



اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور الصحفية

رائد موسى زواهرة
قسم تكنولوجيا الإعلام، جامعة فلسطين التقنية خضوري فرع العروب، فلسطين
البريد الإلكتروني: raed.zawahreh@ptuk.edu.ps

الملخص

هدفت الدراسة إلى رصد وتحليل اتجاهات طلاب كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور الصحفية والتعرف على مدى استخدامهم لأدوات التحقق وتبنيهم لها والآثار المترتبة على عدم استخدام أدوات التحقق من الصور، وتهدف أيضاً إلى اكتشاف الفروق الدقيقة في آرائهم وتوجهاتهم، والاستراتيجيات والأدوات التي يستخدمونها لضمان مصداقية وأصالة الصور التي ينشرونها، واستخدمت الدراسة المنهج الكمي، حيث كان الاستبيان بمثابة الأداة الأساسية لجمع المعلومات ذات الصلة حول هذه الظاهرة، على عينة عشوائية طبقية مكونة من 258 مبحوثاً، جميعهم من طلاب الإعلام من الجامعات الفلسطينية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها أن مهارات طلاب الإعلام في التعرف على الصور المزيفة على منصات التواصل الاجتماعي غير كافية، على الرغم من وعيهم بأهمية التحقق من الصور وتأثير ذلك على التطور المهني، وتعتمد مهاراتهم بشكل رئيسي على أدوات مثل Google Images، لكنها تظل غير كافية، وكان وعي الطلاب بأن التحقق من الصور يحد من انتشار الأخبار المضللة ويسهم في الاستقرار كافي، وأن هناك حاجة لتدريب وموارد شاملة في التعليم الجامعي لتعزيز هذه المهارات، وأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات الطلاب نحو التحقق من الصور الصحفية تعزى إلى الجنس، السنة الدراسية، الجامعة، أو استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: اتجاهات الطلبة، الصورة الصحفية، التحقق من الأخبار.



Attitudes of Media Students in Palestinian Universities Towards the Verification of Journalistic Photos

Raed Mosa Zawahreh

Media Dept., Palestine Technical University – Kadoorie , Alaroub Branch, Palestine

Email: raed.zawahreh@ptuk.edu.ps

ABSTRACT

The study aimed to observe and analyze the attitudes of media students in Palestinian universities towards journalistic photos verification, their use of verification tools, their adoption of these tools, and the consequences of not using image verification tools. It also aimed to uncover the nuances in their opinions and attitudes, as well as the strategies and tools they use to verify the credibility and authenticity of the images they publish. The study employed a quantitative methodology, with a questionnaire serving as the primary tool for gathering relevant information on this phenomenon. The sample consisted of 258 respondents, all of whom were media students from Palestinian universities, selected through stratified random sampling. The study found several key results, including that media students' skills in identifying fake images on social media platforms are insufficient, despite their awareness of the importance of image verification and its impact on professional development. Their skills mainly rely on tools such as Google Images, but these remain inadequate. The students' awareness that image verification limits the spread of misleading news and contributes to stability was sufficient. There is a need for comprehensive training and resources in university education to enhance these skills. Additionally, There were no notable statistical differences in the students' attitudes towards image verification attributed to gender, academic year, university, or use of social media.

Keywords: Students' Attitudes, Journalistic photo, News Verification.



المقدمة:

تعتبر الصورة الصحفية من أهم العناصر البصرية الخبرية في الصحافة والإعلام والأكثر انتشاراً وذلك بسبب سهولة فهمها وتحليلها بوقت قصير.

وقد شكل الحجم المتزايد للمستخدمين الذين يترددون على مختلف المنصات الاجتماعية عبر الإنترنت تحدٍ جديد أمام تجنب تأثير المحتوى المرئي الزائف عليهم. ولمواجهة هذا التهديد والتخفيف من عواقبه، تم إجراء هذه الدراسة لتوضيح التوجهات السائدة بين طلاب الإعلام في الجامعات الفلسطينية في التحقق من صحة الصور الصحفية التي يتم نشرها عبر وكالات الأنباء ومنصات التواصل الاجتماعي.

تعتبر الصورة الصحفية تجسيدا للحدث أو القصة التي نقرأ عنها، مما يجعلها مكوناً مهماً للرواية الخبرية، حيث تُستخدم في تصوير وتقديم مختلف جوانبها ليصبح القارئ شاهداً على الحدث. كما أن الصورة لا تقتصر على كونها عنصراً إخبارياً فقط، بل تُعد أيضاً عنصراً جمالياً، إذ تعبر عن الأفكار والآراء بجانب الأخبار والأحداث. وبالتالي، تُعتبر الصورة لغة عالمية يفهمها الجميع (حجاب، 2004، ص 336).

تقع الكثير من وسائل الإعلام في أخطاء وهفوات أخلاقية نتيجة للتلاعب بالصور وتشويه الحقائق. تشير قواعد السلوك في مجال الصحافة إلى أنه يجب الامتناع عن تحريف الصور والمواضيع لتضليل المشاهدين، إلا أن اكتشاف التلاعب الرقمي أصبح أمراً صعباً. يجب على الصحفيين والجمهور اتخاذ عدة إجراءات لكشف حقيقة الصور (اليوم) الصور الصحفية معلومة مرئية، (2017).

مشكلة الدراسة:

في السنوات الأخيرة شهد المشهد الإعلامي تحولاً سريعاً، وذلك بسبب التحول التكنولوجي وسهولة الولوج لأدوات النشر من قبل المستخدم العادي الأمر الذي ساعد في انتشار الصور الصحفية المنشورة من قبل المؤسسات الإعلامية، بالإضافة إلى انتشار ما يسمى صحافة المواطن وهو مستخدم عادي على شبكة الإنترنت ينشر الأخبار والصور والتي يكون من طابعها أنها غير مهنية وغير موثوقة في أغلب الأحيان من خلال منصة ينشئها بشكل سريع ومجاني، وبالتالي نشر لمحتوى مرادف للمحتوى المنشور من قبل جهات ومؤسسات صحفية معروفة، بالإضافة إلى نمو أدوات الذكاء الاصطناعي القادرة على توليد أو تغيير أي محتوى بصري بسهولة، الأمر الذي أدى إلى انتشار صور مغلوطة من حيث المصدر ومكان وزمان ودافعية النشر، وقد أدى ذلك إلى توسيع نطاق وحجم المعلومات والأخبار المتاحة إلى حد كبير، مما زاد من الصعوبة في السيطرة عليها والتحقق من صحتها. لا سيما في وجود التعطش للإثارة والسبق الصحفي على وسائل التواصل الاجتماعي، والطلب المتزايد على المحتوى الجديد الذي يجذب الانتباه، وغالباً ما يكون ذلك على حساب الدقة والموثوقية.

هذا الكم من المحتوى الرقمي الزائف خلق مشكلة في صناعة الأخبار خاصة في مجال الصور المنشورة، حيث أصبح التحقق من صحة المواد المرئية مهمة حاسمة وضرورية. ومع سعي طلبية الاعلام للحفاظ على مصداقية ما يستخدمه من هذا المحتوى، أصبح استخدام أدوات التحقق البصري أمراً مهماً. وأصبح البحث عن الحقيقة وسط بحر من المواد الكاذبة مهمة شاقة تتطلب الجهد ومهارة البحث والتحقق.

وقد عرّفت صحيفة نيويورك تايمز "New York Times" المحتوى الرقمي الزائف على أنه: "أحد أنواع الصحافة الصفراء، أو نوع من الدعاية التي يعتمد على التضليل في المقام الأول، أو هو عبارة عن مجموعة من الخدع المنتشرة عبر وسائل الإعلام والإذاعة، ووسائل الإعلام الاجتماعي عبر شبكة الإنترنت" (أحمد، مسعود، 2022).



وتتجلى تداعيات هذه الظاهرة في تفاعل الجمهور مع هذه الصور المزورة، والتي غالباً ما تخدم أجنداث شخص او جهة ما، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية. ومع استمرار الجمهور في التعامل عن غير قصد مع المحتوى البصري الزائف، أصبح من الضروري أن يتمتع طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية الذين سيقودون مستقبلًا المشهد الإعلامي، بمستوى من الوعي والقدرات والمهارات في مجال التحقق من هذا المحتوى البصري. وأصبحت أساليب التحقق البصري ضرورية في كشف ومعالجة الانتشار الواسع للأخبار والصور الزائفة. ولذلك، هناك حاجة ملحة لإجراء بحث يقيس توجهات ومهارات طلبة الإعلام في التحقق من الصور الزائفة من حيث تزوير معلوماتها أو مصدرها أو مكانها أو تاريخها، واستكشاف استراتيجيات وأدوات التحقق المختلفة المستخدمة حالياً. لذا دعت الضرورة البحثية لدراسة توجهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور الصحفية.

أهمية الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية كبيرة لعدة أسباب تتعلق بالتطور السريع للإعلام الرقمي وازدياد الحاجة إلى مهارات التحقق من المعلومات والأخبار باشكالها المكتوبة أو المرئية في عصر المعلوماتية. **الأهمية النظرية:** تمثل هذه الدراسة إضافة نوعية إلى الأدبيات الأكاديمية العربية في مجال التحقق من الأخبار، إذ تقدم تحليلاً عميقاً لاتجاهات طلبة الإعلام الفلسطينيين نحو التحقق من مصداقية الصور الصحفية، حيث ستساهم هذه الدراسة في فهم مدى وعي طلبة الإعلام بأهمية التحقق من الصور. **الأهمية التطبيقية:** توفر الدراسة توصيات عملية للمؤسسات الإعلامية والأكاديمية المعنية بتعزيز مهارات التحقق من الصور لدى طلبة الإعلام، مما يساهم في رفع مستوى المهنية الإعلامية في فلسطين، حيث من المتوقع أن تساعد النتائج في تطوير برامج تعليمية وتدريبية تعزز هذا الوعي وتجهز الطلبة بمهارات تحليلية نقدية قوية.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة للتعرف على الهدف الرئيسي الآتي، وهو: اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور الصحفية.

