



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

تخصص علم اجتماع الإتصال

تفاعل فئة الطلبة الجامعيين مع نشر الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع الإتصال

تحت إشراف :

د. لعموري مهدي

إعداد الطالبتين

عسوس مروى

مخانية سميرة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الصفة
قريد سمير	رئيسا
لعموري مهدي	مشرفا و مقرا
بوصنوبرة عبد الله	مناقشا

السنة الجامعية 2025/2024





شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا العمل المتواضع، وسهّل لي سُبُل البحث والإنجاز
أتوجه بالشكر والامتنان إلى أستاذي المشرف على ما بذله من جهد وتوجيه، وعلى دعمه المتواصل
وتشجيعه

ولا يفوتني أن أشكر كل من قدّم لي يد العون، من أساتذة وزملاء ومشاركين، ولكل من ساندني
بكلمة طيبة أو ملاحظة بناءة

كما أخص بالشكر عائلتي التي كانت لي السند والدافع، ولكل من آمن بي وشاركني هذه الرحلة.

إهداء

إلى من قامت بالدورين...
إلى من كانت أمًا حنونة وأبًا حاميًا، إلى من احتوتني بقلبها الكبير، وكانت السند في غياب الأب
والرفيق في درب الحياة...
إليك يا أمي، يا من لم تنامي إلا بعد أن اطمأنت عليّ، ولم تبخلي يومًا بحب أو عطاء...
أنتِ بطلّة هذا الإنجاز، وروحه الحقيقية...
فكل حرف في هذا العمل يحمل من صبرك ودعائك وتضحياتك الكثير.
إلى روح والدي الطاهرة...
رغم الغياب، لا زلت تسكن قلبي وترافقني بدعواتي...
أهديك هذا العمل عربون وفاء، وأسأل الله أن يتقبله عنك صدقة جارية، وأن يجعل قبرك روضة من
رياض الجنة.
إلى إخوتي وأخواتي، الذين كانوا دومًا إلى جانبي...
إلى أستاذي المشرف، الذي وجهني وساندني بكل تقدير واحترام...
إلى صديقات دربي العزيزات، رفيقات التعب والطموح، ومصدر البهجة في مسيرتي...
أهديكنّ امتناني ومحبة صادقة، فكنتنّ خير الرفقة وخير العون، وكنّ لكنّ في القلب مكان لا يُنسى

خريجتكم مروى



إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

بعد رحلة طويلة من السهر والجهد، وبعد سنوات من البحث والدراسة، ها أنا أقف اليوم أمام ثمرة هذا العمل المتواضع، الذي لم يكن ليرى النور لولا فضل الله عز وجل، ثم دعم ومساندة أحبائي. إلى والدي الغالي عبد العزيز، الذي كان سندي وقوتي في كل خطوة، وعلمني أن العلم أغلى كنز يمكن أن يحصل عليه الإنسان

إلى أمي الحنون، منبع الحب والعطاء، التي سهرت الليالي من أجل راحتي ونجاحي إلى أختي الحبيبة زينب، رفيقة دربي وشريكة أحلامي، التي وقفت معي في كل لحظة وشجعتني على المضي قدماً

إلى أحبائي الصغار آدم وضياء وميسان، الذين يملؤون حياتي بهجة وأملًا، وإلى مستقبلهم المشرق إلى كل من ساندني ودعمني في رحلتي الأكاديمية أهدي هذا العمل، عربون محبة ووفاء، وشاهدًا على أن الأحلام تتحقق بالإصرار والعزيمة

خريجتكم سمية



ملخص الدراسة

تناولت هذه المذكرة موضوع "تفاعل فئة الطلبة مع نشر الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي"، وانطلقت من التساؤل الرئيسي: ما مدى تأثير الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الطلبة واتجاهاتهم؟ وقت الدراسة إلى رصد أنماط تفاعل الطلبة الجامعيين مع الأخبار الزائفة، ومدى وعيهم بمخاطرها على سلوكهم اليومي واتجاهاتهم الفكرية والاجتماعية. برزت أهمية البحث من كون الطلبة يمثلون فئة نشطة ومؤثرة في الفضاء الرقمي، تتعرض باستمرار لمضامين إعلامية متنوعة، مما يجعلهم أكثر عرضة للمحتوى الكاذب. واعتمدت الدراسة على أداتين أساسيتين هما: الملاحظة المباشرة لبعض التفاعلات داخل الصفحات الطلابية، والاستبيان الذي وُزِعَ على عينة مكونة من 100 طالب بجامعة 8 ماي 1945 - قلم. وقد أظهرت النتائج أن معظم الطلبة كانوا قد تعرضوا لأخبار كاذبة، خاصة عبر منصات تيك توك فيس بوك وإنستغرام، وأن نسبة كبيرة منهم لم تكن تتحقق من صحة المعلومات قبل مشاركتها والتفاعل معها. كما كشفت النتائج عن وجود تأثير واضح لهذه الأخبار على مواقف الطلبة واتجاهاتهم، خاصة في المواضيع الاجتماعية والصحية والسياسية. وقد تمثلت القيمة المضافة للدراسة في تسليطها الضوء على خطورة الأخبار الكاذبة على البيئة الجامعية، ودعوتها إلى تعزيز الوعي الرقمي والثقافة الإعلامية لدى الطلبة من خلال برامج توعوية ومبادرات أكاديمية موجهة.

Résumé de L'étude :

Ce mémoire a traité le sujet de l'interaction des étudiants avec la diffusion de fausses informations sur les réseaux sociaux en partant de la question principale suivante dans quelle mesure les fausses informations sur les réseaux sociaux influencent-elles les comportements et les attitudes des étudiants L'étude a cherché à observer les formes d'interaction des étudiants universitaires avec les fake news ainsi que leur niveau de conscience des dangers que ces informations représentent pour leur comportement quotidien et leurs attitudes intellectuelles et sociales L'importance de cette recherche réside dans le fait que les étudiants constituent une catégorie active et influente dans l'espace numérique constamment exposée à divers contenus médiatiques ce qui les rend plus vulnérables aux contenus mensongers L'étude s'est appuyée sur deux outils principaux l'observation directe de certaines interactions au sein des pages étudiantes et un questionnaire distri-

bué à un échantillon de 100 étudiants de l'Université du 8 Mai 1945 à Guelma Les résultats ont montré que la majorité des étudiants avaient été exposés à de fausses informations notamment via TikTok Facebook et Instagram et qu'une grande partie d'entre eux ne vérifiait pas la véracité des informations avant de les partager ou d'y réagir Les résultats ont également révélé un impact clair de ces fake news sur les opinions et les attitudes des étudiants en particulier dans les domaines social sanitaire et politique La valeur ajoutée de cette étude réside dans la mise en évidence de la gravité des fausses informations dans l'environnement universitaire et dans son appel à renforcer la culture numérique et médiatique chez les étudiants à travers des programmes de sensibilisation et des initiatives académiques ciblées

Study Summary :

This thesis addressed the topic of students interaction with the spread of fake news on social media starting from the main research question to what extent do fake news on social media influence students behaviors and attitudes The study aimed to observe how university students interact with fake news and to assess their awareness of the risks such information poses to their daily behavior and their intellectual and social attitudes The significance of this research lies in the fact that students represent an active and influential group in the digital space constantly exposed to a variety of media content which makes them more vulnerable to misleading information The study relied on two main tools direct observation of certain interactions within student pages and a questionnaire distributed to a sample of 100 students from the University of May 8 1945 Guelma The results showed that most students had been exposed to fake news especially through TikTok Facebook and Instagram and that a large percentage of them did not verify the accuracy of the information before sharing

ملخص الدراسة

or reacting to it The findings also revealed a clear influence of these fake news on students positions and attitudes particularly in social health and political topics The added value of this study lies in highlighting the seriousness of fake news in the university environment and calling for the strengthening of digital awareness and media literacy among students through awareness programs and targeted academic. initiatives

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر وتقدير
	الاهداء
	فهرس المحتويات
	فارس الجداول
	فهرس الاشكال
	ملخص الدراسة
	مقدمة
	الجانب النظري
	الفصل الاول: الإطار التصوري للدراسة
4	المطلب الاول: اشكاليه الدراسة والتساؤلاتها
10	المطلب الثاني: مفاهيم الدراسة
5	المطلب الثالث: اسباب اهميه الدراسة واهدافها
7	المطلب الرابع: الدراسات السابقة
6	المطلب الخامس: المقربات النظرية للدراسة
	الفصل الثاني : مدخل عام حول الاخبار الكاذبة
13	تمهيد
13	المطلب الاول: نشاه الاخبار الكاذبة
14	المطلب الثاني: انواع الاخبار الكاذبة
16	المطلب الثالث :خصائص الاخبار الكاذبة
17	المطلب الرابع :آليات ترويج الاخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي.
18	المطلب الخامس: تأثير الاخبار الكاذبة على سلوك الافراد
18	خلاصة

فهرس المحتويات

الفصل الثالث: مدخل عام حول مواقع التواصل الاجتماعي	
21	تمهيد
21	المطلب الاول :نشاه مواقع التواصل الاجتماعي.
23	المطلب الثاني: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي
23	المطلب الثالث: انواع مواقع التواصل الاجتماعي
25	المطلب الرابع :سلبيات وايجابيات مواقع التواصل الاجتماعي
	خلاصة.
الجانب التطبيقي	
	المبحث الرابع: الإطار المنهجي للدراسة
30	المطلب الاول: منهج الدراسة
30	المطلب الثاني: مجالات الدراسة
30	المطلب الثالث: عينه الدراسة
31	المطلب الرابع: ادوات جمع البيانات
	المبحث الخامس: عرض وتحليل نتائج الدراسة.
34	المطلب الاول: تحليل معطيات الدراسة
57	المطلب الثاني: مناقشة النتائج العامة للدراسة.
61	خاتمة

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	يمثل توزيع الطلبة حسب الجنس	35
2	يمثل توزيع الطلبة حسب الفئات العمرية.	35
3	يمثل توزيع الطلبة حسب المستوى الدراسي	36
4	يمثل توزيع الطلبة حسب التخصص	37
5	يمثل امتلاك الطلبة الجامعيين لحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي	38
6	يمثل عدد حسابات الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي	39
7	يمثل مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما عند الطلبة الجامعيين	41
8	يمثل عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	42
9	يمثل نسبه تعرض الطلبة المستخدمي لمواقع التواصل الاجتماعي الاخبار الكاذبة	43
10	يمثل مدى تعرض الطلبة للأخبار الكاذبة أسبوعيا.	44
11	يمثل انواع الأخبار الكاذبة التي يتعرضون لها الطلبة أسبوعيا	45
12	يمثل تصورات الطلبة حول انتشار الاخبار الكاذبة في منصات التواصل الاجتماعي	46
13	يمثل تصرفات الطلبة عندما يصادفون خبرا مشكوكا فيه.	47
14	يمثل اذا سبق وان قمت بنشر خبر اتضح لاحقا انه كاذب.	48
15	يمثل دوافع الطلبة للتفاعل مع خبر معين.	48
16	يمثل الطلبة بين التأثير وعدم التأثير بتعليقات الآخرين عند تصديق وتكذيب الاخبار.	49
17	يمثل نسبه الطلبة الذين تم تنبيههم الى نشرهم اخبار كاذبه عبر مواقع التواصل الاجتماعي	50

فهرس الجداول

51	يمثل الطلبة بين التاكّد وعدم التاكّد من الاخبار من خلال البحث عنها في مصادر اخرى.	18
52	يمثل ماذا تغيير الطلبة لمواقفهم بعد التعرض لـاخبار الكاذبة .	19
53	يمثل مدى تاثر الطلبة بالـاخبار الكاذبه في اتخاذ قراراتهم.	20
54	يمثل اعتقاد ان الاخبار الكاذبه تسبب توترا او قلقا بين الطلبة.	21
55	يمثل تاثير الاخبار الكاذبه على العلاقات الاجتماعيه بين الطلبة.	22
55	يمثل العوامل التي تجعل الطلبة يصدّمون خبر دون التحقق منه.	23
57	يمثل آليات الحد من تاثير الاخبار الكاذبه على الطلبة.	24

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	يمثل توزيع الطلبة حسب الجنس	35
2	يمثل توزيع الطلبة حسب الفئات العمرية	36
3	يمثل توزيع الطلبة حسب المستوى الدراسي	37
4	يمثل توزيع الطلبة حسب التخصص	38
5	يمثل امتلاك الطلبة الجامعيين لحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي	39
6	يمثل عدد حسابات الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي	40
7	يمثل مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما عند الطلبة الجامعيين	41
8	يمثل عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	42
9	يمثل نسبة تعرض الطلبة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي للأخبار الكاذبة	43
10	يمثل مدى تعرض الطلبة للأخبار الكاذبة أسبوعيا	44
11	يمثل أنواع الأخبار الكاذبة التي يتعرض لها الطلبة أسبوعيا	45
12	يمثل تصورات الطلبة حول انتشار الأخبار الكاذبة في منصات التواصل الاجتماعي	46
13	يمثل تصرفات الطلبة عندما يصادفون خبرا مشكوكا فيه	47
14	يمثل إذا سبق وأن قام الطلبة بنشر خبر اتضح لاحقا أنه كاذب	48
15	يمثل دوافع الطلبة للتفاعل مع خبر معين	49
16	يمثل الطلبة بين التأثير وعدم التأثير بتعليقات الآخرين عند تصديق وتكذيب الأخبار	50
17	يمثل نسبة الطلبة الذين تم تنبيههم إلى نشرهم أخبارا كاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	51
18	يمثل الطلبة بين التأكد وعدم التأكد من الأخبار من خلال البحث عنها في مصادر أخرى	52
19	يمثل ما إذا غيّر الطلبة مواقفهم بعد التعرض للأخبار الكاذبة	53
20	يمثل مدى تأثير الطلبة بالأخبار الكاذبة في اتخاذ قراراتهم	54
21	يمثل اعتقاد أن الأخبار الكاذبة تسبب توترا أو قلقا بين الطلبة	54
22	يمثل تأثير الأخبار الكاذبة على العلاقات الاجتماعية بين الطلبة	55
23	يمثل العوامل التي تجعل الطلبة يصدقون خبرا دون التحقق منه	56
24	الشكل رقم 24 يمثل آليات الحد من تأثير الأخبار الكاذبة على الطلبة	57

مقدمة

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من حياة الأفراد في العصر الحديث، حيث بات الكثير من الناس يعتمدون عليها كمصدر رئيسي للمعلومات والأخبار، سواء المتعلقة بالحياة اليومية أو القضايا السياسية والاجتماعية وحتى الأكاديمية. ومع هذا الاستخدام الواسع، ظهرت عدة ظواهر وسلوكيات جديدة، من بينها انتشار الأخبار الكاذبة أو المضللة، وهي أخبار يتم تداولها بكثرة رغم أنها غير صحيحة أو مشكوك في صحتها.

وتُعد ظاهرة الأخبار الكاذبة من أهم التحديات التي تواجه المجتمعات اليوم، لأنها تؤثر بشكل مباشر في طريقة تفكير الأفراد واتخاذهم للقرارات، وتساهم أحيانًا في خلق بلبلة أو توتر داخل المجتمع. ومواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، وإنستغرام، تُعتبر من أكثر الوسائل التي تنتشر من خلالها هذه الأخبار، نظرًا لسهولة وسرعة النشر، ولتفاعل المستخدمين الكبير معها.

من بين الفئات التي تتأثر بشكل مباشر بهذه الظاهرة نجد الطلبة الجامعيين، باعتبارهم من أكثر الفئات استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث يقضون ساعات طويلة يوميًا في تصفح هذه المنصات، إما بهدف الدراسة أو الترفيه أو التواصل. ومع كثافة هذا الاستخدام، يواجه الطلبة محتوى متنوعًا يتضمن أخبارًا صحيحة وأخرى كاذبة، ما يجعلهم عرضة للتأثر بمضامين مضللة، قد تؤثر على مواقفهم، سلوكياتهم، وحتى على قراراتهم الشخصية أو الأكاديمية.

ومن هذا المنطلق، جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على مدى انتشار الأخبار الكاذبة في أوساط الطلبة الجامعيين، وتحاول فهم الطريقة التي يتعاملون بها مع هذا النوع من الأخبار، ومدى تأثيره على سلوكهم واتجاهاتهم الفكرية والاجتماعية. حيث لا يكفي فقط أن يتعرض الطالب للخبر الكاذب، بل المهم كيف يتفاعل معه: هل يصدقه هل يعيد نشره هل يتأثر به في موقفه وآرائه؟

وانطلاقًا من هذه الأسئلة، تسعى هذه الدراسة للإجابة على الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات واتجاهات الطلبة الجامعيين؟

ولتوضيح أبعاد هذا السؤال الرئيسي، تم الاعتماد على الأسئلة الفرعية التالية:

- إلى أي مدى يتعرض الطلبة الجامعيون للأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف يتفاعل الطلبة الجامعيون مع الأخبار الكاذبة؟
- هل تؤثر الأخبار الكاذبة على اتجاهات الطلبة الجامعيين؟

مقدمة

حيث بدءنا بالإطار المنهجي للدراسة الذي يتناول الاشكالية والتساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية ثم أسباب إختيار الموضوع وأهمية الدراسة وأهدافها وكذا الدراسات السابقة ثم المقاربات النظرية والمنهج حيث اعتمدنا الوصفي التحليلي ثم مجالات الدراسة ومجتمع البحث والعينة وأدوات جمع البيانات وأخيرا الإطار المفاهيمي للدراسة لنمر إلى الفصل الأول بعنوان مدخل عام حول الأخبار الكاذبة الذي يحتوي على نشأة الأخبار الكاذبة وأنواعها وخصائصها وأساليب ترويجها على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على سلوك الأفراد ثم الفصل الثاني بعنوان مدخل عام حول مواقع التواصل الاجتماعي تطرقنا فيه إلى النشأة والخصائص والأنواع ثم إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي مروراً بالفصل الثالث والذي تمحور حول دراسة ميدانية تطبيقية لعينة طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة قالمة كما اشتملت الدراسة على عرض جداول والتعليق عليها ثم النتائج العامة للدراسة ثم النتائج على ضوء النظريات وعلى الدراسات السابقة مختتمين هذه الدراسة بخاتمة.

الفصل الأول: الإطار التصوري للدراسة

❖ تمهيد

أولاً: إشكالية الدراسة و تساؤلاتها

ثانياً: أسباب أهمية الدراسة وأهدافها

ثالثاً: الدراسات السابقة

رابعاً: المقاربات النظرية للدراسة

خامساً: الإطار المفاهيمي للدراسة

❖ خلاصة

تعد الأخبار الكاذبة ظاهرة اجتماعية تطوّرت بتطور مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تنتشر بسرعة داخل المجتمع، وغالبًا ما تكون غير دقيقة أو خاطئة. ويرجع هذا إلى عدة أسباب، من بينها قلة المصادر الرسمية الموثوقة، وحب الفضول والإثارة الذي يجعل هذا النوع من الأخبار يجذب الانتباه ويثير التشويق، فضلًا عن استخدامها لأغراض شخصية. ومع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، أصبح من السهل نقل هذه الأخبار ونشرها، خاصة مع تنوع وسائل الاتصال وتعددتها في عصر التكنولوجيا، مما أدى إلى العديد من الأضرار والمخلفات السلبية.

تنتشر الأخبار الكاذبة بشكل واسع داخل العلاقات الاجتماعية، حتى وإن كانت غير رسمية، وكذلك في مختلف الوظائف الاجتماعية. وبفضل خاصية الانفتاح التي تتيحها مواقع التواصل الاجتماعي، بات بإمكان أي شخص يمتلك هاتفًا ذكيًا إنشاء حساب، الاطلاع على مختلف الأخبار، ونشرها وتداولها، حتى وإن كانت مغلوطة. والأسوء من كثيرًا من الناس يتفاعلون مع هذه الأخبار بسرعة وسهولة، ويقومون بالإعجاب بها وإعادة نشرها دون التحقق من صحتها.

الأخبار الكاذبة أصبحت مشكلة يصعب السيطرة عليها، ولها آثار خطيرة على المجتمع، حيث وصلت إلى حد التأثير في سلوك العامة، وخصوصًا فئة الشباب والطلبة الجامعيين، الذين يُعدّون من أكثر الفئات تأثرًا وتفاعلًا مع هذا النوع من الأخبار، لكونهم الفئة الأكثر حيوية والأكثر استخدامًا لمواقع التواصل الاجتماعي.

وتعتمد هذه الظاهرة غالبًا على قراءة العنوان دون التحقق من مضمون المحتوى، مما يؤدي إلى الفهم الخاطئ ونشر الأخبار دون وعي بالعواقب. كما أن قلة الوعي تُعدّ أحد الأسباب، حيث يعجز الكثيرون عن التمييز بين الأخبار الصحيحة والكاذبة، إضافة إلى الرغبة في النشر السريع وتحقيق تفاعل واسع، بغض النظر عن دقة المعلومات. من أبرز الأمثلة على ذلك، الإشاعات التي انتشرت بسرعة كبيرة خلال جائحة كورونا، مثل أخبار تأجيل الامتحانات أو إلغاء السنة الدراسية، إلى جانب الصور المفبركة ومقاطع الفيديو المضللة، ما أدى إلى تشوه فكري وانتشار أفكار مغلوطة.

انطلاقًا من هذه المعطيات، ارتأينا أن تكون دراستنا حول: "تفاعل فئة الطلبة الجامعيين مع نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي". ومن هنا نطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات واتجاهات الطلبة الجامعيين؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي جملة من التساؤلات الفرعية كالتالي :

- إلى أي مدى يتعرض الطلبة الجامعيون للأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

- كيف يتفاعل الطلبة الجامعيون مع الأخبار الكاذبة؟

- هل تؤثر الأخبار الكاذبة على اتجاهات الطلبة الجامعيين؟

ثانياً: أسباب اختيار الموضوع

الأسباب الذاتية

- الرغبة في فهم كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي الطلابي باعتبار الطلبة فئة متعلمة ومؤثرة في المجتمع.

- ارتباط الموضوع بمجال علم اجتماع الاتصال، مما يتيح تطبيق النظريات السوسيولوجية والإعلامية على الظاهرة.

- تقديم دراسة جديدة تسهم في فهم العوامل التي تجعل الطلبة يتأثرون بالأخبار الزائفة وتحليل أنماط تفاعلهم معها.

- ملاحظة تأثير الأخبار الكاذبة في الأوساط الجامعية من خلال النقاشات اليومية والمنشورات المنتشرة على مواقع التواصل.

الأسباب الموضوعية

- تزايد الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة مع التطور الرقمي واعتماد الطلبة على هذه الوسائل كمصدر أساسي للمعلومات.

- تأثير الأخبار الكاذبة على تصورات الطلبة حول القضايا الاجتماعية والسياسية والصحية، مما يهدد جودة المعلومات المتداولة

- اعتماد الطلبة على منصات التواصل دون التحقق من مصادر الأخبار، مما يجعلهم عرضة للتضليل.

- غياب الوعي بالليات التحقق من الأخبار يجعلهم يتفاعلون مع المعلومات دون تدقيق.

أهداف اختيار الموضوع:

- تحليل أنماط تفاعل الطلبة مع الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي: مشاركة، تصديق، نقد، تجاهل

- تحديد العوامل المؤثرة في تصديق الطلبة للأخبار الكاذبة، مثل مستوى الوعي الإعلامي والمصادر التي يعتمدون عليها.

- قياس مستوى الوعي الإعلامي لدى الطلبة حول كيفية التحقق من صحة الأخبار.

- دراسة تأثير الأخبار الكاذبة على آراء ومواقف الطلبة تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية.

- اكتشاف دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أو الحد من انتشار الأخبار الزائفة بين الطلبة.

- اقتراح حلول وآليات لتعزيز الثقافة الإعلامية ومهارات التحقق من المعلومات لدى الطلبة.
- أهمية دراسة:
- تساعد الدراسة في فهم مدى تأثير المعلومات المضللة على آراء ومعتقدات الطلبة الجامعيين.
- تساهم في معرفة كيفية تفاعل الطلبة مع الأخبار الكاذبة، سواء عبر تصديقها، مشاركتها، أو نقدها.
- توضح الدراسة مدى تأثير الخوارزميات والمحتوى الموجه على توجهات وآراء الطلبة.
- تساهم في الكشف عن مدى قدرة الطلاب على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة.
- توضح الدراسة كيف يمكن أن تؤثر الأخبار المضللة على قرارات الطلاب في القضايا الأكاديمية أو السياسية أو الاجتماعية.
- توفر الدراسة بيانات تساعد الجامعات والمؤسسات التعليمية على تطوير حملات توعية لمكافحة المعلومات المغلوطة.
- تساهم في نشر ثقافة الاستخدام المسؤول لمواقع التواصل الاجتماعي لدى الطلبة.
- تساعد في معرفة مدى تأثير المعلومات المضللة على الاتجاهات الأخلاقية والسلوكيات العامة للطلاب.
- تساعد نتائج الدراسة صانعي القرار في تطوير سياسات تعليمية وإعلامية لمكافحة الأخبار الكاذبة وتحسين الوعي الرقمي.
- المقاربات النظرية:
- 1. نظرية التفاعل الرمزي:

نظرية التفاعل الرمزي هي إحدى النظريات السوسيولوجية التي تركز على فهم كيفية بناء المعاني والرموز من خلال التفاعل الاجتماعي. ظهرت هذه النظرية في أوائل القرن العشرين، ويُعد جورج هربرت ميد وهربرت بلومرمن أبرز مؤسسيها.

في سياق تفاعل الطلبة الجامعيين مع الأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن إسقاط هذه النظرية بعدة طرق:

أولاً: يمكن تحليل كيف يؤثر التفاعل بين الطلبة على فهمهم للأخبار الكاذبة. عندما يتبادل الطلاب المعلومات عبر منصات التواصل الاجتماعي، فإنهم يصنعون معاني جديدة بناءً على تجاربهم الشخصية وتفاعلاتهم مع الآخرين. على سبيل المثال، إذا كان هناك نقاش حول خبر معين، قد يتبنى الطلاب وجهات نظر مختلفة بناءً على تفاعلاتهم مع أصدقائهم أو ما يقرؤونه في التعليقات.

ثانياً: يمكن دراسة الرموز المستخدمة في الأخبار الكاذبة وكيف تؤثر على تصورات الطلبة .الصور، العناوين، واللغة المستخدمة في الأخبار يمكن أن تكون لها تأثير كبير على كيفية استقبال الطلاب للمعلومات .هذا يمكن أن يؤدي إلى تشكيل آراءهم ومعتقداتهم حول موضوع معين.

أخيراً، يمكن النظر في كيفية تفاعل الطلبة مع الأخبار الكاذبة من خلال فحص كيف يؤثر السياق الاجتماعي والثقافي على فهمهم .على سبيل المثال، قد يكون للطلاب خلفيات ثقافية مختلفة تؤثر على كيفية تفسيرهم للأخبار الكاذبة أو كيفية تفاعلهم مع المعلومات المضللة.

بالتالي، توفر نظرية التفاعل الرمزي إطاراً قوياً لفهم كيف يتفاعل الطلبة الجامعيون مع الأخبار الكاذبة في عصر وسائل التواصل الاجتماعي.

2. **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال:** هي إحدى النظريات التي تركز على العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، وكيف يؤثر هذا التفاعل على فهم الواقع والتصرفات الاجتماعية وتهدف إلى تفسير تأثير وسائل الإعلام في تشكيل تصورات الأفراد ومواقفهم وسلوكياتهم في سياق تفاعل الطلبة الجامعيين مع الأخبار الكاذبة على وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن فهم كيف يعتمد الطلاب على هذه الوسائل للحصول على المعلومات عندما يعتمد الطلاب على وسائل الإعلام، فإنهم قد يكونون أكثر عرضة لتصديق المعلومات التي تعرض عليهم، حتى وإن كانت غير دقيقة. هذا الاعتماد يمكن أن يؤدي إلى تأثيرات سلبية، مثل انتشار الأخبار الكاذبة وتشكيل آراء غير مستندة إلى الحقائق يمكن تحليل هذه الديناميكيات لفهم كيف تؤثر وسائل الإعلام على إدراك الطلاب للأحداث والمعلومات، وكيف يمكن أن يسهم هذا في تعزيز أو تقليل انتشار الأخبار الكاذبة.

