أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الأجتماعى فى نشر القلق السياسى لدى الشباب

دراسة تجريبية

د. سهير صالح إبراهيم*

مقدمة:-

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعى أحد أهم الأدوات فى الإعلام الجديد بالنظر لما تقوم به من دور متعدد الأبعاد السياسية والاجتماعية والاقتصادية إلا أنها تظل فى الوقت نفسه حاملة ومروجة لأحد أكبر مصادر التهديد للأمن الوطنى للدول فى ظل لجوء البعض لتوظيفها بشكل سئ لنشر الإشاعات والأكاذيب المغرضة والترويج للأخبار الكاذبة – وموضوع الأخبار الكاذبة أصبح فى السنوات الأخيرة أمراِ شائعاً ويشكل قوة كبيرة من التضليل والمعلومات المغلوطة فى جميع أنحاء العالم رغم أنه ليس بظاهرة حديثة إلا أن استخدام وسائل جديدة تنشر مادته بسرعة وكفاءة، وهى وسائل التواصل الاجتماعى التي تحظى بمتابعة واهتمام الشعوب وتجذب انتباههم.(1)

وهناك شواهد عدة تشير لتحول الإعلام فى بعض الأحيان إلى مربع الشائعة بمعنى أنه يتخلى عن دوره الحقيقى ليتداول وقائع وأحداث أقرب إلى الشائعات منها إلى الأخبار لدرجة انهارت معها الحدود الفاصلة بين فنون حديثة مثل الإعلان والدعاية والشائعات.

وقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعى أحد الأدوات التي يتم استخدامها للتخفى لنشر الأخبار الكاذبة التي تجد رواجاً لدى الكثيرين خاصة إذا تم الأخذ فى الاعتبار انتفاء الفوارق الثقافية بين المتلقين عند تداولها والتعامل معها، وخاصة مع تصاعد الأحداث فى المنطقة من حولنا مما يجعل الأكاذيب بيئة خصبة للنمو لاستهداف رجال السياسة والإعلام والشائعات حول الأمراض وغيرها من القضايا الحياتية لأفراد المجتمع.(2)

أجرى أحد المواقع الإخبارية وهو Buz Z. Feed News عام 2016 دراسة توصل من خلالها إلى أن أكثر 23 خبراً كاذباً من حيث الانتشار تم نشرها على موقع التواصل الاجتماعى فيسبوك وحصلوا على 10.6 مليون تفاعل ما بين المشاركة والإعجاب والتعليقات, أى ما يوازى 460 ألف لكل منهم.

هناك أمثلة لا تعدو لا تحصى تثير عديد من التساؤلات حول ما يمكن أن

* أستاذ مساعد بقسم الإعلام التربوى بكلية التربية النوعية - جامعة القاهرة

تسببه الأخبار الكاذبة من تضليل للرأى العام، ويرى كثيرون أن ما يحدث يشكل تهديداً حقيقياً للديمقراطية على قطاعات عديدة تحظى بشعبية واسعة.

مثل هذه الأخبار الكاذبة تسلط الضوء على الصحافة متدنية المستوى وكيف أن نشر مثل هذه النوع من الأخبار يؤدى لعديد من المشكلات والعواقب, ويهدم جسوراً من الثقة بين الجماهير والوسائل الإعلامية بشكل عام.

التركيز على الأخبار الكاذبة وصل إلى حد يثير القلق حيث تستفيض المنصات الصحفية فى نشر تلك الأخبار مما أدى لمزيد من الحاجة للتطرق لهذه المشكلة, وتناول المسميات التي تدور أغلبها حول الدعاية والخداع والأكاذيب.

فلم تعد وسائل الإعلام تطبق المعايير الصحفية المعروفة والمتفق عليها فى المحتويات والنصوص التي تقوم بنشرها وما يثير الاستياء أن تركيزهم على الأخبار الكاذبة وعدم الاهتمام بنوعية المحتوى بات يجعلهم مميزون بدرجة ما عن غيرهم حتى وإن كانت تلك الدعاية كاذبة ومؤقتة، مثل هذه المواد الإعلامية تلعب دوراً فى تضليل الرأى العام مما يؤدى لنتائج سيئة فهى تعتمد على تقارير لا أساس لها من الصحة من مواقع على الإنترنت مجهولة المصدر جمعتها مواقع إخبارية غير ذات ثقة، أصبح انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة على الفيس بوك أمراً لا يمكن إيقافه فى المجتمع الحالى. فقد أوجد انتقال وتحول توزيع الأخبار من الصحف المطبوعة للوسائل التواصلية مصداقية جديدة فقد أصبح المستخدمين غير قادرين على تحديد مصداقية هذه الأخبار وأصبحت الشركات التكنولوجية التي تسيطر على الفيس بوك والمواقع التواصلية لاعب رئيسى فى المنتج الحديث سواء بإرادتهم أو رغماً عنهم[3].

وحالياً 62% من الأمريكان يأخذون أخبارهم من مواقع التواصل، 44% منهم من الفيس بوك, ويبلغ إجمالى المستخدمين النشطين شهرياً فى الاستخدام 1.71 بليون شخص فى عام 2016، ومن تم صنف الفيس بوك كأكبر موزع أخبار ومعلومات فى العالم[4]

هذا التحول أدى لارتباك فى مصداقية الأخبار لدى مستخدمى مواقع التواصل وخاصة مع انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة، وفى بحث أمريكى وجد أن ثلثى الأمريكان يعتقدون أن مثل هذه الأخبار ينتج عنها تشويه ومدركات متشابهة بين الناس على اختلاف متغيراتهم ونتيجة لذلك ظهرت مواقع متخصصة لمراجعة حقيقة الأخبار وإعطاء علامات ودلائل للتحقق من الخبر ويعد موقع snopes.com أشهرها. [5]

وقد وصل الشك للمعلومات والإدعاءات العلمية التي تنشر عبر مواقع التواصل, والتأكد من المعلومة وصدقها عبر المواقع العلمية ذات الثقة بعد تزايد اعتماد المستخدمين على الاتجاهات السائدة وتفضيلات المتابعة واستخدامهم للوصلات المرتبطة. [6]

مشكلة الدراسة:

تطالعنا شبكات التواصل الاجتماعى بالعديد من الأخبار المزيفة والكاذبة والتى تنتشر بسرعة خارقة وتترك تأثيرات سلبية عديدة على المجتمع، وأصبح اكتشاف مثل هذه الأخبار أو تصديقها يخضع لعوامل مختلفة منها درجة التوتر السياسى فى المجتمع واستعداد المتلقى لتقبلها وتناقلها, وخاصة إذا كانت مصاغة بشكل جيد وتلعب على أوتار نفسية مؤثرة وتحمل جزء من الحقيقة فتكون لها فرصة لخداع المستقبل لتصديق الأكاذيب والإشاعات, وخاصة فى دولة تعانى من نقص المعلومات الحقيقية وتكتم على مصادر الأخبار.

ومن هنا تبرز الحاجة لدراسة تأثير هذه الأخبار الكاذبة المضللة على مواقع التواصل الاجتماعى على الشباب بصفة خاصة باعتبارهم أكثر الفئات التى تستخدم المواقع التواصلية والتى يحتمل أن تتأثر بهذه الأخبار المضللة التى تجعلهم يشعرون بالقلق والتوتر على المشهد السياسى, ورصد وقياس أثر تعرضهم لمثل هذه الأخبار على مستويات القلق العام لديهم والقلق السياسى خاصة سواء من أداء الحكومة أو من طبيعة الأحداث السياسية المتلاحقة فى المجتمع المصرى مؤخراً.

أهمية المشكلة:

تنبع أهمية الدراسة من عدة اعتبارات:

1- اهتمامها بمجال بحثى جديد انتشر فى الفترات الأخيرة وهو الأخبار الكاذبة والمضللة التى تحظى بالذيوع والإنتشار فى وسائل الإعلام عامة وعلى مواقع التواصل الاجتماعى بصفة خاصة.

2- خطورة مثل هذه الأخبار فى التأثير على مستخدمى مواقع التواصل وخاصة مع تبادلها ومشاركتها من أطراف عديدة مما يكسبها الذيوع وإمكانية التصديق , إضافة إلى تأثيراتها السلبية فى نشر الإشاعات وإثارة البلبلة.

3- طبيعة الدراسة التجريبية التى تمثل أهمية خاصة فى المكتبة الإعلامية والتى تهتم بقياس التأثير المباشر للتعرض لمثل هذه الأخبار وتداول المعلومات المغلوطة على الشباب.

4- تنبع أهمية الدراسة من الفئة التى تطبق عليها وهى الشباب لما لهم من قوة وتأثير فى تشكيل مستقبل الدولة وخاصة أنهم يمثلون الشريحة العمرية الأكبر فى مصر.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية لتحقيق هدف رئيسى هو اختبار تأثير تعرض الشباب للأخبار الكاذبة التى تنشر على مواقع التواصل الاجتماعى على زيادة معدلات القلق

السياسى لديهم من الأوضاع الحالية فى الدولة، ويتفرع من هذا الهدف الرئيسى عدد من الأهداف الفرعية تشمل:

1- التعرف على معدلات استخدام الشباب الجامعى لمواقع التواصل الاجتماعى والمواقع المفضلة لديهم.

2- رصد مستويات القلق السياسى لدى الشباب فى ضوء المتغيرات السياسية والاجتماعية التى تعانى منها مصر فى السنوات الأخيرة.

3- التعرف على مدى اعتماد الشباب الجامعى على مواقع التواصل للحصول على الأخبار والمعلومات ومدى مشاركتهم للآخرين فى تبادل هذه المواد الخبرية.

4- التحقق من مدى ثقة الشباب فى مصداقية الأخبار والمعلومات التى تصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعى.

5- تحديد تعريف الشباب للأخبار الكاذبة وأسباب انتشارها على مواقع التواصل الاجتماعى وكيفية مواجهتها من خلال مقترحاتهم للحد من سلبياتها المتوقعة.

الدراسات السابقة:

قسمت الباحثة الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين هما:

أولاً: الدراسات التي تناولت الأخبار الكاذبة ومواقع التواصل الاجتماعى:

1- دراسة موجانج وجوكيم SM. Jang and JK. Kim (2018)[7] وهى دراسة أمريكية لمعرفة تأثير الشخص الثالث على الأخبار الكاذبة من خلال تطبيق استبيان على الإنترنت على عينة قومية شملت 1299 شخص فى الولايات المتحدة الأمريكية لمعرفة تأثير الأخبار الكاذبة على الإنترنت على قرار التصويت لديهم، وأظهرت أن الأفراد يعتقدون أن لها تأثير على الآخرين أكثر من أنفسهم ومن أصدقائهم وعائلاتهم، ووجدت أنها تؤثر بشكل إيجابى على مدركاتهم وتدفعهم لمقارنة تأثيرات الأخبار الملفقة على النت على الجميع ومن لديهم إدراك أكبر بتأثير الشخص الثالث، فى ضوء اختبار عوامل مثل الانتماء والهوية الحزبية والسمات الاجتماعية، ودعمت الدراسة مدخل التربية الإعلامية أكثر من مدخل التنظيم للإعلام أو محاولة فرض قيود عليه.

2- دراسة أندرو جيس وبرنارد نيهان وجاسون ريفلر A. Guess, B. Nyhan and J. Reifler (2018)[8] التي تناولت التعرض الانتقائى للمعلومات المضللة والأخبار الكاذبة خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية (2016) وذلك بدراسة استخدمت الاستبيان البريدى على عينة قومية بلغت 2525 أمريكى من الذين لديهم تاريخ من الاستخدام المكثف للانترنت، وأكدت أن على الأقل واحد من كل 4 أمريكان زار مواقع للأخبار الكاذبة فى الفترة من أكتوبر وحتى

نوفمبر قبل الانتخابات، وأن مؤيدى ترامب زاروا المواقع التي تدعمه وكان تعرضهم بها مرتفع، وأن من بين 10 ناخبين 6 منهم تعرضوا لهذه الأخبار، وأعتبرت الدراسة الفيس بوك مفتاح التعرض للأخبار الكاذبة ولم يستخدم أحد خاصية مراجعة الحقيقة التي ظهرت فى الفترة الأخيرة لاكتشاف الزيف.

3- **دراسة كوهيكمالى وسيدروفا M. Koohikamali and A. Sidorova (2017)**[9] والتى تناولت إعادة نشر ومشاركة المعلومات على مواقع التواصل فى عصر الأخبار الكاذبة، من خلال دراسة وصفية تحليلية لمعرفة العلاقة بين سمات المحتوى المتبادل على مواقع التواصل والذى يتشاركه الشباب واختبار مدى استعدادهم لتبادل المعلومات من خلالها وقياس معتقداتهم حول كفاءة المعلومة المتاحة على الموقع أو اتجاهاتهم نحو استخدام الموقع نفسه والخطر المحتمل، من خلال تطبيق استبيان على الطلاب فى جامعة أمريكية عامة فى تكساس والتى أظهرت تأكيدهم إتاحة المعلومات على المواقع بشكل جيد وكفؤ، وأن من العوامل التي تجعلهم يتشاركونها مع الآخرين أنها مسلية وممتعة، وأنها متداولة ومنتشرة بين المستخدمين، وأن لها مصداقية أو محل ثقة.

4- **دراسة جاريت سميث Garrett Smith (2017)**[10] حول الدعاية الحديثة وسمات الأخبار الكاذبة وتأثيراتها النفسية على الجمهور، وأختبرت الدراسة التأثيرات النفسية للرسائل الدعائية والأخبار الكاذبة عبر تويتر فى فترة الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2006، وكيف أثرت اللغة العاطفية للرسائل المتبادلة فى سياق حملة دعائية تستهدف تشويه الرأى العام والتأثير على مستخدمى مواقع التواصل من خلال تحليل عينة من الرسائل فى الفترة من مايو 2015 وحتى يناير 2017 عبر 37 ألف تويته فى 127 موقع للأخبار الكاذبة، مع التركيز على الأكثر 10 مواقع حصدت متابعة وإنتشار أظهرت النتائج أن 70% من التويتات الأكثر تبادلاً ومتابعة تعتمد على جوانب عاطفية وشعورية فى محتواها، فى حين ركزت نسبة 20% على نغمة الثقة فى سمات الرسائل وجاءت فى المرتبة ؟؟؟؟؟.

وأن اللغة العاطفية للرسائل مهمة جداً فى صناعة الأخبار الكاذبة وأن أكثرها تغريدات تم الرد عليها وتحظى بتأثيرات شعورية فى صياغتها خاصة بالنظر لأن تويتر يتيح متابعة ما كتب وينقض عامل الأمان للمستخدم , وتنبأت الدراسة بمزيد من الانتشار للأخبار الكاذبة لأغراض مادية وربحية أو دعائية وسياسية.

5- **دراسة الكوت وجينزكو H. Allcott and M. Gentzkow (2017)**[11] والتى تناولت مواقع التواصل الاجتماعى والأخبار الكاذبة فى انتخابات الرئاسية عام 2016، وحاولت الدراسة الإجابة على تساؤل حول دور الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل فى انتخاب الرئيس ترامب فى الانتخابات الرئاسية

الأمريكية وهو ما طرح بقوة حول نسب قراءة البالغين الأمريكان لهذه الأخبار وتذكرها وكيف أثرت على نتائج الإنتخابات.

الدراسة شملت 1200 شخص من الناخبين وطبقت على 156 قصة خبرية صنفت بأنها كاذبة عن الانتخابات خلال 3 شهور قبل إجراء التصويت، وتناولت مدى مشاركة الناخبين لهذه الأخبار التي تدعم ترامب وخاصة على الفيس بوك ومدى تعرض الجمهور لها ومعدلات زيارات المواقع إضافة لاختبار تأثير متغيرات مثل التعليم والعمر والميول السياسية وارتباطها بمدى تصديق هذه الأخبار أو تكذيبها.

أكدت النتائج أن تأثير الأخبار الكاذبة والقصص الخبرية المفبركة على الناخبين أكبر من الحملات التليفزيونية والدعائية الإعلانية لأنها تركز على تحريك مدركات ومعتقدات عن الرئيس والمعول الأساسي هنا هو عدد وكم القصص والأخبار الكاذبة التي يتعرض لها الناخبين سواء قرأها كاملة وتذكرها وصدقها أم لا، إضافة لنسب مشاركتها مع الآخرين خاصة لمن يدعم ترامب فى الأساس.

6- **دراسة لاسى چيرى Lacie Geary (2017)**[12] والتى اهتمت بإنتشار القصص الخبرية الكاذبة على الفيس بوك وتقييم دلالة المصداقية وسمات الشخصية من خلال دراسة تجريبية على 80 طالب جامعى فى الولايات المتحدة الأمريكية من جنسيات مختلفة فى سن 20 عاماً، أجابوا على استبيان قبلى لقياس سمات شخصيتهم وقياس لدلالة مصداقية المصدر.

وتناولت الدراسة تأثير هذه المتغيرات على ثقة الشباب ومشاركتهم للأخبار التي يتبادلونها عبر الفيس بوك، فى إطار تطبيق دليل لإرشادهم للثقة فى المصدر الخبرى.

