

## تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة في المجتمع المصري

عبد السلام مبارك عبد السلام مبارك (\*)

### الملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وكذلك تحديدي الأسباب التي تدفع الشباب الجامعي لتداول الأخبار الزائفة، وذلك من خلال دراسة وصفية، اعتمد فيها الباحث على منهج المسح الميداني، مستخدماً أداة الاستبيان لمسح اتجاهات الشباب الجامعي، وتم تطبيقها على عدد (٤٠٠) مفردة بأسلوب العينة العمدية من أربع جامعات مصري ( جامعة سوهاج، جامعة المنصورة، جامعة القاهرة، جامعة فاروس). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: كشفت الدراسة عن وجود تأثير قوي للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وبينت الدراسة أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي نشرًا للأخبار الزائفة موقع الفيس بوك، وأكثر المواقع الصحفية نشرًا للأخبار الزائفة موقع اليوم السابع، كما أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة والأضرار التي تنتج عنها، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديمغرافية للشباب الجامعي، وتأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري.

(\*) هذا البحث من رسالة الماجستير الخاصة بالباحث، وهي بعنوان: [الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة في المجتمع المصري]، تحت إشراف أ.م.د. صابر حارص محمد - كلية الآداب - جامعة سوهاج & د. نها السيد عبد المعطي - كلية الآداب - جامعة سوهاج.

### Abstract

The study aimed to identify fake news through social networking sites, and its relationship to the formation of university youth's attitudes towards issues raised in Egyptian society, as well as to identify the reasons that drive university youth to circulate fake news, through a descriptive study, in which the researcher relied on the field survey method, using a tool The questionnaire was used to survey the attitudes of university youth, and it was applied to a number of (400) individuals in a deliberate sampling style from four Egyptian universities (Sohag University, Mansoura University, Cairo University, Pharos University). Through social networking sites on the attitudes of university youth towards the issues raised in the Egyptian society, and there is a positive correlation between the causes of the spread of false news and the damage that results from it, while there are no statistically significant differences between the demographic factors of university youth, and the impact of false news on the attitudes of university youth Towards the issues raised in Egyptian society.

## المقدمة:-

تعد شبكات التواصل الاجتماعي اليوم مصدرًا مهمًا في الحصول علي الأخبار والمعلومات حول شتى الموضوعات، كما يوظفها كثيرون كأدوات فاعلة في التعريف بأفكارهم ورواهم، وبالنظر إلي هذه المساحة التي أصبحت تحتلها هذه الشبكات والوسائل في حياة الناس، فقد تتحول إلي بيئة خصبة لاختلاق الأخبار الزائفة والمفبركة، وهو ما يشكل تحديًا كبيراً أمام مستخدمي هذه الوسائل للتمييز بين ما يستهلكونه من معلومات وأخبار وأفكار.

كما تعد مواقع التواصل الاجتماعي في عصرنا الحالي قوة رئيسة في حسم كثير من القضايا، وفي بناء الدول وترسيخ أركانها والحفاظ علي هيبته ومكانتها بالتالي أصبحت قوة يحسب حسابها كالقوة العسكرية والاقتصادية، وتقوم مواقع التواصل الاجتماعي دورا بارزا في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، ومع انتشار الأخبار المزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي بتعدد أشكالها وأنواعها بواسطة الذكاء الاصطناعي أو المستخدمين الحقيقيين ساعد ذلك في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري.

ومن الأسباب الرئيسية لاعتماد الشباب علي مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول علي الأخبار هي أن صناعة الإعلام في مصر تشهد تحديات جذرية عديدة، من حيث سرعة تدفق المعلومات ومتابعة الجمهور لها لحظة بلحظة، فمُنذ قيام ثورة ٢٥ يناير حتي الآن، حدثت تغيرات عديدة في ثقة الرأي العام المصري بالإعلام التقليدي وذلك نتيجة ممارسات عديدة أسهمت في زيادة الفجوة بين الجمهور المصري والإعلاميين، ومنها عدم الثقة في الإعلاميين والإعلام، وطبيعة الممارسات المختلفة في تناول بعض الأحداث، ونتج عن ذلك كثير من حالات الاستقطاب وبت خطاب الكراهية والتخوين بين فئات الشعب؛ لذا ظهرت قوة وسائل التواصل الاجتماعي في هذه البيئة، وأصبحت المصدر الرئيس لتلقي الأخبار بالنسبة لفئة الشباب.

وفي عالم تسيطر عليه شبكات التواصل الاجتماعي، التي يستقى من خلالها أغلب الناس معلوماتهم، صار بإمكان الأخبار الزائفة أن تحدث تأثيرًا في الرأي العام بل في الوسائل الصحفية الرئيسية أيضًا، إن نشر الأخبار الزائفة على شبكة الإنترنت وبخاصة على شبكات التواصل الاجتماعي صار ظاهرة لا يمكن التهرب منها نظرا لأنها تعزز نشرها بسرعة فائقة، قبل أن يتم تكذيبها، مما يؤدي إلى استفادة الأشخاص المسؤولين عن نشر هذا النوع من الأخبار بإرباك صفوف القراء والمتابعين. (عبدالهادي النجار، ٢٠١٧، ص ٥).

وعلي الجانب الأخر ظهرت عديد من الدراسات التي أثبتت أن النمو الهائل لتكنولوجيا الاتصال عبر الإنترنت، تجعل من السهل إمكانية خداع الأشخاص، وقد يكون لهذا الخداع نتائج كارثية كبت أخبار سياسية زائفة لخدمة فصيل معين مثل

ما حدث في الانتخابات الأمريكية عام ٢٠١٦، ولم يتوقف تأثير الأخبار الزائفة على الحياة السياسية فقط بل وصل للأسواق المالية فأشار (كارفالهو وآخرون. ٢٠١١) إلى أن تقريراً كاذباً عن إفلاس شركة تابعة لشركة الخطوط الجوية المتحدة في عام ٢٠٠٨ تسبب في انخفاض سعر السهم للشركة بنسبة تصل إلى ٧٦٪ في غضون دقائق؛ على الرغم من أن السهم تزايدت قيمته بعد أن تم التحقق من الخبر وتكذيبه. (Dani Madrid, 2018, p.12).

يوضح العرض السابق أن منصات التواصل الاجتماعي على الإنترنت تعد أرضاً خصبة لبث المعلومات الخاطئة والأخبار المزيفة، وبناء على ما سبق يمكن لأي تيار وفصيل معين استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في نشر أخبار مختلفة وزائفة، ويرجع ذلك بفضل التكلفة المنخفضة لإنتاج مواقع ويب احتيالية وإنشاء ملفات شخصية عديدة، ومن هنا تتبلور مشكلة الدراسة في معرفة تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل اتجاهاتهم نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري.

الدراسات السابقة:-

من خلال المسح العلمي لموضوع الدراسة قام الباحث بتقسيم ما توصل إليه من دراسات إلى محورين رئيسيين، وذلك على النحو التالي:

➤ المحور الأول: دراسات تناولت الأخبار الزائفة وقد حدد الباحث إطارها الزمني.

➤ المحور الثاني: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات وتأثيرها على الاتجاهات.

المحور الأول: دراسات تناولت الأخبار الزائفة:-

١. دراسة Bahiyah o & Destiny A (2021) بعنوان: تداول نشر الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

هدفت الدراسة لمعرفة العوامل الأساسية التي تؤدي إلى مشاركة الأخبار الزائفة ومعرفة ما إذا كانت بسبب الإثارة أو أن هناك منظمات تحاول نشر الأخبار الزائفة بهدف خلق الفوضى في المجتمع أو بهدف التسلية أو بهدف مشاركة المعلومات وتمضية الوقت، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، معتمدة على منهج المسح الميداني، باستخدام استمارة الاستبيان الإلكتروني لجمع البيانات من ٣٨٥ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

• أن دافع الإثارة هو الدافع الرئيس من مشاركة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا.

- أن دافع البحث عن المعلومة وتمضية الوقت على وسائل التواصل الاجتماعي إحدى أهداف نشر الأخبار الزائفة، بينما نفت الدراسة وجود ارتباط بين نشر الأخبار الزائفة وبين الترفيه.
- أن الجهل وعدم الوعي من الأسباب الرئيسية التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي. **Destiny** (Bahiyah o & A, 2021)

٢. دراسة Al-Zaman, M (2021) بعنوان: الأخبار الزائفة على مواقع

التواصل الاجتماعي المتعلقة بفيروس كورونا في الهند. هدفت الدراسة إلى فهم السمات الخمس المهمة للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بكوفيد ١٩ من خلال تحليل ١٢٥ خبرا مزيفا هنديا، وترصد الدراسة الأخبار الزائفة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، مستخدمة المنهج التحليلي، معتمدة على أداة تحليل المضمون، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- أن أهم الموضوعات التي تنتشر حولها الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي هي الموضوعات المتعلقة بالصحة بنسبة ٦٧.٢%، وأكدت الدراسة أن معظم الأخبار المتعلقة بـ كوفيد ١٩ هي أخبار سلبية.
- أكدت الدراسة أن وسائل الإعلام الأكثر إنتاجًا للأخبار الزائفة هي: يوتيوب، واتس آب، وفيس بوك وتويتر، وهذا مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية التي تنشر أخبار زائفة قليلة إلى حد ما مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وتشير هذه النتيجة إلى دور وسائل الإعلام عبر الإنترنت في نشر الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا.
- أثبتت الدراسة أن الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا على مواقع التواصل الاجتماعي لا تتسق طول الوقت بل تتقلب وتتغير، كما أثبتت كذلك أن هناك ارتباط إيجابياً بين معدل استهلاك الأخبار والقدرة على اكتشاف الأخبار الزائفة، مما يعني أنه كلما زاد استهلاك المستخدمين للأخبار قل انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.

(Al-Zaman, M, 2021)

٣. دراسة سمر جلال عز الدين (٢٠٢٠) بعنوان: تداول الأخبار الزائفة في

مواقع الصحف الأمريكية وانعكاسها على تغريدات الرئيس ترامب: دراسة تحليله.

هدفت الدراسة إلى توصيف وتحليل الأخبار الزائفة في مواقع الصحف الأمريكية، وتوصيف وتحليل تغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب وتحديد

العلاقة الارتباطية بين محتوى ومجالات وأطر الأخبار الكاذبة ومحتوي ومجالات وأطر تغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب، اعتمدت الدراسة على نظرية الأطر الإعلامية بهدف تحديد الأطر الإعلامية المستخدمة في كل من الأخبار الزائفة وتغريدات الرئيس الأمريكي دونالد ترامب، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، معتمدة على المنهج المسحي التحليلي، مستخدمة أداة تحليل المضمون لجمع البيانات من تغريدات الرئيس ترامب، والقصص الإخبارية بالصحف الأمريكية، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- أن الهدف من محتوى الأخبار الزائفة تأليب الرأي العام ضد الرئيس الأمريكي بنسبة ٢٨%، ويشير ذلك إلى كره بعض الصحف الأمريكية للرئيس الأمريكي دونالد ترامب ومحاولة تأليب الرأي العام ضده وتكوين صورة ذهنية سلبية لدى المتلقي والجمهور.
- أن كلاً من إيران والبيت الأبيض يتسمون بصفات سلبية، وذلك بنسبة (١٠%) حيث إن الرئيس الأمريكي كان كثير الوصف لإيران بأنها بلد الإرهاب وأن لديها أسلحة نووية تهدد بها، أما عن الصفات الإيجابية فتخص الحزب الديمقراطي بنسبة (١٥%) والحزب الجمهوري بنسبة (١١%)، وذلك قد يرجع إلى كونه مرشحاً من قبل هذا الحزب. (سمر جلال، ٢٠٢٠)

٤. دراسة ممدوح عبدالله مكاوي بعنوان: الأخبار الزائفة fake news بين الإعلام لتقليدي والرقمي: دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من ٢٠١٦ - ٢٠٢٠.

هدفت الدراسة للوصول إلى ما وراء قيود الوضع الراهن للنموذج السائد في بحوث الاتصال عبر أبحاث المدرسة الكمية، وتناولت ظاهرة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام مفومها، تاريخها وتطورها، ويدخل هذا ضمن الإطار البحثي النقدي الكيفي لتطوير البرامج في محو الأمية الإعلامية؛ الذي يعد أحد المجالات التي يمكن أن تتفوق فيها الدراسات حول الأخبار الزائفة، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات النقدية، واستعرضت الدراسة الحالية ١١٠ دراسة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- أكدت الدراسة أن ظاهرة الأخبار الزائفة ظاهرة جديدة لكن ما ساعد على ظهورها الانتخابات الأمريكية ٢٠١٦ م.
- أثبتت الدراسة إلى أن اتجاه الدول والحكومات حالياً هو تجنيد الجيوش الإلكترونية للحفاظ على الأمن السيبراني للمجتمعات من خلال برامج وخوارزميات الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار الأخبار الزائفة.

