

Journalism and Audiences in the Age of Misinformation: A Field Study of University Students in Baghdad

Maryam Massaher Jaddah^{1*} 

¹Journalism Department, Faculty of Communication, Jinan University, Lebanon.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

ABSTRACT

Objectives: This study aims to identify the factors influencing the trust of university students in Baghdad in local media outlets amid the growing prevalence of misinformation. It focuses particularly on the role of media transparency, fact-checking skills, and media literacy in shaping this trust.

Methodology: The study adopted an explanatory sequential mixed-methods design. In the first phase, a quantitative survey was administered to a sample of 200 male and female university students. This was followed by a qualitative phase that included semi-structured interviews and news content analysis to explain the statistical findings and provide a deeper understanding of their implications.

Results: The findings revealed a positive correlation between media transparency—particularly the public acknowledgment, and correction of errors—and increased audience trust in media outlets. The results also indicated that students' possession of factchecking and media literacy skills contributes to protecting them from misinformation and fake news. Conversely, continuous exposure to unreliable content was found to reduce trust in media sources and undermine their perceived credibility.

Conclusion: The study concluded that media institutions should adopt clear and transparent policies for correcting errors. It also emphasized the importance of integrating digital verification skills and media literacy into university curricula, as such measures can help restore trust in the media and enhance public awareness in confronting misinformation and media manipulation.

Article History

Received 22 October 2025

Revised 10 March 2026

Accepted 15 March 2026

Published 28 June 2026

Keywords: Trust in media, misinformation, media literacy, digital journalism, youth, university students in Baghdad.

How to Cite this Article

Jaddah, M. M. (2026). Journalism and Audiences in the Age of Misinformation: A Field Study of University Students in Baghdad. *ALBAHITH ALALAMI*, 18(72), 44-60.

<https://doi.org/10.33282/abaa.v18i72.1302>

الصحافة والجمهور في ظل المعلومات المضللة: دراسة ميدانية على طلبة الجامعات في بغداد

مريم مساهر جادح^{1*}

قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة الجنان، لبنان.

مستخلص

الأهداف: تهدف الدراسة إلى الكشف عن العوامل المؤثرة في ثقة طلبة الجامعات في بغداد بوسائل الإعلام المحلية في ظل تنامي ظاهرة المعلومات المضللة، مع التركيز على دور الشفافية الإعلامية ومهارات التحقق والتربية الإعلامية في تشكيل هذه الثقة.

المنهجية: اعتمدت الدراسة المنهج المختلط من النوع التفسيري التتابعي (Explanatory Sequential Mixed-Methods Design)، إذ جرى في المرحلة الأولى تطبيق استبانة كمية على عينة قوامها (200) طالباً وطالبة، تلتها مرحلة نوعية تضمنت إجراء مقابلات شبه مقننة وتحليل المحتوى الإخباري؛ بهدف تفسير النتائج الإحصائية وتعميق دلالاتها.

النتائج: أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية موجبة بين شفافية وسائل الإعلام، ولا سيما فيما يتعلق بالإعلان عن تصحيح الأخطاء علناً، وبين تعزيز ثقة الجمهور بها، كما بينت النتائج أن امتلاك الطلبة لمهارات التحقق والتربية الإعلامية يسهم في حمايتهم من الأخبار الزائفة، في حين يؤدي التعرض المستمر للمحتوى غير الموثوق إلى تراجع مستوى الثقة بالمصادر الإعلامية ومصداقيتها.

*Corresponding author: E-mail address: mrymmsahr168@gmail.com, +964 774 577 3352

الخلاصة: توصلت الدراسة إلى أهمية تبني المؤسسات الإعلامية سياسات واضحة وشفافة لتصحيح الأخطاء، إلى جانب ضرورة إدماج مهارات التحقق الرقمي والتربية الإعلامية في المناهج الجامعية؛ بما يسهم في استعادة الثقة بوسائل الإعلام وتعزيز وعي الجمهور في مواجهة التضليل الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: ثقة الجمهور بوسائل الإعلام، المعلومات المضللة، التربية الإعلامية، الصحافة الرقمية، الشباب، طلبة جامعات بغداد.

مقدمة

تؤثر جودة المصادر الإعلامية ودقة المعلومات المتداولة تأثيراً مباشراً في الاستقرار السياسي والاجتماعي، ولا سيما في ظل التحول الرقمي المتسارع الذي أدى إلى تدفق غير مسبوق للمعلومات عبر شبكة الإنترنت ومنصات التواصل الاجتماعي، إذ يتسم جزء كبير منها بعدم الموثوقية، مما أثار مخاوف متزايدة بشأن مصداقية المحتوى الإعلامي وتأثيره في تشكيل الإدراك العام (Quattrociocchi, 2017)، وفي هذا السياق، برزت ظاهرة المعلومات المضللة بوصفها تحدياً رئيساً يواجه المؤسسات الإعلامية؛ لما لها من دور في تقويض الثقة العامة وإضعاف العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام.

وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن ثقة الجمهور لا ترتبط بدقة الأخبار فحسب، بل تتأثر أيضاً بمستوى الشفافية والاستقلالية، ولا سيما فيما يتعلق بالإفصاح عن مصادر المعلومات وتصحيح الأخطاء بصورة علنية، وهي ممارسات تسهم في تعزيز المصداقية وبناء الثقة المستدامة (Schnackenberg & Tomlinson, 2012)، ومع ذلك، أدى انتشار الأخبار الكاذبة والعناوين المضللة والمحتوى غير الموثق إلى تآكل هذه الثقة، ولا سيما لدى فئة الشباب الذين يعتمدون بدرجة كبيرة على المنصات الرقمية بوصفها مصدرًا رئيساً للأخبار (Esiobu et al., 2025; Greeshma et al., 2024).

في المقابل، برزت التربية الإعلامية ومهارات التحقق الرقمي بوصفها آليات وقائية قادرة على تمكين الأفراد من التمييز بين المعلومات الموثوقة والمضللة، بما يعزز قدرتهم على اتخاذ مواقف نقدية واعية تجاه المحتوى الإعلامي (Mishra, 2025)، إلا أن معظم الدراسات ركزت على هذه المتغيرات بصورة منفصلة، سواء من منظور الثقة أو التضليل أو التربية الإعلامية، دون دمجها في نموذج تفسيري، ولا سيما في السياق العراقي الذي يتسم بخصوصية سياسية واتصالية تؤثر في طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام.

ومن هنا، تتبع الفجوة البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها، عن طريق تحليل العلاقة بين التعرض للمعلومات المضللة ومستوى الثقة بوسائل الإعلام المحلية لدى الشباب الجامعي في بغداد، مع اختبار الدور الوسيط لمهارات التحقق والتصحيح العلني في إعادة بناء الثقة، وتكمن أهمية هذا التوجه في تقديم نموذج تفسيري يجمع بين خصائص المحتوى الإعلامي وخصائص المتلقي في سياق محلي لم يحظَ بالاهتمام الكافي في الأدبيات السابقة.

الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

يشهد المشهد الاتصالي في العراق تحولات جذرية، إذ أصبحت المنصات الرقمية المصدر الرئيس للمعلومات لدى قطاع واسع من الجمهور، ولا سيما فئة الشباب الجامعي (حنتوش و عبد الغفور، 2025)، وبالرغم من هذا الاعتماد المتزايد، فإن المؤشرات المحلية تشير إلى وجود "أزمة ثقة" متفاقمة بين الجمهور ووسائل الإعلام المحلية نتيجة التجاذبات السياسية وانتشار المعلومات المضللة التي باتت تهدد السلم الأهلي (نزيل و راضي، 2025).

وتتمثل المشكلة البحثية في المفارقة التي يعيشها الطالب الجامعي في بغداد؛ فهو من جهة يعتمد على المنصات الرقمية لمواكبة الأحداث والتطورات، ومن جهة أخرى يواجه صعوبة في التمييز بين المحتوى الموثوق والمحتوى المضلل، في بيئة إعلامية لا تزال تعاني من ضعف معايير الشفافية وممارسات التصحيح العلني، ولا يقتصر أثر هذا الواقع على الجانب المعرفي فحسب، بل يمتد ليسهم في تكوين حالة من الشك العام تجاه المؤسسات الإعلامية، بما يعكس تصاعد أزمة الثقة في السياق المحلي.

