

مجلة

بحوث العلاقات العامة

Journal
of
PR
research
Middle East

الشرق الأوسط



معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢٢/٢٠٢١ = ١,٥٦٩ معامل تأثير المجلس الأعلى للجامعات = ٧
معامل التأثير "أرسيف" لعام ٢٠٢٢ = ٠,٥٨٣٣

دورية علمية محكمة بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة - السنة الحادية عشرة - العدد الثالث والأربعون - يناير / مارس ٢٠٢٣

ملخصات بحوث باللغة الإنجليزية:

- العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الصحية ومنصاتها الرقمية واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية

أ.د. خوان سيلفادور فكتوريا ماس (جامعة ميلجا بإسبانيا)

محمد عايد الشمري (جامعة ميلجا بإسبانيا) ... ص ٩

بحوث باللغة العربية:

- دور الإعلانات التليفزيونية بالقنوات الفضائية المصرية في توعية الجمهور المصري بالتغيرات المناخية: دراسة ميدانية

د. نيفين محمد عرابي حماد (جامعة الأزهر) ... ص ١٣

- الدراسة الإعلامية والمعلوماتية للشباب المصري وعلاقتها بتداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على موقع تيك توك

د. آلاء فوزي السيد عبد اللطيف (جامعة القاهرة)

د. إيمان ظاهر سيد عباس (جامعة القاهرة) ... ص ٥٧

- القيم الأخلاقية والمهنية في إعداد رجل الأمن: دراسة نظرية

لواء د. خالد عبد الحميد كامل خريوش (جامعة أسيوط) ... ص ١٠٣

- فاعلية برنامج قائم على البودكاست عبر الهواتف الذكية في توعية وحماية المراهقات الكفيفات من التحرش الجنسي

د. مروى عبد اللطيف محمد عبد العزيز (جامعة عين شمس) ... ص ١٣١

- الأنشطة الاتصالية للمنظمات الإسلامية لتحسين صورة الإسلام: رابطة العالم الإسلامي نموذجًا

د. سماح جمال محمد أحمد (جامعة أسيوط)

غيداء عبد الرحمن عبد الله الزيد (جامعة أم القرى) ... ص ١٨١

- سيمولوجيا الخطاب البصري لتقنية موشن جرافيك وأثرها على فهم وتذكر التوعية البيئية لدى الشباب الجامعي

د. آمال إسماعيل محمد زيدان (جامعة الأزهر) ... ص ٢١٩

- أنماط السلوك الرقمي للشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى معرفتهم بحقوق الإنسان الرقمية

د. ولاء محمد محروس الناعي (جامعة بورسعيد) ... ص ٢٥٧

(ISSN 2314-8721)

الشبكة القومية للمعلومات العلمية والتكنولوجية

(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر

رقم الإيداع بدار الكتب: ٢٠١٩/٢٤٢٨٠

جميع الحقوق محفوظة © ٢٠٢٣ APRA

الوكالة العربية للعلاقات العامة

www.jprr.epra.org.eg

مؤسسها

ورئيس مجلس الإدارة

د. حاتم محمد عاطف

رئيس EPRA

رئيس التحرير

أ.د. علي السيد عجوة

أستاذ العلاقات العامة والعميد

الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

رئيس اللجنة العلمية بـ EPRA

مدير التحرير

أ.د. محمد معوض إبراهيم

أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس

والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

رئيس اللجنة الاستشارية بـ EPRA

مساعدو التحرير

أ.د. رزق سعد عبد المعطي

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام والألسن
جامعة مصر الدولية

أ.د. محمد حسن العامري

أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة

كلية الإعلام - جامعة بغداد

أ.م.د. ثريا محمد السنوسي

أستاذ مشارك بكلية الاتصال

جامعة الشارقة

أ.م.د. فؤاد علي سعدان

أستاذ العلاقات العامة المشارك

كلية الإعلام - جامعة صنعاء

د. نصر الدين عبد القادر عثمان

أستاذ العلاقات العامة المساعد في كلية الإعلام

جامعة عجمان

مدير العلاقات العامة

المستشار/ السعيد سالم خليل

التدقيق اللغوي

علي حسين الميهي

د. سعيد عثمان غانم

مدققا اللغة العربية

أحمد علي بدر

مدقق اللغة الإنجليزية

العراسلات

الجمعية المصرية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - الجيزة - الدقي

بين السرايات - ١ شارع محمد الزغبى

إصدارات الوكالة العربية للعلاقات العامة

جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم

رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073 Tel : +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

الهيئة الاستشارية

أ.د. علي السيد عجوة (مصر)

أستاذ العلاقات العامة المتفرغ والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة القاهرة

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

أ.د. ياس خضير البياتي (العراق)

أستاذ الإعلام بجامعة بغداد ووكيل عميد كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية
جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا

أ.د. محمد معوض إبراهيم (مصر)

أستاذ الإعلام المتفرغ بجامعة عين شمس والعميد الأسبق لكلية الإعلام جامعة سيناء

أ.د. عبد الرحمن بن حمود العناد (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية

أ.د. محمود يوسف مصطفى عبده (مصر)

أستاذ العلاقات العامة والوكيل الأسبق لكلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة القاهرة

أ.د. سامي عبد الرؤوف محمد طابع (مصر)

أستاذ العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة القاهرة

أ.د. شريف درويش مصطفى اللبان (مصر)

أستاذ الصحافة - وكيل كلية الإعلام لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. جمال عبد الحي عمر النجار (مصر)

أستاذ الإعلام بكلية الدراسات الإسلامية للبنات - جامعة الأزهر

أ.د. عابدين الدردير الشريف (ليبيا)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الآداب والعلوم الإنسانية بجامعة الزيتونة - ليبيا

أ.د. عثمان بن محمد العربي (السعودية)

أستاذ العلاقات العامة والرئيس الأسبق لقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة الملك سعود

أ.د. وليد فتح الله مصطفى بركات (مصر)

أستاذ الإذاعة والتلفزيون ووكيل كلية الإعلام لشئون التعليم والطلاب سابقاً - جامعة القاهرة

أ.د. تحسين منصور رشيد منصور (الأردن)

أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام - جامعة اليرموك

أ.د. علي قسايسية (الجزائر)

أستاذ دراسات الجمهور والتشريعات الإعلامية بكلية علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر ٣

أ.د. رضوان بو جمعة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بقسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر

أ.د. هشام محمد عباس زكريا (السودان)

أستاذ الإعلام وعميد كلية الاتصال بالجامعة القاسمية بالشارقة - العميد السابق لكلية تنمية المجتمع في جامعة وادي النيل بالسودان

أ.د. عبد الملك ردمان الدناني (اليمن)

أستاذ الإعلام بجامعة الإمارات للتكنولوجيا

جميع حقوق الطبع محفوظة.

جميع حقوق الطبع والنشر محفوظة للوكالة العربية للعلاقات العامة

لا يجوز، دون الحصول على إذن خطي من الناشر، استخدام أي من المواد التي تتضمنها هذه المجلة، أو استنساخها أو نقلها، كلياً أو جزئياً، في أي شكل وبأية وسيلة، سواءً بطريقة إلكترونية أو آلية، بما في ذلك الاستنساخ الفوتوجرافي، أو التسجيل أو استخدام أي نظام من نظم تخزين المعلومات واسترجاعها، وتطبق جميع الشروط والأحكام والقوانين الدولية فيما يتعلق بانتهاك حقوق النشر والطبع للنسخة المطبوعة أو الإلكترونية.

الترقيم الدولي للنسخة المطبوعة
(ISSN 2314-8721)

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية
(ISSN 2314-873X)

الشبكة القومية المصرية للمعلومات العلمية والتكنولوجية
(ENSTINET)

بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر
رقم الإيداع: ٢٤٣٨٠ / ٢٠١٩

ولتقديم طلب الحصول على هذا الإذن والمزيد من الاستفسارات، يرجى الاتصال برئيس مجلس إدارة الجمعية المصرية للعلاقات العامة (الوكيل المفوض للوكالة العربية للعلاقات العامة) على العنوان الآتي:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency, Egypt, Menofia, Shebin El-Kom
Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.
Postal code: 32111 Post Box: 66
Or

Egyptian Public Relations Association, Egypt, Giza,
Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghby st. of Ahmed Elzayat St.

بريد إلكتروني: jpr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

موقع ويب: www.jpr.epra.org.eg - www.apr.agency

الهاتف : 818 - 02-376-20 (+2) - 151 - 14 - 15 - 0114 (+2) - 157 - 14 - 15 - 0114 (+2)

فاكس : 73 - 048-231-00 (+2)

المجلة مفهرسة ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية التالية:



مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط

Journal of Public Relations Research Middle East

التعريف بالمجلة:

مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط دورية علمية تنشر أبحاثاً متخصصة في العلاقات العامة وعلوم الإعلام والاتصال، بعد أن تقوم بتحكيمها من قِبَل عدد من الأساتذة المتخصصين في نفس المجال، بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة، أول جمعية علمية مصرية متخصصة في العلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة).
والمجلة ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة المتخصصة في التعليم والاستشارات العلمية والتدريب.

- المجلة معتمدة بتصريح من المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام في مصر، ولها ترقيم دولي ورقم إيداع ومصنفة دولياً لنسختها المطبوعة والإلكترونية من أكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة، كذلك مصنفة من لجنة الترقيات العلمية تخصص الإعلام بالمجلس الأعلى للجامعات في مصر.
- المجلة فصلية تصدر كل ثلاثة أشهر خلال العام.
- تقبل المجلة نشر عروض الكتب والمؤتمرات وورش العمل والأحداث العلمية العربية والدولية.
- تقبل المجلة نشر إعلانات عن محركات بحث علمية أو دور نشر عربية أو أجنبية وفقاً لشروط خاصة يلتزم بها المعلن.
- يُقبل نشر البحوث الخاصة بالترقيات العلمية - وللباحثين المتقدمين لمناقشة رسائل الماجستير والدكتوراه.
- يُقبل نشر ملخصات الرسائل العلمية التي نوقشت، ويُقبل نشر عروض الكتب العلمية المتخصصة في العلاقات العامة والإعلام، كذلك المقالات العلمية المتخصصة من أساتذة التخصص من أعضاء هيئة التدريس.

قواعد النشر:

- أن يكون البحث أصيلاً ولم يسبق نشره.
- تقبل البحوث باللغات: (العربية - الإنجليزية - الفرنسية) على أن يُكتب ملخص باللغة الإنجليزية للبحث في حدود صفحة واحدة إذا كان مكتوباً باللغة العربية.
- أن يكون البحث في إطار الموضوعات التي تهتم بها المجلة في العلاقات العامة والإعلام والاتصالات التسويقية المتكاملة.
- تخضع البحوث العلمية المقدمة للمجلة للتحكيم ما لم تكن البحوث قد تم تقييمها من قِبَل اللجان والمجالس العلمية بالجهات الأكاديمية المعترف بها أو كانت جزءاً من رسالة أكاديمية نوقشت وتم منح صاحبها الدرجة العلمية.
- يُراعى اتباع الأسس العلمية الصحيحة في كتابة البحث العلمي ومراجعته، ويُراعى الكتابة بينط (١٤) Simplified Arabic والعناوين الرئيسية والفرعية Bold في البحوث العربية، ونوع الخط Times New Roman في البحوث الإنجليزية، وهوامش الصفحة من جميع الجهات (٢,٥٤)، ومسافة (١) بين السطور، أما عناوين الجداول (١١) بنوع خط Arial.
- يتم رصد المراجع في نهاية البحث وفقاً للمنهجية العلمية بأسلوب متسلسل وفقاً للإشارة إلى المرجع في متن البحث وفقاً لطريقة APA الأمريكية.
- يرسل الباحث نسخة إلكترونية من البحث بالبريد الإلكتروني بصيغة Word مصحوبة بسيرة ذاتية

- مختصرة عنه، وإرفاق ملخصين باللغتين العربية والإنجليزية للبحث.
- في حالة قبول البحث للنشر بالمجلة يتم إخطار الباحث بخطاب رسمي بقبول البحث للنشر. أما في حالة عدم قبول البحث للنشر فيتم إخطار الباحث بخطاب رسمي وإرسال جزء من رسوم نشر البحث له في أسرع وقت.
- إذا تطلب البحث إجراء تعديل بسيط فيلتزم الباحث بإعادة إرسال البحث معدلاً خلال ١٥ يومًا من استلام ملاحظات التعديل، وإذا حدث تأخير منه فسيتم تأجيل نشر البحث للعدد التالي، أما إذا كان التعديل جذرياً فيرسله الباحث بعد ٣٠ يومًا من إرسال الملاحظات له.
- يرسل الباحث مع البحث ما قيمته ٣٨٠٠ جنيه مصري للمصريين من داخل مصر، ومبلغ \$٥٥٠ للمصريين المقيمين بالخارج والأجانب، مع تخفيض (٢٠٪) لمن يحمل عضوية الزمالة العلمية للجمعية المصرية للعلاقات العامة من المصريين والجنسيات الأخرى. وتخفيض (٢٥٪) من الرسوم لطلبة الماجستير والدكتوراه. ولأي عدد من المرات خلال العام. يتم بعدها إخضاع البحث للتحكيم من قِبل اللجنة العلمية.
- يتم رد نصف المبلغ للباحثين من داخل وخارج مصر في حالة رفض هيئة التحكيم البحث وإقرارهم بعدم صلاحيته للنشر بالمجلة.
- لا ترد الرسوم في حالة تراجع الباحث وسحبه للبحث من المجلة لتحكيمه ونشره في مجلة أخرى.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٤٠) صفحة A4- في حالة الزيادة تحتسب الصفحة بـ ٧٠ جنيهاً مصرياً للمصريين داخل مصر وللمقيمين بالخارج والأجانب \$١٠.
- يُرسل للباحث عدد (٢) نسخة من المجلة بعد نشر بحثه، وعدد (٥) مستلة من البحث الخاص به.
- ملخص رسالة علمية (ماجستير) ٥٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٥٠.
- ملخص رسالة علمية (الدكتوراه) ٦٠٠ جنيهاً للمصريين ولغير المصريين \$١٨٠. على ألا يزيد ملخص الرسالة عن ٨ صفحات.
- ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية الجمعية المصرية للعلاقات العامة. ويتم إرسال عدد
- (١) نسخة من المجلة بعد النشر للباحث على عنوانه بالبريد الدولي.
- نشر عرض كتاب للمصريين ٧٠٠ جنيه ولغير المصريين \$٣٠٠، ويتم إرسال عدد (١) نسخ من المجلة بعد النشر لصاحب الكتاب على عنوانه بالبريد الدولي السريع. ويتم تقديم خصم (١٠٪) لمن يشترك في عضوية زمالة الجمعية المصرية للعلاقات العامة.
- بالنسبة لنشر عروض تنظيم ورش العمل والندوات من داخل مصر ٦٠٠ جنيه، ومن خارج مصر \$٣٥٠. بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- بالنسبة لنشر عروض المؤتمرات الدولية من داخل مصر ١٢٠٠ جنيهاً ومن خارج مصر \$٤٥٠ بدون حد أقصى لعدد الصفحات.
- جميع الآراء والنتائج البحثية تعبر عن أصحاب البحوث المقدمة وليس للجمعية المصرية للعلاقات العامة أو الوكالة العربية للعلاقات العامة أي دخل بها.
- تُرسل المشاركات باسم رئيس مجلس إدارة المجلة على عنوان الوكالة العربية للعلاقات العامة - جمهورية مصر العربية - المنوفية - شبين الكوم - تقاطع شارع صبري أبو علم مع شارع الأمين، رمز بريدي: ٣٢١١١ - صندوق بريدي: ٦٦، والإيميل المعتمد من المجلة jpr@epra.org.eg، أو إيميل رئيس مجلس إدارة المجلة ceo@apr.agency بعد تسديد قيمة البحث وإرسال صورة الإيصال التي تفيد ذلك.

الافتتاحية

منذ بداية إصدارها في أكتوبر - ديسمبر من عام ٢٠١٣م، يتواصل صدور أعداد المجلة بانتظام، ليصدر منها واحد وأربعون عددًا بانتظام، تضم بحوثًا ورؤى علمية متعددة لأساتذة ومتخصصين وباحثين من مختلف دول العالم.

وبما أن المجلة أول دورية علمية محكمة في بحوث العلاقات العامة بالوطن العربي والشرق الأوسط - وهي تصدر بإشراف علمي من الجمعية المصرية للعلاقات العامة (عضو شبكة الجمعيات العلمية بأكاديمية البحث العلمي والتكنولوجيا بالقاهرة) ضمن مطبوعات الوكالة العربية للعلاقات العامة - وجد فيها الأساتذة الراغبون في تقديم إنتاجهم للمجتمع العلمي بكافة مستوياته ضالته المنشودة للنشر على النطاق العربي، وبعض الدول الأجنبية التي تصل إليها المجلة من خلال مندوبيها في هذه الدول، وكذلك من خلال موقعها الإلكتروني، فقد نجحت المجلة في الحصول على معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها ٣١ معيارًا، وصنفت المجلة في عام ٢٠٢٢م ضمن الفئة "الأولى Q1" وهي الفئة الأعلى في تخصص الإعلام، والمجلة الأعلى على المستوى العربي للعام الثاني على التوالي، بمعامل تأثير = ٠.٥٨٣٣، كما تحصلت المجلة على معامل الاقتباس الدولي ICR لعام ٢٠٢١/٢٠٢٢ بقيمة = ١.٥٦٩.

كذلك تصدرت المجلة الدوريات العلمية المحكمة المتخصصة في التصنيف الأخير للمجلس الأعلى للجامعات في مصر، والذي اعتمدها في الدورة الحالية للجنة الترقية العلمية تخصص "الإعلام" وتقييمها بـ (٧) درجات من (٧). وأصبحت المجلة متاحة على قاعدة البيانات العربية الرقمية "معرفة"، وكذلك أصبحت المجلة ضمن قائمة المجلات العلمية المحكمة التي تصدر باللغة العربية المستوفية لمعايير الانضمام لقواعد البيانات العالمية، والتي تم مراجعتها من وحدة النشر بعمادة البحث العلمي بجامعة أم القرى.

والمجلة مفهومة حاليًا ضمن قواعد البيانات الرقمية الدولية: (EBSCO HOST) - دار المنظومة - العبيكان - معرفة).

وفي هذا العدد - الثالث والأربعين - من المجلة نقدم للباحثين في الدراسات الإعلامية والمهتمين بهذا المجال عددًا يضم بحوثًا ورؤى علمية للأساتذة والمشاركين والمساعدين وكذلك الباحثين أبحاثًا مقدمة للنشر العلمي بهدف تكوين رصيد للباحثين من أعضاء هيئة التدريس للتقدم للترقية، أو الباحثين لمناقشة الدكتوراه والماجستير.

ففي البداية وعلى صعيد البحوث الواردة بهذا العدد من المجلة، نجد بحثًا مشتركًا باللغة الإنجليزية من جامعة ميلجا تحت عنوان: "العوامل المؤثرة في أداء القائم بالاتصال في وسائل الإعلام الصحية ومنصاتها الرقمية واتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية"، وهو مقدم من: أ.د. **خوان سيلفادور فكتوريا ماس**، من أسبانيا، **محمد عايد الشمري**، من السعودية.