3. **نظرية حارس البوابة :** هي نظرية في علم الاتصال والإعلام تركز على دور الأفراد أو المؤسسات في التحكم بالمعلومات التي تُنقل إلى الجمهور .يُعتبر حارس البوابة الشخص أو الجهة التي تقرر أي المعلومات يتم نشرها أو حجبها، وبالتالي يتحكمون في تدفق المعلومات وتأثيرها على الرأي العام.

عندما يتم نشر الأخبار على منصات التواصل الاجتماعي، لا يوجد حارس بوابة تقليدي كما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية .أي شخص يمكنه نشر المعلومات، مما يؤدي إلى انتشار الأخبار الكاذبة بسرعة .غياب الفحص والتحقق من المصادر يجعل من السهل على الشائعات والأخبار المضللة أن تنتشر.

بالتالي، يمكن القول إن غياب حارس البوابة في وسائل التواصل الاجتماعي يسهم بشكل كبير في زيادة انتشار الأخبار الكاذبة، حيث يفتقر المستخدمون إلى التوجيه المناسب لفهم ما هو موثوق وما هو غير موثوق.

4. **نظرية الاستخدامات والإشباع:**

نظرية الاستخدامات والإشباعات تشير إلى كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام المختلفة لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم. هذه النظرية تفترض أن المستخدمين ليسوا مجرد مستقبلين سلبيين للمعلومات، بل هم نشطون في اختيار المحتوى الذي يناسب اهتماماتهم.

تتضمن الإشباعات التي يمكن أن يسعى إليها الأفراد من خلال وسائل الإعلام: التسلية، المعلومات، التعلم، التفاعل الاجتماعي، والتعبير عن الذات. على سبيل المثال، قد يلجأ شخص ما إلى وسائل التواصل الاجتماعي للترفيه والتواصل مع الأصدقاء، بينما قد يستخدم آخر الأخبار للحصول على معلومات حول الأحداث الجارية.

وفي سياق تفاعل الطلبة الجامعيين مع الأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن تفسير هذه النظرية من خلال فهم كيف يختار الطلاب المعلومات التي يتعرضون لها بناءً على احتياجاتهم الشخصية، مثل الحاجة إلى المعلومات الدقيقة أو الرغبة في الانتماء إلى مجموعة معينة.

عندما يتفاعل الطلاب مع الأخبار الكاذبة، فإنهم قد يبحثون عن محتوى يتوافق مع آرائهم المسبقة أو يحقق لهم نوعاً من الإشباع النفسي، مثل الشعور بالانتماء أو التأكيد على وجهات نظرهم. هذا يعني أن الطلاب ليسوا مجرد متلقين سلبيين للمعلومات، بل هم نشطاء في عملية اختيار المحتوى الذي يتناسب مع احتياجاتهم ورغباتهم.

باستخدام هذه النظرية، يمكن تحليل كيف تؤثر هذه الديناميكيات على انتشار الأخبار الكاذبة بين الطلبة الجامعيين، وكيف يمكن أن تسهم في تشكيل آرائهم وسلوكياتهم تجاه المعلومات المتاحة لهم في الفضاء الرقمي.

الدراسات السابقة:

✓ الدراسة الأولى: خليفة سافر، عائشة ظاهر أثر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال

جماهيري والوسائط الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2018/2019

هدفت الدراسة التي أجرتها خليفة سافر وعائشة ظاهر إلى استكشاف تأثير الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام من وجهة نظر الطلبة، وذلك ضمن مذكرة ماستر في جامعة قاصدي مرباح ورقلة (2018/2019). اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي واستهدفت طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، مستخدمة العينة القصدية لجمع البيانات.

طرحت الدراسة مجموعة من التساؤلات لفهم عادات ودوافع الطلبة في متابعة الأخبار الكاذبة، وتأثير انتشارها على الاتجاهات نحو القضايا العامة، بالإضافة إلى مدى تأثيرها على مصداقية الأخبار وتأثيرها في

تشكيل الرأي العام. وأظهرت النتائج أن الأخبار الكاذبة تساهم في تراجع مصداقية منصات التواصل الاجتماعي، حيث يواجه المستخدمون صعوبة في التمييز بين المعلومات الصحيحة والمغلوطة، وهو ما يعزز حالة الشك في صحة الأخبار المتداولة.

كما بينت الدراسة أن العديد من الأخبار المنتشرة عبر هذه المنصات تُنشر دون مصادر موثوقة، مما يؤدي إلى تضليل الجمهور والتأثير على مواقفه تجاه القضايا العامة. هذا الواقع يجعل من مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لانتشار المعلومات المغلوطة، مما يؤثر بشكل مباشر على توجهات المستخدمين ومواقفهم. بناءً على ذلك، تؤكد الدراسة أهمية تعزيز الوعي الإعلامي وتمكين المستخدمين من التحقق من صحة المعلومات قبل تصديقها، للحد من انتشار الأخبار الكاذبة وتأثيرها السلبي على تشكيل الرأي العام.

✓ الدراسة الثانية: أكرم عيساوي، اعتماد الشباب الجزائري على شبكات التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم والاتصال، مذكرة لنيل شهادة الماستر قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016.

تتناول هذه الدراسة مدى اعتماد الشباب الجزائري، وبالتحديد طلبة جامعة العربي التبسي، على شبكات التواصل الاجتماعي للحصول على الأخبار. وقد انطلقت من إشكالية رئيسية تتعلق بواقع هذا الاعتماد، متفرعة إلى أسئلة حول مدى استخدام الطلبة لهذه الشبكات ومصادقية الأخبار المتداولة عبرها. اعتمد الباحث على المنهج التحليلي واستخدم أدوات البحث مثل الاستبيان والملاحظة

تشير النتائج إلى أن جميع أفراد العينة يستخدمون الإنترنت بشكل يومي، حيث يشكل الترفيه، التحميل، والتواصل أبرز الاستخدامات. كما أوضحت الدراسة أن 95% من الطلبة يعتمدون بانتظام على مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة فيسبوك، نظرًا لانتشاره الواسع في المجتمع. بالإضافة إلى ذلك، فإن معظم الطلبة يقضون وقتًا يتراوح بين ساعة إلى ست ساعات يوميًا على هذه المنصات، مما يعكس مدى استغراقهم في هذه الأنشطة الرقمية وتأثيرها الكبير على حياتهم اليومية. الدراسة تؤكد الدور المحوري الذي تلعبه شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل مصادر الأخبار لدى الشباب الجامعي، مما يثير تساؤلات حول مصداقية المحتوى وتأثيره على تكوين الرأي العام.

الدراسة الثالثة: تحمل هذه الدراسة عنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية - جامعة أم القرى نموذجاً

تناولت دراسة الباحث أسامة غازي المدني في جامعة أم القرى دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، مستندة إلى المنهج المسحي عبر استمارة الاستبانة ومقياس خاص لقياس تأثير هذه المنصات على توجهات الطلبة. وطرحت الدراسة مجموعة من التساؤلات،

من أبرزها: أسباب استخدام الطلبة لهذه الشبكات، والموضوعات الأكثر متابعة، والقضايا التي تحظى بأهمية خاصة لديهم، بالإضافة إلى موقفهم من تأثيرها وسلبياتها.

وكشفت النتائج أن 41.86% من مستخدمي هذه المنصات لديهم مستوى مرتفع في تشكيل الرأي العام، بينما بلغت نسبة المستخدمين ذوي المستوى المتوسط في التأثير 55.23%، في حين أن 2.91% لديهم مستوى منخفض. كما أوضحت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الطلبة فيما يتعلق بتأثير شبكات التواصل الاجتماعي على آرائهم، وذلك تبعاً لمستويات الاستخدام المختلفة.

تؤكد هذه الدراسة الدور المحوري لوسائل التواصل الاجتماعي في صقل آراء الطلبة وتوجيهها، حيث تلعب هذه المنصات دوراً رئيسياً في تشكيل القنوات السياسية والاجتماعية، فضلاً عن تأثيرها على المواقف تجاه القضايا العامة. كما تسلط الضوء على مدى التباين في الاستفادة منها بين المستخدمين، مما يشير إلى ضرورة تحليل كيفية توجيه استخدامها بشكل أكثر إيجابية في بيئات أكاديمية وتعليمية.

الدراسة الرابعة: رسالة ماجستير الموصوفة ب دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين للباحث عبد الله مبارك الرعود عبد الله ممدوح 2012:

بحثت هذه الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي و مشاورها في الفضاء المفتوح ، باعتبارها وسائل فعالة التحقيق التواصل الاجتماعي بين الناس، من خلال مختلف الخدمات الكثيرة التي تقدمها من سهولة التواصل والتزامنية والتفاعلية، كما يعالج الباحث التحول الكبير في مسار هذه الشبكات، حيث أصبحت من الوسائل التي تستعين بها الشعوب في التنظيم والحشد للاحتجاجات حسب اعتقاد الباحث، والتي منها المطالبة بالتغيير السياسي والديمقراطية إستنادا إلى مجريات الأحداث التي شهدتها الوطن العربي، وقد طرح الباحث في هذه الدراسة التساؤل الرئيس التالي :ما الدور الذي لعبته شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين.

وفي السياق اعتمد الباحث على فرضية رئيسة في إجابته على إشكالية الدراسة، حيث رأى أن شبكات التواصل كان لها الدور الكبير في إحداث التغيير السياسي في تونس ومصر، وفي هذا السياق استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في الإجابة على هذه الإشكالية، وذلك باعتبار أن الدراسة تدخل ضمن البحوث الوصفية، وقد حدد مجتمع دراسته من الصحفيين الأردنيين العاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية من الصحافة المكتوبة إلى الإذاعة والتلفزيون.

ولجأ الباحث في دراسته هذه إلى العينة العشوائية البسيطة، وبرر هذا الاختيار بإتساع حجم مجتمع الدراسة، واعتمد على دراسة ميدانية بأداة إستمارة إستبيان.

- أهم نتائج هذه الدراسة توصل الباحث إلى مجموعة من النتائج، والتي تعتبر كإجابة على التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية، والتي جاءت على النحو التالي:
- دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي في التغيير السياسي ومصر في الترتيب الأول.
 - التأثير الذي مارسه شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي في الترتيب الثاني.
 - شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في التهيئة والتحريض على الاحتجاجات في الترتيب الثالث.
 - أشار التحليل العاملي إلى أن هذه المجالات قد ساهمت في تفسير التغيير السياسي في مصر وتونس بنسبة
 - فاقت 52% وهي تعتبر كإجابة نهائية على نص التساؤل الرئيسي للدراسة.

✓ الدراسة الخامسة: "انتشار الأخبار الحقيقية والكاذبة على الإنترنت

The Spread of True and False News Online» 2018 «vousoughi

دراسة Vosoughi وآخرون (2018) من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا تناولت انتشار الأخبار الحقيقية والكاذبة على تويتر بين 2006 و2017. حل الباحثون أكثر من 126,000 سلسلة أخبار تم تغريدها 4.5 مليون مرة، وصنفوا الأخبار باستخدام تقييمات ست منظمات مستقلة. هدفت الدراسة إلى مقارنة سرعة وانتشار الأخبار الكاذبة والحقيقية، وفهم أسباب انتشار الأخبار الكاذبة ودور البشر والروبوتات فيها. وجدت الدراسة أن الأخبار الكاذبة تنتشر أسرع وأبعد وأعمق من الحقيقية، وأن البشر هم المسؤولون الرئيسيون عن هذا الانتشار، حيث تثير الأخبار الكاذبة مشاعر المفاجأة والاشمئزاز، بينما تثير الأخبار الحقيقية مشاعر الثقة والفرح. كما كانت الأخبار السياسية أكثر عرضة للانتشار الكاذب. وأشارت الدراسة إلى أن حادثة الأخبار الكاذبة تشجع الناس على مشاركتها، مما يجعلها تنتشر بشكل أوسع وأسرع.

✓ الدراسة السادسة:

Gordon Pennycook. David G. Rand. Who Falls for Fake News? Roles of Bullshit Receptivity, Over claiming, Familiarity, and Analytic Thinking (Gordon & David, 2019)

قامت هذه الدراسة في سياق بحثها عن الأدوار الحقيقية للأخبار الكاذبة خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث لجا الباحثان إلى إجراء اختبار نفسي من خلال مؤسسة Mechanical Amazon's على الأفراد الذين يقعون في فخ الأخبار الكاذبة، حيث جرت تجربة على 1600 من الأفراد الناشطين على مواقع

التواصل الاجتماعي، فقامت هذه المؤسسة بإطلاق حزمة من الأخبار عن طريق إنشاء جمل عشوائية في التجربة الأولى، بعد ذلك تم تركيب عناوين الأخبار دون ذكر المصدر، ثم قاما الباحثان بإعداد قراءة لتعليقات المتفاعلين مع هذه الأخبار، وذلك قصد معرفة كيف يتم تقبل هذه الأخبار، معتمدين في ذلك على الانعكاس المعرفي للأفكار القبلية ونظرية العملية المزدوجة، وكذا وضع التعليقات تحت لمنظار النفسي والتحليلي لتجارب المتلقين المتفاعلين مع هذه الأخبار.

أهم نتائج الدراسة جاءت نتائج هذه الدراسة على النحو التالي: أن معظم المبحوثين لا يلتفتون أثناء تلقيهم الأخبار إلى المصدر، خاصة في العناوين التي تكون جذابة و بالبند العريض، وتفسير ذلك أن المستخدمين الذين يبالغون في إدعاء مستوى معرفتهم أنهم أكثر تصديقا للأخبار الكاذبة، وأن العقلية المنفتحة على نطاق واسع في تلقي الأخبار تكون سببا مباشرا في تصديق أخبار زائفة، إضافة إلى إعتقاد بعض المستخدمين الذين رأوا أنها أخبارا غير حقيقية وأنها مدفوعة ومجهولة، وعليه خلصت الدراسة أن الأخبار الكاذبة تؤدي العديد من الأدوار السلبية على المستخدمين و بالتالي على المجتمع.

✓ الدراسة السابعة:

Elsevier. S Talwar. A Dhir. D Singh. GS Virk. J Salo Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis" (Talwar, 2020)

قامت هذه الدراسة بإنجاز عمليات إحصائية، حيث تبنت في هذا الإطار نهجا مختلا لإكتشاف سلوك مشاركة الأخبار المزيفة، وذلك بالإعتماد على تحليل البيانات النوعية لـ 58مقالة مفتوحة منشورة عبر مختلف الوسائط الرقمية عن طريق تحديد سنة مظاهر سلوكية مرتبطة بمشاركة الأخبار المزيفة، بعد ذلك تم اقتراح نموذج بحث يفترض الارتباط بين هذه السلوكيات باستخدام إطار وفرضية تأثير الشخص الثالث، وتشمل في ذلك العمر والجنس كمتغيرات للتحكم في العملية الإحصائية، حيث تم استخدام مجموعتين من البيانات التي تم الحصول عليها من المسح المقطعي مع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الاختبار النموذج المقترح.

أهم نتائج الدراسة: أشارت نتائج الدراسة إلى أن المشاركة الفورية للأخبار الخلق الوعي، كان لها تأثير إيجابي على مشاركة الأخبار المزيفة، ولم يكن للمصادقة على الأخبار قبل مشاركتها أي تأثير على مشاركة الأخبار المزيفة بسبب الزخم الإخباري التي تعود عليه الجمهور، خاصة في البيئة الرقمية التي تتميز

بالتأكل المعلوماتي، كما أشارت نتائج الدراسة أيضا إلى أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين ينخرطون في إجراءات تصحيحية نشطة من غير المرجح أن يشاركوا أخبارا مزيفة في هذه الفضاءات.

الإطار المفاهيمي:

التفاعل لغة: في اللغة العربية مشتق من الفعل تفاعل وهو من الأفعال التي تدل على حدوث فعل بين طرفين أو أكثر يؤثر كل منهم في الآخر وهو الاشتراك بالفعل أو التأثير المتبادل بين طرفين أو أكثر بحيث يؤثر كل طرف في الآخر ويحدث تغيير وتأثيرا مشترك.¹

التفاعل اصطلاحاً:

عملية متبادلة تؤثر فيها الأفعال أو الرموز أو الرسائل بين الأفراد أو الجماعات، بحيث يحدث نوع من التأثير والتأثر، وقد يكون هذا التفاعل لفظياً أو غير لفظي، مباشراً أو غير مباشر". ويُعدّ التفاعل من المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، إذ يُستخدم لفهم طبيعة العلاقات الاجتماعية، وأنماط التواصل بين الأفراد داخل المجتمع.

وقد أشار "هربرت بلومر" إلى أن التفاعل هو الأساس الذي تقوم عليه الحياة الاجتماعية، حيث لا توجد بنية اجتماعية ثابتة دون وجود تفاعل مستمر بين الأفراد يؤسس للمعاني والرموز المشتركة بينهم.²

مفهوم فئة الطلبة:

لغة:

الطالب في اللغة هو اسم فاعل من "طلب"، ويقال "طلب العلم" أي سعى لتحصيله، فالطالب هو الساعي لطلب العلم والمعرفة.³

اصطلاحاً:

الطلبة الجامعيون هم الأفراد الذين التحقوا بمؤسسات التعليم العالي كالكليات والمعاهد والجامعات و بهدف اكتساب المعارف الأكاديمية والتكوينية في تخصصات علمية أو أدبية معينة، أي فئة تتراوح أعمارهم بين 18 و 25 سنة وهم يشكلون شريحة اجتماعية لها خصائصها واهتماماتها المرتبطة بمرحلة عمرية ونفسية ومعرفية متميزة.⁴

¹ معجم المعاني الجامع 30 /05/ 2025.

² برت بلومر الفكر السوسيولوجي والتفاعل الرمزي. ترجمة: محمد الخشبة، دار المعرفة الجامعية، 1986 ص 42

³ ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، مجلد 1، ص 562.

⁴ عبد الحميد، عبد الرحمن، علم الاجتماع التربوي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 145.

التعريف الإجرائي لفئة الطلبة:

يقصد بفئة الطلبة الجامعيين في هذه الدراسة: الطلبة المسجلون في جامعة 8 ماي 1945 قالمة، قسم علم الاجتماع بغرض دراسة مدى تفاعلهم مع الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

مفهوم الأخبار الكاذبة:

لغة:

الخبر في اللغة هو النبأ، ويُقال "أخبره بخبر أي نقل إليه معلومة. أما الكاذب فهو المنسوب إلى الكذب، وهو نقيض الصدق، أي الإخبار عن شيء على خلاف ما هو عليه في الواقع.¹

اصطلاحًا:

تُعرف الأخبار الكاذبة بأنها: محتويات إعلامية أو معلومات يتم إنتاجها ونشرها بشكل متعمد ومضلل، تهدف إلى خداع المتلقي لتحقيق أغراض معينة، سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية، وذلك دون الالتزام بمعايير الدقة أو التحقق من المصدر.²

كما تُعرف أيضًا بأنها: "نوع من المعلومات الزائفة التي يتم تداولها على أنها حقيقية، رغم أنها ملفقة أو مشوهة جزئيًا أو كليًا، وغالبًا ما تنتشر بسرعة خاصة عبر الوسائط الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي.³

التعريف الإجرائي لمفهوم الأخبار الكاذبة:

يقصد بـ الأخبار الكاذبة في هذه الدراسة: كل محتوى خبري يتم تداوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة الجامعيين، يتضمن معلومات غير دقيقة أو مزيفة أو مضللة، تم التحقق من عدم صحتها، سواء كان ذلك عن قصد أو عن غير قصد، وقد تؤثر هذه الأخبار في مواقف وسلوكيات الطلبة وتوجهاتهم.

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

لغة:

التواصل في اللغة من "وصل"، أي الاتصال والارتباط، ويقال تواصل القوم أي اتصل بعضهم ببعض. أما "الاجتماعي" فهو ما يتعلق بالمجتمع أو الحياة المشتركة بين الأفراد.⁴

¹ ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، مادة (خبر) و(كذب)، مجلد 1، ص 325 و450.

² Wardle, Claire & Derakhshan, Hossein, Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making, Council of Europe Report, 2017, p. 20.

³ Allcott, Hunt & Gentzkow, Matthew, "Social Media and Fake News in the 2016 Election," Journal of Economic Perspectives, Vol. 31, No. 2, Spring 2017, p. 213.

⁴ ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، مادة (وصل) و(جمع)، مجلد 1، ص 110 و222.

اصطلاحًا:

مواقع التواصل الاجتماعي هي: "منصات إلكترونية تتيح للمستخدمين إنشاء محتوى رقمي ومشاركته والتفاعل معه، وتوفر آليات للتواصل الفوري أو غير المباشر بين الأفراد أو المجموعات، مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، يوتيوب، وتيك توك".¹

ويُعرفها باحثون آخرون بأنها: "وسائل رقمية تعتمد على تكنولوجيا الإنترنت، تسمح بتكوين شبكات افتراضية للتفاعل الاجتماعي، وتبادل الآراء والمعلومات والمواد الإعلامية بشكل فردي أو جماعي".²

التعريف الإجرائي:

يقصد بـ مواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة: المنصات الرقمية التي يستخدمها الطلبة الجامعيون في جامعة 8 ماي 1945 قالمة، مثل فيسبوك، إنستغرام، تيك توك ويوتيوب، والتي تُعد الوسيلة الأساسية لتلقي أو مشاركة الأخبار والمعلومات، بما في ذلك الأخبار الكاذبة، وذلك خلال الفترة التي تم فيها إجراء الدراسة.

¹ Kaplan, Andreas M. & Haenlein, Michael, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media," Business Horizons, Vol. 53, 2010, p. 61.

² عبد الحميد، محمود، الإعلام الجديد: مفاهيم وقضايا، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2016، ص 45.

الفصل الثاني: مدخل عام حول الأخبار الكاذبة

❖ تمهيد

أولاً: نشأة الاخبار الكاذبة

ثانياً: أنواع الأخبار الكاذبة

ثالثاً: خصائص الأخبار الكاذبة

رابعاً: أساليب ترويج الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الإجتماعي

خامساً: تأثير الأخبار الكاذبة على سلوكيات واتجاهات الطلبة

❖ خلاصة

تمهيد:

لقد عرف عصرنا الحالي عصر التكنولوجيا والرقمنة والمعلومات تقدما وتطورا واسعا سهل نقل الأخبار والمستجدات الحصرية عبر مختلف الشبكات، بما في ذلك تداول الأخبار الكاذبة التي لقيت تفاعلا كبيرا من أفراد المجتمعات، من هذا سنتطرق للتعرف أولا على نشأة الأخبار الكاذبة، وأنواعها وخصائصها وأساليب ترويج الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى تأثيرها على سلوك الأفراد.

أولاً: نشأة الاخبار الكاذبة:

البدايات:

القرن السابع عشر: ظهور الصحف الأولى في أوروبا. بدأت القصص الإخبارية بالظهور مع الصحف المطبوعة، مثل صحيفة "Relation" التي ظهرت في ألمانيا عام 1605 والتي تعتبر من أوائل الصحف المطبوعة.

القرن الثامن عشر: انتشار الصحافة في بريطانيا وفرنسا وأمريكا. بدأت القصص الإخبارية تأخذ شكلاً أكثر تنظيماً مع ظهور الصحف اليومية والأسبوعية.

القرن التاسع عشر: التوسع الصحفي: شهد هذا القرن توسعاً كبيراً في صناعة الصحافة زادت معدلات القراءة وانتشرت الصحف بشكل واسع بفضل التقدم في تقنيات الطباعة.

التلغراف: اختراع التلغراف في منتصف القرن التاسع عشر غير كيفية جمع ونقل الأخبار، مما سمح للصحفيين بنقل الأخبار بسرعة أكبر وعلى نطاق أوسع.

أوائل القرن العشرين:

الراديو: مع ظهور الراديو في العشرينيات والثلاثينيات، أصبحت الأخبار تبث مباشرة إلى المنازل. تغيرت طبيعة القصص الإخبارية لتناسب الوسيلة الجديدة، حيث أصبحت أكثر اختصاراً وتركز على النقاط الرئيسية.

التغطية الصحفية للحروب: التغطية المكثفة للحروب، مثل الحرب العالمية الأولى والثانية، أدت إلى تطوير أساليب جديدة في كتابة ونقل الأخبار، مع التركيز على السرعة والدقة.

منتصف القرن العشرين:

التلفزيون: في الخمسينيات والستينيات، أصبح التلفزيون مصدراً رئيسياً للأخبار القصص الإخبارية التلفزيونية تطلبت أساليب جديدة في السرد، مع الاعتماد الكبير على الصور والفيديوهات لتقديم المعلومات.

التحقيقات الصحفية: ظهرت في هذه الفترة صحافة التحقيقات التي تتعمق في القضايا المهمة وتكشف الفساد وسوء الإدارة، مما ساهم في زيادة وعي الجمهور وأهمية الصحافة في المساءلة المجتمعية.

أواخر القرن العشرين:

الإنترنت في التسعينيات، أحدث الإنترنت ثورة في صناعة الأخبار المواقع الإخبارية بدأت في الظهور، مما أتاح للجمهور الوصول إلى الأخبار بشكل أسرع وأوسع.¹

الوسائط المتعددة: استخدام النصوص والصور والفيديوهات والرسوم البيانية لتقديم الأخبار بشكل تفاعلي وجذاب.

القرن الواحد والعشرون:

وسائل التواصل الاجتماعي: أصبحت منصات التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر مصدرا رئيسيا للأخبار الصحفيون والمؤسسات الإعلامية يستخدمون هذه المنصات لنشر القصص الإخبارية بشكل فوري والتفاعل مع الجمهور.

الأخبار الزائفة: مع انتشار الأخبار عبر الإنترنت، برزت مشكلة الأخبار الزائفة (Fake News)، مما دفع المؤسسات الإعلامية لتعزيز جهود التحقق من المعلومات ومكافحة التضليل. الصحافة الوطنية: بفضل الهواتف الذكية، أصبح بإمكان أي شخص أن يكون صحفياً ويوثق الأحداث الفورية، مما أضاف بعداً جديداً لنقل الأخبار.²

خلاصة:

مرت القصة الإخبارية بتطورات هائلة عبر التاريخ، بدءاً من الصحف المطبوعة في القرن السابع عشر، مروراً بالراديو والتلفزيون في القرن العشرين وصولاً إلى الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في العصر الحديث ومن هنا بدأ انتشار الأخبار الكاذبة والمزيفة.

ثانياً: أنواع الشائعات

يمكن أن نقسم الشائعات إلى أقسام عدة وفق معايير مختلفة وهي:

تقسيم الشائعات وفق المعيار الزمني من حيث سرعة انتشارها:

- **الشائعات الاندفاعية:** والتي تنتشر انتشار اللهب في الهشيم لأنها تتعلق بوعيد أو بوعد مباشر ولذلك فإنها تجتاح المجتمع في وقت مذهل في القصر وتتطوي على إشاعات العنف أو إشاعات الحوادث أو الكوارث أو النصر الحاسم في وقت الحرب ولذلك فإنها تستند إلى انفعالات قوية من الهلع أو الغضب أو الفرحة المفاجئة.

¹ أشرف المناصير، مرسل الجوينات، وأرستم أبورستم، القصة الإخبارية الصحفية، (عمان: دار المعتر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2025) ص 18.

² المرجع نفسه ص 20.

