

Media and Information Literacy among Kuwaiti Youth and Its Role in Combating Fake News

الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي ودورها في مكافحة الأخبار الزائفة

Fahad Alenezi¹, Hasan Buabbas²

فهد العنزي¹، وحسن بو عباس

Department of Information Studies, College of Basic Education, Public Authority for Applied Education and Training, Kuwait.

قسم دراسات المعلومات، كلية التربية الأساسية، الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب، الكويت.

Received:12/08/2025 Revised:26/09/2025 Accepted: 29/12/2025

تاريخ التقديم:2025/08/12 تاريخ ارسال التعديلات:2025/09/26 تاريخ القبول:2025/12/29

الملخص:

في ظل تصاعد الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات بين الشباب الكويتي، ازدادت مخاطر تعرضهم للأخبار الزائفة، مما يشكل تحدياً رقمياً ومجتمعياً في آنٍ واحد. وتنطلق هذه الدراسة من أهمية فهم العلاقة بين مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب، ومدى قدرتهم على مقاومة هذا النوع من التضليل. ويهدف البحث إلى استقصاء أثر هذه الثقافة في الحد من انتشار الأخبار الزائفة لدى فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين [15 إلى 34] سنة. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وطُبقت باستخدام استبانتين محكمتين على عينة مكونة من 402 مشاركاً من الشباب الكويتي. وقد كشفت النتائج عن وجود علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين الثقافة الإعلامية والمعلوماتية ومشاركة الأخبار الزائفة، حيث أظهرت الفئة ذات الثقافة الأعلى ميلاً أقل لتداول المعلومات المضللة. كما تبين أن المشاركين الذين خضعوا لبرامج تعليمية أو توعوية متعلقة بهذه الثقافة امتلكوا قدرة أكبر على التمييز بين الأخبار الصحيحة والزائفة. وتؤكد الدراسة على أهمية دمج مفاهيم الثقافة الإعلامية والمعلوماتية في المناهج الدراسية، وإطلاق مبادرات توعوية فاعلة لتعزيز مهارات التحقق، بما يساهم في بناء مجتمع رقمي واعٍ ومحصن ضد التضليل الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: الثقافة الإعلامية، الثقافة المعلوماتية، الشباب الكويتي، الأخبار الزائفة.

Abstract:

In light of the growing reliance on social media platforms as a primary source of information among Kuwaiti youth, the risks of exposure to fake news have increased, posing both digital and societal challenges. This study stems from the importance of understanding the relationship between the level of media and information literacy among youth and their ability to resist this type of disinformation. The research aims to investigate the impact of such literacy in reducing the spread of fake news among young people aged [15 to 34]. The study employed a descriptive-analytical method and was conducted using two validated questionnaires applied to a sample of 402 Kuwaiti youth participants. The findings revealed a statistically significant inverse relationship between media and information literacy and the sharing of fake news, as the group with higher literacy levels showed less tendency to disseminate misleading information. Moreover, it was found that participants who had undergone educational or awareness programs related to media and information literacy possessed a greater ability to distinguish between accurate and fabricated news. The study emphasizes the importance of integrating media and information literacy concepts into school curricula and launching effective awareness initiatives to strengthen verification skills, thereby contributing to building a digitally aware society resilient to media disinformation.

Keywords: Media Literacy, Information Literacy, Kuwaiti Youth, Fake News.

مقدمة البحث

ترتبط بين الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي ودورها في مكافحة الأخبار الزائفة والمضللة. وبذلك، فإن هذه الدراسة تسعى إلى تقديم إسهام علمي يثري المعرفة النظرية والتطبيقية، ومدد صناع القرار والأكاديميين بنتائج عملية تساعد في تصميم برامج توعوية وتربوية تعزز مناعة الشباب الكويتي في مواجهة هذه الظاهرة.

ومن الملاحظ أن بعض الدراسات تعاملت مع مفهومي الأخبار الزائفة والأخبار المضللة وكأنهما شيء واحد، وهو ما يمثل إشكالية علمية تحتاج إلى ضبط. إذ أن الأخبار الزائفة (Fake News) تُعرّف بأنها أخبار غير صحيحة بالكامل ولا أساس لها من الواقع، وغالبًا ما تكون مفبركة ومختلقة عمدًا بهدف إثارة الغوضى أو تحقيق مصالح معينة. بينما الأخبار المضللة (Misinformation/Disinformation) تعتمد - في كثير من الأحيان - على بعض الحقائق الجزئية، إلا أنها تُعرض أو تُفسر أو تُنشر بطريقة مشوهة أو ناقصة تؤدي إلى خلق فهم مغلوطن لدى الجمهور وتوجيهه نحو اتجاه محدد. ومن هنا يتضح الفرق بين النوعين؛ فالأخبار الزائفة قائمة على الاختلاق التام، في حين أن الأخبار المضللة قائمة على تحريف أو انتقاص أو اجترار للحقائق. إن إغفال هذا التمييز في الدراسات السابقة أدى إلى خلط المفاهيم، وهو ما تحاول هذه الدراسة معالجته من خلال توضيح الحدود الفاصلة بينهما، الأمر الذي يعزز دقة البحث ويقوي نتائجه التطبيقية في فهم وتوظيف الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي لمكافحة كل من الأخبار الزائفة والمضللة.

ويشهد العالم المعاصر تحولًا رقميًا متسارعًا أسهم في جعل وسائل الإعلام الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي مصدرًا رئيسًا للمعلومات والأخبار، لا سيما بين فئة الشباب (Pereira & Moura, 2019). ورغم ما تتيحه هذه الوسائط من فرص تواصل ومعرفة، إلا أن تصاعد ظاهرة الأخبار الزائفة بات يشكل تحديًا متزايدًا، نتيجة سرعة الانتشار وسهولة النشر عبر الشبكات الاجتماعية، مما يؤثر على الرأي العام ويزيد من صعوبة التحقق من صحة المحتوى (Tan et al., 2023). وتواجه فئة الشباب تحديًا صعبًا في التمييز بين المعلومات الصحيحة والمغلوطة، خصوصًا مع تحولهم من متلقين للمحتوى إلى منتجين وناشرين له. وفي هذا الإطار، تبرز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية بوصفها أداة دفاعية يُسهم في تعزيز التفكير النقدي، وتدعم قدرة الشباب على التحقق والتحليل وفهم السياقات المعلوماتية والإعلامية المعقدة (Gebera et al., 2023). ومع ذلك، تشير الدراسات إلى محدودية الأبحاث العربية في هذا المجال، خاصة في البيئة الكويتية، مما يستدعي إجراء دراسة ميدانية تُسهم في بناء قاعدة معرفية علمية حول العلاقة بين الثقافة الإعلامية والمعلوماتية، وسلوك الشباب الكويتي تجاه تداول الأخبار الزائفة (محمد، 2022; Alqahs et al., 2023).

أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف على مستوى امتلاك الشباب الكويتي لمهارات الثقافة الإعلامية والمعلوماتية، بما يشمل: الوصول إلى المعلومات، تحليل الرسائل الإعلامية،

في ظل التحول الرقمي المتسارع واعتماد الشباب المتزايد على الوسائط الرقمية كمصادر رئيسة للمعلومات، بات الشباب الكويتي في مواجهة مباشرة مع تدفق هائل من المحتوى، يتضمن في كثير من الأحيان أخبارًا زائفة ومعلومات مضللة. ويُعد هذا التحدي من أبرز سمات البيئة الإعلامية المعاصرة، مما يُبرز الحاجة الملحة إلى تعزيز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية (Media and Information Literacy (MIL) لدى هذه الفئة، لتمكينها من التعامل الواعي والنقدي مع هذا الرخم الإعلامي. وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن تنمية مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات يُسهم بشكل فعال في الحد من تأثير التضليل الإعلامي (Abrams, 2024). كما أن امتلاك الشباب لمهارات تحليل الرسائل، وتقييم المصدقية، والاستخدام الأخلاقي للوسائط، واحترام التعددية يُعد عنصرًا أساسيًا لممارسة المواطنة الرقمية الواعية (Carlsson, 2019). وقد تطور مفهوم الثقافة الإعلامية والمعلوماتية ليجمع بين عناصر التربية الإعلامية، والوعي الرقمي، والثقافة البصرية، ضمن إطار متكامل يهدف إلى تمكين الشباب من التفاعل النقدي مع المحتوى الإعلامي، وهو ما انعكس بوضوح في تجارب دولية رائدة مثل كندا، والمملكة المتحدة، وفرنسا، حيث أسهمت مؤسسات التعليم والمعلمون في تعزيز هذا الوعي منذ الستينيات وحتى التسعينيات (Anderson, 2008; Bordac, 2014; Fedorov, 2008; Jolls & Wilson, 2014; Van Audenhove et al., 2025).

ورغم تزايد البحوث في هذا المجال عالميًا، إلا أن الدراسات العربية، خاصة في السياق الكويتي، لا تزال محدودة، وهو ما يفرض الحاجة إلى دراسة ميدانية يُسهم في رصد مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي، وتبين علاقتها بسلوكهم تجاه الأخبار الزائفة. من هنا، تتجلى أهمية هذا البحث في تقديم إطار علمي يُساعد على فهم آليات تأثير الثقافة الإعلامية في سلوكيات الشباب الرقمية، ويُسهم في بناء استراتيجيات تعليمية وتوعوية فعالة تتماشى مع طبيعة التحديات الإعلامية الراهنة.

مشكلة البحث

رغم تزايد الاهتمام العالمي بدراسة ظاهرة الأخبار الزائفة، إلا أن أغلب الدراسات السابقة ركزت على البيئات الغربية أو على المجتمعات العربية بصورة عامة، دون تخصيص الشباب الكويتي باعتبارهم الفئة الأكثر استخدامًا لوسائل التواصل الاجتماعي وتعرضًا لمصادر الأخبار الرقمية. كما أن هذه الدراسات كثيرًا ما تناولت الظاهرة من جوانب تقنية أو سياسية، في حين لم يُعطَ جانب الثقافة الإعلامية والمعلوماتية ما يستحقه من اهتمام كعامل رئيس في تمكين الشباب من التحقق من صدقية الأخبار والتصدي لخطاب التضليل. وتشير بعض التقارير الدولية، مثل تقارير UNESCO (2022)، إلى أن أكثر من 60% من الشباب في المنطقة العربية يتعرضون بانتظام لمعلومات مضللة عبر الإنترنت، في حين لا تتوفر بيانات دقيقة توضح حجم هذه الظاهرة في الكويت على وجه الخصوص. ومن هنا تبرز الفجوة المعرفية التي تسعى هذه الدراسة إلى سدها، والمتمثلة في غياب بحوث محلية متخصصة

وتُعرف إجرائيًا بالدرجات التي يحصل عليها الشباب الكويتي في مقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية المعتمد في الدراسة.

– الأخبار الزائفة Fake News : ويقصد بالمعلومات الخاطئة أو المضللة Misinformation تلك التي تُنشر بقصد أو بدون قصد لخداع الجمهور، أو تلك معلومات غير دقيقة تُنشر دون نية مسبقة للخداع، لكنها قد تؤدي إلى فهم خاطئ (The Guardian, 2024). وتُعرف إجرائيًا بالدرجات التي يحصل عليها الشباب الكويتي على مقياس الأخبار الزائفة المستخدم في البحث.

– الشباب الكويتي Kuwaiti Youth هم فئة الشباب وفق تقرير الأمم المتحدة (United Nations, 2020) الذي يحدد الفئة العمرية بين (15-34) عامًا، وهو ما تبنته الهيئة العامة للشباب (2021) بدولة الكويت ضمن "الاستراتيجية الوطنية للشباب (2021-2035)"، والتي تعرف الشباب بأهم الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين [15 إلى 34] سنة.

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات التي تناولت الثقافة الإعلامية والمعلوماتية تُظهر الأدبيات أن الاهتمام بالثقافة الإعلامية والمعلوماتية قد تنامي بشكل متسلسل عبر السنوات. فقد تناولت دراسة سيد علي (2020) اتجاهات أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية نحو تفعيل التربية الإعلامية، وأظهرت اتفاقاً عاماً على أهميتها، مع الدعوة إلى تنظيم دورات تدريبية لتعزيز وعي الطلاب. ثم جاءت دراسة الفحطاني (2020) التي سعت إلى التعرف على دور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية لدى طلاب جامعة الملك عبد العزيز، حيث أكدت نتائجها التأثير الإيجابي لوسائل مثل تويتر ويوتيوب على وعي الطلاب، وأوصت بالاستخدام المسؤول لهذه الوسائل وتوسيع نطاق الأبحاث. وفي السياق الأوروبي، ركزت دراسة Pereira and Moura (2019) على تقييم كفاءات الثقافة الإعلامية لدى طلاب الصف الثاني عشر في البرتغال، وأظهرت الحاجة إلى تنمية التفكير النقدي، مع التوصية بتطوير المناهج وتبني أساليب تقييم متنوعة. كما كشفت دراسة Gebera وآخرون (2023) في بيرو عن وجود فجوات في تدريس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لطلاب المرحلة الثانوية، وأوصت بدمجها في المناهج الدراسية وتدريب المعلمين. وأخيراً، استهدفت دراسة الشهب (2024) تحليل الدور الوسيط للمنصات الرقمية في العلاقة بين الثقافة الإعلامية وتشكيل الوعي العام لدى طلاب الإعلام بالجامعات السعودية، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية قوية بين أبعاد الثقافة الإعلامية وتكوين الوعي، مع تأثير مباشر وغير مباشر للمنصات الرقمية كوسيط.

ثانياً: دراسات تناولت تداول الأخبار الزائفة أو المضللة بين الشباب أظهرت أحدث الدراسات أن الثقافة الإعلامية والمعلوماتية تمثل أداة أساسية في مواجهة الأخبار الزائفة والمضللة. فقد توصلت دراسة Gross وآخرون

تقييم المعلومات، استخدام المعلومات والإعلام، إنتاج المحتوى الإعلامي، والأخلاقيات الرقمية والإعلامية.

– قياس مستوى تداول الأخبار الزائفة لدى الشباب الكويتي، من خلال تعرف سلوكهم الإعلامي، ووعيهم بالمعلومات المضللة، واتجاهاتهم نحو الأخبار الزائفة، ومهاراتهم في التحقق من المعلومات.