- أثبتت الدراسة أن المواد الساخرة نوع من أنواع الأخبار الزائفة التي تساعد على انتشارها على مواقع التواصل الاجتماعي، وتعد محرراً قوياً لزعزعة استقرار المجتمعات. (ممدوح عبدالله، ٢٠٢١)
- ٥. دراسة مني عيد (٢٠٢٠) بعنوان: الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها. هدفت الدراسة إلى رصد الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها، والكشف عن مضمون تكذيب الأخبار الزائفة من خلال الصفحات الرسمية للمؤسسات الأمنية، ومعرفة شكل وطبيعة تكذيب الخبر الزائف، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، معتمدة على المنهج المسحي بشقيه الميداني والتحليلي، مستخدمة استمارة الاستبيان لجمع البيانات من الجمهور، واستمارة تحليل المضمون لتحليل الأخبار الزائفة وتكذيب الخبر الزائف، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:
  - أن صحيفة اليوم السابع تأتي في الترتيب الأول بنسبة ١٣%، في نشر الأخبار الزائفة، يليها المصري اليوم، يليها في الترتيب الرابع كل من (الوفد، والوطن، فيتو) يليها الدستور بنسبة ٥.٧%.
  - أن المبحوثين لم يستطيعوا التمييز بين الأخبار الزائفة والأخبار الصحيحة على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك زاد من تأثير الجمهور بالأخبار الزائفة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي.
  - أن الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية تؤثر على اتجاهات الجمهور. (مني عيد، ٢٠٢٠)
- ٦. دراسة Melanie Freeze, et. al (٢٠٢٠) بعنوان: الادعاءات الزائفة للأخبار الزائفة والذي يتمثل في التضليل السياسي والتحذيرات الوهمية. هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير الحقيقة المشوهة على المبحوثين، كما تسعى الدراسة إلى معرفة الجهود المبذولة لمنع انتشار الأخبار الزائفة، والمعلومات الخاطئة والعواقب السلبية غير المقصودة على الذاكرة، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وتم إجراء الاستطلاع عن طريق الإنترنت بين المشاركين الأمريكيين البالغين الذين تم تجنيدهم من خلال عينة تمثيلية من مواطني الولايات المتحدة، وعدد العينة ٤٣٤ مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:
  - أن تحذيرات الأخبار الزائفة والمعلومات الخاطئة يمكن أن تضر بمصداقية المصدر وتتسبب في رفض الأشخاص للمعلومات الدقيقة والأخبار الصحيحة المرتبطة بالمصدر المشوه.

- تُمكنُ المبحوثين بعد تعرضهم لعناصر الأحداث الأصلية من معرفة الأخبار الصحيحة بنسبة ٥٩%، في حين أن الأشخاص الذين يقرعون الأخبار الزائفة، والمعلومات الخاطئة في المقالات الإخبارية يتعرفون فقط على ٤٦%.
- يمكن للأخبار الزائفة والمعلومات الخاطئة أن تجعل الناس يشعرون بمزيد من عدم اليقين بشأن ذاكرتهم. (Melanie Freeze, et. al, ٢٠٢٠)

### المحور الثاني: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات:-

١. دراسة محمد سعد (٢٠٢١) بعنوان: استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات وقت الأزمات. هدفت الدراسة إلى تعرف كيفية تزود الشباب الجامعي بالمعلومات وقت الأزمات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وأسبابها وأهدافها، ورصد طبيعة استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة، ورصد درجة ثقة الشباب المصري بالمعلومات وقت الأزمات والمعروضة على مواقع التواصل الاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية، معتمدة على منهج المسح الميداني لعينة عشوائية من طلاب قسم الإعلام جامعة دمياط وكانت ٣٠١ من الذكور والإناث، مستخدماً أداة الاستبيان في جمع البيانات، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج من أبرزها:

- أن أهم أسباب استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي التميز في سرعة نقل الأخبار والتي تعد بذلك أداة مهمة في نقل خصائص وسمات تكنولوجيا الاتصال في الفورية والآنية.
- بينت المواقف تجاه الأزمات لشغل وقت فراغهم من أهم أهداف استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المعلومات، والتي بلغت نسبتها ٤٩% بالنسبة لإجمالي الأهداف التي تناولتها الدراسة، والتي من أبرزها فهم مواقف ورؤى المتخصصين إزاء الأزمات لاتخاذ الموقف المناسب في الأزمات.
- أن مدى ثقة الشباب المصري محل الدراسة بما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من معلومات وأخبار جاء في المركز الأول ثقفتهم بما تقدمه بنسبة بلغت ٧٨.٤%، وأسباب هذه الثقة جاءت كالتالي: لأنها لا تخضع لرقابة الحكومة بنسبة ٣٨.٢%، وتلاها عرض الرأي والرأي الآخر، ولأنها تبرز الجوانب السلبية والإيجابية في الأزمات دون تحيز. (محمد سعد، ٢٠٢١)



٢. دراسة Moallem (2020) بعنوان: التحقق من الأخبار والمعلومات على وسائل التواصل الاجتماعي.

هدفت الدراسة إلى معرفة ما إذا كان الأشخاص الذين يحصلون على الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي يتحققون من صحة هذه الأخبار أم لا، وهدفت الدراسة أيضا لمعرفة نوعية الأخبار التي يفضل المبحوثون متابعتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، معتمدة على منهج المسح الميداني، مستخدمة أداة الاستبيان. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها:

- أن المشاركين يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على الاخبار خاصة حول الأخبار الرياضية والتعليم والترفيه، وكشفت الدراسة على أن المواقع الإخبارية الشهيرة التي يتم الحصول من خلالها على المعلومات والأخبار هي CNN و BBC و Fox News و MSNBC.

- أن ٨٠% من المبحوثين يفضلون الحصول على الأخبار من مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالقنوات الإخبارية، وأكد المبحوثون إن مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر نشرًا للأخبار الزائفة فجاء في المرتبة الأولى تويتر يليه فيس بوك ثم إنستجرام.

- أن المبحوثين يتابعون من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أخبار التكنولوجيا في المقدمة، تليها السياسة ثم السياسة الدولية ثم الفنون والترفيه ثم الرياضة. كشفت الدراسة أن المبحوثين يتابعون الأخبار من فيس بوك في المقدمة ثم تويتر ثم إنستجرام ثم اليوتيوب ثم لينكد إن ثم الوسائط الاجتماعية الأخرى. (Moallem A. 2020)

٣. دراسة Kaya, T (2020) بعنوان: التغييرات والتأثيرات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء جائحة COVID-10.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن التغييرات التي طرأت على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في عدة أبعاد أثناء أزمة جائحة كورونا، وتهدف الدراسة للإجابة على السؤال التالي: هل اختلفت تأثيرات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أثناء أزمة كورونا عن الأوقات العادية؟ تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، معتمده على منهج المسح الميداني، باستخدام الاستبيان الإلكتروني، وتم مليء الاستبيان عبر الإنترنت من قبل ستمائة وثمانية وستين مستخدمًا خلال فترة الإغلاق، توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- أن المبحوثين يتابعون الأخبار والمعلومات حول COVID-19 عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مما يدل على التحول نحو الوسيلة الرقمية أكثر من

الوسائل التقليدية. كما أن المبحوثين على دراية بالأخبار المزيفة، وأنهم يتابعون المصادر الرسمية للحصول على المعلومات.

- أن استخدام المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي خلال COVID-19 يختلف عن الأوقات العادية حيث أن الغرض المشترك البقاء هنا على قيد الحياة، أما قبل جائحة COVID-19، كانت معظم مشاركات وسائل التواصل الاجتماعي بمنزلة حلم أو رغبة قوية قد تسبب القلق لدى الآخرين.
  - أن الناس أثناء الوباء، يكونوا في حالة حبس ويشاركون مشاعر مماثلة ويتبعون أنماطاً سلوكية مماثلة، نظراً لوجود هدف مشترك وصراع من خلال المستخدمين، لا تتأثر الصحة النفسية سلباً. 2020 (Kaya, T.)
٤. دراسة حسام فايز (٢٠٢٠) بعنوان: اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد-١٩ وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم.

هدفت الدراسة للتعرف على درجة اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد ١٩، رصد أكثر وسائل الإعلام الجديد التي يتابع من خلالها طلاب الجامعات أخبار جائحة كورونا، التعرف على التأثيرات المعرفية والوجدانية المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام الجديد، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، معتمدة على منهج المسح الميداني مطبقة على عينة عشوائية من طلبة الجامعات الحكومية والخاصة والأزهرية قوامها (٤٥٠) طالباً وطالبة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أبرزها:

- أن نسبة ٩٩.٣% من عينة البحث تابَعوا جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام الجديد، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعي في مقدمة الوسائل التي استقوا منها معلوماتهم عنها، كما أثبتت الدراسة أنه كلما زاد متابعة طلبة الجامعات لجائحة كورونا من خلال وسائل الإعلام الجديد قل الاندماج الأكاديمي لديهم.
- تصدرت مواقع التواصل الاجتماعي مقدمة الوسائل التي استقى منها أفراد العينة معلوماتهم عن جائحة كورونا كوفيد ١٩، فيما جاءت الصحف الإلكترونية في الترتيب الأخير، وعكست النتائج إدراك طلبة الجامعات لقيمة وأهمية مصادر المعلومات التي يستقون منها معلوماتهم، وقدرتهم على التمييز فيما بينها، حيث تصدرت المواقع الإلكترونية الإخبارية ومواقع الراديو والتلفزيون التفاعلي والصحف الإلكترونية الإخبارية ومواقع الراديو والتلفزيون التفاعلي والصحف الإلكترونية ترتيب الوسائل التي يثقون فيما تقدمه من معلومات عن جائحة كورونا، ومواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الأخير.

- أثبتت الدراسة أن النسبة الأكبر من المبحوثين يرون أن أزمة كورونا كوفيد ١٩ أسهمت بدرجة (كبيرة) في زيادة متابعتهم لوسائل الإعلام الجديدة، كما جاءت التأثيرات المعرفية في مقدمة التأثيرات الناتجة عن متابعة جائحة كورونا عبر وسائل الإعلام الجديد. (حسام فايز، ٢٠٢٠)
- ٥. دراسة سارة سعيد عبدالجواد (٢٠٢٠) بعنوان: اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة فيروس كورونا، ورصد المسؤولية الاجتماعية لهذه الوسائل، بالإضافة إلى استخلاص رؤية مستقبلية في ضوء مقترحات الجمهور حول كيفية تفعيل سبل تعزيز (الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي) للوعي الجمعي حول جائحة فيروس كورونا، تنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية، معتمدة على منهج المسح، مستخدمة استمارة الاستبيان لجمع المعلومات من الجمهور، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- أثبتت الدراسة أن ارتفاع نسبة التعرض واعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية كمصدر للأخبار عبر الفضائيات المصرية مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي، وحرصها على التمسك بمبادئ المسؤولية الاجتماعية مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعي.
- رصدت الدراسة أن اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية للحصول على الأخبار المتعلقة بجائحة كورونا أكثر من اعتماده على مواقع التواصل الاجتماعي.
- أكدت الدراسة أن الفضائيات المصرية هي الأكثر تمسكًا بمبادئ المسؤولية الاجتماعية أثناء تغطيتها للأحداث المتعلقة بجائحة كورونا، في حين اعتمدت مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة على التهويل والتضخيم والتخويف أثناء تغطيتها للأحداث المتعلقة بالجائحة. (سارة سعيد عبدالجواد، ٢٠٢٠)
- ٦. دراسة الجبر، مها بنت أحمد (٢٠٢٠) بعنوان: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار، مع اسباب ذلك، وهدفت أيضا الدراسة للتعرف على الوسيلة الأكثر انتشار بين الصحفيين لاستقاء الخبر، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، معتمدة على المنهج المسحي عن طريق إجراء مقابلة مع

عدد من الإعلاميين وكتاب الرأي في وسائل إعلامية مختلفة، صحافة وتلفزيون، تقليدية وجديدة وعدادهم سبعة أشخاص.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها:

- يمكن إغفال وسائل التواصل الاجتماعي كواحد من أهم مصادر الخبر، لذا يحرص المتلقون والصحافيون على استقاء الخبر من وسائل التواصل الاجتماعي لسرعة نشر الخبر.
- أن توفر وسائل التواصل الاجتماعي في هواتف المستخدمين النقلة يسهل حصولهم على الخبر، مع إمكانية إعادة إرساله والتعليق عليه.
- أن مصادر وسائل التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مبدئيا للإعلاميين في حصولهم على الخبر، ورغم اعتماد بعض الإعلاميين على تلك الوسائل في حصولهم على الخبر إلا أن معظمهم يسعى للتأكد من موثوقية الخبر. (مها بنت أحمد، ٢٠٢٠)

التعقيب على الدراسات السابقة التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي:

- أوضحت الدراسات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدر مهم في الحصول على الأخبار حول كل قضايا المجتمع.
- بينت الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد في تكوين اتجاهات الجمهور نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري.
- أظهرت الدراسات أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدر مهم للأخبار أوقات الأزمات والكوارث والأوبئة.

