



المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي

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

رئيس مجلس إدارة المجلة:

أ.د / محمد توفيق محمد

رئيس التحرير:

أ.د / فاطمة الزهراء صالح أحمد

مدير التحرير:

د / أحمد خيرى عبد الله علي

مساعد رئيس التحرير

أ.د / عبد الباسط أحمد هاشم

أ.د / فوزي عبدالغني خلاف

أ.د / عزة عبدالعزيز عبدالله

أ.م. د / سحر محمد وهبي

أ.م.د / صابر حارص

أ.م.د / أحمد حسين

أ.د.م / محمود يوسف السماسيري

سكرتير التحرير

د / نها السيد عبدالمعطي

د / إسراء صابر عبدالرحمن

د / هاني إبراهيم السمان

أ / أحمد جعفر أحمد

أ / محمد خلف محمد

المحرر اللغوي

أ.م. د / محمد محمود حسين هندي

المجلد 5 العدد 5

Issn: 3009-7134

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

يناير - 2025

الفهرست:

تأثير استخدام تقنيات التحقق في المنصات الرقمية على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال - دراسة ميدانية
الأمن السيبراني في غرف الأخبار الصحفية: استراتيجيات وتحديات
اتجاهات النخبة نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي وعلاقتها بحرية تداول المعلومات
مستقبل استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الحملات التسويقية الرقمية : دراسة استشرافية من 2022م - 2032م
المزاج العام نحو تناول المواقع الإخبارية للحوار الوطني – دراسة ميدانية
التماس الشباب للمعلومات حول القضايا السياسية والاجتماعية من اليوتيوب
صورة العرب في الغرب كما تعكسها مواقع التواصل الاجتماعي
دور الاعلام الجديد في تعزيز المواطنة الرقمية لدى الشباب "دراسة ميدانية على طلاب جامعة سوهاج"
الدلالات البصرية في تصميم شعارات العلامات التجارية: دراسة سيميولوجية
الخطاب الصحفي العربي تجاه الحرب "الأوكرانية – الروسية" وآثارها السياسية والاقتصادية على الدول العربية "دراسة تحليلية"

تأثير استخدام تقنيات التحقق في المنصات الرقمية على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال - دراسة ميدانية

Doi: <https://doi.org/10.21608/ejcrds.2024.319307.1020>

المؤلف: مروة القرني الزهري

المخلص:

لقد أحدثت المنصات الرقمية تغييرًا جذريًا في محتوى الأخبار، وفي استهلاكها وتوزيعها وإنتاجها. وشهد دور الصحفي ووظائفه تحولات مهمة بفضل التطورات التي أوجدتها هذه المنصات في نشر وتداول الأخبار في جميع المجالات. وهكذا، واجه الصحفي ثلاث مشكلات رئيسية: كمية المعلومات الهائلة، وتعدد مصادرها، وسرعة انتشارها، مما أدى إلى انعدام المصداقية وانتشار المحتوى الزائف والأخبار المضللة والشائعات. وتطلب ذلك من الصحفي امتلاك القدرة على استيعاب الكم الهائل من الأخبار التي يتلقاها، ثم التحقق من صحتها.

لذلك، تتمثل مشكلة الدراسة في تحديد آليات التحقق من المحتوى الزائف. وتنتمي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية والتحليلية، وقد اعتمدت المنهج المسحي مع عينة قصدية من المواقع الإخبارية المصرية هي (اليوم السابع، أخبار اليوم، الأهرام، الجمهورية، القاهرة 24). وتكونت عينة الدراسة من 200 صحفي من العاملين في هذه المواقع، بالإضافة إلى إجراء 7 مقابلات متعمقة مع مديري ورؤساء تحرير المواقع التي شملتها العينة.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات عينة الدراسة في إدراكهم لأثر استخدام تقنيات التحقق الرقمي على الالتزام بمعايير النشر الأخلاقي، وذلك بسبب إدراكهم لأثر استخدام تقنيات التحقق الرقمي على أدائهم المهني.

مقدمة:

غيرت المنصات الرقمية المحتوى الإخباري، وقد ظهر ذلك جلياً في استهلاك الأخبار وتوزيعها وإنتاجها، حيث يمكن الآن اعتبار المنصات الرقمية مشاركاً رئيسياً في الإطار الأوسع لوسائل الإعلام الإخبارية؛ لأنها تؤدي دوراً رئيسياً في توزيع الأخبار، كما أنها تشكل الأجندة الإخبارية للصحفيين والمؤسسات الصحفية على حد سواء. وعلى هذا النحو يتم التحكم في أجندة الأخبار الرقمية الآن من قبل المنصات الرقمية التي تقوم بدور مهم في توزيع الأخبار، وعلى نحو متزايد يساعد عامة الناس المشاركين في وضع الأجندة أيضاً. ولذلك، أصبحت مصداقية الأخبار المنشورة على هذه المنصات قضية مهمة حيث جعلت الأخبار الحقيقية والكاذبة يتم تقديمها على نحو مماثل، وفي بعض الأحيان يصعب التمييز بينها.

ونظراً لما أحدثته البيئة الرقمية من تطورات ومدخلات جديدة للمعلومات لم تكن معروفة من قبل، ولعل أهمها التفاعلية (Interactivity) التي أتاحت للمستخدمين إمكانات وقدرات تساعد في إنتاج واكتساب المعلومات وتداولها، مما أدى إلى تحولات بارزة في الأدوار المهنية والوظيفية لدى القائم بالاتصال، بالإضافة إلى التطورات التي أحدثتها وسائل المنصات الرقمية مما دفع القائم بالاتصال والمؤسسات الصحفية إلى الاعتماد على تلك الوسائل في الحصول على المعلومات ونشر الأخبار وتداولها في كافة المجالات، ومن هنا برزت ثلاث إشكاليات تواجه القائم بالاتصال تتمثل في كم المعلومات، كم مصادر المعلومات، وسرعة انتشار المعلومات مما أدى إلى انعدام المصداقية وانتشار المحتوى الزائف والأخبار المضللة والشائعات واتساع نطاق انتشارها سواءً محتوى نصي أو مرئي أو مسموع والتي تمثل في أحيان كثيرة تهديدات لأمن الأفراد والمجتمع، مما يستوجب على القائم بالاتصال استيعاب الكم الهائل من الأخبار التي يتلقاها ومن ثم التحقق منها.

وأصبح الصحفيون في مواجهة مستمرة مع تحديات التحقق من صحة الأخبار قبل النشر كما أصبح التأكد من مصداقية المحتوى مهمة ملحة تتطلب أدوات وتقنيات جديدة. لذا ظهرت الحاجة إلى استخدام آليات وتقنيات تحقق تكنولوجية تستطيع الكشف عن المحتوى الزائف سواءً كان نص أو صورة أو فيديو متمثلة في تقنيات تحقق من النصوص والصور والفيديو ومقاطع الصوت والأماكن والأشخاص وغيرها والتي تعمل على مساعدة الصحفيين داخل غرف الأخبار على التحقق من المحتوى قبل النشر.

مشكلة الدراسة:

أصبحت ظاهرة الأخبار الزائفة قضية مثيرة للجدل بشكل كبير في الآونة الأخيرة. وقد اشتد الجدل أكثر حول هذه المسألة بسبب المنصات الرقمية، فعلى الرغم من أن مشكلة المحتوى الزائف ليست ظاهرة جديدة، لكنها أصبحت أكثر تعقيداً خاصة في العصر الرقمي حينما بات الكشف عن المحتوى الزائف مهمة شاقة وأكثر صعوبة من أي وقت مضى. ولذلك جعلت المنصات الرقمية البديلة التحقق أكثر صعوبة لأنه يصبح من الصعب تتبع المؤلف الأصلي، وعلى النقيض من ذلك، يمكن أن يكون من الصعب التحقق من مصادر معظم الأخبار المنشورة على مختلف المواقع، مما يجعل من السهل التلاعب بالمحتوى لتحقيق مختلف الأهداف السياسية والاقتصادية والأمنية وغيرها. وبالنسبة للصحفيين، كان التحول من عالم ندرة المعلومات إلى عالم وفرة المعلومات أمراً بالغ الصعوبة.

فكيف لصحفي واحد أو فريق من الصحفيين أن يتحقق من الكميات الهائلة من مقاطع الفيديو، والصوت، والصور، والنصوص التي تنشر في كل دقيقة من كل يوم على شبكة الإنترنت، وأن يتعرف على ما هو بارز وجدير بالتداول؟ أو ما هو حقيقي وما هو مزيف؟ خاصة بعد ظهور التزييف العميق (Deep Fake) والذي انتشر بقوة في الآونة الأخيرة. ولهذا نجد أن أمر التحقق من المحتوى في هذه البيئة الافتراضية سيكون شبه مستحيل بدون مساعدة التكنولوجيا. وبناءً على ذلك تتحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي ما هي تقنيات التحقق من الأخبار الزائفة المفترض تواجدها في غرف الأخبار؟ وما تأثير استخدام تلك التقنيات على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال؟

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية: وتتمثل في:

-تتبع أهمية هذه الدراسة في كونها تركز على الآليات والتقنيات التي يمكن للمؤسسات الصحفية والقائم بالاتصال الاعتماد عليها في غرف الأخبار والتصدي لظاهرة الأخبار الزائفة المهددة للصحافة بشكل خاص وللمجتمع بشكل عام.

الإسهام في بناء إطار نظري ومعرفي يستند على مؤشرات ودلائل واقعية عن حجم وأثار التزييف الموجودة في المجتمع في ظل الوباء المعلوماتي، وانعكاسها على البيئة الصحفية الرقمية خصوصاً، وهي جدلية أضحت تفرض نفسها في العقود الأخيرة وهو ما خلق معضلة تحتاج إلى البحث عن حلول. وكذلك ستضيف الدراسة إلى المكتبة الإعلامية موضوعات وأطر معرفية في مجال الدراسة، وهذا بعد ترجمة ومراجعة ما توصلت إليه الدراسات الأجنبية من كتب ودراسات في موضوع الدراسة المقترح.