وانطلاقاً من ذلك، تتمحور مشكلة البحث حول اختبار العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في مستوى التعرض للمعلومات المضللة لدى الشباب الجامعي، والمتغير التابع المتمثل في مستوى الثقة بوسائل الإعلام المحلية، مع تحليل الدور الوسيط لكل من مهارات التحقق الرقمي وإدراك سياسات التصحيح العلني في التأثير في هذه العلاقة، وبناءً على ذلك تسعى الدراسة إلى الإجابة عن السؤالين الرئيسيين الآتيين:

1. ما طبيعة العلاقة بين مستوى تعرض الشباب الجامعي في بغداد للمعلومات المضللة ومستوى ثقتهم بوسائل الإعلام المحلية؟
2. إلى أي مدى تسهم مهارات التحقق الرقمي وسياسات التصحيح العلني في تعديل هذه العلاقة وإعادة بناء الثقة بالمحتوى الإخباري؟

ثانياً: أهمية البحث

1. الأهمية العلمية

- سدّ الفجوة المحلية: تتبع أهمية الدراسة من ندرة البحوث العراقية التي تناولت العلاقة التفاعلية بين الثقة بوسائل الإعلام والتعرض للمعلومات المضللة في إطار واحد؛ إذ ركزت معظم الدراسات السابقة إما على تفضيلات الجمهور (عباس، 2009)، أو على ظاهرة الأخبار الزائفة بشكل منفصل، في حين تدمج هذه الدراسة بين المتغيرين في نموذج واحد.
- اختبار عامل التصحيح: تُعد هذه الدراسة من المحاولات البحثية القليلة في المكتبة العربية التي تختبر أثر التصحيح العلني للأخطاء بوصفه متغيراً وسيطاً في إعادة بناء الثقة بوسائل الإعلام، الأمر الذي يضيف بعداً معرفياً جديداً إلى دراسات المصادقية الإعلامية في البيئة الرقمية.

2. الأهمية التطبيقية

- تطوير غرف الأخبار العراقية: تقدم الدراسة بيانات ميدانية لصناع القرار في المؤسسات الإعلامية المحلية عند تبني سياسات قائمة على الشفافية والتصحيح العلني للأخطاء، كما تسهم في توضيح أثر هذه الممارسات في تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسة الإعلامية.
- دعم تطوير المناهج الجامعية: توفر نتائج الدراسة مؤشرات واقعية يمكن الاستفادة منها في تطوير مناهج التربية الإعلامية الرقمية في كليات الإعلام والجامعات العراقية، بما ينسجم مع احتياجات الطلبة الفعلية في تنمية مهارات التحقق من المعلومات واكتشاف المحتوى المضلل، وليس مجرد مفاهيم نظرية.

ثالثاً: الدراسات السابقة

حظي موضوع الثقة بوسائل الإعلام وانتشار المعلومات المضللة باهتمام واسع في الأدبيات الأكاديمية الحديثة، ويمكن تصنيف الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث إلى ثلاثة محاور رئيسة تجمع بين المنظور العالمي والسياق العراقي المحلي:

1. الدراسات المتعلقة بالثقة والمصادقية في الإعلام: ركزت العديد من الدراسات على العوامل المؤثرة في بناء الثقة والمصادقية بين الجمهور ووسائل الإعلام، ومنها:
 - عالمياً، أشار شيفرين (Schiffrin, 2019) إلى أن الجمهور يميل إلى الثقة بالمؤسسات الإعلامية التي تلتزم بالمعايير المهنية، مبيناً أن الشفافية والممارسات الأخلاقية تؤديان دوراً أساسياً في تعزيز مصادقية الوسيلة الإعلامية.
 - أظهرت دراسة (Holtrup et al., 2023) تأثيراً متبادلاً بين الدقة المتصورة والثقة، فكلما أدرك الجمهور دقة الأخبار زادت ثقتهم بالمصدر الإعلامي، وهذا يشير إلى أن المصادقية الإعلامية تعتمد بدرجة كبيرة على كيفية تصورات الجمهور بشأن دقة الأخبار وموثوقيتها.
 - وفي السياق العراقي، كشفت دراسة (نزيل و راضي، 2025) عن وجود أزمة ثقة بين الجمهور العراقي ووسائل الإعلام المحلية نتيجة التجاذبات السياسية التي أثرت في معايير الحياد والموضوعية في التغطية الإخبارية، كما بينت الدراسة أن

- تبني ممارسات الشفافية قد يسهم في استعادة هذه الثقة.
- أوضحت دراسة ميدانية أجرتها (عباس، 2009) في مدينة بغداد وجود تفاوت في مستويات الثقة والتفضيل لدى الجمهور العراقي تبعاً لطبيعة الخطاب الإعلامي للمؤسسات الإعلامية، مؤكدة أن التصحيحات العلنية للأخطاء قد تسهم في استعادة الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام.
- 2. الدراسات المتعلقة بالمعلومات المضللة وتأثيرها:** تناولت الدراسات الحديثة ظاهرة المعلومات المضللة وآليات انتشارها عبر المنصات الرقمية، ومنها:
- أشار (Greeshma et al., 2024) إلى أن البيئة الرقمية غير المنظمة تسهم بصورة كبيرة في انتشار المعلومات المضللة، مما يضاعف من تأثير الأخبار الزائفة في الجمهور.
 - كما بينت دراسة (Husandani et al., 2025) أن منصات التواصل الاجتماعي تسهم في تضخيم أثر المعلومات المضللة من خلال آليات الانتشار العاطفي والخوارزمي، وهو ما تعكسه المعالجة السينمائية في فيلم *The Social Dilemma* بوصفه نموذجاً تفسيرياً لكيفية تشكل الإدراك الجمعي للمعلومات غير الموثوقة وتأثير ذلك في ثقة الجمهور بالمحتوى الرقمي.
 - يشير (Hunt, 2023) إلى أن التربية الإعلامية تمثل أحد المكونات الأساسية للمواطنة الرقمية، إذ لا تقتصر على تنمية مهارات تحليل المحتوى الإعلامي، بل تمتد إلى بناء وعي أخلاقي ومسؤول لدى الأفراد في تفاعلهم مع المعلومات الرقمية، بما يعزز قدرتهم على التمييز بين المحتوى الموثوق والمضلل في البيئات الاتصالية المعاصرة.
 - وفيما يتعلق بالشباب العراقي، أوضحت دراسة (حنتوش و عبد الغفور، 2025) أن تعرض الشباب لوسائل الإعلام الرقمية تحكمه دوافع نفسية واجتماعية، الأمر الذي يجعلهم أكثر عرضة للمحتوى غير المدقق وغير الموثوق.
 - دراسة (محمود و التميمي، 2025) تناولت دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات، موضحةً أن هذه المواقع تؤثر في بناء اتجاهات الطلبة ومعارفهم الاجتماعية، وتسهم في تشكيل وعيهم بالقضايا المجتمعية من خلال ما تنتيحه من محتوى تفاعلي وسريع الانتشار.
 - دراسة (محمد، 2020) تدعم هذا التوجه، إذ توصلت إلى أن اعتماد الشباب العراقي على مواقع التواصل الاجتماعي يزداد بصورة ملحوظة أثناء الأزمات، مما يعزز تعرضهم للأخبار الزائفة، وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة (Esiobu et al., 2025) بشأن تأثير الأخبار الزائفة في قنوات الجمهور واتجاهاتهم.
- 3. الدراسات المتعلقة بالتربية الإعلامية بوصفها حلّ للمواجهة:** تناولت دراسات التربية الإعلامية سبل مواجهة أزمة الثقة وانتشار المعلومات المضللة بوصفها حلاً استراتيجياً للحدّ من التضليل الإعلامي، ومن هذه الدراسات:
- أكد هوانغ (Hwang, 2025) أن تزويد الأفراد بمهارات التحليل والنقد يسهم في تقليل تأثيرهم في المعلومات المضللة.
 - تناولت دراسة (Navarrete, 2023) استراتيجيات التربية الإعلامية لدى الشباب الجامعي في مواجهة المعلومات المضللة الرقمية، وأظهرت أن التدريب المنهجي على تحليل المصادر، وفهم السياق الإعلامي، واستخدام أدوات التحقق، يسهم بصورة مباشرة في رفع مستوى الوعي النقدي لدى الطلبة ويحد من قابلية تصديق الأخبار الزائفة.
 - محلياً، ناقش (حمدان و التقي، 2023) أهمية دمج مناهج التربية الإعلامية الرقمية في الجامعات العراقية، مشيراً إلى أن هذه المناهج يمكن أن تسهم في تحصين الطلبة ضد الأخبار الزائفة وتعزيز قدرتهم على التمييز بين المعلومات الحقيقية والمضللة.
 - في إطار تقني، استعرض (نجم، 2026) واقع تقنيات التحقق من المعلومات في الصحافة العراقية، مشيراً إلى وجود فجوة واضحة في استخدام الأدوات الحديثة مقارنة بالمعايير العالمية المعتمدة في هذا الجانب.

- حددت دراسة (سالم و حسن، 2018) الكفايات اللازمة لمنهج التربية الرقمية من وجهة نظر الأكاديميين العراقيين، مؤكدين ضرورة تعزيز قدرات الطلبة على كشف التضليل الإعلامي من خلال التدريب على أدوات التحقق الرقمي.