- **الشائعات الحابية:** وهي تنمو ببطء ويتسع انتشارها في جو من السرية حتى يكاد أن يسمع بها كل فرد كالشائعات العدائية أو الدائرة حول الشخصيات الرسمية
- **الشائعات الغاطسة:** وهي الشائعات التي تنتشر برهة ثم تغطس أو تنسى ريثما تعود فتطفو من جديد في وقت لاحق حين تسمح الظروف بها جودت ولبورنتو سيكولوجية الإشاعة
- تقسيم الشائعات من حيث مصادرها إلى:
- **شائعات شخصية:** يسعى مروجوها إلى تحقيق مكاسب شخصية أو الحصول على مراكز مرموقة ولذلك فإنها تعد من الشائعات الحاملة مثل الشائعة التي يروجها عميد الكلية عن نفسه بأنه مرشح لمنصب رئيس الجامعة وتنتقل هذه الشائعات عادة عن طريق حملات الهمس.
- **الشائعات المحلية:** التي تدور حول القضايا الخاصة ببلد معين فقد ذكرت جريدة الأنباء الكويتية شائعة حول الكويت قالت فيها أدت المخاوف من وقوع حوادث عسكرية دامية في بلد عربي تمزقه الحرب الأهلية إلى سقوط كبير في عملته.
- **الشائعات القومية:** وهي الشائعات التي تدور حول القضايا القومية العامة والأزمات التي تواجهها وعوامل التدهور والانحطاط ونواحي القوة والقدرة على التحدي فقد ترددت إشاعات قوية عن قرب اجراء محادثات سرية بين اسرائيل والأردن مما دعا ياسر عرفات إلى القول بأنه سيطالب القمة العربية المقبلة بمناقشة المحادثات الأردنية الإسرائيلية السرية.
- **الشائعات الدولية:** تنتشر هذه الشائعات عند حدوث الأزمات الدولية وانتشار الأوبئة أو الكوارث الطبيعية كالشائعات التي راجت حول محاولة امريكية لاختطاف مسؤول ليبي في الجو بعد توتر العلاقات بين امريكا وليبيا
- تقسيم الشائعات من حيث دلالتها الوظيفية الى:
- **الشائعات العدوانية:** وهي الحكايات المفروضة التي يطلقها البعض في لباس فكا هي أو تعبر عن الكراهية أو العنصرية مثل تحقير الزنوج أو السود وكراهية العرب أو تتضمن الحط من شأن البعض بقصد التجريح
- **الشائعات المحايدة:** لما كان من الخصائص الاساسية للشائعات أن تكون مشحونة بشحنة انفعالية وو جدانية قوية وتنتشر في ظروف القلق والاضطراب لذلك فان الشائعات التي تنصب على حالة خاصة لا أهمية لها بالنسبة للجمهور لا تنتشر وإنما تبقى في نطاق ضيق جداً مثل إشاعة قيام أحد الاشخا ص بشرب 40 قنينة عصير 2020

- **الشائعات الفكاهية:** ثمة علاقة وثيقة بين الشائعات والفكاهات لأنهما أحياناً لا تستهدفان إثارة التصديق وإنما إثارة الضحك فقط وللتعبير عن المشاعر الحميمة مثالها قصة الرجل الذي كان يسير على ضفة نهر الراين فسمع استغاثة رجل يكاد أن يغرق فقفز في الماء وأنقذه وبعدها ظهر انه هتار
- **الشائعة الذكية:** يقوم هذا النوع من الشائعات على تقديم القليل من السم في كثير من العسل، بحيث لا ينتبه الطرف المستهدف ويتجرع السم ويدعن للشائعة التي تم استهدافه بها، وعادة ما تكون هذه الشائعات موجهة إلى أجهزة الاستخبارات والحكومات والهيئات عالية المستوى، وينبغي على منشئها الاتسام بالحنكة والخبرة والالام بالكثير من التفاصيل الدقيقة، كما تتطلب تجهيزاً خاصاً في مرحلة الإعداد والدراسة للأثار المحتملة التي ستنشأ عقب انتشار الشائعة، فهذا النوع يعتبر أصعب أنواع الشائعات وأعقدها، فهدف الشائعة الذكية ضرب قواعد المعلومات عند العدو، والتشويش عليه عن طريق التمويه وبث الأخبار الكاذبة والمغلوطة، فكلما انتشرت المعلومات الكاذبة ازداد الارتباك لدى العدو، وأصبح من الصعب عليه اتخاذ قرارات سليمة وراشدة، ويفقد القدرة على حماية نفسه.
- **الشائعة العامة:** وتكون موجهة نحو عامة الجماهير بمختلف طبقاتهم العلمية والاجتماعية، وتُصاغ بطريقة يتم تصديقها من قبل أغلب الناس، والشائعة العامة تحظى في معظم الأحيان بنسبة ضعيفة إلى متوسطة في مدى انتشارها وفعاليتها، وتأخذ وقتاً طويلاً حتى يتم تناقلها وتقبلها من قبل الأفراد، لأنها تمسّ غالباً شخصيات لديها مكانة حساسة -تكون دينية عادة -ومسلمات ومعتقدات راسخة عندهم يصعب اقناعهم بتركها أو تغييرها، فهدف هذا النوع تغيير وجهة نظر العامة تجاه قضية ما وازعاج صورة بعض الأطراف التي تشكل خطراً لصانع الشائعة.
- **الشائعة الساذجة:** وهو نوع يتسم بالغباء والحمق في ظاهره، ويصاغ بهذه الطريقة عن قصد أو غير قصد، فالشائعة الساذجة لا يمكن التنبؤ بعواقبها، فربما تحدث رد فعل عكسي لما أُريد منها، فقد تُجابه بالرفض التام من قبل الناس، أو يتم تصديقها وتحظى بانتشار منقطع النظير، بل وتصبح حقيقة لا تقبل النقاش عند العامة إذا وجدت الأسباب المواتية لذلك، وقد تطرقنا إلى نحو من هذا الكلام في الفصل الأول الخاص بكيفية تفكير الجماهير¹.

الشائعات حسب جمهورها:

يمكن تقسيم الشائعات حسب جمهورها الى:

¹ صلاح الدين حفافصة، مجلة الجزيرة، مدونات كيف تؤثر الشائعات على الفرد والمجتمع 9:33 11/05/2025

- **شائعات الضغط:** إذا كانت الشائعات تمس موضوعاً يتعذر الكشف عن الحقائق المجردة فيه في الوقت الذي تنطلق فيه الشائعات ويتيح الاستمرار في عدم الرد على الشائعات بصورة مباشرة إلى زيادة سريانها وذيوعها فإن مصمم الشائعة يضع ذلك في اعتباره عندما يبدأ في تصميمها فهو يركز في تصميمه الشائعة على أن أحد محاورها يمكن أن يؤدي إلى الاعتقاد في صحة الشائعات.
- **الشائعات الفردية:** وإذا كانت الشائعة ذات طبيعة فردية ولكنها تؤدي إلى إثارة جماهيرية ومجتمعية فينبغي ألا تعتبر من قبيل الشائعات المجتمعية إنما توجه الأجهزة المجتمعية معاونتها غير المباشرة بالشكل الذي يتفق مع طبيعتها الفردية من حيث المادة والتكوين ومن انجح الأساليب في مثل هذه الشائعات هو الاقتناع عن طريق عرض جانب واحد أو فكرة معينة متعلقة بموضوع الشائعة عرضاً يكون مشفوعاً بنفس الوقت بما يعتبر في نظر الأشخاص الموجه إليهم مقولة تؤكد قبول التفسير.
- **الشائعات الجماعية:** تظهر خطورة الشائعات ذات الطبيعة الجماعية في محاولتها تفتيت وحدة البناء الاجتماعي ولهذا فهي لا تقل خطورة عن الشائعات المجتمعية وتتميز الشائعة التي تتناول فئة أو أكثر من فئات المجتمع أو جماعة من جماعاته المختلفة بأنها تكون واعية تماماً بخصائص هذه الفئة أو الجماعة وخاصة من الناحية العقلية النفسية.
- **الشائعات المجتمعية:** الشائعات ذات الطبيعة المجتمعية تتصف بخاصية فريدة تميزها عن كل من الشائعات الفردية والجماعية إذ تجد أن كلاً من الشائعات الفردية والجماعية تنطلق وتروج داخل إطار المجتمع المحلي أو القومي بالرغم مما يكون لها من جذور وتنظيمات خارجية في حين أن الشائعات المجتمعية تستند على جهود تبذلها أدوات النشر الخارجية¹.

ثالثاً: خصائص الشائعة الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي

تتميز الشائعة المتداولة بعدد من الخصائص والسمات التي تميزها وخصوصاً في ظل تداولها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وفقاً لذلك سوف نوضح في هذا المطلب خصائص الشائعة التقليدية وما يميز الشائعة الإلكترونية.

وللشائعة خصائص تميزها بها على النحو التالي:

السرعة:

¹ إبراهيم، صفاء عباس عبد العزيز. "الإذاعة وأثرها على الفرد والمجتمع". مجلة البحث العلمي في الآداب، العدد العشرون، الجزء الثاني، 2019.

بينما تستغرق الشائعة التقليدية لانتشارها وقتاً طويلاً نوعاً ما، فإن الشائعة الإلكترونية تستغرق وقتاً قصيراً لتنتشر خصوصاً مع تطور وسائل الاتصال والإمكانيات التي تقدمها للمستخدم، ومع وجود الهواتف الذكية وتعدد منصات التواصل الاجتماعي أصبح الأمر لا يحتاج سوى ثوان ودقائق معدودة لتنتشر الشائعة.

الانتشار:

تعتمد الشائعة الإلكترونية على الانتشار حيث تعبر الحدود الوطنية ولا تتوقف عندها، وهذا سبب خطورتها وتأثيراتها السلبية، حيث يمكن نشر الشائعة على مستوى العالم على الرغم من أنها قد تكون موجهة لشريحة معينة أو دولة معينة، على عكس الشائعة التقليدية والتي في الغالب تنتشر بين فئة معينة ومن ثم تتلاشى.

الكلفة:

الشائعات الإلكترونية لا تحتاج إلى أي نفقات كبيرة لترويجها، فهي ذات تكلفة منخفضة جداً أو معدومة نوعاً ما، وبراى الباحث فإن أكثر مسبب لترويج الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو عدم وجود التكلفة المادية، أي أن الأمر لا يحتاج أكثر من الكتابة والنشر أو إعادة النشر.

التفاعل عن بعد:

تتميز الشائعة الإلكترونية بخاصية التفاعل عن بعد حيث يمكن تناقلها بالنشر أو إعادة النشر على الصفحات الشخصية أو الرسمية التي يقوم بها الأفراد أو التغريدات أو الصور أو مقاطع الفيديو، وهذه الخاصية تسهم في انتقال الشائعة إلى تجمعات أخرى تقوم بنشرها وترويجها ودعمها.

قابليتها للتعديل والتغيير:

يمكن تعديل الشائعة الإلكترونية لتلائم الأهداف والأحداث، وهذه الخاصية عكس الشائعات التقليدية التي تنتقل من الكلمات الشفوية أو النصية، وإن كانت تخضع الشائعات التقليدية إلى ذاكرة الناقل، فإن الشائعات الإلكترونية تخضع في تعديلها إلى البرنامج أو الوسط الذي يُعاد نشرها من خلاله، مما قد يعرضها أثناء نشرها وترويجها للتحريف والتشويه، فكلما راجت الشائعة أصبحت أقل تفصيلاً وأقصر رواية وفقدانها للكثير من تفصيلاتها، بحيث يتم التلاعب بها أو قد يتم استبدال بعض معلوماتها.¹

¹ زيد محمد عبد الكريم القيسي، "المسؤولية المدنية الناشئة عن ترويج الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير، بإشراف مأمون أحمد الحنيطي، جامعة الشرق الأوسط، كلية الحقوق، قسم القانون الخاص، حزيران 2022، ص13.

رابعاً: أساليب وأشكال انتشار الأخبار الكاذبة

حتى يحقق التضليل الإعلامي هدفه فهو يتبع عدة طرق وأساليب أثبتت فعاليتها، فأينما وجد نشاط دعائي وإعلامي وجد التضليل، وسنعرض منها الآتي:

الادعاءات:

- **الحياد:** لكي يؤدي التضليل الإعلامي دوره بفعالية أكبر لابد من إخفاء شواهد وجوده حتى لا يشعر الشعب بأنه يتم تضليله عن طريق انحياز المؤسسة أو الشخص القائمين على التضليل لطرف علي حساب الآخر أو حتى لقضيه معينه على حساب الأخرى ، حيث أن التحيز يفقد الموضوعية ، ومن هنا فلا بد أن يؤمن الشعب الذي يجرى تضليله بحياد مؤسساته الرسمية ، فلا بد أن يؤمن الشعب بأن الحكومة والإعلام والتعليم والعلم بعيدين جميعاً عن معترك المصالح الاجتماعية المتصارعة ، بالإضافة إلى النظر للحكومة القومية بوجه خاص أنها ركيزة للحياد ، حيث يفترض أسلوب الحياد باستقامة وعدم تحزب الحكومة بوجه عام ، كما يتم النظر دائماً إلى وقائع الفساد والغش والاحتيال التي تحدث من وقت لآخر في المؤسسات الرسمية وأجهزة الدولة السيادية علي إنها نتيجة مترتبة على الضعف الإنساني، ويتم التأكيد دائماً على سلامة وصحة النظام في مجمله ، كذلك يفترض أن أجهزة الإعلام تتسم بالحياد، أما بالنسبة للتحقيقات أو التقارير سواء الصحفية أو الإعلامية التي لا تتوخى الإنصاف أو الموضوعية أفكار والتوجهات العامة هو في الأساس مسألة فردية سواء في تجلياته أو في أصوله، ففي الولايات المتحدة الأمريكية مثال لقي السود والسمر والحرر والصفير والأقليات العرقية الأمريكية الأخرى أقل قدر من الاهتمام في الأفلام والإبداعات الثقافية المصنوعة ومع ذلك فهي أقليات تم استغلالها من جانب كل قطاعات الأغلبية البيضاء بدرجات متفاوتة ، كذلك لم يلق الانقسام الاجتماعي الكبير في الأمة إلى عامل وصاحب عمل حظاً من الدراسة والاهتمام الا في حالات استثنائية محدودة، بل ظل الاهتمام منصباً على موضوعات أخرى تتمثل بوجه عام في مشكلات القطاع الأوسط من السكان الذي يسعى جاهداً للصعود إلى أعلى السلم الطبقي تلك الفئة التي يفترض انتماء كل إنسان إليها، كما أنه إذا حدث وصادفنا إبداعاً ثقافياً حقيقياً يعترف بهذا الواقع فيكون هذا نادراً ولا يحدث باستمرار، ويرجع هذا إلي سيطرة النخبة تقتضي تجاهل أو تحريف الواقع الاجتماعي حيث أن العرض الواقعي والمناقشة الجادة للصراع الاجتماعي سوف تؤدي إلي زيادة الوعي والانتباه لوجود ظلم اجتماعي مما يؤدي إلي مقاومته فلا يكون في صالح الأقليات المسيطرة علي الموارد والسلطة فيتم التوكيد لنا على أنها نتيجة للخطأ وليست عيوب جوهرية في نظم نشر المعلومات أو

تحيز المؤسسات الإعلامية التي في الأصل تكون مشروعات تجارية تتلقى دخولها من الاستغلال التجاري لمساحتها الزمنية أو المكانية لمصلحة الإعلانات، ولا يتم التوقف عن التوكيد دائماً على نزاهة وموضوعية المؤسسات الإعلامية ، أما بالنسبة لنظام التعليم فكذاك يزعم المضللون بداية من مرحلته الابتدائية وحتى مستوى الجامعة بأنه يخلو تماماً من أي غرض أيديولوجي مقصود.

- **التعددية الإعلامية:** بمعنى الاعتماد على وهم حرية الاختيار وتعددية وسائل الإعلام ومصادر المعلومات والإحساس والشعور بحرية الاختيار في بيئة بها تنوع ثقافي وإعلامي مما يجعل الجمهور سريع التأثر بالتضليل، فمثال الولايات المتحدة الأمريكية تنتشر فيها وسائل الإعلام أكثر من أي مكان آخر في العالم، مما يستغله المسيطرون على وسائل الإعلام والاتصال في التعزيز من وهم حرية الاختيار حيث يحدث خلط ما بين تنوع وفرة الكم الإعلامي وبين تنوع المضمون.

- **غياب الصراع الاجتماعي:** حيث ينكر المتحكمون في الوعي إنكاراً مطلقاً وجود الصراع الاجتماعي.¹

خامساً: تأثير الأخبار الكاذبة في سلوك واتجاهات الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين

تُعد فئة الطلبة الجامعيين من أكثر الفئات تفاعلاً مع المحتوى الرقمي، لاسيما عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ما يجعلهم عرضةً بشكل كبير لتأثير الأخبار الكاذبة والمضللة .تتسم هذه المرحلة العمرية بالحيوية الفكرية والرغبة في تكوين المواقف والآراء تجاه القضايا المجتمعية والسياسية والثقافية، ولذلك فإن تعرضهم المستمر للأخبار غير الدقيقة قد يؤدي إلى تشكّل اتجاهات مبنية على معطيات خاطئة.

تشير الدراسات إلى أن الأخبار الكاذبة تؤثر في الطلبة على مستويين رئيسيين: الأول معرفي، حيث تؤثر في إدراكهم للواقع من خلال تقديم معلومات مغلوطة تؤدي إلى تشويش معرفي واضطراب في التقييم الموضوعي للأحداث. أما المستوى الثاني، فهو سلوكي، حيث تؤدي هذه المعلومات الكاذبة إلى تغييرات فعلية في سلوك الطلبة، كالمشاركة في حملات رقمية، أو تبني مواقف احتجاجية، أو حتى إعادة نشر وترويج الأخبار دون التحقق من صحتها، وهو ما يعزز دورة انتشار المعلومة المضللة.

ومن جهة أخرى، فإن التأثير لا يقتصر فقط على القضايا العامة، بل يمتد إلى بناء التصورات حول الآخر، والتفاعل مع قضايا الهوية والانتماء، وحتى الاتجاهات السياسية والدينية .وغالباً ما تؤدي الأخبار الكاذبة إلى تضخيم الأحداث أو تشويه صورة فئة أو جهة معينة، ما قد يؤدي إلى تعصب أو تنمّر رقمي أو حتى عزوف عن المشاركة في الحوار المجتمعي السليم.

¹ سليمان دخيل، التظليل الإعلامي الخصائص والأساليب والأهداف، مركز السبوت التخصصي للبحث والنشر العلمي

ويعزى هذا التأثير الكبير إلى عدة عوامل، من أبرزها: سرعة انتشار المحتوى عبر المنصات الرقمية، وضعف مهارات التفكير النقدي والتحقق لدى بعض الطلبة، إلى جانب اعتمادهم على مصادر غير موثوقة أو مجهولة المصدر. وتزداد حدة التأثير في الفترات الحساسة مثل الامتحانات، الأزمات الصحية، أو الأوقات السياسية المتوترة، حيث يكون الطلبة أكثر عرضة لتلقي المعلومات دون تمحيص نتيجة الضغط أو الرغبة في الفهم السريع للأحداث.

لذلك، فإن فهم تأثير الأخبار الكاذبة على هذه الفئة مهم جدًا لتفسير تحولات الرأي العام داخل الجامعات، ويساعد على صياغة برامج للتربية الإعلامية وتعزيز مهارات التحقق من المعلومات، مما يساهم في حماية البيئة الجامعية من التلاعب المعلوماتي¹.

خلاصة:

إن الأخبار الكاذبة أصبحت ظاهرة سريعة الانتشار في الآونة الأخيرة، حيث أنها أخذت في الانتشار والتزايد خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت بشكل كبير في انتشارها مما أدت إلى تزييف الوعي لدى مستخدميها خاصة فئة الطلبة الجامعيين وذلك راجع على الأفراد بشكل سلبي وهذا ما درسنه في هذا الفصل.

¹ Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. Journal of Economic Perspectives, 31(2), 211–236.

.

الفصل الثالث: مدخل عام حول مواقع التواصل الاجتماعي

❖ تمهيد

المطلب الأول: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثاني: خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

❖ خلاصة

تمهيد:

شهد العالم تطوراً هائلاً في التكنولوجيا الحديثة، خاصة مع ظهور الإنترنت، الذي أوجد بيئة تواصل افتراضية تعتمد على التفاعل بين المستخدمين. تُعد مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وإنستغرام وتويتر من أبرز وسائل التواصل التي ساهمت في تقارب الأفكار وتنمية العلاقات بين الناس من مختلف الثقافات واللغات، لما تتميز به من سهولة الانضمام وسرعة نقل الأخبار وتنوع المحتوى. ورغم فوائدها الكبيرة، تبقى هذه التكنولوجيا سلاحاً ذا حدين، حيث يتوقف تأثيرها على طبيعة استخداماتها. في هذا الفصل، سنستعرض نشأة مواقع التواصل الاجتماعي، خصائصها، أنواعها، خدماتها، بالإضافة إلى إيجابياتها وسلبياتها.

أولاً: نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع SixDegrees.com عام 1997، وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص. إن مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت ليست بالجديدة، على الرغم من أن نجمها لم يبرز إلا منذ سنوات قليلة.

لكن الانطلاقة الفعلية للمواقع الاجتماعية جاءت مع انطلاق مواقع الأصدقاء Friendster و MySpace و Facebook. تعد هذه المواقع الثلاثة الأكثر شهرة بين المواقع الاجتماعية على الإنترنت، ويُعتبر الموقع الأول هو الأقدم، حيث تم إطلاقه عام 2002، لكنه يعتبر الموقع الذي شارك في تطوير الصفات المشتركة لما يُطلق عليه المواقع الاجتماعية، حيث نجد فيه قوائم الأصدقاء الذين يجمعهم اهتمام واحد، وأماكن لإرسال الصور وتسجيلات الفيديو. يصل أعضاء هذا الموقع إلى حوالي 90 مليون شخص، أكثر من ثلثهم من القارة الآسيوية.

أما أشهر المواقع في الوطن العربي فهي Facebook و MySpace، وهناك أعداد كبيرة ومتزايدة من أبناء الوطن العربي لديها اشتراكات في مثل هذه الشبكات. ومواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على الإنترنت مكونة من ملايين من البشر يتصلون ببعضهم البعض عبر دوائر وشبكات Separation أو "الدرجات الست للانفصال".

هناك عدد كبير من مواقع الشبكات الاجتماعية تضم "المدونات"، وتقوم على فكرة طرح أفكار يتابعها آخرون ويهتمون بها وبالرأي الذي تطرحه، ويستمررون في المتابعة، وهذا هو جوهر فكرة الشبكات الاجتماعية. ومن أهم مواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت موقع Facebook، فهذا الموقع لديه اليوم أكثر من 400 مليون مستخدم، ولو كان دولة، لكان الدولة الثالثة في العالم من حيث الكثافة السكانية بعد الهند والصين. وهو عالمي ويحظى بشعبية كبيرة في أوساط الطلبة والشباب والمتقنين.

وهناك أغنية معبرة اعتُبرت في وقت ما السلام الجمهوري للفيسبوك، وهي تتحدث عن ماهية الفيسبوك، وتقول الأغنية إن هناك عالماً افتراضياً أكون فيه أنا الملك.. فهو موقع صغير مكرس لي، والحقيقة أن هذه هي الفكرة التي تقوم عليها هذه المواقع، فهناك موقع صغير ولكنه "ملكي"، يمكنني فيه كتابة ما شئت. فجوهر الفكرة هو أن صاحب الموقع الاجتماعي الصغير يكون هو بؤرة الاهتمام، والناس تلتف من حوله.

والحقيقة أن أهم شيء يتعلق بمسألة هذه الشبكات والمدونات هي أنها تتيح للفرد أن يقول ما يريد، وهي عبارة عن مساحة حرة للتعبير، فأصل الفكرة هو التعبير الحر بأي لغة أو صياغة، سواء كانت منضبطة لغوياً أم لا، سواء كانت متسقة مع ما يظنه الآخرون أم لا، وهذا هو ما جذب الشباب لهذه الشبكات في العالم كله. ولهذا فهو يُسمى MySpace "مساحتي أنا".

هناك استخدامات عديدة لمواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على الإنترنت، فهي تُستخدم في العالم العربي من أجل العلاقات الشخصية، والتسويق، والإعلان، كما تُستخدم كتجمع للمعجبين بفنان أو موسيقى، ولتنشر أعمال الفنانين الجدد، ونشر المقالات والمداخلات الأدبية، وهي أيضاً وسيلة للتعبير، ولتنشر المعلومات، وللاحتجاج السياسي، كما حدث في إضراب 6 أبريل في مصر. فقد أنشأت إسماء عبد الفتاح مجموعة إلكترونية للتضامن مع عمال المحلة الذين كانوا سيتظاهرون في يوم 6 أبريل 2008.

من المهم أن نعي تبعات ما نقوم بنشره على مواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية، وكذلك اتباع أو استخدام وسائل الخصوصية المتاحة على الموقع، كما يجب أيضاً أن نعي أن المواد التي تُنشر لها صفة الديمومة.

إن مواقع الشبكات الاجتماعية الإلكترونية على الإنترنت قد تكون امتداداً للمدونات بشكلها الحالي، وقد يؤدي التطور إلى أن تكتب الناس مدوناتها على Facebook في شكل ملاحظات (Notes) وتعليقات بدلاً من المدونة الخارجية، أو كما يحدث الآن، قد يضع البعض رابطاً لمدونته على Facebook. وهذا التداخل بين هذه الوسائط جميعها أمر إيجابي.

Social Networking

وهي مواقع تُشكل مجتمعات إلكترونية ضخمة، وتُقدم مجموعة من الخدمات التي من شأنها تدعيم التواصل والتفاعل بين أعضاء الشبكة الاجتماعية من خلال الخدمات والوسائل المقدمة، مثل: التعارف، والصداقة، والمراسلة، والمحادثة الفورية، وإنشاء مجموعات اهتمام، وصفحات للأفراد والمؤسسات، والمشاركة في الأحداث والمناسبات، ومشاركة الوسائط مع الآخرين كالصور والفيديو، والبرمجيات.¹

¹ محمد العوض، محمد وداعه الله. مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي. عمان: دار الخليج للنشر والتوزيع، 2020. الصفحات 19-21.

المطلب الثاني: الخصائص والمميزات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز أدوات الإعلام الرقمي في العصر الحديث، لما توفره من بيئة تفاعلية ديناميكية تسمح بتبادل المعلومات، وتكوين العلاقات، والتأثير في الرأي العام. ومن أبرز الخصائص التي تميز هذه المواقع نذكر:

- **التفاعلية:** تعد التفاعلية من أبرز خصائص مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تسمح للمستخدمين بالمشاركة النشطة من خلال التعليقات، الإعجابات، المشاركات، وإعادة النشر. وهي تتيح تواصلًا ثنائي الاتجاه، ما يميزها عن وسائل الإعلام التقليدية ذات الاتجاه الواحد.
- **الانتشار الواسع والسرعة:** تمكن هذه المنصات المستخدمين من الوصول إلى جمهور واسع خلال لحظات، حيث يمكن للمنشورات أن تنتشر بسرعة هائلة عبر الشبكات الرقمية، مما يعزز من التأثير الإعلامي، سواء في نشر الأخبار أو في الحملات التوعوية أو الإعلانية.
- **اللامركزية:** بخلاف وسائل الإعلام التقليدية التي تدار غالبًا من قبل مؤسسات رسمية، فإن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح لأي فرد أو جماعة بإنشاء محتوى ونشره دون الحاجة إلى ترخيص أو إذن رسمي، ما يجعل منها أدوات ديمقراطية للتعبير.
- **الطابع الشخصي:** تمكن المستخدم من تخصيص تجربته على المنصة، من خلال اختيار الأصدقاء أو الصفحات التي يتابعها، وتحديد نوعية المحتوى الذي يفضلها، مما يعزز من شعوره بالانتماء الرقمي ويخلق نوعًا من "الفقاعة الإعلامية".
- **التنوع في المحتوى:** توفر هذه المنصات أشكالًا متعددة من المحتوى، كالنصوص، الصور، الفيديوهات، والبث المباشر، ما يمنحها جاذبية أكبر ويزيد من التفاعل مع الجمهور.¹
- **إمكانية التتبع والتحليل:** بفضل الخوارزميات المدمجة، يمكن تتبع سلوك المستخدمين وتحليل بياناتهم بدقة، ما يُستخدم على نطاق واسع في التسويق، والدراسات الاجتماعية، وتحسين الخدمات الرقمية.
- **سهولة الاستخدام:** تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي على واجهات استخدام بسيطة ومبسطة تتيح لأي شخص، مهما كان مستواه التقني، أن يستخدمها بكفاءة.
- **التأثير في الاتجاهات والسلوكيات:** نظرًا لقدرتها على خلق الرأي العام وصياغة التصورات الجماعية، أصبحت هذه المنصات أداة قوية في التأثير على سلوك الأفراد واتجاهاتهم، سواء في ما يتعلق بالسياسة أو الاستهلاك أو العلاقات الاجتماعية.