الأهمية التطبيقية: وتتمثل في:

تأتي أهمية هذه الدراسة في كونها تركز على المحتوى الزائف والمضلل، وما له من تأثير سلبي على وعي الجمهور وذلك في ظل التنامي السريع والمتزايد لهذه الظاهرة في الأونة الأخيرة، ودورها في خلق وتكوين رأي عام افتراضي يتولد منه رأي عام واقعي، وهو ما يستوجب الوقوف على هذه الظاهرة، وذلك في ظل هذه البيئة الرقمية الحديثة مما يعطى الأولوية لدراسة هذه الظاهرة.

ترجع أهمية هذه الدراسة كونها تتطرق إلى عنصر أساسي في العملية الاتصالية وهو القائم بالاتصال، باعتباره يمثل الركيزة الأساسية في العمل الإعلامي، والوقوف على التحديات المهنية والأخلاقية التي يواجهها جراً نشر الأخبار الزائفة. خاصة بعد ظهور أنماط جديدة من القائم بالاتصال وهو المواطن الصحفي مما أسهم في تزايد المعلومات غير الدقيقة وانتشار الشائعات والأخبار الزائفة والمضللة في المجتمع.

أهداف الدراسة:

- الكشف عن تأثير استخدام القائم بالاتصال للمنصات الرقمية في العمل الصحفي.
- الكشف عن معدل وعي القائم بالاتصال بالمحتوى الزائف وأنواعه.
- الكشف عن آليات التحقق المستخدمة لدى القائم بالاتصال عينة الدراسة.
- رصد وتحليل وتفسير تأثير استخدام تقنيات التحقق الرقمية على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال.
- الكشف عن أبرز التحديات المهنية والأخلاقية التي تواجه القائم بالاتصال في عصر المنصات الرقمية.

الدراسات السابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة التي تعرضت لموضوع دراستها بشكل مباشر إلى محورين أساسيين وفقاً لمتغيرات الدراسة التي تتعرض لمناقشتها، وذلك على النحو التالي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت استخدام القائم بالاتصال لآليات وتقنيات التحقق من المحتوى الزائف.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت تقنيات التحقق وعلاقتها بالأداء المهني والأخلاقي في المنصات الرقمية.

أولاً: الدراسات التي تناولت استخدام القائم بالاتصال لآليات وتقنيات التحقق من المحتوى الزائف وتشمل الدراسات التالية:

تناولت دراسة "Aelita. S, Monika. M & Ornela. R" مكافحة التضليل والأخبار الزائفة في ليتوانيا (2023) استهدفت هذه الدراسة التعرف على الدور الذي تقوم به الصحف الإلكترونية في ليتوانيا لمحاربة الأخبار الزائفة والشائعات وكشف الحقائق للجمهور، واعتمد الباحث في دراسته على منهج دراسة الحالة، حيث قام بإجراء المقابلات المتعمقة مع عينة قوامها 65 مبحوث من الصحفيين ومديري الصحف الإلكترونية، إضافة إلى خبراء الإعلام في ليتوانيا، وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

أن الصحف الإلكترونية في ليتوانيا قامت باتخاذ مجموعة من الإجراءات التي تساعد في الحد من انتشار الأخبار الزائفة، ومن بين الإجراءات التي قامت بها الصحف الإلكترونية العمل على تطبيق الذكاء الاصطناعي AI في التعرف على الأخبار الزائفة والشائعات في مراحل مبكرة قبل انتشارها بين الجمهور، والعمل على فلتر تلك الأخبار التي يعتمد عليها الصحفيين، حيث أن الصحفيين يعتمدون على المصادر الرقمية للحصول على الأخبار لذلك يعتمدون على التقنيات الرقمية للتحقق التي تساعدهم في الكشف عن الأخبار المزيفة والمضللة. (Aelita, S, 2023, pp74-91).

أهتمت "نوره عبد الهادي" بدراسة تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على الأمن القومي: دراسة ميدانية (2023): استهدفت هذه الدراسة التعرف على واقع توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المواقع الإلكترونية لمواجهة الأخبار الزائفة، والتعرف على تأثير عناصر النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا على اتجاهات القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة عبر المنصات الرقمية، وتنتمي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية، واعتمدت على منهج المسح الإعلامي بهدف مسح عينة من القائمين بالاتصال، وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

أن أهم مجالات استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بالمنصات الرقمية تتمثل في فحص الحقائق بشكل سريع وموثوق، وكشف المحتوى الزائف يليه التصحيح التلقائي للأخطاء اللغوية والمهنية بينما جاء الإخراج الصحفي والطباعة والنشر في المرتبة الأخيرة كما أكد المبحوثون أن أهم المهارات المطلوب توافرها في العاملين بالمنصات الرقمية هي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في البحث ونشر القصص يليها استخدام تقنيات خرائط (نوره عبد الهادي، 2023).

كما أهتم "Hussin J. Hejase, Fadia Hussein" بدراسة الذكاء الاصطناعي والأخبار المزيفة (2022): استهدفت هذه الدراسة الإجابة عن تساؤل رئيس إلى جانب مجموعة من التساؤلات الفرعية عن ماهية الأساليب والأدوات التي يتبناها الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الوهمية، خاصة على منصات التواصل الاجتماعي؟ وتندرج هذه الدراسة في إطار الدراسات الاستطلاعية الوصفية والتي تعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي والوصفي، وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

شجعت هذه الدراسة على استخدام تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي للكشف عن الأخبار الزائفة قبل تبادل أي معلومات، ولا سيما على منابر وسائط التواصل الاجتماعي؛ على وجه الخصوص، وإذا كان المنشور مستنداً عاطفياً لجذب انتباه الجمهور بشكل فعال. وذلك لأن الدور الذي تلعبه المشاعر عند مشاركة الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي حيث أن قراءة الأخبار الحقيقية تُنتج في الغالب مشاعر البهجة والتعاسة والتوقع والثقة. كما أن قراءة أخبار مزيفة تثير الدهشة والقلق والصدمة والأشمئزاز. بالإضافة إلى أن هذه المشاعر تؤدي دوراً هاماً عند اتخاذ قرار بمشاركة شيء ما على وسائل التواصل الاجتماعي. كما أشارت هذه الدراسة إلى أن حل مشكلة الأخبار الزائفة يتطلب التعاون بين التخصصات المختلفة بجانب تقنيات وأدوات التحقق (Hussin J, 2022, pp.39-71).

في حين اتجهت "نهاد محمد حسن" لدراسة استراتيجيات التحقق الإخباري المستخدمة لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية عبر موقع الفيس بوك (2021): استهدفت هذه الدراسة الكشف عن طبيعة استراتيجيات التحقق الإخباري التي يستخدمها القائم بالاتصال بالصحف المصرية على اختلاف أنظمة ملكيتها المختلفة (الحكومية والخاصة والحزبية)، وتندرج هذه الدراسة في إطار الدراسات الاستطلاعية الوصفية والتي تعتمد على منهج المسح بشقيه التحليلي والوصفي، وقد اعتمدت الدراسة على استمارة

الاستقصاء وطُبقت الدراسة على عينة عمدية من القائمين بالاتصال بالصحف المصرية ذات انظمة الملكية المختلفة (الأهرام، الشروق، الأهالي)، والبالغ عددهم 151 صحفياً يعملون بتلك المؤسسات الصحفية، وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

أن أهم استراتيجيات التحقق المتبعة من قبل عينة الدراسة تمثلت في استراتيجيات تكنولوجية خاصة باستخدام برامج التحقق الإخباري بنسبة (40.4%)، يليها استراتيجيات تكنولوجية خاصة باستخدام برامج التحقق الإخباري واستراتيجيات الاتصال المباشر بالمصدر للتحقق من المحتوى الإخباري معاً بنسبة (39.7%)، يليها استراتيجيات الاتصال المباشر بالمصدر للتحقق من المحتوى الإخباري بنسبة (91.9%). كما جاء المحتوى النصي في مقدمة أنواع المحتوى الإخباري الأكثر صعوبة في التحقق يليه الملف الصوتي والمرئي على التوالي بينما جاءت الصورة على اعتبار أنها أقل أنواع المحتوى الإخباري صعوبة في التحقق (نهاده محمد، 2021، ص ص734:792).

وفي ذات السياق أهتمت "Connor Skahill" بدراسة استراتيجيات التحقق لأخبار الجائحة العالمية (كوفيد19) عبر وسائل الإعلام (2021): سعت هذه الدراسة للتعرف على الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام في تشكيل فهم سكان الولايات المتحدة للمعلومات المتعلقة بجائحة كورونا وذلك في ظل التدفق المعلوماتي لأخبار الجائحة عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي، والتعرف على ما إذا كان هذا الدور إيجابياً أم سلبياً أم قائم على معلومات مضللة غير دقيقة وأخبار وهمية. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التطبيقية، واعتمدت على منهج التحليل الكيفي وتم تطبيق الدراسة على (40) مبحوث من خلال إجراء ثماني مقابلات متعمقة مع القائمين بالاتصال بالصحف الأمريكية في عدة ولايات أمريكية مختلفة؛ من أجل التعرف على الدور الذي يؤديه القائم بالاتصال في التحقق من صحة الأخبار المقدمة للجمهور حول هذه الجائحة. وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

أن القائمين بالاتصال الأصغر سنًا هم الأكثر اعتماداً على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار مستخدمين استراتيجيات تحقق مختلفة تنوعت ما بين الرجوع للمصادر الأصلية للأخبار إلى جانب آليات التحقق التكنولوجية خاصة فيما يتعلق بالأرقام والإحصائيات الخاصة بالجائحة. كما توصلت الدراسة إلى أن الدمج بين تقنيات التحقق المختلفة ضرورة حتمية لعدم تضليل وتشتت الجمهور معرفياً فيما يتعلق بالمعلومات الخاصة بهذه الجائحة (Connor, s, 2021).