أما د. **نيفين محمد عرابي حماد**، من مصر، من جامعة الأزهر، فقدّمت دراسة ميدانية بعنوان: "دور الإعلانات التليفزيونية بالقنوات الفضائية المصرية في توعية الجمهور المصري بالتغيرات المناخية".

ومن جامعة القاهرة، قَدِّمَتَا: د. آلاء فوزي السيد، د. إيمان ظاهر سيد عباس، من مصر، بحثًا مشتركًا بعنوان: الدراية الإعلامية والمعلوماتية للشباب المصري وعلاقتها بتداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على موقع تيك توك".

ومن جامعة أسيوط قَدِّمَ لواء د. خالد عبد الحميد كامل خربوش، من مصر، دراسة نظرية بعنوان: "القيم الأخلاقية والمهنية في إعداد رجل الأمن".

وقَدِّمَت د. مروى عبد اللطيف محمد عبد العزيز من جامعة عين شمس، من مصر، بحثًا بعنوان: "فاعلية برنامج قائم على البودكاست عبر الهواتف الذكية فى توعية وحماية المراهقات الكفيفات من التحرش الجنسي".

وقَدِّمَت د. سماح جمال محمد أحمد، من جامعة أسيوط، من مصر، وغيداء عبد الرحمن عبد الله الزيد، من جامعة أم القرى، من السعودية، بحثًا مشتركًا تحت عنوان: "الأنشطة الاتصالية للمنظمات الإسلامية لتحسين صورة الإسلام: رابطة العالم الإسلامي نموذجًا".

ومن جامعة الأزهر، قَدِّمَت د. آمال إسماعيل محمد زيدان، من مصر، بحثًا بعنوان: "سيمولوجيا الخطاب البصري لتقنية موشن جرافيك وأثرها على فهم وتذكر التوعية البيئية لدى الشباب الجامعي". وأخيرًا من جامعة بورسعيد، قَدِّمَت د. ولاء محمد محروس الناغي، من مصر، بحثًا بعنوان: "أنماط السلوك الرقمي للشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى معرفتهم بحقوق الإنسان الرقمية".

وهكذا فإن المجلة ترحب بالنشر فيها لمختلف الأجيال العلمية من جميع الدول. ومن المعلوم بالضرورة أن جيل الأساتذة وبحوثهم لا تخضع للتحكيم طبقًا لقواعد النشر العلمي المتبعة في المجالات العلمية.

أما البحوث المنشورة لأعضاء هيئة التدريس الراغبين في التقدم للترقي للدرجة الأعلى والطلاب المسجلين لدرجتي الدكتوراه والماجستير فتخضع جميعها للتحكيم من قِبَل الأساتذة المتخصصين. وجميع هذه البحوث والأوراق العلمية تعبر عن أصحابها دون تدخل من هيئة تحرير المجلة التي تحدد المحكمين وتقدم ملاحظاتهم إلى أصحاب البحوث الخاضعة للتحكيم لمراجعة التعديلات العلمية قبل النشر.

وأخيرًا وليس آخرًا ندعو الله أن يوفقنا لإثراء النشر العلمي في تخصص العلاقات العامة بشكل خاص والدراسات الإعلامية بشكل عام.

والله الموفق،

رئيس تحرير المجلة

أ.د. علي عجوة

الدراية الإعلامية والمعلوماتية للشباب المصري وعلاقتها بتداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على موقع تيك توك^(*)

إعداد

د. إيمان طاهر سيد عباس^(**) د. آلاء فوزي السيد^(***)

(*) تم استلام البحث في ٢٩ أكتوبر ٢٠٢٢م وقُبل للنشر في ١٥ يناير ٢٠٢٣م.
(**) مدرس العلاقات العامة والإعلان في كلية الإعلام - جامعة القاهرة.
(***) مدرس العلاقات العامة والاتصال السياسي بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

الدراية الإعلامية والمعلوماتية للشباب المصري وعلاقتها بتداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على موقع تيك توك

د. آلاء فوزي السيد
alaafawzy@cu.edu.eg
جامعة القاهرة

د. إيمان طاهر سيد عباس
tahereman911@gmail.com
جامعة القاهرة

ملخص:

تستهدف هذه الدراسة تحليل مفهوم وممارسات الدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب المصري وانعكاساتها على تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة؛ وتحديدًا على موقع "تيك توك" الذي يحظى بشعبية بين فئات الشباب. بالإضافة إلى دراسة العوامل المؤثرة على العلاقة بين الدراية الإعلامية والمعلوماتية وتداولية الأخبار والمعلومات على التيك توك، وذلك في ضوء المتغيرات المرتبطة بكل من: رأس المال التقني، ورأس المال الاقتصادي الاجتماعي للفرد. وتم الاعتماد على كل من: نموذج الدراية الإعلامية والمعلوماتية لـ (Choi et al.2021)، نموذج ظاهرة اضطراب المعلومات لـ (Claire Wardle, 2017). وتم الاعتماد على منهج المسح باستخدام الاستقصاء الإلكتروني على الشباب المصري بمختلف فئاتهم، وقد تم سحب عينة قوامها (٢٦٨) مجوئًا بأسلوب العينة غير الاحتمالية (العمدية المتاحة) من مستخدمي تيك توك الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٣٥ عامًا. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية بين ممارسة أغلب مستخدمي التيك توك للمهارات الخاصة بكل من الدراية الإعلامية والدراية المعلوماتية، وقد يرجع ذلك إلى الاندماج بين وسائل الإعلام ومصادر المعلومات في البيئة الرقمية، الأمر الذي يعزز أهمية امتلاك الفرد لمزيج من مهارات الدراية المتعلقة بتحليل الرسائل الإعلامية ونقدها، ومهارات البحث والتحقق من المعلومات. بالإضافة إلى أنه على الرغم من النتيجة التي أظهرتها الدراسة بشأن عدم معرفة العديد من مستخدمي التيك توك للمفهومين الشاملين للدراية الإعلامية والدراية المعلوماتية، إلا أن أغلب هؤلاء المستخدمين يمارسون العديد من سلوكيات الدراية بشكل فعلي. تبين أن رأس المال الاقتصادي الاجتماعي للفرد (المتغيرات الديموغرافية) يؤثر نسبيًا على العلاقة بين ممارسة الدراية الإعلامية لمستخدمي التيك توك وتداولهم للأخبار والمعلومات. أظهرت نتائج الدراسة عدم صحة الفرض المتعلق بتأثير رأس المال الاقتصادي الاجتماعي على العلاقة بين ممارسة الدراية المعلوماتية لمستخدمي التيك توك وتداولهم للأخبار والمعلومات. وفي إطار تقييم المستخدمين لتطبيق التيك توك، أظهرت النتائج أن أغلب أفراد عينة الدراسة لا يثقون في منصة التيك توك بوصفها مصدرًا فعالًا لتقديم الأخبار والمعلومات، وقد تفسر هذه النتيجة في ضوء طبيعة المنصة ذاتها التي تعتمد على نشر فيديوهات قصيرة لا تزيد على ثلاث دقائق، وبالتالي قد تكون هذه المدة غير كافية لتغطية الأخبار

والمعلومات بصورة شاملة، كما أن طبيعة فيديوهات التيك توك التي يميل معظمها للفكاهة والسخرية جعلت أغلب المستخدمين يرونها وسيلة ترفيهية وليست مصدرًا من المصادر الإعلامية أو المعلوماتية. وتقتصر الدراسة مجموعة من التوصيات التي تسعى من خلالها لتقنين العلاقة بين الدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية المختلفة، وبين تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة.

الكلمات المفتاحية: الدراية الإعلامية - الدراية المعلوماتية - الأخبار الزائفة - المعلومات المضللة - منصة التيك توك.

مقدمة:

يواجه مجتمع المعرفة العديد من التحديات العالمية نتيجة تطور التكنولوجيات والتقنيات الحديثة، حيث تضاعف المحتوى الرقمي في البيئة المعلوماتية والإعلامية وسط تحكم العديد من الفاعلين سواء كانوا حكوميين أو غير حكوميين يقودهم العديد من الدوافع؛ سواء دوافع سياسية أو فكرية أو اقتصادية. وفي هذا الشأن، يشير تقرير (2019) The News Literacy Project إلى أن تضاعف حجم المعلومات والبيانات هو التحدي المسيطر على البيئة الرقمية، حيث إن صعود وسائل التواصل الاجتماعي زاد من حجم تدفق المعلومات والبيانات، وزاد - بالتالي - مقدار الآراء في مقابل الحقائق. كما أوضح (Schultz 2019) أن هناك ما يقرب من ٣٠٠ مليون مستخدم جديد لوسائل التواصل الاجتماعي كل عام، وهو ما يعادل ٥٥٠ مستخدمًا جديدًا في الدقيقة، الأمر الذي يشير إلى انخفاض عدد الإعلاميين المحترفين في مقابل ازدياد عدد المستخدمين وصناع المحتوى الذين يعملون في المنصات الرقمية بأشكالها المختلفة.

ومن الجدير بالذكر أن منصة "تيك توك" تُعدُّ إحدى أكثر المنصات استخدامًا في العالم؛ حيث كشف تقرير (2022) We are Social عن تنامي وتجاوز عدد مستخدميه لأكثر من مليار مستخدم، كما يعدُّ "تيك توك" أحد أكثر التطبيقات المجانية تنزيلًا في الربع الأول من العام الجاري. بالإضافة إلى أن قاعدة مستخدمي التطبيق شهدت قفزة حادة خلال العامين الماضيين، وأصبح مقدار الوقت الذي يقضيه المستخدمون على التطبيق فوق المعتاد، ليتوقع الخبراء أن تصل القيمة السوقية لشركة (Byte Dance) المالكة له لأكثر من ١٠٠ مليار دولار.

وفي ظل هذا الصعود الكبير للشبكات الاجتماعية زاد اهتمام الباحثين في المجال الرقمي بالدراية الإعلامية والمعلوماتية (Media and Information Literacy) (MIL)، ويقصد بها تمكين المستخدمين من خلال التعلّم المستمر واكتساب المعرفة حول وظائف وتأثيرات وسائل الإعلام، وآليات إنشاء المحتوى وتوزيعه، وحقوق الأشخاص في تحصيل المعلومات وحرية التعبير، فضلًا عن مسؤوليات أولئك الذين يستخدمون وسائل الإعلام ويتوسطون من خلالها ويتحكمون في تصميمها الأخلاقي ويطورون التقنيات الجديدة والناشئة. واستنادًا إلى هذا التوجه؛ فإن أهداف الدراية الإعلامية والمعلوماتية ترتبط ارتباطًا وثيقًا بصحة وسرعة تغير المحتوى المقدم خاصة

مع انتشار الشبكات الاجتماعية، كما أن المستخدم تحول إلى صانع للمحتوى وفاعل مؤثر في المنصات الرقمية، وهو ما أوجد بيئة خصبة للتضليل الإعلامي والمعلوماتي.

لذا؛ توجب دراسة وتقييم ماهية العلاقة بين الدراية الإعلامية والمعلوماتية للمستخدمين من الشباب المصري وعملية تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة عبر منصة التيك توك⁽¹⁾، كما سنوضح في قضية الدراسة.

قضية الدراسة:

تستهدف هذه الدراسة تحليل مفهوم وممارسات الدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب المصري وانعكاساتها على تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة؛ وتحديدًا على موقع "تيك توك" الذي يحظى بشعبية بين فئات الشباب. كما تضع الدراسة في حسابها العوامل المؤثرة على العلاقة بين الدراية الإعلامية والمعلوماتية وتداولية الأخبار والمعلومات على التيك توك، وذلك في ضوء المتغيرات المرتبطة بكل من: رأس المال التقني، ورأس المال الاقتصادي الاجتماعي للفرد.

أهمية الدراسة:

تتجسد أهمية الدراسة الحالية في الآتي:

- أ. توظيف مفهوم حديث يجمع بين دراسة أبعاد الدراية الإعلامية والدراية المعلوماتية في إطار تكاملي، بخلاف النهج التقليدي الذي يدرس كل منهما بشكل منفصل لا يعبر عن واقع المهارات المتشابهة والمتعددة التي يحتاجها مستخدمو الإنترنت في العصر الرقمي.
- ب. تطبيق الدراسة على منصة التيك توك التي تحظى بشعبية كبيرة بين فئات الشباب، وفي ذات الوقت تعتبر في كثير من الأحيان وسيلة لنشر الأخبار والمعلومات عبر مصادر مجهولة أو غير دقيقة، ما يعزز من أهمية تأثير هذه المنصة تحديدًا على تداولية الشباب للمضامين المضللة والزائفة.
- ج. تقديم إطار مفاهيمي للدراية الإعلامية والمعلوماتية من منظور بحثي حديث يتوافق مع طبيعة البيئة المصرية، ويتواءم مع المعايير الدولية التي وضعتها منظمة اليونسكو للدراية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية:

- أ. تقييم واقع الدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى المستخدم المصري، وعلاقته بتداول ومشاركة الأخبار والمعلومات عبر منصة التيك توك.
- ب. دراسة درجة كفاءة ممارسات الدراية الإعلامية والمعلوماتية على تداول المستخدمين للمعلومات عبر منصة التيك توك.

(1) اشتركت الباحثتان في إجراء جميع خطوات البحث العلمي في هذه الدراسة بما تشمله؛ من مراجعة التراث العلمي، واختيار الإطار النظري ووضع المنهجية، وجمع البيانات عبر استمارة الاستبيان، وكتابة نتائج الدراسة المسحية وتحليلها واقتراح التوصيات.

ج. تقديم توصيات من أجل تحقيق العلاقة الإيجابية بين الدراية الإعلامية والمعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عبر منصات التواصل الاجتماعي.

الدراسات السابقة:

المحور الأول - الدراية الإعلامية والدراية المعلوماتية:

يهتم هذا المحور بمراجعة الدراسات السابقة التي تشرح المفاهيم والعلاقات المتشابكة بين مفهومي "الدراية الإعلامية" "Media Literacy"، و"الدراية المعلوماتية" "Information Literacy". وبالنسبة لمفهوم الدراية الإعلامية، فيعرفها (Aufderheide, 1993) بأنها "القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية وتحليلها وتقييمها وتوصيلها، عبر وسائل الإعلام المختلفة؛ مثل: التلفزيون والفيديو والسينما والإعلانات وشبكة الإنترنت وغيرها". ويتبنى عدة باحثين هذا التعريف الأساسي بوصفه جامعاً لمختلف مهارات الدراية الإعلامية (Inan & Temur, 2012; Choi et al, 2021)، كما ركز العديد من مفاهيم الدراية الإعلامية على تعزيز قدرة الفرد على التحليل النقدي وتمييز الاختلافات بين الواقع الحقيقي الذي نعيشه، وتمثيل الواقع كما تقدمه وسائل الإعلام (Flynn, Nyhan & Reifler, 2017; Jones-Jang et al., 2021). وفي هذا الشأن، يميز (LV, 2022) بين ثلاثة اتجاهات فكرية يتبناها الباحثون المعنيون بالدراية الإعلامية، حيث يطالب أصحاب "الموقف الحمائي" "Protectionism Position" بمقاومة انتشار المضامين المبتذلة والعنيفة والإباحية؛ بينما يتبنى آخرون "المفهوم الواقعي والموضوعي" "Realistic and Objective Concept" الذي يعطي الفرد حرية التعرض لجميع الرسائل الإعلامية وتفسيرها بطريقة منطقية، في حين يرى فريق ثالث ضرورة الفصل التام بين كل من دراية وسائل الإعلام التقليدية، ودراية وسائل الإعلام الشبكية التي تتطلب مهارات متقدمة للتعامل مع الانتشار الواسع والسريع للمعلومات في بيئة الإنترنت.

وفي هذا الصدد، يمكن القول بأن الاتجاه الأول "الحمائي" يفترض إمكانية فرض نوع من الرقابة على المضمون، وهو أمر قد يصعب تطبيقه في بيئة الإنترنت كونها بيئة معلوماتية متنوعة ومنفتحة وغير خاضعة للقوانين التقليدية، ولذا قد يكون الاتجاهان الثاني والثالث أقرب للتطبيق في الواقع؛ كونهما يعطيان الفرد حرية ومسئولية الاختيار العقلاني للرسائل الإعلامية المفيدة في وسط المجتمعات الافتراضية المنفتحة على جميع الآراء والمعارف، ويمثل ذلك جوهر الدراية الإعلامية التي تعتمد على الوعي الذاتي والتفكير النقدي للفرد.

وبالنسبة للدراية المعلوماتية، فترتبط أغلب تعريفاتها بعملية تمييز المعلومات Information Discernment التي تستخدم بشكل أساسي في البحوث العلمية، ثم توسعت استخداماتها لتشمل جميع مصادر المعلومات عبر الإنترنت. وفي هذا السياق؛ تشير رابطة مكاتب الكليات والبحوث (ACRL, 2000) إلى تعريف الدراية

المعلوماتية بأنها "الإطار الفكري لإيجاد المعلومات وفهمها وتقييمها واستخدامها". وفي سياق متصل؛ يشير اتحاد المكتبات الأمريكية (ALA, 2000) إلى أن الدراية المعلوماتية تتمثل في "قدرة الفرد على تحديد وقت حاجته للمعلومات، ومن ثم اختيار المعلومات المطلوبة وتقييمها واستخدامها بشكل فعال".

وفي هذا الشأن؛ قدم (Lupton and Bruce (2010) إطار عمل للدراية المعلوماتية تحت مسمى "التوجهات العامة والمخصصة والتحويلية" "Generic, Situated & Transformative Perspectives" (GEST). ويهتم "التوجه العام" بالدراية المعلوماتية عمومًا بعيدًا عن السياق الأخلاقي أو الفلسفة التربوية؛ بينما يركز "التوجه المخصص" على مهارات الدراية المرتبطة بالسياق الأخلاقي لمجتمع معين، في حين يعتمد "التوجه التحويلي" على توظيف "التعليم التحرري" "Emancipative Education" للتغيير الإيجابي على مستوى الفرد والمجتمع.

ويرى (Lupton and Bruce (2010) أن هذه التوجهات الثلاثة مطلوبة، ويمكن توظيفها في مجال الدراية المعلوماتية بدرجات متفاوتة، حسب الغرض التعليمي والتثقيفي المستهدف، مع العلم بأن النموذج التحويلي هو الأكثر شمولاً لأنه يعطي منظوراً أعمق للدراية المعلوماتية من المنظورين العام والمخصص.

وعلى الرغم من تناول العديد من الدراسات السابقة لكل من مفهومي الدراية الإعلامية والدراية المعلوماتية كما تم إيضاحهما سلفاً بشكل مستقل، فإن منظمة اليونسكو UNESCO تركز على الدرايتين الإعلامية والمعلوماتية، بوصفهما مفهوماً مكملين لبعضهما بعضاً، ويقدمان إطاراً شاملاً لمختلف مهارات الدراية المطلوبة لبناء وعي الإنسان الذي يستخدم مختلف وسائل الإعلام ومصادر المعلومات في عالمنا اليوم.