جاءت النتائج تظهر أن استخدام اللون الأحمر يزيد من مستوى ملاحظة المستخدم للتطبيق وأن المشاركين يلاحظون الدلائل المختلفة إلا أن معدل التصفح السريع للموقع يعرقل اهتمامهم به. ولم تجد الدراسة علاقة دالة إحصائياً بين مدركات المستخدمين عن المصداقية والمتغيرات البحثية.

وأكدت أن المصدر للخبر ليس مهما لهم فى تعاملهم مع الخبر بل اعتبروا أن التشويق والإثارة وكونه ممتع هو السبب الأول والأهم لتبادل الخبر مع الآخرين أكثر من كونه موثوق به وصادق، وهو ما يشير لأهمية محتوى الخبر، وأكد 94% منهم أنهم لم يسمعوا من قبل عن المواقع التي تحقق فى مصداقية الأخبار مما يشير لافتقادهم للوعى الإعلامى والثقة المطلقة فى الأخبار بعيداً عن دقتها أو صدقها.

7- **دراسة اكسينرال شين X. Chen (2016)**[13] والتى تناولت تأثير السمات الشخصية والدافعية على تشارك المعلومات الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعى وهى دراسة مسحية طبقت على 171 طالب جامعى لمعرفة مدى ارتباط السمات الشخصية لهم على تداول الأخبار الكاذبة، ووجدت الدراسة أن هذه الصفات الشخصية والتى تشمل الميل للإثارة والخوف والقلق والغيرة والحسد والوحدة كلها ترتبط بشكل سلبى بالمشاركة للمعلومات غير الصحيحة على مواقع التواصل الاجتماعى وأن هذا يزيد من عوامل الإثارة وزيادة المخاوف لدى الشباب، وأحياناً تكون وسيلة للتنفيس عن المشاعر الوجدانية لديهم.

8- **دراسة حنان كيلانى (2015)**[14] والتى قدمت التضليل الإعلامى وعلاقته بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعى وهى دراسة وصفية لمعرفة التأثيرات السلبية للتضليل الإعلامى لشبكات التواصل لمشاركتها العقلية فى نشر أفكار مضللة للجمهور المصرى من خلال دراسة مسح مضمون البرامج الحوارية التليفزيونية التي ناقشت قضايا الجن والعلاج بالقرآن على شبكات التواصل الاجتماعى، وتحليل تعليقات المستخدمين على هذه البرامج بعد نشرها على اليوتيوب والفيس بوك، واستخدمت المنهج المقارن أيضاً، وطبقت على برامج صبايا الخير وبوضوح وتحت الكوبرى ومصر الجديدة ولازم نفهم.

وخرجت بنتائج منها:

المشاركين فى التعرض لهذه النوعيات من البرامج من الجمهور لديهم أمراض نفسية وكوابيس أو سحر ومس من الجن أو لتفسير الأحلام، وجاءت نسب تفاعل المستخدمين مع مقاطع الفيديو القصيرة والمرتبطة بالفيديو الرئيسى مرتفعة وخاصة لدى برنامج مصر الجديدة وصبايا الخير. وتم تطبيق التضليل الإعلامى فى صبايا الخير إضافة لأسلوب الإثارة فى عرض الأحداث فيه.

ووجدت الدراسة علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نوعية مقاطع الفيديو والاستجابة نحوها والإعجاب بها ثم زيادة عدد مرات مشاهدتها وعدد التعليقات عليها من الجمهور.

9- **دراسة إبراهيم عبد الله العبيد (2015)**[15] آثار مواقع التواصل الاجتماعى على طلاب الجامعة: تويتر نموذجاً، وهى دراسة وصفية تحليلية للتعرف على تأثيرات مواقع التواصل على الطلاب فى جامعة القصيم السعودية باختلاف متغيرات النوع والمستوى والسنة الدراسية، على عينة قوامها 361 طالباً وطالبة، وخرجت بنتائج منها:

جاءت درجة التأثيرات السلبية مرتفعة ومن أهمها الصراع والكراهية بين الطوائف والأديان والمذاهب المختلفة وذلك فى الجوانب الدينية والأخلاقية.

وجاءت التأثيرات السلبية فى الجانب المعرفى متوسطة ومن أهمها نشر المعلومات غير الصحيحة، وفى الجانب الاجتماعى والثقافى جاءت التأثيرات السلبية مرتفعة مثل انتحال الشخصيات العامة بالمجتمع والحديث بأسمها. وأكدت الدراسة أهمية توعية الطلاب بإيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعى، وأن تكون ضمن الأنشطة الطلابية، والمقررات الدراسية، وضرورة صياغة إستراتيجية قيمية تسهم فى تقليل التأثيرات السلبية لهذه المواقع على الشباب.

ثانياً: الدراسات التي تناولت محور القلق السياسى وعلاقته بالإعلام:

1- **دراسة غادة محمد عبد الغفار (2016)**[16] بهدف تحديد أهم العوامل التي يمكن من خلالها التنبؤ بالعنف السياسى لدى أفراد الشعب المصرى وتضمن متغير القلق المستقبلى والسياسى على عينة قوامها 202 مفردة تباينوا فى متغيرات العمر والنوع والمستوى التعليمى والاقتصادى وقامت الباحثة بتحديد المتغيرات النفسية والاجتماعية التي افترضت أنها ترتبط بالعنف السياسى متضمنة متغير قلق المستقبل والمعتقدات السلبية السياسية وسمة الغضب والتوجه الدينى ومركز الضبط وأوضحت النتائج تباين بتأين فى درجة قلق المستقبل وسمة الغضب والتوجه الدينى وانخفاض درجة العنف السياسى وأنه يمكن التنبؤ بالعنف السياسى من متغير قلق المستقبل ودرجة الغضب والعمر وتم اقتراح تصوراً لتلك العلاقات لتفسير درجة العنف السياسى فى المجتمع المصرى فى ضوء النظريات المفسرة للعنف السياسى.

2- **دراسة سنية الفقى (2015)**[17] بهدف تسليط الضوء على انتخابات أثيوبيا عام 2015 وتوضح أجواء القلق وعدم الاستقرار السياسى بين الائتلافات المرشحة للانتخابات حيث أن هذه الانتخابات حدثت فى وقت تعانى فيه إثيوبيا حالة من الارتباك والتخبط على المستويين السياسى والاقتصادى، وأوضح البحث أكبر ثلاثة ائتلافات وأحزاب سياسية تقدمت بمرشحين لانتخابات هذا العام ومنها ائتلاف الجبهة الديمقراطية الثورية للشعوب الإثيوبية "الائتلاف الحاكم، ومنتدى الوحدة الديمقراطى الفيدرالى الإثيوبى والحزب الأزرق. وأعلنت النتائج الأولية بفوز الائتلاف الحاكم وتم اتهام النظام الحاكم بتزوير هذه النتائج ومع إعلان هذه النتائج تزايد الخوف والقلق من وجود عنف وقتلى واعتقالات, الأمر الذى يزيد من قدرة النظام الحالى على تحقيق استقرار سياسى داخلى يؤدى إلى دعم التعايش الوطنى فى إثيوبيا، وهو ما ظهر أثره فى المجال الإعلامى وتناول المشاكل السياسية فى وسائل الإعلام التقليدية والحديثة .

3- **دراسة سمير كامل جبر (2015)**[18] وهى دراسة وصفية تحليلية بهدف التعرف على درجة الرضا عن الحياة لدى الأسرى المحررين المبعدين إلى قطاع غزة

وعلاقته بالقلق على المستقبل وأيضاً علاقته بالانتماء السياسى. وذلك بالتطبيق على عينة طبيعية قوامها 103 مفردة من الأسرى المحررين المبعدين إلى قطاع غزة , وذلك باستخدام استمارة استبيان طبقت عليهم موضحاً فيها القلق على المستقبل وعلاقته بالإنتماء السياسى. وأوضحت النتائج أن درجة القلق من المستقبل لدى الأسرى بلغت نسبتها 62.38% وتعتبر نسبة منخفضة ولا توجد علاقة ذات دلالة احصائية فى درجة الرضا عن الحياة لدى أفراد العينة ترجع لمتغيرات مثل (العمر، عدد مرات الاعتقال وسنوات الاعتقال، الحالة الاجتماعية) بينما توجد فروق فى درجة الرضا عن الحياة تبعاً لمتغير الانتماء السياسى لصالح حركة حماس , وتوجد فروق فى درجة القلق تبعاً لمتغير الانتماء السياسى لصالح حركة فتح.

4- **دراسة سالى طايع (2015)**[19] لمعرفة دور مواقع التواصل الاجتماعى فى تشجيع الشباب على المشاركة السياسية وذلك خلال مرحلة الانتقال الديمقراطى فى مصر ورصد قدرتها على تمثيل المواطنين بها وأن تتحول المناقشات فى العالم الافتراضى على الإنترنت لواقع فعلى بالمشاركة فى الحياة السياسية من خلال عينة عمدية على الشباب المصرى (400 مفردة من سن 18-30 سنة) من مستخدمى هذه المواقع. وأظهرت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعى أصبحت أبرز وسيلة والأكثر استخداماً من الشباب، إضافة إلى أنها الأكثر مصداقية من بين وسائل الإعلام التقليدية فى الحصول على معلومات سياسية، وتحفيزهم على المشاركة فى الأحداث والأزمات وخاصة الفيسبوك وتويتر، وذلك من خلال حث الشباب على المشاركة فى الانتخابات (بنسبة 36.3%) والاستفتاء على الدستور (26%).

5- **دراسة كاثرين براون وريما ويلكس Catherine C. Brown and Rima Wilkes (2014)**[20] وهى دراسة كندية تناولت التعرض للإعلان والمواطن المشارك وكيف تشكل وسائل الإعلام المشاركة السياسية، من خلال زيادة الشكل المؤسسى والتأثير على التظاهر والانضمام لأحزاب أو كيانات سياسية، وطبقت على عينة شملت 934 طالب ثانوى من خلال دراسة تتبعية أجرت مقابلات مقننة معهم خلال عدة سنوات حول استخدامهم للإعلام وتأثيره على معارفهم السياسية. وتوصلت لأن التعرض المستمر يؤثر على التصويت أكثر من التظاهر، وأن التعرض لفترات طويلة للمعلومات السياسية يزيد معارفهم السياسية ويخفض من قلقهم المستمر.

6- **دراسة لينتيا كاماج Lindita Camaj (2011)**[21] والتى تناولت اختبار تأثير استخدام الإعلام فى الثقة والمشاركة السياسية فى كوسوفو لبحث دور الإعلام فى العملية الديمقراطية وتأثيره على الثقافة السياسية والتوجهات المدنية فى الدول الديمقراطية، باختبار القلق الإعلامى ومدخل التحريك من خلال اختبار

استخدام الجمهور للإعلام فى صياغة أجندة خاصة به بهدف المشاركة السياسية لدى الصفوة.

أظهرت النتائج أنه كلما استخدم الجمهور وسائل الإعلام للحصول على معلومات سياسية كانوا أكثر اتجاهاً للمشاركة فى العملية السياسية من خلال الفهم العميق لدور المؤسسات السياسية وكفاءة وفاعلية مشاركتهم.

7- **دراسة محمد هاشم السلعومى (2006)**[22] بهدف تناول نشرة الأخبار التي يبثها التليفزيون الإسرائيلى "القناة الأولى" باللغة العربية وغيرها من البرامج التي يشاهدها الجمهور الأردنى. أكدت نتائج الدراسة على أن المشاهد الأردنى يرى أن تلك النشرة مضللة ومليئة بالأكاذيب ولكنه يشاهدها لأنها تذيع أحياناً أخباراً لا تجرؤ قنوات تليفزيونية عربية على بثها, وأن التليفزيون الإسرائيلى أداة من أدوات الحرب النفسية بين الحكومة الإسرائيلية ضد الانتفاضة , وأنه يتبنى مواقف الحكومة عندما يبرر عمليات التدمير والقمع فى الضفة وتلك النشرة التي تعرض الأخبار الكاذبة تظهر إسرائيل بالدولة المهيمنة على حدود قطاع غزة الجنوبية مع مصر, وأن والدول العربية عاجزة عن نصرة الشعب الفلسطينى. وتعكس مدى وعى الجمهور الأردنى تجاه مضامين برامج التليفزيون الإسرائيلى المختلفة الصادقة منها والكاذبة أيضاً.

8- **دراسة عربى محمد المصرى (2000)**[23] وذلك بهدف دراسة العلاقة بين تعرض الشباب اللبنانى للأخبار السلبية فى التليفزيون ومستوى قلق هذا الشباب السياسى بأبعاده المختلفة والصورة التي تتكون لدى الأفراد تجاه قيم مجتمعة وقيم مصادر أخباره المحلية، والتعرف على مضمون وشكل الأخبار السلبية المقدمة فى محطات التلفزة اللبنانية وأسلوب صياغتها والقضايا التي تركز عليها ومدى التوازن فى عرضها معتمداً على نظريتى التحليل الوظيفى ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وذلك بتحليل مضمون محطات تليفزيون لبنان الحكومى (TL) ومحطة المستقبل ومحطة المؤسسة الوطنية اللبنانية للإرسال (I.B.C) وذلك من ابريل حتى يوليو 1999 وكذلك مسح عينة حصصية قوامها 400 مفردة من الشباب بلبنان من 18-30 سنة وأوضحت نتائج الدراسة تفوق نسبة الأخبار السلبية عن الأخبار الإيجابية بنسبة 45.18% بالإضافة إلى طولها مقارنة بالأخبار الأخرى وتفوقت المحطات الخاصة على المحطات الحكومية فى الأخبار السلبية واهتمام المحررين بالأخبار السلبية وموافقة المادة المصورة المحتكرة لمعظمها مما يزيد من القدرة التأثيرية لها بالإضافة إلى التضخيم والتهويل التي تسببه واختلف مستوى القلق باختلاف أسلوب الاستخدام ونوع الوسيلة وأن أكثر من نصف العينة تتعرض للأخبار السلبية بكثافة وأكثر من الثلث لديهم قلق سياسى مرتفع وقيموا مصادر أخبارهم بشكل سلبى.

9- من الدراسات المبكرة دراسة ميشيل روبنسون Michele J. Robencon (1976)[24] بهدف دراسة العلاقة بين التعرض للتليفزيون والقلق السياسى ومعرفة مدى مراعاة تليفزيون الشؤون العامة فى أمريكا والذى يتناول الأخبار السلبية لعدم السخرية من المسئولين وتنمية شعور بجدوى الفاعلية تجاه قضية معينة وترويج قلقاً سياسياً وهل هذا التركيز أثر على عملية التصويت وذلك من خلال أفلام من محطة "CBS" لتسويق البنتاجون والآراء الفردية لقادته حول القطاع الحربى والإدارة الوطنية على 233 مبحوث من الأمريكان، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن الأفراد الذين يعتمدون على التليفزيون بشكل كبير لاستقاء معلوماتهم السياسية يظهرون إحساساً يؤكد تشكيكهم بالفاعلية السياسية وعدم الثقة بالمسئولين والهيئات والمؤسسات الاجتماعية عبر رسوم ساخرة عن القادة مما ساعد على ظهور القلق السياسى وتزداد السخرية السياسية لأن التليفزيون يغطى بطريقة ما احتياجات سياسية نفسية والتأكيد على طبيعة الجمهور ومصداقية الوسيلة والصيغة التفسيرية للأخبار.

تعليق على الدراسات السابقة:

لاحظت الباحثة من خلال مسح التراث العلمى للدراسات السابقة التى تناولت الأخبار الكاذبة والمضللة والقلق السياسى.

أنها توقفت عند حد التحليل الكمى والمقارنة ولم تتطرق أى دراسة للجمع بين الاتجاهين بل اكتفت بتناول تأثيرات مثل هذه المواد على الجمهور بصفة عامة وانتشارها وسبل مقاومتها.

وركزت الدراسات الأجنبية على الموضوع أكثر من الدراسات العربية لاسيما فى ظل مناخ الحرية المتاح للمجتمعات الأخرى وحرية تداول المعلومات.

ومن هنا تتزايد الحاجة إلى الاهتمام بقياس الأثر المباشر للتعرض لمثل هذه الأخبار التى أثبتت قدرتها على تكوين صورة سلبية للمجتمعات ونشر الإشاعات والأكاذيب خاصة فى ضوء حالة التوتر التى تعانى منها مجتمعاتنا العربية.

الإطار النظرى للدراسة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency:

اتخذت الباحثة نظرية الاعتماد كإطار نظرى للدراسة باعتبارها أنها تركز على الوسيلة وأهميتها للمتلقى لكى يستمد منها معلوماته ويعتمد عليها للحصول على الأخبار.

فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً من مصادر تحقيق أهدافهم فالفرد يهدف إلى تأييد حقه فى المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة[25] وأنه كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ارتفع استخدامه لها وزادت أهميتها بالنسبة له وتأثيرها عليه. [26]

وقوة وسائل الإعلام تكمن فى السيطرة على مصادر المعلومات التى تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية، وكلما زاد المجتمع تعقيداً اتسع مجال الأهداف الشخصية لديهم والتى تتطلب الوصول لمصادر معلومات مستمدة من وسائل الإعلام.[27]

وتقوم فروض النظرية على وجود علاقة اعتماد متبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعى، وأنه تزيد حاجة الجمهور للاعتماد على الوسيلة كلما زادت الحاجة إلى المعلومة خاصة فى حالة حدوث تغيرات فى المجتمع مثل الثورات والصراع والأزمات ومن ثم تساعدهم الوسيلة على تحقيق الاستقرار عبر توجيه قيم جديدة أو تعديل أو تأكيد قيم موجودة فعلياً، وأنه كلما زادت البدائل المتاحة للحصول على المعلومة يقل اعتماد الجمهور على وسيلة واحدة. [28]

ويحقق الأفراد ثلاثة أهداف رئيسية من هذا الاعتماد تشمل: فهم الفرد ذاته والفهم الاجتماعى للبيئة التى يعيش فيها، والتوجيه سواء توجية العقل للتصرف أو توجيه التفاعل مع الآخرين، والتسلية لتحقيق الانسجام الاجتماعى واللعب والهرب من المشاكل وأنه كلما زاد المجتمع تعقيداً زاد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق أهدافه.[29]

وشملت التأثيرات الناجمة عن الاعتماد ثلاثة اتجاهات رئيسة هى: [30]

1- التأثيرات المعرفية Cognitive Effects وهى التى تشكل الاتجاهات وتدفع المتلقى للاهتمام بموضوعات وآراء وشخصيات، وإلى تجاوز الغموض الناجم عن نقص المعلومات اللازمة لتفسير الأحداث.

2- التأثيرات الوجدانية Affective Effects: والتى تشمل الفتور العاطفى والقلق والخوف الناجم عن التعرض للرسائل التى تتميز بالتأثيرات الأخلاقية حسب طبيعة الرسالة حيث أنه فى فترات التوتر الاجتماعى والسياسى تتشكل اتجاهات المستخدمين.

3- التأثيرات السلوكية Behavioral Effects: والتى تشمل الفعالية أو التنشيط والتثبيط فيقوم الجمهور بأفعال نتيجة تلقيهم رسائل إعلامية تدعم بعض السلوكيات أو تتجنب سلوك آخر.

واعتمدت الباحثة على النظرية والاستفادة منها فى الدراسة الحالية من خلال محاولة التعرف على مدى اعتماد الشباب عينة الدراسة على مواقع التواصل الاجتماعى كوسيلة إعلام رئيسية فى الحصول على المعلومات والأخبار وخاصة مع تزايد حالات عدم الاستقرار والصراع والتحولات السياسية فى المجتمع، والذى يدفع الشباب لاستقاء المعلومات لفهم الواقع.

إضافة لاختبار التأثيرات الوجدانية للنظرية على مشاعر الخوف والقلق

وخاصة فى المجال السياسى الذى تهتم به الدراسة الحالية وتحاول اختبار تأثيره على الشباب فى ضوء تعرضهم للأخبار الكاذبة التى تنتشر وتشجع على إثارة مشاعر القلق والتوتر.

ورصدت الباحثة عديد من الدراسات العربية والمصرية والأجنبية التى طبقت نظرية الاعتماد فى المجال السياسى ومنها:

دراسة أحمد فهمى (2016) التى رصدت الوسائل الإعلامية التقليدية والحديثة التى يعتمد عليها الشباب المصرى للحصول على المعلومات السياسية وخاصة وقت الأزمات، وأظهرت أن الوسائل الحديثة تتفوق على التقليدية، وجاء على رأسها الفيسبوك (14.1%) يليه المواقع الإخبارية والإلكترونية ثم اليوتيوب وتويتر لأنها تقدم معلومات جديدة وتسمح بالمشاركة بالآراء والتعليقات، ووجدت علاقة ارتباطية بين مستوى الاعتماد عليها ومستويات الثقة فيها.[31]

دراسة أحمد فاروق (2012) التى اهتمت بالتعرف على استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة أثناء ثورة 2011 والعوامل المؤثرة فى اعتمادهم عليها، وجاءت المواقع الالكترونية الإخبارية فى مرتبة متأخرة، وتحققت التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية لنظرية الاعتماد على الإعلام أثناء الثورة.[32]

دراسة جمعة عبد النبى (2011) على الشباب العراقى وذلك للتعرف على مدى اعتمادهم على وسائل الإعلام الجديدة فى متابعة الأحداث واستخدمت نظرية الاعتماد كمدخل نظرى وأظهرت أنه يزداد استخدام الإنترنت خاصة أثناء الأزمات لقدرته على إيصال المعلومة والسرعة والتنوع، وخاصة المواقع التواصلية الاجتماعية والإخبارية.[33]

ودراسة أسماء مسعد (2011) عن مدى اعتماد الشباب المصرى على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت فى متابعة الأحداث المحلية والتأثيرات الناجمة هذا الاعتماد، وأكدت أن موقع اليوتيوب هو الأكثر شعبية بين الشباب وأن عناوين المقاطع هى التى يخبر بهم لها ثم الصور الخاصة بها.[34]

وأظهرت دراسة مصرية لداليا العبد (2005) أن من أهم المعايير التى تتمتع بها الأخبار السياسية على الإنترنت هى السرعة فى تغطية الأحداث فى الوقت المناسب وحرية التعبير والتمثيل المجتمعى، فيما أظهر الشباب تشكك واضح فى عوامل المصداقية الأخرى الخاصة بالثقة والموضوعية والتوازن نظراً لإساءة استخدام شبكة الإنترنت كأداة اتصال للحصول على الأخبار السياسية وعدم وجود تنظيم لها فى ظل اتساع مساحة الحرية فى نشر الأخبار والتعليق عليها من المواطن العادى.[35]

ودراسة يمنية لعلى القاضى (2013) أظهرت أن مواقع التواصل الاجتماعى وخاصة الفيسبوك فى مقدمة المصادر التى يعتمد عليها الشباب الجامعى فى الحصول على المعلومات والأخبار (بنسبة 79%) لسهولة التعامل معه فى التصفح واستقاء المعلومة والخبر من مصادر متعددة بما يتيح الانتقائية والتفاعلية، وأن التأثيرات السلوكية فى مقدمة تأثيرات الاعتماد على الفيس بوك مما أثر بشكل فعال على مشاركتهم فى السياسة، يليها التأثيرات المعرفية ثم الوجدانية.[36]

وأظهرت عديد من الدراسات الأجنبية دور مهم للمواقع التواصلية على الإنترنت فى دفع الشباب للمشاركة السياسية وأنهم يعتمدون عليها فى الحصول على معلوماتهم السياسية وخاصة فى فترات التوتر والقلق السياسى ومنها فترة الإنتخابات ومنها:

دراسة أمريكية لدوافع استخدام مواقع التواصل والشبكات فى التفاعل مع أخبارها واتجاهات المشاركة السياسية لدى المواطنين بعد انتخابات عام 2012, لمعرفة مدى ارتباط التصويت بالتعبير عن الآراء السياسية عبر الإنترنت. وجاءت النتائج تؤكد أن مواقع التواصل تحتل مساحة مهمة فى التأثير على الناخبين وتشجعهم على التصويت فعلياً.[37]

ودراسة أخرى على تويتر أظهرت أن الشباب المشاركون فى المواقع التواصلية يبدون اهتمام أكبر بالأخبار التى تصلهم من الأصدقاء عبر التغريدات لأنهم يعتبرونها أكثر مصداقية.[38]

كما جاءت دراسة أمريكية أخرى لتؤكد أن المناقشات السياسية على مواقع التواصل تركت تأثير أكبر على المشاركة المدنية مقارنة بالاتصال الشخصى أو عبر الإيميل، وخاصة لوجود مناقشات سياسية من أطراف عديدة حول الأمور المدنية حتى بالنسبة للأشخاص غير النشطين فى البحث عن المعلومة أو الذين يتعرضون لها بشكل غير منتظم.[39]

أبعاد الدراسة:

مفهوم وتعريف الأخبار الكاذبة والمضللة:

هى الأخبار المقالية المقصود بها الكذب أو بعد التحقق منها أنها كاذبة والتى يمكن أن تضلل القارئ، وخاصة أن لها متطلبات سياسية ولها انتشار واسع المدى على المواقع التواصلية بصفة خاصة، وتحمل عناوين مثيرة أو التي يحتمل أن يساء فهمها عن الحقيقة، خاصة إذا شاهدناها بمفردها أو معزولة على تويتر أو الفيس بوك[40].

تعريف الأخبار الكاذبة اسبتعد عدد من الأخبار الأخرى القريبة منها وتشمل: [41]

* الأخطاء غير المقصودة فى التقارير.
* إشاعات غير أصلية من مقالات محددة.
* نظريات المؤامرة من ناس يعتقدون أنهم على صواب.
* مقولات كاذبة من السياسيين.
* تقارير مضللة ومحرفة ولكنها ليست كاذبة تماماً.

والخبر الكاذب هو الخبر الذى لا يطابق الحقيقة كلها أو جزء منها سواء عن طريق الحذف أو الإضافة أو التزوير وغير ذلك من الوسائل التي تناقض الحقيقة فى صورة من صورها، والصحفى يجب أن يتحرى الدقة فلا يتسرع فى نشر خبر كاذب أو تصريح مضلل قبل أن يتحقق من صحته واستهداف المصلحة العامة، ومن ثم يصبح معيار الخبر الكاذب هو تعمد الصحفى الإضرار بالمصلحة العامة.

وللخبر الكاذب شروط تشمل:

- عدم صحة الخبر.
- سوء نية الصحفى.
- من شأنه تكدير السلم العام أو إثارة الفزع بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة.

والأخبار الكاذبة هى التي تظهر أنها أخبار تنتشر عبر الإنترنت , أو تستخدم وسائل إعلام أخرى وعادة ما تصاغ لكى تؤثر على وجهات النظر السياسية , أو كطرفة , أودعابة. [42]

انتشار الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعى:

الأخبار الكاذبة والمفبركة لها قدرتها على صناعة واقع كاذب يصدقه الشباب ويتفاعلون معه وينساقون وراءه باعتباره حقيقة واقعة، خاصة مع الانتشار الكبير لمنصات التواصل الاجتماعى والتى أصبحت حالياً المصدر الرئيسى للأخبار لكثيرين, وأغلبهم شباب، أسهم فى تصاعد أزمة الأخبار الكاذبة وما ينجم عنها من أخطار كبرى. [43]

ولأن مواجهتها ووقف طوفان الإشاعات والتضليل والميلشيات الإلكترونية بالقانون ليست الحل الأمثل, نظراً لطبيعة هذه المنصات وقدرتها على التكاثر والهرب والتمدد والتمويه. فلا يتبقى سوى الحل فى التثقيف الإعلامى, والتوعية الإعلامية للشباب باعتبارها أولوية قصوى للوقاية من تأثيرات الأخبار الكاذبة. وخاصة بعد أن

دخلنا عصر بعد الحقيقة Post truth التي يصبح فيها الفرد أكثر احتمالاً لقبول الإدعاء الذى يعتمد على مشاعره ومعتقداته أكثر من المبنى على الحقائق.

نشر الوعى الإعلامى لاسيما بين الشباب حول كيفية التعامل مع الأخبار، والتفرقة بين الحقيقة والوهم والتمييز بين المصادر الموثوق فيها وتلك القائمة على التحريض والتضليل. (44)

وتظهر الأرقام والدراسات أن شبكة الإنترنت عبر منصاتها غير الخبرية هى المصدر الرئيسى للشباب لاستقاء الأخبار والتعليق عليها، والفيس بوك بمفرده يستخدمه أكثر من 150 مليون أمريكى كوسيلة غير رسمية للحصول على الأخبار.

أفاد استطع رأى أجرته هيئة الخدمة العالمية فى هيئة الإذاعة البريطانية BBC (عام 2016) تزايد القلق من مستخدمى الإنترنت عالمياً بشأن الأخبار الكاذبة، وهو الاستطلاع الذى شمل 15 دولة أجاب عنه 16 ألفاً بالغ , عبر 79% منهم أنهم قلقون بشأن ما ينشر عبر الإنترنت، وأكد مستخدمى الإنترنت فى دولتين فقط هما بريطانيا والصين رغبتهم فى فرض حكوماتهم رقابة على الإنترنت، وكانت بى بى سى قد أجرت استطلاع مماثل عام 2010 عبر فيه نسبة 58% عن رغبتهم فى تنظيم الإنترنت مقابل 51% فى البحث السابق. ففى الصين عبرت نسبة 67% عن رغبتهم بفرض رقابة، ونسبة 53% فى بريطانيا. فى حين عارض الفكرة 84% من الجمهور فى اليونان، و82% من نيجيريا.(45)

تشير هذه الدراسة وغيرها إلى تزايد القلق العالمى من تأثيرات سلبية متعددة على الشعوب نتيجة انتشار الأخبار الكاذبة والخادعة عبر منصات التواصل الأجتماعى عبر الأنترنت وحاجة ماسة لتنظيم العمل الإعلامى.

وجاءت مشاعر القلق من كل ما هو كاذب خاصة على الفيس بوك لدى البرازيليون الذين كانوا الأكثر قلقاً إزاء الفارق بين ما هو حقيقى وما هو كاذب, وأوضح 92% منهم أنهم يساورهم بعض القلق إزاء هذا الأمر، وفى عدد من الدول النامية الأخرى ارتفع مستوى القلق منها اندونيسيا التي سجلت 90%، ونيجيريا 88% وكينيا 85%، وجاءت ألمانيا البلد الوحيد من بين الدول التي شملها الاستطلاع وأعرب مواطنوها بأغلبية ضئيلة 51% عن عدم قلقهم إزاء هذه القضية وخلال الفترة التي سبقت الانتخابات كانت هناك جهود حثيثة للقضاء على الأخبار الكاذبة.

وهناك قلق متزايد إزاء تعبير الناس عن آرائهم عبر الإنترنت. ففى الدول التي شملها الاستطلاع عبر 53% منهم أنهم لا يشعرون بالإرتياح إزاء هذا الأمر, واختلفت الاتجاهات فى الدول المتقدمة والنامية ,فقد عبرت غالبية كبرى فى نيجيريا وبيرو والصين عن ثقتهم بشأن التعبير عن آرائهم ولكن فى أوروبا وأمريكا الشمالية كانوا أكثر قلقاً بكثير، وأكد الفرنسيون واليونانيون أنهم الأقل رغبة فى التحدث بحرية على الإنترنت عن آرائهم.

وفى مصر أمرت النيابة العامة والنائب العام بمتابعة وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعى واتخاذ الإجراءات الجنائية ضدها إذا قامت ببث أخبار أو بيانات أو إشاعات كاذبة. فى ضوء التزامها المهنى ودورها الوطنى بعد ملاحظة ما نشر مؤخراً من أكاذيب وأخبار غير حقيقية.[46]

كما أعلنت المفوضية الأوربية إستراتيجية لمعالجة الأخبار الكاذبة والتى تدعو شبكات التواصل لتكثيف جهودها لمحاربة هذه المشكلة وإلا واجهت مزيداً من الإجراءات التنظيمية.[47]

وخاصة كبرى شركات التكنولوجيا مثل فيسبوك وجوجل لتكثيف جهودها خلال الشهور المقبلة لإحداث تأثير قابل للقياس وإلا ستعد المفوضية قواعد للممارسات الخاصة بالمعلومات المضللة تتضمن إجراءات لمنع انتشار الأخبار الكاذبة مثل زيادة مراقبة منصات الإعلانات وخاصة فى ضوء ما يخشاه صناع السياسات فى الاتحاد الأوربى من أن تؤثر الأخبار الكاذبة على الانتخابات الأوربية العام المقبل بعدما أثير عن تأثير روسيا على الناخبين الأمريكان. [48]

أنماط توظيف الأخبار الكاذبة:

* تأتى الأهداف الربحية فى مقدمة الأسباب من خلال حرص المواقع الالكترونية حتى الكبرى منها على استخدام عناوين أخبار مثيرة للجدل وفى أغلب الأحيان مختلقة وربما لا تمت للمحتوى بصله لرفع نسبة متابعة الموقع وعدد زواره وقراء أخباره.
* الحصول على إعلانات تجارية تستطيع من خلال عائدها المالى الوفاء بالتزاماتها المالية تجاه موظفيها فى الوقت الذى تعانى فيه وسائل الإعلام من تراجع التمويل.
* إلهاء الرأى العام عن قضايا كبرى تشغل اهتمامه فضلاً عن الأسباب السياسية التي لا تزال أحد أهم محركات هذه الظاهرة حتى الآن.
* البيئة الصراعية تعد أهم المحفزات على تصاعد نمط الإعلام المضلل والمتمثل فى الأخبار والتصريحات الملفقة كأحد أدوات الصراع النفسى للتأثير على الرأى العام.

من يصدق الأخبار الكاذبة:

توجد عدة عوامل يمكن تحديدها للتعرف على قدرة المتلقى على التفرقة بين الأخبار الحقيقية والصادقة والأخبار المفبركة والكاذبة والتى قد تشمل الخلفية السياسية للمستخدم، والسن والتعليم ومعدلات استخدام وسائل التواصل الاجتماعى.[49] فقد وجد فلين Flynn وآخرون (2017)[50] أن مستوى التعليم بصفة

خاصة يؤثر على الفهم السياسى من ناحية، ويزيد من قدرة الجمهور على التفرقة بين الحقيقة والخيال من ناحية أخرى، ويعطى المستخدم أدوات أفضل للرد والجدل ضد المعلومات المتعارضة التي تصله من أخبار المواقع.