– استقصاء العلاقة الارتباطية بين مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي وتداولهم للأخبار الزائفة .

– التنبؤ بمدى تداول الشباب الكويتي للأخبار الزائفة من خلال مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية بأبعادها والدرجة الكلية .

– تحليل الفروق في مستوى تداول الشباب الكويتي للأخبار الزائفة باختلاف مستويات الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لديهم.

أسئلة البحث

يسعى البحث للإجابة عن الأسئلة التالية:

- ما مستوى امتلاك الشباب الكويتي لمهارات الوصول إلى المعلومات، وتحليل الرسائل الإعلامية، وتقييم المعلومات، واستخدام المعلومات والإعلام، وإنتاج المحتوى الإعلامي، إلى جانب الالتزام بالأخلاقيات الرقمية والإعلامية، والثقافة الإعلامية والمعلوماتية ككل؟
- ما مستوى انخفاض تداول الشباب الكويتي للأخبار الزائفة فيما يتعلق بالسلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة، والوعي بالمعلومات المضللة، والاتجاه نحو الأخبار الزائفة، والتحقق من المعلومات، والدرجة الكلية للمقياس؟
- ما طبيعة العلاقة بين مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي وتداولهم للأخبار الزائفة؟
- إلى أي مدى يمكن التنبؤ بتداول الشباب الكويتي للأخبار الزائفة انطلاقاً من مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية (بأبعادها والدرجة الكلية)؟
- ما أوجه التباين في درجات تداول الشباب الكويتي للأخبار الزائفة باختلاف مستويات الثقافة الإعلامية والمعلوماتية؟

أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث النظرية في تعميق الفهم لدور الثقافة الإعلامية والمعلوماتية في تعزيز التفكير النقدي والتحقق من المعلومات لدى الشباب الكويتي، مما يسهم في إثراء الأدبيات العلمية في هذا المجال. كما تكمن الأهمية التطبيقية في تقديم توصيات عملية تنفيذ المؤسسات التعليمية والإعلامية في تطوير برامج تدريبية تهدف إلى تنمية مهارات التحقق من المعلومات ومكافحة الأخبار الزائفة بين الشباب في دولة الكويت.

مفاهيم البحث

– الثقافة الإعلامية والمعلوماتية Media and Information Literacy : وتشير إلى القدرة على الوصول إلى المعلومات، وتحليلها، وتقييمها، وإنشائها باستخدام وسائل الإعلام المتنوعة (UNESCO, 2024) .

الرابعة (2022) وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التربية الإعلامية وقدرة الشباب الأردني على مواجهة الشائعات، مؤكدة على دورها في تحليل الدوافع ومعالجة المعلومات بموضوعية، بعيداً عن تأثير العوامل الاجتماعية أو الاقتصادية. كما كشفت دراسة محمد (2022) عن أهمية التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي بأساليب التضليل الإعلامي، موضحة أن الأخبار الزائفة والشائعات تمثل أبرز أدوات التضليل عبر مواقع التواصل، مما يؤدي إلى تشويه الواقع، مؤكدة دور التربية الإعلامية في بناء الوعي وكشف التضليل.

وتكشف هذه الدراسات مجتمعة عن الدور المحوري للثقافة الإعلامية والمعلوماتية في تعزيز وعي الشباب ومقاومتهم للتضليل الرقمي. فقد أبرزت أبحاث مثل الشهب، 2024؛ Gebera وآخرون، 2023؛ Pereira (2019) & Moura أهمية دمج التفكير النقدي ومهارات التحقق في المناهج التعليمية، بينما أوضحت دراسات أخرى مثل غندر، 2023؛ Alqahs وآخرون، 2023 (أن منصات التواصل الاجتماعي تمثل بيئة خصبة لتداول الأخبار الزائفة في ظل ضعف المهارات الإعلامية لدى الشباب. كما دعمت بحوث) محمد، 2022؛ الرابطة، 2022؛ Tan وآخرون، 2023؛ ضيف، 2024 (أهمية الثقافة الإعلامية في حماية الشباب من التضليل وتعزيز المواطنة الرقمية الواعية. ومع ذلك، فإن معظم هذه الدراسات ركزت على أحد المتغيرين دون استكشاف العلاقة بينهما بعمق، خاصة في السياق الكويتي، وغلب عليها الطابع الوصفي. ومن هنا تنبع أهمية البحث الحالي في سد هذه الفجوة من خلال تحليل العلاقة بين الثقافة الإعلامية والمعلوماتية وتداول الأخبار الزائفة لدى الشباب الكويتي باستخدام أدوات ميدانية ونماذج إحصائية متقدمة، بما يساهم في تقديم توصيات عملية لتطوير البرامج التعليمية والتوعوية (وزارة التربية، 2023).

الإطار النظري

المحور الأول: الإطار النظري للثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي

أولاً: مفهوم الثقافة الإعلامية والمعلوماتية

تعد الثقافة الإعلامية والمعلوماتية من المفاهيم المعاصرة التي تزداد أهميتها في البيئة الرقمية. وقد عرّفها اليونسكو بأنها مجموعة من الكفاءات التي تُمكن الشباب من الاستخدام النقدي والفعال لوسائل الإعلام والمعلومات عبر مهارات الوصول، التحليل، التقييم، الاستخدام، والمشاركة في إنتاج المحتوى (UNESCO, 2024). كما وصفها الرابطة الوطنية لتعليم الثقافة الإعلامية بأنها القدرة على الوصول إلى أشكال الاتصال المختلفة، وتحليلها، وتقييمها، وإنتاجها، بما يدعم المشاركة الفعالة في المجتمع الديمقراطي (NAMLE, 2024). ويؤكد مركز الثقافة الإعلامية أن الثقافة الإعلامية تعتمد على امتلاك مهارات التفكير النقدي لفهم كيفية إنتاج الرسائل الإعلامية وتأثيرها ومن يمتلكها (Center for Media Literacy, 2024). في حين تُعرف جمعية المكتبات الأمريكية الثقافة المعلوماتية بأنها القدرة على تحديد الحاجة

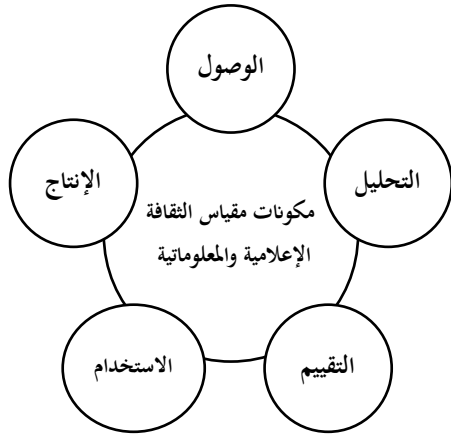
(2025) إلى أن التدخلات التعليمية في محو الأمية الإعلامية الاجتماعية تساهم في خفض نية مشاركة الأخبار المضللة بين الشباب من خلال دمج التفكير النقدي والتوعية بخوارزميات المنصات الرقمية. وأكدت دراسة Berger et al. (2025) أن استراتيجيات التصحيح والتثقيف الإعلامي تعزز قدرة المتلقين على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة حتى بعد التعرض للمحتوى الزائف. وفي السياق الأوروبي، تناولت دراسة (2025) Bessarab et al. أثر البرامج التعليمية في أوروبا وأوكرانيا على تعزيز الثقافة الإعلامية لدى الشباب، وأبرزت دورها في تقوية مهارات مقاومة التضليل والتلاعب النفسي.

وفي السياق العربي، هدفت دراسة الشهب (2024) إلى تحليل الدور الوسيط للمنصات الرقمية في العلاقة بين الثقافة الإعلامية وتشكيل الوعي لدى طلاب الإعلام في الجامعات السعودية، وأظهرت وجود علاقة إيجابية مباشرة وغير مباشرة بين الثقافة الإعلامية وتكوين الوعي. أما في الكويت، فقد تناولت دراسة Alqahs وآخرون (2023) مدى انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأوضحت أن "واتساب" يُعد المنصة الأكثر تداولاً لها، مع الدعوة إلى تعزيز الثقافة الإعلامية لدى الشباب. وفي بيرو، كشفت دراسة Gebera وآخرون (2023) عن وجود فجوات في تدريس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى طلاب المرحلة الثانوية، وأوصت بدمجها في المناهج الدراسية وتدريب المعلمين. كما هدفت دراسة غندر (2023) إلى استكشاف تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة، وكشفت عن علاقة ارتباطية إيجابية بين التفاعلية والمهارات الإعلامية الرقمية.

وعلى المستوى الدولي، تناولت Pereira و Moura (2019) تقييم كفاءات الثقافة الإعلامية لدى طلاب الصف الثاني عشر في البرتغال، وأكدت الحاجة إلى تعزيز التفكير النقدي وتطوير المناهج. وفي السياق الخليجي، ركزت دراسة القحطاني (2020) على دور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية لدى طلاب جامعة الملك عبد العزيز، وأكدت أثر تويتير ويوتيوب في رفع وعي الطلاب. بينما تناولت دراسة سيد علي (2020) اتجاهات أعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية نحو تفعيل التربية الإعلامية، وأظهرت اتفاقاً عاماً على أهميتها مع الدعوة إلى عقد دورات تدريبية لتعزيز وعي الطلاب.

ثالثاً: دراسات ربطت بين الثقافة الإعلامية والمعلوماتية وتداول الأخبار الزائفة

تناولت عدة دراسات حديثة العلاقة بين الثقافة الإعلامية والمعلوماتية وتداول الأخبار الزائفة. فقد ركزت دراسة ضيف (2024) على التربية الإعلامية كأداة لتعزيز مهارات التحقق والنقد والتمييز بين المعلومات الصحيحة والزائفة على الشبكات الاجتماعية، واقترحت نموذجاً عملياً لتطوير هذه المهارات لمواجهة التضليل الرقمي المتسارع. وفي مراجعة عالمية، أوصت دراسة Tan et al. (2023) بضرورة دمج الثقافة الإعلامية والمعلوماتية في المناهج التعليمية بشكل منهجي لمكافحة الأخبار الزائفة، مع الدعوة إلى مزيد من الأبحاث التطبيقية لقياس أثرها العملي. أما في السياق العربي، أظهرت دراسة



شكل 1: مكونات الثقافة الإعلامية والمعلوماتية للشباب الكويتي من منظور البحث الحالي

يتضح من الشكل [1] أن الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي تتكون من ستة مكونات أساسية تُعبّر عن مدى وعي الشباب وكفاءتهم في التعامل مع المحتوى الإعلامي. ويتمثل المكون الأول في القدرة على الوصول إلى المعلومات والرسائل الإعلامية، من خلال تحديد مصادر المعلومات واستخدام الوسائل التقليدية والرقمية بكفاءة (American Library Association, 2024). أما المكون الثاني فيتعلق بتحليل الرسائل الإعلامية، ويعكس قدرة الشباب على فهم أهداف الرسائل وبنيتها والجمهور المستهدف (Centre for Media Literacy, 2024). ويأتي المكون الثالث ليركز على تقييم المعلومات، ويُقصد به التحقق من المصداقية والتمييز بين المعلومات الصحيحة والزائفة (Melki, 2015). بينما يشير المكون الرابع إلى استخدام المعلومات والإعلام في الحياة اليومية ومجالات التعلم المختلفة (NAMLE, 2024). ويتناول المكون الخامس مهارات إنتاج المحتوى الإعلامي، بما في ذلك إنتاج محتوى أصيل يراعي المعايير المهنية والأخلاقية (UNESCO, 2024). وأخيراً، يرتبط المكون السادس بالأخلاقيات الرقمية والإعلامية، ويعكس وعي الشباب بالجوانب الأخلاقية في استخدام الوسائط، كاحترام الخصوصية وحقوق الآخرين (Al-Fanar Media, 2023).

المحور الثاني: الإطار النظري لتداول الأخبار الزائفة

أولاً: مفهوم الأخبار الزائفة

يشير مصطلح "الأخبار الزائفة (Fake News)" إلى المحتوى المنتج عمدًا بهدف تضليل الجمهور أو تحقيق مصالح سياسية أو اقتصادية، ويأخذ غالبًا شكلًا مشابهاً للمصادر الإخبارية الموثوقة رغم احتوائه على معلومات كاذبة (Lazer et al., 2018). أما "المعلومات المضللة (Misinformation)"، فهي معلومات خاطئة تُنشر الخداع دون قصد، حيث يعتقد من يشاركونها بصحتها، ما يجعلها خطيرة رغم غياب النية السيئة (Wardle & Derakhshan, 2017). ويُقصد بتداول الأخبار الزائفة عملية نشر أو مشاركة هذا النوع من المحتوى عبر الوسائط الرقمية، سواء بقصد أو بدون قصد، مما يُسهم في تشكيل تصورات غير دقيقة لدى الجمهور، ويؤثر في سلوكهم وقراراتهم الاجتماعية والسياسية (Tandoc et al., 2018). وتشير

إلى المعلومات، والبحث عنها، وتقييمها، واستخدامها بشكل فعال لاتخاذ قرارات مستنيرة (American Library Association, 2024). وتقرح المنصة العالمية الرقمية مينا تعريفًا يجمع بين الإعلام والمعلومات، مشيرةً إلى أن الثقافة الإعلامية تتضمن فهم الرسائل، والتفاعل الواعي معها، وتقييم مصداقيتها عبر مهارات التفكير النقدي (Meta, 2024).

ثانيًا: أهمية الثقافة الإعلامية والمعلوماتية للشباب الكويتي

تكمن أهمية الثقافة الإعلامية والمعلوماتية للشباب الكويتي في أدوارها المتعددة، ولعل من أبرزها مكافحة المعلومات الزائفة وتعزيز الوعي المجتمعي، وهو ما دفع خبراء الإعلام والتعليم في الكويت إلى الدعوة لدمجها في المناهج الدراسية (Kuwait Times, 2024). وتطوير المحتوى التعليمي بما يتناسب مع الاستخدام الإعلامي المتزايد بين الشباب (Melki, 2015). كما تُسهم الثقافة الإعلامية والمعلوماتية في تعزيز المشاركة المدنية من خلال التعبير المسؤول والمشاركة المجتمعية (UNESCO, 2018). فضلًا عن دورها في تمكين الشباب من مواجهة التحديات الرقمية والتعامل الواعي مع المعلومات (Al-Fanar Media, 2023).