وفي هذا الشأن؛ تجدر الإشارة إلى تبني العديد من الباحثين لهذا النهج التكاملية، حيث يشير Costa et al. (2018) إلى أن الدراية الإعلامية والمعلوماتية تجسد إطار عمل تكاملياً يتضمن مجموعة واسعة من المهارات المعرفية والنقدية لكلٍ من الوسائل التناظرية والرقمية عبر المجالات المختلفة، كما ينظر إليها Choi et al. (2018). كعملية اكتساب مهارات متعددة المستويات، يبدأ أولها بوصول الفرد إلى مصادر المعلومات، ثم ممارسة بعض المهارات العملية التي تحسن جودة حياته، وصولاً إلى المستوى المتقدم لحماية أمنه الشخصي وخصوصيته، وقيامه ببعض المهارات الإبداعية على الإنترنت. ومن الناحية التطبيقية؛ يرى عدة باحثين أن وضع إطار موحد للدراية الإعلامية والمعلوماتية يقلل من التناقضات وصعوبات التنفيذ اللتين تواجهان البرامج التدريبية في هذا المجال، ويمد الفرد بالوسائل الفعالة للتحقق من صحة الأخبار ودقة المعلومات التي يستهلكها (Mackey and Jacobson, 2011 ; Jones-Jang et al., 2021).

وفي إطار تقييم مستوى الدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى مستخدمي الإنترنت، اقترح (Choi et al.2021) إطاراً نظرياً يفترض فيه أن مستوى الدراية الإعلامية والمعلوماتية يختلف بحسب بعض المتغيرات

المرتبطة برأس المال التقني Techno Capital الذي يشكل مجموع المهارات التكنولوجية لدى الفرد، بالإضافة إلى بعض المتغيرات الخاصة برأس المال الاقتصادي - الاجتماعي Socio - Economic Capital؛ والتي تشمل الجنس، والنوع، والعمر، والدخل، والتعليم، وغيرها.

وفي هذا السياق، أجرى Geary (2021) دراسة لقياس مهارات الدراية المعلوماتية لدى طلاب المرحلة الجامعية الأولى في جامعة جنوب كارولينا، وقد جمعت الدراسة بين منهج المسح الكمي والمنهج الكيفي عبر مجموعات النقاش المركزة، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين معرفة الطلاب بالمهارات التقنية وشعورهم بالكفاءة الذاتية بشأن القدرة على ممارسة مهارات الدراية المعلوماتية في الحياة الاجتماعية والأكاديمية، بل اعتبر الطلاب ذوي القدرات التقنية الفائقة أن الدراية المعلوماتية تمثل حقًا أساسيًا من حقوق الإنسان وتعد ضرورة لحياة الفرد في العصر الرقمي. وفي سياق متصل، قام Gndzalp (2021) بإجراء دراسة لاختبار مهارات الدراية المعلوماتية لدى المعلمين، من خلال تطبيق منهج المسح على عينة عشوائية غير منتظمة من المعلمين في مختلف مراحل التعليم قبل الجامعي في منطقة شرق الأناضول، وقد أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية إيجابية ذات مغزى بين ارتفاع مستوى المعارف التقنية لدى المعلمين، وبين ارتفاع قدرتهم على ممارسة مهارات الدراية المعلوماتية التي تشمل استخدام مصادر المعلومات، والتحقق من المعلومات ودعمها بالأدلة، ثم إعادة إنتاج المعلومات والربط بينها ونقلها للطلاب.

ومن جانب آخر، اهتمت عدة دراسات بالعلاقة بين الدراية الإعلامية والمعلوماتية وبعض المتغيرات المرتبطة برأس المال الاقتصادي - الاجتماعي، حيث تشير دراسة Powers (2022) إلى أن عامل العمر يؤثر على طريقة تعامل الأشخاص مع البرامج التدريبية في مجال الدراية الإعلامية؛ إذ يميل الأشخاص الأصغر سنًا، خاصة "الجيل Z"، نحو تعلم مهارات الدراية بهدف مواجهة متلازمة إيمان الإنترنت والمشكلات النفسية المرتبطة بكثافة استخدامهم للشبكات الاجتماعية، إلا أنهم في الوقت ذاته لا يتقنون في الأجيال الأكبر سنًا كمعلمين لهم باعتبار أنهم أقل منهم دراية بالتكنولوجيا، بينما وجدت دراسة Tamuli and Mishra (2022) أن متغير النوع يمثل أهمية خاصة في عملية توجيه برامج الدراية الإعلامية للجمهور المستهدف في الهند؛ إذ توصلت إلى أن برامج الدراية الإعلامية ساعدت النساء بوجه خاص على إدراك حقوقهن المعرفية وتمكينهن من ممارستها، ودعم شعورهن بالاستقلالية والثقة بأنفسهن عند مواجهة الثقافة الأبوية، كما منحت هذه البرامج النساء قدرات أكبر على الوصول للرسائل الإعلامية التي تشوه الواقع الخاص بالمرأة الهندية ودعمت لديهن مهارات تقييم هذه الرسائل ونقدها وتوصيل صوتهن للمجتمع.

وفي هذا الصدد، تجدر الإشارة إلى أن الدراسة الحالية تتبنى النهج التكاملية الخاص بمنظمة اليونسكو، والمتبع في عديد من الدراسات السابقة التي تمت الإشارة إليها في هذا المحور؛ ويرجع ذلك إلى انطلاق هذا البحث من عدة فرضيات قائمة على أن مفهومي الدراية الإعلامية والدراية المعلوماتية يقدمان مجموعة من المهارات المختلفة ولكنها في ذات الوقت متشابهة ومكملة لبعضها ولا تغني إحداها عن الأخرى؛ فمثلًا لا يمكن الفصل بين قدرة الفرد على الوصول للمعلومات والتحقق من دقتها، وبين تمكنه من التحليل النقدي للرسالة الإعلامية والحكم على مدى صحتها وفائدتها في إطار ما يملكه من معرفة، وذلك مع مراعاة تأثير المتغيرات الوسيطة التي قد تؤثر على مستوى اكتساب

الأفراد لمهارات الدراية الإعلامية والمعلوماتية، نتيجة امتلاكهم لمهارات تقنية معينة، أو تأثرهم بالاختلافات الديموغرافية التي تشكل الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية لحياة الفرد مثل العمر والنوع والوظيفة وغيرها.

وبناء على ذلك اهتمت الباحثان باقتراح مفهوم متكامل للدراية الإعلامية والمعلوماتية في إطار ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يمكن إضافتها للتراث العلمي السابق، ووضعها في الاعتبار عند اتباع النهج التكاملي في البحوث القادمة المختصة بالدراية الإعلامية والمعلوماتية.

المحور الثاني- الدراية الإعلامية والمعلوماتية وعلاقتها بتداول الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على الشبكات الاجتماعية:

يهتم هذا المحور بمراجعة الدراسات السابقة التي تفسر العلاقة بين الدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية وطبيعة تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة. وفي هذا الشأن؛ أجرى Vosoughi et al. (2018) دراسة لتحليل محتوى تدوينات نشرها ثلاثة ملايين مستخدم لتويتر على مدى أكثر من ١٠ سنوات، وأظهرت نتائج الدراسة أن القصص الزائفة أكثر جاذبية وانتشاراً من القصص الحقيقية بستة أضعاف، خاصة الشائعات السياسية التي يفضلها معظم الناس، بالإضافة إلى أن الخوارزميات ليست هي السبب الرئيسي لانتشار الأخبار الزائفة، وإنما يعد البشر أنفسهم هم الدافع الرئيسي لذلك.

وفي سياق متصل؛ استهدفت دراسة (Amgott 2018) التعرف على العلاقة بين الدراية الرقمية والتداولية الرقمية، وأوضحت نتائجها أن الدراية الرقمية تشكل نوعاً من التوجيه للطلاب؛ بينما تقدم التداولية والمشاركة الرقمية طرقاً للأفراد لاستخدام الوسائل الرقمية لإحداث التغيير السياسي والمجتمعي.

أما دراسة (Guess et al. 2018) فقد اهتمت بدوافع التعرض الانتقائي للمحتوى السياسي الخاطئ والزائف على الشبكات الاجتماعية، وأظهرت نتائجها أن المستخدمين زاروا المواقع المؤيدة لمرشحهم السياسي، حتى لو كانت تحمل أخباراً زائفة بنسبة ٩٠٪، وأن الـ ١٠٪ المتبقية من عينة الدراسة زاروا المواقع الإخبارية الأخرى بمعدل ما يقرب من ٦-١٠ مرات يومياً، كما تبين أن الفيس بوك هو المنصة الرئيسية لإطلاق الشائعات، وأثبتت الدراسة كذلك أن محاولات الرد والتكذيب لم تصل إلى الجمهور بقدر المعلومات المغلوطة والزائفة نفسه.

وعلى النقيض أوضحت دراسة (Jones 2019) أن خوارزميات الشبكات الاجتماعية، وبالأخص منصة "تويتر" قد أدت دوراً أساسياً خلال الأزمة السياسية في الخليج العربي، وخلصت إلى تحديد وظيفة الخوارزميات إلى أنها تطبيقات تستطيع إنشاء حسابات وهمية وظيفتها الدفع بوسوم أو محتوى معين لينتشر على إحدى الشبكات الاجتماعية، وهذه الخوارزميات استهدفت بالأساس نشر معلومات مغلوطة، والترويج لأخبار مزيفة، من قبل دول المقاطعة لإظهار دولة قطر بشكل سلبي.

وسعت دراسة إلهام يونس (٢٠١٩م) إلى رصد وتحليل آليات تشكيل وتدفق المنشورات الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، وأوضحت الدراسة أن تركيب الصور على أخبار ومعلومات كاذبة، كان أكثر الأساليب الفنية استخدامًا. وعن أساليب السرد المستخدمة جاء أسلوب المغالطات في الحقائق سواء بالأرقام أو النسب والإحصاءات في الترتيب الأول في الأنماط المستخدمة، وكان من أكثر الاستراتيجيات استخدامًا في عرض المنشورات أو الأخبار والشائعات محل الدراسة "استراتيجية التعميم"، يليها استراتيجية "قلب المضمون"، ثم آلية "تصنيع الواقع" أي اختلاق موضوعات مثيرة للقلق والضجة والفوضى من خلال التلاعب بالصور والفيديوهات والأرقام والتعريفات.

استهدفت دراسة مها بهنسي (٢٠١٩م) التعرف على دور مستخدمي الشبكات الاجتماعية في الكشف عن الأخبار الزائفة بهذه الشبكات والآليات التي يستخدمونها في مواجهتها، وربط ذلك بمدى توافر مهارات التربية الرقمية لدى المستخدمين. وتشير نتائج الدراسة إلى أن مهارات التربية الرقمية لدى الباحثين تزيد من قدرتهم على التحقق من الأخبار، خاصة المهارات التي تساعد على وجود جمهور ناقد لديه الوعي والمعرفة اللازمين للتعامل مع المحتوى الإعلامي؛ بالإضافة إلى أن النتائج أظهرت عدم وجود تأثير لمهارات إنتاج المحتوى على قدرة الباحثين على التحقق من الأخبار الزائفة؛ بينما ظهر تأثير كل من مهارات الوصول للمحتوى، ومهارات التحليل والتقييم على قدرة المستخدمين على التحقق من الأخبار الزائفة.

وفي هذا الشأن، تعكس النتيجة السابقة أن الدراية الإعلامية والمعلوماتية تعزز الدور الفاعل لمستخدمي الإنترنت في الكشف عن المضامين الزائفة والمضللة، من خلال امتلاك الحد الأدنى على الأقل من مهارات الدراية المرتبطة بالنقد والتحليل، أما عن وظيفة "إنتاج المحتوى" فلا ترتبط بالتحقق من الأخبار الزائفة حسبما أشارت الدراسة السابقة، وربما يفسر ذلك في ضوء أنها مهارة متقدمة تحتاج لقدرات فنية ووقت وجهد قد لا يتوفر لدى الكثيرين من المستخدمين، وبالتالي فهي مهارة استثنائية مطلوبة من بعض المستخدمين الذين يساهمون في تعزيز الدراية الإعلامية لدى الآخرين من خلال إنتاج مضامين مفيدة لهم.

وهدف عدة دراسات إلى التعرف على طبيعة المحتوى المقدم على منصة التيك توك، وكيفية تفاعل مجتمع مستخدمي التيك توك مع محتوى المعلومات المضللة من خلال تحليل محتوى المنشورات على هذه الشبكة الاجتماعية. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن: منصة التيك توك في البلدان الأربعة معرضة للمعلومات المضللة، حيث يحصل المحتوى المزيف وغير الدقيق على مستويات عالية من المشاركة من المستخدمين الأمر الذي يمنحه مزيدًا من الرؤية في خوارزمية هذه الشبكة الاجتماعية؛ بالإضافة إلى أن المحتوى على منصة التيك توك يتم وضعه بدافع المكاسب المالية وليس المعرفة العلمية الصحيحة أي ليس قائمًا على أدلة علمية صحيحة (Basch et al., 2021; Zheluk et al., 2021; Alonso-López, 2021).

وتناولت عدة دراسات الوباء المعلوماتي خلال جائحة COVID-19 من خلال منصة التيك توك، والمعلومات الخاطئة حول الفيروس على التطبيق، وكيفية مواجهة المعلومات المضللة التي تشن جنباً إلى جنب مع الوباء. وأشارت النتائج إلى أن المستوى التعليمي لم يؤدِّ دوراً في تصديق المعلومات الخاطئة. بالإضافة إلى ارتباط ارتفاع استهلاك الأخبار من وسائل التواصل الاجتماعي بانخفاض مستويات المعرفة والمزيد من المعتقدات الإخبارية الكاذبة، الأمر الذي يعني أن وسائل التواصل الاجتماعي لم تسد فجوة المعرفة القائمة على التعليم خلال الأشهر الأولى لوباء كورونا، كما أشارت إلى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى مصداقية المستخدمين في المعلومات المؤيدة لأرائهم ومعدل مشاركة المستخدمين لتلك المعلومات المتعلقة بالفيروس التاجي. وأكدت الدراسات على إعطاء الأولوية للمحتوى من الحسابات الرسمية على منصات وسائل التواصل الاجتماعي (آية يحيى، ٢٠٢١; Gerosa et al. 2021; Southerton, 2021).

وهدفت دراسة (Colomina et al., 2021) إلى التعرف على التأثيرات الضارة للمعلومات المضللة على العمليات الديمقراطية في الحياة السياسية وحقوق الإنسان. وأوضحت النتائج أن العلاقة بين المعلومات المضللة وحقوق الإنسان علاقة ذات حدين. فمن ناحية؛ فإن المعلومات المضللة تنتهك مجموعة من حقوق الإنسان الأساسية؛ مثل: حرية الفكر، الحق في الخصوصية، الحق في المشاركة، فضلاً عن الحقوق الاقتصادية والاجتماعية والثقافية. ومن ناحية أخرى، فإنه يقلل من المؤشرات الأوسع للنوعية الديمقراطية من خلال: إضعاف الثقة في الديمقراطية، التدخل في الانتخابات، فضلاً عن تغذية العنف والقمع الرقمي.

أما دراسة محمود رمضان (٢٠٢١م) المسحية فقد استهدفت التعرف على الآليات والاستراتيجيات (الذاتية والخارجية) التي يمكن أن تنتهجها الصحف والصحفيون للتعامل مع ظاهرة اضطراب المعلومات. وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة؛ أهمها: أن نسبة كبيرة من الصحفيين لا يتقنون في الشبكات الاجتماعية، وَيَشْكُونُ في الأخبار التي يجدونها متداولة فيها. لذا؛ فهم يحاولون التحقق من مصادر أخرى. كما بينت النتائج تعرض الصحفيين لبعض أشكال اضطراب المعلومات والأخبار الزائفة؛ وأن هناك بعض الأساليب (الذاتية والخارجية).

اتفقت دراستان على تأثير الدراية الإعلامية والمعلوماتية (MIL) على قدرة الفرد على اكتشاف الأخبار المزيفة والمعلومات المضللة. وأظهرت نتائج الدراسة أنه كلما ازدادت الدراية الإعلامية والمعلوماتية أدى ذلك إلى التقليل من تداول الأخبار المزيفة ومشاركتها (Tetty, 2022; Reem M. Al Zou'bi, 2022).

يتضح من العرض السابقة للدراسات في هذا المحور أن ثمة علاقة ارتباطية تستحق الاختبار بين امتلاك الفرد لمهارات الدراية الإعلامية والمعلوماتية وبين قدرته على اكتشاف المحتوى الزائف والمضلل، ولكن هناك مستويات متباينة من مهارات الدراية تتراوح بين البسيطة والمتقدمة، ومن ثم ستركز الدراسة الحالية على التوصل لنتيجة بشأن الحد الأدنى المطلوب من مهارات الدراية ليكون

المستخدم قادرًا على اكتشاف المضامين المضللة والزائفة، كما أن الدراسة تختبر فرضية هامة أشارت لها بعض الدراسات السابقة، فيما يتعلق بالدور المؤثر الذي تقوم به الشبكات الاجتماعية كوسيلة معلومات لدى العديد من المستخدمين، ولكنها في نفس الوقت وسيلة غير موثقة وقد تسهم في نشر الوعي الزائف، لا سيما منصة "تيك توك" التي تركز عليها الدراسة الحالية، والتي تم الإشارة إليها من قبل دراسات سابقة كوسيلة متهمة بنشر المحتوى المضلل من وجهة نظر العديد من المستخدمين.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- مثلت مجمل الدراسات السابقة استكمالاً لجوانب بحثية يكمل بعضها بعضاً، وذلك في إطار تكاملية البحث العلمي، الأمر الذي دفع إلى استكمال جانب آخر يرتبط بمعرفة العلاقة بين الدراية الإعلامية والمعلوماتية، وبين تداول الأخبار والمعلومات المضللة على إحدى منصات التواصل الاجتماعي الأكثر شيوعاً مؤخرًا ألا وهي التيك توك.
- تنوعت الموضوعات التي تناولتها الدراسات السابقة، وهو ما يمثل رصيذاً معرفياً انعكس بصورة إيجابية على موضوع البحث، الأمر الذي انعكس - بالتالي - على كيفية تحديد مشكلة البحث والتساؤلات العلمية.
- تنوعت خصائص مجتمعات البحث في الدراسات السابقة، فمنها ما تم تطبيقه على جماهير منصات التواصل الاجتماعي، ومنها ما تم تطبيقه على المضامين الاتصالية على منصات التواصل الاجتماعي.
- تعددت المناهج البحثية المستخدمة في تلك الدراسات ما بين المنهج الكمي والكيفي، حيث جاء منهج المسح في مقدمة المناهج البحثية التي اعتمدت عليها دراسات تقييم جماهير هذه المنصات للمعلومات والبيانات المتداولة عليها، أو استخدام المسح لمسئولي الصفحات على هذه المنصات للتعرف على خطط إدارة هذه المنصات، ويليه منهج تحليل المضمون لبعض المضامين المقدمة على منصات التواصل الاجتماعي للتعرف على طبيعة المعلومات المضللة على هذه المنصات.
- تنوعت أدوات جمع البيانات في الدراسات السابقة ما بين الأدوات الكمية والكيفية، ويعد الاستقصاء باستخدام المقابلات الشخصية من أكثر أدوات جمع البيانات الكمية التي اعتمدت عليها الدراسات المعنية بقياس مدركات الجماهير لطبيعة أبعاد الدراية الإعلامية والمعلوماتية عند التعرض للمعلومات التي تعرض على منصات التواصل الاجتماعي، ويليهما الأدوات الكيفية؛ مثل: المقابلات المتعمقة. وتم استخدام تحليل المضمون للرسائل الاتصالية على هذه الشبكات الاجتماعية للتعرف على طبيعة المعلومات المضللة، ومدى تداولها واستخدامها على هذه المنصات.
- تنوعت طبيعة السياقات الاجتماعية والسياسية والاتصالية التي تمت فيها دراسات مدركات الجماهير لطبيعة المعلومات المضللة على منصات التواصل الاجتماعي المختلفة، فكان التطبيق على:

الأجهزة الحكومية، القطاع الخاص؛ بالإضافة إلى تنوع دراسة طبيعة تداول المعلومات المضللة على شبكات التواصل الاجتماعي التي تم دراستها ما بين: اقتصادية، وسياسية، وتنظيمية، وصحية، وترفيهية.