عرض الإجراءات المنهجية المتبعة في الدراسات السابقة:

وبالنسبة للإجراءات المنهجية المتبعة، فالباحث قد استخدم الدراسات الوصفية مثل الدراسات السابقة، واعتمد الباحث على المنهج المسحي لدراسة الشباب الجامعي وأداة الاستبيان لجمع البيانات منهم، وكذلك استخدمت الدراسات السابقة نفس الإجراءات المنهجية التي اتبعها الباحث في دراسته:

- من حيث أدوات جمع البيانات: تم الاعتماد على أداة الاستبيان بشكل أكبر من استمارة تحليل مضمون في معظم الدراسات العربية، وأداة تحليل المضمون جاءت بشكل كبير في الدراسات الأجنبية.
- من حيث منهج الدراسة: جاءت نسبة الدراسات المسحية الميدانية هي الأكثر استخدامًا في الدراسات السابقة العربية، وتنوع المنهج في الدراسات الأجنبية ما بين المنهج شبه التجريبي والمنهج المسحي.
- من حيث مجتمع الدراسة: تنوع وتشابه المجتمع البحثي في كل من الدراسات الأجنبية والدراسات العربية فكلاهما طبق على مجتمع الشباب الجامعي، والصحفيين، والجمهور بشكل عام لقياس تأثير الأخبار الزائفة على اتجاهاتهم.

### جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:-

- ساعدت الدراسات السابقة في فهم متغيرات الدراسة وبلورة حدودها.
- ساهمت في صياغة أهداف وتساؤلات الدراسة ومعرفة سبل التحقق من تلك الأهداف باتباع خطوات منهجية خُددت من خلال الدراسات السابقة.
- كما ساعدت الدراسات السابقة الباحث في تحديد المشكلة البحثية وأدوات جمع البيانات والعينة.
- أتاحت لي تلك الدراسات عديدًا من المراجع والمصادر التي ساعدتني في فهم مشكلة الدراسة.
- ساعدت الدراسات السابقة الباحث في تفسير نتائج الدراسة بشكل أعمق من خلال مقارنة نتائج الدراسة الحالية بنتائج الدراسات السابقة.

### مشكلة الدراسة:-

- كشفت نتائج الدراسات السابقة أن الشباب الجامعي يعتمدون بشكل كبير علي موقع التواصل الاجتماعي كمصدر للحصول علي الأخبار والمعلومات حول مختلف القضايا المثارة بالمجتمع المصري، كما تحول الشباب من متلقي للأخبار والمعلومات إلى مشارك ومنتج لها.
- ونتيجةً لتلك البيئة الاتصالية انتشرت الأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي بتعدد أشكالها وأنواعها مثل الكومكسات الساخرة من القرارات الحكومية، والتعليقات المضللة علي القضايا العامة، والمحاكاة الزائفة للأخبار حول القضايا المثارة، والمعلومات المغلوطة وتشويه الحقائق وذلك بسبب أن موقع التواصل الاجتماعي تتيح لكل أطراف المجتمع نشر الأخبار ومشاركتها.
- وساهم في ذلك القصور قلة القوانين والتشريعات التي تنظم وتمنع تداول الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي مما شكل خطورة حقيقية في اعتماد الشباب الجامعي علي مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري.
- ووجد الباحث من خلال الدراسة الاستطلاعية أن الأخبار الزائفة منتشرة بكثرة على مواقع التواصل الاجتماعي، مكتشفًا أن الشباب الجامعي لا يستطيعون التمييز بين الأخبار الزائفة والأخبار الصحيحة، ووجد أن الشباب الجامعي يتفاعلون معها ويصدقونها بدون التحقق من مصدر المعلومة أو من صحة المعلومة، وانطلاقًا مما سبق وجد الباحث ضرورة دراسة تأثير التعرض للأخبار الزائفة

علي مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة في المجتمع المصري".

### أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة فيما يلي :

١. في أنها توفر المزيد من معرفة التأثيرات الناتجة من تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، وفهم الآثار المترتبة عن التعرض لتلك الأخبار الزائفة، والاعتقاد بها لذا قدمت الدراسة بحثاً ميدانياً على الشباب الجامعي لقياس التأثيرات الناتجة عن تعرضهم للأخبار الزائفة.

٢. في إرشاد الشباب الجامعي بعدم التفاعل مع الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي دون التأكد من صحة الخبر ومصدره.

٣. تحقيق المشاركة والتفاعل الاجتماعي، ولعل أبرزها توفير نظام متكامل قادر على تحقيق بيئة اجتماعية واعية للمشاركة الفعالة لمواجهة الأخبار الزائفة في المجتمع، وإن انتشار الأخبار الزائفة جاء نتيجة عدم وجود رؤية واضحة من القائمين بالاتصال، والإعلام لمواجهة الأخبار الزائفة.

### المداخل النظرية للدراسة:-

#### أولاً: نموذج التلقي والقبول :-

يعد نموذج (التلقي ، القبول ، العينة ) تطويراً لنموذج انتشار الاتجاهات السياسية *Diffusion of Political Attitudes Models* الذي وضعه كونفرس *Converse* و ماكجواير *Mcguire* في الستينيات وطوره زيللر *Zaller* على مراحل في التسعينيات.(سامي عبدالعزيز، ص.١٢٢)

وامتداداً للاتجاه الذي سلكته نظريات وضع الأجندة *Agenda Setting* والتهيئة المعرفية *Cognitive Priming* ، و وضع الإطار *Framing* ، كما يتكون نموذج من خطوتين تلقي " استقبال " من خلال جذب الانتباه والفهم ، ثم القبول " التبني " ، ويعبر ماكجواير عن طريق تشكيل الاتجاه من خلال معادلة وهي أن ( احتمال التغيير في الرأي = احتمال الاستقبال الفعال للرسالة X احتمال قبول الرسالة (محمد مصطفى رفعت ، ٢٠١٧، ص.٥١)

متغيرات النموذج:-

فقد تحول هذا النموذج من نموذج لتشكيل الاتجاهات على المستوى الفردي إلى نموذج لتشكيل اتجاهات الرأي العام على المستوى الجمعي بفضل الإضافات التي قدمها نموذج زيللر على نموذج ماكجواير *Liu, Cheng-Shan Frank* (2005, p.18)

فقد تناول هذا النموذج أهمية خطاب الصفوة في تشكيل الرأي العام ، ودور البيئة المعلوماتية في بلورة هذا الرأي ، كما تناول بعض الظواهر المرتبطة

بالرأي العام، ومنها العلاقة بين السمات الشخصية، والقابلة للاقتناع ، كما أنه يتعامل مع الاتجاهات الفردية بصفة خاصة بوصفها اعتبارات متاحة في ذاكرة الأفراد ، وتحكم هذا النموذج مجموعة من المتغيرات: (عبدالله عبد الوهاب، ٢٠١٧ ، ص٣٨)

\* المتغيرات الأساسية، وتشمل (التلقي والقبول) (Zaller, John K 1992 , p585)

\* المتغيرات الخاصة بالفرد، والتي تضم الوعي السياسي والتوجهات السياسية للفرد .

\* السمات الشخصية ( مدى التقدير للذات – الميل للجدل).

\* المتغيرات الديمغرافية.

\* المتغيرات الخاصة بالرسالة الإعلامية كحجم التغطية التي تحظى بها الرسالة في وسائل الإعلام المختلفة ، ومألوفة القضية أي مدى معرفة

الجمهور بالقضية التي تتناولها وسائل الإعلام. (عبدالله عبد الوهاب، ٢٠١٧) ويحدد التفاعل بين العناصر، والمتغيرات السابقة مزيج الاعتبارات ، والذي يتكون في ذاكرة الأفراد، كما تحدها الاعتبارات المتاحة في مقدمة أذهان الأفراد وقت إجراء الاستقصاء، والإجابات التي يدلون، بها والتي تعبر عن اتجاهاتهم. (سامى عبد العزيز، ص١٢٢) فروض النموذج:

يقوم نموذج زيلر على مجموعة من الافتراضات حول كيفية اكتساب الأفراد للمعلومات، وتحويلها إلى إجابات تعبر عن اتجاهاتهم، وهو يضع في سبيل ذلك ثلاث خطوات رئيسية تتمثل في (تلقى الفرد للمعلومات، ثم قبوله لها أو رفضها، ثم اعتماده عليها لتكوين حكم أو اتجاه)، وبذلك يتشكل الاتجاه بأبعاده الثلاثية: " المعرفية ، والوجدانية ، والسلوكية " ، ويكون مرتبطاً بهذه المعلومات التي تلقاها، كما يفترض النموذج أن الأفراد يتخذون قراراتهم اعتماداً على عينة عشوائية من الاعتبارات المرتبطة بالقضية. (شيماء ذو الفقار، ٢٠٠٤، ص٥٦)

المفاهيم الأساسية للنموذج:- (محمد مصطفى رفعت، ٢٠١٧، ص ٥٢-٥٣)

الاعتبارات **Consideration** : ويقصد بها الأسباب والمبررات التي يحكم بها الفرد على الموضوع أو القضية.

الرسائل الإقناعية **Persuasive Messages** : وهي الرسائل التي تتضمن البراهين المنطقية، أو العاطفية، والتي تدفع لوجهة نظر معينة.

الرسائل المفتاحية **Messages Cueing**: وهي المعلومات السياقية المتضمنة في أحاديث الصقوة.

الرسائل المجتمعية **Message Community** : وهي المعلومات التي يقدمها السياق المجتمعي للفرد ، ومدى تأثير الجماعات المرجعية عليه ، ويزداد تأثير

هذه الرسائل كلما زادت مصداقية هذه الجماعات لدى الفرد ، وكلما اتفقوا معه في اهتماماته المشتركة.

الرسائل الحزبية **Partisan Messages**: وهي الرسائل التي تقدمها الأحزاب، والجماعات السياسية للتأثير على اتجاهات الرأي العام، ولتبني مواقف سياسية معينة تجاه مرشح الحزب، أو قضية سياسية ما.

الرسائل المسيطرة : وهي الرسائل الأكثر كثافة، وانتشارًا عبر الإعلام، أما الرسائل الأقل كثافة يطلق عليها الرسائل المضادة **Countervailing Messages** ، وافترض النموذج هنا كلما زادت معرفة الفرد زاد تعرضه للرسائل المضادة ، وازدادت قدرته على تنفيذ، ومقاومة الرسائل المسيطرة .

بيئة المعلومات **Information Environment** : ويشير زيللر إلى مصطلح المعلومات بأنها المعلومات المقدمة بالأخبار، والتغطيات والتعليقات، وهنا تأتي سمة التفاعلية التي تتميز بها مواقع التواصل الاجتماعي كبيئة تفاعلية لتداول المعلومات، والأخبار، ومشاركتها بين المستخدمين.

إمكانية الاسترجاع " الموصولية " **Accessibility** : ويقصد بها الآراء، والتوجهات التي يمكن استرجاعها بسهولة نظراً لوجودها في الذاكرة طويلة المدى، فهي متاحة بسهولة من خلال الأبنية المعرفية للفرد وأيديولوجياته التي يتبناها، ومن ثم يتم استرجاعهم بسهولة .  
تطبيق هذا النموذج في الدراسة الحالية :-

يتكون لدى الأفراد اتجاهات في كل شيء يحيط بهم، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي بما تقدمه من مضامين مختلفة إحدى العوامل التي تؤدي دورًا كبيرًا في تكوين اتجاهات الأفراد نحو الموضوعات، والقضايا المختلفة، لذلك استعان الباحث بنموذج التلقي الذي يتعامل مع الاتجاهات الفردية بصفة خاصة في تكوين الاتجاه ويتضح ذلك من خلال الآتي:-

- معرفة اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي .
- معرفة اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري .
- التعرف على العلاقة بين المتغيرات الديمغرافية للشباب الجامعي، وبين اتجاهات الشباب الجامعي نحو الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري.