ثالثًا: الأطر والنماذج النظرية المفسرة لمفهوم الثقافة الإعلامية والمعلوماتية

تستند الثقافة الإعلامية والمعلوماتية إلى مجموعة من الأطر النظرية التي تُوجّه فهمها وتطبيقها العملي. ومن أبرزها نموذج التمكين اللولبي (Empowerment Spiral) المستند إلى أفكار بولو فريري، والذي يتضمن مراحل: الوعي، والتحليل، والتأمل، والعمل، بهدف تعزيز التفكير النقدي لدى الشباب (Jolls, 2024). كما وضع مركز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية (Centre for Media Literacy, 2024) إطارًا يعتمد على خمسة مفاهيم أساسية وخمس أسئلة تحليلية لفهم آليات إنتاج وتوزيع الرسائل الإعلامية وتأثيرها (Jolls, 2024). وفي السياق الخليجي، يُبرز المنظور الثقافي الاجتماعي تأثير السياقات الاجتماعية والسياسية في استخدام الإعلام، حيث يتأثر الشباب الكويتي بآمط إعلامية مرتبطة ببيئتهم الثقافية (Al-Kandari & Hasanen, 2015). كما يُعد النموذج التربوي التكاملية من النماذج المهمة في العالم العربي، ويؤكد على دمج الثقافة الإعلامية والمعلوماتية في المناهج التعليمية تدريجيًا بناءً على تحليل سلوكيات الشباب الإعلامية (Melki, 2015).

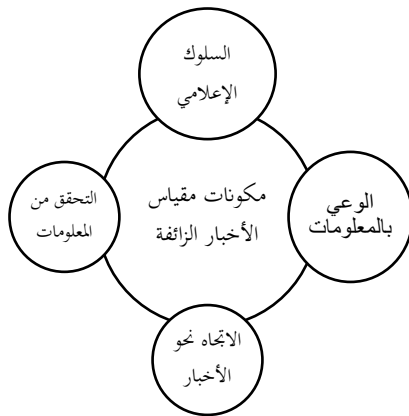
رابعًا: مكونات الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي

تُعرف الثقافة الإعلامية والمعلوماتية بأنها مجموعة من المهارات أو الكفاءات التي تمكن الشباب من الوصول إلى المعلومات والرسائل الإعلامية، وتحليلها، وتقييمها، واستخدامها، والمشاركة في إنتاجها بشكل نقدي وفعال، مع الالتزام بالأبعاد الأخلاقية والاجتماعية لهذه الممارسات (UNESCO, 2024). وتقاس من خلال استجابة الشباب الكويتي لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية الذي يشمل الأبعاد التالية، والتي يوضحها الشكل [1] التالي:

الأخبار الزائفة لاعتماد الشباب غالبًا على النمط الأول السريع والعفوي (Pennycook & Rand, 2019). وتُظهر نظرية اللقاح المعلوماتي (Inoculation Theory) أهمية تعريض الشباب مسبقًا لمعلومات مضللة مرفقة بتفنيد منطقي لها، مما يعزز مناعتهم المعرفية تجاه التضليل لاحقًا (Roozenbeek & van der Linden, 2019). كما تفسر نظرية الانتشار (Diffusion Theory) آلية تداول الأخبار داخل المجتمع، خاصة من خلال الشباب المؤثرين الذين يلعبون دورًا رئيسيًا في نشر المحتوى الرقمي، سواء عن قصد أو بدون (Friggeri et al., 2014). وتُبرز نظرية التأطير (Framing Theory) كيف تؤثر طريقة عرض الخبر على المتلقي، حيث يُستغل التأطير العاطفي في صياغة الرسائل الإعلامية الزائفة لجذب الانتباه ودفع المستخدمين للمشاركة دون تحقق (Tandoc et al., 2018).

رابعًا: قياس تداول الأخبار الزائفة

يُقاس تداول الأخبار الزائفة من خلال أربعة مكونات رئيسية، كما هو موضح بالشكل [2] التالي:



شكل 2: مكونات مقياس تداول الأخبار الزائفة

يتكوّن مقياس تداول الأخبار الزائفة من أربعة مكونات أساسية تُعنى بفهم سلوكيات الشباب الكويتي في التعامل مع هذا النوع من المحتوى. ويشير المكون الأول إلى السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة، وكيفية تفاعل الشباب مع المحتوى المشكوك فيه، سواء عبر مشاركته أو تجاهله (Pennycook & Rand, 2021). أما المكون الثاني، فيتمثل في الوعي بالمعلومات المضللة، وهو يقيس إدراك الشباب لخصائص الأخبار الكاذبة وأهم أدوات التحقق منها (Pennycook & Rand, 2020). ويتعلق المكون الثالث، بالاتجاه نحو الأخبار الزائفة، بالموقف النفسي والقيمي للفرد من هذا النوع من الأخبار، ومدى قبوله أو رفضه لها (Tandoc et al., 2018). بينما يركّز المكون الرابع على التحقق من المعلومات، وعلى قدرة الشباب على استخدام الأدوات والأساليب المناسبة للتحقق من مصداقية المحتوى قبل تداوله (Lewandowsky et al., 2020).

خامسًا: دور الثقافة الإعلامية والمعلوماتية في الحد من تداول الأخبار الزائفة
تُعد عملية تعزيز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية دورًا محوريًا في الحد من تداول الأخبار الزائفة، ويتجلى هذا الدور في عدة جوانب أساسية؛

الدراسات إلى أن خوارزميات المنصات الرقمية يُسهّم في تسريع انتشار هذا النوع من المحتوى، من خلال تفضيل المواد المثيرة على حساب دقتها (Friggeri et al., 2014).

ثانيًا: الفروق بين المعلومات المغلوطة والمعلومات المضللة والمعلومات الضارة
تُصنّف المعلومات غير الدقيقة المتداولة في البيئة الرقمية إلى ثلاثة أنواع رئيسية: المعلومات المغلوطة (Misinformation)، وهي معلومات خاطئة تُنشر التضليل دون قصد، وتعكس تحريفًا غير مقصود للواقع؛ والمعلومات المضللة (Disinformation)، التي تُنشر عمدًا للتضليل بهدف خداع الجمهور وتشويه الحقائق لتحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية؛ والمعلومات الضارة (Mal-information)، وهي صحيحة من حيث المحتوى لكنها تُستخدم بقصد الإيذاء أو التأثير السلبي، مثل الإفصاح الانتقائي أو التلاعب بسياق الحقيقة. وتكمن الفروق الجوهرية بين هذه الأنواع في النية وتمثيل الواقع؛ حيث تغيب النية الخادعة في المغالطة، بينما تكون حاضرة بوضوح في المعلومات المضللة والضارة، مع الاختلاف في شكل التحريف أو الاستخدام. أما من حيث الأثر، فتُحدث المعلومات المغلوطة تأثيرات محدودة على الثقة، في حين تحمل المعلومات المضللة عواقب اجتماعية وسياسية جسيمة، وتعمل المعلومات الضارة بشكل خفي عبر استغلال المعلومات الصحيحة في إلحاق الضرر. وتبرز أهمية التمييز بين هذه الأنواع في بناء وعي إعلامي يساعد الأفراد، خاصة الشباب، على التحقق من مصداقية المحتوى وتجنّب إعادة نشر معلومات مضللة (Media Defence, 2024).

ثالثًا: أهمية حماية الشباب الكويتي من تداول الأخبار الزائفة

تتمثل أهمية حماية الشباب الكويتي من تداول الأخبار الزائفة في الجوانب المعرفية والأمنية والتربوية المتداخلة. فمن الناحية المعرفية، يُعد الشباب الأكثر تفاعلًا مع المنصات الرقمية، ما يجعلهم عرضة للمحتوى الزائف، خاصة في ظل ضعف مهارات التحقق، حيث أظهرت الدراسات مثل (Guess et al., 2019; Mihailidis & Viotty, 2017) أن تعزيز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية يُسهّم بفاعلية في تمييز المعلومات الصحيحة من المضللة. أما من الجانب الأمني والاجتماعي، فإن انتشار المعلومات الزائفة يُفضي إلى زعزعة الثقة بالمؤسسات ونشر القلق المجتمعي، خصوصًا خلال الأزمات، مما يمثل تهديدًا مباشرًا للأمن العام (Pennycook & Rand, 2019; Vosoughi et al., 2018). وعلى الصعيد التربوي، تلعب المؤسسات التعليمية دورًا حيويًا في تعزيز الوعي الرقمي من خلال دمج مناهج الثقافة الإعلامية والمعلوماتية، بما يمكن الشباب من التصدي للتضليل الإعلامي بوعي نقدي (Hobbs, 2017; Bulger & Davison, 2018).

ثالثًا: الأطر والنماذج النظرية المفسرة لتداول الأخبار الزائفة

تُفسّر سلوكيات الشباب في تداول الأخبار الزائفة في ضوء عدة نظريات تفسيرية مهمة. لعل من أبرزها نظرية المعالجة المزدوجة (Dual-Process Theory)، التي تميز بين نمطين للتفكير: الأول هو النمط السريع التلقائي ضعيف التحليل، والنمط الثاني هو البطيء المنطقي، حيث يُعزى انتشار

عينة البحث

مبررات العينة وإجراءات سحبها وتمثيلها للمجتمع:

انطلق اختيار العينة من هدف الدراسة المتمثل في قياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي في المرحلة الثانوية، وهي فئة عمرية ذات كثافة استخدام مرتفعة لمنصات التواصل. لضمان التمثيل، اعتمدت الدراسة أسلوب العينة الطبقية العنقودية متعددة المراحل؛ حيث جرى أولاً تقسيم مجتمع الطلبة إلى طبقات بحسب المحافظة التعليمية ونوع المدرسة (حكومية/خاصة)، ثم اختيار مدارس (عنقود) من كل طبقة بطريقة عشوائية منتظمة، تلاها سحب فصول داخل كل مدرسة عشوائياً، ثم شمل جميع الطلبة الحاضرين في الفصول المختارة ممن تنطبق عليهم معايير الاشتغال (طلبة المرحلة الثانوية، أعمار [15-18] سنة). روعي في التخصيص أن يكون متناسباً مع حجم الطبقة (proportional allocation) اعتماداً على أعداد الطلبة المعلنه من الجهات المختصة، بما يحدّ من تحيّز التقدير. كما روعي توازن الجنس (ذكور/إناث) كلما أمكن وفق الهيكل القائم في المدارس المختارة.

بلغ الحجم المستهدف للعينة استناداً إلى معادلة تقدير النسبة عند مستوى ثقة 95% وهامش خطأ $\pm 5\%$ مع افتراض نسبة محافظة [50%] وتأثير تصميم مقداره [1,2 _ 1,5] مراعاةً للتعقيد. أخذ في الاعتبار معدل الاستجابة المتوقع بإضافة نسبة تعويض [10-20%] قبل بدء التطبيق. جمعت البيانات في الفترة [الشهر/السنة] بعد الحصول على الموافقات المؤسسية وموافقات أولياء الأمور/الطلبة بحسب السياسات المعمول بها، مع ضمان السرية وعدم ربط الاستبيانات بمويات المشاركين. وبعد الترميز، تمت موازنة الأوزان إن لزم الأمر لتطابق التوزيع الحقيقي حسب المحافظة ونوع المدرسة والجنس، بما يعزّز القابلية للتعميم على مجتمع طلاب المرحلة الثانوية في الكويت.

وتم اختيار عينة البحث من مجتمع الدراسة باستخدام أسلوب العينة العشوائية المنتظمة، بما يضمن تمثيلاً مناسباً لمجتمع الشباب الكويتي في المرحلة الثانوية. وقد شملت الدراسة عينتين فرعيتين على النحو التالي: العينة الاستطلاعية: بلغ حجمها (201) طالباً وطالبة، وقد استُخدمت لاختبار خصائص أدوات البحث من حيث الصدق الظاهري والثبات والاتساق الداخلي، إضافة إلى التأكد من ملاءمة مفردات أدوات القياس للغة المستهدفة قبل التطبيق الفعلي. والعينة النهائية: وتكونت من (402) طالباً وطالبة من المرحلة الثانوية، موزعين على الصف العاشر والصف الحادي عشر والصف الثاني عشر، حيث تراوحت أعمار المشاركين بين (15 إلى 18) سنة. وقد تم تطبيق أدوات البحث إلكترونياً، مع الالتزام بالشروط العلمية المتعلقة بضمان سلامة البيانات، وصدق الاستجابات، وتحقيق معايير الدقة المنهجية المطلوبة.

الأدوات المستخدمة في البحث

اعتمد البحث الحالي على أداتين رئيسيتين لقياس متغيراته، تم تطويرهما استناداً إلى الأدبيات النظرية والدراسات السابقة. تمثلت الأداة الأولى في مقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية، وتكوّن من ستة أبعاد: الوصول إلى المعلومات،

أبرزها تعزيز التفكير النقدي والتحقق من المصادر، مما يُقلل من احتمالية مشاركة المحتوى المضلل عبر تمكين الشباب من فحص المعلومات بدقة (Mihailidis & Viotty, 2017). كما تُسهم الثقافة الإعلامية في بناء المناعة المعرفية عبر تزويد الشباب بالأدوات والمهارات اللازمة لمقاومة المعلومات الكاذبة والتمييز بينها وبين الحقائق (Wardle & Derakhshan, 2017). إلى جانب ذلك، فإنها تُعزز قيم المواطنة الرقمية المسؤولة من خلال ترسيخ مبادئ السلوك الواعي والمسؤول في التفاعل مع المحتوى عبر الفضاء الرقمي (UNESCO, 2021).