ووصل التزييف والكذب لمرحلة خداع المالك والجمهور بعدد مزيف من مرات الإعجاب بالصفحات لأن الشركات الجماهيرية والمحبوبة على مواقع التواصل تحصل على سمعتها من الإعجاب بها مما دعى بعض المزيفين لإرسال عدد كبير من مرات الإعجاب بالصفحة أو الموقع لجنى الأموال، مما دعى البعض لمحاولة وقف هذا التزييف الذى يهدم المصداقية والثقة ومحاولة جعلها قانونية عبر الفيس بوك بتحديد سمات مميزة للتأكد من حقيقتها، وهو ما تم عبر دراسة تجريبية أظهرت أن نسبة الإعجاب الحقيقى بلغت 87.1%.[51]

كيفية مواجهة الأخبار الكاذبة:

أطلقت عديد من الدول والمؤسسات الدولية مبادرات وتطبيقات لمواجهة ظاهرة الأخبار الكاذبة فى وسائل الإعلام الحديثة والتقليدية، إلا أن تأثير هذه الآليات الجديدة مرهوناً بمدى انتشارها بين متلقى الأخبار على شبكات التواصل الاجتماعى والمواقع الالكترونية.

تبذل جوجل جهوداً لمحاربة الأخبار الكاذبة والمضللة فأطلقت خاصية "التثبت من الأخبار بإضافة علامة معينة على الأخبار التي يراد التحقق منها ومبادرة أخبار جوجل والتى تهدف إلى الاهتمام بنوعية الصحافة وتطوير ماهية المعلومات المقدمة ومحاربة الأخبار الكاذبة وذلك من خلال تمكين المؤسسات الإخبارية من الابتكار التكنولوجى وتدريب الصحفيين الشباب فى 6 دول عربية هى: مصر والأردن ولبنان والسعودية وتونس والإمارات على زيادة دقة المحتوى وسبل وقف تدفق المعلومات الزائفة والأخبار المضللة، وصناعة التزييف الغائبة عن أذهان الملايين من الشباب العرب المستخدم لشبكات التواصل الاجتماعى.

التفكير النقدى مفتاح التعامل الواعى مع الإعلام والمعلومات ومهمة المثقفين تعليم الشباب أهمية مفهوم التربية الإعلامية، والنقاش حول الأخبار الكاذبة يقود لتركيز جديد على المفهوم بشكل أوسع وتطبيقه، وقد أطلق قاموس اكسفورد عبارة Post Truth عام 2016 كخطوة إيجابية لدعم التفكير الناقد كمهارة حياتية عندما تتحول فى مجتمع المعلومات. [52]

الإجراءات المقترحة للحد من انتشار الأخبار الكاذبة:

تمحورت الإجراءات التي اتخذت من عديد من الجهات باستحداث إجراءات من شأنها الحد من انتشار الأخبار الملفقة[53] وتمثلت فى محاور رئيسية هى:

1- الإجراءات القانونية:

فقد اتخذت إجراءات قانونية فى بعض الدول لمواجهة هذه الظاهرة السلبية لعل من أبرزها ألمانيا التى ظهرت فيها مشكلة تضخيم أكاذيب ارتكبت من لاجئين كحوادث فردية، واستغلها اليمين المتطرف عبر وسائل التواصل لمنع استقبال لاجئين من الشرق الأوسط وهى الحادثة المزعومة بإحراق كنيسة ليلة رأس السنة فى عام2016 وسط هتافات الله أكبر, الأمر الذى عرض الفيسبوك لانتقادات رسمية ألمانية وأخضعت مدير الصفحة المتورطة للملاحقة القضائية مع إدارة الموقع . ووافق البرلمان على مشروع قانون لمعاقبة مواقع التواصل الاجتماعى على ترويج أخبار كاذبة عام 2017 , وفرض غرامات كبيرة على من يثبت عليه الجريمة. ودعى وزير العدل إلى سن قانون لمنع خطاب الكراهية والأخبار الكاذبة على مواقع التواصل. (54)

وفى بريطانيا شكلت لجنة برلمانية 2017 لتحديد الإجراءات التي يجب اتخاذها ضد المواقع التي تتناقل أخبار كاذبة تصل لحجبها تماماً أو منع بث إعلانات بها.

وفى فرنسا أعلن الرئيس الفرنسى ماكرون عزم حكومته تعديل القانون الفرنسى الخاص بالإعلام لتجريم الأخبار الكاذبة التي اعتبرها خطراً يهدد الديمقراطيات الليبرالية، إضافة لتعزيز سلطات هيئة المرئى والمسموع لمكافحة أى محاولة لتضليل الرأى العام الفرنسى، وفى استطلاع رأى أجرته صحيفة فيجارو وافق وأيد القرار 52% من الفرنسيين.

2- التطبيقات الحديثة:

طرحت عديد من التطبيقات من خلال تقنيات حديثة عبر إدارة المواقع لمكافحة الأخبار المزيفة مثل ما قامت به إدارة موقع الفيسبوك عام 2017, بتعطيل 30 ألف حساب فى فرنسا وحدها، وتطبيق مميزات أمان وخصوصية لمنع المخترقين من الحصول على المعلومات الشخصية للمستخدمين , بعد وصول تقرير يؤكد وجود جهات وأفراد قاموا بتوزيع أخبار ورسائل لحسابات بعينها تم إختراق بياناتها.

كما شاركت ويكبيديا أيضاً بإطلاق موقع إخبارى "ويكبتربيون" لكشف الأخبار الكاذبة وسيدار من قبل صحفيين متطوعين للتحقق من الأخبار.

3- وسائل الإعلام التقليدية:

قامت وسائل الإعلام التقليدية بدور أيضاً بعد أن تورطت بعضها فى إذاعة أخبار كاذبة سواء قصص أو صور صحفية، وهو ما دفع شبكة بى بى سى إلى إنشاء قسم لمراقبة الأخبار والتأكد من صحتها قبل النشر على الموقع الإلكترونى.

ووكالة فرانس برس وضعت شبكة تدعى (فيرست درافت نيوز) بهدف تحسين نوعية المعلومات المنشورة الالكترونية وخاصة على مواقع التواصل الاجتماعى.

4- دور الدولة:

على المستوى الرسمى يعتبر صدور بيان من الجهة المختصة لتوضيح طبيعة هذه الأخبار الكاذبة أمراً مهماً لما تمثله من خطورة على المجتمع واستقراره نتيجة إنتشار مثل هذه الأخبار, والتى يجب أن تسارع مؤسسات الدولة المعنية بنفيها وتكذيبها والرد عليها بلغة واضحة وقاطعة.

تعريف القلق السياسى:

يكاد يكون من المستحيل أن نعيش دون قلق، ومع أن الأحداث والظروف والعلاقات التي تسبب القلق تختلف من شخص لآخر غير أننا غالباً ما نشعر بالقلق من أشياء كثيرة بدءاً من شؤون الحياة اليومية وصولاً إلى اتخاذ قرارات أهم.

ويمكن اعتبار القلق نوعاً من أنواع الخوف الذى نعانيه عندما نفكر فى الأشياء أو نقلق بشأن من دون أن نختبرها بشكل مباشر.

ومصطلح القلق Anxiety مشتق من كلمة لاتينية anxius والتى تعنى القلق من أمر غير واضح. ووسائلنا الدفاعية والواقع الذى نعيشه لا يتماشيان معاً ومن غير المستغرب أن يجعلنا عدم التلاؤم بينهما عرضه للإصابة بمشاكل القلق. ومن ثم فمشكلة القلق هى عبارة عن خوف أو توتر يستمر لفترة طويلة, ونتيجة ذلك فإنه يسبب لنا المشاكل فى حياتنا اليومية. وعادة ينجم القلق من الحالات المحفوفة بالمخاطر التي تشكل تحدياً. ولكن إذا كان القلق شديد ومتواصل أو غير متناسب مع ضخامته مع الخطر الذى نتعرض له , أو أنه يؤثر فى حياتنا اليومية فحينئذ قد تكون مصاباً باضطراب القلق.[55]

الشعور بالقلق السياسى من أحوال الدولة ينقل على ألسنة المواطنين العاديين الذين يشعرون بالقلق إزاء نفس السلبية والخطاب السياسى ويزداد استفزازاً من المشهد السياسى.[56]

تركت العولمة فجوة كبيرة بين الناخبين وحكوماتهم وما تستطيع الحكومات أن تنفذه لهم فعلياً، ما بين المتطلبات الشعبية والفرص المتاحة، وهى لذلك من التحديات التى تواجه المجتمعات الغربية والديمقراطيات العريقة, التى تصطدم بمشكلات سياسية متعددة مثل التهديدات العالمية , والهجرة غير الشرعية, والسياسات النقدية, والتجارية, وتأثيرات العولمة, ومن ثم فالحكومات غير قادرة على مقابلة احتياجات شعوبها مما يزيد من التوتر الشعبى , ويستمر القلق والضيق الديمقراطى (Democratic) Malaise.[57]

والذى اكتسب صبغة عالمية وانتشر نفس المفهوم فى دول غنية وفقيرة ديمقراطية وتتجه بعيداً عن الديكتاتورية، ولعل دول الربيع العربى خير مثال على هذا القلق والاضطراب السياسى.[58]

أصبح يتردد بقوة فى الفترة الأخيرة تعبير Post-truth أو ما بعد الحقيقة والذى يربط بين الأخبار الكاذبة التى تزايدت فى الإعلام وخاصة على مواقع التواصل لتأثيرها على الناس، واستجابة الناس لتصحيح المعلومات الخاطئة، وهذا الاتجاه جاء نتيجة لتيار اجتماعى كبير شمل جوانب سياسية مثل زيادة الاستقطاب وانخفاض الثقة فى العلم والنظرة الجزئية الضيقة للإعلام.

واستجابة لهذا القلق والتوتر بدأت تندمج بعض القواعد النفسية والمداخل البينية وعدد من الحلول التكنولوجية لمواجهة كذب المعلومات فى عالم مهتز الثقة, وهو ما يفسر المفهوم بأنه الظروف أو الحالة التى يكون فيها المشاعر والمعتقدات الشخصية أقوى تأثيراً من الحقائق الموضوعية. (59)

مواقع التواصل الاجتماعى والأخبار السياسية الكاذبة:

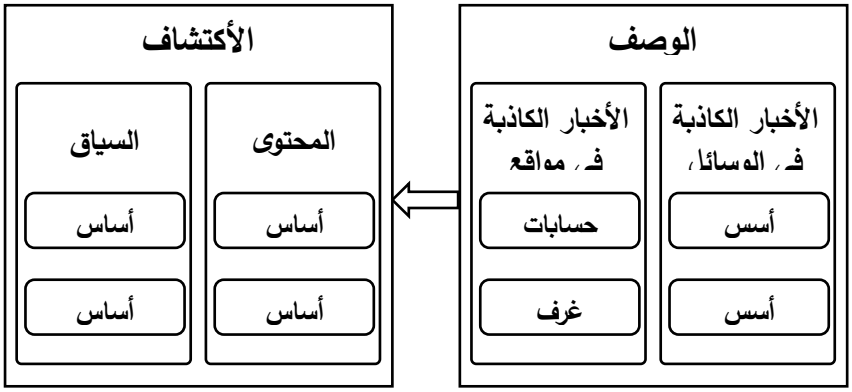
مواقع التواصل الاجتماعى تقدم الأخبار التى يتناقلها الجميع والتى تتميز بأنها سهلة الوصول للكل وقليلة التكلفة وسريعة الإنتشار, وخاصة إذا كانت كاذبة ومقصود بها تأثيرات سلبية كبيرة على الأفراد والمجتمعات، ومن ثم أصبح اكتشاف مثل هذه الأخبار أمراً ضرورياً لأنها مصممة خصيصاً لخداع الناس لتصديق الأكاذيب وهو ما يمثل تحدى لاكتشاف مثل هذه الأخبار. (60)

وفضح الزيف والمعلومات المغلوطة التي تؤثر على المعتقدات والقرارات الخاصة بالناخبين الذين يدعمون اتجاه محدد، ويريدون تصديق أى خبر يؤيده حتى لو كان زائف. (61)

فى عام (2017) قدم نموذجاً يلخص وصف واكتشاف أسس الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل والتى تعد مشكلة ليست جديدة ولكنها تغيرت عبر الوقت من الصحف والتليفزيون وحتى عصر الإنترنت ويمكن وصف تأثيراتها من خلال منظور نفسى واجتماعى، فالشخص يصدق أن مدركاته عن الحقيقة هى الوحيدة الدقيقة ووجهة النظر الصائبة , ويؤكد على إنحيازه من خلال تفضيله لتلقى المعلومات والأخبار التي تدعم وجهة نظره الموجودة بالفعل. وتؤكد نظرية الهوية الاجتماعية أن الناس يختارون الاختيار الأكثر أماناً من خلال التركيز على أخبار معينة حتى لو ثبت أنها كاذبة.

وعلى المستوى السمات الاجتماعية يتجه الفرد لنشر الأخبار التي تدعم آراءه ويختار التعرض لأنواع معينة من الأخبار، وينضم لمجموعات أصدقاء يشبهونه فى الأفكار ويتبادلون رسائل وأخبار عبر غرف دردشة واحدة. (62)

تحتاج صياغة مثل هذه الأخبار لإدعاءات فى المحتوى لنشر هذه المواد المضللة وأسلوب معين لاستخدام أساليب إقناعية للمستخدمين وعوامل جذب لا تستخدم فى الأخبار العادية، وتستخدم الطرق والمداخل الدعائية. (63)



نموذج رقم (1)

توصيف الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعى

البحث فى العلوم السياسية يؤكد أن إساءة تفسير الخبر يرتبط بشكل تلقائى بمعتقدات الجمهور السياسية وهويتهم ومواقفهم، وهو ما يظهره أن المستخدم للأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة يكون مدعوماً بوجهة نظر سياسية محددة وانتماء حزبى يدفعه للبحث فى هذا الاتجاه. (64)

وخاصة أن مثل هذه الأخبار التي تنشر فى فترات الانتخابات بصفة خاصة لا تلتزم أو حتى تلتفت للممارسات الصحفية المهنية , ولكن تركز على جنى الأرباح السياسية , ومن ثم فهى تمزج الحقائق والإدعاءات الباطلة فى تقارير واحدة. (65)

ولذلك يلجأ الناس للاعتماد بكثافة على الاستدلال والروابط الاجتماعية لتقودهم لتحديد مصداقية المعلومات والتى تشكل معتقداتهم والتى من الصعب تصحيحها أو تغييرها، وقد قدم مؤتمر جامعة هارفارد (2017) حلول لتقليل الأخبار الكاذبة مثل إعطاء تنويهات للمستخدمين أن بعض الأخبار قد تكون غير صحيحة والتعريف بعدد من المصادر التي تشتهر بنشر مثل هذه المواد. (66)

وقدمت المؤسسات الإعلامية والسياسية عديد من المقترحات لمواجهة هذه الأخبار ومنها:(67)

* وضع خريطة للمعلومات الكاذبة للمستخدمين لتعرفهم ما هو مقبول وغير مقبول ودليل للمؤسسات الإعلامية لتحرى دقة الأخبار.
* إعلام الجمهور بكيفية صياغة حملات الكذب, وما يمكن أن يحد من تأثيرها السئ عليهم.
* تدريب المستخدمين على إزالة الأمية المعلوماتية ومفهوم التربية الإعلامية

لتعلمهم كيف يثقوا فى المعلومة أو يتجاهلونها، وتشجيعهم على إيصال صوتهم وآرائهم والتأثير على الآخرين وليس فقط التلقى.