#### أهداف الدراسة:-

يتمثل الهدف الرئيس للدراسة في التعرف على الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا



المثارة بالمجتمع المصري، وينبثق من الهدف الرئيس مجموعة من الأهداف الفرعية وهي:

1. التعرف علي تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على تفاعل الشباب الجامعي مع الأخبار الزائفة وأساليب التعامل معها.
3. تحديد تأثير الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة على اتجاهات الشباب الجامعي وطرق مكافحتها.

### تساؤلات الدراسة:-

تسعي هذه الدراسة للإجابة على التساؤل الرئيس وهو ما علاقة الأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي بتشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري؟  
ومن خلال هذا التساؤل الرئيس تنبثق عدة تساؤلات فرعية وهي:

1. ما معدل تعر الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي للأخبار الزائفة؟
2. ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تنتشر عبرها الأخبار الزائفة؟
3. ما أسباب انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟
4. ما نوعية القضايا المثارة الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين؟
5. كيف تؤثر الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي علي آراء واتجاهات الشباب الجامعي تجاه القضايا المثارة؟

### فروض الدراسة:-

الفرض الاول: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي والأضرار التي تنتج عنها.  
الفرض الثاني: فروق ذات دلالة إحصائية بين تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري وفقاً للعوامل الديمغرافية.

### الإجراءات المنهجية للدراسة:-

#### نوع الدراسة :-

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم برصد الواقع والاحداث والظواهر ولا تقف عند هذا الحد ، فتقوم بتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول لاستنتاجات مفيدة لتصحيح الواقع وتطوره ، وقد لا تتوقف الدراسات

الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها .  
**منهج الدراسة :-**

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، حيث إن المنهج المسحي هو محاولة لوصف أو توضيح المواقف والاتجاهات ، وشرح ماهو موجود منها حالياً في الظاهرة موضع الدراسة ، حيث يتيح دراسة العلاقة بين متغيرين او أكثر وذلك من أجل اختيار فروض الدراسة والإجابة على التساؤلات.

**مجتمع وعينة الدراسة :-**

ويتمثل مجتمع الدراسة في مواقع التواصل الاجتماعي، طبقت الدراسة على عينة عمدية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي قوامها (٤٠٠) مفردة من شباب الجامعات المصرية، حيث تم سحب ١٠٠ مفردة بالتساوي من الجامعات التالية: (جامعة القاهرة، جامعة المنصورة، جامعة سوهاج، وجامعة فاروس).

• جدول (١)

خصائص عينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الديمغرافية.

المتغيرات	الفئة	ك	%
النوع	ذكر	149	37.3
	أنثى	251	62.7
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
المستوي التعليمي	الفرقة الأولى	38	9.5
	الفرقة الثانية	83	20.8
	الفرقة الثالثة	146	36.5
	الفرقة الرابعة	89	22.3
	الفرقة الخامسة	30	7.5
	الفرقة السادسة	14	3.5
	الإجمالي	400	١٠٠
التخصص العلمي	نظري	207	51.7
	علمي	193	48.3
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
النطاق الجغرافي	ريف	198	49.5
	حضر	202	50.5
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
عدد سنوات الخبرة في التعامل	أقل من سنة	13	3.3
	من سنة : ٣ سنوات	67	16.8
	من ٣ سنوات : ٥	78	19.5

## تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي

المتغيرات	الفئة	ك	%
مع مواقع التواصل الاجتماعي	سنوات		
	من خمس سنوات فأكثر	242	60.5
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

### أدوات جمع البيانات:-

تم استخدام استمارة استبيان إلكتروني لمعرفة مدي تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة مدي تأثير هذه الأخبار على اتجاهاتهم نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وتم توزيع الاستبيان إلي طلاب الجامعات الآتية: جامعة سوهاج، جامعة المنصورة، جامعة القاهرة، وجامعة فاروس بالإسكندرية.

### المفاهيم النظرية والمفاهيم الإجرائية:-

المفهوم النظري للأخبار الزائفة:

الأخبار الزائفة "هي قصة تستهدف وصف الأحداث في العالم الواقعي من خلال محاكاة تقارير وسائل الإعلام التقليدي، ولكن يكون مقدموها على علم بخطأ ما تتضمنه المعلومات المنشورة، ويكون نشرها لهدفين؛ يتحدد الهدف الأول منهما في تحقيق انتشارها على نطاق واسع، في حين يتحدد الهدف الثاني في خداع بعض المستخدمين". (Rini, 2017,p.45)

المفهوم الإجرائي للباحث للأخبار الزائفة:

الأخبار الزائفة هي أخبار غير موثوقة المصدر ذات معلومات مزيفة وحقائق مضللة منتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي يعتمد عليها الشباب الجامعي في تشكيل اتجاهاته وآرئه نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري.

### المفهوم النظري لمواقع التواصل الاجتماعي:

مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت العالمية، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، جمعهم الاهتمام أو الانتماء لبلد معين او مدرسة أو فئة معينة، في نظام عالمي لنقل المعلومات والمعارف، وهي كذلك مجموعة من الشبكات العالمية، المتصلة بملايين الأجهزة حول العالم، لتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة، والتي تنقل المعلومات الهائلة بسرعة فائقة بين دول العالم المختلفة وتتضمن معلومات دائمة التطور (راضي زاهر، ٢٠٠٣، ص.٢٣)

مواقع التواصل الاجتماعي هي المنصات الاجتماعية التي يتداول الشباب الجامعي من خلالها المعلومات والأفكار والآراء عن البيئة المحيطة، كما أنها وسيلة للتعبير عن الآراء والأفكار ووجهات النظر المختلفة والتواصل مع

الآخرين وهي مواقع مثل ( الفيس بوك\_ اليوتيوب\_ تويتر\_ إنستجرام) (مختار التهامي، ٢٠٠٠، ص. ١٨)

المفهوم الإجرائي للباحث لمواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي هي المنصات الاجتماعية التي يتم تداول الأخبار والمعلومات عبرها ويتفاعل الشباب معها ومن خلالها تتشكل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري. المفهوم النظري للشباب:

في اللغة: الشاب اسم فاعل من شب وهي الحداثة والفتوة، والشباب هو إدراك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة (عمر، ٢٠٠٨، ص. ١١٥٧). اصطلاحاً: الشباب مجموعة من الاعتبارات ترتبط باكتمال نمو البناء الوظيفي للمكونات الأساسية لجسم الإنسان حيث يكتمل نضجه العضوي والعقلي والنفسي (معاذ أحمد، ٢٠١٤، ص. ٢٩).

المفهوم الإجرائي للباحث للشباب:

هي فئة عمرية يتراوح أعمارهم من سن ١٩ : ٢٧ سنة، وهم من المرحلة الأولى في الجامعة للمرحلة السابعة وتشمل الكليات النظرية والعملية. المفهوم النظري للاتجاهات:

هو ميل إلى حد كبير للاستجابة بطريقة متسقة لبعض الأشياء والمواقف أو الأفراد، وتتضمن الاتجاهات مجموعة من المشاعر والعواطف موجّهة لأهداف معينة (محمد يوسف، ٢٠١٥، ص. ٧٩).

كما تعرف بأنها توجه ثابت أو تنظيم مستقر للعمليات المعرفية أو الانفعالية والسلوكية، كما أنها مفهوم يعبر عن نسق لمشاعر الفرد ومعارفة (مأمون طربية، ٢٠١٤، ص. ٨٧).

المفهوم الإجرائي للباحث للاتجاهات:

هو استعداد الأفراد لتقبل أو رفض الأخبار الزائفة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وذلك من خلال مكونات الاتجاه الثلاثة هي: (المكون المعرفي، والمكون الوجداني، المكون السلوكي).

إجراءات الثبات والصدق:

أولاً: إجراءات الصدق

تستخدم الدراسة الحالية أسلوب الصدق الظاهري **face validity**، وهو الذي يعبر عن اتفاق المحكمين أو المبحوثين على أن القياس، أو الأداة صالحة فعلاً لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله، ويطلق عليه الصدق الظاهري، وذلك بسبب أنه يقوم على رؤية المحكمين للصلاحيّة بوجه عام، وقد يتفق المحكمون، أو يختلفون في بعض الجوانب الخاصة بالمحتوي أو البناء على علاقته بالهدف من القياس (عبدالحמיד، ٢٠٠٤، ص. ٤٣).

تم عرض الاستمارة على عدد من الأساتذة والخبراء\* في الإعلام لمراجعة الاستبيان وتقييمه ووضع الملاحظات العلمية حوله، لمعرفة مدى صدق الاستمارة، ومدى ملائمة الأسئلة للوصول للأهداف المطلوب تحقيقها، ومدى اتساق الأسئلة مع الفروض والأهداف، ومدى خلو الاستمارة من الأخطاء، وبعد التحكيم جمع الباحث الاستمارة من الخبراء، وقد أخذ الباحث بتوجيهات المحكمين شكلاً ومضموناً بما يلانم أهداف الدراسة وتساؤلاتها

- \* أ.د أميمة عمران، أستاذة الصحافة، بكلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة أسيوط.
- \* أ.د نجوي كامل أستاذة الصحافة، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة
- \* أ. د محرز غالي، أستاذة الصحافة المساعد، بكلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- \* أ.م.د سحر وهبي أستاذة الصحافة المساعد، بكلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة سوهاج
- \* أ.م.د عبدالباست شاهين، أستاذة العلاقات العامة المساعد، بكلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة سوهاج.
- \* د. رهام فاروق، مدرس العلاقات العامة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة سوهاج
- \* د. إبراهيم عمارة، مدرس الصحافة، بكلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة طنطا

### ثانياً: إجراء الثبات لاستمارة الاستبيان الميدانية:-

معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficienز

جدول رقم(٢) يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المجال	معامل ألفا كرونباخ
معامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبانة	.858

تشير بيانات الجدول رقم (٢) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة، حيث جاءت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبانة (٠.858) وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع، وتكون الاستبانة في صورتها النهائية قابلة للتطبيق، وبذلك يكون الباحث قد تأكدت من صدق وثبات استبانة الدراسة مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيها لتحليل النتائج والإجابة على أسئلة الدراسة.

نتائج الدراسة

جدول رقم (٣)  
التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	ك	%	ت
دائما	75	18.8	٢
أحيانا	288	72.0	١
نادرا	37	9.2	٣
المجموع	400	100.0	

التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل...



■ دائما  
■ أحيانا

شكل رقم (١) التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي تشير بيانات الجدول والشكل السابق إلى أن مدى تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي جاء كالتالي: في المرتبة الأولى أحيانا بنسبة ٧٢%، وفي المرتبة الثانية دائما بنسبة ١٨.٨%، وفي المرتبة الثالثة نادرا بنسبة ٩.٢%.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة Allcott & Gentzkow (٢٠١٧) والتي أشارت إلى أن ٤١.٨% من الأخبار الزائفة تأتي من وسائل التواصل الاجتماعي. كما تتفق مع دراسة Dani Madrid-Morales (٢٠١٩) والتي أشارت إلى أن ٩٠% من الكينيين، و٩٣% من النيجيريين، و٧٦% من جنوب أفريقيا يعتقدون أنهم يتعرضون لأخبار زائفة على أساس منتظم إلى حد ما. وتعكس هذه النتيجة أن التدفق الهائل للمعلومات والأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري؛ بسبب أن مواقع التواصل مجال مفتوح غير مقيد، وكذلك مجانية تلك المنصات وضعف الرقابة عليها، وغياب التفكير الناقد والوعي الإعلامي في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل سليم، وكذلك تحول المواطنين إلى صحفيين ينشرون الأخبار التي تدعم معتقداتهم وأفكارهم واتجاهاتهم بغض النظر عن مصداقية أو زيف تلك الأخبار.