سادساً: الآليات المقترحة للحد من تداول الأخبار الزائفة لدى الشباب

تعدد الآليات المقترحة للحد من تداول الأخبار الزائفة لدى الشباب، ولعل من أبرزها: تعزيز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية من خلال دمجها في المناهج الدراسية والبرامج، بما يرفع وعي الشباب ويزودهم بالمهارات اللازمة للتعامل مع المعلومات بشكل نقدي (UNESCO, 2021). أو من خلال تصميم الحملات التوعوية الرقمية التي تستهدف الشباب مباشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الوعي بمخاطر التضليل الإعلامي (Pennycook & Rand, 2020). ومن الآليات الفعالة أيضاً تطوير ألعاب تعليمية تحاكي أساليب التضليل وتُعلم مهارات التحقق بطريقة تفاعلية وجاذبة (Roozenbeek & van der Linden, 2019). بالإضافة إلى ذلك، يُعد تدريب المعلمين والمؤثرين الشباب على استخدام أدوات التحقق الموثوقة خطوة ضرورية لنقل المعرفة والمهارات إلى جمهور أوسع (Bulger & Davison, 2018). ويرى الباحث أن الإطار النظري يُعد أساساً لفهم العلاقة بين مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي وتداولهم للأخبار الزائفة. وقد تناول المفاهيم الأساسية لهذا المجال وفقاً لتعريفات معاصرة صادرة عن جهات مرجعية كالبيونسكو والرابطة الوطنية لتعليم الثقافة الإعلامية، بالإضافة إلى استعراض نظرية اللقاح المعلوماتي في تفسير مقاومة المعلومات الخاطئة. وركز الإطار على دور هذه الثقافة في تعزيز مهارات التفكير النقدي والقدرة على التمييز بين المحتوى الصحيح والزائف، مستنداً إلى أحدث الأدبيات العلمية، ليشكل خريطة معرفية منهجية تدعم فهم الظاهرة وتفسير نتائج البحث، مؤكداً أهمية تعزيز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية للحد من التضليل الرقمي بين الشباب الكويتي.

منهجية البحث

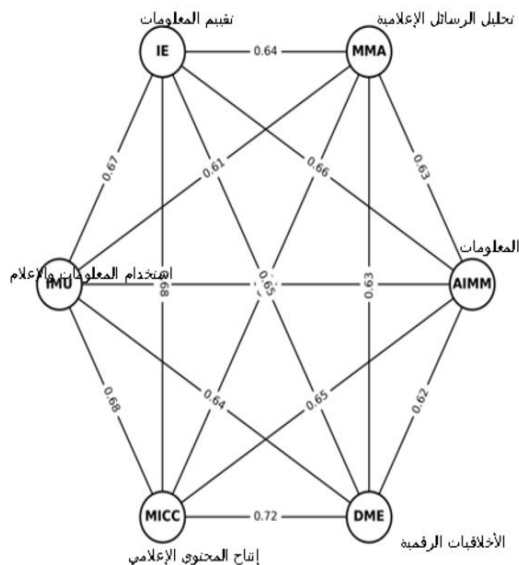
المنهج المستخدم

اعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي الارتباطي، وذلك بهدف وصف وتحليل مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي، ومستوى تداولهم للأخبار الزائفة، والكشف عن طبيعة العلاقة بين المتغيرين محل الدراسة. ويُعد المنهج الوصفي الارتباطي مناسباً لطبيعة هذا البحث، حيث يسمح بوصف الظاهرة كما هي، وتحليل العلاقات الارتباطية بين المتغيرات دون التدخل في ضبطها أو التأثير عليها.

جدول 2: معاملات الارتباط بين العوامل الفرعية لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية

العامل	العامل المرتبط	قيمة معامل الارتباط	الدلالة
AIMM	MMA	**,63	دال عند 0,01
AIMM	IE	**,66	دال عند 0,01
AIMM	IMU	**,69	دال عند 0,01
AIMM	MICC	**,65	دال عند 0,01
AIMM	DME	**,62	دال عند 0,01
MMA	IE	**,64	دال عند 0,01
MMA	IMU	**,61	دال عند 0,01
MMA	MICC	**,60	دال عند 0,01
MMA	DME	**,63	دال عند 0,01
IE	IMU	**,67	دال عند 0,01
IE	MICC	**,68	دال عند 0,01
IE	DME	**,65	دال عند 0,01
IMU	MICC	**,68	دال عند 0,01
IMU	DME	**,64	دال عند 0,01
MICC	DME	**,72	دال عند 0,01

يتضح من الجدول [2] أن معاملات الارتباط العالية والدالة بين العوامل على وجود ترابط وثيق بين أبعاد مقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية، مما يدعم الفرضية النظرية بأن الأبعاد تتداخل فيما بينها لتكوين مفهوم متكامل للثقافة الإعلامية والمعلوماتية. ويوضح الشكل [3] التالي الرسم التخطيطي للعلاقات بين الأبعاد الستة لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي على النحو التالي:



شكل 3: العلاقات الارتباطية بين أبعاد مقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي

تحليل الرسائل الإعلامية، تقييم المعلومات، استخدام المعلومات والإعلام، إنتاج المحتوى، والأخلاقيات الرقمية، وقد بُني وفق مقياس ليكرت الخماسي، مع التحقق من صدقه وثباته باستخدام معامل كرونباخ ألفا وتحليل الاتساق الداخلي. أما الأداة الثانية فهي مقياس تداول الأخبار الزائفة، وشمل أربعة أبعاد: السلوك الإعلامي، الوعي بالمعلومات المضللة، الاتجاه نحو الأخبار الزائفة، والتحقق من المعلومات، وتم بناؤه أيضاً وفق مقياس ليكرت الخماسي وبأساليب إحصائية مناسبة للتحقق من خصائصه السيكومترية. خضعت الأداة للتجريب على عينة استطلاعية (201 طالب وطالبة) لمراجعة الصياغة والتأكد من ملاءمتها للغة المستهدفة قبل التطبيق النهائي.

نتائج الدراسة الاستطلاعية

أجريت دراسة استطلاعية أولية على عينة صغيرة من طلبة المرحلة الثانوية في الكويت بلغت [201] طالباً بهدف التحقق من وضوح فقرات الاستبانة ومدى ملاءمتها لمقياس متغيرات الدراسة. وقد أظهرت النتائج أن أغلب المشاركين أن العبارات واضحة ومباشرة، ولم تُسجل ملاحظات جوهرية تتعلق بصعوبة الفهم أو الغموض. كما عرضت الأداة على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والتربية للتأكد من صلاحيتها، وأسفرت المراجعة عن تعديلات طفيفة في الصياغة اللفظية لبعض البنود. وقد تم حساب الصدق والثبات والاتساق الداخليين للأدوات بالأساليب الإحصائية التالية:

أولاً: حساب الصدق لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية باستخدام التحليل العاملي التوكيدي (Confirmatory Factor Analysis (CFA)

أجرى الباحث التحليل العاملي التوكيدي باستخدام برنامج LISREL 8.8 للتحقق من صدق البناء لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي. يوضح الجدولان [1] و [2] نتائج التحليل.

جدول 1: ملخص مؤشرات جودة مطابقة النموذج لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية

المؤشر	القيمة المحسوبة	القيمة المثالية المقبولة	التقييم
Chi-Square / df	2,50	[أقل من 3]	جيد
RMSEA	,06	[أقل من ,08]	جيد جداً
CFI	,92	[أعلى من ,90]	جيد جداً
GFI	,91	[أعلى من ,90]	جيد
SRMR	,05	[أقل من ,08]	ممتاز

وتشير مؤشرات جودة المطابقة في الجدول [1] إلى أن النموذج يتمتع بدرجة جيدة من المطابقة مع البيانات الفعلية، حيث تقع جميع القيم ضمن الحدود المثالية الموصى بها، مما يدعم صدق البناء للمقياس المستخدم.

الوصول إلى المعلومات، تحليل الرسائل الإعلامية، تقييم المعلومات، استخدام المعلومات والإعلام، إنتاج المحتوى الإعلامي، والأخلاقيات الرقمية، وتشكل بنية مفاهيمية متكاملة، مما يعزز من صدق البناء للمقياس المستخدم في الدراسة.

2. حساب الصدق التمييزي أو صدق المقارنات الطرفية لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية

جدول 3: الفروق بين [27%] الأديني والأعلى في مقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية باستخدام اختبار "ت" [ن = 201]

قيمة "ت"	الإرباعي الأعلى [27%]			الإرباعي الأدنى [27%]			الأبعاد
	الانحراف المعياري [ع]	المتوسط [م]	العدد [ن]	الانحراف المعياري [ع]	المتوسط [م]	العدد [ن]	
**12,27	,74	30,98	54	3,54	22,98	54	الوصول إلى المعلومات والرسائل الإعلامية
**12,82	1,57	29,54	54	3,39	23,02	54	تحليل الرسائل الإعلامية
**16,68	1,26	30,00	54	3,27	22,04	54	تقييم المعلومات
**14,81	,98	30,72	54	3,58	23,24	54	استخدام المعلومات والإعلام
**21,69	1,08	31,00	54	3,30	20,74	54	إنتاج المحتوى الإعلامي والمعلوماتي
**13,86	1,34	31,07	54	4,08	22,96	54	الأخلاقيات الرقمية والإعلامية
**18,31	2,20	183,31	54	19,28	134,98	54	الدرجة الكلية

المرتفعة والمنخفضة في الثقافة الإعلامية والمعلوماتية، مما يشير إلى تمتعه بمستوى جيد من الصدق التمييزي. وتُعد هذه النتيجة مؤشراً إيجابياً يؤكد فاعلية المقياس في قياس الفروق الحقيقية بين أفراد العينة، ويُعزز من صلاحيته للاستخدام في السياقات البحثية. ثانياً: حساب ثبات لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية باستخدام ألفا كرونباخ

ويوضح الجدول (3) نتائج اختبار "ت" للمقارنات الطرفية بين أدنى 27% وأعلى 27% من أفراد العينة في درجاتهم على مقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية. وقد كشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين المجموعتين في جميع أبعاد المقياس، بالإضافة إلى الدرجة الكلية. وتعكس هذه الفروق قدرة المقياس على التمييز بين الأفراد ذوي المستويات

جدول 4: حساب الثبات لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية بطريقة ألفا كرونباخ [ن=201]

معامل ألفا كرونباخ [α]	عدد الفقرات	البعد
,89	8	الوصول إلى المعلومات والرسائل الإعلامية (AIMM)
,87	8	تحليل الرسائل الإعلامية (MMA)
,88	8	تقييم المعلومات (IE)
,85	8	استخدام المعلومات الإعلامية (IMU)
,90	8	إنتاج المحتوى الإعلامي والمعلوماتي (MICC)
,86	8	الأخلاقيات الرقمية والإعلامية (DME)
,95	48	الدرجة الكلية للمقياس [TOMIL]

جدول 6: معاملات الارتباط بين كل مفردة والبعد الذي تنتمي إليه والموضحة بالجدول [6] التالي

الوصول إلى المعلومات والرسائل الإعلامية		تحليل الرسائل الإعلامية		تقييم المعلومات	
المفردات	قيمة معاملات الارتباط	المفردات	قيمة معاملات الارتباط	المفردات	قيمة معاملات الارتباط
MIL1	**68	MIL17	**70	MIL33	**71
MIL2	**71	MIL18	**72	MIL34	**73
MIL3	**66	MIL19	**69	MIL35	**70
MIL4	**69	MIL20	**71	MIL36	**72
MIL5	**67	MIL21	**68	MIL37	**69
MIL6	**70	MIL22	**70	MIL38	**71
MIL7	**65	MIL23	**67	MIL39	**68
MIL8	**68	MIL24	**69	MIL40	**71
استخدام المعلومات والإعلام		إنتاج المحتوى الإعلامي والمعلوماتي		الأخلاقيات الرقمية والإعلامية	
المفردات	قيمة معاملات الارتباط	المفردات	قيمة معاملات الارتباط	المفردات	قيمة معاملات الارتباط
MIL9	**65	MIL25	**64	MIL41	**66
MIL10	**68	MIL26	**67	MIL42	**69
MIL11	**66	MIL27	**65	MIL43	**67
MIL12	**67	MIL28	**66	MIL44	**68
MIL13	**64	MIL29	**63	MIL45	**65
MIL14	**66	MIL30	**66	MIL46	**68
MIL15	**63	MIL31	**62	MIL47	**63
MIL16	**65	MIL32	**65	MIL48	**65

وتُشير نتائج الجدول [4] قيم معاملات ألفا كرونباخ للأبعاد والدرجة الكلية للمقياس مستوى مرتفعاً من الاتساق الداخلي، حيث تراوحت قيم ألفا بين [85، إلى 90]، وهي جميعها تفوق الحد الأدنى المقبول إحصائياً [70،] للدراسات النفسية والتربوية. ويشير هذا الارتفاع في معاملات الثبات إلى أن الفقرات المكونة لكل بُعد تتسم بدرجة عالية من التجانس في قياس المفهوم الذي صممت من أجله. كما أن ارتفاع معامل ألفا كرونباخ للدرجة الكلية للمقياس يدل على تماسك الأبعاد المختلفة في بناء مفهوم موحد للثقافة الإعلامية والمعلوماتية. وبناءً على هذه النتائج، يمكن اعتبار المقياس موثوقاً بدرجة عالية وصالحاً للاستخدام في التطبيقات البحثية والأكاديمية.

2. حساب الثبات لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية باستخدام طريقة التجزئة النصفية

جدول 5: حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية [ن=201]

م	الأبعاد	عدد المفردات	معامل التجزئة النصفية المصحح
1	الوصول إلى المعلومات والرسائل الإعلامية (AIMM)	8	**87
2	تحليل الرسائل الإعلامية (MMA)	8	**85
3	تقييم المعلومات (IE)	8	**86
4	استخدام المعلومات والإعلام (IMU)	8	**83
5	إنتاج المحتوى الإعلامي والمعلوماتي (MICC)	8	**88
6	الأخلاقيات الرقمية والإعلامية (DME)	8	**84
	الدرجة الكلية للمقياس	48	**93

يوضح الجدول [5] معاملات الثبات المحسوبة باستخدام طريقة التجزئة النصفية المصححة مستوى عالٍ من الاتساق الداخلي بين نصفي الاختبار. وتراوحت القيم بين [83، إلى 93]، وهي قيم تفوق الحدود المقبولة إحصائياً [70]، مما يشير إلى أن الأبعاد الفرعية للمقياس والدرجة الكلية تتمتع بدرجة موثوقة من الثبات. وتدعم هذه النتائج الاعتماد على المقياس في التطبيقات البحثية والأكاديمية، كما تعزز من صدقه البنائي، حيث يدل الارتباط المرتفع بين نصفي الفقرات على اتساق البنية النظرية للمقياس.