- اهتم العديد من الدراسات بوضع العديد من النماذج والأطر العلمية، أو القيام بتطوير بعض النظريات القائمة لتفسير تأثير المعلومات المضللة على شبكات التواصل الاجتماعي على إدراك الجمهور لمصداقية هذه المعلومات وتداولها، وهي نماذج وأطر تصلح للتطبيق العلمي بوجه عام إلا أن كل نموذج يختلف باختلاف بيئة تطبيق هذه الدراسات.
- تنوع التراث العلمي الأجنبي في مجال الدراسة سواء المنتمي إلى الثقافة الأمريكية، أو الأوربية، أو العربية؛ كما تباين تطبيق هذه الدراسات بين تلك البلدان ذات الثقافات المختلفة، في حين لم تهتم الدراسات العربية بعد باستكشاف أبعاد الدراية الإعلامية والمعلوماتية للجمهور على تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة على منصة التيك توك، الأمر الذي يدعم أهمية دراستها.

الإطار النظري:

تعتمد الدراسة الراهنة على إطار نظري يجمع بين عدة مداخل، وذلك بهدف الوصول إلى تقييم شامل لمحددات الدراية الإعلامية والمعلوماتية وعلاقتها بتداول مستخدمي التيك توك للأخبار والمعلومات المضللة، فضلاً عن دراسة المتغيرات الحاكمة لهذه العلاقة في البيئة الاتصالية الرقمية، كالتالي:

أ. المحددات والمتغيرات المرتبطة بالدراية الإعلامية والمعلوماتية:

اعتمدت الدراسة الحالية على الإطار النظري الذي اقترحه (Choi et al.2021) لتقييم الدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى مستخدمي الإنترنت، حيث يُفترض أن مستوى الدراية لدى الفرد ينعكس على أسلوب تداوله للأخبار والمعلومات في البيئة الرقمية، كما يتأثر مستوى دراية الفرد بمتغيرين رئيسيين:

١. **متغير رأس المال التقني Techno Capital:** الذي يتمثل في مجموعة المهارات التقنية التي ترتبط بقدرة الفرد على التعامل مع وسائل الإعلام الرقمية ومصادر المعلومات، ويتم تقسيم هذه المهارات إلى ثلاثة مستويات؛ تتمثل في المستوى الأساسي (المهارات البسيطة للتعامل مع الأجهزة الإلكترونية والإنترنت)، وفي المستوى المتوسط (أداء المهارات الضرورية للعمل والدراسة، وأمور الحياة الشخصية من خلال الإنترنت)، وفي المستوى المتقدم (مهارات الأمن السيبراني، ومشاركة المعلومات عبر الإنترنت).

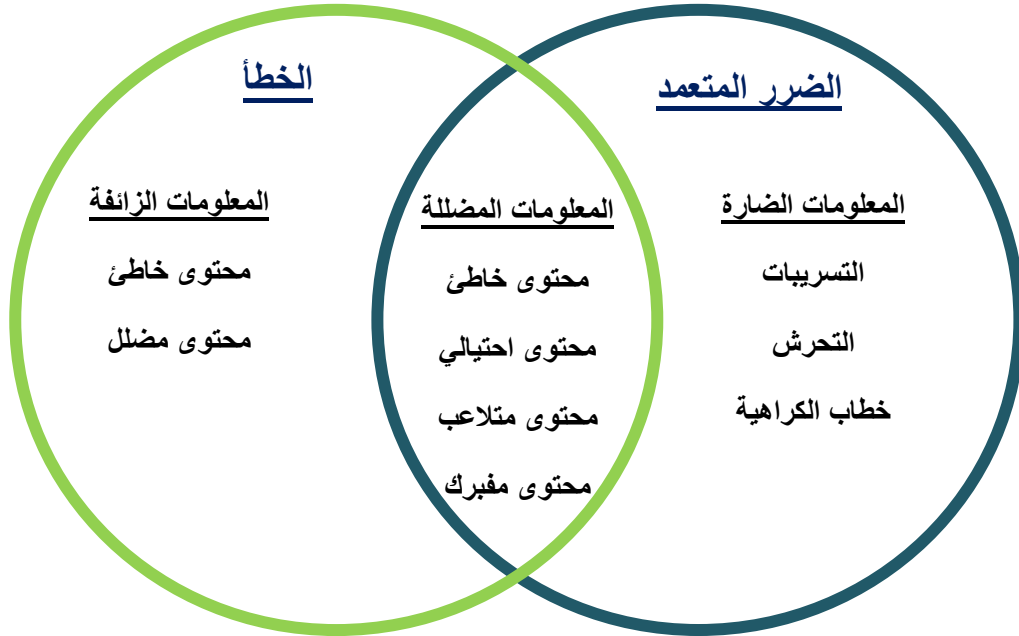
٢. متغير رأس المال الاجتماعي الاقتصادي **Socioeconomic Capital**: الذي يشمل مجموعة الخصائص الاقتصادية والاجتماعية التي يتسم بها الفرد؛ مثل: الجنس، والنوع، والعمر، والدخل، والتعليم، وغيرها؛ وقد تؤدي هذه الخصائص الشخصية دورًا في التأثير على مستوى المهارات التقنية للفرد وأنماط سلوكه في أثناء التعامل مع الوسائل الرقمية ومصادر المعلومات.

ب. ظاهرة اضطراب المعلومات في البيئة الرقمية:

توظف الدراسة الإطار النظري الذي قدمه (Claire Wardle, 2017) لفحص ظاهرة "اضطراب المعلومات"، وذلك من خلال التمييز بين الأنماط المختلفة للأخطاء والأضرار التي تترتب على اضطراب المعلومات، والتي يمكن تصنيفها في ثلاثة أنواع، كالتالي:

١. المعلومات الزائفة **Misinformation**: وهي معلومات خاطئة لم يتم إنشاؤها بقصد إحداث ضرر.
٢. المعلومات المضللة **Disinformation**: وهي المعلومات الكاذبة التي تم إنشاؤها عمدًا لإلحاق الضرر بشخص ما، أو مجموعة اجتماعية، أو منظمة، أو دولة.
٣. المعلومات الضارة **Mal-information**: وهي المعلومات التي تستند إلى الواقع، وتستخدم ويتم مشاركتها لإلحاق الضرر بشخص، أو منظمة، أو دولة.

ويمكن وضع هذه الأنواع الثلاثة في الشكل التالي:



شكل (١)

أنواع اضطراب المعلومات

ومن خلال استعراض الإطار النظري السابق تتضح مختلف العلاقات بين المتغيرات الحاكمة لتداول الأخبار والمعلومات في البيئة الرقمية، وقد تم توظيف هذا الإطار النظري في الدراسة لفحص

العلاقات المتشابكة بين الدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى مستخدمي التيك توك بوجه خاص، ومدى تأثير ذلك على تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، مع مراعاة تأثير الاختلافات بين هؤلاء المستخدمين في ضوء متغيرات رأس المال التقني ورأس المال الاجتماعي الاقتصادي.

التعريفات النظرية والإجرائية:

جدول (١)
التعريفات النظرية والإجرائية

المفهوم	التعريف النظري	التعريف الإجرائي
الدراية الإعلامية Media Literacy	القدرة على الوصول إلى الرسائل الإعلامية وتحليلها وتقييمها، ومن ثم نقلها للآخرين (Aufderheide, 1993).	تم الاعتماد على مقياس الدراية الإعلامية في الوسائل التقليدية (Inan and Temur, 2012) بعدما طوره Jones –Jang (2021) للاستخدام في البيئة الرقمية، ويتضمن هذا المقياس مجموعة أسئلة توجه لمستخدمي الشبكات الاجتماعية لبيان مدى ممارستهم لسلوكيات الدراية الإعلامية.
الدراية المعلوماتية Information Literacy	الإطار الفكري لإيجاد المعلومات وفهمها وتقييمها واستخدامها (ACRL, 2000).	تم استخدام مقياس (Khan & Idris, 2019)، حيث يتم تقييم الدراية المعلوماتية للفرد من خلال ثلاثة مستويات تتعلق بالبحث عن المعلومات، ومشاركة المعلومات، والتحقق من المعلومات (Information Seeking، Information Sharing، Information verification).
المعلومات المضللة Misinformation	معلومات خاطئة أو مضللة يتم إنشاؤها وعرضها ونشرها لتحقيق مكاسب اقتصادية، أو لخداع الجمهور عمدًا، وقد تسبب ضررًا عامًا للجمهور، ويشمل ذلك الإضرار بالعملية الديمقراطية، وكذلك الشائعات العامّة؛ مثل: صحة المواطنين، أو البيئة، أو الأمن (European Commission, 2018).	يشمل التعريف الإجرائي للمعلومات المضللة سبعة أنواع (Wardle, 2017)، كالتالي: ١. محتوى الهجاء والمحاكاة الساخرة للانتقاد أو السخرية من سياق شخص ما، أو منظمة، أو سياسة. ٢. الربط الكاذب من خلال وضع محتوى ليس له صلة بالعناوين أو الصور المرئية أو التسميات التوضيحية المرفقة به. ٣. المحتوى المضلل الذي يعتمد على تصوير المشكلات والأفراد بصورة مضللة مقصودة عبر

المفهوم	التعريف النظري	التعريف الإجرائي
المعلومات المضللة Misinformation		<p>قصص الصور أو اختيار اقتباسات أو إحصائيات بشكل انتقائي.</p> <p>٤. السياق الخاطيء، بمعنى أخذ صورة أو اقتباس أو جزء من المحتوى ووضعها في سياق جديد خاطيء لتغيير معناه.</p> <p>٥. المحتوى الانتحالي الذي يستخدم بشكل خاطيء اسماً، أو علامة تجارية، أو شعاراً مشهوراً لإيهام الناس بأنه محتوى أصلي.</p> <p>٦. التلاعب بالمحتوى من خلال تغيير المحتوى الأصلي باستخدام برامج معالجة الصور والفيديوهات.</p> <p>٧. المحتوى الملقق، وهو محتوى مكتوب أو مرئي مُخلَق بالكامل ومصمم للخداع للاعتقاد بأنه حقيقي.</p>
الأخبار الزائفة Fake News	<p>يقصد بها الأخبار التي تسيء إلى الحقيقة، وتتسم بافتقارها إلى الحقيقة والصدق، ويتم الترويج لها إما بنية الخداع وإما بنية التجاهل التام للحقيقة (عدم الصدق) (Lanius & Jaster, 2018).</p>	<p>تستخدم الأخبار الزائفة بعدة أشكال تتمثل في: الهجاء والمبالغة في عرض الأحداث، والمحاكاة الساخرة، والأخبار الملققة التي ليس لها أساس واقعي، والسرد الكاذب من خلال التلاعب بالصور أو مقاطع الفيديو، والدعايات الكاذبة في المجال السياسي، والمواد الإعلامية المنشورة في شكل تقارير إخبارية دون الإشارة إلى أنها مدفوعة الأجر (Tandoc et al., 2017).</p>
تداول الأخبار والمعلومات ومشاركتها News & Information Sharing	<p>يقصد به ميل أعضاء الشبكات الاجتماعية إلى مشاركة محتوى ما سواء كان معلومات، أو أخبارًا مع المستخدمين الآخرين (Talwar, 2020).</p>	<p>وصف وتفسير السلوكيات التي يمارسها مستخدمو منصة التيك توك عند استقبال الأخبار والمعلومات ومشاركتها وتبادلها وتوزيعها، ومعرفة مدى ميلهم إلى السرعة وحصد الشعبية والانتشار على حساب التحقق من صحة الأخبار والمعلومات (Kietzmann et al., 2011).</p>

تساؤلات الدراسة وفروضها:

أ- تساؤلات الدراسة:

١. ما تقييم المستخدمين لمنصة "تيك توك" بوصفها مصدرًا للأخبار والمعلومات؟
٢. كيف يمارس مستخدمو التيك توك سلوكيات تداول الأخبار والمعلومات ومشاركتها؟
٣. ما مفهوم الدراية الإعلامية لدى مستخدمي التيك توك؟
٤. كيف تنعكس ممارسات الدراية الإعلامية لدى مستخدمي التيك توك على تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة؟
٥. ما مفهوم الدراية المعلوماتية لدى مستخدمي التيك توك؟
٦. كيف تنعكس ممارسات الدراية المعلوماتية لدى مستخدمي التيك توك على تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة؟
٧. كيف يدرك المستخدمون أنماط الفيديوهات التي تدخل ضمن الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على منصة التيك توك؟
٨. كيف يقيم مستخدمو التيك توك مستويات رأس المال التقني لديهم؟

ب- فروض الدراسة:

١. هناك علاقة بين ممارسات الدراية الإعلامية لمستخدمي التيك توك وتداولهم للأخبار والمعلومات.
٢. هناك علاقة بين ممارسات الدراية المعلوماتية لمستخدمي التيك توك وتداولهم للأخبار والمعلومات.
٣. هناك علاقة بين ممارسات الدراية الإعلامية وممارسات الدراية المعلوماتية لمستخدمي التيك توك.
٤. هناك علاقة بين رأس المال التقني وممارسات الدراية الإعلامية لمستخدمي التيك توك.
٥. هناك علاقة بين رأس المال التقني وممارسات الدراية المعلوماتية لمستخدمي التيك توك.
٦. يؤثر رأس المال الاقتصادي الاجتماعي على العلاقة بين الدراية الإعلامية لمستخدمي التيك توك وتداولهم للأخبار والمعلومات.
٧. يؤثر رأس المال الاقتصادي الاجتماعي على العلاقة بين الدراية المعلوماتية لمستخدمي التيك توك وتداولهم للأخبار والمعلومات.

الإطار المنهجي:

أ. منهج الدراسة وأداتها:

تعتمد الدراسة على **منهج المسح** لجمع البيانات من خلال استمارة الاستقصاء الإلكترونية (E-questionnaire) وتوزيعها على المبحوثين عبر مواقع الشبكات الاجتماعية المختلفة، للتعرف على العلاقة بين الدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب المصري وتداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة عبر منصة التيك توك.

ب. مجتمع الدراسة وعينتها:

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب المصري بمختلف فئاتهم، وقد تم سحب عينة قوامها (٢٦٨) مبحوثاً بأسلوب العينة غير الاحتمالية (العمدية المتاحة) من الشباب المصري مستخدمى تيك توك الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٣٥ عامًا^(٢). ويوضح الجدول التالي مواصفات عينة الدراسة:

جدول (٢)
مواصفات عينة الدراسة

مواصفات عينة الدراسة	ك	%
النوع	١- ذكر	٢٣.١%
	٢- أنثى	٧٦.٩%
	المجموع	١٠٠%
الحالة الاجتماعية	١- أعزب	٧٦.٢%
	٢- متزوج	٢٣.٨%
	المجموع	١٠٠%
المؤهل الدراسي	١- مؤهل متوسط/ فوق متوسط	٧.٥%
	٢- جامعي (بكالوريوس/ ليسانس)	٦٤.٩%
	٣- دراسات عليا (ماجستير/ دكتوراه)	٢٧.٦%
	المجموع	١٠٠%
المرحلة العمرية	١- من ١٨ إلى أقل من ٢٣ عامًا	٤٣.٧%
	٢- من ٢٣ إلى أقل من ٢٨ عامًا	١٦.٨%
	٣- من ٢٨ إلى أقل من ٣٣ عامًا	٢٢%
	٤- من ٣٣ إلى ٣٥ عامًا	١٧.٥%
	المجموع	١٠٠%
مستوى دخل الأسرة	١- من ٢٥٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠ جنيه شهرياً	٣٠.٢%
	٢- من ٥٠٠٠ إلى أقل من ٧٠٠٠ جنيه شهرياً	٢٧.٢%
	٣- من ٧٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ جنيه شهرياً	١٨.٣%
	٤- من ١٠٠٠٠ جنيه فأكثر	٢٤.٣%
	المجموع	١٠٠%

(٢) تم اختيار الفئة العمرية (١٨-٣٥ عامًا) لأنها تمثل الفئة الأكثر استخداماً لتطبيق التيك توك وفقاً للتقرير الإلكتروني الذي أصدره موقع Statista في أبريل ٢٠٢٢م حول أكثر الفئات العمرية استخداماً لتطبيق التيك توك على مستوى العالم، والمتاح على: <https://www.statista.com/statistics/1299771/tiktok-global-user-age-distribution>، كما أنها الفئة العمرية نفسها الأكثر استخداماً للتيك توك وفقاً لتقرير Influencers marketing hub في مارس ٢٠٢٢م، والمتاح على: <https://influencermarketinghub.com/influencer-marketing-benchmark-report>

ج. اختبار صدق أداة الدراسة وثباتها:

تم التأكد من صحة الاستقصاء وصلاحيته للتطبيق، ومدى تمثيله لأغراض الدراسة بمراجعة المشكلة البحثية والتساؤلات المطروحة والتراث النظري، فتم تحكيم نسخة من صحيفة الاستقصاء في صورتها الأولية^(١) من خلال عرضها على عدة محكمين للتأكد من صدق أداة القياس في قياسها متغيرات الدراسة، وتم إجراء التعديلات المطلوبة في ضوء توجيهات المحكمين^(٣).

د. طرق معالجة البيانات:

تم معالجة البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة في هذه الدراسة في كافة اختبارات الفروض العلمية والعلاقات في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة ٩٥٪ فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥، وتمثلت تلك الأساليب الإحصائية فيما يلي:

١. المقاييس الوصفية، تتضمن الآتي: (التكرارات البسيطة والنسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري: وهو الذي يحدد مدى تقارب أو تباعد القراءات عن وسطها الحسابي، الأوزان النسبية).

٢. المقاييس التحليلية: تم حساب معامل ارتباط الرتب لسبيرمان: وفيه يتم قياس الارتباط بين متغيرين في حال البيانات الكمية لقياس وجود علاقة ارتباطية من عدمها؛ بمعنى أنه يُعطي قياساً لاحتمالية زيادة أحد المتغيرين عندما يزداد المتغير الآخر (ارتباط طردي)، أو تناقص أحد المتغيرين عندما يزداد المتغير الآخر (ارتباط عكسي).