جدول رقم (٤)

أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض من خلالها للأخبار الزائفة حول الأحداث والقضايا المثارة علمًا بأن ن (٤٠٠)

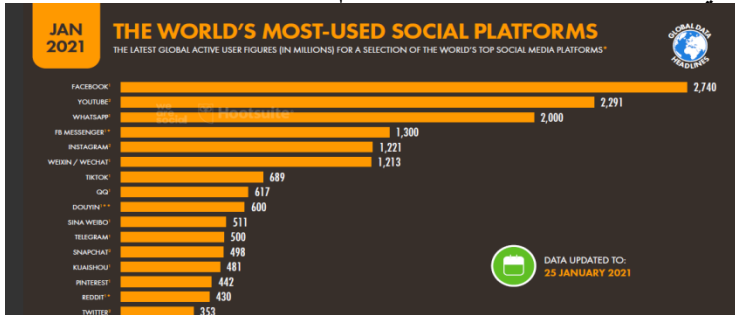
العبارة	ك	%	ت
فيس بوك	372	93	١
تويتر	54	13.5	٣
إنستجرام	47	11.8	٥
يوتيوب	145	36.3	٢
تليجرام	15	3.8	٦
واتس اب	50	12.5	٤
سناپ شات	12	3	٧

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي تتعرض من خلالها للأخبار الزائفة حول الأحداث والقضايا المثارة جاءت كالتالي: في المرتبة الأولى فيس بوك بنسبة ٩٣%، وفي المرتبة الثانية يوتيوب بنسبة ٣٦.٢% وفي المرتبة الثالثة تويتر بنسبة ١٣.٥%، وفي المرتبة الرابعة واتساب بنسبة ١٢.٥%، وفي المرتبة الخامسة إنستجرام بنسبة ١١.٨%، وفي المرتبة السادسة تليجرام بنسبة ٣.٨%، وفي المرتبة الأخيرة سناپ شات بنسبة ٣%.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أحمد حسن (٢٠١٨) والتي أكدت أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي توفر معلومات وأخبارًا حول قضايا العنف الأسرى جاء في الترتيب الأول الفيس بوك بنسبة ٨٠.٣%.

كما أظهرت دراسة Jesse Holcomb (٢٠١٣) أن ما يقرب من نصف مستخدمي الفيس بوك وتويتر يعتمدون على تلك المواقع في الحصول على الأخبار.

وتعكس هذه النتيجة أن الفيس بوك هو أكثر المواقع استخدامًا من قبل الشباب الجامعي وهذا ما أثبتته معظم الدراسات، وبناء على ما سبق فكلما زاد استخدام الشباب الجامعي للفيس بوك زاد معدل تعرضهم للأخبار الزائفة.



صورة رقم (١) آخر إحصائية عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقا لمؤسسة "هوت سويت" الكندية . (اليوم السابع، ٢٠٢١).

## ما أكثر الصحف والمواقع والصفحات الإخبارية التي تعرض لك أخبارًا زائفة؟

أظهرت النتائج أن اليوم السابع، الوطن، الدستور، والجزيرة هي أكثر المواقع والصفحات الإخبارية نشرًا للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال صفحاتهم الإخبارية والرسمية على موقع فيس بوك، كما ذكروا المبحوثون أن هناك صفحات إخبارية على موقع الفيس بوك غير موثقة تساعد وتساهم في نشر الأخبار الزائفة، بهدف زيادة عدد متابعيها وذلك بسبب غياب الرقابة، وإمكانية النشر لتلك الصفحات غير محددة أو مقيدة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة منى عيد (٢٠٢٠) والتي أظهرت أن اليوم السابع هو أكثر المواقع نشرًا للأخبار الزائفة.

وتعكس هذه النتيجة أن المواقع الإخبارية تساهم كذلك في نشر الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري، كما أن تلك الصفحات والمواقع تهدف إلى زيادة عدد المتابعين حتى لو بنشر أخبار زائفة وأخبار مثيرة غير دقيقة.

### جدول رقم (٥)

مشاركة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي ثم اكتشاف زيفها

العبارة	ك	%	ت
نعم	133	33.3	٢
لا	267	66.7	١
المجموع	400	100	

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن مشاركة الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي ثم اكتشفت أنه خبر زائف جاء كالتالي: في المرتبة الأولى لا بنسبة ٦٦.٧%، ونعم بنسبة ٣٣.٣%.

يفسر الباحث هذه النتيجة إن غالبية الشباب لا ينشرون الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي في حالة معرفتهم المسبقة بأن هذا الخبر زائف؛ ولكن ينشرونه نتيجة لثقتهم الكاملة بأن الخبر صحيح وغير زائف.

### جدول رقم (٦)

التمييز بين الأخبار الزائفة والصحيحة على مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	ك	%	ت
نعم	121	30.3	٢
أحياناً	254	63.5	١
لا	25	6.2	٣
المجموع	400	100.0	



### التمييز بين الأخبار الزائفة والصحيحة علي مواقع التواصل الاجتماعي



شكل رقم (٢) التمييز بين الأخبار الزائفة والصحيحة علي مواقع التواصل الاجتماعي.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن التمييز بين الأخبار الزائفة والصحيحة علي مواقع التواصل الاجتماعي جاءت كالتالي: في المرتبة الأولى أحيانا بنسبة ٦٣.٥، يليها في المرتبة الثانية نعم بنسبة ٣٠.٣%، ثم في المرتبة الثالثة لا بنسبة ٦.٢%.

تختلف هذه النتيجة مع دراسة مني عيد (٢٠٢٠) حيث جاءت في المرتبة الأولى (لا) بنسبة ٤٦.٢% وأحيانا بنسبة ٤٣.٦%، ودائما بنسبة ١٠.٢%.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة Pew Research Center for the People (٢٠١٨) والتي أوضحت أن الأميركيين كانوا عموماً واثقين من قدرتهم على تحديد الأخبار المزيفة، فقال ٣٩٪ من المشاركين أنهم واثقون جداً، في حين أن ٤٥٪ واثقين إلى حد ما وكان ٩٪ فقط لم يكن واثقاً، و ٦٪ لم يكن واثقاً على الإطلاق.

ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن عدم قدرة المبحوثين على تحديد الأخبار الزائفة من الأخبار الصحيحة قد يرجع لغياب التفكير الناقد، وقلة الوعي الإعلامي بطبيعة صناعة الأخبار علي مواقع التواصل الاجتماعي، وعدم القدرة على التمييز بين الصفحات الرسمية للحكومة والصفحات غير الرسمية التي تهتم بالتريند وزيادة المتابعين حتى لو كان ذلك بنشر أخبار زائفة، إضافة إلى مساعدة الروبوتات الاجتماعية في نشر الأخبار الزائفة بسرعة فائقة، وبشكل واسع علي مواقع التواصل الاجتماعي مما يزيد من مصداقية تلك الأخبار.

جدول رقم (٧)

أسباب انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري

ت	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
١	٤١	.500	1.23	3.8	15	15.0	60	٢81.	325	انخفاض نسبة الوعي لدى الجمهور بخطورة تداول الأخبار المثيرة دون التأكد من صحتها
٤	٤٦.٧	.625	1.40	7.5	30	٧24.	99	67.8	271	ضعف دور الإعلام الرسمي في توضيح الحقائق كاملة
٥	٤٧.٠٠	.631	1.41	7.8	31	25.5	102	66.8	267	العقوبات غير رادعة في حال اكتشاف الأخبار الزائفة
٧	٤٨.٣	.643	1.45	8.3	33	28.5	114	63.1	253	نقص المعلومات الصحيحة وعدم تداولها
٧	٤٨.٣	.662	1.45	9.5	38	25.5	102	65.0	260	تأخير إصدار البيانات تجاه الأحداث أو الموضوعات المثارة
٣	٤٦.٣	.632	1.39	8.0	32	23.5	94	68.5	274	عدم وجود قوانين صارمة لتنفيذ عقوبات على متداولي الأخبار الزائفة
٨	٥٣.٧	.790	1.61	٢19.	77	22.8	91	58.0	232	الرغبة في نشر الخبر كوسيلة لحب الظهور
٦	٤٧.٧	.656	1.43	٢9.	37	24.3	97	66.5	266	ضعف الرقابة الدائمة لمواقع التواصل الاجتماعي وما ينشر أو يتداول فيها
٧	٤٨.٣	.662	1.45	9.5	38	٢26.	105	64.3	257	عدم التزام المسؤولين بعرض الحقائق موثقة
٦	٤٧.٧	.649	1.43	8.8	35	25.8	103	65.5	262	عدم الإفصاح عن الحقائق أول بأول
٢	٤٣	.556	1.29	٢5.	21	18.0	72	76.8	307	سهولة تداول الأخبار بين المستخدمين
٩	٥٥.٣	.779	1.66	19.0	76	27.8	111	٢53.	213	عدم قدرة وسائل الإعلام على تغطية كل الأحداث
٣	٤٦.٣	.598	1.39	6.0	24	26.5	106	67.5	270	كثرة المشكلات في المجتمع
وقد بلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل 1.42 عند انحراف معياري 357. والاتجاه العام للمقياس اتجاه قوي " موافق "										

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أسباب انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري حيث جاءت كالتالي: ففي الترتيب الأول انخفاض نسبة الوعي لدى الجمهور بخطورة تداول الأخبار المثيرة دون التأكد من صحتها بوسط حسابي 1.23، وانحراف معياري 500. ، عند وزن نسبي ٤١، يليها في الترتيب الثاني سهولة تداول الأخبار بين المستخدمين، بوسط حسابي 1.29 وانحراف معياري 556، عند وزن نسبي ٤٣، يليها في الترتيب الثالث كل من كثرة المشكلات في المجتمع و عدم وجود قوانين صارمة لتنفيذ عقوبات على متداولي الأخبار الزائفة، بوسط حسابي 1.39، وانحراف معياري 598، عند وزن نسبي ٤٦.٣، يليها في الترتيب الرابع ضعف دور الإعلام الرسمي في توضيح الحقائق كاملة، بوسط حسابي 1.40، وانحراف معياري 625، عند وزن نسبي ٤٦.٧، يليها في الترتيب الخامس العقوبات غير رادعة في حال اكتشاف الأخبار الزائفة، بوسط حسابي 1.41، وانحراف معياري 631، عند وزن نسبي ٤٧.٠٠، يليها في الترتيب السادس كل من عدم الإفصاح عن الحقائق أول بأول، ضعف الرقابة الدائمة لمواقع التواصل الاجتماعي وما ينشر أو يتداول فيها، بوسط حسابي 1.43، وانحراف معياري 649. ، عند وزن نسبي ٤٧.٧، يليها في الترتيب السابعة الرغبة في نشر الخبر كوسيلة لحب الظهور، بوسط حسابي 1.61، وانحراف معياري 790، عند وزن نسبي ٥٣.٧، يليها في الترتيب الثامنة عدم قدرة وسائل الإعلام على تغطية كل الأحداث، بوسط حسابي 1.66، وانحراف معياري 779، عند وزن نسبي ٥٥.٣.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة Gabelkov, M., et al., 2016 والتي تشير إلى أن السبب الرئيس في انتشار الأخبار الزائفة هي أن معظم المستخدمين لا يقرأون ما وراء عنوان الخبر.

اختلفت هذه النتيجة مع دراسة (L.Guo & C.Vargo, 2018) والتي تشير إلى أن الشبكات الاجتماعية لا تعد المسؤول الأوحد عن انتشار الأخبار الزائفة ولكن المشكلة تكمن في أن وسائل الاتصال التي تحظى بمصداقية مرتفعة تنقل هذا المحتوى كذلك من الشبكات الاجتماعية بدون التحقق منه.

ويرى الباحث أن عدم وجود العنصر الرقابي على مواقع التواصل الاجتماعي يساهم في نشر الأخبار الزائفة، وبالتالي فإن انفتاح شبكات التواصل الاجتماعي لنشر أية أخبار بدون عواقب واضحة وعقوبات محددة لمثيري وناشري الأخبار الزائفة يجعل من مواقع التواصل الاجتماعي بيئة خصبة لنشر تلك الأخبار، وأيضا ضعف التغطيات الرسمية للقضايا المثارة بالمجتمع المصري، وعدم الإفصاح عن الحقائق أول بأول من قبل المسؤولين يساهم في نشر الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري.

جدول (٨)  
متابعة صفحات ومواقع تصحح الأخبار الزائفة

العبارة	ك	%	ت
نعم	137	34.2	٢
لا	263	65.8	١
المجموع	400	100	

تشير بيانات الجدول السابق إلى متابعة صفحات ومواقع تصحح الأخبار الزائفة حيث جاءت كالتالي ففي المرتبة الأولى (لا) بنسبة ٦٥.٨% يليها في المرتبة الثانية (نعم) بنسبة ٣٤.٢%.