¹ الزغول، فريال، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمعات، دار المناهج عمان عمان 2019.

وقد أشار العديد من الباحثين إلى أن هذه الخصائص تجعل من مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة للدراسة السوسيولوجية، نظرًا لما تعكسه من تفاعلات اجتماعية حديثة ترتبط بالمفاهيم التقليدية كـ "الهوية" و "السلطة" و "المجتمع المدني".¹

المطلب الثالث: أنواع مواقع التواصل الاجتماعي

فيسبوك Facebook:

يُعد فيسبوك من أولى منصات التواصل الاجتماعي التي أحدثت ثورة في أنماط الاتصال الرقمي، إذ تمكّن من تغيير طبيعة التفاعل بين الأفراد من نموذج ثنائي أو جماعي تقليدي إلى تفاعل مفتوح وشامل، يسمح بنقل المحتوى من المستخدمين العاديين إلى جمهور واسع دون وسطاء. أُطلق فيسبوك سنة 2004 من قبل مارك زوكربيرغ، وسرعان ما أصبح منصة عالمية تضم مليارات المستخدمين. من أبرز خصائصه إمكانية إنشاء حسابات شخصية، صفحات عامة، مجموعات، ومشاركة المنشورات بمختلف أنواعها (نصوص، صور، فيديوهات، روابط). كما يتيح أدوات قوية مثل البث المباشر وخاصة الأحداث، إضافة إلى أدوات إدارة الصفحات والتحليل الإحصائي للمحتوى المنشور.

يُستخدم فيسبوك اليوم لأغراض متعددة، منها التواصل الأسري، التعليم الرقمي، التسويق الاجتماعي، التوعية الصحية، التعبئة السياسية، ونشر الأخبار، مما يجعل منه منصة متعددة الأبعاد ذات تأثير اجتماعي وثقافي كبير.²

إنستغرام Instagram:

تأسس إنستغرام سنة 2010، وهو تطبيق مرئي يركز على مشاركة الصور والفيديوهات القصيرة. بعد استحواذ شركة "ميتا" عليه سنة 2012، شهد تطورات نوعية جعلت منه منصة رائدة في الثقافة البصرية الرقمية، خاصة بين فئة الشباب. يركز إنستغرام على إبراز الجملاليات والتفاصيل الشخصية من خلال خاصية "القصص" اليومية و"الريلز" التي تسمح بنشر مقاطع قصيرة مرفقة بمؤثرات صوتية وبصرية.

وقد أصبح إنستغرام أحد أهم أدوات التسويق الإلكتروني، حيث يُستخدم من قبل الشركات والعلامات التجارية والمؤثرين لترويج المنتجات، بناء الصورة الذهنية، والتفاعل مع الجمهور. كما ساهم في ترسيخ ما

¹ عبد العزيز، فوزي، الإعلام الرقمي وتحولات الاتصال الاجتماعي: دراسة في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمعات العربية. القاهرة: دار الفكر العربي 2021، ص 113-118.

² حسين عطوي، وسائل التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي، بيروت: الدار الجامعية، 2020، ص 89.

يسمى بـ"الهوية الرقمية المصورة"، حيث يعيد الأفراد تشكيل ذواتهم من خلال ما ينشرونه من محتوى بصري مُنتقى بعناية¹.

سناپ شات Snapchat:

تم إطلاق سناپ شات سنة 2011، وقد تميز عن باقي التطبيقات من خلال اعتماده على مبدأ "المحتوى الزائل"، حيث تُحذف الصور والفيديوهات تلقائيًا بعد مشاهدتها أو بعد 24 ساعة. تستهدف هذه المنصة فئة الشباب والمراهقين بالدرجة الأولى، وتُعرف بواجهة بسيطة وسريعة، وباستخدام فلاتر تفاعلية تعتمد على تقنيات الواقع المعزز.

سناپ شات لا يُعد فقط منصة ترفيهية، بل تطور ليصبح أداة تسويقية فعالة، حيث تستفيد منه الشركات والمؤسسات للترويج لمنتجاتها عبر قصص يومية وحملات مصوّرة سريعة. كما يستخدمه بعض النشطاء والمؤثرين في بث محتوى توعوي بطريقة غير رسمية وسريعة الانتشار، ما يجعله مناسبًا للرسائل الاجتماعية الموجّهة².

تويتر Twitter:

يُعتبر تويتر منصة تدوين مصغّر أُطلقت سنة 2006، ويتيح للمستخدمين نشر "تغريدات" لا تتجاوز 280 حرفًا، مما يفرض طابعًا مختصرًا وسريعًا على الرسائل المتداولة. يشتهر تويتر باستخدامه المكثف من قبل الصحفيين، الساسة، والناشطين، وقد أصبح أداة أساسية لتشكيل الرأي العام الرقمي، خاصة خلال الأزمات أو الحملات الإعلامية الكبرى.

يمتاز تويتر بخاصية "الهاشتاغ" التي تُستخدم لتجميع التغريدات تحت مواضيع مشتركة، بالإضافة إلى قائمة "الترندات" التي ترصد المواضيع الأكثر تداولًا لحظة بلحظة. على الرغم من طابعه الإخباري والنقاشي، فقد واجه تويتر تحديات تتعلق بالمعلومات الزائفة وخطابات الكراهية، إلا أنه لا يزال يُعد منصة رائدة في التعبير السياسي والاجتماعي³.

تيك توك TikTok:

¹ سامي عزوز، وسائط الإعلام الجديدة وسوسيولوجيا الاتصال، الجزائر: دار هومة، 2021، ص 144.

² نادر أبو خضرة، التواصل الرقمي والشبكات الاجتماعية، عمان: دار المناهج، 2022، ص 111.

³ عمار جابر، الإعلام الجديد والثقافة الرقمية، القاهرة: عالم الكتب الحديث، 2020، ص 77.

أُطلق تيك توك سنة 2016، وهو تطبيق صيني الأصل يعتمد على مشاركة فيديوهات قصيرة تراوح مدتها من 15 ثانية إلى 3 دقائق. يقوم التطبيق على خوارزميات ذكية ترصد اهتمامات المستخدم وتقتصر له محتوى متناسباً معها، مما يسهم في إيمان المتابعة والمشاركة.

تيك توك يُعد منصة شديدة التفاعل، خصوصاً في أوساط المراهقين والشباب، حيث يستخدم بشكل كبير في صناعة الترفيه والمحتوى الساخر أو المعلوماتي المختصر. إضافة إلى ذلك، أصبح أداة فعالة في حملات التوعية، خاصة في مجالات الصحة النفسية، البيئة، والتثقيف السياسي بأسلوب مبسط. كما تبنته مؤسسات كبرى لنشر رسائلها التسويقية عبر مؤثرين محليين.

المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

إن مواقع التواصل الاجتماعي فوائد كثيرة جداً، تكمن في استمرار التواصل بين مستخدمي هذه المواقع مع بعضهم البعض، وذلك من شأنه ان يزيد الترابط ومن قوة العلاقات بين المجتمع، فلتلك المواقع ايجابيات عديدة منها: تبادل الآراء بين المستخدمين بعضهم البعض والتعرف على ثقافات الشعوب الأخرى، فضلاً عن إنها وسيلة عابرة للحدود للتواصل بين الأشخاص، فتتيح للفرد تكوين صداقات مع أشخاص من دول أخرى، كما انها وسيلة الممارسة الأنشطة الثقافية والاجتماعية التي تهدف الى التقارب بين الأفراد، وتسهيل عملية التواصل مع الآخرين، وقد تم استخدامها مؤخراً في التجهيز للثورات الشعبية والتي تستهدف إسقاط الأنظمة المستبدة، وتحظى برفض شعبي يجعل الشباب يفكرون في الإطاحة بها عن طريق الحشد الجماهيري من خلال ارسال دعوات للنزول الى الميادين العامة والتظاهر بها، مثلما حدث في تونس ومصر وليبيا وسوريا واليمن.

ولكن برغم ذلك فلها سلبيات عديدة، ويمكن ان تطغى سلبياتها على ايجابياتها من الناحية التربوية والمسؤولية الاجتماعية، ومن ضمن هذه السلبيات كثرة تداول الإشاعات والأخبار المغلوطة، نظراً لعدم اشتراط التأكد من المعلومة قبل نشرها او نشر مصدر الخبر على تلك المواقع اضافة الى غياب الرقابة على ما يكتب او ينشر في تلك المواقع، فهناك الكثير من الشباب يقومون بنشر مواد ليست لها اي اهمية، بل إنها ضارة، وهنالك ضرر كبير لتلك المواقع وهو ظهور بعض الألفاظ واللغات الغريبة التي هي مزيج بين العربية والانكليزية، ومثل هذه اللغات من شأنها أن تضعف من مستوى اللغة العربية لدى الأجيال القادمة، وتؤدي الى اندثارها..

ان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي بما تلعبه من ادوار مختلفة سواء أكانت سياسية ام اجتماعية وغيرها، هو الذي يدفع الى التشبث بهذه المواقع، اذ تتميز بسرعة في نقل المعلومة بين عدد كبير من المستخدمين في الوقت الحقيقي لها، وبمجرد حدوثها، كما انها لا تعترف بمناصب او درجات او مسميات

وظيفية، فالجميع له نفس خصائص الصفحات، ونفس آليات التواصل، في تحقيق لمبدأ التواصل بين الجميع، كما انها لا تقيد بأي حدود جغرافية أو سياسية.

ولعل من اهم مميزاتها هي القدرة على التخفي وعدم الظهور بالشخصية الحقيقية وهو ما يعد من وجهة نظر امنية احد سلبياتها، ليس هذا فحسب، بل ايضاً عدم القدرة على التأكد من صحة المعلومات المتداولة من خلالها، أو من انتشارها، الأمر الذي جعل منها سلاحاً اعلامياً فعالاً، بما تمتلكه من عدد مستخدمين يتجاوز المليار ونصف المليار مستخدم، فأصبحت بذلك أحد الأدوات الرئيسة التي توظيفها في المعارك السياسية والعسكرية لتحقيق الأهداف الإستراتيجية سواء لدولة او الجماعة ما (197) .

وقد صاحب تزايد استخدام هذه المواقع والتطبيقات الاجتماعية، تبلور عدد من الظواهر السلبية كعمليات الابتزاز والنصب الإلكتروني ونشر الشائعات والمحتويات غير الأخلاقية وغيرها من الجرائم الإلكترونية، إلا ان الغلبة كانت للظواهر السياسية اذ تم استخدام هذه الشبكات وخاصة الفيس بوك كوسيط العمليات الحشد والتعبئة العامة، وتنظيم المظاهرات الافتراضية والاحتجاجات الفئوية، ولم يقتصر الأمر على ذلك فقط، بل شمل تحريف الحقائق وتزويدها وتلفيق التهم، والتشهير والإساءة للسمعة، والسخرية اللاذعة، والقذف والسب، كما اصبحت الوسيلة التي تقوم من خلالها بعض الحركات الإرهابية بتجنيد أفرادها، ونشر معلومات حول طريقة تصنيع المتفجرات.

وفي ذلك ظهر نوع جديد من الحروب يمكن ان يطلق عليه حروب مواقع التواصل الاجتماعي لها نمط معين وخصائص معينة، تختلف عن الحروب التقليدية في الأدوات، لكنها لا تقل ضرراً في التأثير، اذ تستهدف بنية الدولة الاجتماعية، وزعزعة استقرار النظام السياسي .

ان مواقع التواصل الاجتماعي باتت اليوم جزءاً لا يتجزأ من حياتنا، وفي ذات الوقت لا يمكن ان تسمح وخصوصاً للأبناء بالاستخدام السلبي بدون قيود اذ لابد ان تكون هناك رقابة على الأبناء حين يستخدمون هذه المواقع، وان يكون هناك تحديداً للوقت، اضافة إلى تحديد المحتوى الذي يشاهدونه.

وبناء على ما تقدم سنستعرض ابرز ايجابيات وسلبيات هذه المواقع:

الإيجابيات:

بلا أدنى شك ان مواقع التواصل الاجتماعي اضفت بعداً ايجابياً جديداً على حياة الملايين من البشر، خاصة فئة الشباب، ومن أهم هذه الإيجابيات:

- التواصل مع العالم الخارجي وتبادل الآراء والأفكار ومعرفة ثقافات الشعوب وتقريب المسافات.
- ممارسة العديد من الأنشطة التي تساعد على التقريب والتواصل مع الآخرين فالتواصل مع الأصدقاء والأقارب من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يساعد الشخص على توطيد علاقاته الاجتماعية من

خلال التهئة بالمناسبات والنجاح، وبث كلمات المودة، والتعبير عن المكنونات وغيرها، وقد اثبتت الدراسات ان التواصل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي يساعد على تدعيم التواصل وجهاً لوجه مع الأصدقاء والأقارب.

- فتح الأبواب التي تمكن المستخدمين من اطلاق ابداعاتهم والمشاريع التي تحقق الأهداف وتساعد المجتمع على النمو، اذ تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على بناء ورش افتراضية تؤدي الى بناء ارضية معرفية لتراكم الخبرات والمعارف وتزيد من فرص الإبداع والابتكار وتبادل المعلومات التقنية.

- المساهمة في اسقاط أنظمة حكم مرفوضة شعبياً.

- اصبحت مواقع التواصل الاجتماعي شيئاً هاماً ومفضلاً للأفراد والجامعات والمؤسسات وغيرها، وهناك من يرى في خاصية الانفتاح على الآخر، وتقبله كصديق سلبية، خاصة وإن كانت ثقافته مغايرة ومخالفة لثقافتنا، إلا أن هناك من يرى انها إيجابية فمن خلالها نتمكن من التعريف بديننا الإسلامي وقضايانا المصيرية.

- تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بسهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكر الشباب خاصة، وبالتالي حرية التعبير عن الآراء والأفكار والمعتقدات.

- التقليل من صراع الحضارات فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكن في ذات الوقت تعمل على ردم الهوة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستخدمي هذه المواقع.

- تستعمل في مجال التعليم الإلكتروني، إذ أن التواصل على هذه المواقع يكسب مهارات أخرى كالتواصل والاتصال والمناقشة وإبداء الرأي، ويمكن من خلالها تشكيل المجتمع بطرق جديدة، ينظم من خلالها المستخدمون المجتمعات قراء الكتب من خلال تبادل وقراءة الكتب التي يحبون.

- تستخدم في الأغراض الرسمية والحكومية، اذ وفرت الوقت والجهد في قضاء معاملات المواطنين.

- تعد مواقع التواصل الاجتماعي إعلاماً بديلاً، اذ يتمتع المستخدم بحرية التعبير عن قناعاتهم وآرائهم حول اي موضوع يتم طرحه فتدلي برأيك بوضوح، دون أي خوف من المسائلة، وعادة ما يشعر بسعادة كبيرة لأولئك الذين يشاركونه وجهات نظره اما اولئك الذين يعارضون فيسمعون له بفرصة المحاوره حول هذه الموضوعات.

- تعد من أرخص وسائل الاتصال الحديثة، ولذلك اصبح العديد من العائلات يطمنون على ابنائهم وأقاربهم من خلال هذه المواقع.

- لا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساس في التغيير، لكن أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي¹.

خلاصة :

تُعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الموضوعات التي عرفت انتشارًا واسعًا على ساحة الموضوعات التكنولوجية الحديثة، وذلك لما تتيحه من إمكانيات وتطبيقات وسهولة في التواصل، وبهذا انكسرت كل الحواجز الجغرافية وجعلت من العالم قرية صغيرة، حيث أصبحت من أكثر الفضاءات ارتياذًا في عالم الأنترنت، وتستقطب مختلف الفئات العمرية والاجتماعية. ورغم هذا، فإن هناك من يعارض استخدامها، مشيرين إلى السلبيات التي قد تحملها هذه الوسائل، حيث يرون أنها تسهم في ترويج الأخبار الكاذبة، وتعزز العزلة الاجتماعية، وتؤثر سلبًا على القيم والسلوكيات، مما يجعل استخدامها سلاحًا ذا حدين يتطلب وعيًا وتوجيهًا رشيدًا.

¹ عثمان محمد الدليمي، مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2020 الصفحة 2012،



الجانبة التطبيقية

الفصل الرابع: الإطار المنهجي للدراسة

المطلب الأول: منهج الدراسة

المطلب الثاني: مجالات الدراسة

المطلب الثالث: عينة الدراسة

المطلب الرابع: أدوات جمع البيانات

المطلب الأول: منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، كونه الأنسب لمعالجة الظواهر الاجتماعية كما تظهر في الواقع، من خلال وصفها وصفاً دقيقاً، وتحليل أبعادها وفهم العلاقات بين متغيراتها دون التدخل فيها. ويُعرّف هذا المنهج بأنه: الأسلوب أو الطريقة أو المنهج الذي يعتمد الباحث العلمي في دراسته العلمية المشكلة أو ظاهرة البحث، وذلك من خلال وصفه الدقيق والعلمي المفصل لهذه المشكلة أو الظاهرة، ثم قيامه بدراسة وتحليل ما وصل إليه من معلومات وصولاً إلى حلول وتفسيرات منطقية مثبتة بالبراهين والأدلة.

يساعد المنهج الوصفي البحث في الوصول إلى نتائج بحثية دقيقة مثبتة بالأدلة والبراهين، وذلك لأن مراحل عمل هذا المنهج تتسم بالموضوعية من خلال الوصف المفصل للظاهرة على حقيقتها وبالشكل الدقيق، وهو لا يدخل أية متغيرات عليها، بل يحاول دراسة ماهية الظاهرة أو المشكلة دون أن يبحث في الكيفية.¹

وقد تم اختيار هذا المنهج لأنه يتلاءم مع موضوع دراستنا حول تأثير الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات واتجاهات الطلبة الجامعيين، إذ يسمح لنا بوصف ظاهرة انتشار الأخبار الكاذبة بين الطلبة، وتحليل كيفية تفاعلهم معها، ومدى تأثيرها على سلوكياتهم وقراراتهم واتجاهاتهم داخل البيئة الجامعية.

المطلب الثاني: مجالات الدراسة:

أ. المجال البشري:

تمثل المجال البشري للدراسة في عينة من طلبة قسم علم الاجتماع بجامعة 8 ماي 1945 - قالمة، حيث بلغ حجم المجتمع الأصلي للدراسة 484 طالباً، وقد تم اختيار عينة طبقية عشوائية مكونة من 100 طالب، بما يضمن تمثيل مختلف الفئات (ذكور/إناث، مستويات مختلفة) بشكل عادل داخل المجتمع المدروس.

ب. المجال الزمني:

أجريت الدراسة الميدانية خلال الفصل الثاني من السنة الجامعية 2024-2025، وتحديداً في شهري أبريل وماي 2025، حيث تم توزيع الاستبيان الإلكتروني وجمع الاستجابات خلال هذه الفترة.

¹ تمارا، نجى داوود، مقدمة في أساليب ومناهج البحث العلمي، (عمّان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2025)، ص 36.

ت. المجال المكاني:

تم تنفيذ الدراسة على مستوى جامعة 8 ماي 1945 قالمة - قسم علم الاجتماع، نظراً لما توفره هذه البيئة الجامعية من تنوع طلابي واستخدام مكثف لمواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يخدم أهداف الدراسة ويثري نتائجها.

المطلب الثالث: عينة الدراسة:

مجتمع البحث في دراستنا هذه يشمل الطلبة الجامعيين الذين يتفاعلون مع الشائعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولأن مجتمع البحث في الدراسة يكون كبيراً، يصعب على الباحث إجراء دراسة مسحية على جميع مفردات مجتمع البحث ويلجأ الباحثين في أغلب البحوث العلمية إلى ضبط وتعريف مفردات بحثهم في عينة محددة، فالعينة اختيار واع تخضع إلى عدة اعتبارات علمية وفي الأخير نتائجها تعمم على المجتمع الأصلي. فالعينة عبارة عن الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثيل مجتمع البحث تمثيلاً علمياً وسليماً.

فبعد تحديد مجتمع الدراسة والذي يتمثل في الطلبة الجامعيين قمنا بتحديد عينة الدراسة باستخدام العينة العشوائية الطبقية.

- **العينة العشوائية الطبقية** : هي تلك العينة التي يتم اختيار مفرداتها عشوائياً من الطبقات أو الفئات التي يتكون منها مجتمع البحث، ويتم اختيار تلك العينة من خلال تقسيم المجتمع إلى فئات كل فئة تضم المفردات التي تشترك في صفة معينة. ومن بين كل فئة يتم السحب العشوائي للمفردات المطلوبة.¹

اخترنا طلبة جامعة 8 ماي 1945-قالمة- وبالتحديد قسم علم الاجتماع الذي بلغ عددهم 484 طالب لسنة الجامعية 2024/ 2025 حيث أخذنا نسبة 25% من كل سنة أي من السنة الثانية ليسانس إلى غاية السنة الثانية ماستر.

المطلب الرابع: أدوات جمع البيانات:

تم الاعتماد على أداتين أساسيتين في جمع البيانات الميدانية، وهما الاستبيان والملاحظة البسيطة، وذلك لتحقيق التكامل بين المعطيات الكمية والكيفية، بما ينسجم مع طبيعة الموضوع الذي يتمحور حول تفاعل الطلبة الجامعيين مع نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

¹ أ. د. بركات عبد العزيز، مقدمة في التحليل الإحصائي لبحوث الإعلام، الرياض: دار المنهل، 2015. ص

الاستبيان:

الاستبيان طريقة من طرائق البحث التربوي في استجماع المعلومات والمعطيات، وتفرغها في استنتاجات كمية وكيفية. ومن ثم، فهو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المتنوعة في طولها وقصرها، وقد رتبت ترتيباً منطقياً عضوياً من ناحية، أو ترتيباً نفسياً من ناحية أخرى من خلال الانتقال من موضوع إلى آخر، وذلك حسب تنوع نفسية المستجوب زد على ذلك، فالاستبيان مجموعة من الاختبارات والروايات ترد في شكل أسئلة مغلقة أو مفتوحة، يراد بها وصف ظاهرة تربوية أو ديداكتيكية أو نفسية أو اجتماعية أو إدارية ما، بغية استجماع مجموعة من المعلومات أو المعطيات، وذلك تفرغاً واستنتاجاً وتفسيراً، من أجل تبنيها في معالجة جميع المشاكل التي قد تعترض المؤسسة التربوية، أو تعوق عمل المتعلم أو المعلم معاً. وغالباً ما تتوجه هذه الاستمارة إلى عينة من المستجوبين، يقومون بملئها بشكل دقيق ومضبوط، إما في حضور المستجوب، وإما في غيابه، وإما نيابة عنه. وغالباً ما يكون الاستبيان أيضاً عبارة عن أسئلة متنوعة متدرجة.¹

اعتمدنا في دراستنا الإستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات الميدانية، نظراً لما يوفره من مرونة في الطرح وسهولة في الوصول إلى عدد معتبر من المبحوثين في وقت قياسي. كما يُعد من أنسب الأدوات لجمع المعلومات المتعلقة بمواقف واتجاهات الأفراد حول ظاهرة معينة، وهو ما يتماشى مع طبيعة موضوع الدراسة الذي يهدف إلى رصد وتحليل تفاعل الطلبة الجامعيين مع ظاهرة نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد تم تصميم الاستبيان وفقاً لمجموعة من المحاور التي تخدم أهداف البحث وتساؤلاته، واشتمل على 24 سؤالاً موزعاً على أربعة محاور رئيسية، هي:

- المحور الأول: البيانات الشخصية (السن، الجنس، المستوى الدراسي، التخصص).
- المحور الثاني: أنماط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من طرف الطلبة.
- المحور الثالث: مدى التعرض للأخبار الكاذبة والتفاعل معها.
- المحور الرابع: تأثير الأخبار الكاذبة على سلوكيات الطلبة

¹ الهداوي، جميل. البحث التربوي: مناهجه وتقنياته (لفائدة أساتذة وطلبة المعاهد التربوية، كلياتنا للتربية، والدراسات العليا). بيروت: دار الكتب العلمية، 1971، ص86.

الملاحظة:

في إطار هذه الدراسة تم توظيف أداة الملاحظة كوسيلة منهجية مكملية للاستبيان لما توفره من إمكانيات لرصد التفاعلات والسلوكيات في سياقها الطبيعي وقد مكن هذا الأسلوب الباحث من تتبع سلوكيات الطلبة الجامعيين أثناء تعاملهم مع الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي سواء في فضاءات جماعية داخل الحرم الجامعي أو عبر متابعتهم المباشرة لتلك المنصات وسمحت هذه الملاحظة برصد أنماط من التفاعل كالسرع في إعادة النشر دون تحقق أو أساليب النقاش حول مصداقية الأخبار وهي مظاهر قد لا تظهر من خلال الأجوبة المباشرة في الاستبيان كما ساعدت في الكشف عن بعض الأبعاد النفسية والاجتماعية غير المصرح بها صراحة مما أضفى عمقاً تفسيرياً على النتائج الكمية وعليه فإن اعتماد الملاحظة قد ساهم بشكل فعال في تعزيز مصداقية التحليل وتقديم فهم أكثر شمولاً للسياق الاجتماعي والثقافي الذي يتم فيه التفاعل مع الأخبار الكاذبة الأمر الذي زوّد الدراسة بأبعاد إضافية من الفهم والتحليل

لم يكن بالإمكان الوصول إليها من خلال أدوات جمع البيانات الكمية فقط،

وهي أداة من أدوات البحث تجمع بواسطتها المعلومات التي تمكن الباحث من الإجابة عن أسئلة البحث واختبار فروضه، فهي تعنى الانتباه المقصود والموجه نحو سلوك فردي أو جماعي معين بقصد متابعته ورصد تغيراته ليتمكن الباحث بذلك من وصف السلوك فقط أو وصفه وتحليله أو وصفه وتقييمه وهي أداة تعتمد على الانتباه المباشر والمنظم للسلوك أو الظاهرة كما تحدث في بيئتها الطبيعية، دون تدخل الباحث.¹

وقد ساهمت هذه الملاحظات في فهم السياق العام الذي يتم فيه التفاعل مع الأخبار الكاذبة، مما دعم تحليل النتائج ومثل أداة مساعدة لتفسير بعض الظواهر التي قد لا تكشفها الاستبيانات فقط.

¹ صالح بن حمد. المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية. الرياض: مكتبة العبيكان، 2000 ص 406.