ثانياً: الدراسات التي تناولت تقنيات التحقق وعلاقتها بالأداء المهني والأخلاقي في المنصات الرقمية وتشمل الدراسات التالية:

وفي الإطار ذاته تناولت (نسمة عبد الله) الممارسة الصحفية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي: دراسة في إطار نظرية الهاكولوجيا (2024): استهدفت هذه الدراسة رصد الممارسة الصحفية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح، واستخدمت على مستويين؛ الأول: لرصد وتحليل المحتوى الإعلامي الذي تفصت عنه المؤسسات الإخبارية المتخصصة في تقصي صحة الأخبار، وتمثلت في الموقع الإلكتروني لكل من: خدمة رويترز لتقصي الحقيقة، وخدمة تقصي صحة الأخبار من فرانس برس، والمستوى الثاني: عبر مسح عينة من الصحفيين للتعرف على ممارساتهم الصحفية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، وتصوراتهم للظاهرة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها:

تصدر الأخبار السياسية مقدمة الأخبار المضللة التي انتشرت خلال فترة التحليل، وذلك لكثرة الأخبار التي تناولت أحداث الحروب والصراعات السياسية وفي مقدمتها الحرب الإسرائيلية على غزة، والحرب الروسية الأوكرانية، وتوصلت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن المنصات الرقمية للمؤسسات الإخبارية المتخصصة في تقصي صحة الأخبار لم تنجح بعد في القضاء على الأخبار الزائفة والحد منها، كما أشارت النتائج إلى أن غياب الوعي المجتمعي بطرق التزييف المتبعة لتضليل الجمهور، واعتقاد الجمهور بمصادر خارجية كاشفة لما تعتم عليه وسائل الإعلام، وكذلك غياب التطبيق الفعلي للتشريعات والقوانين الرادعة لمروجي الأخبار

الزائفة، كما أوضحت النتائج محدودية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لتقصي صحة الأخبار داخل المؤسسات الإخبارية. (نسمة عبد الله، 2024، صص 464-596)

أشار (محمود رمضان) في دراسته آليات تعامل الصحف المصرية مع ظاهرة اضطراب المعلومات والمحتوى الموجه في إطار التزامها بالشفافية والمصداقية المهنية: دراسة ميدانية (2021): سعت هذه الدراسة إلى تحقيق هدف رئيس يتمثل في معرفة الآليات والاستراتيجيات التي يجب أن تنتهجها الصحف وصحافيها - في إطار سعيها لتحقيق الشفافية والمصداقية في عملها - للتعامل مع ظاهرة المحتوى الموجه واضطراب المعلومات؛ من خلال الرصد الكمي والتحليل الكيفي لآراء عينة مكونة من 212 مبحوثاً من القائمين بالاتصال في الصحف المصرية متمثلة في (الأهرام، الأخبار، الجمهورية، الوفد، المصري اليوم، الوطن، الشروق، اليوم السابع)، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بشقية التحليلي والوصفي، كما اعتمدت الدراسة على نموذج آليات الجمهور في التحقق من الأخبار، ونظرية الحداثة السائلة، وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين القيم الأساسية للصحافة المهنية في مواجهة ظاهرة اضطراب المعلومات والأخبار الزائفة واستراتيجيات الصحف في التعامل مع هذا النوع من المحتوى المضلل ومواجهته، وأظهرت النتائج وجود بعض القيم الأساسية للصحافة المهنية في مواجهة ظاهرة اضطراب المعلومات والأخبار الزائفة، منها: أن تكون هناك شفافية بشأن مصادر القصص والمعلومات، التأكد من دقة الخبر وتحمل المسؤولية إذا لم يكن دقيقاً ، وأيضاً امتلاك الصحفيين القدرة على معرفة متى يكون من غير الأخلاقي نشر شيء ما والموازنة بين حقوق الأفراد في الخصوصية والحق الأوسع وهو خدمة المصلحة العامة، وأخيراً اعتبار عدم نشر المعلومات والأخبار الزائفة واجب قانوني يترتب على مخالفته حجب أي محتوى يقدم معلومات كاذبة (محمود رمضان، 2021، صص 659-758).

وفي الإطار ذاته حاولت (Hong Tien. Vu, et al.) دراسة تأثيرات التكنولوجيا الرقمية على الممارسات الصحفية داخل غرف الأخبار (2020): استهدفت هذه الدراسة التعرف على كيفية استخدام الصحفيين الفيتنام من مؤسسات وسائل الإعلام الإخبارية الرئيسية لموقع فيس بوك بشكل روتيني منتظم لأغراض مهنية مختلفة، بالإضافة إلى ذلك تتناول هذه الدراسة القيم التي يتبناها الصحفيين ، وكيف تؤثر هذه القيم على استخدام العاملين في مجال الأخبار لموقع فيس بوك ، كما تنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة الإلكترونية ، وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها 95 مبحوثاً من القائمين بالاتصال في بعض الصحف والمواقع الإلكترونية الإخبارية بفيتنام وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

أن أهم القيم الصحفية الرقمية لدى القائم بالاتصال هي بناء العلامة التجارية للقائم بالاتصال والمؤسسة الصحفية بالإضافة إلى قيمة المصداقية، ولن يتم تفعيل ذلك بدون وجود آليات تكنولوجية للتحقق من المحتوى الإخباري عبر منصات التواصل الاجتماعي. نظراً للتدفق الهائل للأخبار عبر تلك المنصات، كما أكد القائمين بالاتصال على ضرورة تفعيل الاستراتيجيات التكنولوجية الحديثة في عملية التحقق بجانب الاستراتيجيات التقليدية المباشرة. (Hong Tien, 2020, pp. 885-903).

وعلى عكس النتائج السابقة تناول (Md Mahfuzul Haque, et al) في دراسته مكافحة التضليل في بنجلادش: الأدوار والمسؤوليات التي يتصورها الصحفيون ومدققو الحقائق (2020): هدفت هذه الدراسة إلى معرفة وفهم الأدوار والمسؤوليات التي يتصورها الصحفيون ومدققو الحقائق لمكافحة المعلومات المضللة في بنجلادش. وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التطبيقية، واعتمدت على منهج المسح بشقيه التحليلي والوصفي، كما اعتمدت الدراسة على البيانات الكيفية والتي تمثلت في مقابلات شبة منظمة مع 12 مبحوثاً من الصحفيين ورؤساء التحرير ؛ الذين يقومون بتغطية الأخبار السياسية بالمؤسسات الصحفية في بنجلادش ، وكذلك 7 مبحوثين من مدققي الحقائق الذين يعملون بمؤسسات نشطه لتقصي الحقائق في بنجلادش مثل BD Fact check , Fact watch ، أما البيانات الكمية؛ فقد اعتمدت على استطلاع الرأي

المطبق على 500 مبحوث من مستخدمي شبكة الإنترنت مع اختلاف خصائصهم الديموغرافية، وتوصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

أشار المبحوثين إلى أن مسألة التحقق من الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي لا بد أن تكون مهمة منظمات مستقلة، مكملة في نشاطها لنشاط المؤسسات الصحفية أو تتشكل في إطار وحدة مستقلة داخل غرف الأخبار وأنهم لا يزالون يستخدمون الاستراتيجيات التقليدية المباشرة في التحقق من مضمون الخبر؛ من خلال الرجوع للمصادر الرئيسية للخبر ذاته. وفيما يتعلق بالعاملين بمؤسسات تدقيق الحقائق، فإنهم يقومون بالتحقق من الأخبار المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل تطوعي، كما أنهم يستخدمون محرك البحث جوجل لمعرفة الأخبار الصحيحة، وأيضًا يفتقرون إلى الدعم التكنولوجي للتمكن من استخدام المزيد من استراتيجيات التحقق التكنولوجية (Md Mahfuzul, 2020, pp.1-32).

وحول مسارات الضوابط المهنية والأخلاقية ألقى (وائل العشري) الضوء في دراسته رؤية الصحفيين المصريين للضوابط المهنية والأخلاقية المنظمة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وعلاقتها بأساليب الممارسة السائدة (2020): استهدفت هذه الدراسة رصد وتحليل استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقة ذلك بممارساتهم نحو أخلاقيات الممارسة المهنية، وتنتهي هذه الدراسة لحل الدراسات الوصفية التحليلية واعتمدت هذه الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية، كما اعتمدت على منهج المسح، بشقه الميداني الذي وظفته الدراسة في مسح عينة من الصحفيين المصريين، واستخدمت هذه الدراسة استمارة الاستبيان، التي تم توزيعها على عينة من الصحفيين المصريين في الصحف (القومية – الحزبية – الخاصة)، وبلغ قوامها (200) مبحوث، وقد توصلت الدراسة في أهم نتائجها إلى ما يلي:

جاءت تصورات الصحفيين بشأن مفهوم ” مهنية الأداء الصحفي ” باعتباره يتضمن القواعد التالية: احترام حق الجمهور في المعرفة - الدقة في جمع الأخبار وتحريرها - احترام حرمة الحياة الخاصة الالتزام بالحقائق والامتناع عن اختلاق الوقائع أو إطلاق الأخبار المفبركة أو المصطنعة أو المضللة - إتاحة فرص متكافئة لكافة الأطراف لكي تعبر عن وجهة نظرها في القضية أو الموضوع الذي يتم طرحه ومناقشته - عدم استغلال العمل الصحفي في تحقيق مصالح مادية والامتناع عن قبول الهدايا أو الرشاوى أو الرضوخ إلى إغراءات تؤثر في العمل الصحفي - فصل الرأي عن الحقيقة - احترام حقوق الملكية الفكرية - احترام حق الرد والتصحيح - عدم الجمع بين العمل الصحفي التحريري والعمل بالإعلانات ، وخدمة القراء والتركيز على تلبية احتياجاتهم ، ويعكس هذا الترتيب تأكيداً من جانب الصحفيين على القواعد الأساسية للممارسة المهنية الصحيحة والتي تعطي من قيم : "حق الجمهور في المعرفة - الموضوعية - الدقة - استقلالية الصحفي - احترامه لمليكة الآخرين على إنتاجهم الفكري". كما أشارت الدراسة إلى تعدد آليات التحقق التي يلجأ الصحفيون إليها عند تداول الأخبار والمعلومات المثيرة للجدل عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ويأتي في مقدمتها الاتصال بالمصدر الأصلي، يليها القيام بعملية بحث لتحديد المصادر، مثل الدخول على الصفحة الشخصية للمستخدم أو الصفحة الرسمية للجهة، وهو ما يعكس تنوعاً في آليات التحقق التي يلجأ إليها الصحفيون للتحقق من الأخبار التي تنشر عبر تلك الشبكات ، وهي آليات مستقاة بشكل أساسي من الصحافة الورقية ، وأنه لم يتم الاستفادة حتى الآن من آليات التحقق التكنولوجية (وائل العشري، 2020، صص 86-205).