ويرى الباحث أن عدم قدرة المبحوثين على التمييز بين الأخبار الزائفة والصحيحة أحد أسبابها هو وعدم متابعة الصفحات الرسمية للدولة التي تعمل على تكذيب الأخبار الزائفة وهذا ما أثبتته الجدول رقم (٨).

وهل تتذكر بعض من الأخبار التي تم تصحيحها من المواقع والصفحات التي تكذب الأخبار الزائفة؟

بينت النتائج تنوع الأخبار الزائفة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تم تكذيبها من المواقع والصفحات التي تقوم بتكذيب الأخبار الزائفة، وأظهرت النتائج بعض الموضوعات الإخبارية التي يتذكر المبحوثون تكذيبها، مثل: انهيار وتصعد سد النهضة، وتأجيل الامتحانات، وأخبار متنوعة حول جائحة كورونا، وموت عادل إمام.

ويرى الباحث أن الأخبار الزائفة تنتشر بكثرة حول الأزمات والقضايا الغامضة وهذا يؤكد أن هناك علاقة طردية بين انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي

تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (٩)

التفاعل مع الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري

ت	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
٥	٤٧	.691	1.41	11.8	47	17.2	69	71.0	284	أقرأ الخبر فقط
١٥	٩٣.٧	.491	2.81	85.0	340	10.8	43	٢4.	17	أقوم بإعادة نشرها حتى ولو كانت غير صحيحة
٧	٥٦.٣	.700	1.69	٧13.	55	41.5	166	44.8	179	أبحث عن استفسارات من العائلة والأصدقاء
٩	٦٢	.828	1.86	28.0	112	29.5	118	42.5	170	البحث عن الشخص الناشر والتأكد من صحة الخبر
٤	٤٦	.629	1.38	8.0	32	21.5	86	70.5	282	البحث عن معلومات ذات صلة على محركات البحث
١٣	٩٠	.616	2.70	78.8	315	٧12.	51	8.5	34	أقوم بإعادة نشر الأخبار المثيرة من باب التسلية
١٠	٦٣	.766	1.89	٢24.	97	40.3	161	35.5	142	أطلب من مستخدمي مواقع التواصل تجاهل المنشور وعدم المشاركة
١٤	٩١	.588	2.73	81.0	324	11.5	46	7.5	30	أعيد نشر الأخبار المثيرة لكي يكون لي السبق في نشرها
١٢	٧٣.٣	.755	2.20	40.3	161	39.2	157	20.5	82	التواصل مع منتج الأخبار الزائفة وأطلب منه حذفها
١	٤٢.٧	.552	1.28	٢5.	21	17.0	68	77.8	311	أحاول التأكد من الأخبار من مصدر موثوق منه
٨	٥٩	.784	1.77	21.7	87	33.3	133	45.0	180	أكتب ردودًا وتعليقات تبين تزيف الخبر حين تتأكد من ذلك
٢	٤٥.٣	.622	1.36	٧7.	31	20.8	83	71.5	286	أشعر بالخطر حول الأخبار التي أشاركها
٦	٤٨	.680	1.44	٧10.	43	22.5	90	66.8	267	أسلم بصحة الأخبار إذا أكدتها وسائل الإعلام الرسمية
١١	٦٨	.770	2.04	31.8	127	٧40.	163	27.5	110	استخدم برامج فحص الحقائق لتقييم دقة الخبر الذي يتم تداوله على مواقع التواصل الاجتماعي
٣	٤٥.٧	.628	1.37	8.0	32	21.0	84	71.0	284	أمتنع عن المشاركة أو الإعجاب بالخبر
وقد بلغ الوسط الحسابي للمقياس ككل 1.86 عند انحراف معياري 290. والاتجاه العام للمقياس اتجاه متوسط (اتجاه محايد)										

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن طرق التفاعل مع الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع جاءت كالتالي، ففي المرتبة الأولى أحاول التأكد من الأخبار من مصدر موثوق منه بوسط حسابي 1.28 وانحراف معياري 552. عند وزن نسبي ٤٢.٧، تعكس هذه النتيجة كذلك عدم ثقة المبحوثين في الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بتحققهم من المصادر الموثوقة المتاحة لديهم، يليها في المرتبة الثانية أشعر بالحدر حول الأخبار التي أشاركها، بوسط حسابي 1.36، وانحراف معياري 622. عند وزن نسبي ٤٥.٣، تعكس هذه النتيجة عدم ثقة المبحوثين في الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي، يليها في المرتبة الثالثة امتنع عن المشاركة أو الإعجاب بالخبر، بوسط حسابي 1.37 وانحراف معياري 628. عند وزن نسبي ٤٥.٧، عدم التفاعل ومشاركة الأخبار الزائفة المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري، يدل على زيادة وعيهم ويؤكد دورهم الإيجابي في عدم نشر تلك الأخبار، يليها في المرتبة الرابعة البحث عن معلومات ذات صلة على محركات البحث، بوسط حسابي 1.38، وانحراف معياري 629. ووزن نسبي ٤٦، تعكس هذه النتيجة زيادة وعي الشباب الجامعي إزاء التفاعل مع الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وذلك من خلال البحث عن الخبر المنشور على محركات البحث قبل التفاعل معه وتصديقه، يليها في المرتبة الخامسة أقرأ الخبر فقط بوسط حسابي 1.41 وانحراف معياري 691. عند وزن نسبي ٤٧، تعكس هذه النتيجة عدم التفاعل مع الأخبار الزائفة المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري من قبل الشباب الجامعي، يليها في المرتبة السادسة أسلم بصحة الأخبار إذا أكدتها وسائل الإعلام الرسمية، بوسط حسابي 1.44 وانحراف معياري 680. عند وزن نسبي ٤٨، تعكس هذه النتيجة تصديق المبحوثين للأخبار المنشورة عبر الإعلام الرسمي للدولة، يليها في المرتبة السابعة أبحث عن استفسارات من العائلة والأصدقاء بوسط حسابي 1.69، وانحراف معياري 700. عند وزن نسبي ٥٦.٣، تعكس هذه النتيجة رغبة المبحوثين لمعرفة صحة الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري ويثبت هذا دورهم الإيجابي إزاء الأخبار قبل نشرها، والتفاعل معها، يليها في المرتبة الثامنة أكتب ردود وتعليقات تبين تزيف الخبر حين تتأكد من ذلك، بوسط حسابي 1.77، وانحراف معياري 784. عند وزن نسبي ٥٩، تعكس هذه النتيجة رغبة المبحوثين في تكذيب الأخبار الزائفة المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري من خلال التعليقات التي توضح زيف الخبر وهذا يعكس دورهم الإيجابي في مكافحة الأخبار الزائفة يليها في المرتبة التاسعة البحث عن الشخص الناشر والتأكد من صحة الخبر، بوسط حسابي

1.86 وانحراف معياري 828، وعند وزن نسبي ٦٢، تعكس هذه النتيجة دور الشباب الجامعي في عدم نشر الأخبار الزائفة حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري وذلك بالتحقق من الخبر بالبحث عن المصدر، يليها في المرتبة العاشرة أطلب من مستخدمي مواقع التواصل تجاهل المنشور وعدم المشاركة، بوسط حسابي 1.89، وانحراف معياري 766، عند وزن نسبي ٦٣، وتعكس هذه النتيجة أن غالبية المبحوثين يتجاهلون مشاركة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي؛ وهذا يؤكد دورهم الإيجابي في عدم نشر تلك الأخبار، يليها في المرتبة الحادية عشر استخدم برامج فحص الحقائق لتقييم دقة الخبر الذي يتم تداوله على مواقع التواصل الاجتماعي، بوسط حسابي 2.04، وانحراف معياري 770، عند وزن نسبي ٦٨. وتعكس هذه النتيجة رفض الشباب الجامعي لاستخدام أي برامج لفحص صحة الخبر المنشور، وكذلك عدم رغبة الشباب الجامعي في التحقق من الأخبار الزائفة المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع لمصري، يليها في المرتبة الثانية عشر التواصل مع منتج الأخبار الزائفة وأطلب منه حذفها، بوسط حسابي 2.20، وانحراف معياري 755، عند وزن نسبي ٧٣.٣، وتعكس هذه النتيجة أيضاً رفض الشباب الجامعي للتواصل مع ناشري الأخبار الزائفة لحذف تلك الأخبار، وهذا يعكس سلبية الشباب إزاء الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري، يليها في المرتبة الثالثة عشر أقوم بإعادة نشر الأخبار المثيرة من باب التسلية، بوسط حسابي 2.70، وانحراف معياري 616، عند وزن نسبي ٩٠، وتعكس هذه النتيجة أيضاً عدم تقبل الشباب الجامعي لنشر الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري بدافع التسلية، يليها في المرتبة الرابعة عشر أعيد نشر الأخبار المثيرة لكي يكون لي السبق في نشرها، بوسط حسابي 2.73، وانحراف معياري 588، عند وزن نسبي ٩١، وتعكس هذه النتيجة أيضاً عدم تقبل الشباب الجامعي لنشر الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري بدافع السبق في نشرها، يليها في المرتبة الخامسة عشر أقوم بإعادة نشرها حتى ولو كانت غير صحيحة، بوسط حسابي 2.81، وانحراف معياري 491، عند وزن نسبي ٩٣.٧، وتعكس هذه النتيجة عدم تقبل الشباب الجامعي لنشر الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري، مما يعكس درجة الوعي لدى الشباب.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة (عبدالهادي أحمد النجار، ٢٠١٧) حيث جاءت عبارة أقرأ العنوان فقط في الترتيب الأول، يليها عبارة أقرأ التفاصيل في الترتيب الثاني، يليها عبارة أقرأ الخبر الزائف للآخرين في الترتيب الثالث.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة نورا مصطفى (٢٠٢٠) حيث جاء في الترتيب الأول عبارة اتحدث في مضمونه مع معارفي يليها أقرأ العنوان فقط في الترتيب

الثاني، وجاءت محايد في الترتيب الأول بنسبة ٦٩.٨ %، يليها موافق بنسبة ٢٥.٨ %، يليها معارض بنسبة ٤.٥ %، عند وسط حسابي قيمته ٢.٢١، ويفسر الباحث هذه النتيجة بأن المبحوثين يتفاعلون مع الأخبار الزائفة، ولكن بطرق مختلفة عن بعضهم بعضًا كل وفقًا لفهمه للأحداث بشكل عام وللخبر بشكل خاص، وتعكس هذه النتيجة أن أغلبية المبحوثين لديهم وعي تجاه التعامل مع الأخبار الزائفة فيمتنعون عن مشاركتها أو التعليق عليها حتى لا تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن هنا نستطيع أن نوضح أنه عادة يتم خداع الجمهور، وذلك باستخدام بعض الأساليب التي تصور الخبر الزائف خبرًا صحيحًا، وينتج عن ذلك تصديق الجمهور للخبر الزائف والعمل على نشره على أوسع نطاق باعتباره خبرًا صحيحًا.



تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (١٠)

الأضرار التي تنتج عن انتشار الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري.

ت	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	نادراً		أحياناً		دائماً		العبارات
				%	ك	%	ك	%	ك	
٣	٤٩.٣	.534	1.48	1.7	7	44.8	179	53.5	214	الأخبار الزائفة تؤدي الي انعدام الثقة في المجتمع
٦	٥٦.٣	.653	1.69	10.5	42	47.8	191	41.7	167	التشكيك في العقائد والثوابت في المجتمع
٧	٦٠.٣	.700	1.81	16.7	67	47.5	190	35.8	143	الأخبار الزائفة تتسبب في أضرار اقتصادية للدولة
٥	٥٤.٧	.671	1.64	11.0	44	42.5	170	46.5	186	الأخبار الزائفة تؤثر كثيراً على الحياة السياسية
٤	٥٠.٠٠	.625	1.50	7.0	28	36.2	145	56.8	227	الأخبار الزائفة تؤثر بالسلب على أمن المجتمع
٢	٤٨.٠٠	.606	1.44	6.0	24	31.8	127	62.2	249	انعدام الثقة في مصداقية وسائل الإعلام
١	٤٤.٠٠	.532	1.32	3.3	13	25.5	102	71.2	285	تشويه السمعة والتشهير بالآخرين
وقد بلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل 1.55 عند انحراف معياري 0.391. الاتجاه العام للمقياس قوي "دائمًا"										

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن الأضرار التي تنتج عن انتشار الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي حيث جاءت كالتالي: ففي الترتيب الأول تشويه السمعة والتشهير بالآخرين بوسط حسابي 1.32، وانحراف معياري 532، عند وزن نسبي ٤٤.٠٠، يليها في الترتيب الثاني انعدام الثقة في مصداقية وسائل الإعلام، بوسط حسابي 1.44، وانحراف معياري 606، عند وزن نسبي ٤٨.٠٠، يليها في الترتيب الثالث الأخبار الزائفة تؤدي الي انعدام الثقة في المجتمع بوسط حسابي 1.48، وانحراف معياري 534، عند وزن نسبي ٤٩.٣، يليها في الترتيب الرابع الأخبار الزائفة تؤثر بالسلب على أمن المجتمع بوسط حسابي 1.50 وانحراف معياري 625. عند وزن نسبي ٥٠.٠٠، ويليه في الترتيب الخامس الأخبار الزائفة تؤثر كثيراً على الحياة السياسية، بوسط حسابي 1.64، عند انحراف معياري 671، عند وزن نسبي ٥٤.٧، يليها في الترتيب السادس التشكيك في العقائد والثوابت في المجتمع بوسط حسابي 1.69، وانحراف معياري 653، عند وزن نسبي ٥٦.٣، ويليه في الترتيب السابع الأخبار الزائفة تتسبب في أضرار اقتصادية للدولة، بوسط حسابي 1.81، وانحراف معياري 700، عند وزن نسبي ٦٠.٣.