وينبثق من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية الآتية:

- رصد إدراك طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لسمات الصور الزائفة وأهمية التحقق منها.
- كشف دوافع استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لأدوات التحقق من الصور.
- تحديد المهارات المطلوبة من طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية في استخدام أدوات التحقق من الصور.
- تقييم الآثار المترتبة على استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لأدوات التحقق من الصور.

تساؤلات الدراسة:

- تتشغل الدراسة في تحقيق أهدافها بالإجابة على التساؤل الرئيسي الآتي، وهو: ما اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور الصحفية؟
- ويندرج من التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية الآتية:
- ما مدى إدراك طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لسمات الصور الزائفة؟
- ما دوافع استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لأدوات التحقق من الصور؟
- ما هي المهارات المطلوبة من طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية في استخدام أدوات التحقق من الصور؟
- ما مدى الآثار المترتبة على استخدام طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لأدوات التحقق من الصور؟

حدود الدراسة ومحدداتها:

الحدود المكائنية: الضفة الغربية في فلسطين.



الحدود الزمانية: (2024).

الحدود البشرية: طلاب كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الفلسطينية.

الحدود الموضوعية: توجهات طلاب الإعلام نحو التحقق من الصور.

مصطلحات الدراسة:

اتجاهات: مصطلح "الاتجاهات" هو الترجمة العربية لكلمة (Attitudes) باللغة الإنجليزية، ويُعتبر الفيلسوف الإنجليزي هيربرت سبنسر هو أول من استخدم هذا المصطلح في مؤلفه "المبادئ الأولى" الذي نشر عام 1862، يمكن تعريف "الاتجاهات" بأنها المواقف التي يتبناها الفرد نتيجة لعملية التنشئة الاجتماعية، بحيث تتشكل لكل شخص مواقف واتجاهات تجاه مواضيع معينة في حياته (متعب، حيدر وآخرون، 2017).

التعريف الإجرائي: هي نتيجة خبرات الفرد الشخصية التي تؤثر في توجهاته تجاه قضية أو شخص أو موضوع معين، سواء كانت هذه المواقف سلبية أم إيجابية..

الصور الصحفية: الصورة الصحفية هي صورة تلتقط بهدف نشرها في وسائل الإعلام، لتعزيز الأخبار أو المقالات الإخبارية. تعتبر الصورة الصحفية جزءاً أساسياً من الصحافة البصرية، حيث تعمل على توثيق الأحداث بشكل فوري وتقديم دليل بصري يعزز النصوص الإخبارية. يركز المصور الصحفي على التقاط لحظات حاسمة تعبر عن القصة الخبرية بدقة، وتشمل هذه الصور مجالات متعددة مثل الأحداث السياسية، الاجتماعية، الرياضية، والثقافية (Kenneth, 2012).

التعريف الإجرائي: هي نتاج فن التصوير، سواء التقطت من محترف أو مستخدم عادي، وتُستخدم الصور لوصف وتوثيق الأحداث والقضايا، وتؤدي مجموعة من الوظائف، بما في ذلك الوظيفة الإخبارية، السيكلوجية، البصرية، والجمالية..

التحقق من الاخبار: هو افتراض أن المعلومات قد تكون غير دقيقة، وعلى الصحفي أن يظل دائماً متشككاً تجاه ما يتلقاه من معلومات عبر وسائل الإعلام الاجتماعي. من الضروري أن يتصرف كمحقق ومدقق، مستعرضاً خلفية المعلومات ومصادرها وصحتها ودقتها. بالإضافة إلى ذلك، ينبغي عليه أن يفصل عواطفه وانفعالاته ودوافعه عن سياق العمل ومراحل التحقق (Silverman and Wardle, 2017).

التعريف الإجرائي: هو مجموعة من الصفات التي تتمثل بالقدرة النقدية والوعي والمهارة في التأكد من صحة المعلومات سواء صور أو اخبار.

فروض الدراسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في درجة اتجاهات طلبة كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو المعرفة الذاتية والرغبة في التحقق من الصور الصحفية تعزى لمتغيرات (الجنس، السنة الدراسية، الجامعة، عدد الساعات التي يقضيها الطالب على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً، مدى تكرار تعرض الطالب للصور الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي).

الإجراءات المنهجية:

نوع ومنهج الدراسة:

هذه الدراسة هي من الدراسات الوصفية، والتي تعتمد بشكل أساسي على استخدام أسلوب المسح بالعينة عن طريق أداة الاستبانة، وذلك لمعرفة استخدامات طلبة الإعلام لأدوات التحقق من الصور، واستخدام الباحث هذا المنهج لكونه الطريقة المثلى لجمع البيانات من المبحوثين وتقديم جهد علمي منظم للحصول على بيانات



ومعلومات واستكشاف الظاهرة الإعلامية، إذ يعد أسلوب المسح بالعينة الأداة التي تتناسب مع طبيعة العينة لطلاب الإعلام المتابعين لموضوع التحقق من المضمون عبر أدوات التحقق المحوسبة، والتي تم التطبيق عليها عبر استبيان إلكتروني، وبناءً على ذلك تم استنتاج توجهات طلبة الإعلام لهذه الأدوات.

مجتمع الدراسة وعينتها:

قام الباحث بعمل تطبيق على عينة قوامها (258) مفردة من طلاب كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الفلسطينية في الضفة الغربية والتي يبلغ قوامها 2033 طالب تقريباً، والعينة المختارة موزعة على مناطق مختلفة في الضفة الغربية وهي من الجنوب (جامعة الخليل وجامعة بيت لحم)، و الوسط (جامعة القدس المفتوحة وجامعة بير زيت)، و الشمال (جامعة خضوري وجامعة النجاح)، تتراوح أعمارهم بين (19- 25 عاماً)، من السنة الدراسية الثانية والثالثة والرابعة، وذلك من خلال قبولهم الاشتراك في الدراسة؛ نظراً لما يتيح المنهج المستخدم من الحصول على بيانات المبحوثين وتصنيفها واستخلاص النتائج وتفسيرها، وذلك من خلال توظيف الباحث لاستبانة إلكترونية قام الباحث بتطبيقها على طلاب الإعلام وذلك بالرجوع إليهم في جمع وحصر المعلومات المطلوبة للتعرف على اتجاههم نحو استخدام أدوات التحقق من الصور، هذا يبدأ من صياغة التساؤلات ووضع الفروض، وينتهي في المرحلة النهائية المتمثلة في الإجابة على تلك التساؤلات وقبول الفروض أو رفضها. كما ترجع الأسباب التي دفعت الباحث إلى اختيار تلك العينة والتي تحمل أكبر قدر من دقة التمثيل للمجتمع المسحوبة منه؛ وذلك لتعميم نتائج الدراسة على المجتمع بأكمله بناء على المبررات الآتية:

- 1- جاء اختيار الباحث لعينة طلاب الإعلام بجامعات فلسطينية إلى صفة الموضوع باعتبارهم فئة وشريحة تمثل قطاعاً فاعلاً في البيئة التعليمية الجامعية، وكذلك نظراً لارتباطها بالبيئة التعليمية لهم وبعض أماكن دراستهم فضلاً عن وجود معرفة في مجالات التحقق المختلفة للبحث عن اتجاهاتهم في استخدام التحقق من المحتوى البصري الذي يثير اهتمامهم عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.
- 2- تمكن الفئة العمرية الجامعية بمختلف مستوياتها وطابعها المتنوع الذكور، والإناث من استخدام أدوات التحقق البصري للتعرف على الصور التي يهتمون بالبحث عنه، مما يوفر للباحث عينة تمثل المجتمع الأصلي للشباب تمثيلاً صحيحاً، وذلك لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة في البيئة التعليمية الجامعية.
- 3 - إدراك الباحث لأهمية دور هذه التقنيات في البيئة التعليمية الجامعية في إمداد طلاب الإعلام بالمهارات اللازمة للتحقق من الصور التي يبحثون عنها في ظل التطور التكنولوجي المتزايد، كونهم أكثر دراية ووعياً باستخدام هذه التقنيات في البيئة التعليمية الجامعية.

الإطار المعرفي:

تعتبر الصورة جزءاً حيوياً من الإعلام البصري ووسيلة فعالة للتواصل ونقل المعلومات. كما أنها تلعب دوراً كبيراً في تشكيل الرأي العام وتأثيره، حيث تساهم في توثيق الأحداث ونقل الحقائق بطريقة مباشرة وفعالة. تتميز الصورة بقدرة عالية على إيصال الرسائل بسرعة وبوضوح، مما يجعلها أداة لا غنى عنها في العمل الصحفي. تلعب الصورة الصحفية في عصرنا الحالي دوراً بالغ الأهمية في هذا السياق، حيث تعكس تأثيراتها النفسية على نفسية القارئ وحالته. لذا من الضروري فهم الحالة بكل جوانبها وأدواتها وأثرها على التربية ونفسية القارئ، سواء كان ذكراً أو أنثى في مجتمعاتنا، كما تُعتبر الصورة الصحفية من أبرز العوامل التي تؤثر تأثيراً مباشراً على القدرة البصرية، حيث تخاطب القارئ عبر الدماغ مباشرة، متجاوزة بذلك حدود الزمن والمكان (إسماعيلي، 2019).

يتفق القراء والمحروون والناشرون على أن أي صحيفة مطبوعة تفتقر إلى الصور تفقد قدرتها على إقناع وإسعاد القارئ، مما يضعف من كفاءتها ومؤهلها في الاتصال والتأثير. وذلك لأن العمل الصحفي المعاصر قد أصبح



فناً بصرياً يعتمد بشكل كبير على الصورة والرسوم، حيث تُعتبر الصورة الفوتوغرافية من العناصر الأكثر أهمية في الصحيفة أو المجلة (خليل، 2012).