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال العرض السابق للدراسات العربية والأجنبية لاحظت الباحثة وجود اهتمام عالمي برصد واستكشاف إمكانية التحقق من الأخبار عبر الإنترنت بشكل عام وعبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل خاص، وركزت بعض الدراسات حول تأثير الشبكات الاجتماعية على القائم بالاتصال، وأهم التغيرات التي أحدثتها البيئة الاتصالية الرقمية في طبيعة عملهم الإعلامي، ومدى ظهور أنماط جديدة في استخدام الأخبار، بينما ركزت بعض الدراسات على استخدامات الصحفيين للشبكات الاجتماعية، وتقييمهم لأهمية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي.

أبرزت نتائج الدراسات السابقة أن مواقع شبكات التواصل الاجتماعي قد أثرت بشدة على الصحافة، وغيرت من بيئتها الإعلامية؛ إضافة إلى تأثيرها القوي على الصحفيين، خاصة فيما يتعلق بأداء العمل الصحفي.

تساؤلات الدراسة:

- ما معدل استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية؟ وما معدل استخدامهم لهذه المنصات في العمل الصحفي؟ وما الفوائد المدركة من استخدام هذه المنصات الرقمية في العمل الصحفي لديهم؟
- ما معدل استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى؟ وما معدل سهولة استخدامهم لهذه التقنيات في عملهم الصحفي؟ وما معوقات استخدام تقنيات التحقق الرقمية لديهم؟
- ما تأثير استخدام تقنيات التحقق الرقمية على الأداء المهني لدى عينة الدراسة؟ وما تأثير هذا الاستخدام على الالتزام بالمعايير الأخلاقية للنشر على المنصات الرقمية لديهم؟

المدخل النظري للدراسة:

المستوى الثاني من النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT2)

الفكرة الأساسية للنظرية:

قدم ديفيس (Davis) لأول مرة نموذجًا لدراسة كيفية قبول التكنولوجيا لدى الأفراد عام 1989 وأسماه نموذج تقبل التكنولوجيا "Technology Acceptance Model" والمعروف اختصاراً بـ (TAM) حيث يفترض النموذج بأن تقبل أي تكنولوجيا معينة يرتكز على عاملين رئيسيين هما (الفائدة المتوقعة، وسهولة الاستخدام) (Jing Wang, 2022, pp.2-20). كما قام ديفيس (Davis) بتطوير النموذج عام 1993 إلى النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا "The unified theory of acceptance and use of technology UTAUT" وهي قائمة على أربعة مرتكزات أساسية تشمل المتغيرات الخارجية وتتمثل في (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثير الاجتماعي، والتسهيلات المتاحة) ومتغيرين داخليين هما (النية السلوكية، وسلوك المستخدم). واستخدمت النظرية المتغيرات الوسيطة وهي (النوع، والعمر، ومستوى الخبرة، وطوعية الاستخدام) لتحسين القدرة التنبؤية للنظرية ولمعرفة إذا كانت هذه الاختلافات الفردية تؤثر في قبول التقنيات الحديثة أم لا. كما أن الأشخاص ذوي الخبرة الواسعة يُقدرون استخدام التكنولوجيا، مع التركيز على الخبرة في الوقت المناسب التي يمكن أن تتوقع بقوة الفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام المتصورة. لذلك، قد يعتقد الناس أن التكنولوجيا سهلة الاستخدام، على افتراض أن هذه السهولة ستسمح لهم باستخدامها بحرية، دون الحاجة إلى بذل الكثير من التفكير أو الجهد. ويحدث ذلك في أي وقت يتفاعل فيه المستخدمون المتمرسون مع التكنولوجيا بانتظام، مما قد يهيئ جواً مريحاً، كما أن العلاقة بين الخبرة المتصورة والفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام المتصورة هي الاهتمام الرئيسي للنموذج (Jing Wang, 2022, pp.2-20).

تركز نظرية (UTAUT) بشكل عام على شرح قبول الموظفين للنظام الجديد داخل المنظمة، ولكنه يأخذ في الاعتبار فقط الدافع الخارجي لاستخدام تكنولوجيا المعلومات، وليس لشرح تبني غير المنظمة للتقنيات الجديدة والنظر في المستخدمين "الدوافع البيئية". وحقبة أن اعتماد التكنولوجيا لم يُدرس إلا داخل المنظمات

تمثل عيباً من عيوب جميع النماذج السابقة، ونظراً للضرورة المتزايدة للتحقيق في محددات تبني التكنولوجيا بين المستهلكين، تم تطوير النظرية من خلال نموذج (UTAUT2)، الذي تضمن ثلاثة عوامل جديدة وهي (دافع المتعة، القيمة السعرية، والعادة) والذي يركز على المنظورات الفردية في اعتماد التكنولوجيا، وقام بتغيير السياق من المنظمة إلى المستخدم ويُعتقد أن استخدام نموذج (UTAUT2) لاستكشاف سلوك التبنّي الفردي هو أقرب إلى البيئة الحالية للمستخدم (Maizatul,2020, pp.679-689).

وتُعد كل من نظرية (UTAUT) ونموذج (UTAUT2) أحد النماذج الأكثر شعبية التي استُخدمت مؤخراً لتقييم نية المستخدمين السلوكية في استخدام تكنولوجيا المعلومات في السياق العام. وبالمقارنة مع نظرية (UTAUT)، فإن نموذج (UTAUT2) ينظر في المنظورات الفردية في اعتماد التكنولوجيا وهو أكثر تفسيراً لأنه يقلل من متغيرات التكيف إلى السن والجنس والخبرة. كما زادت القوة التفسيرية للنية السلوكية في نموذج (UTAUT2) من 6% إلى 74%. وأيضاً زادت القوة التفسيرية لاستخدام التكنولوجيا من 40% إلى 52% (Giacomo, M,2022, pp.2099–2122).

وقد حلت العديد من الدراسات السابقة تجريبياً كيف أن المتغيرات السبعة لنموذج (UTAUT2) المتمثلة في (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، التأثير الاجتماعي، التسهيلات المتاحة، دافع المتعة، والقيمة المالية، والعادة) كانت حتماً مرتبطة بنية الاستخدام والنية السلوكية. كما تُعرف النية السلوكية بأنها موقف الشخص الذي يمكن التنبؤ به بشكل كبير تجاه نيته في الاستخدام كما أن قرار "الاستمرار في استخدام النية" و "شراء العميل أو استخدامه مرة أخرى" متشابه، لأنه بعد استخدام مستخدم نظم المعلومات للنظام، سيتأثر الاستخدام مرة أخرى بأول تجربة لاستخدام النظام. وقد تتأثر نية اعتماد التكنولوجيا إلى حد كبير بمتغيرات أخرى مثل تدفق المعلومات (Malik Bader,2015, PP. 620-629).

فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل نوايا استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، التخصص، طبيعة الوظيفة داخل المنظمة، المؤسسة التي ينتمي لها، سنوات الخبرة في العمل الصحفي).

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل نوايا استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى معدل استخدامهم للمنصات الرقمية في العمل الصحفي.

الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل نوايا استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى معدل تعرضهم لأشكال المحتوى الزائف عبر المنصات الرقمية في إطار عملهم الصحفي.

الفرضية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل نوايا استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى معدل إدراكهم لفائدة استخدام هذه المنصات الرقمية في عملهم الصحفي.

الفرضية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل نوايا استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى إدراكهم لسهولة استخدام هذه التقنيات.

الفرضية السادسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى معدل نواياهم المتعلقة بهذا الاستخدام.

الإجراءات المنهجية للدراسة :**نوع الدراسة:**

تنتمي هذه الدراسة إلى فئة الدراسات الوصفية، حيث تستهدف الدراسات الوصفية تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف ما تغلب عليه صفة التحديد. وعلى ذلك تقوم الدراسة الوصفية بوصف ما هو كائن عن طريق جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة وجدولتها وتبويبها، ثم تفسير تلك البيانات واستخلاص التعميمات والاستنتاجات.

منهج الدراسة:

نظرًا لطبيعة هذه الدراسة، والرغبة في الحصول على أكبر قدر من الدقة العلمية وظفت الباحثة منهج المسح Survey كونه إجراءً علمياً يستهدف الحصول على البيانات والمعلومات حول الظاهرة موضوع الدراسة.

مجتمع الدراسة:

يعد تحديد مجتمع الدراسة ونوع العينة من الخطوات المنهجية الهامة التي تؤدي إلى التوصل إلى نتائج علمية دقيقة واختيار عينة محددة للدراسة من الخطوات العلمية التي تتبع في البحوث والدراسات التي تتميز بكبر حجم المجتمع، ويتمثل مجتمع الدراسة في القائمين بالاتصال العاملين بالمواقع والبوابات والمنصات الرقمية التابعة للمؤسسات الصحفية المصرية عينة الدراسة لتطبيق الدراسة عليهم.

عينة الدراسة:

أُجريت الدراسة على عينة عمدية قوامها 200 مبحوث من القائمين بالاتصال العاملين في المواقع والبوابات والمنصات الرقمية التابعة للمؤسسات الصحفية، والمنتجون للمحتوى الرقمي وتم استبعاد العاملين في الإصدار الورقي، وتم اختيارهم بأسلوب كرة الثلج شرط أن نغطي قدر المستطاع منتجي كل المحتويات الرقمية بكافة أشكاله وتتمثل تلك المؤسسات في (بوابة الأهرام، بوابة الجمهورية، موقع اليوم السابع، موقع القاهرة 24، بوابة أخبار اليوم). وتم التطبيق من خلال الاستبيان الإلكتروني عبر الإنترنت وتم إرساله للصحفيين عبر البريد الإلكتروني، والواتس اب والفيس بوك الخاص بالمبحوثين عينة الدراسة، وتم إجراء الدراسة الميدانية في الفترة من: 2024/5/8 إلى 2024/6/22. بالإضافة إلى إجراء (7) مقابلات متعمقة مع عينة الدراسة من مديري ونواب رؤساء التحرير والمتخصصين المرتبطين بموضوع الدراسة في الفترة من 2024/7/10 إلى 2024/7/27.