وتتفق نتائج الدراسة مع دراسة (Van Duyn, E., & Collier, J, (2018) أثبتت النتائج أن التعرض لخطاب النخبة حول الأخبار المزيفة يؤدي إلى انخفاض مستويات الثقة في وسائل الإعلام، وقد تؤثر المناقشة المتكررة للأخبار المزيفة على ثقة الأفراد في وسائل الإعلام والمعايير التي تتحلي بها تلك الوسائل. وتتفق هذه النتيجة هذه الدراسة مع عبير محمود جبار، ٢٠١٧ والتي أشارت إلى أن السبب الأول في عدم اعتماد عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار والمعلومات هو عدم شعورهم بالمصداقية وصحة المعلومات التي تصلهم من هذه الشبكات.

وتعكس هذه النتيجة العواقب الوخيمة التي تنتج من نشر الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تؤدي في المقام الأول إلى نشر حالة من عدم الثقة والمصداقية، مما يشير إلى ضرورة إيجاد المزيد من الحلول للتخلص من ظاهرة الأخبار المزيفة والشائعات التي تنتشر في وسائل التواصل الاجتماعي.

تعرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (١١)  
كيف نستطيع التصدي للأخبار الزائفة من وجهة نظر المبحوثين

ت	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	معارض		محايد		موافق		العبرة
				%	ك	%	ك	%	ك	
٢	٤٠.٣	.483	1.21	3.3	13	14.7	59	82.0	328	وضع قوانين صارمة تتضمن عقوبات على مطلقي الأخبار الزائفة
٤	٤٢.٣٣	.536	1.27	4.5	18	18.0	72	77.5	310	المراقبة الدائمة لمواقع التواصل الاجتماعي وما ينشر أو يتداول فيها
٣	٤٢.٠٠	.506	1.26	3.3	13	19.0	76	77.7	311	تعدد وسائل الرد على الأخبار باستخدام الصفحات الرسمية أو الإعلام التقليدي
٥	٤٤.٧	.600	1.34	6.8	27	20.2	81	73.0	292	تجريم نشر الأخبار الزائفة وتداولها
٦	٤٧.٧	.679	1.43	10.8	43	21.2	85	68.0	272	تفعيل سيادة قوانين الدولة على الإعلام الجديد
٩	٧٥.٣	.835	2.26	51.0	204	23.8	95	25.2	101	حجب مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات
٨	٦٠.٠٠	.801	1.53	24.0	96	32.0	128	44.0	176	ربط حسابات المشاركين برقم الهوية الوطنية أو هوية الإقامة المحلية
٧	٥١.٠٠	.728	1.53	14.0	56	25.3	101	60.7	243	إنشاء إدارات محلية تابعة للدولة لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي ومراقبتها
١	٤٠.٠٠	.477	1.20	3.5	14	12.5	50	84.0	336	زيادة وعي الجمهور بأخلاقيات الإعلام

وقد بلغ المتوسط الحسابي للمحور ككل 1.476، عند انحراف معياري 0.364، والاتجاه العام للمقياس اتجاه قوي

أظهرت بيانات الجدول السابق إلى أن طرق التصدي للأخبار الزائفة جاءت كالتالي: ففي المرتبة الأولى زيادة وعى الجمهور بأخلاقيات الإعلام، بوسط حسابي 1.20، وانحراف معياري 477. عند وزن نسبي ٤٠.٠٠، يليها في المرتبة الثانية وضع قوانين صارمة تتضمن عقوبات على مطلقي الأخبار الزائفة، بوسط حسابي 1.21، وانحراف معياري 483، عند وزن نسبي ٤٠.٣، يليها في المرتبة الثالثة تعدد وسائل الرد على الأخبار باستخدام الصفحات الرسمية أو الإعلام التقليدي، بوسط حسابي 1.26، وانحراف معياري 506، عند وزن نسبي ٤٢، يليها في المرتبة الرابعة المراقبة الدائمة لمواقع التواصل الاجتماعي وما ينشر أو يتداول فيها، بوسط حسابي 1.27، وانحراف معياري 536، عند وزن نسبي ٤٢.٣٣، يليها في المرتبة الخامسة تجريم نشر الأخبار الزائفة وتداولها، بوسط حسابي 1.34، وانحراف معياري 600، عند وزن نسبي ٤٤.٧، و يليها في المرتبة السادسة تفعيل سيادة قوانين الدولة على الإعلام الجديد، بوسط حسابي 1.43، وانحراف معياري 679. عند وزن نسبي ٤٧.٧، يليها في المرتبة السابعة إنشاء إدارات محلية تابعة للدولة لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعي، ومراقبتها بوسط حسابي 1.53، وانحراف معياري 728، عند وزن نسبي ٥١.٠٠، يليها في المرتبة الثامنة ربط حسابات المشاركين برقم الهوية الوطنية أو هوية الإقامة المحلية، بوسط حسابي 1.53، وانحراف معياري 728، عند وزن نسبي ٦٠.٠٠، يليها في المرتبة التاسعة حجب مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات، بوسط حسابي 2.26، وانحراف معياري 835، عند وزن نسبي ٧٥.٣.

وتتفق هذه الدراسة بشكل جزئي مع دراسة Wang, C., & Huang, H. (2021) والتي تشير إلى أن في حالة تكذيب الخبر الزائف فور نشره من قبل الجهات الرسمية أو الحكومة فهذا يقلل من اقتناع وتأثر الجمهور بتلك الأخبار. وتتفق هذه الدراسة مع دراسة مها السيد بهنسي (٢٠٢٠) والتي تشير إلى أن ٧٠% من المبحوثين يرون أن وضع تشريعات وقوانين لمنع الأخبار الزائفة ومحاسبة ناشريها من أهم أساليب مكافحة الأخبار الزائفة. وتتفق دراسة نورا مصطفى (٢٠٢٠) والتي تؤكد ضرورة سن قوانين رادعة تجرم نقل المعلومات الزائفة بنسبة ٨٩%، تلاها فرض عقوبات على من يقوم بذلك بنسبة ٨٧.٨%.

وتعكس النتيجة ضرورة سن قوانين رادعة تجرم تداول الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وذلك لتقليل نشر مثل تلك الأخبار، والاحتكام للقانون في حالة المخالفة؛ لأن الحرية الكبيرة وعدم الرقابة التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الأسباب وراء نشر الأخبار الزائفة بكثرة عليها.

نتائج الفروض:-

الفرض الاول: توجد علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي والأضرار التي تنتج عنها.

جدول رقم (١٢)

معامل ارتباط سبيرمان وبيرسون للعلاقة بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي والأضرار التي تنتج عنها.

اسباب الانتشار الأخبار الزائفة علي مواقع التواصل		اسباب الانتشار الأخبار الزائفة علي مواقع التواصل	
معامل ارتباط سبيرمان	معامل ارتباط بيرسون	معامل ارتباط سبيرمان	معامل ارتباط بيرسون
.411*	.400**	.000	.000

\*\* دال إحصائيا عند مستوي معنوية 0.000.

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:-

وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي والأضرار التي تنتج عنها، عند مستوي دلالة (0.000). بالنسبة لمعامل ارتباط سبيرمان ، وبيرسون. وتدل هذه النتيجة علي وجود علاقة بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة من قلة الوعي، وقلة العقوبات، وتأخير اصدار البيانات، وعدم وجود قوانين كافية، وعدم الإفصاح عن الحقائق أول بأول وبين الأضرار التي تحدث نتيجة انتشار الأخبار الزائفة من تشوية السمعة والتشهير بالآخرين، وتأثيرها بالسلب علي الأحداث السياسية والاقتصادية بالسلب، فإذا تلاشت الأسباب تلاشت الأضرار.

وبذلك يقبل الفرض القائل بوجود علاقة ارتباط دالة إحصائيًا بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة علي مواقع التواصل الاجتماعي والأضرار التي تنتج عنها.

الفرض الثاني: فروق ذات دلالة إحصائية بين تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري وفقًا للعوامل الديمغرافية.

جدول رقم (١٣)

قيمة اختبار T-Test لدلالة الفروق بين متوسطات تأثير الأخبار الزائفة على اتجاهات الشباب نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وفقاً للنوع.

النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبارات	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	149	1.42	.353	1.526	398	.128
أنثى	251	1.49	.406	1.581	345.836	.115

تشير بيانات الجدول السابق الخاصة باختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين تأثير الأخبار الزائفة على اتجاهات الشباب نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وفقاً للنوع، يتضح لنا أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النوع كأحد المتغيرات الديمغرافية ومتوسطات اتجاهات الشباب حول القضايا المثارة، حيث بلغت قيمة ت 1.526 ، و 1.581 عند مستوي دلالة 0.128 ، وهي قيم غير دالة إحصائياً.

وبذلك نرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تأثير الأخبار الزائفة على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري وفقاً للنوع.

جدول رقم (١٤)

اختبار one way Anova تأثير الأخبار الزائفة على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري وفقاً لعدد سنوات الخبرة في التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي.

المتغيرات	البيان	مجموع الدرجات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
سنوات الخبرة	بين المجموعات	1.034	3	.345	2.316	.075
اتجاهات الجمهور	داخل المجموعات	58.929	396	.149		
	المجموع	59.962	399			

تشير بيانات الجدول السابق باختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية باستخدام "one way Anova" يتضح لنا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تأثير الأخبار الزائفة على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري وفقاً لعدد سنوات الخبرة، حيث بلغت قيمة F 2.316، عند مستوي الدلالة 0.075. وهي قيمة غير دالة إحصائياً.

جدول رقم (١٥)

الاختبار البعدي (Schfffe) لإيضاح دلالة الفروق

٢	١	العدد (ن)	سنوات الخبرة
	1.20	13	أقل من سنة
1.46		242	خمس سنوات فأكثر
1.48		67	من سنة الي ٣ سنوات
1.50		78	من ٣ سنوات الي ٥ سنوات
.971	1.000	الدلالة	

وبذلك نرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري وفقاً لسنوات الخبرة.

جدول رقم (١٦)

قيمة اختبار T-Test لدلالة الفروق بين متوسطات تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وفقاً للتخصص

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة اختبار ت	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	التخصص	
.786	398	.271	.359	1.47	193	علمي	اتجاهات الجمهور
.785	395.934	.273	.414	1.46	207	نظري	

تشير بيانات الجدول السابق الخاصة باختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وفقاً للتخصص، يتضح لنا أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصص كأحد المتغيرات الديمغرافية ومتوسطات اتجاهات الشباب حول القضايا المثارة حيث بلغت قيمة ت 271 ، و 273. عند مستوي دلالة 786 ، 785. وهي قيم غير دالة إحصائياً.

وبذلك نرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري وفقاً للتخصص.

جدول رقم (١٧)

قيمة اختبار T-Test لدلالة الفروق بين متوسطات تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وفقاً للنطاق الجغرافي

النطاق الجغرافي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ريف	198	1.47	.361	.158	398	.875
حضر	202	1.46	.413	.158	393.003	.874

تشير بيانات الجدول السابق الخاصة باختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وفقاً للنطاق الجغرافي، يتضح لنا أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين للنطاق الجغرافي كأحد المتغيرات الديمغرافية ومتوسطات اتجاهات الشباب حول القضايا المثارة حيث بلغت قيمة ت 158، 158. وعند مستوي دلالة 875، 874، وهي قيم غير دالة إحصائية.