الفصل الخامس:

المطلب الأول: تحليل معطيات الدراسة

المطلب الثاني: مناقشة النتائج العامة للدراسة

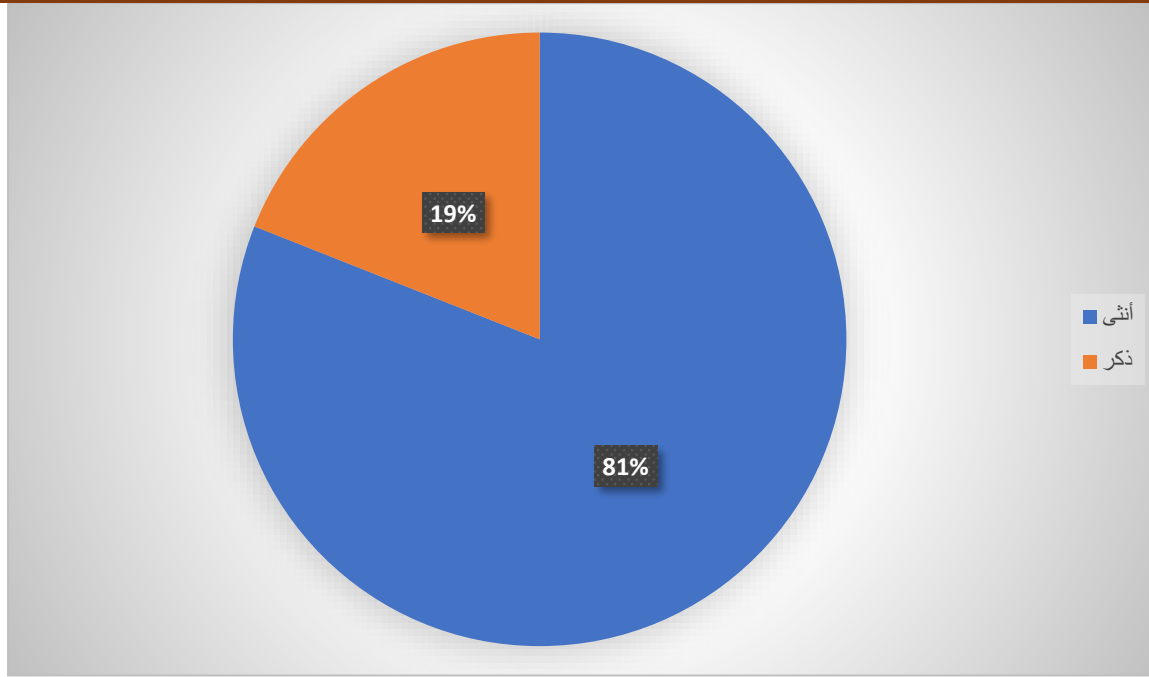
خاتمة

المطلب الأول: تحليل معطيات الدراسة:

المحور الأول: البيانات الشخصية

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
81%	81	أنثى
19%	19	ذكر
100%	100	المجموع الكلي

جدول رقم 01: جدول توزيع الطلبة حسب الجنس



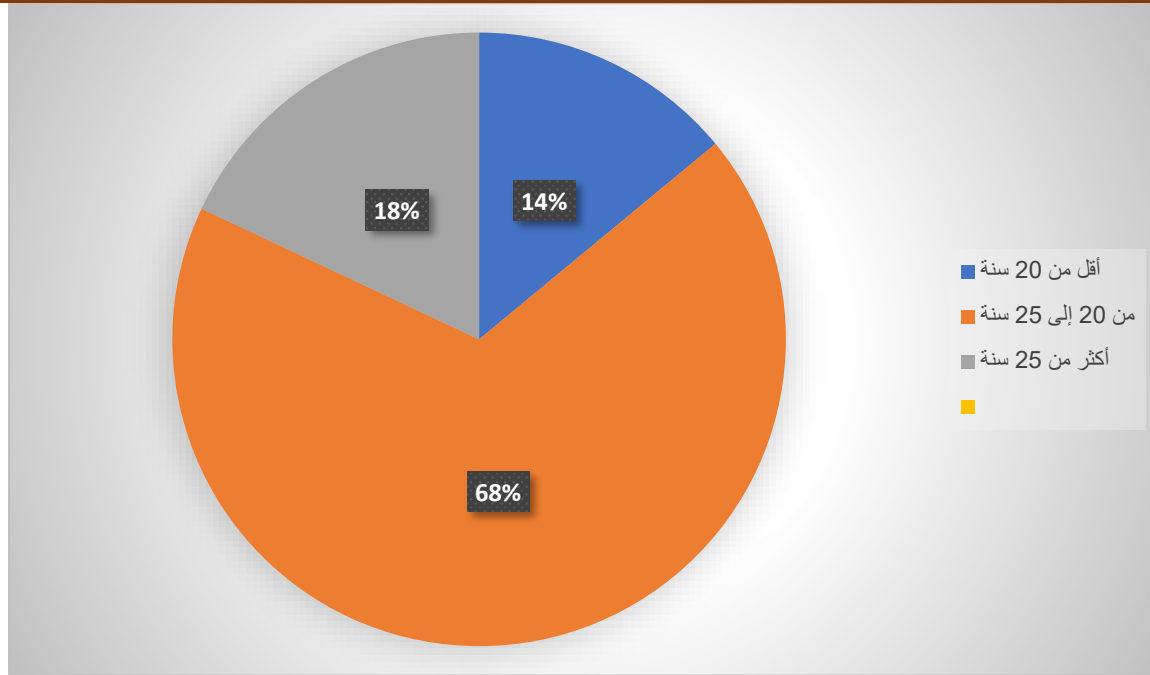
الشكل (01): توزيع الطلبة حسب الجنس

يوضح الجدول رقم 1 توزيع الفئات العمرية للطلبة الجامعيين المشاركين في الاستبيان، حيث تشكل الفئة العمرية بين 20 و 25 سنة الأغلبية بنسبة 68%، بينما يشكل الطلبة الأكبر من 25 سنة نسبة 18%، والطلاب الأقل من 20 سنة نسبة 14% من إجمالي المشاركين البالغ عددهم 100 طالب. تُعد فئة الطلبة بين 20 و 25 سنة الفئة الأكثر تعرضًا للمعلومات عبر وسائل الإعلام، مما يجعلهم الأكثر تأثرًا بقرارات حراس البوابة الإعلامية فيما يتعلق بالمحتوى المقدم.

أما من حيث التوزيع الجندي، فقد مثلت الطالبات نسبة كبيرة وصلت إلى 93% من العينة، مما قد يؤدي إلى تعرضهن لمحتوى إعلامي مختلف عن الذكور، وذلك نتيجة لاختيارات حراس البوابة الإعلامية التي تستهدف الإناث بمحتوى معين. ويُفسر هذا التوزيع الجزئي سبب تبني الطلبة لمواقف معينة تجاه القضايا الاجتماعية، حيث تتشكل هذه المواقف جزئيًا من خلال نوعية المحتوى الذي يسمح لهم حراس البوابة بالوصول إليه.

السن	التكرار	النسبة
اقل من 20 سنة	14	14%
من 20 إلى 25 سنة	68	68%
اكثر من 25 سنة	18	18%
المجموع	100	100%

جدول رقم 02: توزيع الطلبة حسب الفئات العمرية



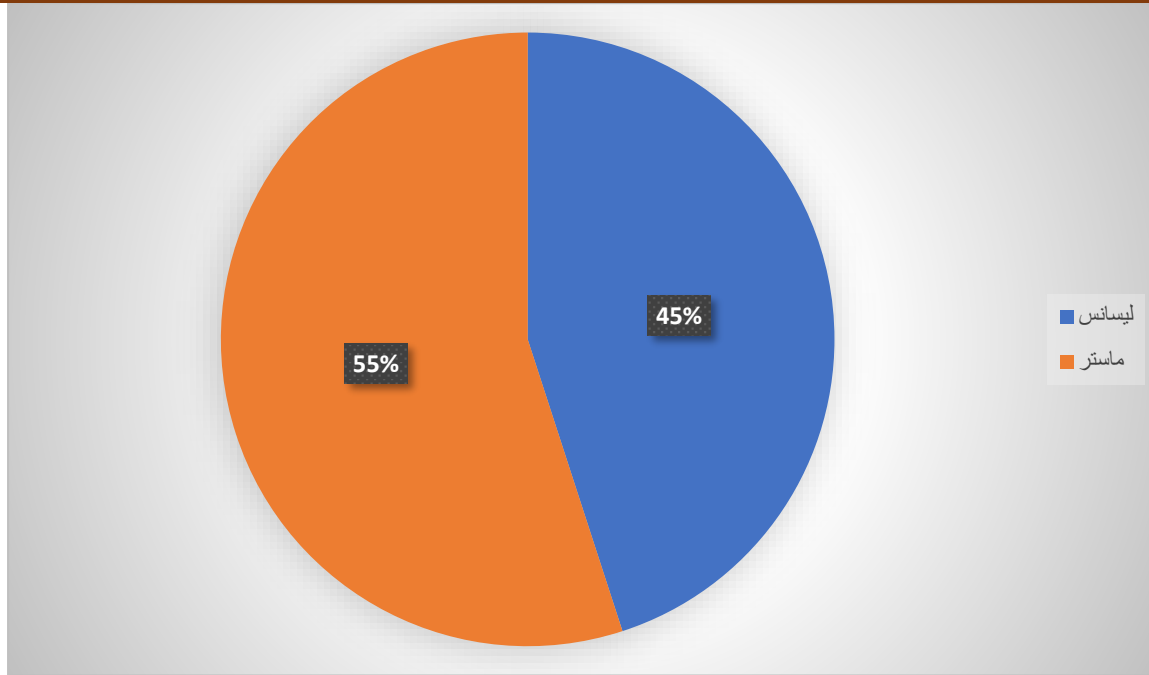
الشكل رقم (02): يمثل توزيع الطلبة حسب الفئات العمرية

يوضح الجدول رقم 2 توزيع الفئات العمرية للطلبة الجامعيين المشاركين في الاستبيان، حيث تشكل الفئة العمرية بين 20 و 25 سنة الأغلبية بنسبة 68%، بينما يشكل الطلبة الأكبر من 25 سنة نسبة 18%، والطلاب الأقل من 20 سنة نسبة 14% من إجمالي المشاركين البالغ عددهم 100 طالب. تُعد فئة الطلبة بين 20 و 25 سنة الفئة الأكثر تعرضًا للمعلومات عبر وسائل الإعلام، مما يجعلهم الأكثر تأثرًا بقرارات حراس البوابة الإعلامية فيما يتعلق بالمحتوى المقدم.

أما من حيث التوزيع الجندري، فقد مثلت الطالبات نسبة كبيرة وصلت إلى 93% من العينة، مما قد يؤدي إلى تعرضهن لمحتوى إعلامي مختلف عن الذكور، وذلك نتيجة لاختيارات حراس البوابة الإعلامية التي تستهدف الإناث بمحتوى معين. ويُفسر هذا التوزيع الجزئي سبب تبني الطلبة لمواقف معينة تجاه القضايا الاجتماعية، حيث تتشكل هذه المواقف جزئيًا من خلال نوعية المحتوى الذي يسمح لهم حراس البوابة بالوصول إليه.

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	45	45%
ماستر	55	55%
المجموع	100	100%

جدول رقم 03: يمثل توزيع الطلبة حسب المستوى الدراسي.



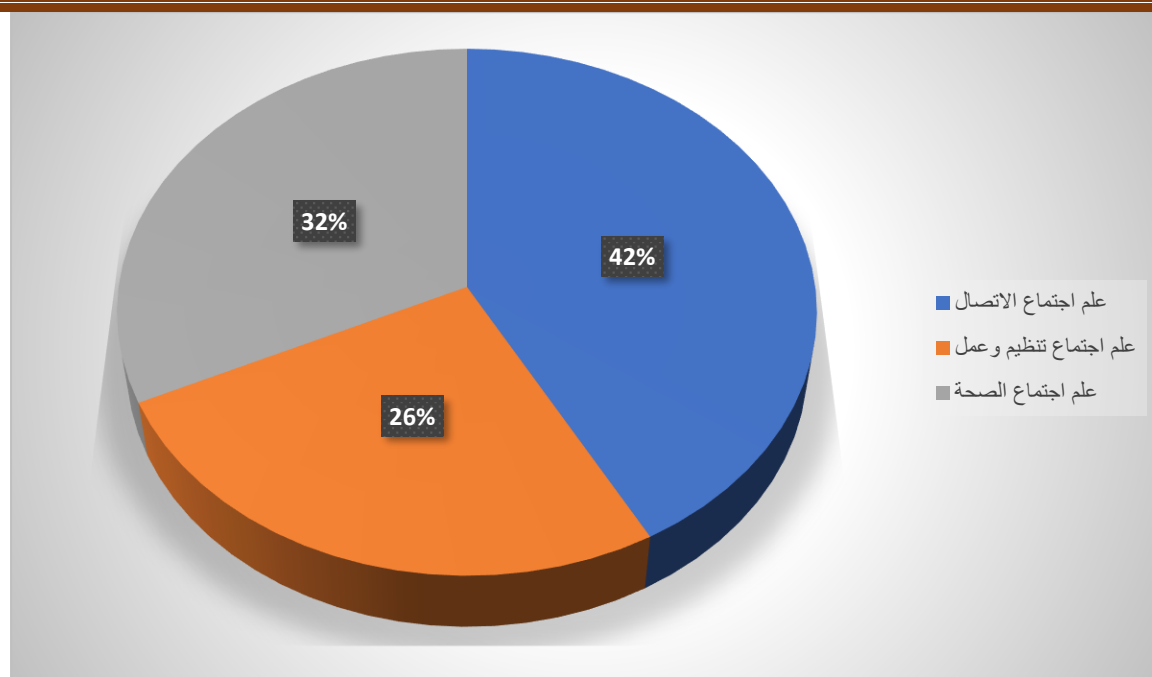
الشكل رقم (03): يمثل توزيع الطلبة حسب المستوى الدراسي

نلاحظ من خلال الجدول 3 أن الطلبة ينقسمون إلى: 45% طالبات في مرحلة الليسانس، و55% طلبة في مرحلة الماستر.

يعكس هذا التوزيع تأنيثاً واضحاً لتخصص علم الاجتماع، وهو ما قد يؤثر على طبيعة التفاعل مع وسائل الإعلام والاتصال، خاصة من حيث الاهتمامات والزوايا التي يُنظر بها إلى المحتوى الإعلامي. كما يمكن تفسير نسبة 55% من طلبة الماستر مقابل 45% من طلبة الليسانس بأن طلبة الماستر لديهم نظرة أكثر نقدية لمحتوى وسائل الإعلام، وأكثر وعياً بدور حراس البوابة في تشكيل المحتوى الإعلامي. فالطلبة ذوو المستوى التعليمي الأعلى يميلون إلى فهم آليات الترشيح والتصفية التي تمارسها المؤسسات الإعلامية، وبالتالي يتعاملون مع المحتوى الإعلامي بمنظور نقدي أكثر.

التخصص	النسبة المئوية	التكرار (العدد)
علم الاجتماع والاتصال	42%	26
علم اجتماع تنظيم وعمل	26%	16
علم اجتماع الصحة	32%	20
المجموع	100%	62

جدول رقم 04: يمثل توزيع الطلبة حسب التخصص.



الشكل رقم (04): يمثل توزيع الطلبة حسب التخصص

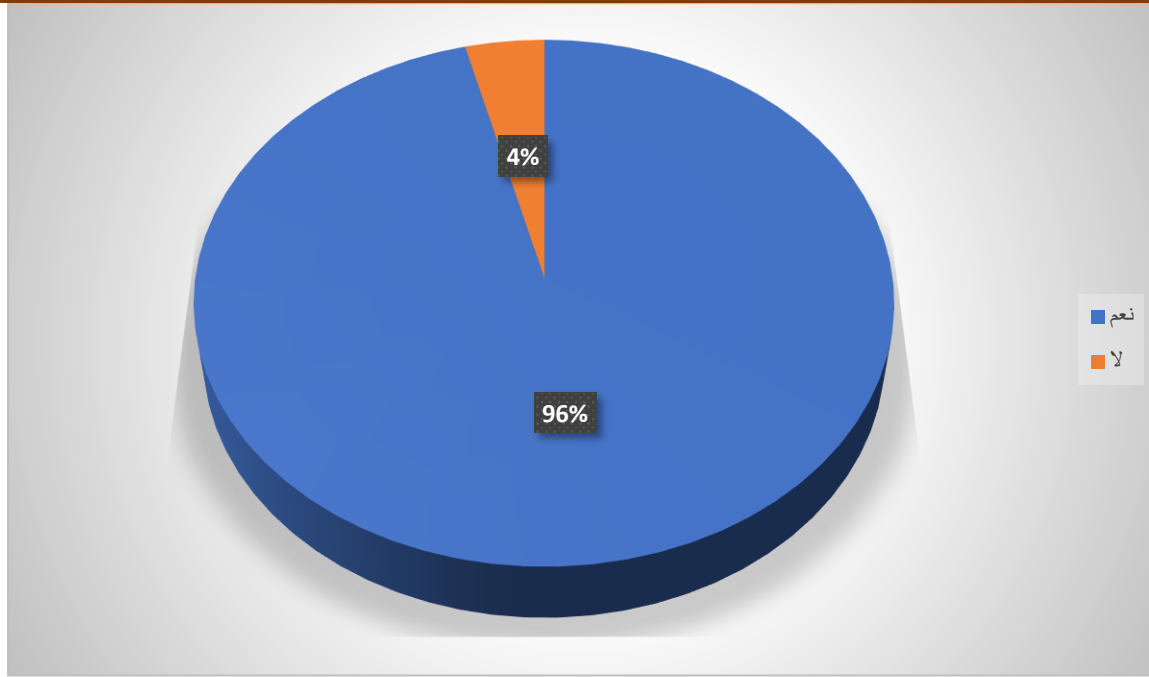
نلاحظ من خلال الجدول رقم 4 والذي يمثل توزيع تخصصات الطلبة في الماستر علم اجتماع الاتصال 42%، علم اجتماع تنظيم وعمل 26%، علم اجتماع الصحة 32%.

تشير النتائج إلى اهتمام أكبر بعلم اجتماع الاتصال (42%) مقارنة بالتخصصات الأخرى

المحور الثاني : مدى التعرض للأخبار الكاذبة

النسبة	التكرار	امتلاك الطلبة الجامعيين لحسابات على مواقع التواصل الإجتماعي
96%	96	نعم
4%	4	لا
100%	100	المجموع

جدول رقم 05: يمثل إمتلاك الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي.

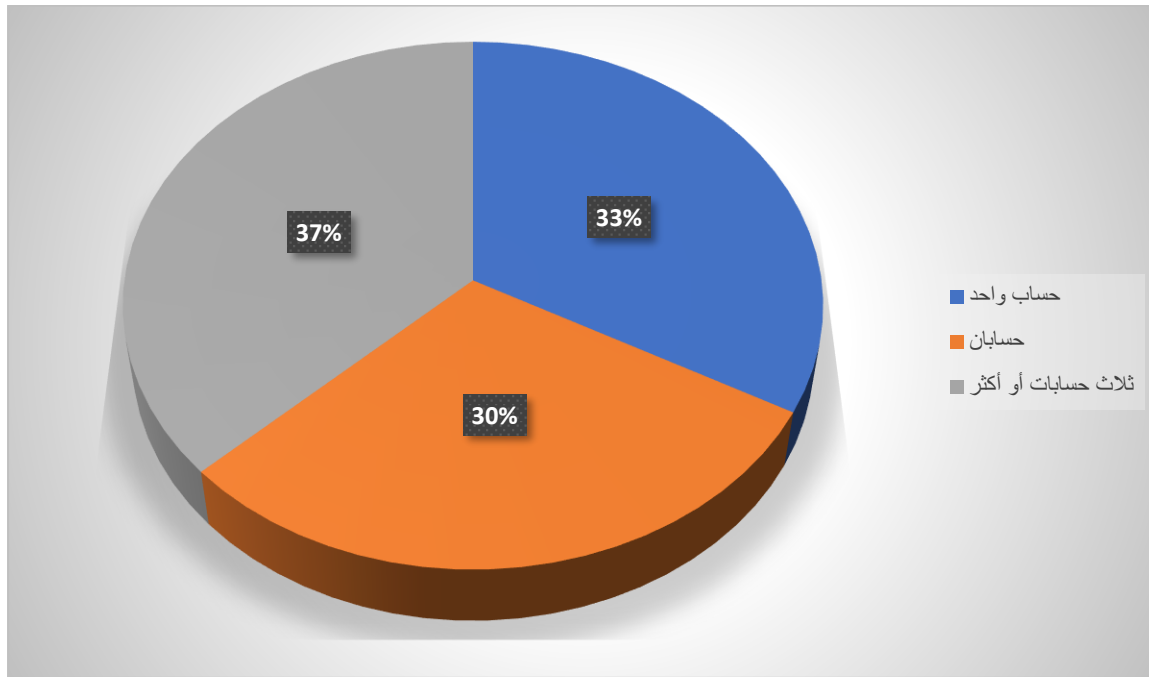


الشكل رقم (05): امتلاك الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي

- نستنتج من الجدول رقم 5 أن النسبة العالية (96%) تشير إلى استخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي من قبل الطلبة وهذا راجع إلى الرغبة في تلبية احتياجاتهم المتنوعة، التي يمكن تصنيفها ضمن عدة أنواع من الإشباعات منها:
- اشباعات معرفية: تعكس رغبة الطلبة في الحصول على معلومات أكاديمية، ومتابعة المستجدات العلمية. مما يدل على وعيهم بأهمية هذه الوسائل كمصدر للمعلومات.
 - اشباعات اجتماعية: تبرز أهمية التواصل وبناء العلاقات مع الزملاء والأساتذة، وهو ما يعد جانباً جوهرياً في تشكيل الهوية الأكاديمية والمهنية لدى الطلبة.
 - اشباعات نفسية: تسلط الضوء على حاجات التعبير عن الذات والمواقف الفكرية، وهو أمر يتماشى مع طبيعة تخصصهم السوسيولوجي الذي يشجع على التفكير النقدي ولانخراط في النقاشات الفكرية.
 - اشباعات ترفيهية: تشير إلى دور الذي تلعبه وسائل التواصل في الترفيه وتخفيف ضغط الدراسة، مما يعكس بُعداً إنسانياً وتوازناً صحياً في استخدام لهذه الوسائل.

عدد الحسابات	التكرار	النسبة المئوية
حساب واحد	33	33%
حسابان	30	30%
ثلاثة حسابات او اكثر	37	37%
المجموع	100	100%

جدول رقم 06: يمثل عدد حسابات الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي.



الشكل رقم (06): يمثل عدد حسابات الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي

نلاحظ من خلال الجدول رقم 6 أن الطلبة الجامعيين الذين يملكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي هم 96%. في حين أن نسبة الذين لا يملكون حسابات على المواقع التواصل يمثلون 4% فقط.

وقد تكونت العينة من (484) طالب في قسم علم الاجتماع، 35 ذكر يمثلون نسبة (7,23%)، و449 انثى يمثلون نسبة 92,77%.

تدعم هذه النتائج ما تم طرحه في الجانب النظري من الدراسة، ولا سيما ما جاء في نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تفترض أن الجمهور يتسم بالنشاط والوعي في اختيار وسائل الإعلام التي تلبي احتياجاته ورغباته. وتعد النسبة المرتفعة (96%) مؤشراً قوياً على أن الطلبة يلجؤون إلى مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واعٍ وهادف.

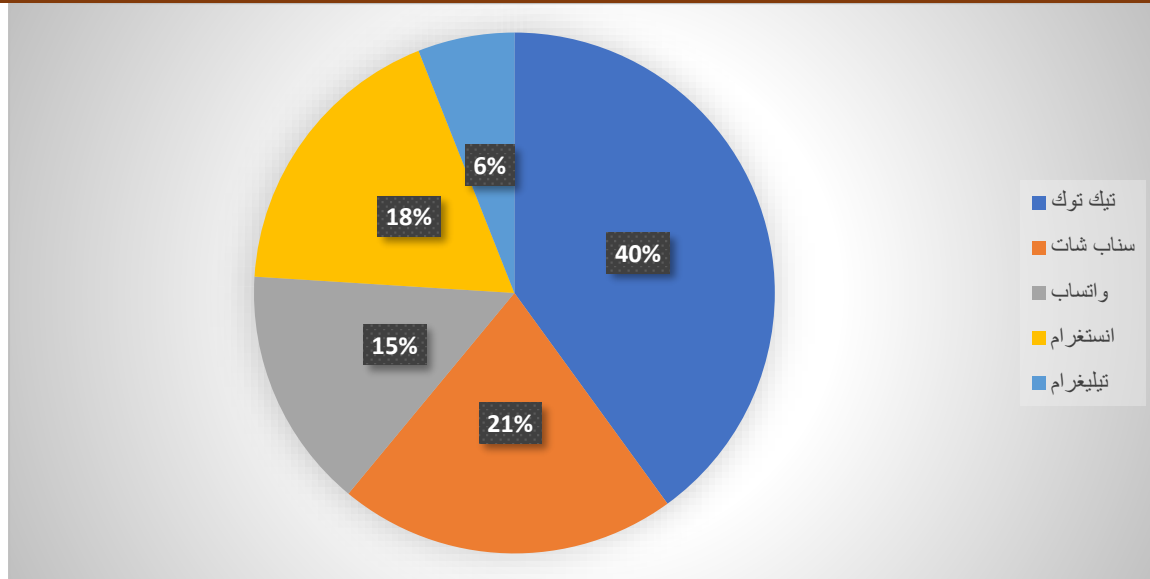
ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن طلبة الجامعة يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي لإشباع احتياجات معرفية للحصول على المعلومات الأكاديمية، بالإضافة إلى حاجاتهم اجتماعية من خلال التواصل مع الزملاء والأساتذة، وإشباع احتياجات الترفيه والهروب من ضغوط الدراسة.

كما تشبع هذه الوسائل الحاجة إلى تأكيد الهوية الشخصية تعزيز صورة الذات، إضافة إلى إشباع الحاجة إلى الانتماء للمجتمع الأكاديمي

ومن الجدير بالملاحظة إن ارتفاع نسبة الإناث في العينة (92.77%) قد يشير إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين الطالبات يرتبط بإشبعات واحتياجات خاصة بهذه الفئة.