نتائج الدراسة:

اعتمدت نتائج الدراسة على تحليل إجابات المبحوثين على استمارة الاستقصاء الموزعة على (٢٦٨) مبحوثاً من الشباب المصري مستخدمي التيك توك. وفي إطار ذلك؛ يتم استعراض نتائج هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات البحثية واختبار الفروض العلمية من خلال المحاور التالية:

- ◀ المحور الأول - تقييم التيك توك بوصفه مصدرًا للأخبار والمعلومات بوجه عام.
- ◀ المحور الثاني - سلوكيات تداول ومشاركة المستخدمين للأخبار والمعلومات على تيك توك.

^(٣) تم تحكيم الاستمارة من الأساتذة التالي أسماؤهم:

* الأستاذ الدكتور/ علي عوجة- الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان والعميد الأسبق لكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
* الأستاذة الدكتور / ثريا البدوي- الأستاذ بقسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
* الأستاذة الدكتور/ داليا عبد الله- الأستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة والإعلان بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
* المهندس / مصطفى محمد متولي- مدير أول مشروعات واستشاري التحول الرقمي.
* الأستاذة / إيمان عبد الكريم - المحلل الإحصائي بمركز الاستشارات الإحصائية بكلية البحوث والدراسات الإحصائية- جامعة القاهرة.

◀ المحور الثالث - محددات الدراية الإعلامية لدى مستخدمي التيك توك، ويشمل التالي:

أ. معرفة المستخدمين بمفهوم الدراية الإعلامية.

ب. ممارسات الدراية الإعلامية لدى مستخدمي التيك توك.

◀ المحور الرابع - محددات الدراية المعلوماتية لدى مستخدمي التيك توك، ويشمل التالي:

أ. معرفة المستخدمين بمفهوم الدراية المعلوماتية.

ب. ممارسات الدراية المعلوماتية لدى مستخدمي التيك توك.

◀ المحور الخامس - مدركات المستخدمين حول أنماط الفيديوهات التي تدخل ضمن الأخبار الزائفة

والمعلومات المضللة على منصة التيك توك.

◀ المحور السادس - رأس المال التقني لمستخدمي التيك توك.

◀ المحور السابع - نتائج اختبار فروض الدراسة.

وفيما يلي عرض لهذه المحاور بالتفصيل كالتالي:

◀ المحور الأول - تقييم التيك توك بوصفه مصدرًا للأخبار والمعلومات بوجه عام:

يجيب هذا المحور عن التساؤل التالي: ما تقييم المستخدمين لمنصة التيك توك بوصفها مصدرًا للأخبار والمعلومات؟ وقد تم تقييم هذا المحور باستخدام مقياس التمييز الدلالي، وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (٣)

تقييم فيديوهات التيك توك بوصفه مصدرًا من مصادر الأخبار والمعلومات

الصفة المميزة لفيديوهات التيك توك بوصفه مصدرًا للأخبار والمعلومات	معامل الاختلاف C.V.	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	تقييم فيديوهات التيك توك بوصفه مصدرًا من مصادر الأخبار والمعلومات
سلبية	٤٩.٤%	١.١٦٧	٢.٣٦	- إيجابية // سلبية
متحيزة	٥٢.٥%	١.٢٠١	٢.٢٩	- الموضوعية // التحيز
بها تشويه متعمد	٤٣.٣%	١,٠٢٤	٢.٣٦	- دقيقة // التشويه المتعمد
بها تعميم وتكتم	٤٦.٦%	١.٢٢٢	٢.٦٢	- الشفافية // التعميم والتكتم
مبهمة نسبيًا	٤٩.٩%	١,٤٠٨	٢.٨٢	- واضحة // مبهمة
كاذبة نسبيًا	٤٧.١%	١,١٦٩	٢.٤٨	- صادقة // كاذبة

* تم حساب معامل الاختلاف لمراعاة تشتت إجابات المبحوثين من (الانحراف المعياري / المتوسط) $\times 100$ وكلما قلت قيمة معامل (coefficient of variation) c.v. دل ذلك على أن الاتجاه أقل تشتتًا.

- توضح بيانات الجدول السابق أن تقييمات المستخدمين لفيدويوهات التيك توك بوصفه مصدرًا للمعلومات والأخبار تتسم بالسلبية بوجه عام، حيث تمثلت أبرز السمات المميزة لها - من وجهة نظرهم - في: التحيز والتشويه المتعمد، والتعظيم والكذب، والإبهام والغموض.

◀ **المحور الثاني - سلوكيات تداول ومشاركة المستخدمين للأخبار والمعلومات على تيك توك:**

يجيب هذا المحور عن التساؤل التالي: كيف يمارس مستخدمو التيك توك سلوكيات تداول ومشاركة الأخبار والمعلومات؟ وقد تم تقييم هذا المحور باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (٤)

سلوكيات تداول ومشاركة المستخدمين للأخبار والمعلومات على تيك توك

العبارة	موافق جدًا	موافق	محايد	معارض	معارض جدًا	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
نشر المعرفة								
١- لا أشارك فيديوهات التيك توك؛ لأنها تقدم معلومات مختصرة.	١٧.٢	١٨.٧	٣٨	١٩.٤	٦.٧	٣,١٥	٠,٦٩	٦٢,٩%
٢- أشارك الفيديوهات التي تتضمن معلومات أو أخبارًا تفيد الآخرين على تيك توك.	٢٨	٢٩.١	٢٣	١٤.٢	٥.٦			
٣- تعتمد مشاركتي لفيدويوهات التيك توك على التردد الأكثر انتشارًا.	٨	١٦.١	٢٨	٢٩.١	١٨			
التفاعل مع المستخدمين								
٤- أشارك فيديوهات التيك توك التي يشاركها أصدقائي.	١١	١٣	٣٢	٢٦.٥	١٥.٣	٣,٠٣	٠,٧٩	٦٠,٧%
٥- أشارك محتوى التيك توك؛ لأنه يعطيني الفرصة للتحدث بحرية حول القضايا المختلفة مع الآخرين.	٩.٤	١٨	٣٢	٢٦.٤	١٣.٦			
العبارة								
موافق جدًا								
موافق								
محايد								
معارض								
معارض جدًا								
%								
%								
%								
%								
%								
٦- لا أجب عن الأسئلة التي قد يطرحها المستخدمون الآخرون في	٢٦	٢٠	٣٣	١٦	٣.٧			

تعليقاتهم على محتوى تيك توك.					
٣,٣٨	٠,٨٩	٦٧,٥%	التسلية والإمتاع		
٢٣.١	٢٣.١	٢٩.٩	١٥.٧	٨.٢	٧-أشارك فيديوهات التيك توك التي أجدتها مسلية.
٢٢.٤	٢٠.٩	٢٨.٤	١٩.٤	٩	٨-لا جدوى من مشاركة فيديوهات التيك توك غير المرحية.
٢٣.١	٢٨.٤	٢٨.٤	١٢.٧	٧.٥	٩-أشارك فيديوهات التيك توك الممتعة.

← تشير نتائج الجدول السابق إلى أهم السلوكيات المرتبطة بتداولية ومشاركة فيديوهات التيك توك لدى المستخدمين، حيث جاءت قيم الأهمية النسبية لهذه السلوكيات كالتالي: سلوك التسلية والإمتاع عبر مشاركة الفيديوهات المرحية بنسبة (٦٧,٥%)، ثم جاء سلوك نشر المعرفة من خلال الفيديوهات المفيدة بنسبة (٦٢,٩%)، ثم سلوك التفاعل مع الآخرين من خلال الحوار ومشاركة المعلومات بنسبة (٦٠,٧%).

➤ **المحور الثالث- محددات الدراية الإعلامية لدى مستخدمي التيك توك:**

أ. معرفة المستخدمين بمفهوم الدراية الإعلامية:

يجيب هذا المحور عن التساؤل التالي: ما مفهوم الدراية الإعلامية لدى مستخدمي التيك توك؟، وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (٥)
مفهوم الدراية الإعلامية لدى المستخدمين

إجمالي الإجابات		العبارات	مفهوم الدراية الإعلامية لدى المستخدمين
%	ك		
٢١.٤	٨٢	١- إمكانية وصول الفرد إلى الأخبار من خلال وسائل الإعلام.	
٢٠.١	٧٧	٢- قدرة الفرد على تحليل الرسائل الإعلامية.	
١٨.٣	٧٠	٣- قدرة الفرد على تقييم الرسائل الإعلامية ونقدها.	
إجمالي الإجابات		العبارات	
%	ك		
٥.٥	٢١	٤- قيام الفرد بنقل الأخبار وتوصيل الرسائل الإعلامية للآخرين.	
٣٤.٧	١٣٣	٥- جميع ما سبق.	
١٠٠	٣٨٣	الإجمالي	
* العدد الكلي للعينة ٢٦٨ مبحوثاً، والسؤال هنا يسمح باختيار أكثر من بديل			

• تشير نتائج الجدول السابق إلى مدى معرفة المستخدمين بمفهوم "الدراية الإعلامية" الذي يشمل العناصر الأربعة المتعلقة بالوصول للرسائل الإعلامية، وتحليلها، وتقييمها ونقدها، ومن ثم نقلها للآخرين. وفي ضوء ذلك؛ تبين أن نسبة (٣٤,٧%) فقط من المبحوثين لديهم معرفة كاملة بجميع عناصر الدراية الإعلامية؛ بينما ركز أغلب المبحوثين الآخرين على مهارة واحدة فقط، وكانت مهارة "نقل الأخبار للآخرين" أقلهم أهمية بنسبة (٥.٥%) فقط.

ب. ممارسات الدراية الإعلامية لدى مستخدمي التيك توك:

يتعلق هذا المحور بالإجابة عن التساؤل التالي: كيف تنعكس ممارسات الدراية الإعلامية لدى مستخدمي التيك توك على تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة؟، ولذلك تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي، وجاءت الإجابات كالتالي:

جدول (٦)
ممارسات الدراية الإعلامية لدى مستخدمي التيك توك

العبارة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	لا أفعل أبداً	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
١- لا أستمر في مشاهدة الفيديو المسيء أو الضار، وأنتقل لفيديو آخر.	٦٥	٢٠	٩.٧	٣.٤	١.١	٤.٤٦	٠.٨٨	٨٩%
٢- أنقش الأخبار التي أشاهدها على تيك توك مع أفراد أسرتي، أو أصدقائي، أو زملائي.	١٣	٢٨	٢٩	١٨	٩.٧	٣.١٧	١.١٧	٦٣%
٣- لا أرى ضرورة لإبلاغ الجهات الرسمية المسؤولة عن الفيديوهات المسيئة أو الضارة على تيك توك.	٤.٩	١٣	٢٣.١	٣٥	٢٢.٨	٢.٤٢	١.١٢	٤٨%
٤- أتواصل مع صاحب الفيديو الذي لا يعجبني على تيك توك لإخباره برد فعلي السلبي نحوه من خلال التعليق، أو إرسال رسالة خاصة له.	٦.٧	٧.٥	٢٤.٦	٤١	٢٠.١	٢.٤٠	١.٠٩	٤٨%
٥- لا أرى أن هناك آثاراً سلبية لتيك توك يجب تحذير الناس منها.	٣.٤	٦.٣	١٣.٤	٣٦	٤٠.٧	١.٩٦	١.٠٥	٣٩%
٦- أقوم بعمل بلاغ (Report) للحساب الذي يشارك فيديو كاذباً أو مضللاً على التيك توك.	٣٢	٢٣	٢٥.٤	١٠	٧.٨	٣.٦٢	١.٢٦	٧٢%
٧- أقوم بعمل حظر (Block) للحساب الذي يشارك فيديو كاذباً أو مضللاً على التيك توك.	٤٠	٢٦	١٧.٢	١١	٤.٥	٤.٤٦	٠.٨٨	٨٩%
إجمالي تقييم ممارسات الدراية الإعلامية لدى المستخدمين								
						٣.١٣	٠.٥٦	٦٣%

- تظهر نتائج الجدول السابق اهتمام أغلب مستخدمي التيك توك بممارسات الدراية الإعلامية بنسبة (٦٣%)، وقد انعكس ذلك على ارتفاع الأهمية النسبية لدى أكثر من نصف العينة لبعض السلوكيات المرتبطة بتقليل تداول الفيديوهات الزائفة والمضللة، وتمثلت أهمها في تجاهل وحظر هذه الفيديوهات والإبلاغ عنها، ومناقشة الأخبار مع أشخاص آخرين، بينما تساوت الأهمية بنسبة (٤٨%) لكل من التواصل مع صاحب الفيديو وإبلاغ الجهات المسؤولة عن الفيديوهات الضارة، وبلغت أهمية تحذير الناس من سلبيات التيك توك (٣٩%) فقط.

المحور الرابع - محددات الدراية المعلوماتية لدى مستخدمي التيك توك:

أ. معرفة المستخدمين بمفهوم الدراية المعلوماتية:

يرتبط هذا المحور بالإجابة عن التساؤل التالي: ما مفهوم الدراية المعلوماتية لدى مستخدمي التيك توك؟، وذلك كما توضحها نتائج الجدول التالي:

جدول (٧)
مفهوم الدراية المعلوماتية لدى المستخدمين

إجمالي الإجابات		العبارات	مفهوم الدراية المعلوماتية
%	ك		
١٦.٩	٦٤	١- تمكن الفرد من إيجاد المعلومات التي يبحث عنها.	
١٨.٨	٧١	٢- فهم الفرد واستيعابه للمعلومات التي يجدها.	
١٥.٩	٦٠	٣- تقييم الفرد للمعلومات التي يحصل عليها.	
١٠.٦	٤٠	٤- استخدام الفرد للمعلومات واستفادته منها عملياً.	
٣٧.٨	١٤٣	٥- جميع ما سبق.	
١٠٠	٣٧٨	الإجمالي	
* العدد الكلي للعينة ٢٦٨ مجوئاً والسؤال هنا يسمح باختيار أكثر من بديل			

- تظهر نتائج الجدول السابق مدى معرفة المستخدمين بمفهوم "الدراية المعلوماتية" الذي يتضمن أداء أربع مهارات تشمل: إيجاد المعلومات، وفهمها، وتقييمها، والاستفادة منها. وقد اتضح أن نسبة (٣٧,٨%) من المستخدمين لديهم معرفة بجميع عناصر الدراية المعلوماتية، بينما ركز أغلب المستخدمين الآخرين على مهارة واحدة فقط، وكانت مهارة "الاستفادة من المعلومات" أقلهم أهمية بنسبة (١٠,٦%) فقط.

ب. ممارسات الدراية المعلوماتية لدى مستخدمي التيك توك:

- يجب هذا المحور عن التساؤل التالي: كيف تنعكس ممارسات الدراية المعلوماتية لدى مستخدمي التيك توك على تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة؟، ولذلك تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي، وجاءت الإجابات كالتالي:

جدول (٨)
ممارسات الدراية المعلوماتية لدى المستخدمين

العبارة	موافق جداً	موافق	محايد	معارض	معارض جداً	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
(أ) محور سلوك البحث عن المعلومات								
١. أبحث عن القضايا التي تهمني من خلال أداة البحث على تيك توك.	٢٣.٩	٣١.٣	٢٢.٤	١٦.٤	٦	٣.٤٥	٠.٥٩	٦٩%
٢. لا أعد فيديوهات المؤثرين على تيك توك وسيلة للحصول على الأخبار والمعلومات.	٣٩.٢	٢٢.٤	٢٦.٥	١٠.١	١.٩	٣.٤٥	٠.٥٩	٦٩%
٣. أسعى لتعلم مهارات جديدة من خلال فيديوهات تيك توك (أمثلة فنون التجميل والموضة والأعمال اليدوية وإدارة الموارد المالية وتنظيم الوقت وغيرها).	٢٥	٣٣.٦	٢٤.٦	١٣.٤	٣.٤	٣.٤٥	٠.٥٩	٦٩%
(ب) محور سلوك التحقق من المعلومات								
٤. لا أحصل على معلومات مفيدة من خلال قراءة تعليقات المستخدمين الآخرين على تيك توك.	١٨.٣	٢٣.٩	٣٥.٨	١٩.٤	٢.٦	٣.٢٨	٠.٦٢	٦٥.٧%
٥. أكتب سؤالي في تعليق على أحد فيديوهات تيك توك عندما أحتاج لفهم موضوع معين.	١٠.٤	١٩.٤	٢٨.٧	٢٩.١	١٢.٣	٣.٢٨	٠.٦٢	٦٥.٧%
٦. أتحقق من الأخبار والمعلومات التي أشاهدها على تيك توك من خلال الرجوع لمصادر أخرى.	٣٢.٥	٣١.٧	٢٢	١٠.١	٣.٧	٣.٢٨	٠.٦٢	٦٥.٧%
٧. لا أعرف كيفية استخدام أدوات	١١.٢	٢٠.٥	٣٣.٢	٢٣.٩	١١.٢	٣.٢٨	٠.٦٢	٦٥.٧%

العبارة	موافق جداً %	موافق %	محايد %	معارض %	معارض جداً %	المتوسط	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
أ) محور سلوك البحث عن المعلومات								
التحقق من صحة المعلومات التي أشاهدها على تيك توك.								
٨. أثق في صحة المعلومات إذا كانت صادرة عن شخصية مشهورة ومعروفة على تيك توك.	١٢.٣	١٧.٥	٣١	٢٦.٩	١٢.٣			
٩. لا أثق في صحة المعلومات إذا كانت أغلب التعليقات تختلف مع صاحب الفيديو.	١٩.٤	٣١.٣	٣٥.١	١١.٢	٣			
١٠. أثق في صحة المعلومات إذا كانت متفقة مع معتقداتي الشخصية.	١٢.٧	٢٥.٤	٣٩.٦	١٦	٦.٣			

• تظهر نتائج الجدول السابق اهتمام أغلب المستخدمين من عينة الدراسة بممارسات الدراية المعلوماتية، وقد ارتبط ذلك بقيام أكثر من نصف العينة ببعض السلوكيات اللازمة لتقليل تداول الفيديوهات الزائفة والمضللة على تيك توك، حيث جاءت قيم الأهمية النسبية لسلوك **البحث عن المعلومات بنسبة (٦٩٪)**، ثم جاء سلوك **التحقق من المعلومات بنسبة (٦٥,٧٪)**، وقد اتضح أن (٣٢,٥٪) من المستخدمين **موافقون** على التحقق من الأخبار والمعلومات من خلال عدة مصادر، بينما **يوافق (٣٩,٢٪)** على أن فيديوهات المؤثرين ليست مصدرًا جيدًا للمعلومات، في حين اتسمت مواقف العديد من المستخدمين بالحياد تجاه استخدام أدوات التحقق من المعلومات، ومدى الثقة في الفيديوهات المتفقة مع معتقدات المستخدم أو آراء من حوله.