وعلى المستوى التقنى وجدت عدة خطوات واعدة لاستخدام التكنولوجيا فى التغلب عليها منها خطوات لمراجعة الدقة من خلال حذف الكمبيوتر المعلومة الكاذبة مباشرة[68]. من خلال مراجعة الحقائق والذى يضاف لبرامج الكمبيوتر والذى بدأه جوجل ويطوره للتنبيه على المعلومة غير المؤكدة كجزء من البحث التقليدى عن النتائج. [69]

أيضاً طور جوجل تطبيق حديث يجمع بين الذكاء الصناعى وأداة تعليمية لمساعدة الصحفيين على مراجعة الحقائق من خلال أنه يتضمن القدرة على البحث عن المعلومة عبر الربط مع مواقع رسمية للبيانات والمعلومات مثل البوليس والحكومة. [70]

وقدم الفيس بوك محاولات عديدة للتغلب على مشكلة الأخبار والمعلومات الكاذبة التى تنتشر عن طريقه من خلال تحديد الصفحات التى ترسلها, عبر مجموعة خطوات يحددها الخبراء منها أن تعتاد هذه المواقع إرسال أشياء غير مهمة تدخل سلة المهملات , أو تطلب المشاركة معها وإبداء الإعجاب بها, أو التعليق عليها فتكون دليل على أنها صفحات غير أصلية ومزيفة تتخفى وراء أسماء وهمية , ومن ثم يمكن وضع خطوات بيانية واضحة لاتخاذ إجراءات ذكية لوقفها[71]، لأنه سمح بانتشار قصص خبرية مفبركة من أكثر من 100 موقع مجهول لدعم ترامب على سبيل المثال. [72]

اقترح التربويون تدريس التربية الإعلامية Media Literacy لجعل الشباب قادرين على التفرقة بين الأخبار الحقيقية والمزيفة , ومعرفة مدى الوثوق فى ما يقرأون, والاعتماد عليه, من خلال الإجابة على عدد من الأسئلة منها:

ما مصدر المعلومة؟ ومن كاتبها؟ ومن يمول الصفحات التى تنشرها؟ وهل هى إعلان أو مادة دعائية؟ وما مصداقية هذا المصدر؟ وهل هو رئيسى أو منقول عن آخرين؟ ، ثم النظر فى تاريخ الخبر ومكان حدوثه، والبحث عن الهدف منه, وهل يقصد به إثارة مشاعر معينة؟ [73]

منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات شبه التجريبية Quasi Experimental Study التى تهتم بالتوصل إلى الاستنتاجات العلمية والبراهين التجريبية التى تسهم فى درجة عالية من الدقة خاصة فى صياغة الناتج مما يساعد على التصميم والتنبؤ فى دراسة الظاهرة خاصة فى حالة نجاح البحث من ضبط المتغيرات التابعة والمستقلة وتحديد العلاقات السببية بين متغيرات الدراسة. [74]

وقامت الباحثة باستخدام الأسلوب من خلال إجراء اختبار قبلى على عينة من الشباب الجامعى تم تقسيمهم لثلاث مجموعات للتعرف على استجاباتهم على عدد من الأخبار الكاذبة التى انتشرت على مواقع التواصل خلال شهر إبريل(*)، وذلك من خلال الإجابة على استمارة استبيان ثم عرض الأخبار عليهم فى صورة مطبوعة لقراءتها وعن طريق داتا شو فى القاعة لرؤيتها بشكل جيد، ثم إجراء اختبار بعدى بتطبيق مقياس للقلق السياسى عليهم بعد التعرض وقراءة الأخبار والنقاش حولها مع الباحثة أما المجموعة الضابطة فلم تعرض لأخبار.

أيضاً اعتمدت الباحثة على المنهج المقارن باعتباره من المناهج المساعدة لإجراء مقارنة كيفية وإحصائية بين المجموعات التجريبية والضابطة , ومقارنة النتائج التى خرجت بها المعاملات الإحصائية التى أجريت لقياس الفروق بين المجموعات , وبين المجموعة الواحدة قبل وبعد التعرض للمتغير المستقل وهو الأخبارالكاذبة ، وأخيراً لاختبار الفروق بين المبحوثين حسب متغيراتهم فى الاستجابة على المقياس.

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على أداتين لجمع البيانات هما:

أ – استمارة استبيان:

صممت استمارة استبيان تضمنت متغيرات الدراسة لقياس الفروض، وطلبت من المجموعات التجريبية الإجابة عليها قبل التعرض للأخبار، ثم طلب من المجموعات الإجابة مرة أخرى على مقياس القلق السياسى بعد التعرض.

وتضمنت أسئلة الاستمارة قياس معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل , وقياس مدى اعتمادهم وثقتهم فى الأخبار والمعلومات المقدمة فى هذه المواقع , وسؤال عن مشاركتهم فى وضع أخبار ومعلومات على صفحاتهم بمواقع التواصل , ومدى تأكدهم من مصادر الأخبار التى يتشاركونها على مواقع التواصل, إضافة إلى مقياس للقلق السياسى تضمن عبارات للقلق العام , وللقلق من الأحداث , والقلق من أداء الحكومة.

(*) اعتمدت الباحثة فى اختيار الأخبار الكاذبة التي عرضت على المبحوثين على تقرير مركز معلومات مجلس الوزراء الذى يصدر شهرياً لرصد الشائعات بصفة شهرية التي تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي والرد عليها وتكذيبها بصورة رسمية، وهو ما تم رصده فى شهر أبريل 2018، إضافة لبعض الأخبار التي انتشرت على المواقع وتم الرد عليها فى موقع مصرى للشباب يسمى (ده بجد).

وتم عرض الاستبيان على مجموعة من السادة المحكمين(**) فى مجال الإعلام وعلم النفس للتأكد من شمولية الأداة ,وتحقيقها لأغراض الدراسة , وقامت الباحثة بإجراء عدد من التعديلات , وخاصة فى صياغة عبارات مقياس القلق السياسى, بناء على أراء السادة المحكمين .

ب- مجموعات النقاش المركزة:

وهى من الأساليب الكيفية والتى تفيد الباحثة فى مناقشة متعمقة لموضوع الدراسة, من خلال تحديد عدد من التساؤلات الرئيسية والنقاش حولها, مع مجموعتين من الطلاب الجامعيين تكونت كل مجموعة من 8 طلاب من الذكور و الأناث (بأجمالى قدرة 16 طالب وطالبة) , لمعرفة مدى تفاعلهم واستجاباتهم على أخبار مواقع التواصل , وتأثيرها السياسى عليهم. وقامت الباحثة بإدارة النقاش وتسجيله . ومن خلاله تمت الإجابة على المحاور الرئيسية , والتى شملت التعرف على ما يلى:

* معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعى وأسباب الإقبال عليها وأكثر المواقع المستخدمة.
* مدى مشاركة الشباب للأخبار والمعلومات مع الآخرين عبر صفحاتهم فى مواقع التواصل ومدى اعتمادهم عليها كمصدر للمعلومات ومدى الثقة فى أخبارها.
* مدى اهتمامهم بمصدر الأخبار فى المواقع التواصلية وطبيعة الأخبار التى يتشاركونها مع الآخرين.
* تعريف الشباب للأخبار الكاذبة وأسباب انتشارها على مواقع التواصل الاجتماعى .
* كيفية اكتشاف الأخبار غير الصحيحة و الملفقة وكيفية والتعامل معها ؟ ومدى إمكانية التأكد من صدق الأخبار التى تصلهم عبر وسائل التواصل الاجتماعى.
* مقترحات الشباب الجامعى لمواجهة ظاهرة الأخبار الكاذبة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعى.

عينة الدراسة:

طبقت الدراسة شبه التجريبية على الشباب الجامعى من طلاب الفرقة الثالثة والرابعة بإحدى الجامعات الخاصة، وذلك لضمان تثبيت عدد من العوامل منها:

(**) أسماء السادة المحكمين:
أ.د/ محمد سعد إبراهيم أستاذ الإعلام بجامعة المنيا وعميد المعهد الدولى العالى للإعلام بأكاديمية الشروق.
أ.د/ هبة شاهين أستاذ الإعلام بجامعة عين شمس ورئيس قسم الإعلام بكلية الآداب.
أ.د/ محمود أبو النور أستاذ الصحة النفسية – جامعة القاهرة.
أ.م.د/ حنان إسماعيل أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية – جامعة القاهرة.
د. عبد العزيز قبلان . مدرس مناهج البحث بكلية الإعلام – جامعة دمشق.
د/ هدى حسن: مدرس علم النفس التربوى – جامعة القاهرة.

* **التجانس العمرى**: لأن العينة شملت الشباب من سن 20 وحتى 22 عاماً.
* **التجانس فى المستوى الاجتماعى والأقتصادى**: وذلك لأنهم جميعاً فى مستوى متقارب مادياً واجتماعياً.
* **التجانس فى المستوى التعليمى** : فهم جميعاً فى مستوى تعليمى واحد ويدرسون فى معهد للإعلام ومن ثم فالخلفية المعرفية متقاربة.

ومن ثم أمكن تثبيت عدد من المتغيرات التى يحتمل أن تؤثر على استجاباتهم. إضافة لسهولة الوصول للعينة والتحكم فيها , وفى إجراء الاختبار التجريبى عليها , وتوفير قدر من التنظيم والضبط لإجراءات الدراسة.

حجم العينة:

شملت العينة 90 مفردة من الشباب الجامعى، وقسمت إلى ثلاث مجموعات تتضمن كل مجموعة 30 مفردة بنسبة 33.3%، وشملت كل مجموعة 17 طالبة بنسبة 56.7%، و13 طالب بنسبة 43.3%. وجاء تقسيمها كما يلى:

- **المجموعة التجريبية الأولى**: أجابت على الاستبيان (اختبار قبلى) ثم تم تعريضها لمجموعة أخبار كاذبة ثم النقاش حولها، وإعادة الإجابة على مقياس القلق السياسى (اختبار بعدى).
- **المجموعة التجريبية الثانية**: أجابت على الأستبيان (اختبار قبلى) ثم تعريضها لمجموعة الأخبار الكاذبة وأخبار أخرى تعرض تكذيب رسمى لهذه الأخبار وما ورد فيها ثم إجراء نقاش حول هذه الأخبار وإعادة إجابة الطلاب على مقياس القلق السياسى (اختبار بعدى).
- **المجموعة الضابطة**: أجابت على الاستبيان (اختبار قبلى) ولم تعرض لأى أخبار ثم أجرى نقاش معهم حول الاستبيان، وإعادة تطبيق مقياس القلق السياسى (اختبار بعدى).

فروض الدراسة:

- **الفرض الأول: يؤثر التعرض للأخبار الكاذبة فى مواقع التواصل الاجتماعى على معدلات القلق السياسى للشباب.**

ويتفرع من هذا الفرض الفروض التالية:

الفرض الفرعى الأول: هناك فروق دالة إحصائياً بين معدلات القلق السياسى للشباب فى المجموعة التجريبية الأولى قبل وبعد التعرض للأخبار الكاذبة.

الفرض الفرعى الثانى: توجد فروق دالة إحصائياً بين معدلات القلق السياسى للشباب فى المجموعة التجريبية الثانية قبل وبعد التعرض للأخبار الكاذبة.

الفرض الفرعى الثالث: لا توجد فروق دالة إحصائياً بين معدلات القلق السياسى للشباب فى المجموعة الضابطة فى الاختبارين القبلى والبعدى.

- **الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعى ومعدلات القلق السياسى لديهم.**
- **الفرض الثالث: هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل والثقة فيها ومستويات القلق السياسى لهم.**
- **الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة بين معدلات القلق السياسى للشباب ومشاركتهم للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعى على صفحاتهم.**
- **الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستويات القلق السياسى للشباب وبين تأكدهم من مصادر الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعى.**
- **الفرض السادس: توجد فروق دالة بين المبحوثين حسب النوع(الذكور و الأناث) ومعدلات القلق السياسى لهم بعد التعرض للأخبار الكاذبة.**
- **الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائياً بين المجموعات التجريبية الثلاث فى معدلات القلق السياسى لهم بعد التعرض للأخبار الكاذبة.**

متغيرات الدراسة:

- **المتغير المستقل**: التعرض للأخبار الكاذبة.
- **المتغير التابع**: مستوى القلق السياسى.
- **المتغيرات الوسيطة**: النوع – استخدام مواقع التواصل الاجتماعى – الاعتماد على أخبار مواقع التواصل – الثقة فى أخبار ومصداقية مواقع التواصل – المشاركة فى أخبار المواقع التواصلية.

مقاييس الدراسة:

1- مقياس معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعى:

استخدم مقياس تضمن ثلاث أسئلة وهى:

1- مدى استخدام مواقع التواصل وأعطيت لها 3 بدائل (دائماً، أحياناً، نادراً) وأعطيت للبدائل درجات من 3 إلى درجة واحدة.

2- سؤال عن معدل استخدام المواقع أسبوعياً وتضمن 4 بدائل (يوم واحد فى الأسبوع – من يومين إلى ثلاثة أيام – من ثلاثة أيام وحتى خمس أيام – أكثر من خمس أيام فى الأسبوع) وأعطيت البدائل درجات من 1 وحتى 4 درجات.

3- سؤال عن معدل الاستخدام لمواقع التواصل يومياً وتضمن 4 بدائل (أقل من ساعة – من ساعة لساعتين يومياً – من ساعتين لأربع ساعات يومياً – أكثر من 4 ساعات يومياً), وأعطيت البدائل درجات من 1 وحتى 4 درجات.

وبجمع درجات المقياس التي تراوحت ما بين 3 وحتى 11 درجة أمكن تقسيم معدل الاستخدام إلى 3 مستويات:

- استخدام منخفض من 3-5 درجات.
- استخدام متوسط من 6-8 درجات.
- استخدام مرتفع من 9-11 درجة.

وجاءت نتيجته كما يظهرها الجدول التالى:

جدول رقم (1)

معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعى

معدل الاستخدام	ك	%
منخفض (3-5)	1	1.1
متوسط (6-8)	6	6.7
مرتفع (9-11)	83	92.2
إجمالى	90	100

مقياس الاعتماد على المواقع التواصلية للحصول على الأخبار ومعدلات الثقة فيها:

صممت الباحثة مقياس تضمن عبارات لقياس مدى اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعى كمصدر للحصول على المعلومات عن الأحداث وتقديمها لخدمة إخبارية يمكن الاعتماد عليها وتم قياسه من خلال بدائل (بدرجة كبيرة – بدرجة متوسطة – بدرجة ضعيفة – لا يعتمد عليها) وجاءت نتيجته كما يظهرها الجدول التالى:

جدول رقم (2)

معدلات الاعتماد على مواقع التواصل للحصول على الأخبار

معدل الاعتماد	ك	%
منخفض (1-3)	17	18.9
متوسط 4 درجات	26	28.9
مرتفع (5-6)	47	52.2
إجمالى	90	100

أيضاً تم قياس معدلات الثقة فى الأخبار والمعلومات على مواقع التواصل من خلال عبارات سلبية وإيجابية والاستجابة عليها (بدرجة كبيرة – متوسطة – ضعيفة – لا) وشملت العبارات ما يلى:

1- الأخبار التي تقدم فى المواقع تعبر عن حقائق لا نعرفها من المصادر الرسمية.
2- أثق فى المعلومات والأخبار التي يتم تداولها فى المواقع.
3- هذه الأخبار تحمل وجهات نظر مختلفة.
4- تتوفر فى هذه الأخبار الجرأة والصراحة التي افتقدها فى وسائل إعلام أخرى.
5- الأخبار التي تقدم فى هذه المواقع غير مهنية أو احترافية.
6- الأخبار التي تقدم فى هذه المواقع مجرد انطباعات شخصية.
7- مصادر الأخبار فى المواقع غير معروفة.
8- الأخبار التي تقدم فى المواقع مزيفة وكاذبة.
9- الفيديوهات التي تنتشر فيها غير حقيقة ومفبركة.
10- الصور التي تحظى بالإعجاب والمتابعة على المواقع تمت معالجتها.

وتراوحت درجات المقياس ما بين 10 وحتى 30 درجة قسمت لثلاث مستويات (منخفض – متوسط – مرتفع) كما يظهرها الجدول التالى:

جدول رقم (3)

معدلات الثقة فى الأخبار والمعلومات فى مواقع التواصل

حجم الثقة	ك	%
منخفض 10-16	3	3.3
متوسط 17-23	59	65.6
مرتفع 24-30	28	31.1
إجمالى	90	100

مقياس تشارك الشباب المواد الإخبارية على مواقع التواصل:

استخدمت الباحثة سؤال محدد الإجابات لمعرفة مدى قيام الشباب بتشارك الأخبار والمعلومات على صفحاتهم بمواقع التواصل مع الآخرين , وذلك من خلال بدائل الإجابة (دائماً – أحياناً – نادراً – لا يتشارك) وجاءت نتيجة المقياس كما يلى:

جدول رقم (4)

مدى تشارك الشباب المواد الإخبارية عبر الإنترنت

المشاركة	ك	%
اتشاركها دائماً	23	25.6
اتشاركها أحياناً	43	47.7
اتشاركها نادراً	18	20
لا أتشاركها	6	6.7
إجمالى	90	100

مقياس التأكد من مصدر الخبر:

استخدمت الباحثة سؤال لمعرفة مدى تأكد الشباب من مصادر الأخبار التي يتشاركونها عبر مواقع التواصل الاجتماعى من خلال الإجابة (أتأكد من مصدرها دائماً – أحياناً – نادراً – لا أهتم بالمصدر). وجاءت نتيجة المقياس كما يلى:

جدول رقم (5)

تأكد الشباب من مصادر الأخبار على الإنترنت

التأكد من المصدر	ك	%
أتأكد من المصدر دائماً	33	36.7
أتأكد من المصدر أحياناً	47	52.1
أتأكد من المصدر نادراً	5	5.6
لا اهتم بالمصدر	5	5.6
إجمالى	90	100

مقياس القلق السياسى:

استخدمت الباحثة مقياس تايلور للقلق الصريح (JA. Taylor)[75] والذى تضمن 50 عبارة تقيس بدرجة كبيرة من الموضوعية مستوى القلق الذى يعانيه الأفراد عن طريق ما يشعرون به من أعراض ظاهرة وصريحة للعوامل النفسية لمستوى القلق عند الفرد.