ثالثاً: حساب الاتساق الداخلي لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي عن طريق حساب معاملات الارتباط بين كل مفردة والبعد الذي تنتمي إليه

جدول 8: ملخص مؤشرات جودة المطابقة للنموذج [201=ن]

المؤشر	القيمة المحسوبة	القيمة المثالية المقبولة	التقييم
اختبار كاي تربيع مقسومًا على درجات الحرية [Chi-Square / df]	2,11	≤	التقييم
مؤشر المطابقة المقارن [CFI]	,93	≥ 0.90	جيد جدًا
مؤشر تاكر-لويس [TLI]	,91	≥ 0.90	جيد جدًا
مؤشر جودة المطابقة [GFI]	,90	≥ 0.90	جيد
مؤشر جودة المطابقة المعدل [AGFI]	,85	≥ 0.80	مقبول
متوسط الجذر التربيعي لخطأ التقريب [RMSEA]	,065	≤ 0.08	مقبول نسبيًا
متوسط الجذر التربيعي المعياري لبواقي المربعات [SRMR]	,048	≤ 0.08	جيد

أشارت نتائج التحليل العاملي التوكيدي بالجدول (8) إلى أن جميع مؤشرات جودة المطابقة قد حققت الحدود المثالية أو المقبولة، مما يدل على أن النموذج يتمتع بدرجة جيدة من المطابقة مع البيانات الفعلية، ويؤكد صلاحية البناء العاملي للمقياس.

جدول 9: معاملات الارتباط بين العوامل المختصرة [201=ن]

العامل	العامل المرتبط	قيمة معامل الارتباط	الدلالة
AMIS	ATFN	** ,82	,01
AMIS	MBFN	** ,85	,01
AMIS	IVE	** ,88	,01
ATFN	MBFN	** ,80	,01
ATFN	IVF	** ,82	,01
MBFN	IVF	** ,94	,01

يتضح من الجدول (9) أن قوة الارتباط في جميع معاملات الارتباط تقع بين [80, إلى 94,] مما يشير إلى وجود علاقات ارتباط قوية جدًا بين المتغيرات. ومن حيث الدلالة الإحصائية نجد أن جميع معاملات الارتباط دالة إحصائيًا عند مستوى [01,] ، مما يعني أن العلاقات بين المتغيرات ليست نتيجة للصدفة. وأن هناك علاقة قوية جدًا بين السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة والتحقق من المعلومات. وتكمن أهمية هذه النتائج في تدعيم الفرضيات التي تفترض وجود علاقة بين الوعي بالمعلومات المضللة، الاتجاه نحو الأخبار الزائفة، السلوك الإعلامي، والتحقق من المعلومات.

يوضح الجدول [6] أن معاملات الارتباط المحسوبة بين كل مفردة والبعد الذي تنتمي إليه إلى مستوى مرتفع من الاتساق الداخلي داخل كل بُعد. وتراوحت معاملات الارتباط بين [63, إلى 73,] وهي جميعها أعلى بكثير من الحد الأدنى المقبول علميًا [30,] ، مما يدل على أن جميع المفردات تقيس بدقة المفهوم النظري الذي يفترض أن تمثله. تؤكد هذه النتائج أن المفردات المكونة لكل بُعد مترابطة بصورة متسقة داخليًا، مما يدعم الصدق البنائي لأبعاد مقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية. كما تعزز قوة هذه الارتباطات الاعتماد على المقياس كأداة صالحة للقياس في السياقات البحثية والأكاديمية.

3. حساب الاتساق الداخلي لمقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية عن طريق حساب معاملات الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية للمقياس

جدول 7: معاملات الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية للمقياس [201=ن]

م	الأبعاد	قيم معاملات الارتباط
1	الوصول إلى المعلومات والرسائل الإعلامية [AIMM]	** ,82
2	MMA تحليل الرسائل الإعلامية	** ,80
3	تقييم المعلومات [IE]	** ,83
4	استخدام المعلومات والإعلام [IMU]	** ,79
5	إنتاج المحتوى الإعلامي والمعلوماتي [MICC]	** ,84
6	الأخلاقيات الرقمية والإعلامية [DME]	** ,78

يتضح من الجدول [7] أن معاملات الارتباط بين الأبعاد الستة والدرجة الكلية للمقياس قد أظهرت قيمًا مرتفعة تتراوح بين [78, إلى 84,] ، مما يدل على تماسك الأبعاد الفرعية وتربطها في بناء المفهوم العام للثقافة الإعلامية والمعلوماتية. وتدعم هذه النتائج فرضية أن الأبعاد الستة تمثل مكونات مترابطة لبنية موحدة واحدة.

الخصائص السيكومترية لمقياس تداول الأخبار الزائفة

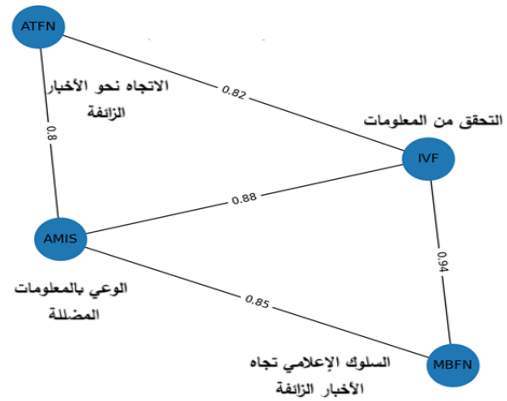
أولاً: حساب الصدق لمقياس تداول الأخبار الزائفة بطريقة التحليل العاملي التوكيدي

قام الباحث باستخدام برنامج (8.8) lisrel إجراء عملية التحليل العاملي التوكيدي Confirmatory Factor Analysis [CFA] لمقياس تداول الأخبار الزائفة للشباب الكويتي والجدول [8] ، [9] يوضحان نتائج التحليل العاملي التوكيدي

يوضح الشكل [4] العوامل الأربعة المفترضة (MBFN, AMIS, IVF, ATFN) وعلاقات الارتباط الثنائية بينها (الأسهم ثنائية الاتجاه)، حيث تشير قيم الارتباط الموضحة على الروابط بين كل زوج من العوامل إلى وجود ارتباطات موجبة قوية بين جميع الأبعاد الفرعية للمقياس. وتعكس هذه الارتباطات العالية أن العوامل الأربعة مترابطة مفاهيميًا وتشترك في إطار نظري واحد، فعلى سبيل المثال: الانخراط في تداول الأخبار الزائفة أو مقاومتها، إلا أن كل عامل منها يحتفظ بقدر من التمايز يُبرز جانبًا خاصًا من الظاهرة المدروسة. وهذا يدعم فعالية المقياس في قياس جوانب متعددة لمفهوم تداول الأخبار الزائفة مع الحفاظ على ترابط تلك الجوانب ضمن بناء نظري متسق.

2. حساب الصدق التمييزي أو صدق المقارنات الطرفية لمقياس تداول الأخبار الزائفة

ويوضح الشكل [4] التالي الرسم التخطيطي للعلاقات بين الأبعاد الأربعة لمقياس تداول الأخبار الزائفة لدى الشباب الكويتي على النحو التالي:



شكل 4: الارتباط بين العوامل الأربعة في مقياس تداول الأخبار الزائفة لدى الشباب الكويتي

جدول 10: الفروق بين [27%] الأدنى والأعلى في مقياس تداول الأخبار الزائفة باستخدام اختبار "ت" [ن = 201]

الابعاد	الإرصادي الأدنى [27%]			الإرصادي الأعلى [27%]			قيمة "ت"
	العدد [ن]	المتوسط [م]	الانحراف المعياري [ع]	العدد [ن]	المتوسط [م]	الانحراف المعياري [ع]	
السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة (MBFN)	50	2,97	,21	50	3,89	,09	**33,1
الوعي بالمعلومات المضللة (AMIS)	50	2,92	,15	50	3,71	,17	**28,4
الاتجاه نحو الأخبار الزائفة (ATFN)	50	2,78	,20	50	3,72	,19	**27,9
التحقق من المعلومات (IVF)	50	3,00	,21	50	3,87	,12	**28,8
الدرجة الكلية [TO FNMC]	50	2,92	,19	50	3,80	,14	**30,0

تشير نتائج الجدول [10] إلى حجم العينة: كل من المجموعتين العليا والدنيا تتكون من [50] مشاركًا، مما يعزز من قوة التحليل الإحصائي. وأن جميع قيمة "ت" كانت مرتفعة وتشير إلى فروق ذات دلالة إحصائية قوية بين المجموعتين في جميع الأبعاد، بما في ذلك الدرجة الكلية. وأن مستوى الدلالة كان [0,01]، مما يعني أن هذه الفروق ليست نتيجة للصدفة. وتكمن أهمية هذه النتائج في أنها تدعم الفرضيات التي تفترض وجود علاقة بين الوعي بالمعلومات المضللة، الاتجاه نحو الأخبار الزائفة، السلوك الإعلامي، والتحقق من المعلومات.

ثانيًا: حساب ثبات مقياس تداول الأخبار الزائفة باستخدام ألفا كرونباخ

جدول 11: ثبات المقياس بطريقة ألفا كرونباخ [ن=201]

البعاد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ [α]
السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة (MBFN)	8	,903
الوعي بالمعلومات المضللة (AMIS)	8	,820
الاتجاه نحو الأخبار الزائفة (ATFN)	8	,811
التحقق من المعلومات (IVF)	8	,878
الدرجة الكلية للمقياس [TOFNMC]	32	,957

2. حساب الثبات لمقياس تداول الأخبار الزائفة باستخدام طريقة التجزئة النصفية

بدقة المفهوم النظري الذي يفترض أن تمثله. تؤكد هذه النتائج أن المفردات المكونة لكل بُعد مترابطة بصورة متسقة داخليًا، مما يدعم الصدق البنائي لأبعاد مقياس تداول الأخبار الزائفة. كما تعزز قوة هذه الارتباطات الاعتماد على المقياس كأداة صالحة للقياس في البحث.

3 حساب الثبات لمقياس تداول الأخبار الزائفة عن طريق حساب معاملات الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية للمقياس

جدول 14: معاملات الارتباط بين الأبعاد والدرجة الكلية للمقياس [ن=201]

م	الأبعاد	قيم معاملات الارتباط
1	السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة (MBFN)	**85,
2	الوعي بالمعلومات المضللة (AMIS)	**83,
3	الاتجاه نحو الأخبار الزائفة (ATFN)	**79,
4	التحقق من المعلومات (IVF)	**81,

يتضح من الجدول [14] أن معاملات الارتباط بين الأبعاد الأربعة بالدرجة الكلية للمقياس قد أظهرت قيمًا مرتفعة تتراوح بين [81, إلى 85,] ، مما يدل على تماسك الأبعاد الفرعية وترابطها في بناء المفهوم العام لتداول الأخبار الزائفة . وتدعم هذه النتائج فرضية أن الأبعاد الأربعة تمثل مكونات مترابطة لبنية موحدة واحدة.

وفي ضوء ما سبق يتضح أن نتائج التحليلات الإحصائية إلى تمتع مقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية بخصائص سيكومترية مرتفعة من حيث الصدق والثبات. فقد أظهر التحليل العملي التوكيدي تطابق النموذج النظري مع البيانات الفعلية، حيث حققت مؤشرات جودة المطابقة-Chi (Square/df, RMSEA, CFI, SRMR) القيم المثلى المقبولة علميًا، بما يعزز صدق البناء للمقياس. كما أظهر اختبار "ت" فروقًا دالة بين ذوي الدرجات العليا والدنيا، مما يدعم الصدق التمييزي. أما من حيث الثبات، فقد حققت معاملات ألفا كرونباخ لجميع الأبعاد والدرجة الكلية قيمًا مرتفعة (بين 0.85 و 0.90)، متجاوزة الحد الأدنى المقبول. كما أكدت نتائج التجزئة النصفية الثبات العالي للمقياس، إذ تجاوزت جميع القيم (0.83)، مما يدل على اتساق الأداة عبر أجزائها المختلفة. كذلك كشفت معاملات الارتباط عن ارتباط قوي بين الفقرات وأبعادها، وبين الأبعاد والدرجة الكلية، بما يعزز صدق الاتساق الداخلي وتماسك النموذج المفترض. وبناءً عليه، يُمكن اعتماد الأداة بثقة في قياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي، ودراسة علاقتها بتداول الأخبار الزائفة على أسس علمية راسخة.

إجراءات التطبيق على العينة الاستطلاعية: تبين من خلال الدراسة الاستطلاعية أن متوسط الزمن المطلوب للإجابة عن الاستبانة يتراوح بين (15-20) دقيقة، وهو زمن مناسب لا يرهق المشاركين، مما يؤكد إمكانية

جدول 12: حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية [ن=201]

م	الأبعاد	عدد المفردات	معامل التجزئة النصفية المصحح
1	السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة (MBFN)	8	.89
2	الوعي بالمعلومات المضللة (AMIS)	8	.96
3	الاتجاه نحو الأخبار الزائفة (ATFN)	8	.87
4	التحقق من المعلومات (IVF)	8	.91
	الدرجة الكلية للمقياس [TOFNMC]	32	.94

يوضح الجدول [12] معاملات الثبات المحسوبة باستخدام طريقة التجزئة النصفية المصححة مستوى عالٍ من الاتساق الداخلي بين نصفي الاختبار. وتشير هذه القيم إلى مستوى عالٍ من الاتساق الداخلي للمقياس وأبعاده، مما يدل على موثوقية جيدة. وقد تم حساب معامل التجزئة النصفية المصحح باستخدام معادلة سبيرمان-براون، والتي تُستخدم لتقدير موثوقية المقياس عند تقسيمه إلى نصفين.