أدوات جمع البيانات:

أداة الاستبيان (Questionnaire): تم رفع استمارة الاستقصاء الإلكتروني من خلال محرك البحث جوجل. وتم إرسال الاستبيان للمبحوثين عينة الدراسة عبر البريد الإلكتروني، والواتس اب، والفيس بوك الخاص بهم. وتم تطبيق استمارة الاستقصاء في الفترة الممتدة من 2024/5/8 حتى 2024/6/22، حصلت الباحثة على 202 استمارة، استخلصت منها 200 استمارة خضعت للتحليل الإحصائي، وتم استبعاد 2 لعدم اكتمال الإجابات.

أداة المقابلة المتعمقة: وطبقت الدراسة هذه الأداة في إجراء (7) مقابلات رئيسية مع عينة الدراسة من مديري ونواب رؤساء التحرير والمتخصصين المرتبطين بموضوع الدراسة.

اختبار الصدق والثبات:**(أولاً) اختبار الصدق للدراسة:**

استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهري للتحقق من صدق الاستمارة من حيث قدرتها على الإجابة عن تساؤلات الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وذلك من خلال عرضها على مجموعة من أساتذة الإعلام للحكم عليها والاستفادة من ملاحظاتهم العلمية في تطوير استمارة الدراسة من حيث وضوح عبارات الأداة ومدى مناسبتها للمحاور التي تنتمي إليها، وتم إجراء كافة التعديلات المطلوبة عليها قبل تطبيقها.

(ثانياً) اختبار الثبات للدراسة:

استخدمت الباحثة أسلوب "كرونباخ ألفا" "Cronbach's Alpha" لقياس الاتساق الداخلي لأبنية الدراسة الميدانية أو مقاييسها، وهي درجات اتساق مرتفعة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة بالدراسة:

لإجراء التحليلات الإحصائية لأدوات الدراسة والتحقق من صحة فروض الدراسة قامت الباحثة بعمل التحليلات الإحصائية باستخدام التحليلات الإحصائية Excel وحزمة البرامج الإحصائية Statistical Package For Social Sciences المعروفة باسم الـ P.S.S.S وتم استخدام الطرق والأساليب الإحصائية الآتية: (اختبار "ت" T-test، اختبار التباين أحادي الاتجاه (ف) One - Way ANOVA، اختبار التباين البعدي بطريقة "شافيه" Scheffe، وكرونباخ ألفا Cronbach's Alpha.

نتائج الدراسة**خصائص عينة الدراسة الميدانية:**

جدول رقم (1) يوضح توصيف عينة الدراسة

متغيرات الدراسة	ك	%
متغير النوع الاجتماعي	ذكر	80%
	انثي	20%
	الإجمالي	100%
متغير العمر	أقل من 30 سنة	22.5%
	من 30 إلى أقل من 40 سنة.	46.5%
	من 40 إلى أقل من 50 سنة.	25%
	من 50 سنة فأكثر	6.0%
المجموع	200	100%
المستوي التعليمي	متوسط	0.5
	جامعي	78%
	فوق جامعي	21.5%
	المجموع	200
التخصص	متخصص	90.5%
	غير متخصص	9.5%
	المجموع	200
محرم إلكتروني	59	29.5%

2.5%	5	محرر مواقع اجتماعية	الوظيفة
1.5%	3	رئيس تحرير	
2.5%	5	مدير محتوى إلكتروني	
4%	8	مدير موقع إلكتروني	
26%	52	رئيس قسم	
10%	20	صحفي فيديو	
17%	34	مدير تحرير	
1%	2	مصمم جرافيكي	
1%	2	محرر رسائل الأخبار العاجلة	
5%	10	مسئول منصة نشر	
100%	200	المجموع	
26.5%	53	أقل من 10 سنوات	سنوات الخبرة
55%	110	من 10 إلى أقل من 20 سنة	
14%	28	من 20 إلى أقل من 30 سنة	
4.5%	9	من 30 سنة فأكثر	
100%	200	المجموع	

وتشير بيانات الجدول السابق من حيث متغير النوع، بنسبة (80%) ذكور، و(20%) إناث، ومن حيث متغير العمر من تتراوح أعمارهم ما بين "30 إلى أقل من 40 عامًا" بنسبة (46.5%)، يليهم بفارق كبير من تتراوح أعمارهم ما بين "40 إلى أقل من 50 عامًا" بنسبة (25%)، يليهم فئة "أقل من 30 عامًا" بنسبة (22.5%)، ثم من تتراوح أعمارهم ما بين "50 فأكثر" بنسبة (6%)، ومن حيث المستوى التعليمي بلغت نسبة الحاصلين على مؤهل جامعي (78%) من إجمالي عينة الدراسة، يليهم بفارق كبير الحاصلين على مؤهل فوق الجامعي "ماجستير أو دكتوراه" بنسبة (21.5%)، ثم الحاصلين على "مؤهل متوسط أو ثانوي فأقل" بعدد مبحوث واحد بنسبة (0.5%) من إجمالي عينة الدراسة، أما من حيث التخصص بلغ عدد الحاصلين على مؤهلات متخصصة في مجال الإعلام بنسبة (90.5%) من إجمالي عينة الدراسة.

أما غير المتخصصين في مجال الإعلام بلغت نسبتهم (19.5%) من إجمالي العينة، بالإضافة إلى متغير الوظيفة جاءت وظيفية "محرر إلكتروني" في المرتبة بنسبة (29.5%)، ثم "رئيس قسم" بنسبة (26%)، ثم "مدير تحرير" بنسبة (17%)، ثم "صحفي فيديو" بنسبة قدرها (10%)، ثم "مسئول منصة نشر" بنسبة (5%)، ثم "مدير موقع إلكتروني" بنسبة قدرها (4%)، ومدير محتوى إلكتروني، ومحرر المواقع الاجتماعية "Social Media" بنسبة (2.5%) لكل مركز وظيفي منهما على حدة، ثم رئيس تحرير بنسبة (1.5%)، تلتهم في المرتبة الأخيرة وظيفتي "مصمم جرافيكي" و"محرر رسائل الأخبار العاجلة" بنسبة (1%) فقط من إجمالي عينة الدراسة، وبالنسبة لمتغير سنوات الخبرة فئة من لديهم خبرة "من 10 سنوات إلى أقل من 20 سنة" قد جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (55%)، ثم فئة "أقل من 10 سنوات" بنسبة قدرها

(26.5%)، ثم فئة "من 20 سنوات إلى أقل من 30 سنة" وبنسبة قدرها (14%)، ثم من تتراوح خبرتهم من 30 عام فأكثر" في المرتبة الأخيرة بنسبة (4.5%) فقط من إجمالي عينة الدراسة.

وترى الباحثة أن مجيء أصحاب الخبرة المتوسطة في المرتبة الأولى مقارنة بأصحاب الخبرة المنخفضة والمرتفعة، يرجع إلى حداثة هذه المنصات والمواقع الإلكترونية وكذلك غلبة الشباب على العاملين في المنصات الرقمية عينة الدراسة مقارنة بأصحاب الخبرة المرتفعة الذين ينتمون عادة إلى كبار السن والذين هم ربما يكونون بعيدين إلى حد ما عن التطورات التكنولوجية، ويُفسر مجيء المرتبة الأخيرة لسنوات الخبرة للمبجوثين عينة الدراسة لأنهم يتمركزون في مناصب القيادات داخل المواقع كرؤساء أقسام، ومديري التحرير، ونواب رئيس التحرير، ويتم الاستعانة بهم لخبرتهم الطويلة في التحرير والكتابة الصحفية، وإلمامهم بقواعد المهنة وأخلاقياتها وإحداث نوع من التوازن بين عاملي الشباب والخبرة في العمل الصحفي.

معدل استخدام القائمين بالاتصال للمنصات الرقمية:

جدول رقم (2) توزيع استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية

العينة الكلية	موقع القاهرة 24		موقع اليوم السابع		بوابة الجمهورية		بوابة أخبار اليوم		بوابة الأهرام		فئات استخدام المنصات الرقمية
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
10%	20	3	4.1%	2	14.3%	5	11.4%	4	18.2%	6	أقل من ساعتين يومياً
20.5%	41	5	20.4%	10	28.6%	10	20%	7	27.3%	9	من 2 - أقل من 4 ساعات يومياً
17.5%	35	5	20.4%	10	28.6%	10	11.4%	4	18.2%	6	من 4 - أقل من 6 ساعات يومياً
52%	104	35	55.1%	27	28.6%	10	57.1%	20	36.4%	12	من 6 ساعات يومياً فأكثر
100%	200	48	100%	49	100%	35	100%	35	100%	33	المجموع

لقياس معدل الاستخدام اليومي للمنصات الرقمية لدى عينة الدراسة، استخدمت الباحثة مقياس رباعي يتراوح بين (1) "أقل من ساعتين يومياً" و (4) "ساعات يومياً فأكثر". وجاء المعدل العام لاستخدام هذه

المنصات مرتفعاً ($M = 3.12, SD = 1.057$)، حيث جاء من يستخدمون هذه المواقع "من 6 ساعات يومياً فأكثر" في المرتبة الأولى بتكرار 104 مفردة بنسبة (52%)، ثم من أجابوا بأنهم يستخدمون هذه المواقع "من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات يومياً" بتكرار 41 مبحوث بنسبة (20.5%)، ثم من يستخدمونها "من أربع ساعات إلى أقل من ست ساعات يومياً" بتكرار 35 مبحوث بنسبة (17.5%)، ثم من يستخدمونها "أقل من ساعتين يومياً" بعدد 20 مفردة بنسبة (10%).

وتعكس هذه النتيجة استحواد المنصات الرقمية على القائم بالاتصال كما توضح هذه النتيجة كثافة استخدام القائمين بالاتصال للمنصات الرقمية بشكل يومي. كما أن هذه النتيجة تتناسب مع الزيادة المطردة لاستخدام المنصات الرقمية بشكل عام ومن ثم تعد نتيجة طبيعية لاعتماد القائم بالاتصال على هذه المنصات؛ سواء كان ذلك باعتبار أن هذه المنصات تستحوذ على اهتمام الجمهور، أو من خلال طبيعة عمل القائم بالاتصال والتي تستوجب عليه الإلمام بوسائل الإعلام الجديدة، والتي قد تكون من العوامل المساعدة في بيئة العمل الصحفي. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة "سحر أحمد غريب" التي أوضحت أن غالبية المبحوثين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي أكثر من 6 ساعات يومياً بنسبة 36.4%، ثم من 3 ساعات لـ 6 بنسبة 34.1% (سحر أحمد غريب، 2021، ص212).