◀ **المحور الخامس - مدركات المستخدمين حول أنماط الفيديوهات التي تدخل ضمن الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على منصة التيك توك:**

يرتبط هذا المحور بالإجابة عن التساؤل التالي: كيف يدرك المستخدمون أنماط الفيديوهات التي تدخل ضمن الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على منصة التيك توك؟، وجاءت الإجابات كما يوضحها الجدول التالي:

جدول (٩)
أنماط فيديوهات التيك توك التي تدخل ضمن الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة

إجمالي الإجابات		الفيديو الذي يحتمل أن يكون زائفاً أو مضللاً على تيك توك، عليك التحقق من صحته
%	ك	
١٥.٨	١٤٦	١- فيديو يستخدم الفكاهة أو السخرية من شخصية أو مؤسسة ما.
١٨.٧	١٧٣	٢- فيديو يحمل عنواناً لا يعبر عن موضوعه.
٣.٧	٣٤	٣- فيديو مرفق بليكنات للمصادر التي اعتمد عليها.
١.٣	١٢	٤- فيديو يحتوي على اقتباسات أو إحصائيات.
١٣.٢	١٢٢	٥- شخص يعلق على مقطع مأخوذ من فيديو آخر أصلي.
٧	٦٥	٦- فيديو منسوب إلى كاتب مشهور أو مؤسسة مشهورة.
١٠	٩٢	٧- فيديو معالج ببرنامج لتحرير الفيديوهات.
١٨.٢	١٦٨	٨- فيديو يعرض معلومات غير متسقة مع بعضها.
٣.١	٢٩	٩- فيديو منشور على حساب رسمي موثق.
٩	٨٣	١٠- فيديو إعلاني أو دعائي.
١٠٠	٩٢٤	الإجمالي
*العدد الكلي للعينة ٢٦٨ مجوئاً، والسؤال هنا يسمح باختيار أكثر من بديل		

- تشير نتائج الجدول السابق إلى أن تباين مدركات المستخدمين تجاه أنماط فيديوهات التيك توك التي يحتمل أن تكون زائفة أو مضللة. وفي إطار ذلك؛ تبين أن أعلى نسبة شك لدى المستخدمين ترتبط بالفيديو الذي يحمل عنواناً لا يعبر عن موضوعه بمقدار (١٨.٧٪)، ويأتي بعده بفوارق نسبية بسيطة الفيديوهات التي تعرض معلومات غير متسقة، أو تستخدم الفكاهة والسخرية، أو المقاطع المأخوذة من فيديو أصلي. وفي المقابل؛ يقل عدد المستخدمين الذين يشكون في صحة المحتوى في حالة "الفيديو المرفق بالمصادر" بنسبة (٣.٧٪)، و"الفيديو المنشور على حساب رسمي موثق" بنسبة (٣.١٪)، و"الفيديو الذي يحتوي اقتباسات وإحصاءات" بنسبة (١.٣٪).

◀ المحور السادس - رأس المال التقني لمستخدمي التيك توك:

تم توجيه سؤال لمستخدمي التيك توك باستخدام مقياس ليكرت الخماسي لمعرفة تقييمهم الذاتي لمهاراتهم التقنية والتكنولوجية، وجاءت النتائج كالتالي:

جدول (١١)
تقييم المستخدمين لمستويات رأس المال التقني لديهم

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أستطيع القيام بها	مقبول	جيد	جيد جداً	ممتاز	المستوى
			%	%	%	%	%	
المهارات الأساسية								
			٠.٤	٥.٦	١٧.٢	٢٨.٤	٤٨.٥	تحميل التطبيقات وتشغيلها.
الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	المتوسط	لا أستطيع القيام بها	مقبول	جيد	جيد جداً	ممتاز	المستوى
			%	%	%	%	%	
المهارات الأساسية								
			٣.٤	٦	٢٣.٥	٢٨	٣٨.٨	تحميل المحتوى على حساباتي في الشبكات الاجتماعية.
			٢.٦	٣.٤	١٦.٤	٣٥	٤٢.٢	البحث عن المعلومات في عدة مواقع مختلفة لمقارنتها ببعضها.
المهارات المتوسطة								
			٢.٦	٧.١	١٩.٨	٣٢	٣٨.٤	تسجيل الدخول Sign In على حساباتي على المواقع المختلفة.
			٠.٧	٤.١	١٥.٧	٣١	٤٨.٥	استخدام البرامج الإنتاجية مثل مايكروسوفت ورد أو إكسل أو بلوربينت.
			٢.٦	٧.١	٢٠.١	٣١	٣٨.٨	البحث عن وظيفة، والتقدم إليها عبر الإنترنت.
المهارات المتقدمة								
			٧.١	٧.٨	٣١.٧	٢٨	٢٤.٦	إعداد المصادقة الثنائية Authenticator.
			٢.٢	٧.١	٢٠.٩	٣١	٣٨.١	التحكم في إعدادات الخصوصية الخاصة بحسابي على تيك توك.
			٣.٧	٧.٥	٢٥	٢٩	٣٤.٧	استخدام برامج الحماية من التطبيقات الخبيثة.

- تشير نتائج الجدول السابق إلى تقييم مستخدمي التيك توك لمستويات "رأس المال التقني" الذي يشكل مجموع مهاراتهم عند استخدام الأدوات التقنية والتكنولوجية؛ حيث جاءت قيم الأهمية النسبية لدى المستخدمين كالتالي: مستوى المهارات الأساسية للتعامل مع الأجهزة الإلكترونية بنسبة (٨١,٦٪)، ثم مستوى المهارات المتوسطة لإدارة متطلبات الدراسة والعمل وأمور الحياة بنسبة (٨١٪)، ثم تأتي المهارات المتقدمة لحماية الأمن السيبراني، ومشاركة المعلومات عبر الإنترنت بنسبة (٧٥,٧٪).

المحور الثامن - نتائج اختبار فروض الدراسة:

تم الاعتماد على مجموعة من المعاملات الإحصائية لاختبار العلاقات بين متغيرات الدراسة. وفيما يلي عرض لنتائج اختبار فروض الدراسة كالتالي:

١. تبين صحة الفرض الأول، حيث توجد علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين ممارسات الدراية الإعلامية لمستخدمي التيك توك وتداولهم ومشاركتهم للأخبار والمعلومات من خلال حساب معامل الارتباط سبيرمان، حيث بلغت درجة الارتباط (٠.٢٦٥) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وهذا يعني أنه كلما زادت إيجابية ممارسات الدراية الإعلامية زادت إيجابية التداولية ومشاركة الأخبار والمعلومات لمستخدمي التيك توك، وذلك كما يوضحه الجدول التالي:

جدول (١٢)

العلاقة بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات ومشاركتها على التيك توك

تداولية الأخبار والمعلومات	مستويات الدراية الإعلامية		العلاقة بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات ومشاركتها
*٠.٢٦٥	١,٠٠٠	معامل الارتباط	
٠.٠٠٠	-	مستوى المعنوية	
٢٦٨	٢٦٨	العدد	

*دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥)

٢. تبين صحة الفرض الثاني، حيث توجد علاقة ارتباطية بين ممارسات الدراية المعلوماتية لمستخدمي التيك توك وتداولهم للأخبار والمعلومات، من خلال حساب معامل الارتباط سبيرمان، حيث بلغت درجة الارتباط (٠.٥٨٩) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)، وهذا يعني أنه كلما زادت إيجابية ممارسات الدراية المعلوماتية زادت إيجابية التداولية ومشاركة الأخبار والمعلومات لمستخدمي التيك توك، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (١٣)

العلاقة بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات ومشاركتها على التيك توك

تداولية الأخبار والمعلومات	محددات مستوى الدراية المعلوماتية		العلاقة بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات ومشاركتها
*٠.٥٨٩	١,٠٠٠	معامل الارتباط	
٠.٠٠٠	-	مستوى المعنوية	
٢٨٦	٢٨٦	العدد	

*دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥)

٣. تبين صحة الفرض الثالث، حيث توجد علاقة ارتباطية بين ممارسات الدراية الإعلامية وممارسات الدراية المعلوماتية لمستخدمي التيك توك، من خلال حساب معامل الارتباط سبيرمان، حيث بلغت درجة الارتباط (٠.٣٣٦) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وهذا يعني أنه كلما زادت إيجابية ممارسات الدراية المعلوماتية زادت إيجابية ممارسات الدراية الإعلامية لمستخدمي التيك توك، وذلك كما يوضحه الجدول التالي:

جدول (١٤)
العلاقة بين الدراية الإعلامية والدراية المعلوماتية

محددات مستوى الدراية المعلوماتية	تداولية الأخبار والمعلومات	العلاقة بين الدراية الإعلامية والدراية المعلوماتية	
١.٠٠٠	*٠.٣٣٦	معامل الارتباط	
-	٠.٠٠٠	مستوى المعنوية	
٢٨٦	٢٨٦	العدد	

*دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)

٤. تبين صحة الفرض الرابع، حيث توجد علاقة ارتباطية بين رأس المال التقني وممارسات الدراية الإعلامية لمستخدمي التيك توك، من خلال حساب معامل الارتباط سبيرمان للإشارة إلى وجود علاقة من عدمها كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول (١٥)
العلاقة بين رأس المال التقني وممارسات الدراية الإعلامية

مستويات رأس المال التقني				العلاقة بين المتغيرين	
إجمالي المهارات	المهارات المتقدمة	المهارات المتوسطة	المهارات الأساسية	رأس المال التقني وممارسات الدراية الإعلامية	قيمة معامل الارتباط
*٠,١٥٨	*٠,٢٣٢	٠.٠٨	٠.٠٨		مستوى المعنوية
٠,٠١	٠.٠٠٠	٠.٢٠	٠.٢١		العدد
٢٨٦	٢٨٦	٢٨٦	٢٨٦		

*دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)

يتضح من الجدول السابق ما يأتي:

- في إطار العلاقة بين مستويات رأس المال التقني وممارسات الدراية الإعلامية ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين ممارسات الدراية الإعلامية وإجمالي مهارات رأس المال التقني لمستخدمي التيك توك بشكل عام. وهذا ما يوضحه قيمة معامل الارتباط، حيث بلغت درجة الارتباط (٠,١٥٨) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وهذا يعني أنه كلما زادت المهارات التقنية والتكنولوجية للمستخدم زادت ممارسات الدراية الإعلامية لديه. وعلى مستوى

المهارات الثلاث الفرعية لرأس المال التقني، فقد ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين المهارات التقنية المتقدمة وممارسات الدراية الإعلامية بدرجة ارتباط (٠,٢٣٢) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)؛ بينما لم تثبت العلاقة بين المهارات التقنية الأساسية والمتوسطة، حيث جاءت قيمة مستوى المعنوية أكبر من (٠,٠٥).

٥. تبين صحة الفرض الخامس، حيث توجد علاقة ارتباطية بين رأس المال التقني وممارسات الدراية المعلوماتية لمستخدمي التيك توك، من خلال حساب معامل الارتباط سبيرمان للإشارة إلى وجود علاقة من عدمها كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول (١٤)
العلاقة بين رأس المال التقني وممارسات الدراية المعلوماتية

مستويات رأس المال التقني				العلاقة بين المتغيرين		
إجمالي المهارات	المهارات المتقدمة	المهارات المتوسطة	المهارات الأساسية	قيمة معامل الارتباط	ممارسات الدراية التقني رأس المال المعلوماتية	
*٠,٢٢٧	*٠,١٥٩	*٠,١٣٤	*٠,٢١٠			مستوى المعنوية
٠,٠٠٠	٠,٠١	٠,٠٣	٠,٠٠٠			العدد
٢٨٦	٢٨٦	٢٨٦	٢٨٦			

*دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥)

يتضح من الجدول السابق ما يأتي:

▪ في إطار العلاقة بين مستويات رأس المال التقني وممارسات الدراية المعلوماتية ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين ممارسات الدراية المعلوماتية وإجمالي مهارات رأس المال التقني لمستخدمي التيك توك بشكل عام. وهذا ما توضحه قيمة معامل الارتباط، حيث بلغت درجة الارتباط (٠,٢٢٧) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥) وهذا يعني أنه كلما زادت المهارات التقنية والتكنولوجية للمستخدم زادت ممارسات الدراية المعلوماتية لديه. وعلى مستوى المهارات الفرعية لرأس المال التقني، فقد ثبت وجود علاقة ارتباطية طردية قوية ذات دلالة إحصائية بين المستويات الثلاثة للمهارات التقنية، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٥).

٦. تبين عدم صحة الفرض السادس نسبياً، حيث يؤثر رأس المال الاقتصادي الاجتماعي على العلاقة بين ممارسات الدراية الإعلامية لمستخدمي التيك توك وتداولهم للأخبار والمعلومات، من خلال حساب معامل الارتباط سبيرمان للإشارة إلى وجود علاقة من عدمها باختلاف: النوع، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، متوسط دخل الأسرة؛ وجاءت النتائج كالتالي:

✓ **تأثير متغير النوع:**

في إطار العلاقة بين ممارسات الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات في عينة الإناث أكثر من عينة الذكور بمعنى أن الإناث أكثر تداولاً للأخبار والمعلومات في إطار العلاقة بين مستوى الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات وهي علاقة إيجابية، وهذا ما توضحه قيمة معامل الارتباط، حيث بلغت درجة الارتباط (٠,٢٧٢) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).

✓ **تأثير متغير السن:**

في إطار العلاقة بين مستوى الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات في جميع الفئات العمرية، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥)، بمعنى أنه:

- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من ١٨ إلى أقل من ٢٣ عامًا بدرجة ارتباط (٠,٦٢١) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).
- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من ٢٣ إلى أقل من ٢٨ عامًا بدرجة ارتباط (٠,٥٩٣) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).
- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من ٢٨ إلى أقل من ٣٣ عامًا بدرجة ارتباط (٠,٦٤٨) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).
- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من ٣٣ إلى ٣٥ عامًا بدرجة ارتباط (٠,٥٨٣) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).

✓ تأثير متغير المستوى التعليمي:

في إطار العلاقة بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين ذوي المؤهل الجامعي بدرجة الارتباط (٠,٢٧٢) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٠٥). وكذلك ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين ذوي المؤهل فوق الجامعي "دراسات عليا" بدرجة الارتباط (٠,٣٧٨) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠١) حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥)؛ بينما لم تثبت العلاقة بين الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين ذوي المؤهل المتوسط، حيث جاء مستوى المعنوية أكبر من (٠,٠٥). وهذا يعني أن العلاقة بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات تثبت لدى المستخدمين ذوي المؤهل الجامعي وفوق الجامعي؛ بينما لم تثبت لدى المستخدمين من ذوي المؤهل المتوسط.

✓ تأثير متغير الحالة الاجتماعية:

في إطار العلاقة بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات في عينة المستخدمين غير المتزوجين أكثر من عينة المستخدمين المتزوجين بمعنى أن المستخدمين غير المتزوجين أكثر تداولاً للأخبار والمعلومات في إطار العلاقة بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات، وهذا ما توضحه قيمة معامل الارتباط حيث بلغت درجة الارتباط (٠,٢٩٢) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥). وهذا يعني أن العلاقة بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات تثبت لدى المستخدمين غير المتزوجين؛ بينما لم تثبت لدى المستخدمين المتزوجين.

✓ تأثير متغير متوسط دخل الأسرة:

في إطار العلاقة بين مستوى الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات في جميع فئات متوسطات الدخل، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥)، بمعنى أنه:

- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين يتراوح متوسط الدخل الشهري لهم من ٢٥٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠ جنيه بدرجة الارتباط (٠,٢٤٢) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٢٩)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).

- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين يتراوح متوسط الدخل الشهري لهم من ٥٠٠٠ إلى أقل من ٧٠٠٠ جنيه بدرجة الارتباط (٠,٢٨١) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠١٦)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).
- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين يتراوح متوسط الدخل الشهري لهم من ٧٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ جنيه بدرجة الارتباط (٠,٢٩١) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٤٣)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).
- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدعاية الإعلامية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين يتراوح متوسط الدخل الشهري لهم ١٠٠٠٠ جنيه فأكثر بدرجة الارتباط (٠,٢٥١) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٤٤)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).

ومما سبق يتضح: عدم صحة الفرض - نسبياً - القائل بأن رأس المال الاقتصادي الاجتماعي يؤثر على العلاقة بين ممارسات الدعاية الإعلامية لمستخدمي التيك توك وتداول الأخبار باستثناء: متغير النوع، ومتغير المستوى التعليمي، ومتغير الحالة الاجتماعية.

٧- تبين عدم صحة الفرض السابع القائل؛ يؤثر رأس المال الاقتصادي الاجتماعي على العلاقة بين ممارسات الدعاية المعلوماتية لمستخدمي التيك توك وتداول الأخبار والمعلومات، من خلال حساب معامل الارتباط سبيرمان للإشارة إلى وجود علاقة من عدمها باختلاف: النوع، السن، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، متوسط دخل الأسرة؛ وجاءت النتائج كالتالي:

✓ تأثير متغير النوع:

في إطار العلاقة بين ممارسات الدعاية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدعاية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات في عينة الإناث بدرجة ارتباط (٠,٦٢٦) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٠٥)، وكذلك من عينة الذكور ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدعاية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات في عينة الإناث بدرجة ارتباط (٠,٥٨١) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠) حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٠٥). وهذا يعني تساوي كل من الذكور والإناث لتداول الأخبار والمعلومات في إطار العلاقة بين ممارسات الدعاية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات وهي علاقة إيجابية، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٠٥).

✓ تأثير متغير السن:

في إطار العلاقة بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين مستوى الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات في جميع الفئات العمرية، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥)، بمعنى أنه:

- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من ١٨ إلى أقل من ٢٣ عامًا بدرجة ارتباط (٠,٥٦٨) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).
- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من ٢٣ إلى أقل من ٢٨ عامًا بدرجة ارتباط (٠,٥٤٣) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).
- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من ٢٨ إلى أقل من ٣٣ عامًا بدرجة ارتباط (٠,٦٥٧) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).
- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم من ٣٣ إلى ٣٥ عامًا بدرجة ارتباط (٠,٥٢٢) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).

✓ تأثير متغير الحالة الاجتماعية:

في إطار العلاقة بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات في عينة المستخدمين غير المتزوجين بدرجة ارتباط (٠,٥٩٥) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥). وكذلك ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات في عينة المستخدمين المتزوجين بدرجة ارتباط (٠,٥٩٣)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥). وهذا يعني تساوي كل من المتزوجين وغير المتزوجين من المستخدمين لتداول الأخبار والمعلومات في إطار العلاقة بين

ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات وهي علاقة إيجابية، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠.٠٥).

✓ تأثير متغير المستوى التعليمي:

في إطار العلاقة بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات في جميع فئات المستويات التعليمية، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥)، بمعنى أنه:

- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين ذوي المؤهل المتوسط بدرجة الارتباط (٠,٨٤٥) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠.٠٥).

- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين ذوي المؤهل الجامعي بدرجة الارتباط (٠,٥٤٤)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠.٠٥).

- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين ذوي المؤهل فوق الجامعي "دراسات عليا" بدرجة الارتباط (٠,٥٨٥) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠.٠٥).