ثالثًا: حساب الثبات لمقياس تداول الأخبار الزائفة بطريقة الاتساق الداخلي عن طريق حساب معاملات الارتباط بين كل مفردة والبعد الذي تنتمي إليه

جدول 13: معاملات الارتباط بين كل مفردة والبعد الذي تنتمي إليه والموضحة بالجدول

[13] التالي

الاتجاه نحو الأخبار الزائفة (ATFN)		السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة (MBFN)	
م	المفردات	م	المفردات
**646,	ATFN1	**733,	MBFN1
**419,	ATFN2	**851,	MBFN2
**677,	ATFN3	**718,	MBFN3
**537,	ATFN4	**906,	MBFN4
**754,	ATFN5	**881,	MBFN5
**746,	ATFN6	**641,	MBFN6
**650,	ATFN7	**837,	MBFN7
**783,	ATFN8	**639,	MBFN8
التحقق من المعلومات (IVF)		الوعي بالمعلومات المضللة (AMIS)	
م	المفردات	م	المفردات
**557,	IVF1	**759,	AMIS1
**612,	IVF2	**764,	AMIS2
**847,	IVF3	**679,	AMIS3
**679,	IVF4	**652,	AMIS4
**858,	IVF5	**497,	AMIS5
**847,	IVF6	**674,	AMIS6
**852,	IVF7	**660,	AMIS7
**640,	IVF8	**639,	AMIS8

يوضح الجدول [13] أن معاملات الارتباط المحسوبة بين كل مفردة والبعد الذي تنتمي إليه إلى مستوى مرتفع من الاتساق الداخلي داخل كل بُعد. وتراوحت معاملات الارتباط بين [63, إلى 73,] وهي جميعها أعلى بكثير من الحد الأدنى المقبول علميًا [30,] ، مما يدل على أن جميع المفردات تقيس

ثانيًا: الإجابة على السؤال الثاني: ما مستوى انخفاض تداول الشباب الكويتي للأخبار الزائفة فيما يتعلق بالسلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة، والوعي بالمعلومات المضللة، والاتجاه نحو الأخبار الزائفة، والتحقق من المعلومات، والدرجة الكلية للمقياس؟. وللإجابة على هذا السؤال استخدم الباحث اختبار "ت" للعينة الواحدة One-Sample T-Test الموضوع بالجدول التالي:

جدول 16: اختبار "ت" للعينة الواحدة للتعرف على مستوى تداول الأخبار الزائفة لدى الشباب الكويتي [402]

الفرض	البعد	المتوسطات م	الانحراف المعياري "ع"	قيمة ت
الثاني	السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة	2,41	,55	**13,9
	الوعي بالمعلومات المضللة	2,36	,58	**14,3
	الاتجاه نحو الأخبار الزائفة	2,48	,61	**12,9
	التحقق من المعلومات	2,44	,59	**13,6
	الدرجة الكلية للمقياس	2,42	,47	**15,0

[**] دالة عند مستوى [0,01].

أوضحت نتائج اختبار "ت" لعينة واحدة، كما ورد في الجدول [16]، أن المتوسطات الحسابية لجميع أبعاد مقياس تداول الأخبار الزائفة جاءت أقل من المتوسط النظري (3) بدلالة إحصائية معنوية ($p < 0.05$) وتراوح المتوسطات بين (2.36) و(2.48)، ما يشير إلى انخفاض نسبي في السلوك الإعلامي، والوعي، والاتجاه، والتحقق من الأخبار لدى الشباب الكويتي. كما أظهرت الدرجة الكلية للمقياس متوسطاً بلغ (2.42)، مصحوباً بقيمة "ت" سالبة ودالة إحصائياً (15.0)، مما يدعم الفرض القائل بانخفاض مستوى تداول الأخبار الزائفة لدى الشباب. وتدل هذه النتائج على وعي نسبي بأهمية التحقق من المعلومات، وهو ما يعزز الدعوة لتكثيف جهود التثقيف الإعلامي والمعلوماتي في المجتمع الكويتي.

ثالثاً: الإجابة على السؤال الثالث: ما طبيعة العلاقة بين مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي وتداولهم للأخبار الزائفة؟

ويمكن التحقق من صحة هذا السؤال الثالث باستخدام معامل ارتباط بيرسون والموضح بالجدول [17] التالي:

استخدامها مع العينة الرئيسية. وأشارت ملاحظات بعض الطلبة إلى الحاجة لتبسيط المصطلحات التقنية (مثل مصطلح "التربية الإعلامية")، وعليه أضيفت تعريفات موجزة في التعليمات الإرشادية لتسهيل الفهم.

تحليل البيانات

أولاً: الإجابة على السؤال الأول: ما مستوى امتلاك الشباب الكويتي لمهارات الوصول إلى المعلومات، وتحليل الرسائل الإعلامية، وتقييم المعلومات، واستخدام المعلومات والإعلام، وإنتاج المحتوى الإعلامي، إلى جانب الالتزام بالأخلاقيات الرقمية والإعلامية، والثقافة الإعلامية والمعلوماتية ككل؟. وللإجابة على هذا السؤال استخدم الباحث اختبار "ت" للعينة الواحدة One-Sample T-Test الموضوع بالجدول التالي:

جدول 15: اختبار "ت" للعينة الواحدة للتعرف على مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي [ن=402]

الفرض	البعد	المتوسطات م	الانحراف المعياري "ع"	قيمة ت
الأول	الوصول إلى المعلومات	3,65	,57	**12,30
	تحليل الرسائل الإعلامية	3,72	,62	**14,50
	تقييم المعلومات	3,58	,60	**11,20
	استخدام المعلومات والإعلام	3,69	,65	**13,80
	إنتاج المحتوى الإعلامي	3,61	,63	**12,0
	الأخلاقيات الرقمية والإعلامية	3,76	,59	**15,0
	الثقافة الإعلامية والمعلوماتية ككل	3,67	,48	**16,80

[**] دالة عند مستوى [0,01].

يتضح من الجدول [15] أن نتائج اختبار (T-Test) لعينة واحدة أن المتوسطات الحسابية لجميع أبعاد مقياس الثقافة الإعلامية والمعلوماتية، وكذلك الدرجة الكلية، جاءت أعلى من المتوسط النظري (3) بدلالة إحصائية معنوية ($p < 0.05$). وقد تراوحت المتوسطات بين (3.58) و(3.76)، مما يشير إلى امتلاك الشباب الكويتي مستوى مرتفعاً من المهارات الإعلامية والمعلوماتية. وكان بُعد "الأخلاقيات الرقمية والإعلامية" الأعلى من حيث المتوسط (3.76) وقيمة "ت" (15.00)، مما يعكس وعياً أخلاقياً متقدماً لدى الشباب في التعامل مع الوسائط الرقمية. كما سجلت الدرجة الكلية متوسطاً قدره (3.76) بانحراف معياري (0.48)، وقيمة "ت" بلغت (16.80)، مؤكدة المستوى المرتفع للثقافة الإعلامية والمعلوماتية بشكل عام. وتشير هذه النتائج إلى تكامل الأبعاد الفرعية في دعم كفاءة الشباب الكويتي في الاستخدام النقدي والمسؤول للإعلام، ما يبرز الحاجة لتوسيع برامج التوعية الإعلامية الموجهة لهم.

جدول 17: معاملات الارتباط بين مقياس الثقافة الإعلامية ومقياس تداول الأخبار الزائفة/ن=402

الدرجة الكلية لمقياس تداول الأخبار الزائفة	التحقق من المعلومات	الاتجاه نحو الأخبار الزائفة	الوعي بالمعلومات المضللة	السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة	مقياس الأخبار الزائفة / مقياس الثقافة الإعلامية
**85-	**81-	**77-	**75-	**83-	الوصول إلى المعلومات والرسائل الإعلامية
**72-	**68-	**67-	**61-	**69-	تحليل الرسائل الإعلامية
**75	**72-	**68-	**64-	**73-	تقييم المعلومات
**82-	**78-	**73-	**73-	**80-	استخدام المعلومات الإعلامية
**79-	**74-	**73-	**68-	**76-	إنتاج المحتوى الإعلامي والمعلوماتي
**79-	**76-	**71-	**71-	**76-	الأخلاقيات الرقمية والإعلامية
**87-	**83-	**79-	**76-	**84-	الدرجة الكلية للمقياس

رابعاً: الإجابة على السؤال الرابع: إلى أي مدى يمكن التنبؤ بتداول الشباب الكويتي للأخبار الزائفة انطلاقاً من مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية (بأبعادها والدرجة الكلية)؟ . وللإجابة على هذا السؤال تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression بطريقة Stepwise، وجاءت النتائج كما يوضحها الجدول [18] التالي:

يتضح من الجدول [17] وجود علاقة ارتباطية سالبة دالة إحصائياً (عند مستوى 0.01) بين مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية وتداول الأخبار الزائفة لدى الشباب الكويتي، مما يشير إلى أنه كلما زادت كفاءة الشباب في التعامل مع الإعلام والمعلومات، انخفضت احتمالية مشاركتهم للمحتوى المضلل.

جدول 18: تحليل الانحدار المتعدد للتنبؤ بتداول الشباب الكويتي للأخبار الزائفة من عوامل الثقافة الإعلامية والمعلوماتية [ن = 402]

معامل التحديد	معامل الارتباط	قيمة "ف"	قيمة "ت"	Beta	الثابت	المتغير التابع
,718	,847	1017,1	**31,9	,148-	50,9	السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة
,591	,769	578,1	**24,1	,123-	45,9	الوعي بالمعلومات المضللة
,636	,797	699,5	**26,5	,146-	49,4	الاتجاه نحو الأخبار الزائفة
,696	,834	916,6	**30,3	,143-	50,3	التحقق من المعلومات
,763	,873	1286,2	**35,9	,560-	196,5	الدرجة الكلية

الإعلامي. كما كشفت نتائج تحليل الانحدار المتعدد عن وجود علاقة عكسية دالة إحصائياً بين مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية الكلية وجميع أبعاد تداول الأخبار الزائفة. إذ أظهرت معاملات الانحدار القياسية (Beta) قيمة سالبة عبر الأبعاد الأربعة: السلوك الإعلامي، والوعي بالمعلومات المضللة، والاتجاه نحو الأخبار الزائفة، والتحقق من المعلومات، إلى جانب الدرجة الكلية لمقياس الأخبار الزائفة، ما يشير إلى أن ارتفاع مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية يسهم في تقليل الانخراط في تداول الأخبار الزائفة. وقد مثلت الدرجة الكلية لمقياس تداول الأخبار الزائفة التأثير الأقوى ($Beta = -0.560$)، مما يدعم الدور الوقائي الحاسم للثقافة الإعلامية والمعلوماتية في مواجهة التضليل. وتعكس هذه النتائج أهمية تطوير مهارات التفكير النقدي والتحقق الإعلامي كاستراتيجية فعالة للحد من انتشار المعلومات المضللة بين الشباب.

يتضح من نتائج الجدول [18] أن نتائج تحليل الانحدار المتعدد قد أوضحت أن الثقافة الإعلامية والمعلوماتية الكلية تُعد متغيراً تنبؤياً دالاً إحصائياً لجميع أبعاد تداول الأخبار الزائفة، بما يشمل السلوك الإعلامي، الوعي، الاتجاه، والتحقق من المعلومات، إضافة إلى الدرجة الكلية للمقياس. وقد جاءت معاملات الانحدار (Beta) سالبة، بما يدل على أن ارتفاع مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية يرتبط بانخفاض تداول الشباب الكويتي للأخبار الزائفة. فجميع قيم "ت" كانت دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، ما يؤكد التأثير الحقيقي للثقافة الإعلامية والمعلوماتية على سلوك الشباب الإعلامي. وقد تراوحت معاملات الارتباط (R) بين (0.769 و 0.873)، بينما بلغت معاملات التحديد (R^2) ما بين (0.591 و 0.763)، ما يشير إلى أن الثقافة الإعلامية والمعلوماتية الكلية لديها القدرة على تفسير ما بين 59% إلى 76.3% من التباين في تداول الأخبار الزائفة، وهو معدل تفسيري مرتفع في البحوث الاجتماعية. وسجل البعد الخاص بالدرجة الكلية لمقياس الأخبار الزائفة أعلى قدرة تفسيرية ($R^2 = 0.763$)، يليه بعد التحقق من المعلومات ($R^2 = 0.696$)، ما يؤكد الدور الجوهري لمهارات التحقق في الحد من المعلومات المضللة. وبناء على هذه النتائج، تتضح أهمية تعزيز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب، من خلال المناهج التعليمية والمبادرات التوعوية، لبناء وعي رقمي ناقداً ومجتمعاً أكثر مقاومة للتضليل

خامساً: الإجابة على السؤال الخامس: ما أوجه التباين في درجات تداول الشباب الكويتي للأخبار الزائفة باختلاف مستويات الثقافة الإعلامية والمعلوماتية؟ وللإجابة على السؤال تم استخدام أسلوب تحليل التباين الأحادي، ويوضح الجدول [19] ذلك:

جدول 19: تحليل التباين الأحادي لمقياس تداول الأخبار المزيفة وفقاً لمستويات الثقافة الإعلامية والمعلوماتية [ن = 402]

مقياس تداول الأخبار المزيفة	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسطة المربعات	قيمة "ف"
السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة	بين المجموعات	4507,2	2	2253,6	**202,1
	داخل المجموعات	4423,8	399	11,09	
	المجموع	8931,0	401		
الوعي بالمعلومات المضللة	بين المجموعات	5061,7	2	2530,9	**177,1
	داخل المجموعات	5700,3	399	5700,3	
	المجموع	10762,0	401		
الاتجاه نحو الأخبار الزائفة	بين المجموعات	5080,9	2	2540,5	**178,1
	داخل المجموعات	5681,1	399	14,236	
	المجموع	10762,0	401		
التحقق من المعلومات	بين المجموعات	4537,6	2	2269,8	**205,5
	داخل المجموعات	4393,4	399	11,012	
	المجموع	8931,0	401		
الدرجة الكلية	بين المجموعات	50783,8	2	25396,9	**1715,5
	داخل المجموعات	5914,2	399		
	المجموع	56708,0	401	14,825	

الشباب لتداول الأخبار المضللة، وتبرز أهمية تنمية الوعي والمهارات الإعلامية كأداة فعالة للحد من هذه الظاهرة.