المعايير المهنية للصورة الصحفية:

من هذا المنطلق يجمع خبراء الإعلام أن الصورة وعلى اعتبار أنها عنصر من عناصر التغطية الإعلامية لا بد أن تتوفر على بعض المعايير والضوابط قبل نشرها للجمهور، ولعل من أهم هذه المعايير والضوابط نذكر ما يلي:

يجب على المؤسسة الإعلامية ورقية إلكترونية أو قناة تلفزيونية أن تميز بين الصور الأرشيفية والصور الحديثة، الصور المركبة والصور الحقيقية، وهنا يتعين على المحرر المسؤول أن يتأكد من الصورة الملتقطة من مصوري المؤسسة الإعلامية أو المأخوذة من المصادر الأخرى خاصة في الوقت الحالي حيث تتعدد وتتوسع مصادر الحصول على الصور قبل نشرها أو بثها للجمهور.

أن يحرص الصحفي على ألا تنتهك صور الملتقطة القوانين والتشريعات ومواثيق الشرف العالمية والوطنية التي انخرطت فيها مؤسسته الإعلامية طواعية، كما يجب أن تراعي صور عادات وتقاليد المجتمع، ولا تمس بالثوابت الوطنية أو الدينية أو تتعرض للمقدسات أو تنتهك الاخلاق والآداب العامة، أو تمس بالحياة الخاصة للأشخاص وتتعرض لأعراضهم وشرفهم.

من الضروري أن تحتوي الصورة على كافة المعلومات المتعلقة بها، بدءاً من تاريخ التقاطها ومصدرها وملتقط الصورة لأن معرفة هذه المعلومات، خاصة ما تعلق بالمصدر يزيد من مصداقية الصورة عند المتلقين. الحرص على عدم التقاط الصور التي تؤذي المشاعر الإنسانية وتنتهك حرمة الميت أو الصور التي تتضمن مشاهد تؤثر في ذوي القلوب الضعيفة أو الأطفال، وإذا لزم إدخال هذه الصور في القصة الخبرية أو المادة الإعلامية فإنه على المحرر أن يحذر المشاهد من قسوة الصورة (حرفش، 2018، ص 189).

التحديات التي تواجه الصورة الصحفية:

هناك وجهة نظر أخرى تنظر إلى التصوير الصحفي للمواطنين بكثير من الشكوك ويرونه يفتقر إلى الجودة والمحتوى والأخلاق، في محاولة للتمييز بين التصوير الصحفي الاحترافي والتصوير الصحفي للمواطنين، ويرون أن الصحفيين المواطنين لا يزالون في وضع لا يسمح لهم باستبدال أو تقديم نفس الخدمة التقليدية للمصورين المحترفين حيث ينقصهم الخبرة والتدريب الكافي إضافة إلى نقص الموارد كعائق كبير (Tong et al., 2017).

يعتبر المحتوى المنشئ من قبل المستخدمين العاديين (Generated Content-User) والذي يرمز له بالاختصار (UGC) من أكثر أنواع المحتوى شيوعاً واغلب أشكال هذا المحتوى هي الصور وذلك لسهولة التقاطها من خلال الاجهزة الذكية المنتشرة مع المستخدمين والتي اصبحت تلتقط صور بجودة عالية، هذا الأمر أدى إلى زيادة نسبة الصور المتداولة عبر منصات التواصل والتي يرتبط بعضها بتوثيق أحداث معينة، وذلك بسبب انتشار المستخدمين في أماكن كثيرة ومن أجل التحقق من المحتوى المنشئ من قبل المستخدمين (UGC)، يجب الاعتماد على مجموعة متنوعة من العناصر التي تضمن الجودة والمصداقية والأمان. حيث تمتلك أغلب مراكز الأخبار الكبرى إرشادات التحقق الخاصة بها. على سبيل المثال، تمتلك وكالة اسوشيتد برس (AP) معايير ثابتة لم تتغير منذ سنوات. هذه المعايير جعلت من الممكن للمنظمة التعامل بنجاح مع محتوى وسائل التواصل الاجتماعي (C. Silverman, 2014).



في الهيئة الإذاعية البريطانية (BBC)، بعد اكتمال جميع الإجراءات الأساسية للتحقق من المحتوى، ينشر الصحفيون نتائجهم عبر جميع منصات (BBC) باستخدام نظام يسمى نظام إنتاج الأخبار الإلكتروني واختصاره (ENPS).

اقترح نظام First Draft News خمسة عناصر تشكل عملية التحقق من المحتوى المنشئ من المستخدم:

- (1) الأصل، من الذي أنشأ المحتوى بالأصل؟
- (2) المصدر، من الذي حصل على المحتوى الأصلي ونشره؟
- (3) التاريخ، متى التقطت الصورة في الأصل؟
- (4) الموقع، أين التقطت الصورة بالأصل؟
- (5) الدافع، لماذا تم التقاط الصورة؟

ويتم التحقق من الصورة اما بمقابلة صاحب الصورة الأصلي أو مصدر نشرها والتأكد من مكان وزمان التقاطها وتتبع تداولها من خلال أدوات محوسبة مثل Google images، TinEye وتحليل الصورة والتأكد من معلوماتها الوصفية Meta Data، fExi والتأكد من أنه لم يتم عليها اي تعديل محوسب (S. Urbani, 2019).

الأخبار الزائفة:

يعرف قاموس كولينز The Collins Dictionary مصطلح الأخبار الزائفة Fake News هي المعلومات المضللة والعاطفية التي تُنشر تحت غطاء الأخبار، وقبل ذلك اختار قاموس أكسفورد The Oxford Dictionary كلمة "ما بعد الحقيقة" Post Truth باعتبارها كلمة عام 2016.

قامت العديد من الدراسات بمحاولة تصنيف الأخبار الزائفة، حيث حدد مجلس التربية الإعلامية Media Literacy Council ستة أنواع تمثلت فيما يلي:

- السخرية Satire & Parody: وهي الأخبار التي تستخدم الفكاهة أو المبالغات للسخرية من القضايا المهمة على الرغم من أن الواضح أن هذا النوع من الكتابة لا يجب أن يُعتبر جدياً، إلا أنه يخدع بعض الأفراد خاصة إذا لم يكن موقع الإنترنت معروفاً لهم من قبل.

- المضمون المضلل Misleading Content: ويستخدم الكاتب هنا معلومات حقيقية وصحيحة ولكن ليفسر القضية بشكل مختلف عن الواقع بحيث تظهر للجمهور كما يريد الكاتب ويتفق مع هدفه ووجهة نظره.

- الربط الخاطئ False Connection: يحدث الربط الخاطئ عندما يؤدي العنوان أو الاقتباس إلى تشكيل انطباع لدى الجمهور بفكرة تتعارض مع الحقيقة الموجودة في الخبر الفعلي، خصوصاً إذا اقتصر القارئ على قراءة العنوان فقط دون الاطلاع على كامل المحتوى، وتستخدم مواقع الإنترنت هذا النوع من الأخبار لزيادة تصفح الموقع وجلب المزيد من الأرباح.

- السياق الخاطئ False Context: ويتم استخدام هذا النوع في الغالب للاحتيال على الجمهور مثل الحصول على أرقام الحسابات البنكية أو بيانات كروت الائتمان الخاصة بهم وذلك عن طريق مواقع الكترونية يبدو عليها الطابع الحكومي.

- المضمون المتلاعب به Manipulated Content: ويتم التلاعب هنا في الغالب بمقاطع الفيديو والصور حيث يتم تعديلها وتغيير التفاصيل الخاصة بها.

- المضمون الملق Falsehoods: ويتسم المضمون هنا بأنه غير صحيح ويتم اختلاقه لخداع الجمهور، ويعتبر المضمون الملق هنا شديد الخطورة لأن الجمهور يميل إلى تصديق المعلومات التي يقرأها بكثرة خاصة إذا كان يتعرض لها للمرة الأولى (Media Literacy Council, 2017).

**التحقق من الأخبار:**

لمحاربة المحتويات الرقمية الزائفة وجب على الأفراد امتلاك مجموعة من المهارات الأربعة الخاصة بالتربية الإعلامية الرقمية والتي أصبح اسمها اليوم الدراية الإعلامية والمعلوماتية والتي تتمثل في مهارات الوصول والتحليل والتقييم وخلق وإنتاج المحتوى، حيث من شأنها أن تُقلل من الآثار السلبية للمحتويات الرقمية الزائفة الذي يتم تداولها عبر شبكات التواصل الاجتماعي:

- مهارة الوصول إلى المحتوى: تشير إلى قدرة الفرد على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لاختيار المحتوى المرغوب والتعرف على رموزه واستكشاف الأبعاد المرتبطة به، بالإضافة إلى امتلاكه للمهارات اللازمة لاستخدام الأدوات البرمجية التي تتيح له التعامل مع هذه الوسائل.
- مهارة تحليل المحتوى: تعني قدرة المستخدم على تحديد مصدر المحتوى وفهم توجهات الوسيلة وخصائصها، إضافة إلى استيعاب طبيعة الرسالة الموجهة من خلالها والجمهور المستهدف.
- مهارة تقييم المحتوى: ترتبط بمهارات التفكير العليا، حيث تنطوي على القدرة على التمييز بين الحقائق والادعاءات، بالإضافة إلى إجراء بحث ومراجعة للتحيز وفهم الخلفيات السياسية والأيدولوجية والاقتصادية المرتبطة بالمحتوى الرقمي، فضلاً عن القدرة على نقده وفق معايير موضوعية.
- مهارة خلق وإنتاج المحتوى: تعني قدرة المستخدم على استغلال الكم الهائل من المعلومات المتاحة في البيئة الرقمية لإنتاج محتوى يعبر عن آرائه ووجهات نظره واعتقاداته عبر المنصات الرقمية المتنوعة (مكاوي وآخرون، 2021).

ايضاً هنالك نموذج أدوار الجمهور لتحقيق من الاخبار Audience Acts of Authentication ويختصر ب (A3s).