✓ تأثير متغير متوسط دخل الأسرة:

في إطار العلاقة بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات في جميع فئات متوسطات الدخل؛ حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥)، بمعنى أنه:

- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين يتراوح متوسط الدخل الشهري لهم من ٢٥٠٠ إلى أقل من ٥٠٠٠ جنيه بدرجة الارتباط (٠,٦٦٧)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).

- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين يتراوح متوسط الدخل

- الشهري لهم من ٥٠٠٠ إلى أقل من ٧٠٠٠ جنيه بدرجة الارتباط (٠,٦٢٩)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).
- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين يتراوح متوسط الدخل الشهري لهم من ٧٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ جنيه بدرجة الارتباط (٠,٥٩٩)، وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٠)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).
- ثبت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين ممارسات الدراية المعلوماتية وتداول الأخبار والمعلومات عند المستخدمين الذين يتراوح متوسط الدخل الشهري لهم ١٠٠٠٠ جنيه فأكثر بدرجة الارتباط (٠,٣٢٨) وهي دالة عند مستوى معنوية (٠,٠٠٨)، حيث جاء مستوى المعنوية أصغر من (٠,٠٥).

ومما سبق يتضح عدم صحة الفرض القائل: يؤثر رأس المال الاقتصادي الاجتماعي على العلاقة بين ممارسات الدراية المعلوماتية لمستخدمي التيك توك وتداول الأخبار والمعلومات.

مناقشة النتائج:

اهتمت هذه الدراسة بالدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب المصري وعلاقتها بتداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على موقع تيك توك، واعتمدت الدراسة على إجراء استقصاء إلكتروني مع عينة عمدية متاحة من مستخدمي تيك توك الذين تتراوح أعمارهم بين ١٨ و ٣٥ عامًا، وفيما يلي مناقشة لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية بين ممارسة أغلب مستخدمي التيك توك للمهارات الخاصة بكل من الدراية الإعلامية والدراية المعلوماتية، وقد يرجع ذلك إلى الاندماج بين وسائل الإعلام ومصادر المعلومات في البيئة الرقمية، الأمر الذي يعزز أهمية امتلاك الفرد لمزيج من مهارات الدراية المتعلقة بتحليل الرسائل الإعلامية ونقدها، ومهارات البحث والتحقق من المعلومات، وتتفق هذه النتيجة مع النهج الذي تتبناه منظمة اليونسكو، واتفقت معه الدراسة الحالية وعدة دراسات سابقة لأن الدرايتين الإعلامية والمعلوماتية أصبحتا مكملتين لبعضهما بعضًا، ولا يمكن أن تغني إحداهما عن الأخرى (Costa et al.2018; Choi et al.2018; Mackey and Jacobson, 2011).

ومن هذا المنطلق؛ تتبنى الباحثان في هذه الدراسة المفهوم التالي للدراية الإعلامية والمعلوماتية بوصفها "إطار عمل متكامل يساعد الفرد على اكتساب مجموعة المهارات التي تعزز إدراكه للخصائص المختلفة للوسائل الرقمية وخاصة التأثيرات السلبية والإيجابية للشبكات الاجتماعية، فضلاً

عن معرفة طرق الوصول إلى مصادر المعلومات والتمييز بين سماتها المتباينة، ومن ثم استخدام الوسائل الفعالة للتحقق من صحة الأخبار ودقة المعلومات التي يستهلكها الإنسان يوميًا".

وعلى الرغم من النتيجة التي أظهرتها الدراسة بشأن عدم معرفة العديد من مستخدمي التيك توك للمفهومين الشاملين للدراية الإعلامية والدراية المعلوماتية، فإن أغلب هؤلاء المستخدمين يمارسون العديد من سلوكيات الدراية بشكل فعلي، كما اتضح أن هذه السلوكيات انعكست على تقليل تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، حيث يقوم أغلبهم ب: تجاهل الفيديوهات المضللة، وحظر الحسابات المروجة لها والإبلاغ عنها؛ كما يوظف الكثير منهم أدوات البحث عن المعلومات والتحقق منها من مصادر متعددة على الإنترنت. ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء اكتساب هؤلاء المستخدمين للدراية عن طريق الخبرة الذاتية الناتجة عن كثرة التعامل مع الوسائل الرقمية والتفاعل مع المستخدمين الآخرين. ويمكن التليل على ذلك بأن رأس المال التقني، الذي يتشكل من مجموع المهارات التقنية والتكنولوجية لدى المستخدمين، كان العامل الأكثر ارتباطاً بزيادة ممارستهم للدراية الإعلامية والمعلوماتية، **وتتنفق هذه النتيجة** مع دراسة سابقة أجريت على عينة من مستخدمي الإنترنت في الصين، حيث كانت مستويات الدراية الإعلامية والدراية المعلوماتية أعلى لدى المستخدمين ذوي المهارات المتقدمة في مجال حماية الأمن ومشاركة المعلومات، وذلك مقارنة مع المستخدمين ذوي المهارات التقنية الأساسية والمتوسطة (Choi et al.2021).

وفي سياق متصل؛ استطاع أغلب المستخدمين الذين يمارسون الدراية الإعلامية والمعلوماتية أن يتعرفوا على أنماط الفيديوهات التي يحتمل أن تكون زائفة أو مضللة، وتوافقت معظم إجاباتهم مع التعريفات الإجرائية للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة التي استعانت بها الباحثتان (Wardle, 2017; Tandoc et sl.,2017)، وذلك باستثناء أن عددًا كبيرًا من المستخدمين لم يشك في صحة الفيديوهات المتضمنة للأرقام والإحصاءات، وهو عكس ما جاءت به دراسة (Wardle, 2017) بشأن احتمالية استخدام الأرقام والإحصاءات كوسيلة للتضليل المتعمد.

وبالإضافة لذلك؛ ظهر أن العديد من المستخدمين يتقنون في صحة الفيديوهات المنشورة على حسابات رسمية موثقة، والفيديوهات المرفقة بليנקات لمصادر المعلومات، وربما يفسر ذلك في ضوء طبيعة البيئة الرقمية غير المحكمة، التي تسمح بظهور عديد من الأشخاص الوهميين والمنتحلين لشخصيات المشاهير ومدعي المعرفة، ما يجعل المستخدم متشككًا في صحة الكثير من المضامين التي يشاهدها إلا إذا كان المصدر معلومًا. ومن جهة أخرى؛ تبين أن رأس المال الاقتصادي الاجتماعي للفرد (المتغيرات الديموغرافية) يؤثر نسبيًا على العلاقة بين ممارسة الدراية الإعلامية لمستخدمي التيك توك وتداولهم للأخبار والمعلومات، حيث يمارس الأشخاص ذوو المؤهلات الجامعية وفوق الجامعية سلوكيات الدراية عند تداولهم للأخبار والمعلومات بشكل أكبر من ذوي المؤهلات المتوسطة، وقد يرجع ذلك إلى أن ارتفاع المستوى التعليمي يمكن الفرد من العمل في وظائف تتطلب مهارات فنية وتقنية أكبر تجعله أكثر دراية؛ بينما لم تتأثر الدراية الإعلامية بمتغير دخل الأسرة، وقد يعود

ذلك إلى تمكن المستخدمين باختلاف مستوياتهم الاقتصادية من صقل مهاراتهم بأنفسهم من خلال استخدام أدوات وتطبيقات الإنترنت المجانية.

وبالإضافة لذلك؛ تبين أن الإناث يمارسن أكثر من الذكور سلوكيات الدراية الإعلامية، بسبب أنهن أكثر تداولاً للأخبار والمعلومات على التيك توك، وقد اتضح أيضاً أن المستخدمين المتزوجين كانوا أقل ممارسة لسلوكيات الدراية الإعلامية نتيجة قلة تداولهم للأخبار والمعلومات على تيك توك.

وفي المقابل؛ أظهرت نتائج الدراسة عدم صحة الفرض المتعلق بتأثير رأس المال الاقتصادي الاجتماعي على العلاقة بين ممارسة الدراية المعلوماتية لمستخدمي التيك توك وتداولهم للأخبار والمعلومات، وقد يفسر ذلك في ضوء أن الدراية المعلوماتية لا تتأثر كثيراً بالاختلافات الديموغرافية بين الأفراد، وإنما تعتمد على تعلم المهارات الفنية للبحث عن المعلومات واستخدام أدوات التحقق منها، بينما تتأثر الدراية الإعلامية ببعض السمات الديموغرافية لأنها تتطلب مهارات مرتبطة بالطبيعة الذاتية للفرد؛ مثل: قدرته على نقد الرسائل الإعلامية وتحليلها، وتعرضه للعديد من مصادر الإعلام.

وفي سياق متصل؛ توضح نتائج الدراسة تركيز العديد من مستخدمي التيك توك على الدراية الإعلامية في ضوء "الجوانب الذاتية" أكثر من "الجوانب المجتمعية"، حيث أعطى أغلبهم أهمية نسبية أكبر لحماية الذات عبر تجاهل وحظر الفيديوهات المضللة، بينما كان اهتمامهم أقل بحماية الآخرين وتحذيرهم وإبلاغ الجهات المسؤولة عن الحسابات المضللة. وهنا لا يمكن القول بأن هؤلاء المستخدمين غير واعين تماماً بأهمية المسؤولية المجتمعية، وإنما قد يرجع عدم قيامهم بالسلوكيات المطلوبة لحماية المجتمع إلى أنها تتطلب بذل جهد كبير قد لا يستطيع المستخدم القيام به، والدليل على ذلك أن العديد من المستخدمين عبروا عن اهتمامهم بالتفاعل مع المستخدمين الآخرين، فضلاً عن مناقشتهم للأخبار والمعلومات التي يشاهدونها على التيك توك مع الأسرة والأصدقاء وزملاء العمل.

وفي إطار تقييم المستخدمين لتطبيق التيك توك، أظهرت النتائج أن أغلب أفراد عينة الدراسة لا يتقنون في منصة التيك توك بوصفها مصدرًا فعالاً لتقديم الأخبار والمعلومات، وقد تفسر هذه النتيجة في ضوء طبيعة المنصة ذاتها التي تعتمد على نشر فيديوهات قصيرة لا تزيد على ثلاث دقائق، وبالتالي قد تكون هذه المدة غير كافية لتغطية الأخبار والمعلومات بصورة شاملة، كما أن طبيعة فيديوهات التيك توك التي يميل معظمها للفكاهة والسخرية جعلت أغلب المستخدمين يرونها وسيلة ترفيهية وليست مصدرًا من المصادر الإعلامية أو المعلوماتية. وبالإضافة لذلك؛ تبين انخفاض ثقة أغلب المستخدمين في المؤثرين والشخصيات المشهورة على تيك توك، وقد يرجع ذلك إلى اندفاع العديد من المؤثرين نحو ملاحقة الترنادات وسرعة نشر الأخبار دون التحقق منها بهدف زيادة عدد المشاهدات.

التوصيات:

تقترح الدراسة مجموعة من التوصيات التي تسعى من خلالها لتقنين العلاقة بين الدراية الإعلامية والمعلوماتية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية المختلفة، وبين تداولهم للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، وذلك على النحو التالي:

- **التوصية الأولى:** تصميم مناهج تعليمية وبرامج تدريبية في مجال الدراية الإعلامية والمعلوماتية، في المدارس والجامعات، للتعريف بآليات التعامل الواعي مع الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة في البيئة الرقمية.
 - **الجهات المسؤولة عن التنفيذ:** وزارة التربية والتعليم والتعليم الفني - وزارة التعليم العالي والبحث العلمي - المجلس الأعلى للجامعات.
 - **آلية التنفيذ:** عقد بروتوكول تعاون بين الجهات التنفيذية لوضع مناهج وبرامج تتناسب مع مراحل التعليم المختلفة بشكل متدرج.
 - **الفئات المستهدفة:** الطلاب والباحثون في المدارس والجامعات.
- **التوصية الثانية:** إطلاق مبادرة قومية تستهدف رفع مستوى رأس المال التقني والقدرات التكنولوجية، حيث تسهم المعرفة التقنية في زيادة وعي الفرد وتقليل من احتمالات وقوعه في فخ الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة.
 - **الجهات المسؤولة عن التنفيذ:** رئاسة الجمهورية - وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
 - **آلية التنفيذ:** إطلاق مبادرة "بناء رأس المال التقني"، تحت رعاية رئيس الجمهورية، وتحت إشراف وتنفيذ وزارة الاتصالات المنوطة بوضع الشروط والمعايير والبرامج التي تضمن توسيع قاعدة المستفيدين.
 - **الفئات المستهدفة:** الأطفال والمراهقون والشباب المصريون، من سن ١٠ سنوات حتى ٤٥ سنة، في مختلف محافظات الجمهورية.
- **التوصية الثالثة:** دعم وتمويل البحث العلمي على المستويين المحلي والدولي لتوظيف تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، وإجراء المزيد من الدراسات لاختبار العوامل المؤثرة على الدراية الإعلامية والمعلوماتية سواء المرتبطة برأس المال التقني أو رأس المال الاقتصادي الاجتماعي لدى مستخدمي الإنترنت، كما يمكن إجراء دراسات في مجال الأبوة الرقمية وتأثيراتها على الدراية الإعلامية والمعلوماتية للأطفال والمراهقين.
 - **الجهات المسؤولة عن التنفيذ:** الجامعات المصرية والأجنبية - أكاديمية البحث العلمي.
 - **آلية التنفيذ:** إجراء مشروع بحثي بتمويل مصري أجنبي مشترك، وتنظيم مسابقات لتشجيع الطلاب والباحثين على إجراء البحوث في مجال الدراية الإعلامية والمعلوماتية.

- **الفئات المستهدفة:** طلاب البكالوريوس - باحثو الماجستير والدكتوراه - باحثو ما بعد الدكتوراه.
- **التوصية الرابعة: إطلاق مشروع التعاون الدولي للدراية الإعلامية والمعلوماتية يستهدف الآتي؛**
 - وضع ميثاق أخلاقي دولي للتحكم في نشر الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة وتداولها، وتشكيل جماعات ضغط لمطالبة الشركات التكنولوجية المالكة للتطبيقات والشبكات الاجتماعية على مستوى العالم بتصميم كود أخلاقي، واتخاذ إجراءات أكثر صرامة ضد الحسابات المروجة للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، فضلاً عن تطوير الأطر القانونية الرادعة ضد مروجي الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة مع مراعاة ضمانات حرية الرأي والتعبير، وفقاً للتشريعات المحلية والدولية.
- **الجهات المسؤولة عن التنفيذ:** الاتحاد العالمي للدراية الإعلامية والمعلوماتية التابع لمنظمة اليونسكو - النقابات المهنية الإعلامية والصحفية - المؤسسات الإعلامية المحلية والدولية المعنية بهذا المجال.
- **آلية التنفيذ:** إطلاق مشروع تعاون دولي مشترك بين هذه الجهات الفاعلة مع مراعاة المتغيرات المحلية في البلدان المشتركة في المشروع.
- **الفئات المستهدفة:** الأكاديميون والباحثون والخبراء في مجالات الإعلام والتكنولوجيا والقانون وغيرها.

مراجع الدراسة:

المراجع العربية:

١. إلهام يونس. (٢٠١٩م). آليات تشكيل وتدفق المنشورات الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي؛ دراسة تحليلية و طرح استراتيجية التصدي والمواجهة، مجلة الإذاعة والتلفزيون، ١٧، ١٩٣-٢٤٨.
٢. آية يحيى محمد إبراهيم. (٢٠٢١م). تعرض مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي للمعلومات المضللة حول الفيروس التاجي كورونا في ظل أزمة وباء المعلومات، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٧٧، الجزء الثالث المجلد الرابع، ١٩٢١-١٩٦٣.
٣. مها بهنسي. (٢٠١٩م). آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة: دراسة في إطار مدخل التربية الرقمية ونموذج أدوار الجمهور في التحقق)، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد ٦٨، ٦١٤-٥٦٥.
٤. محمود رمضان أحمد عبد اللطيف. (٢٠٢١م). آليات تعامل الصحف المصرية مع ظاهرة اضطراب المعلومات والمحتوى الموجه في إطار التزامها بالشفافية والمصادقية المهنية: دراسة ميدانية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، مجلد ١٢، العدد ٣٤، ٦٥٩-٧٥٨.

المراجع الأجنبية:

1. ACRL (Association for College and Research Libraries). (2000). Information literacy competency standards for higher education. Chicago, IL: American Library Association, <http://www.ala.org/acrl/standards/informationliteracycompetency>.
2. Al Zou'bi, R. M. (2022). The Impact of Media and Information Literacy on Students' Acquisition of the Skills Needed to Detect Fake News, Journal of Media Literacy Education Pre-Prints, Retrieved from <https://digitalcommons.uri.edu/jmle-preprints/28>.

3. ALA (American Library Association). 2000. Information Literacy Competency Standards for Higher Education.
<http://www.ala.org/Template.cfm?Section=Home&template=/ContentManagement/ContentDisplay.cfm&ContentID=33553>.
4. Alonso-lópez, N.; Sidorenko-bautista, P. and Giacomelli, F. (2021). Beyond challenges and viral dance moves: TikTok as a vehicle for disinformation and fact-checking in Spain, Portugal, Brazil, and the USA, *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*, 64, 65-84.
5. Amgott, N. (2018). Critical Literacy in Digital Activism: Collaborative Choice & Action, *The International Journal of Information & Learning Technology*, 35 (5), 329.
6. Aufderheide, P. (1993). Media literacy. A report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Washington, DC: Aspen Institute, Communications and Society Program.
7. Basch Corey H., Zoe Meleo-Erwin, Joseph Fera, Christie Jaime & Charles E. Basch. (2021). A global pandemic in the time of viral memes: COVID-19 vaccine misinformation and disinformation on TikTok, *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 17 (8), 2373-2377.
8. Choi, J. R., Joseph Straubhaar, Maria Skouras, Soyoung Park, Melissa Santillana and Sharon Strover. (2021). Techno-capital: Theorizing media and information literacy through information technology capabilities. *new media & society*, 23(7), pp. 1-23.
9. Colomina Carme, Héctor SÁNCHEZ MARGALEF and Richard YOUNGS. (2021). The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world, European Parliament, [http://www.europarl.europa.eu/regdata/etudes/stud/2021/653635/EXPOO_STU\(2021\)653635_EN.Pd](http://www.europarl.europa.eu/regdata/etudes/stud/2021/653635/EXPOO_STU(2021)653635_EN.Pd).
10. Costa C, Tyner K, Henriques S, et al. (2018) Game creation in youth media and information literacy education. *International Journal of Game-Based Learning* 8(2): 1–13.
11. European Commission. (2018). Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on Action Plan against Disinformation, 36 final, http://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/action_plan_against_disinformation.pdf.
12. Geary, J. (2021). Information literacy skills and college students: A mixed-methods, action research study of students' knowledge and self-efficacy for applying information literacy skills to their academic and social lives, Dissertation/Thesis, United States -- South Carolina University, pp: 1-199.
13. Gerosa Tiziano, Marco Gui, Eszter Hargittai, Minh Hao Nguyen, (March 2021), " (Mis)informed During COVID-19: How Education Level and Information Sources Contribute to Knowledge Gaps", vol.15,p.p: 2196-2217.
14. Gerosa Tiziano, Marco Gui, Eszter Hargittai, Minh Hao Nguyen. (2021). (Mis)informed During COVID-19: How Education Level and Information Sources Contribute to Knowledge Gaps, 15,2196-2217.
15. G,nd,zalp. (2021). 21st Century Skills for Sustainable Education: Prediction Level of Teachers' Information Literacy Skills on Their Digital Literacy Skills, Discourse and Communication for Sustainable Education, vol. 12, no. 1, pp. 85ñ101.
16. Guess Andrew, Brend Nyhan & Jason Reifler. (2018). Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake during the 2016 US presidential campaign, *European research council*, 1-49.
17. Inan Taskın, T. T. (2012). Examining Media Literacy Levels of Prospective Teachers. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 4(2), pp. 269-285.