التعقيب على الدراسات السابقة

يتضح من العرض السابق أن الدراسات الأجنبية ركزت بشكل رئيس على النظريات العامة المتعلقة بالثقة والمصادقية في الإعلام، في حين اهتمت الدراسات العراقية، مثل دراسة (حنتوش و عبد الغفور، 2025؛ نزيل و راضي، 2025)، بخصوصية البيئة الإعلامية المحلية وتأثيرها بالاستقطاب السياسي، ومع ذلك نكتسب الدراسة الحالية أهمية خاصة؛ لأنها تتجاوز الطروحات العامة المتعلقة بالثقة والمعلومات المضللة، وتقدم إطاراً ميدانياً يعكس التحديات الواقعية التي يواجهها الشباب الجامعي في بغداد في ظل تعدد مصادر المعلومات وصعوبة التمييز بين المحتوى الموثوق والمحتوى المضلل.

وتتمثل أبرز إسهامات الدراسة الحالية في توظيف التصحيح العلني للأخطاء بوصفه متغيراً وسيطاً في تفسير العلاقة بين المعلومات المضللة والثقة بوسائل الإعلام، وهو متغير لم يحظَ بالاهتمام الكافي في الأدبيات السابقة، إذ ركزت معظم الدراسات على تحليل الثقة والمعلومات المضللة بصورة منفصلة أو ضمن متغيرات تقليدية، وبذلك تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالمصادقية الإعلامية من خلال اختبار أثر سياسات التصحيح العلني في استعادة ثقة الجمهور بالمؤسسات الإعلامية ضمن السياق العراقي، الذي يعاني من تحديات إعلامية واتصالية عدة.

ومن خلال هذا التوظيف المنهجي المبتكر، تبرز الدراسة إضافة ميدانية مهمة، إذ تسعى إلى تحليل العلاقة بين مهارات التحقق الرقمي والتصحيح العلني في بناء الثقة بوسائل الإعلام المحلية، وهو موضوع لم يحظَ بدراسة كافية في الأدبيات العراقية والدولية ولا سيما في البيئة التي شهدت تحديات إعلامية عدة، وبالرغم من أن الدراسات السابقة قد تناولت مسألة التصحيح العلني في سياقات عامة، فإن هذه الدراسة تتميز بتطبيق هذا المتغير في سياق عراقي، إذ تعكس النتائج العلاقة بين مهارات التحقق الرقمي والتصحيح العلني في بناء الثقة في وسائل الإعلام المحلية.

إجمالاً، تُعدّ هذه الدراسة إضافة نوعية إلى الأدبيات المعاصرة في مجال الإعلام الرقمي، عن طريق تقديم رؤية تطبيقية علمية تسهم في فهم تأثير التصحيح العلني واستعادة الثقة بالمؤسسات الإعلامية، وتفتح المجال، وهو ما يعكس دورها القيادي في توجيه الدراسات المستقبلية نحو استراتيجيات فعالة في معالجة أزمات الثقة الإعلامية في المجتمعات المحلية.

رابعاً: حدود البحث

- 1. الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على بحث العوامل المؤثرة في ثقة الجمهور بالمحتوى الإخباري عبر منصات التواصل الاجتماعي، مع التركيز على متغيرات الشفافية، والتصحيح العلني، ومهارات التحقق من المعلومات، ولا تتناول الدراسة وسائل الإعلام التقليدية، كالصحف المطبوعة والإذاعة، إلا في إطار المقارنة بينها وبين الوسائل الرقمية.
- 2. الحدود البشرية:** اقتصر مجتمع البحث على فئة الشباب الجامعي من طلبة الدراسات الأولية والعليا، ويعود سبب اختيار هذه الفئة لكونهم مواطنين رقميين (Digital Natives) يعتمدون بشكل شبه كلي على الإنترنت كمصدر للمعلومات، وهم الشريحة الأكثر فاعلية في تداول الأخبار وإعادة نشرها، مما يجعلهم الأنسب لقياس أثر المعلومات المضللة.
- 3. الحدود المكانية:** طبقت هذه الدراسة ميدانياً في محافظة بغداد، وقد وقع الاختيار عليها لكونها تمثل المركز السياسي والديموغرافي والأكاديمي الأبرز في العراق، فضلاً عن احتضانها تنوعاً اجتماعياً وثقافياً واسعاً في جانبي الكرخ والرصافة، الأمر الذي يمنح نتائج الدراسة درجة أعلى من إمكانية التعميم مقارنة ببعض المحافظات الأخرى.
- 4. الحدود الزمانية:** غطت هذه الدراسة المدة الزمنية الممتدة خلال العام الدراسي (2023-2024)، وقد حددت هذه المدة لضمان راهنية البيانات (Recency)، إذ شهدت هذه المرحلة تطورات متسارعة في بيئة النشر الرقمي، وهي المدة التي جرى خلالها توزيع استمارة الاستبانة، وإجراء المقابلات، وتحليل البيانات والنتائج إحصائياً.

الإطار العملي الموسع

أولاً: مجتمع البحث وعينته

استهدف البحث مجتمع الشباب الجامعي في مدينة بغداد، وتحديدًا الفئة العمرية (18-35 سنة)، نظرًا لكونها الشريحة الأكثر تعرضًا للمحتوى الرقمي والأكثر نشاطًا في تداول الأخبار وإعادة نشرها، فضلًا عن دورها المؤثر في تشكيل الرأي العام تجاه وسائل الإعلام المحلية.

واعتمدت الباحثة عينة طبقية (Stratified Sample) بلغ حجمها (200) مفردة؛ لضمان التمثيل المتوازن للخصائص الديموغرافية والاتصالية لمجتمع البحث، كما التزمت في تصميم العينة التوزيع المتوازن وفق المتغيرات الآتية:

1. النوع الاجتماعي: توزعت العينة بالتساوي بين الذكور والإناث، بواقع (50%) للذكور و(50%) للإناث.
2. التوزيع الجغرافي: تمثل التوزيع الجغرافي للعينة في جانبي مدينة بغداد بالتساوي، بواقع (100) مفردة من جانب الكرخ و(100) مفردة من جانب الرصافة؛ وذلك لضمان تمثيل التنوع الاجتماعي والجغرافي داخل العاصمة.
3. المستوى التعليمي: قسمت العينة وفقًا للمستوى التعليمي على فئتين:
 - الفئة الأولى: ضمت (160) مبحوثًا من حملة الدبلوم والبيكالوريوس بنسبة (80%).
 - الفئة الثانية: ضمت (40) مبحوثًا من طلبة الدراسات العليا بنسبة (20%)؛ لضمان تغطية متنوعة للتخصصات ومستويات التعليم.
4. الفئة العمرية: توزعت العينة بين فئتين عمريتين؛ الأولى (18-25 سنة) بواقع (80) مفردة، والثانية (26-35 سنة) بواقع (120) مفردة.

5. كثافة التعرض: قُسم المبحوثون بحسب معدل استهلاكهم اليومي لوسائل الإعلام إلى ثلاث فئات:

- الفئة الأولى: استهلاك منخفض (أقل من 30 دقيقة يوميًا).
- الفئة الثانية: استهلاك متوسط (من 31 إلى 90 دقيقة يوميًا).
- الفئة الثالثة: استهلاك مرتفع (أكثر من 90 دقيقة يوميًا).

كما اعتمدت مستوى دلالة إحصائية ($\alpha = 0.05$) وقوة إحصائية ($\text{Power} = 0.80$) لنموذج انحدار خطي متعدد يضم ما بين (7-8) متغيرات، الأمر الذي يجعل حجم العينة كافيًا إحصائيًا وملائمًا لتعميم النتائج.

ثانيًا: أدوات القياس والمتغيرات

اعتمدت الدراسة على مجموعة من المقاييس الكمية والنوعية لجمع البيانات، كما جرى تعريف المتغيرات إجرائيًا تعريفًا دقيقًا يضمن قابليتها للقياس وإمكانية تكرارها علميًا، وذلك على النحو الآتي:

1. الثقة العامة: اعتمدت الباحثة في قياس هذا المتغير بوصفه المتوسط الحسابي على خمسة أبعاد فرعية هي: الدقة، والإنصاف، والشفافية، وتصحيح الأخطاء، والاستقلالية، كما استخدمت مجموعة من البنود لقياس كل بُعد، بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي الممتد من (1 = لا أثق إطلاقًا) إلى (5 = أثق تمامًا)، وحسبت الباحثة الدرجة الكلية للثقة من خلال جمع درجات الأبعاد الفرعية وقسمتها على عددها؛ للحصول على مؤشر مركب يعكس مستوى الثقة العامة لدى المبحوثين.

2. التعرض للمعلومات المضللة: اعتمدت الباحثة في قياس هذا المتغير على مقياسين متكاملين:

- الأول: مقياس ذاتي لقياس معدل تعرض المبحوث للمحتوى المضلل أو مشاركته أسبوعيًا، باستخدام تدرج كمي يتكون من خمس فئات هي: (أبداً، نادراً، أحياناً، غالباً، دائماً).
- الثاني: أداة تحقق تطبيقية تضمنت عرض ثلاث مواد إخبارية مختارة بعناية، هي: (مادة صحيحة موثوقة، ومادة مضللة جزئيًا، ومادة مضللة كليًا)، ثم طلب من المبحوث تحديد درجة موثوقية كل مادة وتبرير اختياره، واعتمدت الباحثة نتائج

هذا الاختبار؛ لمقارنة التقدير الذاتي بالأداء الفعلي، بهدف الحد من تحيز الإدراك الشخصي وتعزيز دقة القياس.