قدم تاندوك وزملائه (E. Tandoc et al., 2018) نموذجاً يوضح كيفية تحقق الجمهور من المعلومات والأخبار، ويقوم النموذج على فرضية أساسية وهي أن الأفراد يعتمدون على حكمهم الخاص على المصدر والرسالة، وعندما لا يجدون ذلك كافياً يلجؤون إلى مصادر خارجية للتحقق من الأخبار، وارتكز النموذج على القيام بعملية التحقق من خلال مرحلتين إحداهما داخلية والأخرى خارجية، ويمكن توضيحها من خلال ما يلي: -

(1) المرحلة الأولى (التحقق الذاتي)

وهذه المرحلة تركز على كيفية إدراك الفرد للأخبار بالشبكات الاجتماعية حيث يقيم الفرد مدى مصداقيتها، وفي هذه المرحلة يعتمد الفرد على ثلاثة أطر أساسية للتحقق وهي:

(أ) الذات.

(ب) مصدر الرسالة.

(ج) الرسالة ذاتها.

فإذا كان الفرد مقتنعاً بقدرته على التحقق من المعلومات في هذه المرحلة فإن عملية التحقق تنتهي هنا، ويتم قبول المعلومات على أنها صحيحة، أما في حالة استمرار عدم اقتناع الفرد بصحة المعلومات، فإنه يتجه إلى المرحلة التالية ويفترض النموذج أن الفرد في المرحلة الأولى لا يعتمد فقط على المصدر والرسالة كأساليب للتحقق من الأخبار ولكن أيضاً على شعوره الضمني بالتحقق حيث يقوم الفرد هنا بالتقييم بناء على خبرته ومعرفته وحده. وتشير دراسة (D.Rapp & N.Salvoich, 2018) إلى أن المعرفة المسبقة تعتبر من أهم العوامل المساعدة على مواجهة الأخبار الزائفة حيث أن المفاهيم الموجودة والخبرات السابقة تساعد الفرد في الحصول على تقييمات مهمة لمدى صحة المعلومات أو زيفها، وترتبط هذه المعرفة بالقدرة على الحصول على المعلومات واسترجاعها، ومهارات الاستنتاج، وحل المشكلات، والقدرة على اتخاذ القرار، ودافعية الفرد للوصول إلى الحقيقة.

**(2) المرحلة الثانية (التحقق الخارجي)**

عندما لا يستطيع الفرد - في المرحلة السابقة للتحقق من الأخبار بناء على خبرته ومعلوماته فإنه يتجه في المرحلة الحالية إلى مصادر خارجية للتحقق من المعلومات، وقد يحدث ذلك بشكل غير مقصود حينما يعتمد الفرد بشكل عشوائي على مصادر خارجية للتحقق، أو بشكل مقصود حينما يبحث بوعي عن هذه المصادر. ويمكن تقسيم المصادر هنا إلى نوعين:

- (أ) مصادر شخصية: وهي مرتبطة بدائرة أصدقاء الفرد على الشبكة الاجتماعية.
- (ب) مصادر مؤسسية: وهي المؤسسات والهيئات التي تحتوي على هياكل تنظيمية مثل مواقع الأخبار والمؤسسات الإعلامية والصحفية، وقد يكتفى المستخدم هنا بالمصادر الشخصية دون المؤسسية. وتشير دراسة (Y. Jun et al., 2017) إلى أن الأفراد قد يكونوا أقل احتمالية للتحقق من المعلومات حينما يشعرون أنهم يقيمونها في وجود الآخرين، وذلك مقارنة بقيامهم بالتقييم بمفردهم.

دراسات سابقة:

هدفت دراسة (إيناس بوسعيد، 2018) إلى توضيح دور آليات التحقق وتأثيرها على أشكال التغطية الإخبارية والتعرف على دورة التحقق من الأخبار الكاذبة في تغطية القضية اليمنية بقناة الجزيرة بالإضافة إلى المساهمة في إعداد دليل علمي ومهني عربي للتحقق من الأخبار المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد اختارت الباحثة المنهج الكيفي باستخدام أداة المقابلة، حيث تم اختيار غرفة أخبار الجزيرة كموضوع لدراستها، مع اعتماد عينة دراسية تشمل سلاسل إنتاج الأخبار المتعلقة بالشأن اليمني المتدفقة عبر هذه الوسائط، الدراسة تحاول تحديد هذه العلاقات وتحديد آليات التحقق والمهارات المكتسبة، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: أن التحدي الرئيسي يتمثل في انعدام التدريب الملائم لطواقم القنوات الإخبارية على رصد الأخبار بدقة وموضوعية، كما أن هناك حاجة ملحة لاستبدال الدورات التدريبية الأجنبية بدورات يقدمها خبراء عرب ملمين بالسياق الاجتماعي والثقافي لتعزيز المهارات المطلوبة، ويجب دراسة الخطوات الحكومية والسياسية لمواجهة وسائل الإعلام المضللة، وتحليل استراتيجيات الدول الناجحة بهذا الصدد.

هدفت دراسة خان واخرون (Khan et al., 2022) إلى تقديم رؤية مستقبلية حول كيفية التحقق من محتوى المستخدمين البصري في الصحافة من خلال البحث في علوم الوسائط المتعددة. تم استخدام النوع الكيفي في هذه الدراسة من خلال دراسة عينات صور متدفقة في بعض صفحات السوشيال ميديا، وتوصلت الدراسة إلى نتائج أهمها: تم تقديم خمسة عناصر أساسية للتحقق من المحتوى المنشئ من قبل المستخدمين فيما يتعلق بالصور، من خلال الأدوات المحوسبة التي يستخدمها الصحفيون ومحققو الحقائق للتحقق من الصور على الإنترنت. تم اقتراح ستة عناصر أساسية للتحقق إلى جانب العنصر التقني الذي يطلق عليه اسم "التحقق المتعدد الوسائط"، وتم تحليل مجموعة متنوعة من النزوير والتلاعب في المحتوى المصور. وخلصت الدراسة إلى ضرورة استخدام أدوات التحقق الشبه الآلية لمساعدة الصحفيين في مكافحة انتشار الأخبار المضللة عبر الإنترنت، وضرورة دمج أدوات تحليل المحتوى المتعدد الوسائط في سير العمل الأساسي للتحقق الصحفي. يُقترح أيضاً تصميم أدوات جديدة لتحليل الوسائط المتعددة بطريقة تستفيد من المعلومات السياقية لتعزيز عملية التحقق وزيادة ثقة صناعة الإعلام في استخدام مثل هذه الأدوات.

هدفت دراسة (حسني، 2019) إلى تحليل العوامل التي تؤثر على جودة الصور الصحفية على الإنترنت بالإضافة إلى تقييم مدى استيفاء المواقع لمعايير الجودة في الصور الصحفية وتقديم توصيات لتحسين جودة الصور الصحفية على الشبكة.



اعتمد الباحث على منهج المسح لتحقيق أهدافه، اختار الباحث هذا القطاع من المجتمع من خلال استخدام طريقة العينة العشوائية المنتظمة، حيث يتم اختيار العنصر الأول بشكل عشوائي، ثم يُضاف رقم ثابت (يمثل المدة) في كل مرة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أبرزها: تراجع دور المصور الصحفي في المواقع، حيث أصبح القائمون على الاتصال يعتمدون على شبكة الإنترنت كمصدر للحصول على الصور الصحفية التي تُرفق بالأخبار والتقارير المنشورة على صفحاتهم. كما تبين أن المواقع تُهمل معيار الوصف/التعليق أسفل الصور الصحفية، وهو ما يُعتبر أمراً مهماً لشرح الصور وتفسيرها للمستخدمين.

هدفت دراسة (بهنسي، 2019) إلى تحديد الدور الذي يلعبه مستخدمو الشبكات الاجتماعية في مواجهة الأخبار الزائفة، ودراسة العلاقة بين القدرة على كشف هذه الأخبار وامتلاك مهارات التربية الرقمية عند المستخدمين، باعتبارها المدخل الأساسي للوعي الإعلامي لدى الجمهور. كما يسعى البحث إلى تحديد كيفية تقييم المشاركين للشبكات الاجتماعية كوسيلة إخبارية، والمصادر التي يعتمدون عليها للحصول على الأخبار، بالإضافة إلى قياس مهارات التربية الرقمية من خلال أبعادها الثلاثة: الوصول إلى المحتوى، والتحليل والتقييم، وإنتاج المحتوى. في هذه الدراسة استخدم النوع الكمي من خلال تصميم استمارة الاستقصاء وتوزيعها على المبحوثين، وذلك لقياس كثافة استخدام المبحوثين للشبكات الاجتماعية، ودرجة الاهتمام السياسي والنشاط الإلكتروني، وتقييم الشبكات الاجتماعية كوسيلة إخبارية، وكيفية التحقق من الأخبار الزائفة وقياس مدى توافر مهارات التربية الرقمية لدى عينة الدراسة.

توصلت الدراسة إلى نتائج هامة، من أبرزها أن مهارات التربية الرقمية لدى المشاركين تعزز قدرتهم على التحقق من الأخبار، حيث تساعد هذه المهارات على تشكيل ناقد يمتلك الوعي والمعرفة الضرورية للتعامل مع المحتوى الإعلامي. وقد أظهرت النتائج أيضاً أنه لا يوجد تأثير لمهارات إنتاج المحتوى على قدرة المشاركين على التحقق من الأخبار الزائفة، بينما ظهرت تأثيرات إيجابية لكل من مهارات الوصول إلى المحتوى ومهارات التحليل والتقييم على قدرة المستخدمين في هذا السياق.

هدفت دراسة (المطيعي، قاسم، وعامر، 2021) إلى فهم مدى تأثير تصميم الصورة الصحفية ومحتواها في الصحافة اليومية الأردنية (مثل الرأي، الدستور، العرب اليوم) على الجمهور. من خلال المنهج المسحي الذي تم اعتماده، استخدم الباحث أداة الاستبيان مع عينة مكونة من 260 أكاديمياً في كليات الإعلام والفنون بالجامعات الأردنية. أظهرت النتائج أن شكل الصورة الصحفية أثر بشكل كبير على المتلقي من الناحية الوجدانية والمعرفية والسلوكية. حيث كانت التأثيرات الوجدانية لشكل الصورة في المرتبة الأولى وبدرجة مرتفعة، تليها التأثيرات المعرفية والتي جاءت في المرتبة الثانية وبدرجة مرتفعة أيضاً، في حين أن التأثيرات السلوكية جاءت في المرتبة الثالثة بمستوى متوسط.