وطورت الباحثة المقياس ليتناسب مع الدراسة الحالية وتم الاقتصار على 40 عبارة تمثل ثلاث مستويات هى:

* عبارات القلق العام والذى تضم 20 عبارة.
* عبارات القلق من الأحداث السياسية والذى تضمن 10 عبارات.
* عبارات القلق من أداء الحكومة والذى تضمن 10 عبارات.

وذلك من خلال مقياس ليكرت للأتجاهات الخماسى الأبعاد (موافق جداً – موافق – محايد – معارض - معارض جداً) , وتراوحت الدرجات لكل استجابة من 5 حتى درجة واحدة.

- جاءت درجات مقياس القلق السياسى العام ما بين 20 وحتى 100 درجة وقسمت لثلاث مستويات: منخفض (من 20-46 درجة)، متوسط (من 47-73 درجة)، مرتفع (من 74-100 درجة).
- جاءت درجات مقياس القلق من الأحداث والقلق من أداء الحكومة ما بين 10 وحتى 50 درجة وقسمت لثلاث مستويات: منخفض (من 10-23 درجة)، متوسط (من 24-36 درجة)، مرتفع (من 37-50 درجة).

وجاءت نتيجة معدلات مقاييس القلق السياسي كما تظهرها الجداول التالية :

جدول رقم (6)

معدلات القلق السياسى العام

معدل القلق السياسى	ك	%
منخفض (20-46)	6	3.3
متوسط (47-73)	105	58.3
مرتفع (74-100)	69	38.4
إجمالى	180	100

جدول رقم (7)

معدلات القلق من الأحداث السياسية

معدل القلق من الأحداث	ك	%
منخفض (10-23)	9	5
متوسط (24-36)	55	30.6
مرتفع (37-50)	116	64.4
إجمالى	180	100

جدول رقم (8)

معدلات القلق من أداء الحكومة

معدل القلق من أداء الحكومة	ك	%
منخفض (10-23)	5	2.8
متوسط (24-36)	63	35
مرتفع (37-50)	112	62.2
إجمالى	180	100

ولاختبـار صلاحية المقاييس السابقة استخدمت الباحثة التحليل العاملى وجاءت نتيجته كالآتى:

أولاً: بالنسبة لمقياس القلق السياسى العام:

جدول رقم (9)

مصفوفة الارتباطات بين عبارات مقياس القلق السياسى العام

عبارات مقياس القلق العام	قيم التباين المشترك	العامل الأول	العامل الثانى	العامل الثالث	العامل الرابع	العامل الخامس
* دائماً ينتابنى شعور بالقلق على أشياء غامضة.	0.70	0.746				
* مخاوفى كثيرة مقارنة بأصدقائى.	0.687	0.724				
* أشعر بالقلق على أمور وأشياء لا قيمة لها.	0.699	0.657				
* لا فائدة من محاولة الحصول على ما أريد لأنى لن أحققه.	0.638	0.612				
* كل ما أراه أمامى هو أشياء سيئة وليست جيدة.	0.669	0.531				
* مخاوفى كثيرة جداً على المستقبل.	0.732		0.841			
* يبدو لى المستقبل غامضاً ومشكوك فيه.	0.686		0.762			
* تثير قلقى أمور العمل والمال والسياسة.	0.630		0.716			
* أتوقع أن تسير الأمور فى المستقبل للأسوأ.	0.635		0.491			
* ارتبك وأغلط عن أداء بعض الأشياء.	0.676			0.767		
* من الصعب على التركيز أثناء العمل.	0.555			0.694		
* لا استطيع التركيز فى شئ واحد.	0.563			0.633		
* عندما أشاهد مشاجرة أبتعد عنها.	0.411			0.474		
* عادة لا أكون هادئ وأى شئ يستثيرنى.	0.554				0.677	
* تمر بى فترات من التوتر ولا أستطيع الجلوس طويلاً.	0.581				0.631	
* دائماً ما أشعر بالقلق دون مبرر.	0.599				0.566	
* الحياة بالنسبة لى مليئة بالمضايقات.	0.531				0.524	
* أشعر بالحزن والتعاسة من الأحداث التي أتابعها.	0.548				0.514	
* الانتظار يجعلنى عصبى جداً.	0.699					0.799
* اعتقد أنى أكثر عصبية من الآخرين.	0.703					0.706
الجذر الكامن		2.864	2.732	2.726	2.465	1.633
نسبة التفسير		14.319	13.659	13.629	12.324	8.163

معامل KMO = 0.840 كا^2 (بارتليت = 1416.421) درجة الحرية = 190

مستوى المعنوية = 0.000 معامل ألفا كرونباخ = 0.885

ويظهر الجدول السابق ثلاث مراحل لاختبار عبارات المقياس(*):

1- بلغت قيمة معامل ألفا 0.885، وأثبتت معامل KMO قيمة 0.840 وجاء قيم كا^2 بارتليت 1416.421، وهى دالة إحصائياً عند درجة حرية 190 ومستوى معنوية = 0.000، مما يشير لإمكانية تطبيق التحليل العاملى على هذا المقياس فى عينة الدراسة الحالية.

(*) استخدمت الباحثة المعاملات التالية:
- معامل الفا كرونباخ Cronbach's Alpha لقياس ثبات المقياس.
- معامل Kaiser – Meyer – olkin Measure واختصاره KMO واختبار بارتلت Bartlett's Test لتحديد إلى أى مدى يمكننا استخدام التحليل العاملى فى هذه العينة.
- طريقة المكونات الأساسية لاستخلاص العوامل Component Analysis وطريقة Varimax لتدوير العوامل.

2- تشير قيم التباين المشترك الواردة فى الجدولى إلى أن جميع عبارات المقياس زادت قيمتها عن 0.30، واستخدمت التحليل العاملى بطريقة المكونات الأساسية.

3- توضح تشبعات (تحميل) عبارات المقياس على العوامل الخمس المستخلصة أنها قد زادت عن قيمة 0.474 ولا توجد أى عبارة منفردة على عامل مستقل، مما يشير إلى صلاحية العبارات المكونة لهذا المقياس ويؤكد إمكانية تطبيقه.

ثانياً: مقياس القلق من الأحداث السياسية:

جدول رقم (10)

مصفوفة الارتباطات بين عبارات مقياس القلق من الأحداث

عبارات مقياس القلق من الأحداث	قيم التباين المشترك	العامل الأول	العامل الثانى
* أشعر بالحزن والتعاسة من الأحداث التي أراها فى الإعلام.	0.696	0.810	
* أشعر بالاكتئاب عند تصفحى لأخبار السياسة.	0.699	0.808	
* الأخبار السلبية تزيد القلق داخلى.	0.685	0.797	
* كثيراً ما أشعر بالتوتر من كل ما أراه فى الأخبار.	0.604	0.762	
* أشعر أنى سوف أنفجر من الضيق من الأوضاع السياسية.	0.668	0.717	
* أفكر بما يمكن أن تصبح عليه الأوضاع وما تعنيه لى ولعائلتى.	0.469	0.620	
* دائماً ينتابنى شعور بالقلق على المنطقة العربية.	0.730		0.818
* أشعر بالحزن والتوتر كلما قرأت أحداث عنف.	0.642		0.797
* التحولات السياسية تجعلنى أقلق على بلدى.	0.582		0.680
* أتأثر كثيراً بالأحداث التي أراها فى وسائل الإعلام	0.598		0.583
الجذر الكامن		3.871	2.501
نسبة التفسير		38.711	25.012

معامل KMO = 0.778 كا^2 (بارتليت = 890.694) درجة الحرية = 45

مستوى المعنوية = 0.000 معامل ألفا كرونباخ = 0.894

يظهر الجدول السابق ما يلى:

1- بلغت قيمة معامل ألفا 0.894، وأثبتت قيمة معامل KMO قيمة 0.778، وقيمة كا^2 890.694، وهى قيم دالة إحصائياً عند درجة حرية 45 ومستوى معنوية 0.000، وهو ما يؤكد إمكانية تطبيق التحليل العاملى على المقياس الحالى.

2- تشير قيم التباين المشترك التي وردت فى الجدول إلى أن جميع عبارات المقياس زادت قيمتها عن 0.30.

3- جاءت تشبعات عبارات المقياس المحملة على عاملين فقط أنها قد زادت قيمتها عن 0.582، ومن ثم لا توجد أى عبارة منفردة محملة على عامل مستقل، مما يشير لصلاحية العبارات فى المقياس وإمكانية تطبيقها فى الدراسة الحالية.

ثالثاً: مقياس القلق من أداء الحكومة:

جدول رقم (11)

مصفوفة الارتباطات بين عبارات مقياس القلق من أداء الحكومة

عبارات مقياس القلق من أداء الحكومة	قيم التباين المشترك	العامل الأول	العامل الثانى
* لا أعتقد أن التصويت فى الانتخابات أمر مهم للتأثير على القرار السياسى.	0.705	0.831	
* لا يقنعنى أى مرشح سياسى.	0.752	0.829	
* مواجهة الدولة للإشاعات والأخبار الكاذبة غير كاف.	0.545	0.675	
* لا أثق فى أداء الحكومة ولا مؤسساتها.	0.555	0.268	
* الانشغال بالسياسة يهدر الوقت والمجهود.	0.434	0.569	
* الاشاعات تثير لدى الشك فى الإعلام الرسمى.	0.669		0.814
* أداء بعض المسئولين أقل من المتوقع.	0.670		0.773
* لا أثق فى المرشحين للمناصب السياسية.	0.743		0.713
* مؤسسات الدولة مسئولة عن ضعف الوعى السياسى للشباب.	0.638		0.709
* المشاركة فى أحزاب سياسية ليس له مردود إيجابى.	0.618		0.637
الجذر الكامن		3.215	3.114
نسبة التفسير		32.149	31.137

معامل KMO = 0.881 كا^2 (بارتليت = 926.196) درجة الحرية = 45

مستوى المعنوية = 0.000 معامل ألفا كرونباخ = 0.896

أظهرت نتائج الجدول السابق مراحل اختبار عبارات المقياس كما يلى:

1- بلغت قيم معامل ألفا 0.896 ومعامل KMO جاءت قيمته 0.881، وسجلت قيمة كا^2 بارتليت 926.196، وهى دالة إحصائياً عند درجة حرية 45 ومستوى معنوية 0.000، وهو ما يؤكد إمكانية تطبيق التحليل العاملى على المقياس.

2- أظهرت قيم التباين المشترك فى الجدول السابق إلى أن جميع عبارات المقياس زادت قيمتها عن 0.30، باستخدام التحليل العاملى بطريقة المكونات الأساسية.

3- أشارت تشبعات (تحميل) عبارات المقياس على العامل الأول والثانى أنها قد زادت عن قيمة 0.569، ولا توجد أى عبارة منفردة على عامل مستقل، مما يشير لصلاحية العبارات فى المقياس ويؤكد إمكانية تطبيقه فى الدراسة الحالية.

تصميم الدراسة:

استخدمت الباحثة أسلوب التصميم القبلى – البعدى للمجموعات التجريبية الثلاث، فتم إجراء اختبار قبلى من خلال توزيع الاستمارة والإجابة عليها. ثم عرض الأخبار الكاذبة على المجموعتين التجريبيتين فقط(*) وإعادة تطبيق مقياس القلق السياسى على المجموعات كلها.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات وترميزها وإدخالها إلى الحاسب الآلى ومعالجتها, وتحليلها, واستخراج النتائج باستخدام SPSS ,واستخدمت المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية:

- النسب المئوية والمتوسط الحسابى والإنحراف المعياى.
- الأوزان المئوية.
- التحليل العاملى Factor analysis.
- معامل ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha لقياس ثبات المقياس.
- معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation.
- تحليل التباين ذو البعد الواحد One Way ANOVA والاختبارات البعدية Post Hoc Tests.
- اختبار ت T.Test.

نتائج الدراسة:

أولاً نتائج الدراسة الكيفية على مجموعات النقاش المركزة:

*** معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل وأسباب الإقبال عليها والمواقع المفضلة:**

عبر المبحوثون عن معدلات استخدام مرتفعة لمواقع التواصل الاجتماعى سواء من خلال الاستخدام اليومى أو الأسبوعى, والتى تصل ما بين 6 ساعات و10 ساعات يومياً , وخاصة فى فترة الأجازات، بل اعتبر الشباب أن هذا التواصل مع الآخرين أصبح من طقوس حياتهم اليومية التى لا يستطيعون التخلى عنها. وجاءت أسباب هذا الارتباط الشديد لأنها بالنسبة لهم مصدر رئيسى للحصول على المعلومات ,والتواصل مع الزملاء والأصدقاء ,وحتى الأسرة والعائلة , ولإيصال أخبارهم للآخرين ومعرفة ما يحدث فى المجتمع والعالم كله، وإبداء الرأى والتعليق على الأحداث سواء الخاصة بالدراسة أو الحياة العامة. وأكدوا أن أهم المواقع المستخدمة هى(*) الواتس آب لسهولة استخدامه والفيس بوك لتوافر شبكة علاقات كبيرة من

(*) قدمت الباحثة فى قائمة المراجع رصد لمجموعة الأخبار الكاذبة التي أعتمدت عليها الدراسة، والتى تم تكذيبها على مواقع تواصلية أخرى.

(*) أظهرت نتيجة الاستبيان الذى طبق على الشباب فى الدراسة شبه التجريبية أن الواتس آب أحتل مركز الصدارة فى مواقع التواصل الأكثر استخداماً لديهم وذلك بوزن مئوى قدره 71.77, يليه الفيس بوك بوزن مئوى قدره 70.28، ثم جاء الانستجرام فى المرتبة الثالثة بوزن مئوى قدره 58.61، ثم سناب شات 31.94، وتويتر 23.06، وأخيراً سكايب 13.06، وما سبيس (4.17).

خلاله، ولأنهم يحصلون من خلال هذه المواقع على رؤية واضحة وصريحة لما يحدث فى المجتمع المحيط بهم ويستفيدون من تعليقات الآخرين على الأحداث.

اعتماد الشباب على مواقع التواصل كمصدر للمعلومات والأخبار ومدى الثقة فى صدق أخبارها:

- أكد مجموعة من الشباب أن مواقع التواصل هى مصدرهم الأساسى للحصول على المعلومات والأخبار وأنه يلجأ لها لمعرفة ما يحدث حوله من أحداث, والإطلاع على كل جديد سواء فى مصر أو العالم لأنها تسمح لهم بمساحة من الحرية, وتعطى تغطية سريعة وفورية للأخبار.
- عبرت مجموعة أخرى من الشباب أنهم يعتمدون على القنوات الفضائية المصرية والعربية للحصول على الأخبار أو بعض المواقع الإخبارية الشهيرة، والمواقع الالكترونية للصحف المصرية المعروفة، أكثر من اعتمادهم على مواقع التواصل وخاصة فى اعتمادهم عليها للتعرف على الأخبار لأنها أكثر مصداقية, وترتبط بالمصادر الرسمية الموثوق فيها.

اختلفت أيضاً آرائهم فى تحديد مستوى الثقة فى صدق الأخبار على مواقع التواصل:

- **المجموعة الأولى:** ترى أنها صادقة ويعتمد عليها لأن ما يتم تداوله عبر هذه المواقع هو نبض الجماهير, وتنقل ما يحدث فى الحقيقة دون تزييف كما يقدم فى المواقع الرسمية مثل الفضائيات أو المواقع الإخبارية الإلكترونية أو الصحف، وذلك لأنها لا تخضع لرقابة أو حذف أو محاذير تقوم بتعديل الأخبار الحقيقية. وأن ما يتم تداوله بين الشباب والجماهير عبر مواقع التواصل غالباً ما يكون مدعوماً بالأدلة أو الوثائق أو التقارير الحقيقية.
- **المجموعة الثانية:** أكدت أنها لا تصدق هذه الأخبار ولا ثق فيها لمجرد أنها تحظى بنسب مشاركة مرتفعة , وتنتشر على المواقع, وتحقق نسب إعجاب مرتفعة، فهذا ليس دليل على صحتها لأن مصادرها غير معروفة , وهو ما يظهر فى صياغتها التى يغلب عليها المبالغة، إضافة إلى أنها مجرد انطباعات وآراء تقدم فى صورة خبر، وتعبر عن وجهات نظر لأشخاص وليست مادة إخبارية حقيقية. وأنه عندما يحتاج لمعرفة خبر يلجأ إلى مصادر أخرى أكثر مصداقية وموضوعية.

مدى مشاركة الشباب للأخبار التى تصلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعى، وطبيعة الخبر الذى يتشاركه مع الآخرين:

اختلفت آراء الشباب فى مشاركتهم للأخبار فعبرت مجموعة منهم عن رأيها بأنها لا تتشارك أى خبر يصلها عبر مواقع التواصل , وتكتفى بقراءة الخبر فقط وذلك لأنها لا تثق فى جدية هذه الأخبار ولا مصادرها , ومن ثم لا تقوم بنشرها أو نقلها للآخرين لعدم التأكد منها , وخوفاً من نشر إشاعات وأكاذيب.