معدل استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية في العمل الصحفي

جدول رقم (3) توزيع استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية المختلفة في العمل الصحفي

العينة الكلية	موقع القاهرة 24		موقع اليوم السابع		بوابة الجمهورية		بوابة أخبار اليوم		بوابة الأهرام		فئات استخدام المنصات الرقمية في العمل الصحفي	
	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية		
8.5%	17	2.1%	1	12.2%	6	14.3%	5	14.3%	5	0%	0	نادرًا
37%	74	33.3%	16	30.6%	15	31.4%	11	48.6%	17	45.5%	15	أحيانًا
44.5%	89	50%	24	49%	24	48.6%	17	28.6%	10	42.4%	14	غالبًا
10%	20	14.6%	7	8.2%	4	5.7%	2	8.6%	3	12.1%	4	دائمًا
100%	200	100%	48	100%	49	100%	35	100%	35	100%	33	المجموع

لقياس معدل استخدام عينة الدراسة للمنصات الرقمية في العمل الصحفي، استخدمت الباحثة مقياس رابعي، والذي يتراوح بين (0) لا استخدمه مطلقاً و(4) استخدمه دائماً، وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن المعدل العام لاستخدام عينة الدراسة لهذه المنصات في عملهم الصحفي جاء مرتفعاً نسبياً ($M = 2.56, 0.787$)

(SD = 0.749)، وجاء من يستخدمون "واتس أب" "WhatsApp" في العمل الصحفي في المرتبة الأولى (M = 3.43, SD = 0.900) "فيسبوك" "Facebook" (M = 3.71, SD = 3.43)، ثم مستخدمو "جوجل بلس" "Google Plus" (M = 3.06, SD = 1.163)، تلاهم مستخدمو "يوتيوب" "YouTube" (M = 2.76, SD = 1.187)، ثم مستخدمو "أكس" "X" (M = 2.35, SD = 1.282)، فمستخدمو "انستجرام" "Instagram" (M = 2.27, SD = 1.156)، ثم مستخدمو "تليجرام" "Telegram" (M = 2.13, SD = 1.264)، ثم مستخدمو "تيك توك" "TikTok" (M = 1.334, SD = 1.82)، ثم مستخدمو "لينكد إن" "LinkedIn" (M = 1.68, SD = 1.198) في المرتبة الأخيرة من حيث استخدام عينة الدراسة له في العمل الصحفي.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة "سحر أحمد غريب" التي توصلت إلى أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي التي يستخدمها القائم بالاتصال هو الفيس بوك والواتس أب ثم الماسنجر (سحر أحمد، 2021، ص 212). وتتفق هذه النتيجة أيضًا مع دراسة "على عبد الحسين، و أحمد عبد الستار" التي أوضحت تصدر الفيس بوك والواتس أب قائمة وسائل التواصل التي يستخدمها القائم بالاتصال (على، أحمد، 2018، ص 226-266).

جدول رقم (4) توزيع فوائد استخدام المنصات الرقمية في العمل الصحفي على عينة الدراسة

العينة الكلية	موقع القاهرة 24		موقع اليوم السابع		بوابة الجمهورية		بوابة أخبار اليوم		بوابة الأهرام		فوائد استخدام المنصات الرقمية في العمل الصحفي
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
1%	2	0%	0	0%	2.9%	1	0%	0	3%	1	رافض
12%	24	10.4%	5	10.2%	17.1%	6	8.6%	3	15.2%	5	محايد
55%	110	45.8%	22	57.1%	51.4%	18	62.9%	22	60.6%	20	موافق
32%	64	43.8%	21	32.7%	28.6%	10	28.6%	10	21.2%	7	موافق جداً
100%	200	100%	48	100%	100%	35	100%	35	100%	33	المجموع

لقياس الفوائد المدركة من استخدام المنصات الرقمية في العمل الصحفي لدى عينة الدراسة، استخدمت الباحثة تسع عبارات ايجابية، وذلك من خلال مقياس "ليكرت" الخماسي، والذي تراوح ما بين (0)

رافض جداً و(4) موافق جداً. وكشفت نتائج التحليل الإحصائي أن المعدل العام لهذه الفوائد جاء مرتفعاً ($M = 3.18, SD = 0.671$)

ويمكن القول أن أوجه استخدام القائم بالاتصال للمنصات الرقمية في العمل الصحفي تنوعت ما بين الاستخدامات المهنية، سواءً فيما يتعلق بمتابعة مصادر معينة، أو من خلال تكوين علاقات مهنية أو تسويق الأخبار والموضوعات الصحفية كونها مصدراً للحصول على المعلومات من صفحات الجهات الرسمية أو الشخصيات العامة، أو استخدامات اجتماعية تمثلت في التواصل مع الأصدقاء ونشر ما يدور في الشبكات الاجتماعية للرأي العام وغيرها وتعكس هذه الاستخدامات تزايد أهمية المنصات الرقمية للقائم بالاتصال وتعدد أوجه استخداماتها في العمل الصحفي؛ نظراً لاعتماد المواقع والبوابات الإخبارية على هذه المنصات في نشر أخبارها والوصول إلى جماهيرها بالإضافة إلى أن هذه المنصات أضحت أبرز الوسائل المهمة في تشكيل الرأي العام أو صناعة رأي عام تجاه قضية أو حدث أو أزمة من الأزمات الكبرى التي يمر بها المجتمع.

جدول رقم (5) طرق تعامل المبحوثين مع أنواع المحتوى الزائف في إطار عملهم الصحفي

الانحراف المعياري SD	الوسط الحسابي Mean	طرق التعامل
0.729	3.53	أقوم بالاتصال بالمصادر الرسمية للخبر.
0.665	3.51	أقوم بالدخول على الصفحة الشخصية أو الرسمية للشخصيات المعنية بالخبر.
.769	3.39	خبراتي المهنية والصحفية تمكنني من التفرقة بين المحتوى الزائف والصحيح.
.801	3.36	أبحث في مواقع أو مصادر إخبارية أثق بها.
.809	3.22	أتابع وسائل الإعلام المختلفة.
.896	3.12	أقوم بالتحقق من خلال الرجوع لمحركات البحث مثل جوجل.
1.113	2.42	أقوم بالتحقق من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف المحتوى الزائف.
1.115	2.19	أقوم بمراجعة رئيس القسم.

وتبين بيانات الجدول السابق

أن عبارة "أقوم بالاتصال بالمصادر الرسمية للخبر" قد جاءت في المرتبة الأولى ($M = 3.53, SD = 0.729$)، تلتها عبارة "أقوم بالدخول على الصفحة الشخصية أو الرسمية للشخصيات المعنية بالخبر" ($M = 3.51, SD = 0.665$)، ثم "خبراتي المهنية تمكنني من التفرقة بين المحتوى الزائف والصحيح" ($M = 3.39, SD = 0.769$)، تلتها عبارة "أبحث في مواقع أو مصادر إخبارية أثق بها" ($M = 3.36, SD = 0.801$)، ثم عبارة "أتابع وسائل الإعلام المختلفة" ($M = 3.22, SD = 0.809$)، تلتها عبارة "أقوم بالتحقق من خلال الرجوع لمحركات البحث مثل جوجل" ($M = 3.12, SD = 0.896$)، ثم عبارة "أقوم بالتحقق من خلال استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف المحتوى الزائف" ($M = 1.113, SD = 2.42$)، تلتها في المرتبة الأخيرة عبارة "أقوم بمراجعة رئيس القسم" ($M = 2.19, SD = 1.115$).

وهذا يشير إلى زيادة معدلات الطرق الالكترونية مقارنة بالطرق التقليدية في تعامل المبحوثين مع أنواع المحتوى الزائف في إطار عملهم الصحفي.

جدول رقم (6) سهولة استخدام تقنيات التحقق الرقمية في عمك الصحفي لدى عينة الدراسة

الانحراف المعياري SD	الوسط الحسابي Mean	العبارات
0.798	3.19	تدفعني سهولة استخدام تقنيات التحقق إلى الاطلاع على كل ما هو جديد في مجال التكنولوجيا.
0.851	3.14	أرى أنه يسهل اكتساب مهارة استخدامها في أقل وقت ممكن.
0.926	3.10	أرى أن آلية التشغيل السريع لها قد يمكنني من التحقق في وقت قصير بما لا يفقدني سبق الصحفي.
0.887	3.08	أجد أن استخدام تقنيات التحقق من المحتوى المرئي (الصور، والفيديو) سهل بالنسبة لي.
0.916	2.97	أرى أن استخدام تقنيات التحقق من المحتوى النصي لا يستغرق وقت طويل.
0.984	2.92	أجد أن استخدام تقنيات التحقق من المحتوى الخاص بمعرفة هوية المواقع الإلكترونية لا يستغرق وقت طويل.
0.973	2.88	أجد أن استخدام تقنيات التحقق من المحتوى الخاص بالأماكن الجغرافية هو الأكثر سهولة.
0.926	2.85	أرى أن استخدام تقنيات التحقق من المحتوى الخاص بمعرفة هوية الأشخاص سهل بالنسبة لي.