التحليل الإحصائي:

المعالجة الإحصائية:

بعد جمع بيانات الدراسة، قام الباحث بمراجعتها استعداداً لإدخالها إلى الكمبيوتر. وقد تم تحويل الإجابات اللفظية إلى صيغ رقمية بإعطائها أرقاماً معينة، حيث تم تخصيص درجات للإجابات على النحو التالي: "أوافق بشدة" حصلت على 5 درجات، "أوافق" 4 درجات، "محايد" 3 درجات، "أعارض" درجتين، و"أعارض بشدة" حصلت على درجة واحدة، بحيث كلما زادت الدرجة، زادت درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور والعكس هو صحيح. حيث تمت المعالجة الإحصائية اللازمة للبيانات، باستخراج الأعداد، والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية. وقد فحصت فرضيات



الدراسة عند المستوى $\alpha=0.05$ ، عن طريق الاختبارات الإحصائية التالية: اختبار ت (test-t)، اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Analysis Of Variance، Tukey test)، ومعامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation)، ومعامل الثبات (Cronbach Alpha)، وذلك باستخدام الحاسوب باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss).

جدول رقم (1) خصائص العينة الديمغرافية

المتغيرات	العدد	النسبة المئوية
النوع الاجتماعي		
أنثى	206	79.8
ذكر	52	20.2
السنة الدراسية		
السنة الثانية	146	56.6
السنة الثالثة	69	26.7
السنة الرابعة	43	16.7
الجامعة التي أدرس فيها		
جامعة القدس المفتوحة	77	29.8
جامعة خضوري	59	22.9
جامعة بيت لحم	36	14.0
جامعة الخليل	33	12.8
جامعة النجاح	29	11.2
جامعة بيرزيت	24	9.3
كم ساعة في المتوسط تقضي على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً؟		
أقل من ساعة	2	0.8
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	52	20.2
من 3-6 ساعات	115	44.6
أكثر من 6 ساعات	89	34.4
ما مدى تكرار تعرضك للصور الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟		
نادراً	20	7.8
أحياناً	79	30.6
كثيراً	112	43.4
دائماً	47	18.2



صدق مقياس الدراسة
قام الباحث بالتحقق من موثوقية وصدق أداة الدراسة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين الذين قدموا بعض الملاحظات عليها. وبناءً على هذه الملاحظات، تم تعديل الأداة وإصدارها بالشكل الحالي، حول اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور.

ثبات أداة الدراسة
تم حساب ثبات أداة الدراسة بطريقة الاتساق الداخلي وبحساب معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، وكما هو واضح في الجدول رقم (2).

جدول (2): نتائج معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لثبات أداة الدراسة.

قيمة ألفا	عدد الفقرات	عدد الحالات	المجالات
0.52	8	258	إدراك طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لسمات الصور الزائفة
0.78	5	258	دوافع استخدام أدوات التحقق من الصور
0.77	7	258	المهارات المطلوبة في التحقق من الصور
0.79	5	258	أدوات التحقق المستخدمة من طلاب الإعلام في الجامعات الفلسطينية
0.88	5	258	الأثار المترتبة على استخدام أدوات التحقق من الصور
0.87	30	258	الدرجة الكلية
0.53	6	258	المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور

تم التحقق من ثبات أداة الدراسة وذلك بفحص الاتساق الداخلي لفقرات الأداة بحساب معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) على عينة الدراسة الكلية حيث بلغت قيمة الثبات (0.87)، وبذلك تتمتع الأداة بدرجة مرتفعة من الثبات.

عرض النتائج وتحليلها

أولاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة

ثانياً: فحص فرضيات الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرضاً شاملاً لأبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة، بهدف الإجابة عن تساؤلاتها والتحقق من صحة فرضياتها، من خلال استخدام التقنيات الإحصائية المناسبة.

أولاً: الإجابة على تساؤلات الدراسة

سؤال الدراسة الأول

ما درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور الصحفية؟ للإجابة عن هذا السؤال السابق تم حساب الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوجهات نظر طلاب الإعلام في الجامعات الفلسطينية تجاه التحقق من الصور استناداً إلى الدرجة الكلية للمقياس، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (3).



جدول رقم (3) الأعداد والمتوسطات الحسابية بالإضافة الى الانحرافات المعيارية لدرجة اتجاهات طلبية الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور الصحفية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المتغير
0.58	4.45	258	الأثار المترتبة على استخدام أدوات التحقق من الصور
0.55	4.30	258	دوافع استخدام أدوات التحقق من الصور
0.54	3.85	258	المهارات المطلوبة في التحقق من الصور
0.66	3.78	258	أدوات التحقق المستخدمة من طلاب الإعلام في الجامعات الفلسطينية
0.43	3.57	258	إدراك طلبية الإعلام في الجامعات الفلسطينية لسمات الصور الزائفة
0.22	1.75	258	المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور
0.38	3.94	258	الدرجة الكلية

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق أن درجة اتجاهات طلبية الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور كانت كبيرة، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الدرجة على الدرجة الكلية لمقياس الدراسة (3.94)، مع انحراف معياري (0.38).

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق أن درجة الأثار المترتبة على استخدام أدوات التحقق من الصور كانت أكثر الدرجات شيوعاً بمتوسط حسابي (4.45) وانحراف معياري (0.58) فيما كانت درجة المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور اقلها حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الدرجة على الدرجة الكلية لمقياس الدراسة (1.75)، مع انحراف معياري (0.22).

سؤال الدراسة الثاني

ما أهم مظاهر إدراك طلبية الإعلام في الجامعات الفلسطينية لسمات الصور الزائفة؟ للإجابة عن السؤال السابق، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر إدراك طلبية الإعلام في الجامعات الفلسطينية لسمات الصور الزائفة مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (4).

جدول رقم (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر إدراك طلبية الإعلام في الجامعات الفلسطينية لسمات الصور الزائفة مرتبة حسب الأهمية.

الرقم	المظاهر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
q7	الناشر للصورة الزائفة له اهداف وغايات خاصة	4.20	0.80	كبيرة
q3	في كثير من الاحيان مصدر الصورة الزائفة يكون غير معروف	3.93	0.82	كبيرة
q2	لدي القدرة على تحديد الأخطاء الدقيقة في الصور التي قد تشير إلى أنها مزيفة	3.76	0.79	كبيرة
q8	أنا على دراية بالأساليب التقنية المستخدمة لإنشاء صور زائفة	3.56	0.95	متوسطة



متوسطة	0.88	3.51	يكون الكابشين أو العبارات التي ترافق الصور الزائفة غير متطابقة مع محتواها البصري	q6
متوسطة	1.03	3.51	أشك بالصورة اذا كانت جودتها رديئة فنياً	q5
متوسطة	1.05	3.32	الصور التي تتضمن الكثير من الاعجابات والتعليقات والمشاركة تزيد من ثقتي بالصورة	q4
متوسطة	0.85	2.85	أثق بالصور المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي	q1
متوسطة	0.43	3.57	الدرجة الكلية	

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى أن درجة إدراك طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية لسمات الصور الزائفة كانت متوسطة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الدرجة (3.57). كانت أكثر المظاهر انتشاراً هي الناشر الذي يُقدم الصورة الزائفة لهدف أو غرض معين بمتوسط (4.20)، تبعها في كثير من الأحيان مصدر الصورة الزائفة يكون غير معروف بمتوسط (3.93)، وكانت أقلها شيوعاً أثق بالصور المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي بمتوسط (2.85).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (يوسف، 2015) والتي وجدت أن الطلاب اعتمدوا بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات، مما يبرز الحاجة إلى تحسين مهاراتهم في التحقق من صحة المعلومات التي يتلقونها.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بناءً على درجة الاستجابة المتوسطة لهذا المحور بأن الطلاب لديهم وعي بضرورة التحقق من الصورة لكنهم لا يدركون تماماً سمات الصورة المزيفة ولا انماط هذه الصور التي يتعرضون لها على منصات التواصل الاجتماعي.

سؤال الدراسة الثالث:

ما أهم مظاهر دوافع استخدام أدوات التحقق من الصور؟ للإجابة عن السؤال السابق، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر دوافع استخدام أدوات التحقق من الصور مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (5).

جدول رقم (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر دوافع استخدام أدوات التحقق من الصور مرتبة حسب الأهمية.

الرقم	المظاهر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
q13	اتحقق من الصور للمحافظة على سمعتي المهنية	4.45	0.67	كبيرة
q12	أحرص على المساهمة في الحد من انتشار المعلومات المضللة	4.32	0.75	كبيرة
q10	قدرتي على التحقق تمنحني فرصة للتقدم في مجالي المهني	4.29	0.73	كبيرة
q9	لدي اهتمام في التحقق من صحة الصور التي انشرها لدوافع أخلاقية	4.24	0.80	كبيرة
q11	لدي توجه شخصي في نشر صور ذات موثوقية ومصداقية	4.22	0.81	كبيرة
	الدرجة الكلية	4.30	0.55	كبيرة

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق أن درجة دوافع استخدام أدوات التحقق من الصور كانت كبيرة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الدرجة (4.30). فقد كانت أكثر المظاهر شيوعاً اتحقق من الصور



للمحافظة على سمعتي المهنية بمتوسط (4.45)، تبعها احرص على المساهمة في الحد من انتشار المعلومات المضللة بمتوسط (4.32).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (بدر، علي، 2021) والتي أشارت إلى أن قدرة الطلاب على التحقق اللغوي من مصداقية المحتوى ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمستوى استيعابهم للمعارف المتعلقة بالتفكير النقدي. كما أن استخدام آلية "المقارنة" للتحقق من مصداقية المحتوى يعكس علاقة أساسية بمستوى استيعاب الطلاب لعناصر التفكير النقدي.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بناءً على درجة الاستجابة الكبيرة لهذا المحور بأن الطلاب يدركون أهمية التحقق من الصور لأن ذلك سيكون بمثابة قيمة لهم تعطيهم فرصاً للتطور والتقدم المهني وبالتالي الحصول على فرص وظيفية والارتقاء بالمستوى المهني.