المجموعة الأخرى ذكرت أنها تتشارك بعض الأخبار التى تصلها وخاصة إذا كانت مرتبطة بحياتهم وإهتماماتهم , مثل أخبار عن الدراسة ,أو التعليم ,أو مشاكل حياتية يومية يعانى منها الجميع. مثل التحذيرات ورفع الأسعار وغيرها. إضافة لمشاركة المواد الكوميدية والساخرة مع الزملاء والأصدقاء، وأن ذلك شئ طبيعى, كما ذكرت أحدى الطالبات ,لأن هذه المواقع ميزتها الأساسية المشاركة والتواصل مع الآخرين , وليس مجرد قراءة ما يكتبه أو ينشره الغير بل يجب التفاعل معه , وهو ما أكسبها شهرتها وانتشارها وإقبال المستخدم عليها.

تعريف الشباب للأخبار الكاذبة وكيفية اكتشافها وطبيعة التعامل معها عبر مواقع التواصل:

عرف الشباب المشاركون فى المناقشة الأخبار الكاذبة بأنها الأخبار الملفقة التى ليس لها أساس من الصحة، أو هى الأخبار التى تحمل جزء من الحقيقة وباقى تفاصيلها غير صادقة, بمعنى أنه يعتمد على أنصاف الحقائق ويضيف كاتب الخبر عليه معلومات وبيانات غير مؤكدة , بهدف إثارة ضجة واكتساب انتشار ورفع معدلات الدخول على الموقع Increase Rating.

وأكدوا أنهم يصلهم مثل هذه الأخبار عبر الفيس بوك, والواتس آب, وتويتر أكثر من مرة ويعرفون أنها مفبركة بعد فترة عندما يتم تكذيبها , أو نتيجة للشك فى مضمونها , وصياغتها, أو مصدرها غير المعروف. وعبروا عن أنهم يقومون بقراءتها فقط والبعض يحذفها والآخرين يتجاهلونها، فى حين أكد طالبين فقط أنهم يرسلونها للأقارب والزملاء أو يضعونها على صفحاتهم لعدم تأكدهم من كونها كاذبة وحتى يعرفوا آراء الآخرين فيها.

أسباب انتشار الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل:

من خلال مناقشة الشباب حول رأيهم فى أسباب إنتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل قدموا عدة مقترحات منها:

أسباب تتعلق بالوسيلة الإعلامية والإعلاميين أنفسهم:

وذلك من خلال حرص المواقع التواصلية على كسب معدلات متابعة مرتفعة من المستخدمين فيلجأ لنشر عدد من الأخبار المثيرة وغير الصحيحة ونشر إشاعات، إضافة لرغبة المعلنين فى مزيد من المكاسب المادية, وزيادة التعرض لموادهم الدعائية، أيضاً الإعلاميين والصحفيين يرغبون فى كسب قراء ومتابعين لأخبارهم ومواقعهم, فيلجأوا لوسائل غير أخلاقية مثل نشر الأخبار المفبركة.

أسباب تتعلق بالدولة والحكومة نفسها:

- عبر الشباب عن رأيهم فى أن الحكومة نفسها قد تنشر هذه الأخبار كاختبار مبدئى

لسن قوانين , أو إنتاج سياسات ,أو إتخاذ قرارات جديدة فتحاول التمهيد لها وانتظار الوقت المناسب لتطبيقه، لأنها تخشى ردود أفعال الناس وتحاول معرفة آرائهم فيه , أى تستخدم بشكل تمهيدى قبل إصدار القرار المتوقع كما حدث قبل رفع سعر تذكرة المترو.

- أكد شباب أخرون أنها فرصة لإلهاء الناس عن الأحداث الكبرى وصرف نظرهم عن مشاكل سياسية مهمة من خلال نشر شائعة عبر مواقع التواصل فى ظل الانتشار السريع لها لتوجيه الاهتمام فى اتجاه آخر مختلف.
- السبب الثالث يتمثل فى محاولة من الدول لفرض تنظيم على مواقع التواصل لحماية المواطنين من الخداع والكذب، وإظهار أنه توجد مشكلات عديدة وأن ما يتم تداوله من أخبار يجب عدم تصديقه لأنه أكاذيب فتتدخل لفرض رقابة أو تنظيم على الفضاء الإلكترونى, كما تفعل بعض الدول لحماية مواطنيها.

أسباب تتعلق بأطراف مجتمعية وقوى سياسية معارضة:

عبر الشباب المشاركون فى النقاش عن اعتقاد قوى بأن هذه الأخبار الكاذبة تنشرها أحياناً وتستغلها أطراف سياسية وجماعات متطرفة لوجود صراع سياسى بينها وبين الدولة، وذلك لكى تضمن وجودها وتأثيرها على الجمهور من خلال نشر حملات التشكيك وخطاب الكراهية والتطرف لضرب استقرار الدولة.

كيفية التأكد من صحة الأخبار التى تصلنا عبر مواقع التواصل:

أكد المشاركون أن أهم وسيلة للتأكد من صحة الأخبار أو تصلهم من مصدر معروف أو موقع شهير، وأنهم إذا تشككوا فى محتوى الخبر يلجأوا لقراءة مواقع أخرى أو قنوات فضائية للتعرف على مدى صحته.

وعبر أحد الشباب عن رأيه فى أن شيوع الخبر وتبادله بين المستخدمين للمواقع دليل على صحته وأنه كلما حظى بكثافة قراءة وإنتشار كان ذلك يظهره أنه حقيقى. فى حين رفض البعض هذا الرأى وأكدوا أن ذلك ليس مقياساً للدقة أو صحة الخبر, لأنه قد يكون مثيراً أو مقصود به إحداث بلبلة وبث إشاعة فيتناوله الكثيرون رغم عدم صحته , وأن المقياس الفعلى هو تأكيد عدد من المصادر المعروفة ذات المصداقية لهذا الخبر. وخاصة بالنسبة للأخبار السياسية التى يصعب التأكد منها سوى من المصادر الرسمية.

وأيضاً وجدت مؤخراً عدد من المواقع التى يشرف عليها الشباب لكشف و تكذيب الأخبار الملفقة وفضح صناعها, ويتم تداولها بين المستخدمين ويقدموا خدمة جيدة مثل **موقع مصرى يسمى "ده بجد"** الذى يقبل عليه الشباب ويقوم بعرض البوستات حقيقية ويقارنها بالمزيفة والكاذبة مع التعليق عليها , مثل هذه المواقع لها فائدة كبيرة فى كشف الزيف, وفضح المزيفين وخاصة أنها تواكب الأحداث بسرعة

وكفاءة ويتبادل البوستات الحقيقية فيها الشباب فتكون لها فائدة كبيرة, وخاصة فى فترات الأزمات ,والأحداث السياسية , مثال على ذلك ماحدث أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية حيث تصدى الموقع لبعض الشائعات والأكاذيب التى أنتشرت وتداول الجميع البوستات الحقيقية عبر مواقع التواصل الأجتماعى لاسيما ان المشرفين على الموقع من الشباب فلهم مصداقية لدى المستخدمين, وليسوا جهة رسمية أو تابعة للحكومة او الدولة .

خطورة الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل:

أكد جميع المشاركين من الشباب على خطورة مثل هذه الأخبار الكاذبة فى أنها وسيلة لنشر الإشاعات والأكاذيب, وتثير ضجة مفتعلة وغير حقيقية , وتؤدى لتأثيرات سلبية عديدة وتجعل المستخدمين والجمهور لا يثق فى أى مادة إعلامية وينظر لها بشك وريبة.

وعبر أحد الطلاب عن تخوف من أن انتشار هذه المعلومات والأخبار يهدد الديمقراطية والحرية المتاحة للإعلام فى السنوات الأخيرة , بعد أن تحولت بعض المنصات الإعلامية لقوى الشر وخاصة فى المجال السياسى واستخدمتها القوى المعادية لمحاربة الدولة.

مقترحات الشباب لمواجهة الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل:

قدم الشباب المشاركون فى المناقشة العديد من المقترحات المهمة لمواجهة هذه الظاهرة السلبية والتى تمثلت فى اتجاهين أساسيين هما:

أ – دور لوسائل الإعلام ومواقع التواصل نفسها:

وهذا الدور الحقيقى للإعلام المتوازن الموضوعى الذى يجب أن يحترم جمهوره ويتحرى الدقة والمهنية , ولا يسعى لرفع نسب متابعة المستخدمين لمواقعه ,أو زيادة عدد زواره وقراءه, بنشر أخبار غير مؤكدة تعتمد على الإثارة والكذب والفبركة ,لأنه يعد نوع من التضليل الإعلامى, للحصول على عائد تجارى وجذب المعلن فى ظل غياب الرقابة, وسوء استخدام الحرية الإعلامية.

ومن ثم فدور الإعلام هو تفعيل آليات يعتد بها لتصحيح الأخبار الكاذبة والاعتذار عن أى خطأ أو تكذيب أى خبر غير حقيقى، وإنشاء قسم خاص لمراجعة كل ما يقدم فى هذه المواقع ومتابعة الحسابات المشكوك فيها للتحذير منها.

ب- دور المستخدم نفسه:

وذلك لقلة خبرة مستخدمى مواقع التواصل الاجتماعى نظراً لأن النسبة الأكبر من مستخدميها من الصغار والشباب، فهم يتسرعون فى نقل المعلومات دون النظر لمحتواها وتاريخه ومصدره، ومن ثم يجب نشر الوعى بينهم لمقاومة هذه الأخبار وعدم التأثر بها.

ثانياً : نتائج اختبار فروض الدراسة التجريبية:

- الفرض الأول: يؤثر التعرض للأخبار الكاذبة فى مواقع التواصل الاجتماعى على معدلات القلق السياسى للشباب.

ويتفرع من هذا الفرض الفروض التالية:

الفرض الفرعى الأول: هناك فروق دالة إحصائياً بين معدلات القلق السياسى للشباب فى المجموعة التجريبية الأولى قبل وبعد التعرض للأخبار الكاذبة.

جدول رقم (12)

اختبار ت لدراسة الفروق فى معدلات القلق السياسى فى المجموعة التجريبية الأولى فى الاختبارين القبلى والبعدى

معدلات القلق		العدد	المتوسط الحسابى	الإنحراف المعيارى	درجة الحرية	اختبار ت	مستوى المعنوية
قلق عام	قبل	30	3.52	0.514	58	3.256-	0.002
	بعد	30	3.98	0.558			
قلق من الأحداث	قبل	30	3.60	0.600	58	2.739-	0.008
	بعد	30	4.04	0.644			
قلق من الحكومة	قبل	30	3.82	0.834	58	2.427-	0.018
	بعد	30	4.32	0.760			

تظهر بيانات الجدول السابق صحة الفرض الفرعى الأول بوجود فروق دالة إحصائياً بين المبحوثين من الشباب الجامعى بين معدلات القلق السياسى لديهم قبل التعرض للأخبار الكاذبة عن معدلات هذا القلق بعد التعرض لهذه الأخبار، حيث جاءت قيمة اختبار ت دالة بالنسبة لمستويات القلق الثلاث، فجاءت قيمة اختبار ت دالة بالنسبة لمعدلات القلق العام -3.256 وهى دالة عند مستوى معنوية 0.002، وسجل المتوسط الحسابى قيمة أعلى بعد التعرض للأخبار الكاذبة.

وجاءت قيمة اختبار ت دالة بالنسبة لمعدلات القلق من الأحداث السياسية وهى -2.739 وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية قدره 0.008 وسجل المتوسط الحسابى للمجموعة التجريبية الأولى قيمة أعلى بعد التعرض 4.04 عن قيمته قبل التعرض 3.60، وهو ما يؤكد

تؤكد هذه النتيجة أن زيادة معدلات القلق السياسى لدى الشباب نتيجة ما يتعرضون له من أخبار كاذبة ومعلومات غير صحيحة ومواد مفبركة عبر مواقع التواصل الاجتماعى على الإنترنت فهى تصنع واقع كاذب يتفاعل معه الشباب ويعتبرونه واقع وحقيقة مع إنتشار الإشاعات والتضليل والتى تشيع القلق والتوتر بين المستخدمين للإنترنت وخاصة فئة الشباب التي تقضى ساعات طويلة فى الاستخدام لمواقع التواصل وتستقى معلوماتها منها.

اتفقت هذه النتيجة مع عدد من الدراسات السابقة منها:

دراسة موجانج وكيم S. Jang and J. Kim (2018)، ودراسة الكوت وجينزكو H. Allcot and M. Geat (2017) التي وجدت تأثير للأخبار الكاذبة على الإنترنت على قرار التصويت فى الإنتخابات، ودراسة اكستيزل شين X. Chen (2016) التي وجدت تأثير لمواقع التواصل على زيادة عوامل الإثارة والقلق والخوف لدى الشباب. ودراسة عربى المصرى (2000) التي وجدت أن التعرض للأخبار السلبية بكثافة يؤدى لارتفاع القلق السياسى لدى الشباب اللبنانى.

فى حين اختلفت نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة براون وويلكس C. Brown and R. Wilko (2012) التي وجدت أن تعرض الطلاب الكنديين المستمر لمواقع التواصل يزيد معارفهم السياسية ويخفض من قلقهم المستمر.

الفرض الفرعى الثانى: توجد فروق دالة إحصائياً بين معدلات القلق السياسى للشباب فى المجموعة التجريبية الثانية قبل وبعد التعرض للأخبار الكاذبة.

جدول رقم (13)

اختبار ت لدراسة الفروق فى معدلات القلق السياسى فى المجموعة التجريبية الثانية فى الاختبارين القبلى والبعدى

معدلات القلق		العدد	المتوسط الحسابى	الإنحراف المعيارى	درجة الحرية	اختبار ت	مستوى المعنوية
قلق عام	قبل	30	3.23	0.650	58	0.396-	0.694
	بعد	30	3.31	0.622			
قلق من الأحداث	قبل	30	3.58	0.833	58	0.109	0.913
	بعد	30	4.56	0.817			
قلق من الحكومة	قبل	30	3.59	0.721	58	0.489-	0.627
	بعد	30	3.68	0.758			

يتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة بين المبحوثين قبل وبعد التعرض للأخبار الكاذبة على مواقع التواصل وأخبار تكذيبها التي نشرت على مواقع أخرى فى معدلات القلق السياسى لديهم. حيث جاءت جميع القيم غير دالة بالنسبة لمعدلات القلق، فجاءت الفروق غير دالة عند معدلات القلق العام قبل وبعد التعرض حيث تقاربت قيمة المتوسط الحسابى للحالتين وجاءت قيمة اختبار ت غير دالة عند مستوى معنوية قدره 0.694.

أيضاً بالنسبة لمعدلات القلق من الأحداث، لم تسجل فروق دالة بين الشباب قبل وبعد التعرض حيث جاءت قيمة اختبار ت 0.109 وهى غير دالة عند مستوى معنوية قدره 0.913.

وجاءت الفروق غير دالة أيضاً لدى معدلات القلق من أداء الحكومة حيث قيمة ت -0.489 وهى غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية قدره 0.627، وفى جميع الحالات تقاربت المتوسطات الحسابية لدى المجموعة التجريبية الثانية قبل وبعد التعرض للأخبار وتكذيبها عبر مواقع التواصل الاجتماعى.

تؤكد نتيجة الفرض أن تكذيب الأخبار غير الصحيحة يؤثر على عدم تصديقها من مستخدمى مواقع التواصل ويؤكد لهم عدم صحة أو مصداقية ما يتم نشره وتبادله من أخبار معلومات وخاصة التي تفتقد لمصدر جيد وأن الرد على مثل هذه الأخبار المزيفة يقلل من تأثيراتها السلبية المحتملة.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة لينتا كاماج Lindita Camaj (2011) التي اختبرت القلق الإعلامى والمعلومات السياسية ووجدت أن استخدام الجمهور ومشاركته بفاعلية يرتبطان بالمعلومة المستمدة من الوسائل الإعلامية.

الفرض الفرعى الثالث: لا توجد فروق دالة إحصائياً بين معدلات القلق السياسى للشباب فى المجموعة الضابطة فى الاختبارين القبلى والبعدى.

جدول رقم (14)

اختبار ت لدراسة الفروق فى معدلات القلق السياسى فى المجموعة الضابطة فى الاختبارين القبلى والبعدى

معدلات القلق		العدد	المتوسط الحسابى	الإنحراف المعيارى	درجة الحرية	اختبار ت	مستوى المعنوية
قلق عام	قبل	30	3.49	0.484	58	0.875-	0.385
	بعد	30	3.61	0.588			
قلق من الأحداث	قبل	30	3.92	0.622	58	0.415-	0.679
	بعد	30	3.99	0.621			
قلق من الحكومة	قبل	30	3.94	0.712	58	1.222-	0.227
	بعد	30	4.17	0.725			

تشير بيانات الجدول عدم وجود فروق دالة بين المبحوثين فى معدلات القلق السياسى لديهم فى الاختبارين القبلى والبعدى لدى المجموعة الضابطة، حيث تقاربت المتوسطات الحسابية للمجموعة سواء بالنسبة لقياس القلق العام أو القلق من الأحداث أو من أداء الحكومة وسجلت الفروق بين الاختبارين قيم غير دالة باستخدام اختبار ت، وذلك عند مستوى معنوية 0.05، ودرجة حرية (58).