ويتضح من الجدول السابق أن عبارة "تدفعني سهولة استخدام تقنيات التحقق إلى الاطلاع على كل ما هو جديد في مجال التكنولوجيا" قد جاءت في المرتبة الأولى ($M = 3.19, SD = 0.798$)، تلتها عبارة "أرى أنه يسهل اكتساب مهارة استخدامها في أقل وقت ممكن" ($M = 3.14, SD = 0.851$)، ثم "أرى أن آلية

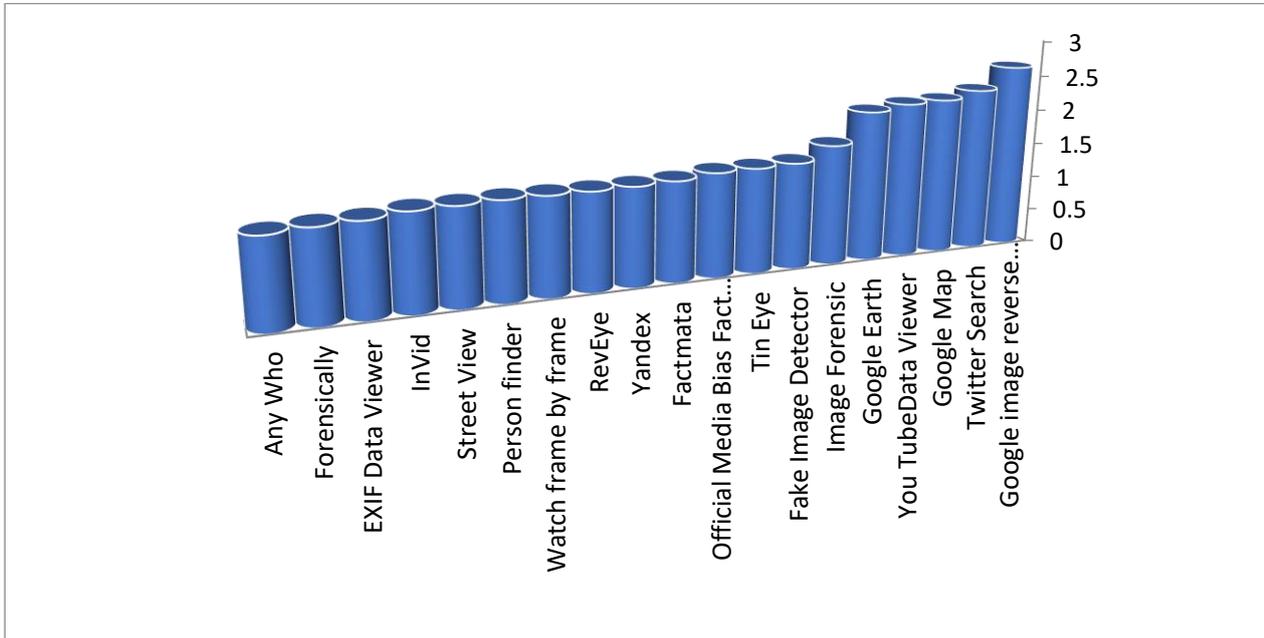
التشغيل السريع لها قد يمكنني من التحقق في وقت قصير بما لا يفقدني السبق الصحفي" ($M = 0.926$, $SD = 3.10$)، تلتها عبارة "أجد أن استخدام تقنيات التحقق من المحتوى المرئي سهل بالنسبة لي" ($M = 0.887$, $SD = 3.08$)، ثم "أرى أن استخدام تقنيات التحقق من المحتوى النصي لا يستغرق وقت طويل" ($M = 2.97$, $SD = 0.916$)، تلتها عبارة "أجد أن استخدام تقنيات التحقق من المحتوى الخاص بالأماكن الجغرافية هو الأكثر سهولة" ($M = 2.88$, $SD = 0.973$)، تلتها في المرتبة الأخيرة "أرى أن استخدام تقنيات التحقق من المحتوى الخاص بمعرفة هوية الأشخاص سهل بالنسبة لي" ($M = 2.85$, $SD = 0.926$) (=).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة "Frank Nahmias" التي أكدت أن تكيف الصحفيين مع التكنولوجيا الحديثة يرتبط إلى حد كبير بدرجة السهولة المرتبطة بهذه التكنولوجيا، حيث تعد أقوى مؤشر لنية القائمين بالاتصال لاستخدامها في المستقبل القريب، كما تقع على الصحفيين مسؤولية أن يكونوا على علم بهذه التغيرات وتحديث مهاراتهم باستمرار (Frank .L,2014,p.66).

جدول رقم(7): استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق من الأخبار الزائفة

عرضت الباحثة للمبحوثين عشرون (20) تقنية للتحقق من المحتوى قبل النشر، مستخدمةً مقياس "ليكرت الخماسي"، والذي يتراوح ما بين (0) رافض جداً و(4) موافق جداً، وتركت الباحثة المجال أمام المبحوثين لإضافة تقنيات أخرى يستخدمونها من خلال "أخرى تذكر"، وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن المعدل العام لهذه التقنيات جاء منخفضاً نسبياً ($M = 1.62$, $SD = 1.123$)، ويوضح الشكل رقم (1) التقنيات التي استخدمها أفراد عينة الدراسة للتحقق من المحتوى قبل النشر.

شكل رقم (1) معدلات استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية المختلفة في العمل الصحفي



ويُظهر الشكل السابق تنوع كثافة استخدام هذه التقنيات من الأكثر استخداماً إلى الأقل استخداماً، حيث ارتفع معدل استخدام تقنية "البحث العكسي عن الصور في جوجل" "Google Image Reverse Search" ($M = 2.63$, $SD = 1.309$) نسبياً مقارنة بغيرها من التقنيات الأخرى، وجاء معدل استخدام بعض التقنيات معتدلاً إلى حد ما مثل خاصية "البحث في تويتر (اكس)" "Twitter (X) Search" ($M = 2.33$, $SD = 1.368$)، ثم "خرائط جوجل" "Google Map" ($M = 2.23$, $SD = 1.378$)، ثم "عارض بيانات اليوتيوب" "YouTube Data Viewer" ($M = 2.21$, $SD = 1.359$)، ثم تطبيق "جوجل إيرث" "Google Earth" ($M = 2.14$, $SD = 1.350$).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة "محمود رمضان" والتي أشارت إلى أن هناك آليات يمكن اتباعها من قبل الصحف للتحقق من صحة ما ينشر، مثل (PEG Snoop, Exif Viewer, Tin Eye, Google Reverse Image search) واستخدام عملية البحث العكسي عن الصور للتأكد من أصالة الصور، والاستعانة بمواقع متخصصة لفحص محتويات الصور والفيديوهات (محمود رمضان، 2021، ص 659-758).

وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع ما توصلت إليه دراسة "أمل محمد خطاب" التي أكدت أن أنظمة الذكاء الاصطناعي تستخدم بشكل عام لدعم مهام غرف الأخبار في عدة مجالات أهمها التحقق والتثبت من صحة الأخبار والمعلومات بأشكالها وهوية الأشخاص والأماكن حيث يمكن استخدام أدوات تقنية وبرمجيات ذكية تزود الصحفي بمعلومات أساسية عن مدى صحة وصدق ودقة هذه المواد، وتساعد في التحقق الموضوعي والتقني منها (أمل محمد، 2021، ص 93-154).

كما تتفق هذه النتيجة أيضاً بشكل جزئي مع ما توصلت إليه دراسة "Rubal Kanozia" أن من أهم الآليات القوية التي تعتمد على التكنولوجيا لزيادة التحقق عبر الإنترنت والتحقق من الحقائق التي قد تعمل على التحقق التلقائي والتدقيق من الأكاذيب مثل google image search, Tin eye search, Cydral, search, Yandex search, InVid and Baidu, ولفضح القصص الإخبارية أو الشائعات الوهمية المتعلقة بالأزمات الصحية، كما ينبغي إشراك خبراء أو خبراء فنيين متخصصين في التحقق من المحتوى الزائف (Rubal,k,2019,pp2359-7514).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة "Jared Charles, et al" التي توصلت إلى أن القائمين بالاتصال يستخدمون منصة الفيس بوك بشكل كبير في توليد القصص الإخبارية؛ مما يتطلب استخدام استراتيجيات تكنولوجية مستحدثة في عملية التحقق الإخباري، مثل Tin Eye, YouTube Data Viewer, Google Image, بالإضافة إلى استخدام الاستراتيجيات التقليدية في التواصل المباشر مع مصدر الخبر (Jared,c,2018,pp.1-81).

ولعل هذه النتيجة تشير بوضوح إلى رغبة القائمين بالاتصال عينة الدراسة في استخدام مثل هذه التقنيات، مما يوضح تطلعهم إلى تحقيق مستوى أفضل في تقديم المحتوى الإخباري، وهو ما يؤكد على ضرورة السعي نحو تحقيق الاستفادة المثلى من مثل هذه التقنيات التي من شأنها المساهمة في تطوير المحتوى الإخباري بشكل كبير.

وانخفض معدل استخدام تقنيات أخرى مثل تطبيق "أداة التحقق الجنائية من الصور" "Forensically Image Verification Tool" (M = 1.71, SD = 1.451)، و"كاشف الصور المزيفة" "Fake Image Detector" (M = 1.51, SD = 1.393)، ثم "عين القصدير" "Tin Eye" (M = 1.49, SD = 1.382)، و"التحقق من صحة تحيز وسائل الإعلام الرسمية" "Official Media Bias Fact Check" (M = 1.48, SD = 1.356)، وتطبيق "الحقائق" "Fact mata" (M = 1.42, SD = 1.365)، ومحرك "يانديكس" "Yandex" (M = 1.40, SD = 1.393)، ثم "ريفي أي" "Rev Eye" (M = 1.39, SD = 1.355)، و"مشاهدة إطار تلو الآخر" "Watch Frame by Frame" (M = 1.39, SD = 1.370)، و"الباحث الشخصي" "Person Finder" (M = 1.39, SD = 1.311)، و"عرض شوارع جوجل" "Google Street View" (M = 1.37, SD = 1.346)، وتطبيق "إنفيد" "InVid" (M = 1.36, SD = 1.349)، و"عارض البيانات إكسف" "EXIF Data Viewer" (M = 1.30, SD = 1.272)، وموقع "أي شخص" "Any Who" (M = 1.24, SD = 1.257) المتخصص في البحث عن الأفراد.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن هذه التقنيات مكلفة جداً واستخدامها يتطلب ميزانيات ضخمة لا تتناسب مع الوضع المالي للمؤسسات الصحفية المصرية هذا إلى جانب الحاجة إلى التدريب الطويل والمكثف للقائمين بالاتصال لإتقان توظيف تلك التقنيات والاستفادة منها بالشكل الأمثل كونها أحد المستحدثات التكنولوجية في المجال الصحفي في المؤسسات الصحفية العربية وخاصة المصرية.

النتائج العامة للدراسة:

كشفت نتائج الدراسة **عدم تحقق صحة الفرض الأول** والذي نص على أنه «توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل نوايا استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (النوع، العمر، المستوى التعليمي، التخصص، طبيعة الوظيفة داخل المنظمة، المؤسسة التي ينتمي لها، سنوات الخبرة في العمل الصحفي)».

أكدت النتائج **تحقق الفرض الثاني** والذي نص على أنه «توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل نوايا استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى معدل استخدامهم للمنصات الرقمية في العمل الصحفي».