سؤال الدراسة الرابع

ما أهم مظاهر المهارات المطلوبة في التحقق من الصور؟
للإجابة عن السؤال السابق، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر المهارات المطلوبة في التحقق من الصور مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (6).

جدول رقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر المهارات المطلوبة في التحقق من الصور مرتبة حسب الأهمية.

الرقم	المظاهر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
q19	انتظر نشر الصورة من موقع موثوق ثم اقوم بنشرها	4.25	0.80	كبيرة
q20	أتواصل مع خبراء لسؤالهم عن صحة الصورة المشكوك فيها	3.87	0.96	كبيرة
q16	أعتمد على معرفتي وخبرتي السابقة في الحكم على صحة الصورة	3.84	0.73	كبيرة
q14	أستطيع تحليل خصائص ومعلومات الصورة	3.79	0.77	كبيرة
q17	أستطيع تحديد الأهداف الواضحة أو الخفية لناشر للصورة	3.79	0.81	كبيرة
q18	أقوم بالتحقق المتبادل للصور مع أشخاص ومؤسسات موثوقين	3.79	0.89	كبيرة
q15	أستطيع تحديد مكان وزمان نشر الصورة الاصيلي	3.64	0.85	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.85	0.54	كبيرة

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق أن درجة المهارات المطلوبة في التحقق من الصور كانت كبيرة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الدرجة (3.85). فقد كانت أكثر المظاهر شيوعاً هي أنتظر نشر الصورة من موقع موثوق ثم اقوم بنشرها بمتوسط (4.25)، تبعها أتواصل مع خبراء لسؤالهم عن صحة الصورة المشكوك فيها بمتوسط (3.87)، وكانت أقلها شيوعاً أستطيع تحديد مكان وزمان نشر الصورة الاصيلي بمتوسط (3.64).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (الوليد، نجيب، 2024) والتي أشارت أن الإعتماد على المصادر الرسمية والموثوقة يعد من أهم الوسائل لمكافحة المحتويات الرقمية المزيفة، حيث يسهم في تقييم دقة المعلومات المنتشرة.



تعمل هذه المصادر على تعزيز الأخبار والمعلومات من خلال توفير وثائق أو صور أو فيديوهات رسمية، مما يزيد من مصداقيتها.

يمكن تفسير هذه النتيجة بناءً على درجة الاستجابة الكبيرة لهذا المحور بأن الطلاب على دراية بأهم مهارات التحقق من الصور نظرياً، لكن يلاحظ أن هنالك حاجة إلى تطوير مهاراتهم في أدوات اكتشاف مكان وزمان نشر الصورة.

سؤال الدراسة الخامس

ما أهم مظاهر أدوات التحقق المستخدمة من طلاب الإعلام في الجامعات الفلسطينية؟ للإجابة عن السؤال السابق، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر أدوات التحقق المستخدمة من طلاب الإعلام في الجامعات الفلسطينية مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (7).

جدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر أدوات التحقق المستخدمة من طلاب الإعلام في الجامعات الفلسطينية مرتبة حسب الأهمية.

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المظاهر	الرقم
كبيرة	0.88	4.05	أعتمد على مرصد التحقق من الأخبار للتأكد من صحة الصورة مثل مواقع "كاشف، تحقق، مرصد..الخ"	q25
كبيرة	0.83	3.98	استخدم أدوات البحث العكسي عن الصور مثل موقع Google Images او Yandex للتحقق من الصور الزائفة	q21
كبيرة	0.93	3.68	استخدم أدوات للكشف عن التلاعب بالصور سواء تعديل او اضافة مثل اداة FotoForensics	q23
متوسطة	0.89	3.64	استخدم أداة TinEye للتحقق من زمان ومكان نشر الصور الزائفة	q22
متوسطة	0.93	3.59	استخدم أدوات للتحقق من البيانات الوصفية للصورة مثل اداة ExifTool	q24
كبيرة	0.66	3.78	الدرجة الكلية	

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق أن درجة أدوات التحقق المستخدمة من طلاب الإعلام في الجامعات الفلسطينية كانت كبيرة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الدرجة (3.78). فقد كانت أكثر المظاهر شيوعاً هي أعتمد على مرصد التحقق من الأخبار للتأكد من صحة الصورة مثل مواقع "كاشف، تحقق، مرصد..الخ" بمتوسط (4.05)، تبعها استخدم أدوات البحث العكسي عن الصور مثل موقع Google Images او Yandex للتحقق من الصور الزائفة بمتوسط (3.98)، وكانت أقلها شيوعاً استخدم أدوات للتحقق من البيانات الوصفية للصورة مثل اداة ExifTool بمتوسط (3.59).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (بهنسي، 2019) التي وضحت أن هنالك مجموعة من العوامل التي تسهم في التحقق من صحة الأخبار المقدمة، وأبرز هذه العوامل هو الحاجة إلى أدلة وبراهين تدعم مصداقية الخبر. كما يتيح للأفراد البحث في مواقع الإنترنت، محرقات البحث، الصحف، والتلفزيون، وهو ما يعزز الفرضية



الأساسية لنموذج أدوار الجمهور في التحقق، والتي تنص على أن الأفراد يعتمدون على تقييمهم الشخصي للمصدر والمحتوى، وعندما يجدون ذلك غير كافٍ، يتجهون إلى مصادر خارجية للتحقق من صحة الأخبار. يمكن تفسير هذه النتيجة بناءً على درجة الاستجابة الكبيرة لهذا المحور بأن الطلاب يملكون مهارات فنية وتقنية تتعلق بالبحث واكتشاف الصور المزيفة باعتمادهم بالأساس على مرصد التحقق من الأخبار ومحركات البحث الرئيسية باستخدام أداة البحث العكسي عن الصور خاصة محرك Google Images ويظهر أيضاً ضعف في مهارة اكتشاف زمان ومكان نشر الصورة باستخدام أدوات مثل أداة TineEye بالإضافة الى ضعف في تحليل البيانات الوصفية للصورة من خلال أداة Exiftool.

سؤال الدراسة السادس

ما أهم مظاهر الآثار المترتبة على استخدام أدوات التحقق من الصور؟ للإجابة عن السؤال السابق، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر الآثار المترتبة على استخدام أدوات التحقق من الصور مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (8).

جدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر الآثار المترتبة على استخدام أدوات التحقق من الصور مرتبة حسب الأهمية.

الرقم	المظاهر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
q28	التحقق يساهم في تعزيز ثقافة التربية الإعلامية	4.47	0.63	كبيرة
q26	التحقق يحد من انتشار المعلومات والأخبار المضللة	4.47	0.71	كبيرة
q30	التحقق يعزز السلم الأهلي ويحافظ على المجتمع من المعلومات المضللة التي تثير النعرات	4.46	0.68	كبيرة
q29	التحقق يعزز من الثقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية	4.46	0.72	كبيرة
q27	التحقق يحمي حقوق الملكية وخصوصية الصور	4.40	0.75	كبيرة
	الدرجة الكلية	4.45	0.58	كبيرة

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق أن درجة الآثار المترتبة على استخدام أدوات التحقق من الصور كانت كبيرة حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الدرجة (4.45). فقد كانت أكثر المظاهر شيوعاً هي التحقق يساهم في تعزيز ثقافة التربية الإعلامية بمتوسط (4.47)، تبعها التحقق يحد من انتشار المعلومات والأخبار المضللة بمتوسط (4.47).

حيث تتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (بو سعدي، 2018) والتي أشارت إلى أهمية التحقق من الصور في بيئة الإعلام الرقمي. وأوضحت أن التحقق من الصور يعد ضرورة للحفاظ على الصداقة المهنية، خاصة في ظل انتشار الصور المفبركة والأخبار الزائفة.

ويفسر الباحث هذه النتيجة بناءً على درجة الاستجابة الكبيرة لهذا المحور بأن الطلاب لديهم الوعي أن عدم التحقق من الصور سيحدث أثراً سلبياً على مستوى انتشار الأخبار المضللة وخلق حالة من الفوضى وعدم الاستقرار، وأن التحقق من الصور هو السبيل للحد من انتشار الأخبار والمعلومات المضللة وهو الذي يعزز ثقافة التربية الإعلامية لديهم.



سؤال الدراسة السابع
ما أهم مظاهر المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور؟
للإجابة عن السؤال السابق، تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور مرتبة حسب الأهمية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (9).

جدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبرز مظاهر المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور مرتبة حسب الأهمية.

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المظاهر	الرقم
نعم	0.24	1.93	أنا مع ادخال التحقق من الصور كأداة تعليمية في المساقات الدراسية	q36
نعم	0.27	1.91	اعتقد أنني قادر على التمييز بين الصور الحقيقية والزائفة	q31
نعم	0.35	1.84	يوجد لدي دافع للتحقق من الصور	q32
نعم	0.47	1.64	أعتقد أن التعليم الجامعي في مجال الإعلام قد أعديني بشكل كافٍ للتعامل مع الصور الزائفة	q35
نعم	0.49	1.59	أستخدم ادوات التحقق من الصور على شبكة الانترنت	q34
نعم	0.49	1.59	أعتقد اني أمتلك المهارات المطلوبة للتحقق من الصور	q33
نعم	0.22	1.75	الدرجة الكلية	

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق أن درجة المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور كانت نعم حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذه الدرجة (1.75). فقد كانت أكثر المظاهر شيوعاً هي أنا مع ادخال التحقق من الصور كأداة تعليمية في المساقات الدراسية بمتوسط (1.93)، تبعها اعتقد أنني قادر على التمييز بين الصور الحقيقية والزائفة بمتوسط (1.91).