3. مهارات التحقق: اعتمدت الباحثة في قياس هذا المتغير على اختبار أداء عملي قصير، يمنح المبحوث درجة كلية تتراوح بين (0-10) درجات، ويهدف إلى قياس قدرته على تطبيق خطوات التحقق الرقمي من المعلومات، ويتضمن الاختبار أربع مهام رئيسية، هي:

- **التحقق من مصدر الخبر:** يتعين على المبحوث فحص مصداقية المصدر المُقدم في الخبر، وتمنح درجة واحدة إذا تمكن من تحديد المصدر بشكل دقيق وموثوقية.
- **التحقق من تاريخ النشر والسياق الزمني:** يقوم المبحوث بالتأكد من صحة تاريخ النشر ومدى اتساقه مع السياق الزمني للخبر، وتُمنح درجة واحدة عند التحقق الصحيح.
- **البحث العكسي عن الصور:** يطلب من المبحوث إجراء بحث عكسي للتحقق من أصل الصورة المُرفقة بالخبر، وتُمنح درجة واحدة إذا نجح في تحديد مصدرها أو التأكد من صحتها.
- **مقارنة الخبر بمصدرين مستقلين موثوقين:** يتحقق المبحوث من صحة الخبر من خلال مقارنته بمصدرين إعلاميين مستقلين وموثوقين، وتُمنح درجة واحدة عند إجراء المقارنة بشكل صحيح.

معايير التصحيح ومنح الدرجات

- الخطوات الصحيحة: تُمنح درجة واحدة لكل خطوة تُنفذ بشكل صحيح.
- التفسير المنطقي: تُمنح درجتان إضافيتان عند تقديم تفسير منطقي ومدعوم للأسباب التي استند إليها المبحوث في حكمه على كل خطوة، مثل شرح سبب تصنيفه للمصدر بوصفه مصدر موثوق أو غير موثوق، بما يعكس مستوى مهارته الفعلية في التحقق من المعلومات.

الدرجة النهائية

تُحتسب الدرجة النهائية عن طريق جمع درجات الخطوات الأربع وإضافة درجات الخاصة بالتفسير المنطقي، لتتراوح الدرجة الكلية بين (0 إلى 10) درجات.

ويهدف هذا الاختبار إلى قياس قدرة المبحوث على تطبيق مهارات التحقق الرقمي عمليًا، وليس مجرد تقييم إدراكه الذاتي لهذه المهارات، كما يوفر معيارًا قابلاً للتكرار في الدراسات المستقبلية بما يساهم في تعزيز صدقية القياس وموثوقيته.

4. الإدراك بالتصحيات:

- اعتمدت الباحثة في قياس هذا المتغير على مقياس مركب يتكون من:
- سؤال ثنائي (نعم/لا) لقياس مدى ملاحظة المبحوث وجود تصحيحات علنية في وسائل الإعلام المحلية.
 - مقياس ليكرت الخماسي لتقييم وضوح التصحيحات ومكان نشرها ومدى إبرازها للجمهور.
- كما عرضت الباحثة على المبحوث مثالاً تطبيقيًا لتصحيح إخباري فعلي، وطلب منه تقييم درجة وضوحه وفاعليته، بهدف تعزيز واقعية القياس وتقليل التحيز الانطباعي.

5. الثقة بالمصادر:

اعتمدت الباحثة في قياس هذا المتغير على ترتيب المبحوثين لمصادر الأخبار المختلفة، مثل: القنوات الفضائية، والمواقع الإخبارية، ومنصات التواصل الاجتماعي، وفق معيارين رئيسيين هما: مستوى المصداقية ومستوى الاعتماد.

كما طلب منهم تقييم كل مصدر باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، مما أتاح بناء مؤشر مقارن يوضح مستويات الثقة حسب لنوع المصدر.

ثانيًا: ضبط الصدق والثبات

لضمان صدق أدوات القياس، عرضت الباحثة الاستبانة والاختبارات التطبيقية على مجموعة من المحكّمين المتخصصين في

الإعلام ومناهج البحث العلمي، وأجريت التعديلات اللازمة بناءً على ملاحظاتهم، كما نفذت دراسة استطلاعية على عينة أولية، وحسبت معامل الاتساق الداخلي (الفا كرونباخ) للمحاور جميعها، إذ تجاوزت قيمته الحد المقبول إحصائياً (0.70)، مما يؤكد تمتع الأدوات بدرجة مناسبة من الثبات وصلاحيها للتطبيق الميداني.

ثالثاً: تصميم أداة الاستبانة وبنيتها

صممت الباحثة أداة الاستبانة لقياس مستويات الثقة والتعرض للمعلومات المضللة بدقة، بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي (1 = لا أوافق بشدة، 5 = أوافق بشدة)، وتوزعت بنود المقياس على ستة مجالات رئيسية، هي: دقة الأخبار (5 بنود)، والإنصاف والتوازن (4 بنود)، والشفافية (4 بنود)، وتصحيح الأخطاء (3 بنود)، والاستقلالية (3 بنود)، فضلاً عن مجال التعرض للمحتوى المضلل (4 بنود).

ولضمان سلامة البيانات والحد من تحيز الموافقة (Acquiescence Bias)، تضمنت الأداة بنوداً ذات ترميز عكسي (Reverse Coding)، إذ عكست الدرجات إحصائياً للأسئلة المصاغة بشكل سلبي، مثل: (نادراً ما توضح الجهات الإعلامية مصادرها)، و (تميل التغطية الإعلامية باستمرار إلى طرف واحد)، و (لا تفصح الجهة الإعلامية عن تضارب المصالح)، وفي المقابل احتسبت الدرجات مباشرة للبنود الإيجابية، مثل: (الأخبار المحلية دقيقة في معظم الأوقات)، و (تكون التصحيحات واضحة عند وقوع الأخطاء)، ويهدف هذا الإجراء المنهجي إلى التأكد من أن المبحوث يقرأ العبارات بعناية وتمعن، وليس مجرد اختيار نمطي للإجابات.

رابعاً: إجراءات جمع البيانات وضمان الجودة

لضمان دقة البيانات وموثوقيتها، اتبعت الباحثة بروتوكولاً ميدانياً صارماً للتعامل مع التحديات المنهجية المحتملة، وذلك وفق الإجراءات الآتية:

1. **المسح الميداني:** اعتمدت الباحثة نهجاً هجئاً يجمع بين الاستبانات الإلكترونية والورقية؛ لضمان الوصول إلى فئات متنوعة من المبحوثين، وللحد من انخفاض معدل الاستجابة، صممت الاستبانة بشكل مختصر، وقدمت حوافز معنوية للمشاركة، كما حدت الباحثة من احتمالية وقوع أخطاء الإدخال في الاستبانات الورقية من خلال تطبيق آلية الإدخال المزدوج (Double Entry)، وإجراء فحوصات الاتساق المنطقي للبيانات.
2. **المقابلات الصحفية:** للحد من تحيز الرغبة الاجتماعية (Social Desirability Bias)، الذي قد يدفع المبحوثين إلى تقديم إجابات مثالية غير واقعية، وقد اعتمدت الباحثة دليل مقابلة يتضمن أسئلة حيادية ومفتوحة، مع التأكيد سرية البيانات والحصول على الموافقة المستنيرة من المشاركين.
3. **تحليل المحتوى:** لضمان الموضوعية وتقليل تحيز الترميز (Coding Bias)، أخضعت الباحثة لتدريب مسبق على مصفوفة الترميز، كما اختبرت ثبات التحليل عن طريق حساب معامل الاتفاق (Kappa) بين مرمزين اثنين؛ للتأكد من دقة النتائج وموثوقيتها.

خامساً: ضبط جودة البيانات ومعايير الاستبعاد

لضمان أعلى مستويات الدقة والموثوقية في النتائج، خضع فريق العمل الميداني لتدريب موحد ركز على الالتزام بالأخلاقيات البحثية والحد من التحيزات المحتملة، وبعد الانتهاء من جمع البيانات، طبقت الباحثة إجراءات صارمة لتنظيف البيانات (Data Cleaning) وفحص جودتها، وفق المعايير الآتية:

1. **معيار زمن الاستجابة:** استبعدت الباحثة أي استمارة استبانة استغرق إكمالها أقل من (4) دقائق؛ إذ يعد ذلك مؤشراً على عدم جدية المبحوث في الإجابة (Speeders).

2. **معياري التكرار:** راجعت الباحثة البيانات للتأكد من عدم وجود تطابق كامل بين استمارات مختلفة، وحذفت الاستمارات المكررة لضمان دقة التحليل الإحصائي.
3. **فحوص الاتساق الداخلي:** راجعت الباحثة التناقضات المنطقية في الإجابات، واستبعدت الحالات التي تجاوزت فيها نسبة التناقض الداخلي (5%) من إجمالي الإجابات.
4. **ثبات التحليل النوعي:** لضمان دقة تحليل المحتوى الإخباري، احتسبت الباحثة معامل اتفاق كابا (Cohen's Kappa) بين المرّمين، واعتمدت القيمة (0.75) حدًا أدنى لقبول نتائج التحليل، مع إعادة تدريب المرّمين في الحالات التي لم تحقق هذا المعيار.