النسبة المئوية	التكرار	مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما
40%	40	تيك توك
21%	21	سناب شات
15%	15	واتساب
18%	18	انستغرام
6%	6	تيلغرام
100%	100	المجموع

جدول رقم 07: يمثل مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما عند الطلبة الجامعيين



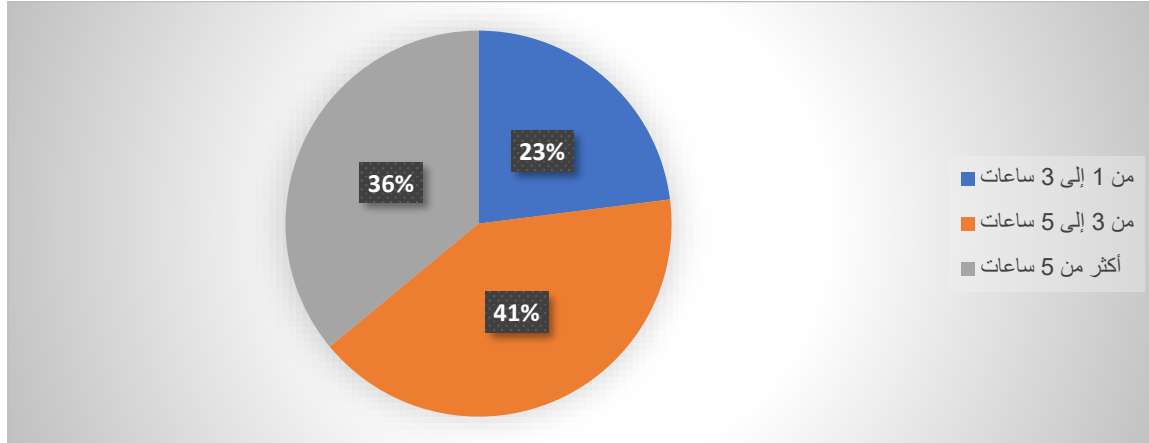
الشكل رقم (07): يمثل توزيع مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً عند الطلبة الجامعيين

تشير نتائج الجدول إلى تفاوت نسب استخدام طلبة علم الاجتماع لمنصات التواصل الاجتماعي، حيث جاء تيك توك في المرتبة الأولى بنسبة 40%، يليه سناب شات بنسبة 21%، ثم إنستغرام بنسبة 18%، وواتساب بنسبة 15%، وأخيراً تيليغرام بنسبة 6%. ويمكن تفسير هذه النتائج في ضوء نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، التي تفترض أن الأفراد يعتمدون على الوسائل الإعلامية لتحقيق أهدافهم المعرفية والعاطفية والسلوكية. إن النسب المرتفعة لاستخدام تيك توك، وسناب شات، وإنستغرام تشير إلى اعتماد متزايد من قبل الطلبة على هذه المنصات كمصادر للمعلومات، ووسائل للتواصل مع الزملاء والأساتذة، ومجالات للتفاعل الاجتماعي والتعبير عن الذات. ويحتمل أن يكون لهذا الاعتماد آثار معرفية تتمثل في تحسين فهم المواد الدراسية، وآثار عاطفية تتجلى في تعزيز الشعور بالانتماء إلى الجماعة الأكاديمية، وأخرى سلوكية تظهر من خلال المشاركة في الأنشطة التعليمية. أما الاستخدام الأقل لواتساب وتيليغرام فقد يدل على طابعها الأداتي أكثر من كونها منصات للتفاعل الواسع، مما يعكس تباين الأدوار التي تلعبها هذه الوسائل في الحياة الأكاديمية للطلبة. ومن ثمّ، تبرز أهمية فهم هذا الاعتماد الإعلامي في صياغة استراتيجيات تعليمية وتواصلية أكثر فاعلية تتواءم مع الواقع الرقمي الجديد

الساعات التي يقضيها الطلبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
---	---------	----------------

من 1 إلى 3 ساعات	23	23%
من 3 إلى 5 ساعات	41	41%
أكثر من 5 ساعات	36	36%
المجموع	100	100%

جدول رقم 08: يمثل عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.



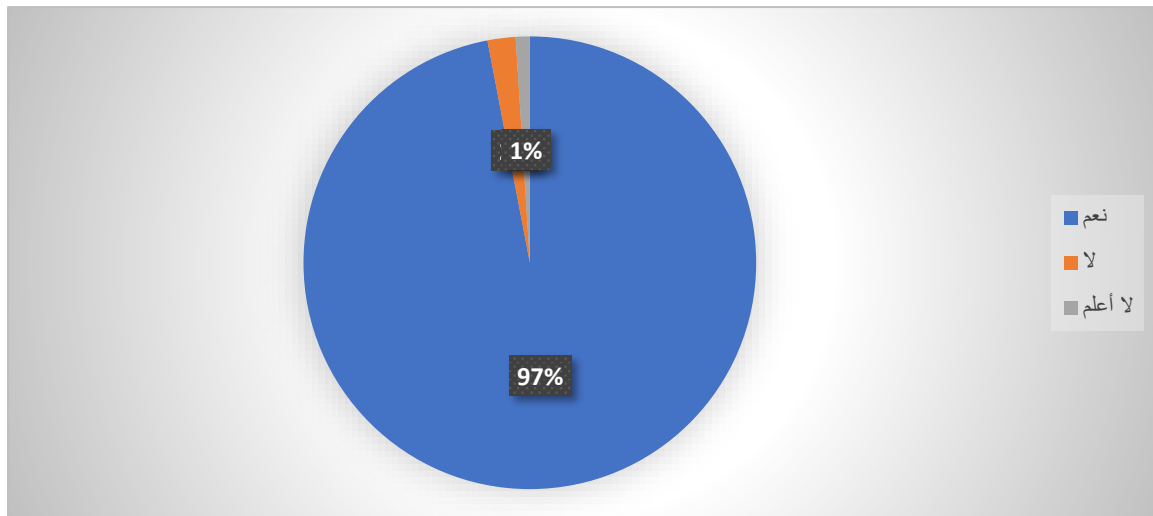
الشكل رقم (08): يمثل عدد الساعات التي يقضيها الطلبة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

يمثل الجدول رقم 8 أن طلبة قسم علم الاجتماع يقضون وقتاً ملحوظاً على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أفاد 23% منهم بأنهم يستخدمون هذه المنصات لمدة تتراوح بين ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً، بينما يقضي 41% من الطلبة ما بين ثلاث إلى خمس ساعات يومياً، في حين يقضي 36% منهم أكثر من خمس ساعات يومياً. وبذلك يتبين أن ما نسبته 77% من الطلبة يقضون أكثر من ثلاث ساعات يومياً على وسائل التواصل الاجتماعي، وهي نسبة مرتفعة تُظهر مدى تغلغل هذه الوسائط في الحياة اليومية للطلبة الجامعيين. وفي ضوء هذه المعطيات، يمكن تفسير هذا السلوك من خلال نظرية "حارس البوابة"، التي تُعنى بكيفية التحكم في تدفق المعلومات إلى الجمهور. فبينما كان هذا الدور في النموذج التقليدي مقتصرًا على الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، أدت الطفرة الرقمية وظهور وسائل التواصل الاجتماعي إلى إحداث تحول جذري في هذا المفهوم، حيث بات الأفراد أنفسهم ومن بينهم الطلبة يؤدون دور الحارس من خلال اختيارهم الواعي للمحتوى الذي يتلقونه ويشاركونه. وتُعد النسبة المرتفعة لاستخدام هذه الوسائل مؤشراً على اعتماد الطلبة على مصادر معلومات بديلة عن الإعلام التقليدي، بما يتماشى مع خصائص الجيل الرقمي وتفضيلاته. كما أن التكوين المعرفي لطلبة علم الاجتماع يمنحهم

قدرة أكبر على التفاعل النقدي مع المحتوى، واختيار ما يتناسب مع اهتماماتهم وتخصصهم الأكاديمي، ما يعزز من أدوارهم كفاعلين في عملية الانتقاء الإعلامي وليس كمستقبلين سلبيين للمعلومة فقط

الطلبة الذين تعرضوا للأخبار الكاذبة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	97	97%
لا	2	2%
لا أعلم	1	1%
المجموع	100	100%

جدول رقم 09: يمثل نسبة تعرض الطلبة المستخدمين للمواقع التواصل الاجتماعي للأخبار كاذبة.



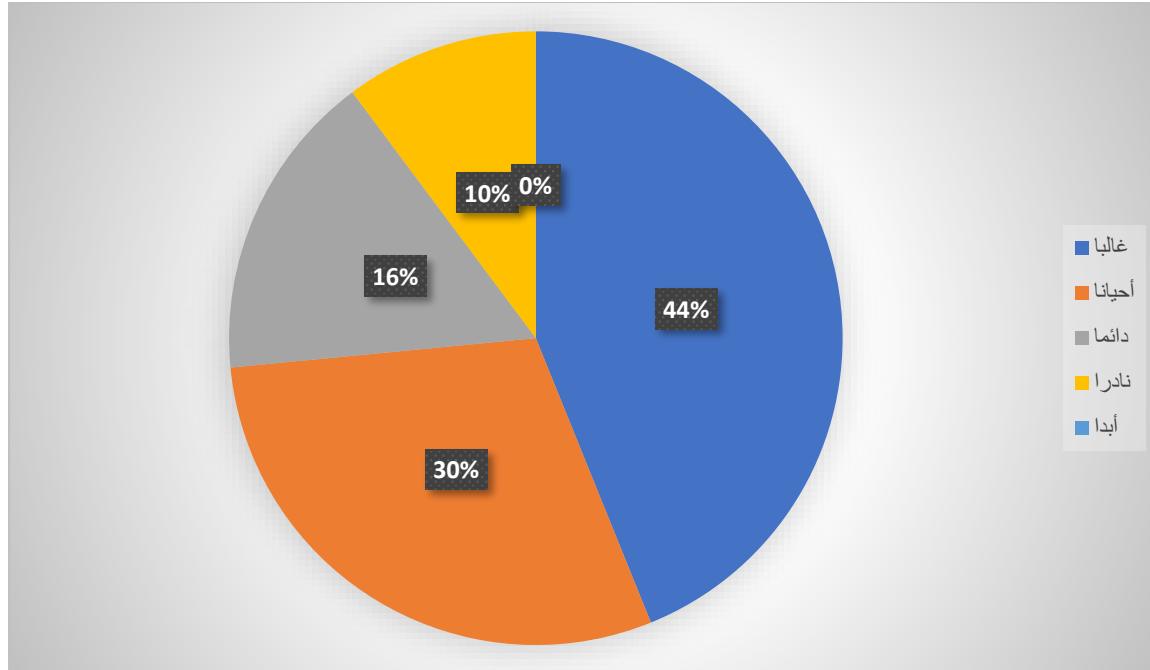
الشكل رقم (09): يمثل نسبة تعرض الطلبة المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي للأخبار الكاذبة

يوضح الجدول رقم 9 أن ما نسبته 97% من أفراد العينة (أي ما يعادل 979 طالباً) أفادوا بأنهم تعرضوا لأخبار يشكّون في صحتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، في حين أجاب 296 منهم بـ "لا"، و19 بـ "لا أعلم". وتعكس هذه النتيجة دلالة واضحة يمكن تفسيرها في ضوء نظرية حارس البوابة، التي تُعنى بدور الفاعلين في التحكم بمرور المعلومات وانتقالها إلى الجمهور. إذ تشير النسبة المرتفعة جداً للتعرض للمعلومات المشكوك في صحتها إلى نقصان فعالية حراسة البوابة الإعلامية التقليدية في بيئة التواصل الرقمي، حيث بات المحتوى يُنشر ويتداول بسرعة دون المرور بعمليات التدقيق والتحقق التي كانت سائدة في وسائل الإعلام التقليدية. ويُبرز ذلك ضعف الآليات التنظيمية والرقابية، مما جعل الفضاء الرقمي أكثر انفتاحاً على المعلومات غير الموثوقة أو المضلّة. وفي هذا السياق، لم يعد حارس البوابة صحفياً أو مؤسسة إعلامية، بل أصبح المستخدم الفردي (كالتابع الجامعي) مطالباً بلعب هذا الدور بنفسه، عبر التمهّص، والتفكير النقدي، واختيار المصادر الموثوقة. ويضع هذا الواقع مسؤولية معرفية وأخلاقية متزايدة على عاتق الطلبة، الذين يواجهون سيلاً من المعلومات غير الموثوقة، الأمر الذي يستدعي تطوير مهارات التحقق الإعلامي لديهم، ليصبحوا حراس بوابة فاعلين في مواجهة تحديات البيئة الإعلامية الرقمية.

مدى تعرض الطلبة للاخبار الكاذبة اسبوعياً	التكرار	النسبة المئوية
غالباً	45	45%
أحياناً	29	29%
دائماً	16	16%
نادراً	10	10%
أبداً	0	0%

المجموع	100	%100
---------	-----	------

جدول رقم 10: مدى تعرض الطلبة للأخبار الكاذبة اسبوعياً.



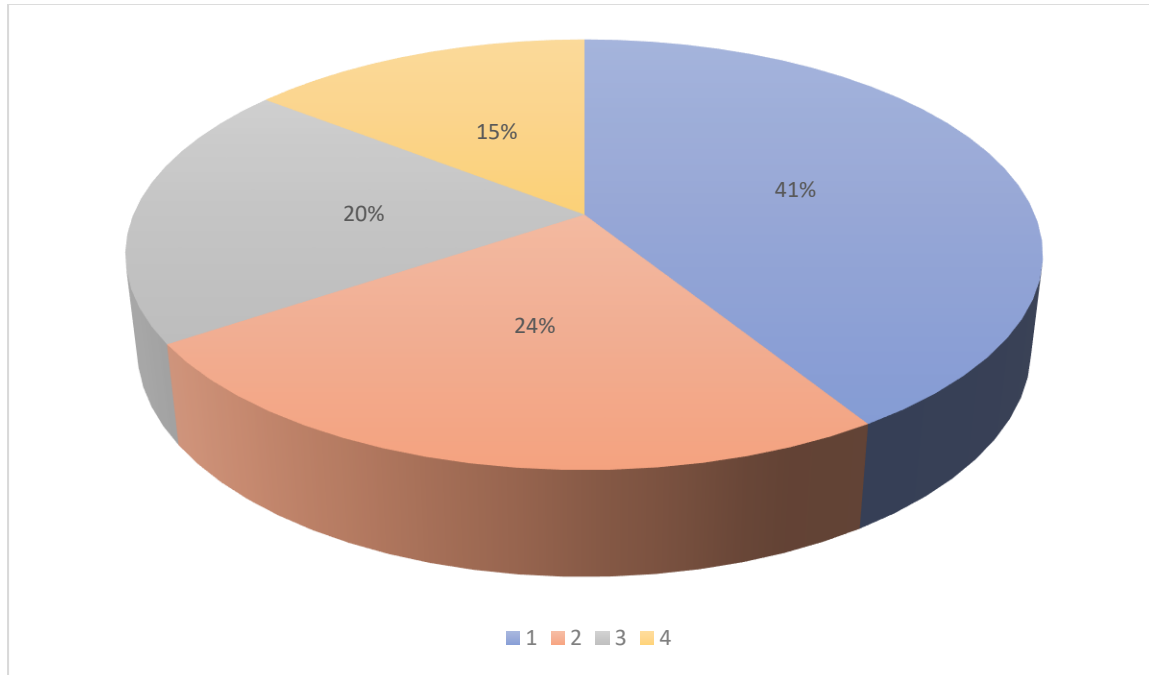
الشكل رقم (10): يمثل مدى تعرض الطلبة للأخبار الكاذبة أسبوعياً

يُبين الجدول رقم (10) تكرار تعرّض الطلبة للأخبار الكاذبة أسبوعياً، حيث جاءت النتائج على النحو التالي: "غالبا" بنسبة 45%، "أحيانا" بنسبة 29%، "دائما" بنسبة 16%، "نادرا" بنسبة 10%، في حين لم يُسجّل أيّ من المشاركين نسبة "أبداً". تعكس هذه المعطيات درجة عالية من الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال كمصدر للمعلومات، رغم إدراك الطلبة لظاهرة الأخبار الكاذبة. ويُلاحظ بوجه خاص أن طلبة العلوم الاجتماعية يعتمدون بشكل كبير على المعلومات المتداولة في وسائل الإعلام لفهم محيطهم الاجتماعي والأكاديمي، ما يشير إلى دور هذه الوسائل في تشكيل تصوراتهم وتحليلهم للواقع. كما يمكن أن تُعزى بعض أنماط هذا الاعتماد إلى الخصائص الديموغرافية للعينة المدروسة، خاصة في ظل هيمنة الإناث، الأمر الذي قد يؤثر على نوعية المحتوى الإعلامي المفضل ومستوى التفاعل معه. وتجدر الإشارة إلى أن هذا الاعتماد يزداد في ظل حالات عدم اليقين المعلوماتي، حيث يسعى الطلبة إلى تعويض الغموض عبر ما يُقدّم في وسائل الإعلام. وبالتالي، يتضح وجود علاقة متبادلة بين اعتماد الطلبة على المصادر الإعلامية وتأثرهم بمضامينها، مما يعكس تفاعلاً ديناميكياً بين المتلقي والرسالة الإعلامية في السياق الجامعي.

نوع الأخبار الكاذبة	التكرار	النسبة المئوية
سياسية	37	%37

طلابية	22	22%
فنية	18	18%
صحية	13	13%
دنية	5	5%
في جميع المجالات	2	2%
اجتماعية	1	2%
اقتصادية	1	1%
رياضية	1<	1%<

جدول رقم 11: يمثل أنواع الأخبار الكاذبة التي يتعرضون لها الطلبة أسبوعيا.



الشكل رقم (11): يمثل أنواع الأخبار الكاذبة التي يتعرضون لها الطلبة أسبوعيا

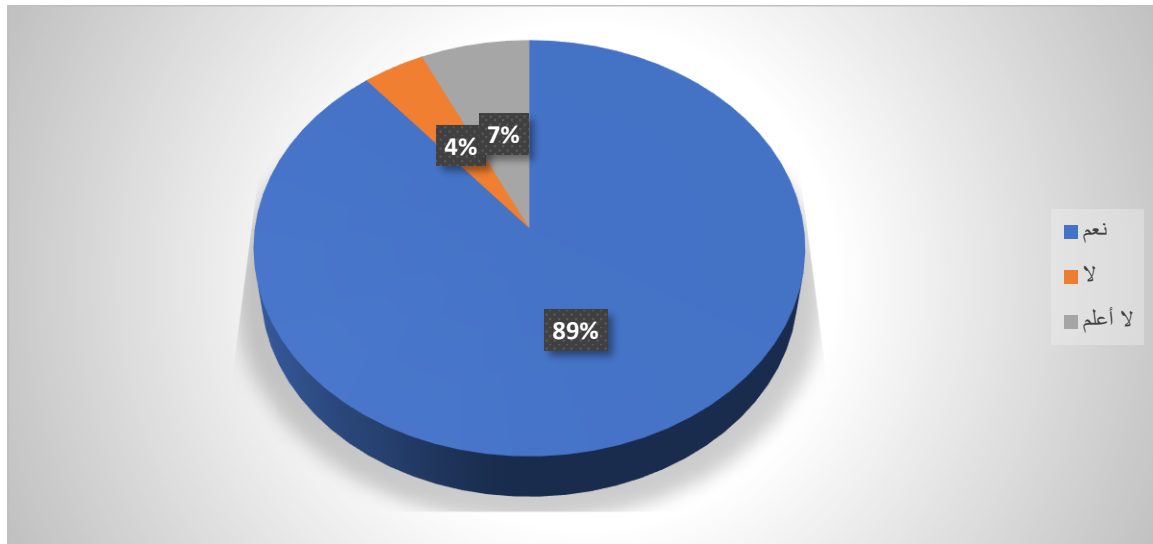
يبين لنا الجدول رقم 11 أن الأخبار السياسية تمثل النسبة الأعلى من الأخبار الكاذبة التي يتعرض لها الطلبة، حيث بلغت 37%. وتعكس هذه النسبة المرتفعة إشكالية واضحة في أداء المؤسسات الإعلامية لوظيفة "حارس البوابة"، ويمكن تفسير ذلك بضعف الرقابة على المحتوى السياسي في وسائل الإعلام والمنصات الرقمية، إلى جانب تعدد مصادر المعلومات السياسية وصعوبة التحقق من مصداقيتها. كما يُعزى هذا الانتشار الواسع للأخبار الكاذبة في المجال السياسي إلى غياب آليات الحراسة الإعلامية الفعالة، مما أتاح بيئة خصبة لتداول المعلومات المضللة. وفي المرتبتين الثانية والثالثة، جاءت الأخبار الطلابية بنسبة 22% والغنائية بنسبة 18%，وهو ما يشير إلى ميل الطلبة للتفاعل مع الأخبار

الفصل الخامس:

المرتبطة بمحيطهم الاجتماعي والثقافي. ويمكن تفسير هذا التفاعل من منظور التفاعلية الرمزية، حيث يُظهر الطلبة اهتمامًا أكبر بالمحتوى الذي يعكس هويتهم كطلبة جامعيين، وتُسهم الرموز والمعاني المشتركة في البيئة الجامعية في تعزيز انتشار الأخبار الكاذبة المتعلقة بالشؤون الطلابية. كما أن التفاعل الاجتماعي بين الطلبة داخل الأوساط الجامعية يؤدي دورًا محوريًا في تداول هذه الأخبار دون التحقق من صحتها، مما يسهم في زيادة انتشارها وتأثيرها.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	89	89%
لا	4	4%
لا أعلم	7	7%
المجموع	100	100%

جدول رقم 12: يمثل تصورات الطلبة حول إنتشار الأخبار الكاذبة في منصات التواصل الاجتماعي



الشكل رقم (12): يمثل تصورات الطلبة حول إنتشار الأخبار الكاذبة في منصات التواصل الاجتماعي

نستنتج من الجدول رقم 12 أن نسبة 89% تعتقد أن منصات التواصل الاجتماعي تضم عدد كبير من الأخبار الكاذبة؛ وهذا ما يفسره منظور التفاعلية الرمزية لجورج هربرت ميد وهربرت بلومر، يمكن فهم

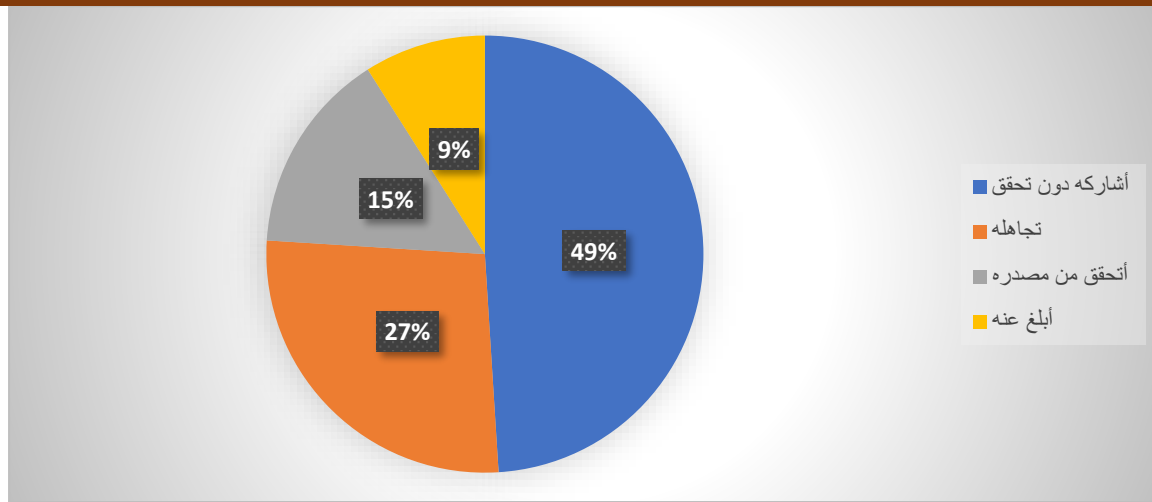
نتائج الاستبيان كمؤشر على "المعاني المشتركة" التي طورها الطلبة الجامعيون حول منصات التواصل الاجتماعي. فالنسبة العالية (89%) تعكس تشكّل وعي جماعي بأن هذه المنصات أصبحت رمزاً للمعلومات غير الموثوقة.

المثير للاهتمام أن هذه المعاني المشتركة قد تشكّلت عبر التفاعلات الاجتماعية للطلبة أنفسهم على هذه المنصات، مما يجعلهم في موقف مزدوج: مستخدمون للمنصات ومشككون في محتواها في ذات الوقت. هذه الازدواجية تعكس جوهر التفاعلية الرمزية في قدرة الذات على اتخاذ "موقف الآخر" والنظر إلى تجربتها من الخارج

المحور الثالث: طبيعة التفاعل مع الأخبار الكاذبة

النسبة المئوية	التكرار	تصرفات الطلبة عند مصادفة خبرا مشكوكا فيه
49 %	49	أشاركه دون التحقق منه
27 %	27	أتجاهله
15 %	15	أتحقق من مصدره
9 %	9	أبلغ عنه
100 %	100	المجموع

الجدول رقم 13: يمثل تصرفات الطلبة عند مصادفة خبرا مشكوكا فيه



الشكل رقم (13): يمثل تصرفات الطلبة عند مصادفة خبرا مشكوكا فيه

تكشف نتائج الجدول رقم 13 اعلاه عن تباين في سلوكيات الطلبة الجامعيين تجاه الأخبار المشكوك في صحتها على مواقع التواصل الاجتماعي. حيث تبين أن النسبة الأكبر من الطلبة (49%) يصرحون أنهم لا يتحققون من مصدر الخبر ، وهو ما يعكس ضعف الوعي المعلوماتي والمسؤولية في التفاعل مع المحتوى الرقمي او غياب المهارات اللازمة لتمييز صدق الأخبار.

في المقابل، نجد أن 27% من الطلبة يختارون تجاهل الأخبار المشكوك فيها، وهو سلوك قد يفهم على أنه تقادٍ للتورط في نشر محتوى قد يكون مضللاً، لكنه في الوقت ذاته يعكس غياب المبادرة للتأكد أو الإبلاغ.

أما نسبة 15% من يتحققون من مصدر الخبر قبل مشاركته، وهو مؤشر على وعيهم بخطورة تداول المعلومات الكاذبة

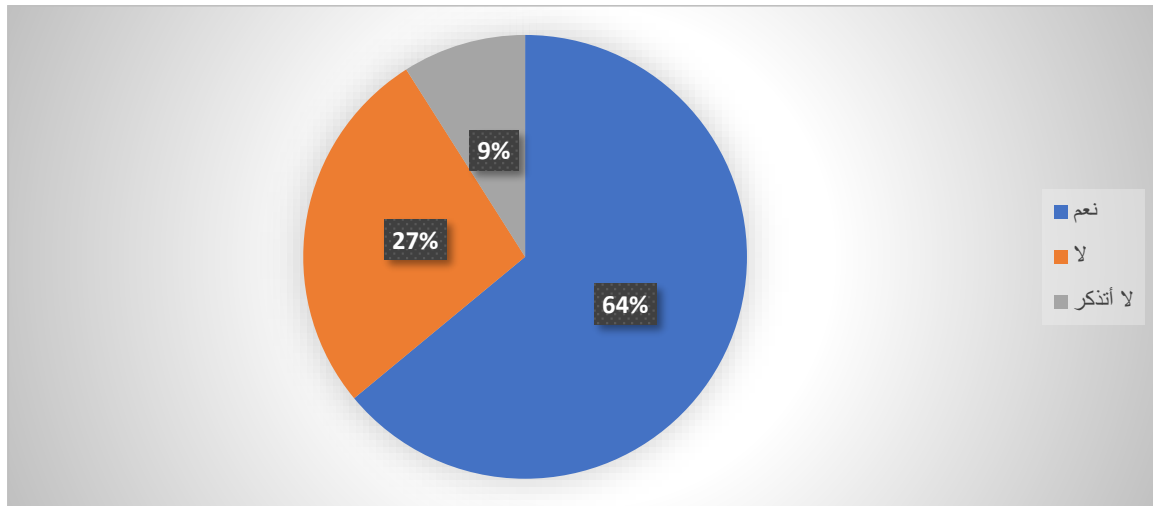
وأخيراً، فإن نسبة صغيرة فقط من الطلبة (9%) يقومون بالإبلاغ عن الأخبار المشكوك فيها، وهو ما قد يُشير إلى ضعف استخدام الأدوات الرقمية المتاحة للحد من انتشار الأخبار الكاذبة، أو إلى عدم إدراك أهمية الإبلاغ كوسيلة لمكافحة المحتوى المضلل.

بوجه عام، تُظهر هذه النتائج وجود تفاوت في درجات الوعي والسلوك الرقمي لدى الطلبة، مع ميل نسبي نحو الحذر، لكنه لا يزال غير كافٍ لمواجهة ظاهرة الأخبار الكاذبة بفعالية.