كما أكدت نتائج الدراسة على **تحقق الفرض الثالث** والذي نص على أنه «توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل نوايا استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى معدل تعرضهم لأشكال المحتوى الزائف عبر المنصات الرقمية في إطار عملهم الصحفي».

أوضحت الدراسة **تحقق الفرض الرابع** والذي نص على أنه «توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل نوايا استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى معدل إدراكهم لفائدة استخدام المنصات الرقمية في عملهم الصحفي».

كما أوضحت الدراسة **تحقق الفرض الخامس** والذي نص على أنه «توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل نوايا استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى إدراكهم لسهولة استخدام هذه التقنيات».

أكدت الدراسة **عدم تحقق الفرض السادس** والذي نص على أنه «توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين فئات معدل استخدام عينة الدراسة لتقنيات التحقق الرقمية من المحتوى الزائف تعزى إلى معدل نواياهم المتعلقة بهذا الاستخدام».

أظهرت نتائج الدراسة وجود قدر من الوعي والمعرفة لدى الصحفيين المتخصصين بمستقبل توظيف واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للتحقق من المحتوى الزائف غير أنهم أشاروا إلى تراجع اهتمام مؤسساتهم الصحفية بتوفير الإمكانيات المادية والتكنولوجية بالقدر الكافي والذي يضمن لهم استخدام كل التقنيات.

توصلت الدراسة إلى اتفاق آراء جميع القيادات الصحفية حول أن بالفعل تقنيات الذكاء الاصطناعي ساهمت وساعدت بشكل كبير في التحقق من المحتوى والمعلومات المغلوطة خاصة عند حدوث مثل تلك الازمات مثل أزمة كوفيد19 والعدوان على غزة وغيرها من الأحداث والقضايا، بالإضافة إلى أن تقنيات التحقق الرقمية ساهمت بالفعل وبشكل كبير جداً في دعم مصداقية الموقع ومصداقية المحتوى، وإعادة مرة أخرى المسار المهني والأخلاقي للتمسك ببعض المعايير.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن تأثير استخدام القائمين بالاتصال لتقنيات التحقق الرقمية على الالتزام بالمعايير الأخلاقية للنشر جاء أعلى قليلاً من تأثير هذه التقنيات على الأداء المهني.

توصلت الدراسة إلى أن أبرز التحديات والضغوط التي تعوق الالتزام بمعايير الأداء المهني والأخلاقي في عصر المنصات الرقمية تتمثل في: المواقع الصغيرة وغير المرخصة، التي تبحث عن الإثارة ونشر أي مواد دون التحقق منها، إلى جانب اعتماد الصحفيين الشديد على المنصات الرقمية، ويتمثل التحدي الأكبر في الاحتياج المالي للمؤسسات لتدريب الصحفيين وتحديث مهاراتهم لتتوافق مع متطلبات العصر الرقمي، إلى جانب انتشار المنصات الرقمية بشكل مبالغ فيه والتي أصبح من الصعب السيطرة عليها وتؤثر بشكل أساسي على مهنة الصحافة.

توصيات ومقترحات الدراسة:

ضرورة الاهتمام بمتابعة المواقع الإخبارية العالمية، والاطلاع على التجارب الناجحة في استخدام تقنيات التحقق من المحتوى الزائف، والتعرف على كل جديد يُطرح في استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات الإخبارية والإفادة القصوى منها حيث توفر الوقت والجهد، وتتميز بالسرعة والدقة الفائقة في الأداء.

ضرورة توفير قاعدة تكنولوجية متطورة تمثل بنية تحتية لتقنيات الذكاء الاصطناعي تتناسب مع التطورات المتلاحقة في هذا المجال عالمياً. بالإضافة إلى ضرورة اعتماد خطط استراتيجية لتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في كافة مراحل العملية الصحفية بغرف الأخبار انطلاقاً من المزايا التي يمكن أن توفرها تلك التقنيات، بالإضافة إلى تطوير قدرات العنصر البشري من خلال اكتساب المهارات التقنية والتكنولوجية اللازمة بداية من صناعة المحتوى الإخباري مروراً بمرحلة التحقق والتثبت من المحتوى.

ما تثيره الدراسة من آفاق بحثية:

إجراء المزيد من الدراسات حول العوامل والمتغيرات التي تؤثر في قبول وتبني القائمين بالاتصال لتقنيات التحقق الرقمية سواء كانت عوامل ومتغيرات مجتمعية أو مهنية وذلك للوقوف على سيناريوهات مستقبل توظيف تقنيات التحقق من المحتوى الزائف داخل جميع المؤسسات الصحفية المصرية.

من الممكن إجراء دراسات مقارنة على مستوى المؤسسات الصحفية داخل مصر وخارجها، لمقارنة آثار استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي للتحقق من المحتوى الزائف في سياقات مهنية وأخلاقية واجتماعية.

المراجع:

1. أمل محمد خطاب. (2021). في دراستها استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في غرف الأخبار: دراسة لاتجاهات التطوير وإشكاليات التحول في إطار التغيرات التكنولوجية، (المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثاني والعشرين، الجزء الأول)، ص ص93:154.
2. سحر أحمد غريب. (يوليو 2021). مصادقية وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، (المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد العشرين، العدد الثالث، الجزء الثاني).
3. على عبد الحسين، أحمد عبدالستار. (2018). توظيف القائم بالاتصال في القنوات الفضائية للإعلام الجديد: دراسة مسحية على القائمين بالاتصال في القنوات الفضائية العراقية، مجلة ديالي، العراق، العدد 77.
4. محمود رمضان أحمد عبد اللطيف. (2021)، مرجع سابق، العدد 34، ص ص659-758.
5. محمود رمضان أحمد عبد اللطيف. (2021). آليات تعامل الصحف المصرية مع ظاهرة اضطراب المعلومات والمحتوى الموجه في إطار التزامها بالشفافية والمصادقية المهنية: دراسة ميدانية، (المجلة المصرية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 34).
6. نسمة عبد الله محمد مطاوع. (2024). الممارسة الصحية للمؤسسات الإخبارية في تقصي صحة الأخبار في ظل تقنيات الذكاء الاصطناعي، (مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد 76).
7. نهاد محمد حسن. (أكتوبر 2021). استراتيجيات التحقق الإخباري المستخدمة لدى القائم بالاتصال في الصحف المصرية عبر موقع الفيس بوك، مجلة البحوث الإعلامية، (جامعة الأزهر، كلية الإعلام، العدد التاسع والخمسون، الجزء الثاني).
8. نوره عبد الهادي إبراهيم الدسوقي. (2023). تقنيات الذكاء الاصطناعي في مواجهة الأخبار الزائفة عبر المنصات الرقمية وتأثيرها على الأمن القومي: دراسة ميدانية، رسالة دكتوراة، غير منشورة، (جامعة الإسكندرية، كلية الآداب، قسم الاجتماع- شعبة إعلام).
9. وائل العشري. (2020). رؤية الصحفيين المصريين للضوابط المهنية والأخلاقية المنظمة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وعلاقتها بأساليب الممارسة السائدة، (المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 28، ص ص 86-205).
10. Aelita Skarzauskiene, Monika Maciuliene, &Ornela Ramasauskaite,(2023).The Digital Media in Lithuania: Combating Disinformation and Fake News, **Acta Informatica Pragensia Journal** , Vol. 9,No.(2),PP. 74–91.
11. Connor Skahill, (2021). The Relationship Between Covid-19 and the Media: Measuring Current Audience Media Behavior and Reaction to Covid-19 News, **MA .Thesis**, Faculty of The Columbian College of Arts and Sciences of The George Washington University in partial fulfillment of the requirements.
12. Fadia Hussein, Hussin J. Hejase.(2022). Artificial Intelligence and Fake News, **Journalism Research** (Communication and Information), vol.16.
13. Frank L. Belyeu Nahmías.(2014) “Journalists and Adaptation to Technology: The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Perspective on the NodeXL Social Network Analysis Tool”. (MA, Thesis). Tilburg University. Communication and Information studies. Available Online : <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=136191>
14. Giacomo Migliore, Ralf Wagner,& others.(2022). Antecedents to the Adoption of Mobile Payment in China and Italy: an Integration of UTAUT2 and Innovation Resistance Theory, **journal of Information Systems Frontiers**, vol.24.
15. Hong Tien Vu, Le Thanh Trieu & Hoa Thanh Nguyen (2020), Routinizing Facebook : How Journalists’ Role Conceptions Influence their Social Media Use for Professional Purposes in a Socialist-Communist Country, **Digital Journalism**, VOL. 8, NO. 7.
16. Jared Charles Meisinger, (2018) "Citing your sources: How community journalists use social media for story content generation". **MA. Thesis**, Journalism and Mass Communication, Iowa State University, Ames, Iowa.pp.1-81.

17. Jing Wang, Xinchun Li,& others. (2022). Research Trend of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Theory: A Bibliometric Analysis, **Journal of Sustainability**, vol.14, no.10.
18. Jing Wang, Xinchun Li,& others. (2022). Research Trend of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology Theory: A Bibliometric Analysis, **OP.CIT**.
19. Maizatul Akmar Mohd Rasli, Nurfariza Hanim Zulkefli,& others.(2020). Determinants of Behavioural Intention on Online Food Delivery (OFD) APPS: Extending UTAUT2 with Information Quality, **Global Business and Management Research: An International Journal** Vol. 12, No. 4.
20. Malik Bader . Alazzam, Abd. Samad, Hasan Basari & others.(2015). Review of Studies with UTAUT2 as Conceptual Framework, **Magnt Research Report**, Vol.3 ,no.3.
21. Md Mahfuzul Haque, & others. (2020). Combating Misinformation in Bangladesh: Roles and Responsibilities as Perceived by Journalists, Fact-checkers,and Users. **Proc. ACM Hum.-Comput. Interact journal**, Vol. 4, No.1.
22. Rubal Kanozia,(2019). Analysis of Digital Tools and Technologies for Debunking Fake News, **Journal of Content, Community & Communication**, Vol. 9, pp. 2395-7514.

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

1. الإذاعة الرقمية

2. الإعلام

3. التسويق الرقمي

4. العلاقات العامة الرقمية

5. الصحافة الرقمية

6. تلفزيون الإنترنت

7. راديو الإنترنت

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

بيانات الاتصال:

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

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

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

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