جدول 20: الفروق بين المتوسطات في تداول الأخبار الزائفة وفقاً لمستويات الثقافة الإعلامية والمعلوماتية [ن = 402]

مؤشر	مرتفع	متوسط	منخفض	تداول الأخبار الزائفة
السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة	1,31	7,27	1,24	
الوعي بالمعلومات المضللة	9,29	2,26	6,23	
الاتجاه نحو الأخبار الزائفة	1,30	5,26	4,22	
التحقق من المعلومات	1,31	8,27	2,24	
الدرجة الكلية	2,122	2,108	2,94	

تظهر بيانات الجدولين [19، 20] وجود نمط تصاعدي منتظم في المتوسطات الحسابية عبر مستويات تداول الأخبار الزائفة (منخفض، متوسط، مرتفع)، حيث ارتفعت المتوسطات تدريجياً في جميع الأبعاد والدرجة الكلية. فعلى سبيل المثال، ارتفع متوسط السلوك الإعلامي تجاه الأخبار

يتضح من الجدول [19] الذي يوضح نتائج تحليل التباين الأحادي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مستويات تداول الأخبار الزائفة (منخفض، متوسط، مرتفع) في جميع أبعاد المقياس الأربعة: السلوك الإعلامي تجاه الأخبار الزائفة، والوعي بالمعلومات المضللة، والاتجاه نحو الأخبار الزائفة، والتحقق من المعلومات، إضافة إلى الدرجة الكلية، وقد كانت قيم "ف" لجميع الأبعاد مرتفعة ودالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، ما يشير إلى أن الفروق بين المجموعات حقيقية وليست ناتجة عن الصدفة. وسجلت الدرجة الكلية لمقياس تداول الأخبار الزائفة أعلى قيمة "ف" (F = 1715.5)، مما يعكس وضوح الفروق بين المجموعات على المستوى العام للمقياس. كما أن متوسط المربعات بين المجموعات جاء أعلى بكثير من متوسط المربعات داخل المجموعات، مما يعزز مصداقية السؤال القائل بوجود تباينات جوهرية في أنماط تداول الأخبار الزائفة تبعاً لمستوى الثقافة الإعلامية. وتدعم هذه النتائج الإطار النظري الذي يربط بين الثقافة الإعلامية والمعلوماتية وميل

الإجابة عن السؤال الأول أن غالبية أفراد العينة يمتلكون مستوى متوسطاً إلى مرتفع من الثقافة الإعلامية والمعلوماتية، لاسيما في مهارات الوصول إلى المعلومات، وتحليل الرسائل الإعلامية، وتوظيف المحتوى الإعلامي في الحياة اليومية. وفي المقابل، سُجل تدبّرٍ نسبي في أبعاد إنتاج المحتوى الإعلامي والأخلاقيات الرقمية، ما يعكس وجود فجوة في التكوين المهاري النقدي لدى الشباب، ويشير إلى الحاجة لتدعيم البرامج التعليمية والتدريبية التي تُعنى بالجوانب التطبيقية والأخلاقية من الثقافة الإعلامية، وهو ما تؤكد منظمة اليونسكو (UNESCO, 2013) في نموذجها المتكامل للثقافة الإعلامية والمعلوماتية، الذي يشمل ستة أبعاد متكاملة، لا تكتمل الفاعلية فيها دون الجمع بين المهارات المعرفية والقيم الأخلاقية.

أما فيما يخص نتائج الإجابة عن السؤال الثاني، فقد اتضح أن الشباب الكويتي لا يظهر سلوكاً مرتفعاً في تداول الأخبار الزائفة، إذ كان مستوى هذا التداول منخفضاً نسبياً، وهو ما يُعد مؤشراً إيجابياً على وعي متزايد بالمحتوى الزائف، وإن لم يكن كافياً؛ حيث أظهرت البيانات استمرار بعض الشباب في مشاركة الأخبار دون تحقق كافٍ، نتيجة للدفاع أو التأثير السريع بالمحتوى المتداول. ويتوافق ذلك مع ما أشار إليه Silverman (2014) بأن النوايا الجيدة لا تكفي وحدها لمكافحة التضليل ما لم يُدعم الفرد بمهارات التحقق النقدي، والتمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة. وهو ما يؤكد على أن الوعي المجرد لا يمكن فصله عن أدوات التقييم العلمي والتقني للمحتوى الإعلامي.

وعند مناقشة نتائج الإجابة عن السؤال الثالث، أظهرت نتائج البحث وجود علاقة ارتباطية سالبة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية وتداول الأخبار الزائفة والمضللة، أي أنه كلما ارتفع وعي الشباب الإعلامي، انخفضت احتمالية وقوعهم في فخ المحتوى الكاذب أو مشاركتهم. وتتسجم هذه النتيجة مع نظرية التحصين المعرفي (McGuire, 1961) التي ترى أن التزود بالمعرفة والمهارات الإعلامية يكون آليات دفاع عقلية تحول دون التأثير بالمعلومات الخاطئة. كما تدعم هذه النتيجة نظرية الثقافة الإعلامية لـ (Potter, 2018)، التي تركز على أهمية المعرفة النقدية في تعزيز السلوك الإعلامي الرشيد، إلى جانب نظرية الفلترة المعلوماتية لـ (Shoemaker & Vos, 2009) التي تؤكد أن الأفراد ذوي المهارات التقييمية المرتفعة هم الأقدر على غربلة المعلومات وصدّ التضليل. وتتقاطع هذه النتيجة كذلك مع عدد من الدراسات الحديثة مثل دراسة Abrams (2024)، و (Tan et al. (2023)، و (Gebera et al. (2023)، التي أكدت أن الثقافة الإعلامية تُعد مؤشراً تنبؤياً قوياً لسلوكيات الشباب الإعلامية، خاصة في البيئات الرقمية المشبعة بالمعلومات المضللة.

أما فيما يتعلق بالإجابة عن السؤال الرابع، فقد أوضح التحليل الإحصائي أن الثقافة الإعلامية والمعلوماتية تُعد متغيراً دالاً تنبؤياً في تفسير مدى الخراط الشباب الكويتي في تداول الأخبار الزائفة، حيث تبين أن بعض الأبعاد، مثل تقييم المعلومات، والوعي بالأخلاقيات الرقمية، وتحليل الرسائل الإعلامية،

الزائفة من 24.042 في المستوى المنخفض إلى 31.129 في المستوى المرتفع، وكذلك ارتفع متوسط الوعي بالمعلومات المضللة من 23.556 إلى 29.957، والتحقق من المعلومات من 24.181 إلى 31.026. وتعكس هذه الفروق المتدرجة أن الشباب ذوي الثقافة الإعلامية والمعلوماتية المرتفعة يسجلون مستويات أقل من تداول الأخبار الزائفة، إلى جانب امتلاكهم مهارات أعلى في التحقق والتحليل من صحة المعلومات قبل تداولها. وتؤكد هذه النتائج صحة السؤال النظري القائل بأن تعزيز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية يمثل آلية فعالة للحد من تداول الأخبار الزائفة بين الشباب الكويتي.

ملخص النتائج

استندت نتائج الدراسة النهائية إلى عينة مكونة من [402] مشاركاً من الشباب الكويتي في المرحلة العمرية [15-34] سنة، وقد أظهرت هذه النتائج ما يلي:

- كشفت البيانات أن الشباب يمتلكون مستوى متوسطاً إلى مرتفع في أبعاد الوصول إلى المعلومات، وتحليل الرسائل الإعلامية، وتقييم المعلومات، واستخدام الإعلام، وإنتاج المحتوى، مع تباين نسبي في الالتزام بالأخلاقيات الرقمية.
- بينت النتائج أن مستوى تداول الأخبار الزائفة لدى الشباب منخفض نسبياً، حيث أظهرت العينة وعياً متزايداً بالمعلومات المضللة، واتجاهاً إيجابياً نحو التحقق من الأخبار قبل إعادة نشرها.
- أظهرت التحليلات الإحصائية وجود علاقة عكسية دالة إحصائية بين مستوى الثقافة الإعلامية والمعلوماتية وبين تداول الأخبار الزائفة، أي أن ارتفاع مستوى الثقافة الإعلامية يرتبط بانخفاض ميل الأفراد لمشاركة الأخبار المضللة.
- أوضحت نتائج الانحدار أن أبعاد الثقافة الإعلامية والمعلوماتية والدرجة الكلية تمثل متغيرات تنبؤية مهمة لتفسير سلوك تداول الأخبار الزائفة، وهو ما يعكس فاعلية هذه الثقافة في تقليل انتشار التضليل.
- كشفت النتائج عن وجود فروق ذات دلالة بين فئات العينة، حيث أظهرت الفئة الأعلى في الثقافة الإعلامية ميلاً أقل لتداول الأخبار الزائفة مقارنة بالفئات الأقل وعياً، مما يعزز فرضية أن تعزيز الثقافة الإعلامية يسهم في الحد من هذه الظاهرة.

وبذلك، فإن نتائج الدراسة المستخلصة من [402] استبانة صالحة قد أجابت بشكل مباشر عن أسئلة البحث الخمسة، مؤكدة الدور المحوري للثقافة الإعلامية والمعلوماتية في تقليل تداول الأخبار الزائفة بين الشباب الكويتي.

مناقشة النتائج والتوصيات

في ضوء نتائج الدراسة الحالية، وبالاستناد إلى الإطار النظري والنماذج المفاهيمية للثقافة الإعلامية والمعلوماتية، وبالإجابة التفصيلية على أسئلة البحث الخمسة، تبرز أهمية الثقافة الإعلامية والمعلوماتية بوصفها أداة مركزية في مواجهة ظاهرة الأخبار الزائفة بين الشباب الكويتي. فقد كشفت نتائج

– تدريب المعلمين وأعضاء الهيئات التدريسية على مبادئ الثقافة الإعلامية والمعلوماتية، ليقوموا بدور فاعل في تعزيز هذه المهارات لدى الطلبة، كما أبرزت تجارب دولية ناجحة مثل كندا وبريطانيا (Fedorov, 2008; Anderson, 2008).

– تعزيز الشراكة بين المؤسسات التعليمية والإعلامية والمجتمع المدني لإنتاج محتوى تفاعلي يعزز من وعي الشباب ويقوي مناعتهم الرقمية.

– تشجيع البحوث المستقبلية في السياق الخليجي والعربي حول العلاقة بين الثقافة الإعلامية وسلوكيات التلقي الرقمي، لسد الفجوة البحثية القائمة كما أشار إليها (محمد، 2022; Alqahs et al., 2023).

مساهمة المؤلف

قام المؤلفان بإعداد هذا البحث بشكل كامل دون مشاركة من باحثين آخرين. وقد تولّى المؤلفان جميع مراحل العمل البحثي، بدءًا من تحديد المشكلة وصياغة الأهداف، مرورًا بمراجعة الأدبيات والدراسات السابقة، وتصميم أدوات الدراسة، وجمع البيانات وتحليلها، وصولًا إلى تفسير النتائج واستخلاص التوصيات. كما تولّى المؤلفان تحرير جميع أقسام البحث ومواءمتها مع معايير النشر العلمي، بما في ذلك التوثيق الأكاديمي والتنسيق المنهجي.

الإفصاح والتصريحات:

تضارب المصالح: ليس لدى المؤلفان أي مصالح مالية أو غير مالية ذات صلة للكشف عنها. المؤلفون يعلنون عن عدم وجود أي تضارب في المصالح.

الوصول المفتوح: هذه المقالة مرخصة بموجب ترخيص إسناد الإبداع التشاركي غير تجاري 4.0 الدولي (CC BY- NC 4.0)، الذي يسمح باستخدام والمشاركة والتعديل والتوزيع وإعادة الإنتاج بأي وسيلة أو تنسيق، طالما أنك تمنح الاعتماد المناسب للمؤلف (المؤلفين) الأصليين. والمصدر، قم بتوفير رابط لترخيص المشاع الإبداعي، ووضح ما إذا تم إجراء تغييرات. يتم تضمين الصور أو المواد الأخرى التابعة لجهات خارجية في هذه المقالة في ترخيص المشاع الإبداعي الخاص بالمقالة، إلا إذا تمت الإشارة إلى خلاف ذلك في جزء المواد. إذا لم يتم تضمين المادة في ترخيص المشاع الإبداعي الخاص بالمقال وكان الاستخدام المقصود غير مسموح به بموجب اللوائح القانونية أو يتجاوز الاستخدام المسموح به، فسوف تحتاج إلى الحصول على إذن مباشر من صاحب حقوق الطبع والنشر. لعرض نسخة من هذا الترخيص، قم بزيارة:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

الدعم المالي

"لم يتلقَ هذا البحث أي دعم مالي من جهات تمويل خارجية أو مؤسسية".

الاهداء

إلى كل من ساهم في المشاركة في هذه الدراسة.

تسهم بدرجة كبيرة في خفض هذا التداول. وتدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه (Hobbs 2017) من أن التعليم الإعلامي لا يقتصر دوره على تزويد الأفراد بالمعرفة، بل يتجاوز ذلك نحو تغيير سلوكهم الإعلامي. وهو ما تؤكدته أيضًا دراسات (Pennycook & Rand 2020) و (Maksl et al. 2015) حول فاعلية برامج التثقيف الإعلامي في بناء قدرات التفكير النقدي لدى الشباب وتقليص نشر الأخبار غير الموثوقة.

وفيما يتعلق بالسؤال الخامس، أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تداول الأخبار الزائفة وفقًا لاختلاف درجات الثقافة الإعلامية والمعلوماتية، حيث كانت مستويات التداول أقل بشكل واضح بين فئة الشباب الذين يمتلكون ثقافة إعلامية مرتفعة مقارنةً بغيرهم، مما يعكس أثرًا وقائيًا واضحًا لهذه الثقافة. وتتسق هذه النتيجة مع ما أظهرته نتائج دراسة (Marchi 2017)، والتي بينت أن الشباب ذوي الكفاءة الإعلامية يتمتعون بقدرة أعلى على التمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل، إلى جانب ما خلصت إليه تجارب دولية، مثل المملكة المتحدة وكندا، من نتائج إيجابية بعد إدماج الثقافة الإعلامية والمعلوماتية في المناهج الدراسية (Anderson, 2008).