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (بدر، علي، 2021) والتي أظهرت أن منصات التواصل الاجتماعي تعتبر مصدرًا أساسيًا للمعلومات والمعرفة لطلاب كليات وأقسام الإعلام. وإن الكثافة العالية في استخدام هذه المنصات تمثل عاملاً مهماً دفع كليات وأقسام الإعلام إلى دمج مقررات التفكير النقدي والتربية الإعلامية أو الرقمية ضمن المحتوى التعليمي الذي يعتمدون عليه في إعداد وتطوير المعارف والمفاهيم الأساسية لدى الطلاب. يمكن تفسير هذه النتيجة بناءً على درجة الاستجابة الكبيرة لهذا المحور أنه يوجد وعي نسبي لدى الطلاب بأهمية التحقق من الصور، وتؤكد على الحاجة الملحة لتطوير المناهج الدراسية لتشمل مهارات التحقق من الصور كجزء أساسي من التعليم الرقمي الحديث.

الفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $\alpha \geq 0.05$ في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.
للتحقق من صحة الفرضية السابقة استخدم اختبار ت (test-t) للفروق في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (10).



جدول رقم (10) نتائج اختبار ت (test-t) للفروق في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير النوع الاجتماعي.

الدلالة الإحصائية	قيمة ت المحسوبة	درجات الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	النوع الاجتماعي	المجالات
0.240	1.178-	256	0.33	3.88	52	ذكر	اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور
			0.39	3.95	206	أنثى	
0.712	0.370	256	0.22	1.76	52	ذكر	المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور
			0.22	1.75	206	أنثى	

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $\alpha \geq 0.05$ في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، وذلك كما هو واضح من الجدول السابق.

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $\alpha \geq 0.05$ في درجة المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور تعزى لمتغير النوع الاجتماعي، وذلك كما هو واضح من الجدول السابق.

يمكن تفسير هذه النتيجة والتي تظهر عددًا أكبر من المستجيبين الإناث مقارنة بالذكور، يمكن أن يكون هذا مؤشرًا على الديناميات الجندرية داخل كليات وأقسام الإعلام.

الفرضية الثانية

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $\alpha \geq 0.05$ في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير السنة الدراسية.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير السنة الدراسية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (11).

جدول رقم (11) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير السنة الدراسية.

الدلالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجالات
0.110	2.224	0.322	2	0.643	بين المجموعات	اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور



		التحقق من الصور			
		0.145	255	36.864	داخل المجموعات
			257	37.507	المجموع
0.362	1.021	0.051	2	0.101	بين المجموعات
		0.050	255	12.626	داخل المجموعات
			257	12.727	المجموع

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير السنة الدراسية، فقد كان هناك تقارب واضح في المتوسطات الحسابية وعلى اختلاف السنة الدراسية، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (14).

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في درجة المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور تعزى لمتغير السنة الدراسية، فقد كان هناك تقارب واضح في المتوسطات الحسابية وعلى اختلاف السنة الدراسية.

جدول رقم (12) الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير السنة الدراسية.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	السنة الدراسية	المجالات
0.38	3.91	146	السنة الثانية	اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور
0.38	3.93	69	السنة الثالثة	
0.34	4.05	43	السنة الرابعة	
0.23	1.74	146	السنة الثانية	المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور
0.22	1.76	69	السنة الثالثة	
0.19	1.79	43	السنة الرابعة	

ويفسر الباحث هذه النتيجة أنّ معظم المستجيبين في سنتهم الثالثة، مما قد يعني أن لديهم تعرض أكاديمي كافٍ لكنهم ما زالوا في مرحلة تشكيل المهارات والمعرفة المهنية.

الفرضية الثالثة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير الجامعة التي أدرس فيها.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير الجامعة التي أدرس فيها، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (13).



جدول رقم (13) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير الجامعة التي أدرس فيها.

الدلالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجالات
0.246	1.345	0.195	5	0.975	بين المجموعات	اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور
		0.145	252	36.533	داخل المجموعات	
			257	37.507	المجموع	
0.001	4.301	0.200	5	1.001	بين المجموعات	المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور
		0.047	252	11.727	داخل المجموعات	
			257	12.727	المجموع	

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير الجامعة التي أدرس فيها، فقد كان هناك تقارب واضح في المتوسطات الحسابية وعلى اختلاف الجامعة التي أدرس فيها.

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في درجة المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور تعزى لمتغير الجامعة التي أدرس فيها، ولإيجاد مصدر هذه الفروق استخرج اختبار توكي (Tukey test) للمقارنات الثنائية البعدية في درجة المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور تعزى لمتغير الجامعة التي أدرس فيها ، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (14).

جدول رقم (14) نتائج اختبار توكي (Tukey test) للمقارنات الثنائية البعدية في درجة المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور تعزى لمتغير الجامعة التي أدرس فيها

جامعة النجاح	جامعة خضوري	جامعة القدس المفتوحة	جامعة بيرزيت	جامعة بيت لحم	جامعة الخليل	الجامعة التي أدرس فيها
*	0.10392-	0.06999-	0.12311-	0.01431-		جامعة الخليل
0.21769						
*	0.08961-	0.05568-	0.10880-			جامعة بيت لحم
0.20338						
-	0.01919-	0.05312-				جامعة بيرزيت
0.09459						



* 0.1477 1	0.03393-				جامعة القدس المفتوحة
- 0.1137 7					جامعة خضوري
					جامعة النجاح

تشير المقارنات الثنائية البعدية في الجدول السابق أن الفروق في درجة المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور تعزى لمتغير الجامعة التي أدرس فيها، كانت بين الطلبة الذين يدرسون في جامعة الخليل وبين الطلبة الذين يدرسون في جامعة النجاح لصالح الطلبة الذين يدرسون في جامعة الخليل، وكانت الفروق أيضاً بين الطلبة الذين يدرسون في جامعة بيت لحم وبين الطلبة الذين يدرسون في جامعة النجاح لصالح الطلبة الذين يدرسون في جامعة بيت لحم، وكانت الفروق أيضاً بين الطلبة الذين يدرسون في جامعة القدس المفتوحة وبين الطلبة الذين يدرسون في جامعة النجاح لصالح الطلبة الذين يدرسون في جامعة القدس المفتوحة، وذلك كما هو واضح من المتوسطات الحسابية في الجدول رقم (15).

جدول رقم (15) الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير الجامعة التي أدرس فيها.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجامعة التي أدرس فيها	المجالات
0.43	3.99	33	جامعة الخليل	اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور
0.37	3.91	36	جامعة بيت لحم	
0.41	3.91	24	جامعة بيرزيت	
0.35	4.01	77	جامعة القدس المفتوحة	
0.37	3.85	59	جامعة خضوري	
0.35	3.95	29	جامعة النجاح	
0.16	1.83	33	جامعة الخليل	المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور
0.21	1.82	36	جامعة بيت لحم	
0.23	1.71	24	جامعة بيرزيت	
0.21	1.76	77	جامعة القدس المفتوحة	
0.21	1.73	59	جامعة خضوري	
0.23	1.62	29	جامعة النجاح	

يمكن تفسير هذه النتيجة أن أغلبية الردود من جامعة بيت لحم والتي تشير إلى تركيز قسم الاعلام في هذه الجامعة على تطوير مهارات الطلبة في مجال التحقق من الأخبار بشكل عام والتحقق من الصور خصوصاً.



الفرضية الرابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير عدد الساعات التي تقضيها على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى عدد الساعات التي تقضيها على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (16).

جدول رقم (16) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير عدد الساعات التي تقضيها على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً.

الدلالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجالات
0.985	0.051	0.007	3	0.022	بين المجموعات	اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور
		0.148	254	37.485	داخل المجموعات	
			257	37.507	المجموع	
0.751	0.403	0.020	3	0.060	بين المجموعات	المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور
		0.050	254	12.667	داخل المجموعات	
			257	12.727	المجموع	

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير عدد الساعات التي تقضيها على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً، فقد كان هناك تقارب واضح في المتوسطات الحسابية وعلى اختلاف عدد الساعات التي تقضيها على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً.

تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في درجة المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور تعزى لمتغير السنة الدراسية، فقد كان هناك تقارب واضح في المتوسطات الحسابية وعلى اختلاف عدد الساعات التي تقضيها على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً.

جدول رقم (17) الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير عدد الساعات التي تقضيها على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	عدد الساعات التي تقضيها على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً	المجالات
0.23	4.03	2	أقل من ساعة	اتجاهات طلبة الإعلام



0.36	3.94	52	من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور
0.39	3.93	115	من 3-6 ساعات	
0.38	3.94	89	أكثر من 6 ساعات	
0.23	1.66	2	أقل من ساعة	المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور
0.21	1.74	52	من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	
0.22	1.77	115	من 3-6 ساعات	
0.23	1.74	89	أكثر من 6 ساعات	

يمكن تفسير هذه النتيجة أنه ومع قضاء العديد من الطلاب بين 3 إلى 6 ساعات على وسائل التواصل الاجتماعي يومياً، يكون التعرض للمحتوى الرقمي عاليًا، مما يجعل التحقق من الصور مهارة هامة وملحة لهم.

الفرضية الخامسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $\alpha \geq 0.05$ في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير مدى تكرار تعرضك للصور الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

للتحقق من صحة الفرضية السابقة استخدم اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير مدى تكرار تعرضك للصور الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك كما هو واضح في الجدول رقم (18).

جدول رقم (18) نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير مدى تكرار تعرضك للصور الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

الدلالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المجالات
0.441	0.902	0.132	3	0.396	بين المجموعات	اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور
		0.146	254	37.112	داخل المجموعات	
			257	37.507	المجموع	
0.841	0.278	0.014	3	0.042	بين المجموعات	المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور
		0.050	254	12.686	داخل المجموعات	
			257	12.727	المجموع	

تشير المعطيات والمعلومات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $\alpha \geq 0.05$ في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير مدى تكرار تعرضك للصور الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فقد كان هناك تقارب واضح في المتوسطات الحسابية وعلى اختلاف مدى تكرار تعرضك للصور الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.