النسبة المئوية	التكرار	نشرالطلبة
		لخبراتضح لاحقا

أنه كاذب		
لا	64	64%
نعم	27	27%
لا أتذكر	9	9%
الجموع	100	100%

الجدول 14: يمثل نشر الطلبة لخبر اتضح لاحقا أنه كاذب



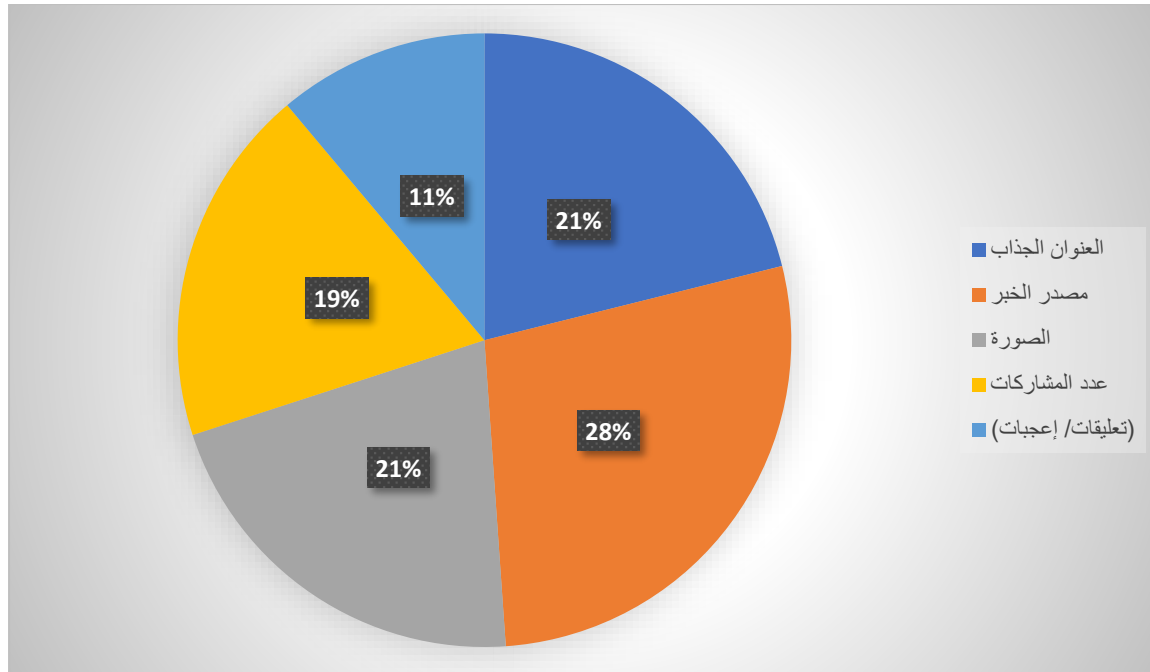
الشكل رقم (14): يمثل الطلبة لخبر اتضح لاحقا أنه كاذب

تُظهر نتائج الشكل رقم 14 أن غالبية الطلبة الجامعيين (64%) لم يسبق لهم نشر أخبار كاذبة، وهو ما يعكس درجة من الوعي المعلوماتي والمسؤولية في التعامل مع المحتوى الرقمي، ويُحتمل أن يكون لذلك علاقة بمستوى التعليم والتكوين الأكاديمي الذي يتلقاه الطلبة. في المقابل، تشير نسبة 27% ممن اعترفوا بنشرهم لأخبار كاذبة إلى وجود فئة من الطلبة قد تتجرف وراء التفاعل أو تنقل المعلومات دون التحقق من صحتها، مما يكشف عن هشاشة في المهارات النقدية لدى البعض، أو عن دوافع اجتماعية ونفسية تدفعهم لهذا السلوك. أما نسبة 9% الذين صرّحوا بعدم تذكرهم إذا ما قاموا بذلك، فقد تدل على درجة من اللامبالاة أو غياب الإدراك الكافي بمحتوى ما ينشر، مما يسلط الضوء على أهمية تعزيز الوعي واليقظة المعلوماتية لدى الشباب الجامعي. وبوجه عام، تكشف هذه النتائج عن مفارقة بين وعي إيجابي متنامٍ لدى أغلبية الطلبة، وسلوكيات مقلقة لدى فئة لا يُستهان بها، الأمر الذي يستدعي تكثيف الجهود التوعوية والتربوية للحد من انتشار الأخبار الكاذبة في الأوساط الجامعية.

السبب الذي يدفع للتفاعل مع الخبر	التكرار	النسبة المئوية
----------------------------------	---------	----------------

العنوان الجذاب	29	29%
مصدر الخبر	25	25%
الصورة	19	19%
عدد المشاركات	17	17%
(تعليقات/إعجابات)	10	10%
المجموع	100	100

الجدول 15: يمثل دوافع الطلبة للتفاعل مع خبر معين



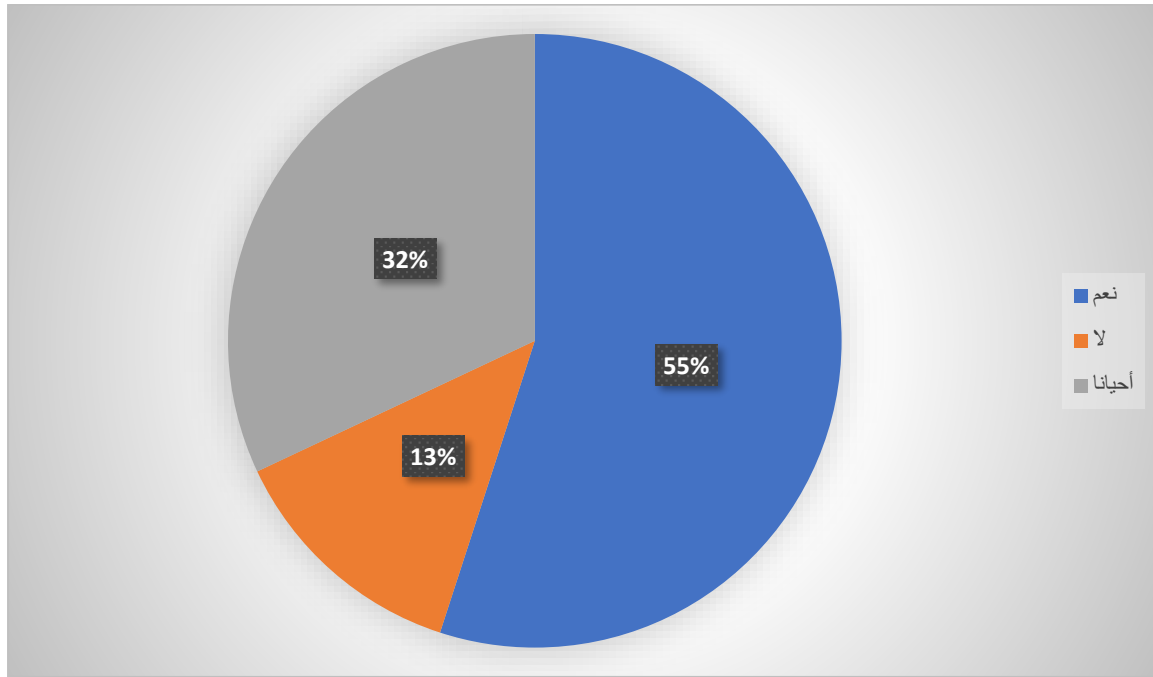
الشكل رقم (15): يمثل دوافع الطلبة للتفاعل مع خبر معين

يوضح الشكل رقم 15 أن أغلب الطلبة الجامعيين يتفاعلون مع الأخبار بناءً على العنوان الجذاب بنسبة (29%) يليه مصدر الخبر (25%)، ثم الصورة (19%)، بينما يتأثر 17% بتعليقات وإعجابات الآخرين، و10% فقط بعدد المشاركات. توضح هذه الأرقام أن التفاعل غالباً ما يكون مبنياً على عناصر شكلية وسطحية، ما يعكس نمطاً من التلقي الانطباعي والسريع في بيئة الإعلام الرقمي. وتتماشى هذه النتائج مع نظرية الاستخدامات والإشباع التي تفسر تفاعل الأفراد مع المحتوى بناءً على حاجاتهم مثل الفضول أو التسلية أو التحقق. كما تدعمها دراسة Vosoughi وآخرون (2018) التي أكدت أن الأخبار الكاذبة تنتشر بشكل أسرع لأن الناس يتفاعلون مع ما يثير انتباههم قبل التحقق من صحته.

الطلبة بين التأثير وعدم التأثير	التكرار	النسبة المئوية
---------------------------------	---------	----------------

بتعليقات الآخرين		
نعم	55	55%
لا	13	13%
أحيانا	32	32%
المجموع	100	100%

الجدول 16: يمثل الطلبة بين التأثير وعدم التأثير بتعليقات الآخرين عند تصديق وتكذيب الأخبار



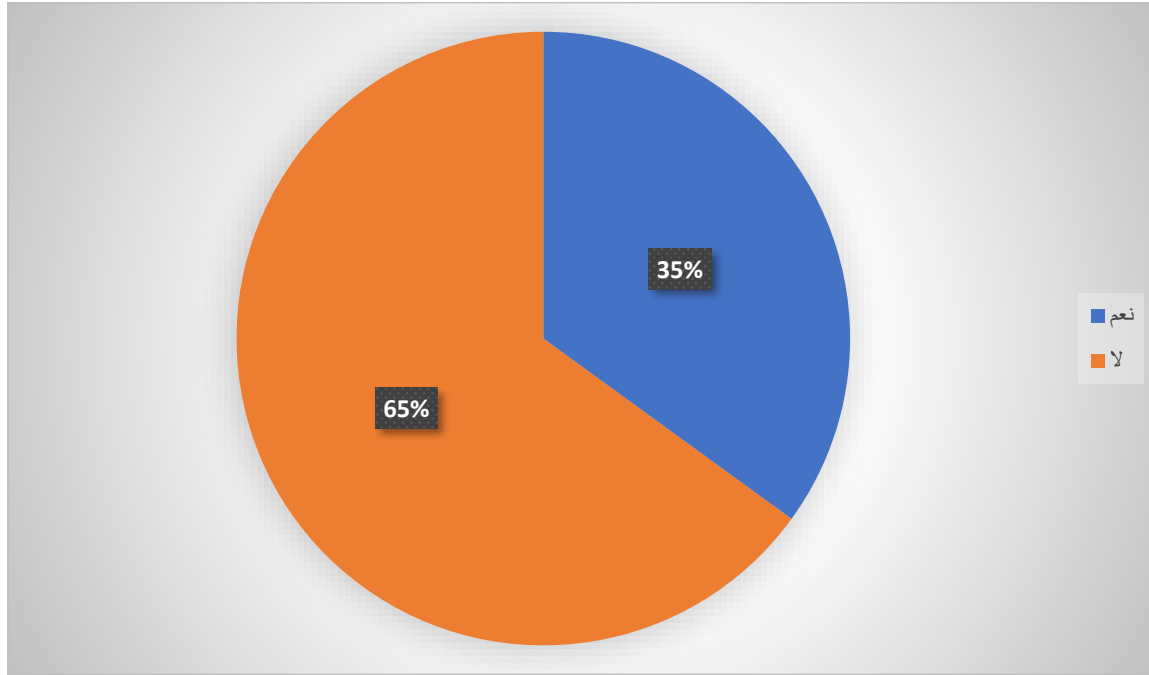
الشكل (16): يمثل الطلبة بين التأثير وعدم التأثير بتعليقات الآخرين عند تصديق و تكذيب الأخبار نستنتج من الشكل رقم 16 أن تعليقات الآخرين على الأخبار تلعب دوراً محورياً في تشكيل قنوات الطلبة الجامعيين، حيث أن غالبيتهم (55%) يتأثرون بشكل مباشر بهذه التعليقات، بينما يتأثر 32% منهم أحياناً، مما يعني أن 87% من الطلبة يقرون بوجود تأثير للتعليقات على قراراتهم بدرجات متفاوتة. حيث تتماشى هذه النتائج مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال والتي تفترض أن تأثير وسائل الإعلام يزداد عندما تكون هذه الوسائل المصدر الرئيسي للمعلومات. فالطلبة الجامعيون يعتمدون على منصات الأخبار وتعليقات المستخدمين عليها كمصادر مهمة لتشكيل تصوراتهم حول الأحداث الجارية، مما يجعلهم أكثر عرضة للتأثر بالمحتوى والآراء المنشورة عبر هذه القنوات.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	35%

لا	65	%65
المجموع	100	%100

يمثل الجدول 17: نسبة الطلبة الذين تم تنبيههم إلى نشرهم أخبارًا كاذبة عبر مواقع التواصل

الاجتماعي



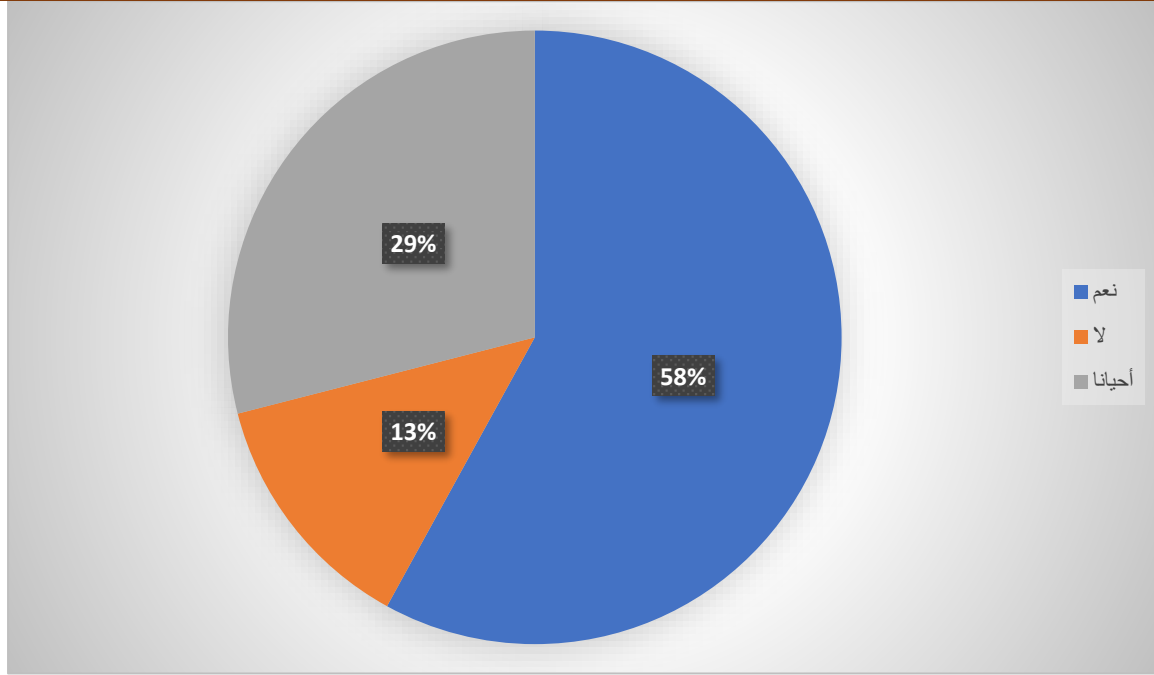
الشكل (17): يمثل نسبة الطلبة الذين تم تنبيههم إلى نشرهم أخبارًا كاذبة عبر مواقع التواصل

الاجتماعي

يمثل الجدول رقم 17 أن 65% من الطلبة لم يسبق لهم مشاركة خبر تبين لاحقًا أنه كاذب، مقابل 35% اعترفوا بذلك. هذا يشير إلى وجود تفاوت في وعي الطلبة بخصوص التحقق من المعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث قد تعكس إجابة الأغلبية نوعًا من الحذر أو عدم الوعي بوقوعهم في التضليل. في المقابل، تُظهر إجابة الأقلية تجربة مباشرة مع الأخبار الكاذبة.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	58	%58
لا	13	%13
أحيانًا	29	%29
المجموع	100	%100

يمثل الجدول 18 : الطلبة بين التأكد وعدم التأكد من الأخبار من خلال البحث عنها في مصادر أخرى



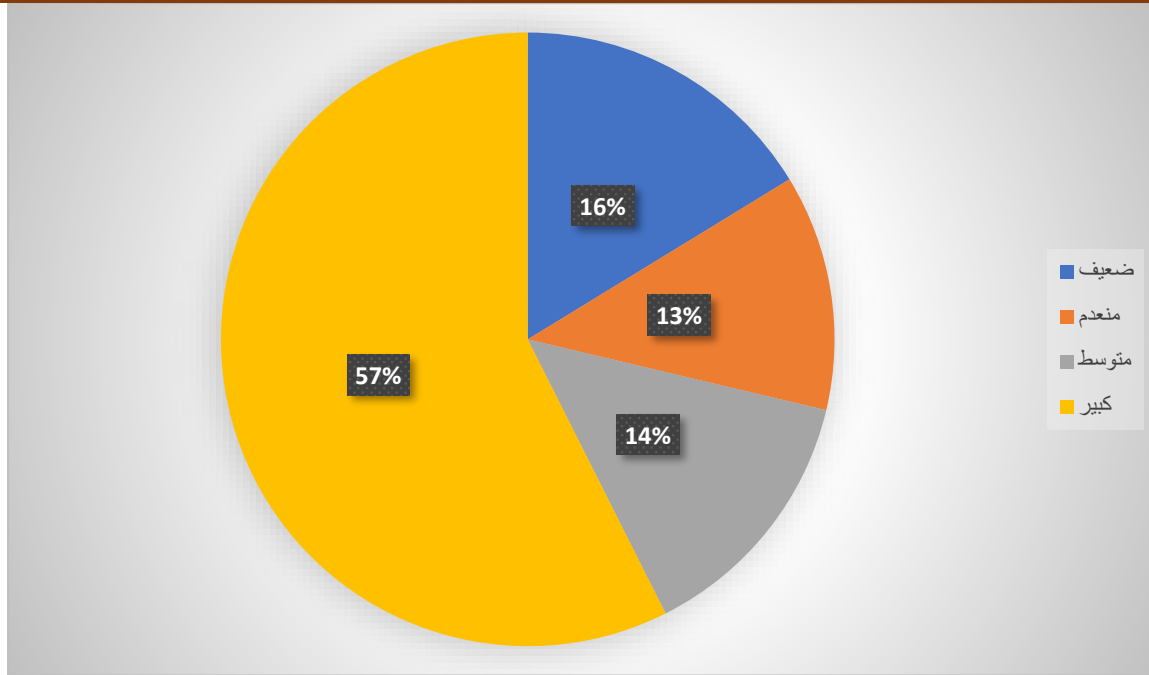
الشكل (18) : الطلبة بين التأكد و عدم التأكد من الاخبار من خلال البحث عنها في مصادر أخرى نستنتج من الجدول رقم 18 أن نسبة (58%) من الطلبة يسعون للبحث والتحقق من مصادر إضافية قبل تصديق الأخبار أو مشاركتها.

ونسبة متوسطة من الطلبة تقدر ب(29%) التي تتحقق أحياناً من المصادر. أما النسبة الأقل (13%) التي لا تتحقق من مصادر إضافية فقد تمثل الطلبة الذين يعتمدون بشكل مفرط على مصادر معينة أو يفتقرون للمهارات الكافية في التحقق من المعلومات.

المحور الرابع: تأثير الأخبار الكاذبة على اتجاهات الطلبة

مدى تغيير الطلبة لمواقفهم بعد التعرض لأخبار كاذبة	التكرار	النسبة المئوية
ضعيف	34	34%
منعدم	26	26%
متوسط	29	29%
كبير	11	11%
المجموع	100	100%

يمثل الجدول 19 مدى تغيير الطلبة لمواقفهم بعد التعرض لأخبار كاذبة

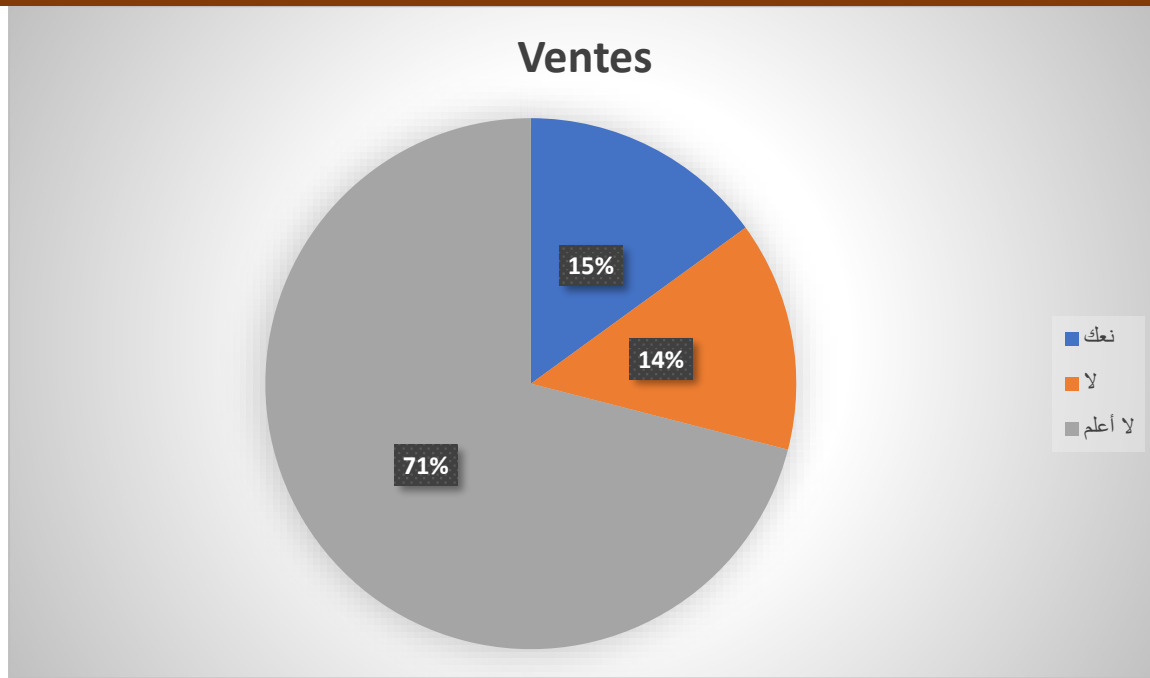


الشكل (19): يمثل مدى تغيير الطلبة لمواقفهم بعد التعرض لأخبار كاذبة

نستنتج من الجدول رقم 19 أعلاه أن نسبة 60% من الطلبة يتأثرون بشكل ضعيف أو منعدم، لكن وجود 40% يتأثرون بدرجات متفاوتة (29% متوسط، 11% كبير جداً) يكشف عن ثغرات في الوعي الرقمي تستدعي تعزيز برامج التربية الإعلامية. النتائج تشير إلى أن الطلبة الجامعيين، رغم امتلاكهم مستوى تعليمي عالي، لا يزالون بحاجة لتطوير مهارات التحقق من المصادر والتعامل النقدي مع المحتوى الرقمي، خاصة في ظل انتشار المنصات الاجتماعية وسهولة تداول المعلومات المضللة.

الاجابة	النسبة المئوية	التكرار
نعم	15%	15
لا	14%	14
لا اعلم	71%	71
المجموع	100%	100

يمثل الجدول 20 مدى تأثر الطلبة بالأخبار الكاذبة في اتخاذ قراراتهم

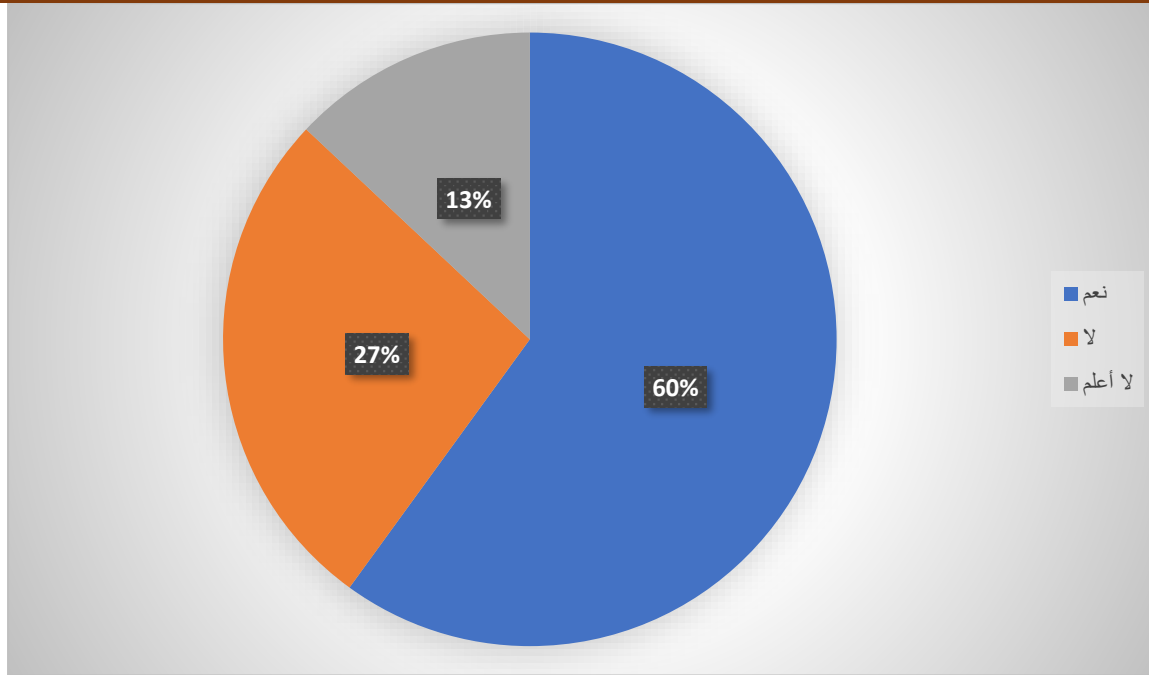


الشكل (20): يمثل مدى تأثر الطلبة بالأخبار الكاذبة في اتخاذ قراراتهم

يوضح الجدول رقم 20 أن 15% من الطلبة يعتقدون أن الأخبار الكاذبة تؤثر عليهم، مما يعني أنهم يدركون هذه المشكلة. بينما 14% يقولون إن الأخبار الكاذبة لا تؤثر عليهم، مما قد يدل على عدم ثقتهم في المعلومات. أما 71% من الطلبة لم يعرفوا كيف يجيبون، مما يشير إلى عدم اليقين أو نقص في المعرفة حول هذا الموضوع.

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	60	60%
لا	27	27%
لا أعلم	13	13%
المجموع	100	100%

يمثل الجدول 21 اعتقاد ان الأخبار الكاذبة تسبب توترا أو قلقا بين الطلبة

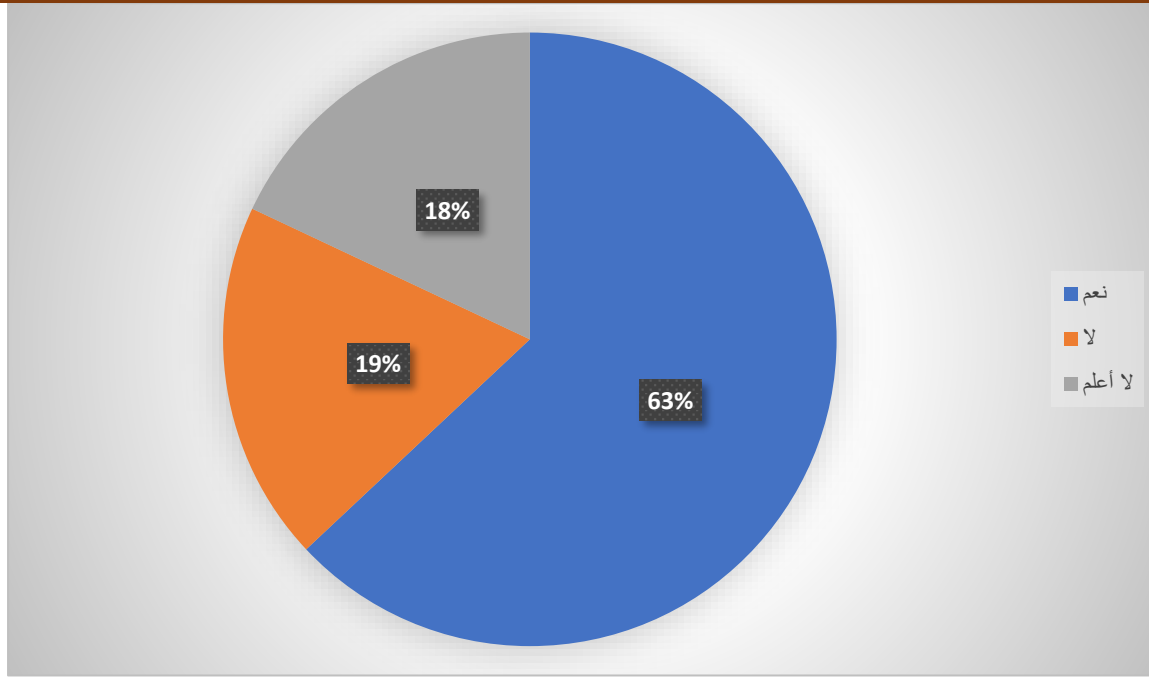


الشكل (21): يمثل اعتقاد ان الأخبار الكاذبة تسبب توترا أو قلقا بين الطلبة

يمثل جدول رقم 21 أن 60% منهم يعتقدون أن الأخبار الكاذبة تؤثر بشكل كبير على حياتهم الاجتماعية، مما يدل على وعي متزايد بأهمية المعلومات الدقيقة في تكوين العلاقات. في المقابل، 27% من الطلبة لا يرون تأثيرًا للأخبار الكاذبة على حياتهم، بينما 13% من الطلبة عبروا عن عدم اليقين بشأن تأثير الأخبار الكاذبة، مما يشير إلى نقص في المعرفة أو الوعي حول هذا الموضوع.