ويرى الباحث أن هذه النتائج، مجتمعة، تعكس بشكل واضح أن الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لم تعد خيارًا معرفيًا، بل ضرورة استراتيجية لتعزيز مناعة الشباب الرقمية. وتدعم نتائج البحث الحالي التوجهات النظرية الحديثة التي تنظر إلى الجمهور، لا سيما الشباب، بوصفهم فاعلين نقديين نشطين، قادرين على تقييم المحتوى والمشاركة الواعية، كما يتضح في نموذج التلقي النشط (Jolls & Wilson, 2014) ومنظور التمكين الإعلامي (Fedorov, 2008; Van Audenhove et al., 2025) وتُبرز نتائج البحث الحالي الحاجة إلى بناء برامج وطنية للتربية الإعلامية تتكامل فيها الأبعاد المعرفية والمهارية والقيمية، بهدف إعداد مواطن رقمي مسؤول، قادر على التفاعل مع المحتوى الإعلامي بوعي واستقلالية، والمساهمة في بناء بيئة إعلامية صحية وأكثر شفافية. وعليه، تؤكد نتائج البحث أن تعزيز الثقافة الإعلامية والمعلوماتية لدى الشباب الكويتي يمثل ركيزة أساسية لمواجهة التحديات الاتصالية والإعلامية المعاصرة، وللمواجهة تدفق المعلومات المضللة في الفضاء الرقمي العالمي.

التوصيات

في ضوء ما توصل إليه البحث من نتائج يوصي بـ:

- دمج مفاهيم الثقافة الإعلامية والمعلوماتية في المناهج الدراسية في مراحل التعليم العام، مع التركيز على مهارات التحقق، والتفكير النقدي، والتعامل الأخلاقي مع المعلومات.
- إطلاق حملات توعوية موجهة للشباب الكويتي عبر وسائل الإعلام والمنصات الرقمية، تركز على طرق اكتشاف الأخبار الزائفة، وتوضيح آليات التضليل المستخدمة.

المراجع

- Alqahs, K., Al-Kandari, Y. Y., & Albuloushi, M. S. (2023). Social media users' attitudes toward pervasiveness of fake news in Arab countries and its negative effects: Kuwait as a case study. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 21(3), 322–341. <https://doi.org/10.1108/JICES-01-2023-0005>
- Al-Qahtānī, 'A. al-Qahtānī. (2020). Dawr wasā'il al-i'lām al-jadīd fī ta'zīz al-thaqāfah al-ma'lūmātīyah: Dirāsah taḥqīqīyah 'alā ṭullāb Jāmi'at al-Malik 'Abd al-'Azīz bi-Juddah. *Majallat Jāmi'at al-Malik 'Abd al-'Azīz lil-Ādāb wa-al-'Ulūm al-Insānīyah*, 28(4), 123–153.
- Al-Rabāyī'ah, 'A. 'A. M. (2022). Dawr al-tarbiyah al-i'lāmīyah fī al-taw'īyah min khaṭar al-shā'i'āt ladā shabāb al-Urdunī. *Al-Majallah al-Miṣrīyah li-Buḥūth al-I'lām*, 80(1), 1883–1899.
- Al-Shuhayyib, 'A. 'A., & Khālid. (2024). Al-Dawr al-waṣīf lil-manṣṣāt al-raḡamīyah fī al-'alāqah bayna al-thaqāfah al-i'lāmīyah wa-tashkīl al-wa'ī al-'āmm al-Sa'ūdī. *Al-Majallah al-'Arabīyah li-Buḥūth al-I'lām wa-al-Ittiṣāl*, 46, 57–91.
- American Library Association (ALA). (2024). Information literacy defined. UNT Libraries. <https://guides.library.unt.edu/medialiteracy/information-literacy-defined>
- Anderson, L. (2008). *Media literacy education in England: Mapping progress and identifying areas for improvement*. London: Ofcom.
- Berger, L.M., Kerkhof, A., Mindl, F. and Mu'nsater, F. (2025). Debunking "fake news" on social media: Immediate and mediated effects. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 224, 482–496.
- Bessarab, A., Penchuk, I., Babenko, V., Volynets, G., & Pihura, A. (2025). Fostering media and information literacy among youth as a means of countering information and psychological operations. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(7s). <https://www.jisem-journal.com/>
- Bordac, S. E. (2014). Introduction to media literacy history. *Journal of Media Literacy Education*, 6(2), 1–2.
- Bulger, M., & Davison, P. (2018). The promises, challenges, and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 1–21. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-1-1>
- Carlsson, U. (2019). Understanding media and information literacy (MIL) in the digital age: A question of democracy. *Nordicom Review*, 40(Special Issue), 9–30.
- Center for Media Literacy (CML). (2024). What is media literacy? <https://medialiteracynow.org/document/center-for-media-literacy/>
- Dayf, L. (2024). Al-Tarbiyah al-i'lāmīyah wa-al-taṣaddī lil-akhbār al-kādhībah 'abr al-shabakāt al-ijtimā'īyah: Namūdhaj 'amālī lil-taṣaddī. *Al-Majallah al-Dawliyah lil-Ittiṣāl al-Ijtimā'ī*, 11(4), 150–160.
- Fedorov, A. (2008). Media around the world: A brief history. *Acta Didactica Napocensia*, 1(2), 56–68.
- Friggeri, A., Adamic, L. A., Eckles, D., & Cheng, J. (2014). Rumor cascades. In *Proceedings of the Eighth International Conference on Weblogs and Social Media*. (Vol. 8, No. 1, pp. 101-110).
- Gebera, O., Zea-Urviola, M., Huamani-Portilla, F., Girón-Pizarro, M., Pérez-Zea, A., & Agued-Gómez, I. (2023). Media and information literacy in secondary students: Diagnosis and assessment. *Journal of Technology and Science Education*, 13(2), 514-531. <https://doi.org/10.3926/jotse.1746>
- Ghundur, B. (2023). Tafā'uliyat ṭullāb al-i'lām al-tarbawī fī muwājahat al-akhbār al-zā'ifah bi-mawāqī' al-tawāṣul al-ijtimā'ī wa-'alāqatuhā bi-mahārāt al-tarbiyah al-i'lāmīyah al-raḡamīyah ladayhim. *Majallat Kullīyat al-Tarbiyah al-Naw'īyah bi-Būrsa'īd*, 66(3), 1613–1718.
- Gross, M., Shor, E., & Waismel-Manor, I. (2025). Social media literacy intervention: Effects on news sharing intentions
- الرباعية، عبدة علي محمد. (2022). دور التربية الإعلامية في التوعية من خطر الشائعات لدى الشباب الأردني. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*, 80(1)، 1899–1883. https://ejsc.journals.ekb.eg/article_268259
- سيد علي، إ. (2020). اتجاهات النخبة الأكاديمية نحو تفعيل مبادئ التربية الإعلامية لدى طلاب الجامعات. *مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر*، 11(55)، 3964.3917. doi:10.21608/jsb.2020.132554
- الشهيب، علي عبد الله. (2024). الدور الوسيط للمنصات الرقمية في العلاقة بين الثقافة الإعلامية وتشكيل الوعي العام السعودي. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، 46(46)، 91.57. https://jkom.journals.ekb.eg/article_379683.html
- ضيف، لينده. (2024). التربية الإعلامية والتصدي للأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية: نموذج عملي للتصدي. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*، 11(4)، 160.150. <https://asjp.cerist.dz/en/article/261304>
- غندر، بوسي. (2023). تفاعلية طلاب الإعلام التربوي في مواجهة الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمهارات التربية الإعلامية الرقمية لديهم. *مجلة كلية التربية النوعية ببورسعيد*، 66(3)، 1718.1613. doi:10.21608/jsb.2023.214164.1608
- القحطاني، عبد الله. (2020). دور وسائل الإعلام الجديد في تعزيز الثقافة المعلوماتية: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك عبد العزيز بجدة. *مجلة جامعة الملك عبد العزيز للآداب والعلوم الإنسانية*، 28(4)، 153.123. <https://search.mandumah.com/Record/1035263>
- محمد، بسمة محمود محمد. (2022). دور التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي بأساليب التضليل الإعلامي وطرق مواجهته. *بحوث في التربية النوعية*، 41(1)، 219.201. doi:10.21608/bedcu.2022.290657
- الهيئة العامة للشباب. (2021). *الاستراتيجية الوطنية للشباب 2021–2035*. الكويت: الهيئة العامة للشباب.
- وزارة التربية الكويتية. (2023). *الخطة الدراسية للمرحلة الثانوية*. الكويت: وزارة التربية.

Reference

- Abrams, Z. (2024). How to teach students critical thinking skills to combat misinformation online. *Monitor on Psychology*, 55(6).
- Al-Fanar Media. (2023, December). Media literacy in the Arab world: The 'media literacy of the oppressed'? <https://www.al-fanarmedia.org/2023/12/media-literacy-in-the-arab-world-the-media-literacy-of-the-oppressed>
- Al-Hay'ah al-'Āmmah lil-Shabāb. (2021). *Al-Istrāṭījīyah al-Waṭānīyah lil-Shabāb 2021–2035*. Kuwait: Al-Hay'ah al-'Āmmah lil-Shabāb.
- Al-Kandari, A. J., & Hasanen, M. (2015). The culture and politics of Internet use among young people in Kuwait. *International Journal of Adolescence and Youth*, 20(2), 180–193. <https://doi.org/10.1080/02673843.2013.823552>

- Pereira, S., & Moura, P. (2019). Assessing media literacy competences: A study with Portuguese young people. *European Journal of Communication*, 34(1), 20-37.
- Potter, W. J. (2018). *Media literacy* (9th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2019). Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. *Palgrave Communications*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0279-9>
- Sayyid ‘Alī, I. (2020). Ittijāhāt al-nukhbah al-akādīmīyah nahwa taf’īl mabādi’ al-tarbiyah al-i’lāmīyah ladā tullāb al-jāmi’āt. *Majallat al-Buḥūth al-I’lāmīyah*, Kulliyat al-I’lām, Jāmi’at al-Azhar, 11(55), 3917–3964.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping theory*. New York: Routledge.
- Silverman, C. (2014). Verification handbook: A definitive guide to verifying digital content for emergency coverage. *European Journalism* <https://verificationhandbook.com/>
- Tan, H. S., Hew, S. H., & Tan, H. Y. J. (2023). Combat fake news: An overview of youth’s media and information literacy education. In F. Mustaffa (Ed.), *Proceedings of the 3rd International Conference on Creative Multimedia 2023 (ICCM 2023)* (pp. 48–61). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-138-8_6
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- The Guardian. (2024, November 7). ‘It can lead to chaos’: False claims and hoaxes surge as Spain’s floods recede. <https://www.theguardian.com/world/2024/nov/07/it-can-lead-to-chaos-false-claims-and-hoaxes-surge-as-spains-floods-recede>
- UNESCO. (2013). *Global media and information literacy assessment framework: Country readiness and competencies*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224655>
- UNESCO. (2018). *Supporting media and information literacy in Qatar*. <https://www.unesco.org/en/articles/supporting-media-and-information-literacy-qatar>
- UNESCO. (2021). *Media and information literacy curriculum for educators and learners*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377062>
- UNESCO. (2024). *Media and information literacy*. <https://www.unesco.org/en/weeks/media-information-literacy>
- United Nations. (2020). *World Youth Report: Youth social entrepreneurship and the 2030 Agenda*. <https://www.un.org/development/desa/youth/world-youth-report.html>
- Van Audenhove, L., Demeulenaere, A., Walrave, M., d’Haenens, L., Lievens, E., Vanwynsberghe, H., & Nijs, D. (2025). Empowering the Digital Citizen: Digital and Media Literacy Research in Flanders, Belgium. <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/103362>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Wardle C, Derakhshan H (2017) Information disorder: toward an interdisciplinary framework for research and policy making. *Council Eur Rep* 27:1–107
- Wizārat al-Tarbiyah al-Kuwayṭīyah. (2023). *Al-Khiṭṭah al-Dirāsīyah lil-Marḥalah al-Thānawīyah*. Kuwait: Wizārat al-Tarbiyah.
- among young adults. *Media and Communication*, 13(1), 123–136.
- Guess, A. M., Nagler, J., & Tucker, J. A. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Hobbs, R. (2017). *Create to learn: Introduction to digital literacy*. John Wiley & Sons.
- Jolls, T. (2024). Media literacy education: The empowerment spiral as an instructional design model [Doctoral dissertation, Bournemouth University]. ePrints Bournemouth. https://eprints.bournemouth.ac.uk/40468/1/JOLLS%20Tessa_Ph.D._2024.pdf
- Jolls, T., & Wilson, C. (2014). The core concepts: Fundamental to media literacy yesterday, today and tomorrow. *Journal of Media Literacy Education*, 6(2), 68–78.
- Kuwait Times. (2024). Teaching media literacy at school essential to curb misinformation. <https://kuwaittimes.com/article/20723/kuwait/other-news/teaching-media-literacy-at-school-essential-to-curb-misinformation/>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U. K., Albarracín, D., Kendeou, P., Lombardi, D., & Zaragoza, M. (2020). *The debunking handbook 2020*. <https://www.climatechangecommunication.org/debunking-handbook-2020/>
- Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). Measuring news media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 13(1), 1–14.
- Marchi, R. (2017). *Young people and the future of news: Social media and the rise of connective journalism*. Cambridge University Press.
- McGuire, W. J. (1961). The effectiveness of supportive and refutational defenses in immunizing and restoring beliefs against persuasion. *Sociometry*, 24(2), 184–197. <https://www.jstor.org/stable/2786067>
- Media Defence. (2024). *Module 5: ‘False news’, misinformation and propaganda*. <https://www.mediadefence.org/>
- Melki, J. P. (2015). Guiding Digital and Media Literacy Development in Arab Curricula through Understanding Media Uses of Arab Youth. *Journal of Media Literacy Education*, 6(3), 14-28.
- Meta. (2024). *Introduction to media literacy*. My Digital World. <https://mydigitalworld.fb.com/mena/ar/lesson/introduction-to-media-literacy/>
- Mihailidis, P., & Viotty, S. (2017). Spreadable spectacle in digital culture: Civic expression, fake news, and the role of media literacies in “post-fact” society. *American Behavioral Scientist*, 61(4), 441–454. <https://doi.org/10.1177/0002764217701217>
- Muhammad, B. M. M. (2022). Dawr al-tarbiyah al-i’lāmīyah fī taw’iyat al-shabāb al-jāmi’ī bi-asālīb al-taḍlīl al-i’lāmī wa-ṭuruq muwājahatih. *Buḥūth fī al-Tarbiyah al-Naw’iyah*, 41(1), 201–219.
- National Association for Media Literacy Education (NAMLE). (2024). What is media literacy? <https://medialiteracynow.org>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(1), 277–284. <https://doi.org/10.1073/pnas.1806781116>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388–402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>