تشير المعطيات الواردة في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في درجة المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور تعزى لمتغير مدى تكرار تعرضك للصور الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فقد كان هناك تقارب واضح في المتوسطات الحسابية وعلى اختلاف مدى تكرار تعرضك للصور الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (19) الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى لمتغير مدى تكرار تعرضك للصور الرقمية عبر وسائل الاجتماعي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مدى تكرار تعرضك للصور الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي	المجالات
0.42	3.89	20	نادراً	اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور
0.36	3.90	79	أحياناً	
0.39	3.94	112	كثيراً	
0.36	4.01	47	دائماً	
0.25	1.72	20	نادراً	المعرفة الذاتية والرغبة لدى الطلاب تجاه التحقق من الصور
0.22	1.74	79	أحياناً	
0.21	1.76	112	كثيراً	
0.21	1.77	47	دائماً	

ويفسر الباحث هذه النتيجة أنّ التقارير عن التعرض المتكرر للصور على منصات التواصل الاجتماعي تؤكد الحاجة المستمرة للتحقق من الصور لمنع انتشار المعلومات المضللة.

نتائج الدراسة:

- إستناداً إلى تحليل إجابات المبحوثين واختبار الفرضيات، فيما يلي أبرز النتائج التي توصل لها الباحث:
1. على الرغم من أن الطلاب عموماً مدركون لسمات الصورة المزيفة، إلا أن مستوى مهاراتهم في التعرف عليها على منصات التواصل الاجتماعي غير كافٍ، وثقة الطلاب في اكتشاف الصور المزيفة متفاوتة، مما يشير إلى وجود فجوات في التدريب أو الخبرة العملية.
 2. مستوى وعي الطلاب بأهمية التحقق من الصور كافٍ، إذ يدركون أن هذا الوعي يمكن أن يساهم في تطويرهم المهني والحصول على فرص وظيفية، وبالتالي الارتقاء بالمستوى المهني.
 3. تعتمد مهارات الطلاب الفنية والتقنية في البحث واكتشاف الصور المزيفة بشكل رئيسي على مرادف التحقق من الأخبار ومحركات البحث الرئيسية، مثل استخدام أداة البحث العكسي عن الصور في Google Images. يظهر أيضاً أن مستوى مهاراتهم في اكتشاف زمان ومكان نشر الصورة باستخدام أدوات مثل TinEye وأداة تحليل البيانات الوصفية للصورة Exiftool غير كافٍ.
 4. مستوى وعي الطلاب بأن عدم التحقق من الصور يمكن أن يساهم في انتشار الأخبار المضللة وإحداث حالة من الفوضى وعدم الاستقرار كافٍ، ويدرك الطلاب أن التحقق من الصور هو السبيل للحد من انتشار الأخبار والمعلومات المضللة، مما يعزز ثقافة التربية الإعلامية لديهم.
 5. كانت هناك ردود متباينة بشأن كفاية التعليم الجامعي في إعداد الطلاب للتعامل مع الصور المزيفة، مما يشير إلى الحاجة إلى تدريب وموارد أكثر شمولاً في هذا المجال.



6. قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $0.05 \geq \alpha$ في درجة اتجاهات طلبة الإعلام في الجامعات الفلسطينية نحو التحقق من الصور تعزى إلى متغير النوع الاجتماعي، السنة الدراسية، الجامعة التي يدرس فيها الطالب، عدد الساعات التي يقضيها الطالب على وسائل التواصل الاجتماعي يوميًا، ومدى تكرار تعرض الطالب للصور الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

التوصيات:

1. دعوة إدارة الجامعات والكليات وأقسام الإعلام في فلسطين إلى إدراج مساق دراسي مخصص للتحقق من الصور والفيديوهات، وتنظيم ورش عمل ودورات تدريبية مستمرة.
2. دعوة وزارة التربية والتعليم العالي في فلسطين إلى وضع سياسات تشجع الجامعات على تطوير مناهج تعليمية تشمل مهارات التحقق من الصور، ودعم البحث العلمي والمشاريع الطلابية المتعلقة بالتحقق من المعلومات والصور.
3. على وسائل الإعلام الفلسطينية تقديم دورات تدريبية للمحررين والصحفيين الجدد حول أهمية التحقق من الصور، وتعزيز ثقافة التحقق من الأخبار والصور داخل غرف الأخبار.
4. يجب على مؤسسات المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية إطلاق حملات توعية لتعزيز فهم أهمية التحقق من الصور والمعلومات، وتنظيم ورش عمل مجانية للمجتمع المحلي لتعزيز قدراتهم في التعامل مع الصور المزيفة.
5. تشجيع طلاب الإعلام في الجامعات الفلسطينية على المشاركة في الدورات وورش العمل المتعلقة بالتحقق من الصور والمعلومات، وتبني عادات جيدة للتحقق من المصادر والمعلومات قبل مشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي.

المصادر

1. أحمد، مسعود (2022، أغسطس). أدوات للكشف عن المحتوى الزائف على الانترنت. الرؤية. تم الاسترجاع من موقع <https://www.alroeya.com>
2. إسماعيلي، أحمد (2019). "أيدولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف - مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع". مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، ع (8).
3. بوسعيد، إيناس (2018). "آليات التحقق من الأخبار المتدفقة عبر الإعلام الاجتماعي". معهد الجزيرة للإعلام. زمالة الجزيرة، ورقة بحثية. تم الاسترجاع من موقع <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/249>
4. بهنسي، مها (2019). "آليات مستخدمى الشبكات الاجتماعية فى التحقق من الأخبار الزائفة". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 68 (2019)، ص ص 565-614.
5. حجاب، محمد (2004). المعجم الإعلامي ط1. القاهرة، جمهورية مصر العربية: دار الفجر.
6. حسني، رفعت حسني (2019). "معايير جودة الصورة الصحفية في المواقع الإلكترونية الإخبارية". مجلة الباحث الإعلامي، 11(46)، 133-150.
7. حرفش، شمس عبد. (2018). "الصورة الصحفية بين الضوابط الأخلاقية ومعايير الممارسة المهنية". مجلة الجامعة العراقية، 42 (21)، ص ص 181-201.
8. خليل، راتب (2012). التصوير الصحفي ط1، عمان، الاردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
9. الصور الصحفية معلومة مرئية تغذي سرعة انتشار الروايات الكاذبة (2017، أغسطس). صحيفة العرب. تم الاسترجاع من موقع <https://alarab.co.uk>
10. متعب، حيدر، عبيد، حاتم (2017). "اتجاهات الجمهور نحو تغطية الاحداث الجارية، دراسة مسحية على



- جمهورية مدينة بغداد". مجلة كلية التربية الإسلامية للعلوم التربوية والإسلامية، 35 (2017)، ص ص 873-893.
11. المطيعي، عاطف، قاسم، نزمين، بني عامر، يحيى (2021). "تأثير شكل الصورة الصحفية ومضمونها في الصحافة اليومية الأردنية على المتلقي" (دراسة مسحية على الأكاديميين في كليات الاعلام والفنون في الجامعات الأردنية). *مجلة التراث والتصميم*، 5(1) ص ص 93-113.
12. مكاوي، ممدوح، مؤيد، هيثم، عثمان، اسلام (2021). "آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية". *مجلة البحوث الإعلامية*، 56(2)، ص ص 527-584.
13. يوسف، خاطر (2015) "اعتماد طلبة الجامعات الفلسطينية على شبكات التواصل الاجتماعي أثناء العدوان الإسرائيلي على غزة عام 2014 م : دراسة ميدانية" (أطروحة ماجستير)، الجامعة الإسلامية، فلسطين (قطاع غزة).
14. الوليد، رفاص، نجيب، كامل (2024) "صناعة المحتوى الرقمي الزائف وطرق التحقق من صحته"، *مجلة التشريع الاعلامي*، 2(1)، ص ص 42-62.
15. بدر، أمل، علي، نصر الدين (2021). "دور المحتوى التعليمي في رفع مهارة طلاب الإعلام في اكتشاف الأخبار الكاذبة على المنصات الرقمية دراسة ميدانية على عينة من طلاب كليات، وأقسام الإعلام بالجامعات العربية"، *مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية*، 13(4).
16. Kobre, Kenneth. "Photojournalism: The Professionals' Approach." Focal Press, 2012.
17. P. Tolmie, R. Procter, D. W. Randall, M. Rouncefield, C. Burger, G. W. S. Hoi, A. Zubiaga, and M. Liakata, "Supporting the use of user generated content in journalistic practice," *Proc. Conf. Hum. Factors Comput. Syst.*, 2017, pp. 3632-3644.
18. E.Tandoc et al. (2018) Audience's Acts of Authentication in the Age of Fake News: A Conceptual Framework, *New Media And Society*, p. 2753.
19. D.Rapp & N.Salovich (2018) Can't We Just Disregard Fake News? The Consequences of Exposure to Inaccurate Information, *Policy Insight from the Behavioral & Brain Sciences*, Vol.5, No.2, p 232.
20. Y.Jun et al. (2017) Perceived Social Presence Reduces Fact Checking, *PNAS*, Vol. 14, No.23, p.5976.
21. Tong, Jingrong & Junglo, Shih, *Digital technology and journalism: An international comparative prospective*, (New York: Palgrave Macmillan, 2017), p. 53
22. Silverman, Craig, and Claire Wardle. 2015. *Verification: The Basics*. <https://learno.net/classroom/verification-the-basics#tab1> (accessed septmper 17, 2017).
23. C. Silverman, Ed., *Verification Handbook: An Ultimate Guideline on Digital Age Sourcing for Emergency Coverage*. European Journalism Centre, 2014.
24. Khan, S. A., Sheikhi, G., Opdahl, A. L., Rabbi, F., Stoppel, S., Trattner, C., & Dang-Nguyen, D. T. (2023). Visual user-generated content verification in journalism: An overview. *IEEE Access*, 11, 6748-6769.
25. S. Urbani. (2019). *Verifying Online Information*. [Online]. Available: <https://firstdraftnews.org/long-form-article/verifying-online-information/>
Media Literacy Council (2017) *Types of Fake News*, available at: https://www.betterinternet.sg/-/media/Files/Fake-News-wave-5/Types-of-News_Tipsheet.pdf-Fake