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	63	63%
لا	19	19%
لا أعلم	18	18%
المجموع	100	100%

يمثل الجدول 22 تأثير الأخبار الكاذبة على العلاقات الاجتماعية بين الطلبة

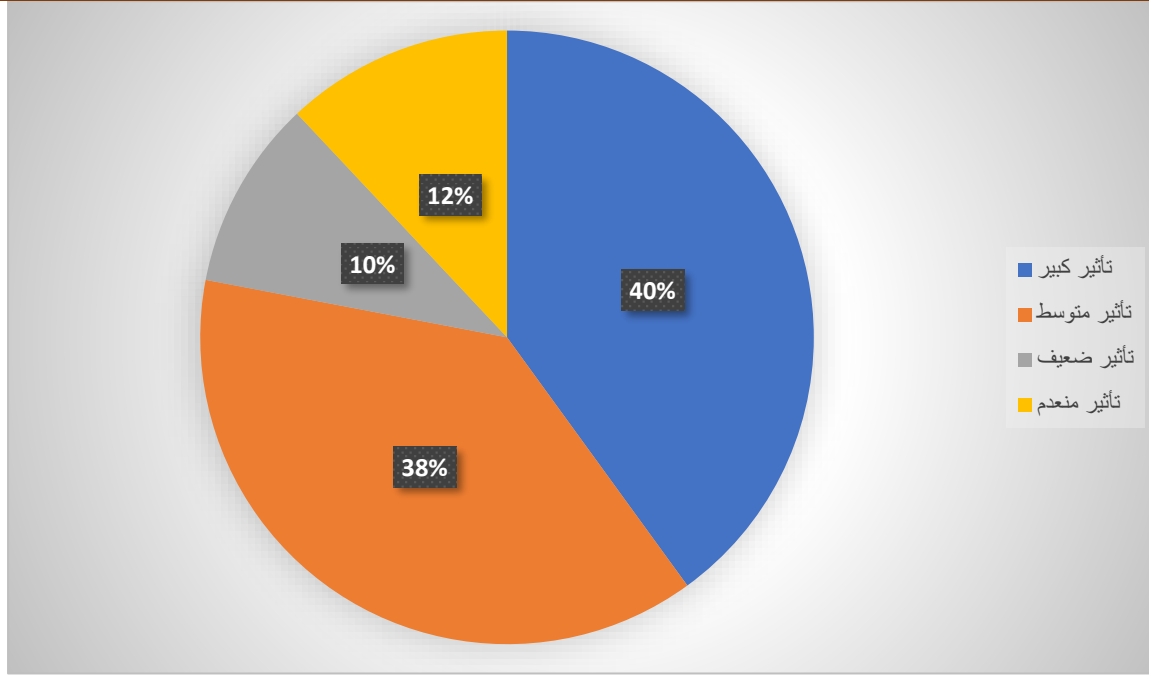


الشكل (22): يمثل تأثير الأخبار الكاذبة على العلاقات الاجتماعية بين الطلبة

يمثل الجدول 22 إلى أن 63% من الطلبة أكدوا تأثرهم بالأخبار الكاذبة، مما يعكس مدى التفاعل الكبير مع المحتوى المتداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حتى وإن كان غير موثوق. في المقابل، يرى 19% أنهم غير متأثرين، وهو ما قد يدل على وعي أكبر أو حذر في التعامل مع المعلومات، بينما عبر 18% عن عدم اليقين، ما يعكس وجود تردد أو صعوبة في التمييز بين الأخبار الصحيحة والمزيفة. هذه المعطيات تبرز الحاجة إلى تعزيز ثقافة التحقق والوعي الإعلامي لدى الطلبة

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
تأثير كبير	40	40%
تأثير متوسط	38	38%
تأثير ضعيف	10	10%
تأثير منعدم	12	12%
المجموع	100	100%

يمثل الجدول 23 : تأثير الأخبار الكاذبة على الحالة النفسية للطلبة

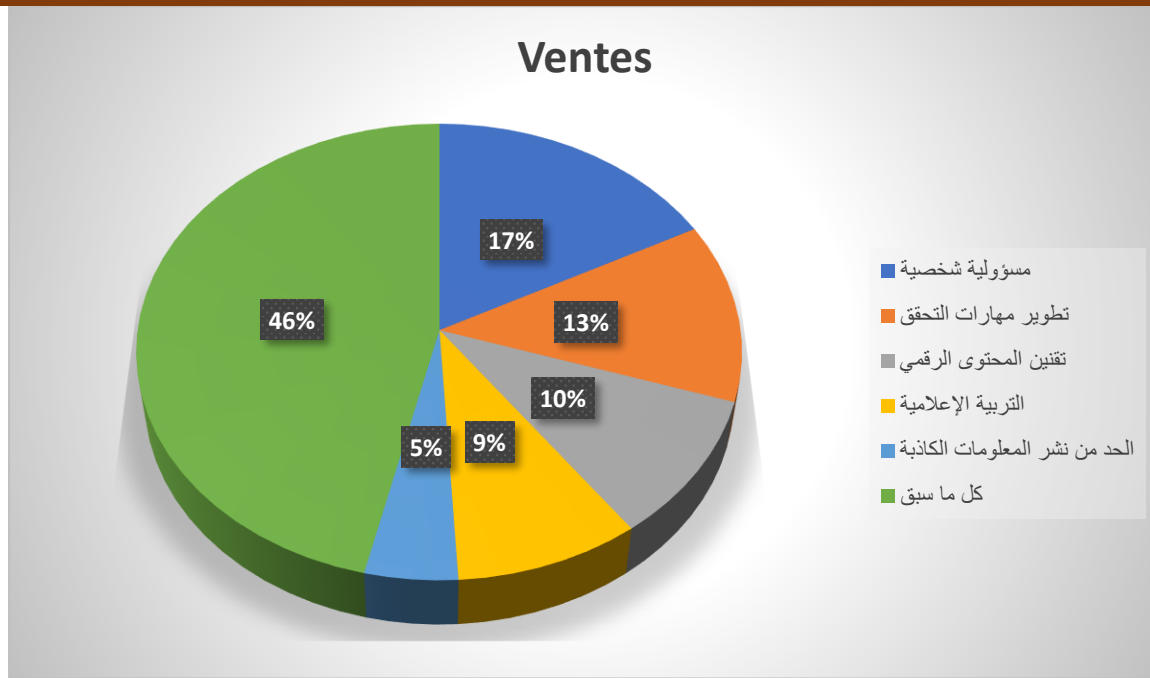


الشكل (23): يمثل تأثير الأخبار الكاذبة على الحالة النفسية للطلبة

يبين الجدول رقم 23 أن 40% منهم يشعرون بتأثير كبير للأخبار الكاذبة على حالتهم النفسية، و38% يرون أن التأثير متوسط، بينما اعتبر 10% أن التأثير ضئيل، و12% لا يشعرون بأي تأثير يُذكر. ويمكن تحليل هذه النتائج في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباع، التي تفترض أن الأفراد يتفاعلون مع وسائل الإعلام بناءً على دوافع واحتياجات شخصية يسعون لإشباعها، سواء كانت معرفية، نفسية، أو اجتماعية. وعليه، فإن تفاعل الطلبة مع الأخبار الكاذبة لا يكون عشوائياً، بل ناتجاً عن دوافع معينة مثل الفضول، البحث عن المعلومات، أو حتى التسلية. إلا أن تعرّضهم لمحتوى مضلل قد يُنتج ما يمكن تسميته بـ"الإشباع السلبي"، حيث يفشل المحتوى في تلبية الاحتياجات المتوقعة، ويؤدي بدلاً من ذلك إلى خلق مشاعر القلق أو التوتر أو عدم اليقين. وهذا ما يفسر النسبة المرتفعة من الطلبة الذين أكدوا وجود تأثير نفسي ملحوظ. أما الطلبة الذين لم يشعروا بأي تأثير، فقد يُعزى ذلك إلى وعيهم الإعلامي أو استخدامهم الانتقائي للمحتوى، حيث يتجاهلون أو يتفادون الأخبار التي لا تتماشى مع حاجاتهم أو قناعاتهم. بالتالي، فإن مدى تأثير الأخبار الكاذبة نفسياً يرتبط بنوعية الدوافع التي تحرك الفرد نحو الوسيلة الإعلامية، ومدى قدرة هذه الوسيلة على تحقيق الإشباع المرجو .

النسبة المئوية	التكرار	الية موا جهة الاخبار الكاذبة
%19	19	مسؤولية شخصية
%14	14	تطوير مهارات التحقق
%11	11	تقنين المحتوى الرقمي
%10	10	التربية الاعلامية
%5	5	الحد من نشر المعلومات الكاذبة
%51	51	كل ما سبق
%100	100	المجموع

يمثل الجدول 24 آليات الحد من تأثير الأخبار الكاذبة على الطلبة



الشكل (24): يمثل آليات الحد من تأثير الأخبار الكاذبة على الطلبة

البيانات تكشف عن وعي متقدم لدى الطلبة الجامعيين بتعدد مشكلة الأخبار المضللة، حيث تؤكد الأغلبية المطلقة (51%) على ضرورة تطبيق جميع الاستراتيجيات مجتمعة، مما يعكس فهماً عميقاً بأن هذه المشكلة متعددة الأبعاد وتحتاج حلولاً شاملة. النسبة المعتبرة التي تركز على المسؤولية الشخصية (19%) تُظهر إيماناً بدور الفرد المتعلم في التحقق والتدقيق، بينما من يفضلون تطوير سياسات التحقق (14%) يثقون في الحلول التقنية والمؤسسية. المؤيدون لتعيين محرر رقمي (11%) يقدر دور الرقابة المهنية، فيما يركز مؤيدو التربية الإعلامية (8%) على البناء طويل المدى للوعي النقدي. الأقلية التي تفضل تحديد نشر المعلومات الكاذبة (5%) تميل للحلول التقليدية.

المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة:

النتائج العامة للدراسة :

- الانتشار الواسع لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- نسبة كبيرة جدا من الطلبة الجامعيين يملكون حسابات نشطة على مواقع التواصل الاجتماعي ويقضون فيها وقتا طويلا يتراوح غالبا بين ثلاث إلى خمس ساعات يوميا مما يزيد من احتمال تعرضهم للمحتوى الإخباري المضلل والكاذب
- هيمنة تطبيق "تيك توك" على الاستخدام
- بينت الدراسة أن تطبيق "تيك توك" يعد المنصة الأكثر استخدامًا بين الطلبة الجامعيين حيث احتل المرتبة الأولى من حيث عدد المستخدمين والوقت المستغرق عليه ما يجعله المصدر الرئيسي الذي يستقى منه جزء كبير من المحتوى الإخباري سواء كان دقيقا أو مضللا
- الانتشار الواسع للأخبار الكاذبة خاصة ذات الطابع السياسي
- _ نسبة معتبرة من الطلبة غالبا ما يتعرضون لأخبار كاذبة أو مضللة تصدر من مصادر متعددة وتتمحور في معظم الأحيان حول الشؤون السياسية مما يجعل هذه الفئة من الأخبار من أكثر الشائعات تداولاً داخل الوسط الطلابي
- _فئة كبيرة من الطلبة تبدي سلوكا سلبيا عند مواجهة خبر مشكوك في صحته من خلال عدم التحقق من مصدره قبل التفاعل معه أو إعادة نشره .
- _تأثير العناوين المثيرة وتعليقات الآخرين في التفاعل مع الأخبار.
- _ العنوان المثير يعد العامل الأساسي الذي يدفع الطلبة للتفاعل مع الأخبار كما أن تعليقات الآخرين تلعب دوراً مؤثراً في تشكيل تصورهم حول مدى مصداقية المحتوى مما يعكس قابلية التأثر بالمعالجة الشكلية للمعلومة أكثر من مضمونها.

_ التعرض المتكرر للأخبار الكاذبة يولد تأثيرًا نفسيًا سلبيًا لدى الطلبة يتمثل في مشاعر القلق والارتباك وعدم اليقين كما ينعكس ذلك على الجانب الاجتماعي من خلال تراجع الثقة وتوتر العلاقات التفاعلية بين الزملاء في الوسط الجامعي.

_ فئة كبيرة من الطلبة الجامعيين يمتلكون حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي ويستخدمونها بمعدلات مرتفعة يوميًا مما يزيد من احتمالية تعرضهم للأخبار الكاذبة وهي نتيجة تتقاطع مع ما توصلت إليه دراسة أسامة غازي المدني جامعة أم القرى.

_ أغلب الطلبة يعتمدون على مواقع التواصل كمصدر رئيسي للأخبار وهي نتيجة تدعمها دراسة طلبة جامعة العربي التبسي التي أبرزت اعتماد 95% من الطلبة على هذه المنصات للحصول على الأخبار مع تخصيص ساعات طويلة لاستخدامها ما يعزز فرضية تأثير الطلبة بالمحتوى المتداول سواء كان صحيحًا أو مضللاً

- الأخبار تثير مشاعر القلق والارتباك وتؤثر على العلاقات الاجتماعية من خلال توتر التفاعلات وضعف الثقة بين الأفراد وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة Talwar وآخرين 2020 .

_جاذبية العناوين لها دور كبير في تحفيز التفاعل مع المحتوى الإخباري فقد أظهرت الدراسة أن نسبة كبيرة من الطلبة يتفاعلون مع الأخبار بناءً على العنوان المثير والتعليقات المصاحبة وهي نتيجة تتوافق مع دراسة Gordon & Rand 2019 التي أظهرت أن الأفراد يتأثرون بالعناوين الجذابة دون التحقق من المصدر.

_نسبة معتبرة من الطلبة لايتحققون من الأخبار قبل التفاعل معها، وهو ما يمثل سلوكًا سلبيًا في البيئة الرقمية .

_أكدت دراسة Vosoughi وآخرين 2018 أن الأخبار الكاذبة وخاصة السياسية منها تنتشر بسرعة وبشكل أوسع من الأخبار الحقيقية.

_ أغلب الطلبة الجامعيين يملكون حسابات نشطة على مواقع التواصل الاجتماعي ويقضون فيها وقتا طويلا يتراوح بين ثلاث إلى خمس ساعات يوميا مما يجعلهم أكثر عرضة للأخبار الكاذبة هذا ما يتقاطع بوضوح مع ما تطرحه نظرية الاستخدامات والإشباع

- الطلبة يعتمدون بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار في ظل تراجع الأدوار التقليدية لوسائل الإعلام كما تحتل منصة "تيك توك" المرتبة الأولى من حيث الاستخدام هذا يتماشى مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

-الأخبار الكاذبة تصل للطلبة عبر قنوات خوارزمية تسهم في إعادة توجيه وترتيب المحتوى على أساس الجاذبية والتفاعل وليس الموثوقية هذه النقطة تعكس ما تطرحه نظرية حارس البوابة في نسختها الرقمية

_ تأثير للأخبار الكاذبة على الجانب النفسي للطلبة مشاعر القلق والارتباك وهو ما ينعكس سلبا على علاقاتهم الاجتماعية من خلال تراجع الثقة وتوتر التفاعلات هذا البعد التفسيري يرتبط ب نظرية التفاعلية الرمزية التي ترى أن المعاني المتبادلة داخل الجماعة تتشكل من خلال التفاعل الرمزي والتأويلات الفردية.

وكنتيجة عامة نستطيع القول أن الواقع الحالي يظهر الاستخدام المكثف لوسائل التواصل الاجتماعي داخل بيئة الطلبة الجامعيين وهيمنة تطبيق "تيك توك" و التعرض المتزايد للأخبار الكاذبة والسلوك السطحي في التعامل معها

-الحاجة لتعزيز الوعي الرقمي والتربية الإعلامية .

الخاتمة

وانطلاقاً مما سبق يمكن القول إن تأثير الأخبار الكاذبة على سلوكيات واتجاهات الطلبة الجامعيين يُعدّ تأثيراً ملموساً ومتعدد الأبعاد لا يقتصر على الجوانب المعرفية فقط بل يمتد ليشمل الأبعاد النفسية والاجتماعية والتواصلية حيث أظهرت الدراسة أن الطلبة بوصفهم فاعلين رقميين نشطين يتأثرون بشكل واضح بالمحتويات الزائفة التي يتعرضون لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي ، مما يؤدي إلى تبني مواقف وسلوكيات غير مبنية على أساس علمي أو معرفي رصين كما يساهم في تعميق التحيزات وتقوية الانقسامات الفكرية داخل الفضاء الجامعي ويُضعف من قدرة الطلبة على التفاعل النقدي مع القضايا العامة .

وفي ظل هذا الواقع تبرز الحاجة إلى تدخلات شاملة ومدرسة لتعزيز الوعي الإعلامي وترسيخ ثقافة التحقق من المعلومات ودعم استخدام المنصات الموثوقة وذلك من خلال إدماج التربية الإعلامية والمعلوماتية في البرامج الجامعية ، وتنظيم دورات تدريبية حول مهارات التفكير النقدي وتشجيع البحوث التي تتناول هذه الظاهرة من زوايا متعددة كما توصي الدراسة بتعزيز التعاون بين الجامعات ومنصات التواصل الاجتماعي لتطوير آليات فعالة لمكافحة التضليل الرقمي ، وإنشاء مبادرات طلابية تُشرف عليها هيئات أكاديمية مختصة لنشر المعلومات الصحيحة ، وتفنيد الشائعات وفي سياق البحث العلمي .

تقترح الدراسة مستقبلاً التوسع في دراسة العلاقة بين الأخبار الكاذبة والتحصيل الدراسي أو المقارنة بين تأثير هذه الظاهرة في التخصصات العلمية والأدبية ، و تحليل أثر أدوات الذكاء الاصطناعي والترزيف العميق في نشر المعلومات المضللة ، وتبقى هذه الظاهرة في تطور مستمر بفعل سرعة التحول الرقمي ، مما يستدعي مواكبة علمية دائمة وفهماً دقيقاً لها ، بهدف تقديم حلول واقعية تعزز مناعة الأفراد ضد التضليل ، وتعيد بناء الثقة في الحقيقة كمبدأ وقيمة معرفية ومجتمعية أساسية . وهو ما يفتح آفاقاً رحبة أمام الباحثين والمهتمين بمجال علم اجتماع الاتصال لإنتاج دراسات علمية معمّقة حول هذا المجال الحيوي والمتسارع .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع

القواميس والمعاجم

1. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، مادة (خبر) و(كذب)، مجلد 1

2. المعجم العربي الجامع 14.01. 2025.

الكتب

1. أبو خضرة، نادر، التواصل الرقمي والشبكات الاجتماعية، عمان: دار المناهج، 2022

2. إدريس، سامي عزوز، وسائط الإعلام الجديدة وسوسيولوجيا الاتصال، الجزائر: دار هومة، 2020

3. الدليمي، عثمان محمد، مواقع التواصل الاجتماعي نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2020

4. الزغول، فريال، وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمعات، عمان: دار المناهج، 2019.

5. العوض، محمد، ووداعه الله، محمد، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي، عمان: دار

الخليج للنشر والتوزيع، 2020،

6. عبد الحميد، عبد الرحمن، علم الاجتماع التربوي، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2002

8. عبد العزيز، فوزي، الإعلام الرقمي وتحولات الاتصال الاجتماعي، القاهرة: دار الفكر العربي، 2021

9. عطوي، حسين، وسائل التواصل الاجتماعي والتغير الاجتماعي، بيروت: الدار الجامعية، 2020

10. عمار، جابر، الإعلام الجديد والثقافة الرقمية، القاهرة: عالم الكتب الحديث، 2020

11. الغوينات، مرسيل، وآخرون، القصة الإخبارية الصحفية، عمان: دار المعتر للنشر والتوزيع، 2025

12. بركات، عبد العزيز، مقدمة في التحليل الإحصائي لبحوث الإعلام، الرياض: دار المنهل، 2015.

13. تمارا، نجى داوود، مقدمة في أساليب ومناهج البحث العلمي، عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع،

2025،

14. صالح، بن حمد، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض: مكتبة العبيكان، 2000

15. الهداوي، جميل، البحث التربوي: مناهجه وتقنياته، بيروت: دار الكتب العلمية، 1971

16. بلومر، هيربرت، الفكر السوسيولوجي والتفاعل الرمزي، ترجمة: محمد الخشبة، الإسكندرية: دار

المعرفة الجامعية، 1986

مقالات من مجلات علمية

1. إبراهيم، صفاء عباس عبد العزيز، "الإذاعة وأثرها على الفرد والمجتمع"، مجلة البحث العلمي في

الآداب، العدد العشرون، الجزء الثاني، 2019.

مذكرات تخرج

1. القيسي، زيد محمد عبد الكريم، "المسؤولية المدنية الناشئة عن ترويج الشائعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي"، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية الحقوق، إشراف: مأمون أحمد الحنيطي،

حزيران 2022

مطبوعات أو تقارير رسمية

1. دخيل، سليمان، التظليل الإعلامي: الخصائص، الأساليب، والأهداف، مركز السبب التخصصي للبحث والنشر العلمي، 10/04/2022.

مواقع إلكترونية

1. حفاصة، صلاح الدين، "مدونات: كيف تؤثر الشائعات على الفرد والمجتمع"، مجلة الجزيرة الإلكترونية، نُشر بتاريخ: 2025/05/11 الساعة 9:33.

المراجع الأجنبية

1. Allcott, Hunt & Gentzkow, Matthew.

"Social Media and Fake News in the 2016 Election." Journal of Economic Perspectives, Vol. 31, No. 2, Spring 2017

2. Kaplan, Andreas M. & Haenlein, Michael.

"Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media." Business Horizons, Vol. 53, 2010

3. Wardle, Claire & Derakhshan, Hossein.

Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Council of Europe Report, 2017

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع

تخصص علم اجتماع الإتصال

استمارة بحث بعنوان:



تفاعل فئة الطلبة الجامعيين مع نشر الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي

تحت إشراف:

د. لعموري مهدي

من إعداد الطالبتين :

مخانية سمية

عسوس مروي

صُمِّمت هذه الاستمارة بهدف تجميع بعض البيانات والمعلومات التي تخدم أهداف الدراسة التي نحن بصدد إعدادها تحت عنوان: "تفاعل فئة الطلبة الجامعيين مع نشر الأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي"، لذا نرجو من حضرتكم قراءتها جيداً، ومن ثم الإجابة على الأسئلة التي تتضمنها بوضع إشارة (*) أمام الخيار المناسب لكل عبارة، كما يمكن لكم تدوين ملاحظاتكم وتعليقاتكم في إنجاح هذا البحث الذي نأمل أن يحقق الفائدة المرجوة منه. كما نؤكد لكم حرصنا على سرية البيانات المقدمة من طرفكم وعدم استخدامها إلا لأغراض البحث العلمي.

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس:

☐ ذكر

☐ أنثى

2. السن:

☐ أقل من 20 سنة

☐ من 20 إلى 25 سنة

☐ أكثر من 25 سنة

3. المستوى الدراسي

☐ ليسانس

☐ ماستر

4. التخصص في الماستر:

☐ علم اجتماع

☐ علم اجتماع الاتصال

☐ علم اجتماع الصحة

☐ علم اجتماع تنظيم وعمل

المحور الثاني: مدى التعرض للأخبار الكاذبة

5. هل لديك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ نعم

☐ لا

6. عدد الحسابات التي تستخدمها يوميًا:

☐ حساب واحد

☐ حسابان

☐ ثلاثة أو أكثر

7. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدمها؟

☐ فيسبوك

☐ إنستغرام

☐ تيك توك

☐ تويتر

☐ يوتيوب

أخرى: __

8. كم من الوقت تقضيه يوميًا على مواقع التواصل الاجتماعي؟

☐ أقل من ساعة

☐ من 1 إلى 3 ساعات

☐ من 3 إلى 5 ساعات

☐ أكثر من 5 ساعات

9. هل سبق وصادفت أخبارًا غير صحيحة أو مشكوك فيها على مواقع التواصل؟

☐ نعم

☐ لا

☐ لا أعلم

10. كم مرة تعتقد أنك تتعرض لأخبار كاذبة أسبوعيًا؟

☐ نادرًا

☐ أحيانًا

☐ غالبًا

☐ دائمًا

11. ما نوع الأخبار الكاذبة التي تصادفها غالبًا؟

☐ سياسية

☐ فنية

☐ دينية

☐ صحية

☐ طلابية

أخرى __ :

12. هل تعتقد أن منصات التواصل الاجتماعي تحتوي على نسبة كبيرة من الأخبار الكاذبة؟

☐ نعم

☐ لا

☐ لا أعلم

المحور الثالث: طبيعة التفاعل مع الأخبار الكاذبة

13. عندما تصادف خبرًا مشكوكًا فيه، كيف تتصرف؟

☐ أتتحقق من مصدره

☐ أشاركه دون تحقق

☐ أتجاهله

☐ أبلغ عنه

14. هل سبق وأن قمت بنشر خبر اتضح لاحقًا أنه كاذب؟

☐ نعم

☐ لا

☐ لا أتذكر

15. ما الذي يدفعك للتفاعل مع خبر معين؟

☐ العنوان المثير

☐ الصورة

☐ عدد المشاركات

☐ مصدر الخبر

☐ تعليقات الآخرين

16. هل ترى أن التعليقات على الأخبار تؤثر في قرار تصديقك أو تكذيبك لها؟

☐ نعم

☐ لا

☐ أحيانًا

17. هل سبق وأن نبهك شخص ما إلى أن خبرًا نشرته كان كاذبًا؟

☐ نعم

☐ لا

18. هل تفضل التأكد من الأخبار من خلال البحث عنها في مصادر أخرى؟

☐ نعم

☐ لا

☐ أحيانًا

المحور الرابع: تأثير الأخبار الكاذبة على الطلبة

19. هل سبق وأن غيرت رأيك أو موقفك بعد قراءة خبر كاذب؟

☐ نعم

☐ لا

☐ أحيانًا

20. ما مدى تأثير الأخبار الكاذبة على تفكيرك أو قراراتك؟

- ☐ كبير جدًا
☐ متوسط
☐ ضعيف
☐ منعدم

21. هل تعتقد أن الأخبار الكاذبة تسبب توترًا أو قلقًا بين الطلبة؟

- ☐ نعم
☐ لا
☐ لا أعلم

22. هل ترى أن الأخبار الكاذبة قد تؤثر على العلاقات الاجتماعية بين الطلبة؟

- ☐ نعم
☐ لا
☐ أحيانًا

23. هل سبق وأثر خبر كاذب على حالتك النفسية

- ☐ نعم تأثير كبير
☐ تأثير متوسط
☐ تأثير ضعيف
☐ تأثير منعدم

24. في رأيك، كيف يمكن الحد من تأثير الأخبار الكاذبة على الطلبة؟

- ☐ التوعية الإعلامية
☐ تعليم مهارات التحقق
☐ تقنين المحتوى الرقمي
☐ مسؤولية فردية
☐ كل ما سبق