وبذلك نرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وفقاً للنطاق الجغرافي.

جدول رقم (١٨)

اختبار one way Anova تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري وفقاً للفرق التعليمية.

المتغيرات	البيان	مجموع الدرجات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
الفرق التعليمية	بين المجموعات	437	5	.087	.579	.716
اتجاهات الجمهور	داخل المجموعات	59.525	394	.151		
	المجموع	59.962	399			

تشير بيانات الجدول السابق باختبار الفروق ذات الدلالة الإحصائية باستخدام "one way Anova" يتضح لنا عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري وفقاً للفرق التعليمية، حيث بلغت قيمة F 579، عند مستوي الدلالة 716، وهي قيمة غير دالة إحصائية.



جدول رقم (١٩)

الاختبار البعدي (Schfffe) لإيضاح دلالة الفروق

١	العدد (ن)	الفرق التعليمية
1.37	30	الفرقة الخامسة
1.43	38	الفرقة الأولى
1.46	146	الفرقة الثالثة
1.47	89	الفرقة الرابعة
1.50	83	الفرقة الثانية
1.50	14	الفرقة السادسة
.841	الدلالة	

وباستخدام اختبار Schfffe لإيضاح مستوي الدلالة لصالح أي مجموعة يتضح أنه لا يوجد فروق معنوية لصالح أي مجموعة حيث أن متوسط الفروق قليلة جدا مما يدل علي أنه لا يوجد تأثير علي المتغير التابع ، وبذلك لا نجد دلالة إحصائية وفروقا معنوية لصالح أي مجموعة.

وبذلك نرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية تأثير الأخبار الزائفة علي اتجاهات الشباب نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وفقاً للفرق التعليمية.

النتائج العامة والمقترحات:-

كشفت الدراسة عن وجود تأثير قوي للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، كما أظهرت الدراسة أن الفيس بوك هو الأكثر نشرًا للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، يليه تويتر، يليه واتس آب، يليه انستجرام، يليه تليجرام، يليه سناب شات.

أثبتت الدراسة أن انخفاض نسبة الوعي لدى الشباب بخطورة تداول الأخبار دون التأكد من صحتها هي أولى أسباب انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري، يليها سهولة تداول الأخبار عبر تلك المواقع، يليها عدم وجود قوانين صارمة لتنفيذ عقوبات على ناشري الأخبار الزائفة، يليها ضعف دور الإعلام الرسمي في توضيح الحقائق كاملة، يليها ضعف العقوبات على ناشري الأخبار الزائفة في حال اكتشاف زيفها، يليها عدم الإفصاح عن الحقائق أول بأول، يليها ضعف الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعي، يليها تأجيل إصدار البيانات من الجهات الرسمية تجاه الأحداث والقضايا المثارة، يليها نقص المعلومات الصحيحة وعدم تداولها، يليها الرغبة في نشر الأخبار كوسيلة لحب الظهور، يليها عدم قدرة وسائل الإعلام على تغطية الأحداث.

أثبتت الدراسة أن محاولة المبحوثين للتأكد من الأخبار من مصدر موثوق هي أولى طرق تفاعل الشباب الجامعي مع الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة بالمجتمع المصري، يليها أشعر بالحذر حول الأخبار التي أشاركها، يليها أمتنع عن المشاركة أو الإعجاب بالخبر، يليها البحث عن المعلومات ذات الصلة على محركات البحث، يليها أقرأ الخبر فقط، يليها أسلم بصحة الأخبار إذا أكدتها وسائل الإعلام، أبحث عن استفسارات من العائلة والأصدقاء، يليها أكتب ردود أفعال تبين زيف الخبر حين التأكد من زيفه، يليها البحث عن الشخص الناشر والتأكد من صحة الخبر، يليها أطلب من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي تجاهل المنشور وعدم التفاعل معه، يليها استخدام برامج فحص الحقائق لتقييم دقة الخبر الذي يتم تداوله على مواقع التواصل الاجتماعي، يليها التواصل مع منتج الأخبار الزائفة وأطلب منه حذفها، يليها أقوم بإعادة نشر الأخبار المثيرة من باب التسلية، يليها أعيد نشر الأخبار المثيرة لكي يكون لي السبق في نشرها.

وأثبتت الدراسة أن هناك علاقة دالة إحصائية بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة وتأثيرها على اتجاهات الشباب نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، كذلك هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين اسم وشعار الجريدة وتأثيرها على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة، كما أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة والأضرار التي تنتج عنها، كما تبين أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين تمييز الشباب الجامعي للأخبار الزائفة والصحيحة وطريقة تفاعلهم معها، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديمغرافية للشباب الجامعي، وتأثير الأخبار الزائفة على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري.

بينت الدراسة أن تشويه السمعة والتشهير بالآخرين أولى الأضرار التي تنتج عن انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول القضايا المثارة، يليها انعدام الثقة في مصداقية وسائل الإعلام، يليها الأخبار الزائفة تؤدي إلى انعدام الثقة في المجتمع، يليها الأخبار الزائفة تؤثر بالسلب على أمن المجتمع، يليها الأخبار الزائفة تؤثر على الحياة السياسية، يليها التشكيك في العقائد والثوابت في المجتمع، يليها الأخبار الزائفة تتسبب في أضرار اقتصادية للدولة.

بينت الدراسة أن زيادة وعي الجمهور بأخلاقيات الإعلام هي أبرز طرق مكافحة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، يليها وضع قوانين صارمة تتضمن عقوبات على مطلق الأخبار الزائفة، يليها سرعة الرد على الأخبار الزائفة من المواقع والصفحات الرسمية للدولة، يليها المراقبة الدائمة

لمواقع التواصل الاجتماعي على ما ينشر ويتداول فيها، يليها تجريم نشر الأخبار الزائفة وتداولها، يليها تفعيل سيادة قوانين الدولة على الإعلام الجديد. ما تثيره الدراسة من أفكار مستقبلية:-

- إجراء دراسة تحليلية لمحتوى الأخبار الزائفة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي وربط تأثيراتها المختلفة على الجمهور.
- إجراء دراسة شبه تجريبية لمعرفة كيف يستجيب فئات الجمهور المختلفة للأخبار الزائفة.
- إجراء دراسة تربط بين انتشار الأخبار الزائفة والحياة السياسية مثل (المشاركة السياسية، الاغتراب السياسي، التعصب، القيم الوطنية . . . )
- إجراء دراسة لتحديد دور وسائل الإعلام لمكافحة الأخبار الزائفة في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية.
- إجراء دراسة حول دور الدول المعادية في نشر الأخبار الزائفة لزعة استقرار المجتمع المصري.
- إجراء دراسة للوصول إلى استراتيجيات ونماذج يمكن الاعتماد عليها في مكافحة الأخبار الزائفة.

### المراجع:

#### الكتب:

١. محمد عبد الحميد. (٢٠٠٤). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ط٢. القاهرة: عالم الكتب.
٢. مأمون طربية. (٢٠١٤). السلوك الاجتماعي في الجامعات غير المنظمة، بيروت، دار النهضة العربية.
٣. محمد يوسف القاضي. (٢٠١٥). السلوك التنظيمي. عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع
٤. سامي عبد العزيز (بدون تاريخ) التسويق الاجتماعي والسياسي ، مصر ، دار النهضة للنشر ، ص ١٢٢ متاح على :

<https://books.google.com.eg/books?id=2D3ACQAAQ>

BAJ&pg=PA122&lpg=PA122&dq: تم زيارته في ١/

٢٠٢٠/١٢

### الرسائل العلمية:

١. محمد مصطفى رفعت (٢٠١٧) " اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر

- دراسة تطبيقية لما بعد ٣٠ يونيو"، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، ص ٥١.
٢. نورا مصطفى (٢٠٢٠) "تأثير الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور أثناء انتخابات الأندية الرياضية: دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب قسم الإعلام.
٣. مني عيد. (٢٠٢٠). الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها. رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام.
- الأبحاث المنشورة في الدوريات العربية
١. ممدوح عبدالله مكاوي، ٢٠٢١، الأخبار الزائفة fake news بين الإعلام التقليدي والرقمي؛ دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من (٢٠١٦م - ٢٠٢٠م)، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد ١٩، عدد ٢، التاريخ، ابريل: يونيه. الصفحة 237-291.
٢. محمد سعد الدين. (٢٠٢١). استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات وقت الأزمات. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد الثاني عشر، ص: ٤٨-١.
٣. حسام فايز عبدالرحيم (٢٠٢٠). اعتماد طلبة الجامعات على وسائل الإعلام الجديد في استقاء المعلومات والأخبار عن جائحة كورونا كوفيد-١٩ وعلاقته بالاندماج الأكاديمي لديهم. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر كلية الإعلام بالقاهرة، مجلد ٤ عدد ٥٤، ص ٢٦٠٥ - ١١١٠.
٤. سارة سعيد عبدالجواد (٢٠٢٠). اعتماد الجمهور على الفضائيات المصرية ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتعزيز الوعي حول جائحة كورونا. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة. عدد ١٩، ص ١٢٩-٩٥.
٥. مها بنت أحمد (٢٠٢٠). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار. مجلة القراءة والمعرفة، جامعة عين شمس كلية التربية، عدد ٢٢٠، ص ٣١٨-٢٩٧.
٦. عبدالله عبد الوهاب (٢٠١٧) اتجاهات أعضاء هيئة التدريس بجامعة طبرق نحو مخرجات مؤتمر الحوار السياسي الليبي بمدينة الصخيرات المغربية : دراسة ميدانية علي في اطار نموذج التلقي ، مجلة بحوث الاتصال ، جامعة الزيتون ، كلية الفنون والإعلام ، ليبيا ، ص ٣٨ ، متاح على <https://search.mandumah.com/Record/886592> تم زيارته في : ٦ / ١٠ / ٢٠١٨

٥. معاذ أحمد حسن.(٢٠١٤). الشباب في المجتمع العربي المازوم. عمان: أمواج للنشر والتوزيع.
٦. زاهر راضي.(٢٠٠٣). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، الأردن، العدد ١٥، ص: ٢٣
١. عبير محمود جبار.(٢٠١٧). اعتماد طلبة جامعة جيهان على الإعلام الجديد كمصدر للمعلومات والأخبار. مجلة جامعة جيهان، الأردن. المجلد ١، العدد ٢، ص: ٤٢-٦٥.
٢. مها السيد بهنسي.(٢٠١٩). آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد ٦٨، ص: ٥٦٥-٦١٤.
- المراجع الأجنبية

1. Liu, Cheng-Shan Frank(2005),"The Nature and Origin of Mass Opinion Revisited: Exploring Zaller's Ras Model With the Agent –Based Modeling Approach " Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association, Washington,p18.
2. Zaller, John & Feldman, Stanely (1992)"A Simple Theory of the survey Response : Answering Questions Versus Revealing Preferences", American Journal of Political Science , Vol .36 , No.3 , p585.
3. Banu Terzi, Seçil Bulut, Nurten Kaya(2019 "Factors affecting nursing and midwifery students'attitudes toward social media",Nurse Education in Practice,Vol.35,P.p.141.149.
4. Melanie Freeze, (2020)," Mary Baumgartner, Peter Bruno, Jacob R. Gunderson, Joshua Olin, Morgan Quinn Ross Fake Claims of Fake News: Political Misinformation, Warnings, and the Tainted Truth Effect", Political Behavior,Available at:
5. Van Duyn, E., & Collier, J. (2018). Priming and Fake News: The Effects of Elite Discourse on Evaluations of News Media. Mass Communication and Society. doi:10.1080/15205436.2018.1511807

6. Chu, Z., Gianvecchio, S., Wang, H., & Jajodia, S. (2012). Detecting automation of twitter accounts: Are you a human, bot, or cyborg? *IEEE Transactions on Dependable and Secure Computing*, 9(6), 811–824
7. Al-Zaman, M. (2021). COVID-19-Related social media fake news in India. *Journalism and Media*, 2(1), 100-114.
8. Rini, R. (2017). Fake news and partisan epistemology. *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 27(2), E-43.
9. Pew Research Center for the People & the Press. (2016, December 15). Many Americans believe fake news is sowing confusion. Retrieved from <http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowingconfusion/>.
10. Gabelkov, M., Ramachandran, A., Chaintreau, A., & Legout, A. (2016, June). Social clicks: What and who gets read on Twitter?. In *Proceedings of the 2016 ACM SIGMETRICS international conference on measurement and modeling of computer science* (pp. 179-192).