إجراءات تحليل المحتوى والمقابلات

- لتعميق فهم النتائج الكمية وتفسيرها، اعتمدت الباحثة على أداتين نوعيتين، طبقت وفق إجراءات منهجية دقيقة:
- أولاً: تحليل المحتوى الإخباري:** شمل التحليل عينة مكونة من (50) مادة إخبارية محلية، مع تطوير دليل ترميز (Coding Guide) القائم على النظام الثنائي (وجود السمة = 1، غيابها = 0)؛ لرصد خمسة مؤشرات مهنية أساسية، هي:
1. **المصادقية:** التحقق من ذكر المصدر بالاسم (شخصًا كان أو جهة) مقابل إغفال ذكره.
 2. **الشفافية:** رصد وجود تصحيحات علنية وواضحة للأخطاء السابقة داخل المتن.
 3. **الإثارة:** تحديد العناوين المبالغ فيها أو المضللة التي لا تتسجم مع مضمون الخبر.
 4. **التوثيق:** الكشف عن الادعاءات غير المدعومة بالأدلة أو الشواهد.
 5. **التوازن:** قياس مدى عرض وجهات نظر متعددة للقضية الواحدة.

ثانياً: المقابلات المتعمقة: أجرت الباحثة مقابلات شبه مهيكلة مع نخبة من الصحفيين الميدانيين، بالاستناد إلى دليل مقابلة مرن غطى خمسة محاور رئيسية، هي:

1. تقييم الصحفيين لتأثير المعلومات المضللة في المصادقية الشخصية والمؤسسية.
2. التعرف على بروتوكولات التحقق المتبعة قبل النشر، مثل استخدام الأدوات الرقمية والمصادر الأولية.
3. استكشاف آليات التعامل مع الأخطاء الصحفية، من حيث سرعة التصحيح ومكان نشره.
4. التعرف على طبيعة الضغوط التحريرية التي قد تؤثر في الاستقلالية المهنية.
5. دراسة كيفية استجابة المؤسسات الإعلامية لبلاغات الجمهور وملاحظاتهم.

إجراءات تحليل البيانات والتحقق من الفرضيات

أولاً: صياغة الفرضيات البحثية

انطلقت الدراسة من مجموعة من الفرضيات القابلة للاختبار إحصائياً، والتي اشتقتها الباحثة في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، وهي:

- H1: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى مهارات التحقق لدى الشباب الجامعي ومستوى ثقتهم بوسائل الإعلام المحلية.
- H2: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الثقة بوسائل الإعلام المحلية بين الأشخاص الذين تعرضوا لمحفزات التصحيحات العلنية والأفراد الذين لم يتعرضوا لها.
- H3: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عكسية بين معدل التعرض للمعلومات المضللة ومستوى الثقة بوسائل الإعلام المحلية.

ويؤكد (Kruger, 2017) أن امتلاك مهارات التحقق والتحليل النقدي للمحتوى الإخباري يمثل حجر الأساس في بناء ما

يعرف بـ (ثقافة الأخبار - News Literacy)، التي تمكن الجمهور من التمييز بين المعلومات المهنية والمحتوى المضلل. وحللت الباحثة البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS V.26) في الشق الكمي، وبرنامج (NVivo) في الشق النوعي، بما ينسجم مع طبيعة التصميم المختلط للدراسة والفرضيات البحثية المطروحة.

ثانياً: التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات

اعتمدت الباحثة على مجموعة من الاختبارات الإحصائية المعلمية للتحقق من الفرضيات البحثية، بعد التأكد من توافر شروط استخدامها من حيث طبيعة التوزيع والاعتدالية الإحصائية، وذلك على النحو الآتي:

1. اختبار الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression)

استخدمت الباحثة اختبار الانحدار الخطي البسيط للتحقق من الفرضيتين (H1) و(H3)، بهدف قياس طبيعة العلاقة بين المتغيرات المستقلة المستمرة (مهارات التحقق، ومعدل التعرض للمعلومات المضللة) والمتغير التابع (مستوى الثقة العامة)، وتحديد اتجاه العلاقة وقوتها، دون تفسيرها تفسيراً سببياً، انسجاماً مع الطبيعة الارتباطية للتصميم البحثي.

2. اختبار (T) للعينات المترابطة (Paired Samples T-Test)

طبقت الباحثة اختبار (T) للعينات المترابطة للتحقق من الفرضية (H2)، من خلال مقارنة متوسطات مستوى الثقة لدى المبحوثين قبل التعرض لمحفزات التصحيحات العلنية وبعده، بهدف الكشف عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين القياسين.

3. تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)

استخدمت الباحثة تحليل التباين الأحادي للتحقق من الفرضية (H4)، والكشف عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات الثقة تُعزى إلى اختلاف درجة توازن التغطية الإخبارية، مع تطبيق الاختبارات البعدية عند الحاجة لتحديد اتجاه الفروق.

ثالثاً: التحليل النوعي

خضعت النصوص المستخرجة من المقابلات المتعمقة وتحليل المحتوى الإخباري لعملية التحليل الموضوعي (Thematic Analysis) وفق نهج استقرائي منظم مرّ بثلاث مراحل متتابعة:

1. الترميز المفتوح (Open Coding): فككت الباحثة النصوص إلى وحدات دلالية أولية، واستخلصت المفاهيم والموضوعات العامة المرتبطة بثقة الجمهور والمعلومات المضللة.

2. الترميز المحوري (Axial Coding): جرت في هذه المرحلة إعادة تنظيم الرموز ضمن فئات مترابطة، وربطها بمحاور تفسيرية تعكس علاقاتها البنائية.

3. الترميز الانتقائي (Selective Coding): صاغت الباحثة السرد التحليلي النهائي الذي دمج النتائج النوعية ضمن الإطار التفسيري العام للدراسة، ولتعزيز مصداقية التحليل النوعي، اعتمدت الباحثة منهجية التثليث المنهجي (Triangulation) من خلال مقارنة النتائج النوعية بالنتائج الكمية، فضلاً عن احتساب معامل الاتفاق بين المرمرين؛ لضمان ثبات التحليل وتقليل التحيز الذاتي.

المعالجة الإحصائية والاعتبارات الأخلاقية

فحصت الباحثة البيانات للكشف عن القيم المفقودة والقيم المتطرفة؛ لضمان متانة النتائج، كما حلت القيم المفقودة التي لم تتجاوز نسبتها (5%) باستخدام أسلوب التعويض بالمتوسط، وحسبت معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لجميع المحاور الفرعية، إذ تراوحت قيمه بين (0.78-0.89)، وهي قيم تفوق الحد الأدنى المقبول إحصائياً (0.70)، مما يدل على تمتع الأداة بدرجة جيدة من الثبات.

وأدرجت مجموعة من المتغيرات الضابطة (Control Variables) ضمن نموذج التحليل، شملت المستوى التعليمي، والدخل، ومعدل استخدام المنصات الرقمية؛ لعزل أثرها المحتمل في العلاقة بين الثقة والتعرض للمعلومات المضللة.

أما من الناحية الأخلاقية، فقد التزمت الباحثة بمعايير البحث العلمي من خلال الحصول على الموافقة المستنيرة من جميع المشاركين، وضمان سرية البيانات واستخدامها لأغراض البحث العلمي فقط، فضلاً عن تشفير البيانات الشخصية بما يكفل حماية الخصوصية والمحافظة على المعلومات.

نتائج البحث

يعرض هذا القسم النتائج المستخلصة من التحليل الإحصائي لبيانات الاستبانة البالغ عددها (N=200)، إلى جانب نتائج التحليل النوعي للمقابلات وتحليل المحتوى الإخباري، مع الالتزام بالفصل المنهجي بين العرض الوصفي للنتائج والتفسير التحليلي لها.

أولاً: النتائج الوصفية لمستويات الثقة في وسائل الإعلام المحلية

أظهرت النتائج أن المستوى العام لثقة الشباب الجامعي في بغداد بوسائل الإعلام المحلية جاء عند مستوى متوسط، إذ بلغ المتوسط الحسابي (M = 3.2) من أصل (5)، مع انحراف معياري يشير إلى وجود تباين ملحوظ في اتجاهات المبحوثين نحو وسائل الإعلام المحلية، أما على مستوى الأبعاد الفرعية للثقة، فجاءت النتائج على النحو الآتي:

1. سجل بُعد الدقة الإخبارية أعلى متوسط حسابي بلغ (M = 4.2)، مما يدل على أن إدراك دقة الأخبار يمثل العامل الأكثر ارتباطاً بمستوى الثقة لدى المبحوثين.
 2. جاء بُعد الإنصاف والتوازن في التغطية الإعلامية في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (M = 3.8)، وهو ما يعكس إدراكاً متوسطاً إلى مرتفعاً لمستوى التوازن في التغطية الإعلامية.
 3. جاء بُعد الشفافية وتصحيح الأخطاء في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (M = 3.5)، مما يشير إلى ضعف نسبي في إدراك الجمهور لسياسات الشفافية وتصحيح الأخطاء داخل المؤسسات الإعلامية.
- وتشير هذه النتائج الوصفية إلى أن الثقة الإعلامية لدى الشباب الجامعي تتشكل بصورة أساسية من إدراك الدقة والتوازن في التغطية، في حين تبقى الشفافية وتصحيح الأخطاء من العناصر الأقل حضوراً في التجربة الإعلامية اليومية.

