم، (2018)، مرجع سابق.
- (70) مها عبد الفتاح أبو المجد محمد، تصور مقترح للتربية الإعلامية في مدارس التعليم الثانوي، مرجع سابق، ص 341.
- (71) W. James Potter, theory of media literacy :Cognitive approach. 1st .ed ., sage ., 2004, p.56
- (72) حسن محمد خليل، تقويم واقع ممارسة لمهارات التربية الإعلامية في ضوء تعدد مصادرهم للثقافة الإعلامية، مرجع سابق.
- (73) أسماء بكر الصديق توفيق الولي، دور اخصائي الاعلام التربوي في نشر المفاهيم الحديثه للتربية الاعلامية في المدارس الحكوميه المصريه، مرجع سابق ص 532.
- (74) هناء عبدة عباس، أثر وحدة مقترحة في التربية الإعلامية على التحصيل الدراسي، مرجع سابق، ص 320.
- (75) Hobbs, R., Moen, M., Tang, R., & Steager, P. (2022). op, cit., p 1-20.
- (76) هناء راضي مصطفى العسكري، المرجع السابق، ص 134 .
- (77) محمود أبو النور عبد الرسول، 2015، مرجع سابق، ص 40
- (78) W. James Potter, theory of media literacy :Cognitive approach. 1st .ed ., sage ., 2004, p.75
- (79) صبحي شرف ومحمد الدمرداش، معايير التربية على المواطنة الرقمية في المناهج، مرجع سابق ص 131.
- (80) هناء راضي مصطفى العسكري، المرجع السابق، ص 131 .
- (81) محمد فؤاد زيد، (2002)، مرجع سابق، ص 405.
- (82) طه، عوض محم، 2018، مرجع سابق.
- (83) W. James Potter, theory of media literacy :Cognitive approach. 1st .ed ., sage ., 2004, p.56
- (84) محمود أبو النور عبد الرسول، 2015، مرجع سابق، ص 40
- (85) بهنسي، مها السيد. (2019). مرجع سابق، 614 - 565 .
- (86) جمال الدهشان، المواطنة الرقمية مدخلا للتربية العربية في العصر الرقمي، مرجع سابق.
- (87) عقيلة، عبدالمحسن حامد أحمد. (2022). مستوى مهارات التربية الإعلامية الأخبائية لطلاب الإعلام التربوي بجامعة المنيا: دراسة في ضوء نموذج جيمس بوتر للتربية الإعلامية. *مجلة البحوث الإعلامية*، ع 62، ج 2، 651 - 696.
- (88) خضر، وفاء السيد. (2021). مهارات التربية الإعلامية، مرجع سابق، 356 - 351.
- (89) Azzimonti, M., & Fernandes, M. (2023). Social media networks, fake news, and polarization. *European Journal of Political Economy*, 76, 102256.

- (90) Obadă, D. R., & Dabija, D. C. (2022). "In flow"! why do users share fake news about environmentally friendly brands on social media?. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(8), 4861
- (91) محمد، أحمد جمال حسن. (2021). آليات الجمهور المصري في التحقق من الأخبار الزائفة وعلاقته بأنماطهم التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي. *مجلة البحوث الإعلامية*، ع59، ج2، 1066 - 1003
- (92) L.Guo and C.Vargo (2018) "Fake News" & Emerging Online Media Ecosystem: an Integrated Intermedia Agenda-Setting Analysis of The 2016 U.S Presidential Election, **Communication Research**, Available at: <https://doi.org/10.1177/0093650218777177> , p.4
- (93) Wei, L., Gong, J., Xu, J., Abidin, N. E. Z., & Apuke, O. D. (2023). Do social media literacy skills help in combating fake news spread? Modelling the moderating role of social media literacy skills in the relationship between rational choice factors and fake news sharing behaviour. *Telematics and Informatics*, 76, 101910
- (94) عبدالغنى، مى. (2020). توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجا: دراسة تحليلية مقارنة. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع12، 41 - 9
- (95) Center for Media Literacy . Canada's Key Concepts of Media Literacy.2003: (http://www.medialit.org/reading_room/article210.htm)