18. Jones Marc Owen. (2019). The Gulf Information War| Propaganda, Fake News, and Fake Trends: The Weaponization of Twitter Bots in the Gulf Crisis, *international journal of communication*,13, 1389-141.
19. Jones-Jang S. Mo, T. M. (2021). Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), pp. 371–388.
20. Khan M. Laeeq, dris, M. L. (2019). Recognise misinformation and verify before sharing: a reasoned action and information literacy perspective. *Behaviour & Information Technology*, 38(12), pp. 1194-1212.
21. Kietzmann Jan H.,Kristopher Hermkens,Lan P.McCarthy,Bruno s.Silvestre. (2011). Social media? Get serious understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54, 3, 241-251.
22. Lanius David and Romy Jaster. (2018). what is fake news?, *Penultimate Version*, 2(127), 207-227.
23. Lv, Y. (2022). Cultivation of Teenagers' Digital Media Literacy and Network Legal Literacy in the Era of Digital Virtual Technology. 1-9.
24. Mackey, T. P., & Jacobson, T. E. (2011). Reframing information literacy as a metaliteracy. *College & Research Libraries*, 72, 62-78.
25. Powers, A. E. (2022). Generation Z and media literacy: Young People's perceptions of media literacy education (Order No. 29318767), Dissertation/Thesis, Syracuse University, Media Studies department, pp. 1-139.
26. Rattray Earl Courtenay. (2020). MIL in an age of uncertainty,<https://www.un.org/ar/123486> retrieved on August 2022.
27. Schultz, J. (2019).How much data is created on the internet each day? , <https://blog.microfocus.com/how-much-data-is-created-on-the-internet-each-day/#>, retrieved on August 2022.
28. Southerton Clare," Lip-Syncing and Saving Lives: Healthcare Workers on TikTok. (2021). *International journal of communication*, 15,3248–3268.
29. Talwar Shalini, Amandeep Dhir, Dilraj Singh, Gurnam Singh Virk, Jari Salo. (2020). Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis, 57, available at: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102197>.
30. Tamuli Padmaja & Mishra Kaushik, Media Literacy and Women Empowerment: An Evidence from India, *Integrated Journal for Research in Arts and Humanities*, 2 (4), PP. 128-133.
31. Tandoc Jr., Edson C., Zheng Wei Lim and Richard Ling. (2017). DEFINING "FAKE NEWS" A typology of scholarly definitions, *Digital journalism*, 2, 137-153.
32. Tettey Theodora Dame Adjin. (2022). Combating fake news, disinformation, and misinformation: experimental evidence for media literacy education, *cogent arts & humanities*, 9, 1-17.
33. The News Literacy Project. (feb.,2019). Annual Report FY19 (July 1, 2018–June 30, 2019),https://newslit.org/wp-content/uploads/2019/11/NLP-Annual-Report-FY19_DIGITAL.pdf ,retrieved on August 2022.
34. Vosoughi Soroush ,Deb Roy & Sinan Aral.(2018). The spread of true & false news online, *Science*, 359 (6380), 1146-1151.

-
35. Wardle Claire and Hossein Derakhshan. 2017. Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making Information Disorder, council of Europe report, file:///C:/Users/Eman%20TaHer/Downloads/INFORMATIONDISORDER%20(2).pdf, retrieved on August 2022.
 36. We are social. (2022). The global state of digital in July 2022 | part two, <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/07/the-global-state-of-digital-in-july-part-two/>.
 37. Zheluk Andrey, Dineen-Griffin, Sarah and Anderson, Judith. (2021). Analysis of #Backpain on Tiktok in September 2021: An Exploratory Study, Nursing, Paramedicine and Healthcare Sciencesm, Available at :<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3977927> .

Media and Information Literacy for Egyptian Youth and the Sharing of Fake News and Disinformation on Tik Tok

Dr. Alaa Fawzy Elsayed Abdellatef

alaafawzy@cu.edu.eg

*Assistant Professor of P.R & Political Communication
Public Relations & Advertising Department,
Faculty of Mass Communication,
Cairo University*

Dr. Eman Taher Sayed Abbas

emi2501@hotmail.com

*Assistant Professor of Public Relations & Advertising,
Public Relations & Advertising Department,
Faculty of Mass Communication,
Cairo University*

Abstract

This study aims to analyze the concept and practices of media and information literacy (MIL) among Egyptian youth and its implications for sharing of false news and misinformation especially on Tik Tok. In addition to studying the factors affecting the relationship between MIL and sharing news and information on Tik Tok, in light of the variables related to: technical capital, and individual's socio-economic capital. This study is based on Media and information literacy model (choi et al.2021) and information disorder model (Claire Wardle, 2017). This study is based on the e-survey for an available sample of (368 respondents) from the Egyptian youth tik tok users (particularly the age group from 18-to 35 years). The results of the study showed that there is a direct correlation between the practice of most of the users of Tik Tok for the skills of both media and information literacy, and this may be due to the merger between the media and information sources in the digital environment, which enhances the importance of the individual possessing a mixture of know-how skills related to the analysis of media messages. In addition, despite the finding that the study showed about the lack of knowledge of many Tik Tok users of the two comprehensive concepts of MIL, most of these users actually practice many MIL behaviors. It was found that the individual's socio-economic capital (demographic variables) relatively affects the relationship between the exercise of media literacy of Tik Tok users and their circulation of news and information. The results of the study showed that the hypothesis related to the impact of socio-economic capital on the relationship between the information literacy practice of Tik Tok users and their circulation of news and information was incorrect. In the context of users' evaluation of the Tik Tok application, the results showed that most of the study sample did not trust the Tik Tok platform as an effective source for providing news and information. This period may not be enough to comprehensively cover news and information, and the nature of Tik Tok videos, which tend to be mostly humorous and ironic, made most users see them as an entertainment rather than a media or informational source. The study proposes a set of recommendations through which it seeks to legalize the relationship between know-how Media and informational information among users of various social networks, and their circulation of false news and misinformation.

Keywords: Media Literacy, Information Literacy, Fake News, Disinformation, Tik Tok.

All rights reserved.

None of the materials provided on this Journal or the web site may be used, reproduced or transmitted, in whole or in part, in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or the use of any information storage and retrieval system, except as provided for in the Terms and Conditions of use of Al Arabia Public Relations Agency, without permission in writing from the publisher.

And all applicable terms and conditions and international laws with regard to the violation of the copyrights of the electronic or printed copy.

ISSN for the printed copy

(ISSN 2314-8721)

ISSN of the electronic version

(ISSN 2314-873X)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

To request such permission or for further enquires, please contact:

APRA Publications

Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt,

Menofia - Shibeen El-Kom - Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Or

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt,

Giza, Dokki, Ben Elsarayat -1 Mohamed Alzoghpy St.

ceo@apr.agencyEmail: - jpr@epra.org.eg

Web: www.apr.agency, www.jpr.epra.org.eg

Phone: (+2) 0114 -15 -14 -157 - (+2) 0114 -15 -14 -151 - (+2) 02-376-20 -818

Fax: (+2) 048-231-00 -73

The Journal is indexed within the following international digital databases:



- The author should send an electronic copy of his manuscript by Email written in Word format with his/her CV.
- In case of accepting the publication of the manuscript in the journal, the author will be informed officially by a letter. But in case of refusing, the author will be informed officially by a letter and part of the research publication fees will be sent back to him soon.
- If the manuscript required simple modifications, the author should resent the manuscript with the new modifications during one week after the receipt the modification notes, and if the author is late, the manuscript will be delayed to the upcoming issue, but if there are thorough modifications in the manuscript, the author should send them after 15 days.
- The publication fees of the manuscript for the Egyptians are: 3800 L.E. and for the Expatriate Egyptians and the Foreigners are: 550 \$. with 25% discount for Masters and PhD Students.
- If the referring committee refused and approved the disqualification of publishing the manuscript, an amount of 1900 L.E. will be reimbursed for the Egyptian authors and 275 \$ for the Expatriate Egyptians and the Foreigners.
- Fees are not returned if the researcher retracts and withdraws the research from the journal for arbitration and publishing it in another journal.
- The manuscript does not exceed 40 pages of A4 size. 70 L.E. will be paid for an extra page for the Egyptians and 10 \$ for Expatriate Egyptians and the Foreigners authors.
- A special 20 % discount of the publication fees will be offered to the Egyptians and the Foreign members of the Fellowship of the Egyptian Public Relations Association for any number of times during the year.
- Two copies of the journal and Five Extracted pieces from the author's manuscript after the publication.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Master's Degree) are: 500 L.E. for the Egyptians and 150 \$ for the Foreigners.
- The fees of publishing the scientific abstract of (Doctorate Degree) are: 600 L.E. for the Egyptians and 180 \$ for the Foreigners. As the abstract do not exceed 8 pages and a 10 % discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association. One copy of the journal will be sent to the author's address.
- Publishing a book offer costs LE 700 for the Egyptians and 300 \$US for foreigners.
- One copy of the journal is sent to the author of the book after the publication to his/her address. And a 10% discount is offered to the members of the Egyptian Public Relations Association.
- For publishing offers of workshops organization and seminars, inside Egypt LE 600 and outside Egypt U.S. \$ 350 without a limit to the number of pages.
- The fees of the presentation of the International Conferences inside Egypt: 850 L.E. and outside Egypt: 450 \$ without a limitation of the number of pages.
- All the research results and opinions express the opinions of the authors of the presented research papers not the opinions of the Al-Arabia Public Relations Agency or the Egyptian Public Relations Association.
- Submissions will be sent to the chairman of the Journal.

Address:

Al Arabia Public Relations Agency,

Arab Republic of Egypt, Menofia, Shibben El-Kom, Crossing Sabry Abo Alam st. & Al- Amin st.

Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

And also, to the Journal email: jpr@epra.org.eg, or ceo@apr.agency, after paying the publishing fees and sending a copy of the receipt.

Journal of Public Relations Research Middle East

It is a scientific journal that publishes specialized research papers in Public Relations, Mass Media and Communication ,after peer refereeing these papers by a number of Professors specialized in the same field under a scientific supervision of the Egyptian Public Relations Association, which considered the first Egyptian scientific association specialized in public relations, (Member of the network of scientific Associations in the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo).

The Journal is part of Al-Arabia Public Relations Agency's publications, specialized in education, scientific consultancy and training.

- The Journal is approved by the Supreme Council for Media Regulation in Egypt. It has an international numbering and a deposit number. It is classified internationally for its both printed and electronic versions by the Academy of Scientific Research and Technology in Cairo. In addition, it is classified by the Scientific Promotions Committee in the field of Media of the Supreme Council of Universities in Egypt.
- The Journal has Impact Factor Value of 1.569 based on International Citation Report (ICR) for the year 2021-2022.
- The Journal has an Arcif Impact Factor for the year 2022 = 0.5833 category (Q1).
- The Journal has an impact factor of the Supreme Council of Universities in Egypt for the year 2022 = 7.
- This journal is published quarterly.
- The journal accepts publishing books, conferences, workshops and scientific Arab and international events.
- The journal publishes advertisements on scientific search engines, Arabic and foreign publishing houses according to the special conditions adhered to by the advertiser.
- It also publishes special research papers of the scientific promotion and for researchers who are about to defend master and Doctoral theses.
- The publication of academic theses that have been discussed, scientific books specialized in public relations and media and teaching staff members specialized scientific essays.

Publishing rules:

- It should be an original Manuscripts that has never been published.
- Arabic, English, French Manuscripts are accepted however a one-page abstract in English should be submitted if the Manuscripts is written in Arabic.
- The submitted Manuscripts should be in the fields of public relations and integrated marketing communications.
- The submitted scientific Manuscripts are subject to refereeing unless they have been evaluated by scientific committees and boards at recognized authorities or they were part of an accepted academic thesis.
- The correct scientific bases of writing scientific research should be considered. It should be typed, in Simplified Arabic in Arabic Papers, 14 points font for the main text. The main and sub titles, in Bold letters. English Manuscripts should be written in Times New Roman.
- References are mentioned at the end of the Manuscripts in a sequential manner.
- References are monitored at the end of research, according to the methodology of scientific sequential manner and in accordance with the reference signal to the board in a way that APA Search of America.

Founder & Chairman

Dr. Hatem Moh'd Atef

EPRA Chairman

Editor in Chief

Prof. Dr. Aly Agwa

Professor of Public Relations & former Dean of Faculty
of Mass Communication - Cairo University
Head of the Scientific Committee of EPRA

Editorial Manager

Prof. Dr. Mohamed Moawad

Media Professor at Ain Shams University & former Dean of
Faculty of Mass Communication - Sinai University
Head of the Consulting Committee of EPRA

Editorial Assistants

Prof. Dr. Rizk Abd Elmoaty

Professor of Public Relations
Misr International University

Prof. Dr. Mohamed Alamry (Iraq)

Professor & Head of Public Relations Dep.
Mass Communication Faculty
Baghdad University

Dr. Thouraya Snoussi (Tunisia)

Associate professor of Mass Communication &
Coordinator College of Communication
University of Sharjah (UAE)

Dr. Fouad Ali Saddam (Yemen)

Associate Professor & Head Dep. of Public Relations
Faculty of Mass Communication
Yarmouk University (Jordan)

Dr. Nasr Elden Othman (Sudan)

Assistant Professor of Public Relations
Faculty of Mass Communication & Humanities Sciences
Ajman University (UAE)

Public Relations Manager

Alsaeid Salm

English Reviewer

Ahmed Ali Badr

Arabic Reviewers

Ali Elmehy

Dr. Said Ghanem

Address

Egyptian Public Relations Association

Arab Republic of Egypt

Giza - Dokki - Ben Elsarayat - 1 Mohamed Alzoghpy Street

Publications: Al Arabia Public Relations Agency

Arab Republic of Egypt

Menofia - Shibeh El-Kom - Postal Code: 32111 - P.O Box: 66

Mobile: +201141514157

Fax: +20482310073

Tel: +2237620818

www.jprr.epra.org.eg

Email: jprr@epra.org.eg - ceo@apr.agency

Advisory Board **

JP RR.ME

Prof. Dr. Aly Agwa (Egypt)

Professor of Public Relations and former Dean of the Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Thomas A. Bauer (Austria)

Professor of Mass Communication at the University of Vienna

Prof. Dr. Yas Elbaiaty (Iraq)

Professor of Journalism at the University of Baghdad, Vice Dean of the Faculty of Media and Information
and Humanities, Ajman University of Science

Prof. Dr. Mohamed Moawad (Egypt)

Media professor at Ain Shams University & former Dean of Faculty of Mass Communication –
Sinai University

Prof. Dr. Abd Elrahman El Aned (KSA)

Professor of Media and Public Relations, Mass Communication Faculty - Imam Muhammad Bin Saud
Islamic University

Prof. Dr. Mahmoud Yousef (Egypt)

Professor of Public Relations - Faculty of Mass Communication, Cairo University

Prof. Dr. Samy Taya (Egypt)

Professor and Head of Public Relations Faculty of Mass Communication - Cairo University

Prof. Dr. Gamal Abdel-Hai Al-Najjar (Egypt)

Professor of Media, Faculty of Islamic Studies for Girls, Al-Azhar University

Prof. Dr. Sherif Darwesh Allaban (Egypt)

Professor of printing press & Vice-Dean for Community Service at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Othman Al Arabi (KSA)

Professor of Public Relations and the former head of the media department at the Faculty of Arts –
King Saud University

Prof. Dr. Abden Alsharef (Libya)

Media professor and dean of the College of Arts and Humanities at the University of Zaytuna – Libya

Prof. Dr. Waled Fathalha Barakat (Egypt)

Professor of Radio & Television and Vice-Dean for Student Affairs at the Faculty of Mass
Communication, Cairo University

Prof. Dr. Tahseen Mansour (Jordan)

Professor of Public Relations & Dean the Faculty of Mass Communication,
Yarmouk University

Prof. Dr. Ali Kessaissia, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Redouane BoudJema, (Algeria)

Professor, Faculty of Media Science & Communication, University of Algiers-3.

Prof. Dr. Hisham Mohammed Zakariya, (Sudan)

Professor and Dean of the College of Communication at Al Qasimia University in Sharjah,
Former Dean of the Faculty of Community Development at the University of the Nile Valley, Sudan.

Prof. Dr. Abdul Malek Radman Al-Danani, (Yemen)

Professor, Faculty of Media & Public Relations, Emirates Collage of Technology, UAE.

** Names are arranged according to the date of obtaining the degree of a university professor.



English Researches:

- *Prof. Dr. Juan S Victoria - University of Malaga, Spain*
Mohammad Ayed M Alshammari - University of Malaga, Spain
Factors Affecting the Performance of the Communicator in Health Media and its Digital Platforms and the Attitudes of the Public Towards it: A Field Study 7


Abstracts of Arabic Researches:

- *Dr. Neveen Mohamed Oraby Hammad - Al-Azhar University*
The Role of Television Advertising with TV channels in Educating the Egyptian Public to Climatic Changes: A Field Study 47
- *Dr. Alaa Fawzy Elsayed Abdellatef - Cairo University*
Dr. Eman Taher Sayed Abbas - Cairo University
Media and Information Literacy for Egyptian Youth and the Sharing of Fake News and Disinformation on Tik Tok 48
- *Dr. Khaled Abdul Hamid Kamel Kharbosh - Assiut University*
Ethical and Professional Values in the Preparation of the Security Man: A Theoretical Study 49
- *Dr. Marwa Abdel-Latif Mohamed - Ain Shams University*
The Effectiveness of A Podcast-based Program via Smart Phones for Awareness and Protecting Blind Adolescent Girls from Sexual Harassment 51
- *Dr. Samah Jamal Mohammad Ahmed - Assiut University*
Ghaida Abdulrahman Alzaid - Umm Al-Qura University
Communication Activities of Islamic Organizations to Improve the Image of Islam: Muslim World League Model 52
- *Dr. Amal Ismail Mohamed Zidan - Al-Azhar University*
The Semiology of the Visual Discourse of Motion Graphics Technology and its Impact on Understanding and Remembering Environmental Awareness among University Youth 54
- *Dr. Walaa Mohamed Mahrous Abdo Elnaghi - Port-Said University*
Patterns of Digital Behavior of University Youth on Social Networking Sites and its Relationship to their Level of Knowledge of Digital Human Rights 55

(ISSN 2314-8721)

Egyptian National Scientific & Technical Information Network
(ENSTINET)

With the permission of the Supreme Council for Media Regulation in Egypt
Deposit Number: 24380 /2019

Copyright 2023@APRA 
www.jprr.epra.org.eg