ثانياً: نتائج اختبار الفرضيات

• الفرضية الأولى (H1) مهارات التحقق والثقة

أظهرت نتائج تحليل الانحدار الخطي وجود علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين مهارات التحقق ومستوى الثقة بوسائل الإعلام المحلية، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار ($\beta = 0.75$)، مما يشير إلى أن ارتفاع مستوى مهارات التحقق يرتبط بارتفاع مستوى الثقة بالمصادر الإخبارية.

وتدل هذه النتيجة على أن مهارات التحقق تمثل متغيراً تفسيرياً مهماً في تشكيل الثقة الإعلامية لدى الشباب الجامعي. كما تتسجم مع الإطار النظري الذي طرحه (Ozel, 2025)، والذي يربط بين مستوى التربية الإعلامية وقدرة الأفراد على بناء ثقة واعية بالمصادر الإخبارية بعيداً عن القبول السطحي للمحتوى الرقمي.

كما دعمت النتائج النوعية هذا الاتجاه؛ إذ أظهرت المقابلات أن المشاركين الذين يمتلكون استراتيجيات واضحة للتحقق يميلون إلى إبداء مستويات أعلى من الثقة بالمصادر التي تتوافق مع معايير التحقق المعتمدة لديهم. وتوظف هذه الشهادات بوصفها تفسيراً سابقياً للنتائج الإحصائية، لا بوصفها دليلاً تعميمياً مستقلاً.

• الفرضية الثانية (H2) التصحيحات العلنية ومستوى الثقة

أظهرت نتائج اختبار (Paired Samples T-test) عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الثقة قبل التعرض لمحذرات التصحيحات العلنية وبعده ($P > 0.05$)، وبناءً على ذلك، تُرفض الفرضية بصيغتها الإحصائية، مما يشير إلى أن التعرض لمحذرات التصحيح العلني لم يحدث تغييراً معنوياً في مستوى الثقة العامة وفقاً لمعيار الدلالة الإحصائية المعتمد.

التفسير الموسع

إن غياب الأثر المعنوي للتصحیحات العلنية لا يمكن فهمه بوصفه خللاً إجرائياً فحسب، بل يمكن النظر إليه بوصفه انعكاساً لطبيعة العلاقة المتوترة بين الجمهور ووسائل الإعلام في السياق العراقي، فالثقة ليست عنصراً يُستعاد بمجرد إعلان تصحيح، وإنما هي رصيد تراكمي يتشكل عبر الزمن ويتأثر بالخبرات الإعلامية المتعاقبة، وعندما تتعرض هذه الثقة للاهتزاز المستمر، تصبح محاولات التصحيح، مهما بدت شفافة أقرب إلى فعل شكلي لا يلامس جوهر الأزمة.

وفي هذا السياق قد يفقد التصحيح العلني معناه حين يستقبل في بيئة إعلامية تفتقر إلى ثقافة الاعتراف بالخطأ بوصفها قيمة مهنية راسخة، فبدل أن يُقرأ كعلامة على المسؤولية، قد يُؤوّل كاستجابة ظرفية أو محاولة لاحتواء النقد، مما يفرغه من قدرته على إعادة بناء المصداقية، وهكذا تتجلى المفارقة كلما غابت البنية الثقافية التي تحتضن فعل التصحيح، تضاءلت قدرته على التأثير، ليظل عالقاً في سطح الخطاب دون أن ينفذ إلى عمق الوعي الجمعي.

الأسباب الثقافية والتاريخية

يحتمل أن يكون الجمهور العراقي قد اعتاد على تعامل وسائل الإعلام مع الأخطاء بشكل غير علني أو بطريقة لا تبرز بما يكفي لترك أثرًا فعلياً في تعزيز الثقة، فضلاً عن ذلك، قد تضعف حالة الاستقطاب السياسي والتأثيرات الخارجية التي تميز المشهد الإعلامي العراقي من تأثير التصحيحات العلنية في بناء الثقة الجماهيرية، إذ إن بعض شرائح الجمهور قد تكون غير مستعدة أو غير معتادة على قبول تصحيحات من وسائل الإعلام التي تصنفها جزئياً أو كلياً ك (غير موثوقة).

النتائج النوعية

أظهرت النتائج النوعية ميلاً إيجابياً لدى بعض المشاركين تجاه التصحيحات العلنية، إذ أشار عدد منهم إلى أن الشفافية الإعلامية قد تسهم في تعزيز الثقة، ومع ذلك لا يمكن عدّ هذه الاتجاهات دليلاً قاطعاً على وجود تأثير مباشر، وإنما تعد مؤشرات إدراكية داعمة للنتائج الكمية، دون أن تحل محل الحكم الإحصائي العام.

• الفرضية الثالثة (H3) التعرض للمحتوى المضلل والثقة

أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين معدل التعرض للمحتوى المضلل ومستوى الثقة بوسائل الإعلام، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط ($r = -0.65$)، مما يشير إلى أنه كلما ازداد تعرض المبحوث للمحتوى المضلل، انخفض مستوى ثقته بالمصادر الإخبارية.

وتعدّ هذه العلاقة قوية نسبياً وفق المعايير الإحصائية، الأمر الذي يؤكد الأثر السلبي للتعرض المتكرر للمعلومات المضللة في بناء الثقة الإعلامية.

كما أظهرت نتائج تحليل المحتوى أن نسبة ملحوظة من العناوين الإخبارية لا تتطابق بصورة كاملة مع مضمونها الفعلي، وهو ما يفسر جزئياً تراجع الثقة من منظور نوعي، دون أن يُستخدم بوصفه دليلاً كمياً بديلاً.

ثالثاً: التكامل بين النتائج الكمية والنوعية

أظهرت نتائج التحليل المختلط أن البيانات النوعية أسهمت في تفسير الاتجاهات العامة التي كشفت عنها النتائج الإحصائية، دون أن تحل محلها أو تُعمم خارج نطاقها، وقد تحقق التكامل المنهجي من خلال توظيف النتائج النوعية في تفسير ما يأتي:

- ضعف تأثير التصحيحات العلنية إحصائياً على الرغم من تقبلها إدراكياً.
- ارتفاع مستوى الثقة لدى المبحوثين الذين يمتلكون مهارات تحقق.
- تراجع مستوى الثقة لدى المبحوثين الأكثر تعرضاً للمحتوى المضلل.

وبذلك تحققت وظيفة التثليث المنهجي بوصفها أداة تفسيرية داعمة، لا بديلاً عن النتائج الإحصائية.

النتائج النهائية

تشير النتائج إلى أن أزمة الثقة الإعلامية لدى الشباب الجامعي في بغداد لا ترتبط بكمية المحتوى الإعلامي المتاح بقدر ارتباطها بجودة الممارسة الإعلامية، ولا سيما فيما يتعلق بدقة الأخبار ومستوى مهارات التحقق لدى الجمهور. كما توضح النتائج أن التعرض المتكرر للمحتوى المضلل يمثل عاملاً رئيساً في تآكل الثقة بوسائل الإعلام، في حين لم تُظهر التصحيحات العلنية أثراً إحصائياً مباشراً في إعادة بناء هذه الثقة، على الرغم من تقبلها إدراكياً من بعض المبحوثين. وتؤكد هذه النتائج أن الثقة الإعلامية ظاهرة مركبة تتشكل من تفاعل بين خصائص المحتوى الإعلامي وخصائص المتلقي في آنٍ واحد، ولا يمكن تفسيرها بعامل واحد مستقل لفهم أبعادها المختلفة.

المقارنة مع الدراسات السابقة

تتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (نزيل و راضي، 2025)، التي أظهرت وجود أزمة ثقة بين الجمهور العراقي ووسائل الإعلام المحلية، وعزت ذلك إلى طبيعة الخطاب الإعلامي المتأثر بالصراعات السياسية في العراق، كما تتوافق هذه الدراسة مع نتائج دراسة (عباس، 2009)، التي بينت أن الشفافية والتصحيح العلني يمكن أن يسهما في تعزيز ثقة الجمهور بوسائل الإعلام، إلا أن تأثيرهما يبقى محدوداً في السياق العراقي الذي يشهد تدنياً في مستويات الثقة نتيجة تجارب سابقة مع الإعلام الحكومي.

وفيما يتعلق بتأثير المحتوى المضلل، تدعم نتائج الدراسة الحالية ما توصلت إليه دراسة (Greeshma et al., 2024)، التي أكدت أن التعرض المتكرر للأخبار المضللة يؤدي إلى انخفاض مستوى الثقة بوسائل الإعلام، إذ أشار الباحثون إلى أن هذا التعرض يسهم في حدوث ما يُعرف بـ(الإجهاد المعلوماتي)، الذي يعزز مشاعر الشك والارتباك لدى الجمهور، كما تتقاطع نتائج الدراسة مع ما توصلت إليه دراسة (Holtrup et al., 2023)، التي أكدت أهمية الشفافية وموثوقية المعلومات في تعزيز الثقة بالمؤسسات الإعلامية.

أما فيما يتعلق بالتصحيحات العلنية، فقد أظهرت نتائج الدراسة الحالية توافقاً مع نتائج دراسة (Freitag et al., 2024)، التي أشارت إلى أن التصحيحات العلنية قد تسهم في تحسين الصورة العامة للمؤسسات الإعلامية، إلا أنها لا تكفي بمفردها لاستعادة الثقة بشكل كامل، ما لم تقترن بممارسات إعلامية تتسم بالشفافية والاستقلالية والمهنية. وتبرز هذه المقارنات النتائج التي توصلت إليها الدراسة الحالية، والتي تؤكد أن الثقة الإعلامية ليست مسألة بسيطة تعتمد على تصحيح الأخطاء فحسب، بل ترتبط بشكل أكبر بالشفافية والمصداقية والاستمرارية في الأداء المهني، كما تشير النتائج إلى أن البيئة الإعلامية العراقية، في ضوء خصوصيتها السياسية والاجتماعية، تمثل سياقاً خاصاً يؤثر في طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام وفي عملية بناء الثقة الإعلامية، كما تؤدي العوامل الثقافية والسياسية دوراً مهماً في تحديد فاعلية الإجراءات الرامية إلى تعزيز الثقة، وفي مقدمتها التصحيحات العلنية، ومدى قدرتها على تحسين العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام.

الخاتمة

خلصت الدراسة إلى أن الثقة بوسائل الإعلام المحلية لدى الشباب الجامعي في بغداد تمثل ظاهرة مركبة تتداخل في تشكيلها عوامل متعددة تتعلق بالمحتوى الإعلامي والمتلقي والبيئة الإعلامية المحيطة، وقد أظهرت النتائج أن الثقة لا تتحدد فقط بخصائص المحتوى الإعلامي، ولا سيما دقة الأخبار وموثوقيتها، بل تتأثر أيضاً بمهارات التحقق والتحليل النقدي لدى الجمهور، التي تؤدي دوراً مهماً في تعزيز الثقة بالمصادر الإخبارية.

كما بينت النتائج أن مستوى الثقة بوسائل الإعلام المحلية كان متوسطاً، وأن التعرض المتكرر للمعلومات المضللة يعد من أبرز العوامل المؤثرة في تراجع هذه الثقة وتآكلها، وفي المقابل، لم تظهر التصحيحات العلنية أثراً ذا دلالة إحصائية في تعزيز الثقة أو استعادتها في البيئة الإعلامية المحلية، على الرغم من قبولها إدراكياً لدى بعض المبحوثين، ومن ثم فإن الحلول الفعالة لاستعادة الثقة في الإعلام تتطلب تحسين جودة الممارسة الإعلامية بشكل عام، وليس الاكتفاء بالتصحيحات السطحية.

كما تتفق نتائج الدراسة مع ما أكدته الدراسات السابقة بشأن أهمية الشفافية في بناء الثقة الإعلامية، إذ تمثل ممارسات التصحيح العلني إحدى الأدوات الداعمة لتعزيز الصورة الإعلامية، إلا أن فاعليتها تبقى محدودة ومرتبطة بالسياق الإعلامي والثقافي الذي تُمارس فيه، مثل السياق العراقي إذ تؤثر العوامل السياسية والاجتماعية في استجابة الجمهور.

وفي هذا الإطار، تقدم الدراسة إسهامًا علميًا في فهم العلاقة بين الثقة الإعلامية والمحتوى الرقمي والمعلومات المضللة في البيئة الرقمية، كما تبرز أهمية إدماج مهارات التحقق الرقمي والتربية الإعلامية ضمن المناهج التعليمية الجامعية؛ بوصفها أداة فعّالة في التصدي للمعلومات المضللة، بما يسهم في تمكين الشباب من التعامل الواعي مع المحتوى الإعلامي والحد من تأثير المعلومات المضللة.

وتؤكد الدراسة في ختامها أن معالجة أزمة الثقة الإعلامية تتطلب مقارنة شاملة متعددة الأبعاد تجمع بين تحسين الأداء الإعلامي من جهة، وتعزيز الوعي الإعلامي والمهارات المتلقين من جهة أخرى.

كما تمثل هذه الدراسة خطوة في سبيل فهم الديناميكيات المعقدة التي تحدد الثقة الإعلامية في السياق العراقي، مع ضرورة توخي الحذر عند تعميم نتائجها على مجتمعات أو بيئات إعلامية أخرى تختلف في خصائصها الثقافية والاجتماعية والسياسية.

التوصيات

استنادًا إلى النتائج الكمية والنوعية للدراسة، يمكن تصنيف التوصيات إلى توصيات قصيرة المدى قابلة للتنفيذ، وتوصيات استراتيجية بعيدة المدى:

أولاً: توصيات قصيرة المدى

1. بناءً على النتيجة التي أثبتت وجود علاقة عكسية بين التعرض للمحتوى المضلل ومستوى الثقة، توصي الدراسة بأن تعمل المؤسسات الإعلامية المحلية على تعزيز سياسات تدقيق المحتوى والتحقق منه قبل النشر، ولا سيما في الأخبار العاجلة والعناوين المثيرة.
2. استنادًا إلى النتيجة التي أظهرت أن بُعد الشفافية وتصحيح الأخطاء جاء في أدنى مستويات إدراك الثقة لدى المبحوثين، توصي الدراسة بضرورة إبراز التصحيحات الإخبارية بشكل واضح ومستقل داخل المنصات الإعلامية، بدلاً من الاكتفاء بإجراء تعديلات صامتة داخل النصوص المنشورة.
3. انطلاقاً من النتيجة التي أثبتت الارتباط الموجب بين مهارات التحقق ومستوى الثقة، توصي الدراسة بإطلاق وتنظيم ورش تدريبية تطبيقية قصيرة داخل الجامعات؛ لتعزيز مهارات التحقق الرقمي لدى الطلبة.

ثانياً: توصيات استراتيجية بعيدة المدى

1. استنادًا إلى الدور المحوري الذي تؤديه مهارات التحقق في تشكيل الثقة الإعلامية، توصي الدراسة بإدماج مقرر (التحقق الرقمي من المعلومات) ضمن المناهج الجامعية بوصفه مقررًا مستقلًا ذا طبيعة تطبيقية.
 2. نظرًا إلى محدودية التأثير الإحصائي للتصحيحات العلنية في تعزيز الثقة الإعلامية، توصي الدراسة بإجراء بحوث مستقبلية تتناول أنماطًا مختلفة لعرض التصحيح الإخباري، وتحليل أثرها في بناء الثقة على المدى البعيد.
 3. كما توصي الدراسة بتوسيع نطاق الدراسات اللاحقة ليشمل فئات اجتماعية متنوعة ومحافظات مختلفة، للتحقق من مدى ثبات النتائج أو اختلافها باختلاف السياقات الاجتماعية والإعلامية.
- ختامًا، تؤكد الدراسة أن معالجة أزمة الثقة الإعلامية لا يمكن أن تتحقق من خلال إجراء منفصل، بل تتطلب مقارنة متكاملة تجمع بين تطوير الممارسة الإعلامية من جهة، وتعزيز مهارات الجمهور النقدية والتحقيقية من جهة أخرى، ضمن إطار مؤسسي وتعليمي منظم.

النتائج الإحصائية

لتوضيح نتائج المعالجة الإحصائية التي عرضت في المتن بشكل وصفي وتحليلي، جرى تقديم القيم العددية الخاصة بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم الاختبارات الإحصائية ومستويات الدلالة على النحو الآتي:

أولاً: نتائج اختبار المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمستوى الثقة بوسائل الإعلام المحلية

الجدول (1): يُبين نتائج اختبار المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للأبعاد المختلفة في هذه الدراسة

البعد	المتوسط الحسابي (M)	الانحراف المعياري (SD)
دقة الأخبار	4.2	0.5
الإنصاف والتوازن	3.8	0.6
الشفافية وتصحيح الأخطاء	3.5	0.7

ثانياً: نتائج اختبار (Paired Samples T-test) للتصحيحات العنلية

الجدول (2): يُبين نتائج اختبار الفروق بين متوسطات مستوى الثقة لدى المبحوثين قبل التعرض لمحفزات التصحيحات

العنلية وبعده؛ وذلك بهدف الكشف عن مدى تأثير هذه التصحيحات في مستوى الثقة بوسائل الإعلام المحلية

المتغير	قبل التعرض للتصحيحات العنلية	بعد التعرض للتصحيحات العنلية	القيمة الإحصائية (T)	مستوى الدلالة (P)
مستوى الثقة في وسائل الإعلام	3.2	3.3	1.20	0.23

ثالثاً: نتائج اختبار الانحدار الخطي لمهارات التحقق والثقة في وسائل الإعلام

الجدول (3): يُبين نتائج اختبار الانحدار الخطي بين مهارات التحقق ومستوى الثقة بوسائل الإعلام المحلية، مع الإشارة

إلى العلاقة الإحصائية بين المتغيرات

المتغير المستقل	معامل الانحدار (β)	مستوى الدلالة (P)
مهارات التحقق	0.75	0.01

رابعاً: نتائج اختبار (Pearson Correlation) العلاقة بين التعرض للمحتوى المضلل والثقة في وسائل الإعلام

الجدول (4): يُبين العلاقة العكسية بين معدل التعرض للمحتوى المضلل ومستوى الثقة في وسائل الإعلام المحلية، كما

حللت باستخدام معامل الارتباط (Pearson Correlation)

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط (r)	مستوى الدلالة (P)
التعرض للمحتوى المضلل	الثقة في وسائل الإعلام	-0.65	0.02

المصادر والمراجع

- حمدان، ع. ع.، و التقي، ي. (2023). دور الإعلام العراقي في تحقيق التربية الرقمية لطلبة الجامعات العراقية: جامعتي الأنبار والفلوجة أنموذجاً. مجلة الجامعة العراقية، 3(63)، 632-656. <https://bitly.cx/fYF9z>
- حنتوش، ا. ي. ع.، و عبد الغفور، ع. ه. (2025). تعرّض الشباب العراقي لوسائل الإعلام الرقمي والاشباكات المتحققة منها: دراسة ميدانية. مجلة دراسات وبحوث إعلامية، 5(19)، 263-282. <https://msar.edu.iq/index.php/msar/article/view/199>
- سالم، س. خ.، و حسن، ر. ر. (2018). كفايات منهج التربية الإعلامية الرقمية من وجهة نظر أساتذة الجامعات العراقيين: دراسة ميدانية. الباحث الإعلامي، 10(40)، 37-56. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i40.44>
- عباس، ز. ل. (2009). مستويات التفضيل والثقة بوسائل الإعلام العراقية بين أوساط الجمهور العراقي: دراسة ميدانية على جمهور وسائل الإعلام في مدينة بغداد. مجلة ديالى للبحوث الانسانية، 1(35)، 327-350. <https://djhr.uodiyala.edu.iq/index.php/DJHR2022/article/view/1653>

- محمد، ع. ا. ج. (2020). استخدام الشباب الجامعي العراقي لشبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتنمية البشرية. مجلة بحوث كلية الآداب. جامعة المنوفية، 31(120)، 3599-3583. <https://doi.org/10.21608/sjam.2020.135517>
- محمود، م. ش.، و التميمي، م. ع. م. (2025). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى طلبة الجامعات. لارك، 17(2)، 49-28. <https://doi.org/10.31185/lark.4262>
- نجم، ت. ح. (2026). مستوى استخدام الصحفيين العراقيين لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في بناء المحتوى الإخباري: دراسة ميدانية. مجلة دراسات وبحوث إعلامية، 6(21)، 200-177. <https://msar.edu.iq/index.php/msar/article/view/226>
- نزيل، ب. ح.، و راضي، و. ف. (2025). الأطر الإخبارية في الفضائيات العراقية بإشاعة ثقافة النزاهة لدى الجمهور. الباحث الإعلامي، 17(70)، 44-33. <https://doi.org/10.33282/abaa.v17i70.1143>

Funding

None

ACKNOWLEDGEMENT

None

CONFLICTS OF INTEREST

The author declares no conflict of interest

References

- Abbas, Z. L. (2009). Levels of preference and trust in Iraqi media among the Iraqi public: A field study on the media audience in Baghdad. *Diyala Journal for Human Researches*, 1(35), 327-350. <https://djhr.uodiyala.edu.iq/index.php/DJHR2022/article/view/1653>
- Esiobu, C. O., Nwokeocha, I. M., Brown, G. N., & Okoye, I. N. (2025). Fake News and Public Perception of Social Media News. *Edunity Kajian Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 4(9), 629-641. <https://doi.org/10.57096/edunity.v4i9.435>
- Freitag, J., Gochee, M., Ransden, M., Nyhan, B., Roschke, K., & Gillmor, D. (2024). The Corrections Dilemma: Media Retractions Increase Belief Accuracy But Decrease Trust. *Journal of Experimental Political Science*, 11(1), 90-101. <https://doi.org/10.1017/XPS.2023.4>
- Greeshma, R., Bharadwaj, G. R., Biradar, D., Girijamma, H. A., Goutham, N., & Kallas, S. P. (2024). Social Media Misinformation. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6(6), 1-7. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i06.25182>
- Hamdan, O. A., & Al-Taqi, Y. (2023). The role of the Iraqi media in achieving digital education for Iraqi universities students: Anbar and Fallujah universities are a sample. *Journal of the Iraqia University*, 3(63), 632-656. <https://bitly.cx/fYF9z>
- Hantoush, A. Y. A., & Abdolgafoor, A. H. (2025). Exposure of Iraqi youth to digital media and the Satisfaction Achieved it: A field Study. *Journal of Media Studies and Researches (MSAR)*, 5(19), 263-282. <https://msar.edu.iq/index.php/msar/article/view/199>
- Holtrup, S., Henke, J., Steffan, D., & Möhring, W. (2023). The Reciprocal Effects of Perceived Accuracy and Trust in News Media: A Two-Wave Online Panel Study in the Context of the 2021 German Federal Election. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 101(1), 156-177. <https://doi.org/10.1177/10776990231202692>
- Hunt, E. A. (2023). Media literacy and digital citizenship. In B. Halpern-Felsher (Ed.), *Encyclopedia of Child and Adolescent Health (First Edition)* (pp. 372-384). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818872-9.00144-8>
- Husandani, R. A., Utari, P., & Rahmanto, A. N. (2025). Impact of social media disinformation explored in 'The Social Dilemma'. *Jurnal ASPIKOM*, 9(1), 89-106. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v9i1.1534>
- Hwang, J. y. (2025). Misinformation and public trust: Investigating the role of media literacy in combating fake news in the digital age. *International Journal of Science and Research Archive*, 15(1), 1263-1272. <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2025.15.1.1177>
- Kruger, A. (2017). *The Future of News Literacy in a Connected World* <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:4710597>

- Mahmood, M. S., & Altmeemi, M. U. M. (2025). The role of social media in shaping social awareness among university students. *lark*, 17(2), 28-49. <https://doi.org/10.31185/lark.4262>
- Mishra, J. (2025). The Importance of Media Literacy in the Digital Age. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 7(4), 1-3. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i04.52839>
- Mohammed, A. J. (2020). The use of social media by Iraqi university students and its relationship to human development. *Menoufia University Faculty of Arts Journal*, 31(120), 3583-3599. <https://doi.org/10.21608/sjam.2020.135517>
- Najm, T. H. (2026). The Level of Iraqi Journalists' Use of Artificial Intelligence Applications in News Content Creation: A Field Study. *Journal of Media Studies and Researches (MSAR)*, 6(21), 177-200. <https://msar.edu.iq/index.php/msar/article/view/226>
- Navarrete, A. T. (2023). Estrategias de Alfabetización Mediática en Jóvenes Universitarios ante la Desinformación Digital. *International Journal of Global Research and Development*, 2(2), 33-49. <https://doi.org/10.64041/riidg.v2i2.11>
- Nazeel, B. H., & Radhi, W. F. (2025). News Framing in Iraqi Satellite Channels and the Promotion of a Culture of Integrity among the Public. *ALBAHITH ALALAMI*, 17(70), 33-44. <https://doi.org/10.33282/abaa.v17i70.1143>
- Ozel, A. (2025). Media Literacy in the Digital Age-Understanding Its Importance and Impact: A Theoretical Framework. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 11(1), 749-752. <https://doi.org/10.36713/epra19853>
- Quattrociocchi, W. (2017). INSIDE THE ECHO CHAMBER. *Scientific American*, 316(4), 60-63. <https://www.jstor.org/stable/26047523>
- Salim, S. K., & Hasan, R. R. (2018). Competencies of the Curriculum of Digital Media Education from the Perspective of Iraqi University Professors. *ALBAHITH ALALAMI*, 10(40), 37-56. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i40.44>
- Schiffirin, A. (2019). Credibility and Trust in Journalism. In M. Powers (Ed.), *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.794>
- Schnackenberg, A., & Tomlinson, E. (2012). The Role of Transparency in the Trustworthiness-Trust Relationship. *Academy of Management Proceedings*, 2012(1), 15203. <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2012.15203abstract>