- الفرض الثانى: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعى ومعدلات القلق السياسى لديهم

جدول رقم (15)

اختبار بيرسون لدراسة العلاقة بين معدلات استخدام مواقع التواصل للشباب ومستويات القلق السياسى لديهم

معدلات الاستخدام	مستوى القلق	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
	قلق عام	0.053	0.619
	من الأحداث	0.084-	0.650
	من الحكومة	0.036	0.738

أظهرت بيانات الجدول السابق عدم صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية بين معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعى ومعدلات القلق السياسى لديهم، حيث جاء اختبار بيرسون ليظهر قيم غير دالة إحصائياً سواء بالنسبة لمستويات القلق العام، عند مستوى معنوية قدره 0.619 وهى غير دالة إحصائياً. والقلق من الأحداث حيث سجل معامل بيرسون -0.048 وهى غير دالة أيضاً عند مستوى معنوية 0.650، وللقلق من الأداء الحكومى وهى قيمة غير دالة عند مستوى معنوية 0.838 وهى غير دالة.

وتشير هذه النتيجة لعدم وجود علاقة ارتباطية بين معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعى على الإنترنت فى تأثيرها على معدلات القلق السياسى لديهم وذلك لارتفاع معدلات استخدامهم للمواقع بصفة عامة فهى المصدر الرئيسى لهم للحصول على المعلومات والأخبار ويقضى الشباب فترات طويلة فى التعرض والاستخدام (حيث جاءت معدلات الاستخدام المرتفع لمواقع التواصل لتسجل 92.2% من إجمالى عينة الدراسة).

- الفرض الثالث: هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل والثقة فيها ومستويات القلق السياسى لهم.

جدول رقم (16)

اختبار بيرسون لدراسة العلاقة بين معدلات الاعتماد على مواقع التواصل

	مستوى القلق	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
معدل الاعتماد	عام	0.211	0.046
	من الأحداث	0.169	0.112
	من الحكومة	0.118-	0.267
حجم الثقة	عام	0.087-	0.413
	من الأحداث	0.065	0.545
	من الحكومة	0.054-	0.676

جاءت نتيجة اختبار بيرسون لتظهر عدم وجود علاقة ارتباطية دالة بين معدلات الاعتماد على المواقع التواصلية للحصول على الأخبار والمعلومات ومستويات القلق السياسى للشباب بعد تعرضهم للأخبار الكاذبة على المواقع باستثناء معدلات القلق العام, والتى جاءت فيها قيمة معامل بيرسون 0.211، وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية قدره 0.046، وهو ما يظهر أن اعتماد الشباب على مواقع التواصل فى الأخبار يرتبط بمستوى القلق بصفة عامة وخاصة مع انتشار الأخبار السلبية والسيئة التي تحمل مضامين كاذبة وتثير لديهم مشاعر الخوف والتوتر والقلق من المستقبل.

فى حين لم تثبت صحة الفرض أيضاً فى وجود علاقة بين حجم الثقة فى الأخبار والمعلومات على مواقع التواصل ومعدلات القلق السياسى للشباب بعد

التعرض للأخبار الكاذبة حيث سجلت قيم غير دالة إحصائياً لدى جميع مستويات القلق السياسى.

وبذلك تثبت صحة الفرض جزئياً بوجود علاقة بين معدل الاعتماد ومستوى القلق السياسى العام لدى الشباب.

اتفقت هذه النتيجة دراسة عربى المصرى (2000) التي وجدت أن التعرض للأخبار السلبية يؤدى لارتفاع القلق السياسى للشباب اللبنانى فى ضوء نظرية الاعتماد.

واختلفت مع دراسات أخرى منها: دراسة أحمد فهمى (2016) التي وجدت ارتباط بين مستوى الاعتماد والثقة فى مواقع التواصل خاصة أوقات الأزمات ودراسة جمعة عبد النبى (2011)، ودراسة داليا العبد (2015) ودراسة على القاضى (2013) والتى أظهرت جميعها تأثيرات الاعتماد على مواقع التواصل وشبكة الإنترنت فى الأخبار والمواد السياسية.

- الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة بين معدلات القلق السياسى للشباب ومشاركتهم للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعى على صفحاتهم

جدول رقم (17)

اختبار بيرسون لدراسة العلاقة بين تشارك الشباب فى الأخبار فى مواقع التواصل ومستويات القلق السياسى لديهم

	مستوى القلق السياسى	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
المشاركة للأخبار	عام	0.116	0.277
	من الأحداث	0.220	0.037
	من أداء الحكومة	0.033-	0.755

(حيث ن = 90)

تظهر بيانات الجدول صحة الفرض السابق بصفة جزئية، حيث ثبت وجود علاقة بين تشارك الشباب للأخبار عبر مواقع التواصل مع معدلات القلق السياسى لديهم من الأحداث الحالية فقط حيث جاءت قيمة معامل بيرسون 0.220، وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.037.

فى حين لم تثبت صحة الفرض بالنسبة لمستويات القلق العام والقلق من أداء الحكومة حيث سجلت قيم غير دالة إحصائياً.

اتفقت هذه النتيجة مع دراسة لاسى جيرى Lacie Geary (2017) التي أكدت أن الشباب يتشاركون القصص الخبرية على الفيس بوك لأنه ممتع ومثير أكثر مما هو موثوق به، ودراسة كوهى كمالى وسيدرف K. Kamali and A. Sidorove (2017), التى أظهرت أن عوامل التشارك هى التسلية والمتعة

والانتشار بين المستخدمين, وأن المصداقية والثقة فى الأخبار تأتى فى المرتبة الأخيرة .

- **الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستويات القلق السياسى للشباب وبين تأكدهم من مصادر الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعى.**

جدول رقم (18)

اختبار بيرسون للعلاقة بين معدلات القلق السياسى للشباب وتأكدهم من مصادر الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعى

التأكد من مصدر الأخبار	قيمة معامل بيرسون	مستوى المعنوية
قلق عام	0.018	0.863
من الأحداث	0.184	0.083
من أداء الحكومة	0.000	0.997

ن = 90

أظهرت نتيجة اختبار بيرسون عدم صحة الفرض حيث لم توجد علاقة ارتباطية دالة بين معدلات القلق السياسى للشباب وتأكدهم من مصادر الأخبار فى مواقع التواصل الاجتماعى، وسجلت جميع مستويات القلق (القلق العام, ومن الأحداث, ومن الأداء الحكومى) قيم غير دالة عند مستوى معنوية (0.863 و0.083، 0.997).

تظهر هذه النتيجة عدم وجود اهتمام كافى من الشباب لمصدر الأخبار على الإنترنت, وأنه عامل غير مؤثر على مستويات القلق السياسى لديهم , مما يشير لأحتمال تأثرهم بالإشاعات والأخبار الكاذبة نتيجة عدم اهتمامهم بتحرى مصادر الأخبار والمعلومات.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة لاسى جيرى Lacie Geary (2017) التي أظهرت أنه لا توجد علاقة بين مصداقية مصدر الخبر على الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعى واستخدامهم لها، واعتبروا أن مصدر الخبر ليس مهماً فى تعاملاتهم.

- **الفرض السادس: توجد فروق دالة بين المبحوثين حسب النوع ومعدلات القلق السياسى لهم بعد التعرض للأخبار الكاذبة.**

جدول رقم (19)

اختبار ت لدراسة الفروق بين المبحوثين في المجموعات فى معدلات القلق السياسى لهم بعد التعرض للأخبار طبقاً للنوع

المجموعة	مستوى القلق	النوع	العدد	المتوسط الحسابى	الإنحراف المعيارى	اختبار ت	مستوى المعنوية
تجريبية أولى	قلق عام	ذكور	13	3.69	0.420	2.947-	0.006
		إناث	17	4.23	0.554		
	قلق من الأحداث	ذكور	13	3.94	0.605	0.768-	0.449
		إناث	17	4.13	0.684		
	قلق من الحكومة	ذكور	13	4.25	0.690	0.443-	0.661
		إناث	17	4.28	0.835		
الضابطة	قلق عام	ذكور	13	3.18	0.502	0.952-	0.349
		إناث	17	3.40	0.700		
	قلق من الأحداث	ذكور	13	3.32	0.732	1.412-	0.169
		إناث	17	3.74	0.854		
	قلق من الحكومة	ذكور	13	3.66	0.741	0.115-	0.909
		إناث	17	3.69	0.793		
تجريبية ثانية	قلق عام	ذكور	13	3.53	0.620	0.689-	0.497
		إناث	17	3.68	0.569		
	قلق من الأحداث	ذكور	13	3.86	0.762	1.010-	0.321
		إناث	17	4.09	0.465		
	قلق من الحكومة	ذكور	13	4.01	0.707	1.158-	0.257
		إناث	17	4.31	0.733		

(عند درجة حرية 28)

أظهر بيانات الجدول السابق أنه باستخدام اختبار ت لدراسة الفروق بين الشباب الذكور والإناث فى المجموعات التجريبية الثلاث فى معدلات القلق السياسى لديهم بعد التعرض للأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعى ، أنه لم توجد فروق دالة بين النوعين باستثناء معدلات القلق العام لدى الشباب فى المجموعة التجريبية الأولى ، حيث وجدت فروق دالة بين الذكور والإناث فى معدلات القلق العام , حيث جاءت قيمة اختبار ت -2.917، وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية قدره 0.006، ودرجة حرية (28).

وجاءت المتوسطات الحسابية للإناث أعلى من الذكور (4.23، مقابل 3.69)، ومن ثم فالإناث أكثر قلقاً بصفة عامة من الذكور.

فى حين لم يثبت وجود فروق دالة بالنسبة للمجموعة التجريبية الأولى بين الذكور والإناث فى معدلات القلق من الأحداث والقلق من أداء الحكومة حيث جاءت قيم اختبار ت غير دالة عند مستوى معنوية قدره (0.449، و0.661 على الترتيب).

أيضاً لم يثبت وجود فروق دالة بين الذكور والإناث فى معدلات القلق السياسى لدى المجموعة الضابطة وجاءت قيم ت غير دالة بالنسبة لمعدلات القلق الثلاث التي يتضمنها المقياس.

ولم توجد فروق دالة بين الجنسين فى المجموعة التجريبية الثانية فى معدلات القلق السياسى حيث جاءت قيمة ت غير دالة بالنسبة للقلق العام والقلق من الأحداث ومن أداء الحكومة , وسجلت مستوى معنوية 0.497، 0.321، 0.257 بالترتيب، وهى قيم غير دالة إحصائياً.

- الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائياً بين المجموعات التجريبية الثلاث فى معدلات القلق السياسى لهم بعد التعرض للأخبار الكاذبة.

ولاختبار الفروق بين المجموعات التجريبية الثلاث فى معدلات القلق السياسى لهم بعد التعرض، استخدمت الباحثة اختبار تحليل التباين أحادى الأبعاد One Way ANOVA. والذى أظهر وجود فروق دالة بين المجموعات الثلاث التجريبية كما يلى:

جدول رقم (20)

اختبار تحليل التباين لدراسة الفروق بين المجموعات الثلاث فى معدلات القلق السياسى قبل التعرض للأخبار الكاذبة

المجموعة		العدد	المتوسط الحسابى	الإنحراف المعيارى	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
قلق عام	تجريبية 1	30	3.75	0.594	2 177	9.663	0.000
	ضابطة	30	3.28	0.631			
	تجريبية 2	30	3.55	0.537			
	إجمالى	90	3.52	0.617			
قلق من الأحداث	تجريبية 1	30	3.82	0.656	2 177	4.561	0.012
	ضابطة	30	3.57	0.818			
	تجريبية 2	30	3.95	0.617			
	إجمالى	90	3.78	0.716			
قلق من الحكومة	تجريبية 1	30	4.07	0.830	2 177	6.295	0.002
	ضابطة	30	3.63	0.735			
	تجريبية 2	30	4.06	0.721			
	إجمالى	90	3.92	0.786			

تظهر بيانات الجدول السابق وجود فروق دالة بين المجموعات الثلاث عينة الدراسة التجريبية فى معدلات القلق السياسى لديهم قبل التعرض للأخبار الكاذبة التي تقدم فى مواقع التواصل الاجتماعى. حيث جاءت قيمة اختبار تحليل التباين دالة كما يلى:

بالنسبة للفروق فى معدلات القلق العام اختلفت المتوسطات الحسابية للمجموعات الثلاث وجاءت المجموعة التجريبية الأولى لتسجل أعلى متوسط حسابى

يليها التجريبية الثانية وجاءت المجموعة الضابطة كأقل متوسط حسابى، ووجدت فروق دالة إحصائياً بين المجموعات الثلاث حيث سجلت قيمة اختبار ف 9.663 وهى دالة عند مستوى معنوية قدره 0.000.

وجاءت الفروق بين المجموعات التجريبية دالة أيضاً فى قياس معدلات القلق من الأحداث السياسية الحالية قبل تعرضهم للأخبار الكاذبة، حيث سجلت قيمة اختبار ف 4.561، وهى دالة احصائيا عند مستوى معنوية قدرة 0.012، وجاءت المجموعة التجريبية الثانية لتسجل أعلى متوسط حسابى 3.95، يليها التجريبية الأولى 3.82، وأقل متوسط حسابى سجلته المجموعة الضابطة.

سجلت الفروق بين المجموعات التجريبية الثلاث قيم دالة أيضاً فى معدلات القلق من أداء الحكومة، وجاءت قيمة ف 6.295، وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.002، وسجلت المجموعة التجريبية الأولى والثانية أعلى متوسط حسابى وبفرق دال عن المتوسط الحسابى للضابطة.

اتفقت هذه النتيجة مع عدد من الدراسات منها دراسة إبراهيم العبد (2015) التي وجدت تأثيرات سلبية مرتفعة لمواقع التواصل على مفاهيم الصراع والتأثيرات المعرفية للطلاب السعوديين، ودراسة غادة عبد الغفار (2015) التي ربطت بين القلق المستقبلى والسياسى وارتباطه بالعنف السياسى.

ودراسة شين X Chen (2016) التي ربطت بين المعلومات الكاذبة على مواقع التواصل وعوامل القلق والخوف والإثارة لدى الشباب.

ولمعرفة مصدر التباين بين المجموعات التجريبية الثلاث فى معدلات القلق السياسى لديهم أجرت الباحثة الاختبار البعدى بطريقة أقل فرق معنوى Post Hoc Test، والتى يوضحها الجدول التالى والذى أظهر أن هذه الفروق الدالة جاءت من مقارنة المجموعة التجريبية الأولى بالمجموعة الضابطة وبمقارنة الضابطة بالتجريبية الثانية بالنسبة لمعدلات القلق العام.

جدول رقم (21)

اختبار LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المجموعات التجريبية فى معدلات القلق السياسى قبل التعرض للأخبار الكاذبة

مستوى القلق	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
قلق عام	تجريبية 1	ضابطة	0.471	0.000
		تجريبية 2	0.199	0.066
	ضابطة	تجريبية 2	0.272-	0.012
قلق من الأحداث	تجريبية 1	ضابطة	0.248	0.054
		تجريبية 2	0.133-	0.300
	ضابطة	تجريبية 2	0.382-	0.003
قلق من أداء الحكومة	تجريبية 1	ضابطة	0.433	0.002
		تجريبية 2	0.010	0.943
	ضابطة	تجريبية 2	0.423-	0.003

وجاءت الفروق الدالة أيضاً من مقارنة المجموعة التجريبية الأولى بالضابطة وبمقارنة المجموعة الضابطة بالتجريبية الثانية (حيث جاءت مستوى المعنوية دالة 0.054، 0.003) على التوالى.

ولمقارنة الفروق بين المجموعات فى معدلات القلق من أداء الحكومة جاءت الفروق الدالة من مقارنة المجموعة التجريبية الأولى بالضابطة (حيث مستوى المعنوية 0.002) ومقارنة الضابطة بالتجريبية الثانية (مستوى المعنوية 0.003).

جدول رقم (22)

اختبار تحليل التباين لدراسة الفروق بين المجموعات الثلاث فى معدلات القلق السياسى بعد التعرض للأخبار الكاذبة

المجموعة		العدد	المتوسط الحسابى	الإنحراف المعيارى	درجة الحرية	قيمة ف	مستوى المعنوية
قلق عام	تجريبية 1	30	3.98	0.558	2 87	9.712	0.000
	ضابطة	30	3.31	0.622			
	تجريبية 2	30	3.61	0.588			
	إجمالى	90	3.63	0.645			
قلق من الأحداث	تجريبية 1	30	4.04	0.644	2 87	4.243	0.017
	ضابطة	30	3.56	0.817			
	تجريبية 2	30	3.99	0.621			
	إجمالى	90	3.86	0.725			
قلق من الحكومة	تجريبية 1	30	4.32	0.760	2 87	5.963	0.004
	ضابطة	30	3.68	0.758			
	تجريبية 2	30	4.17	0.725			
	إجمالى	90	3.06	0.788			

تظهر بيانات الجدول وجود فروق دالة بين المجموعات التجريبية الثلاث فى معدلات القلق السياسى لديهم بعد التعرض للأخبار الكاذبة، حيث جاءت قيمة معامل ف دالة فى معدلات القلق العام (9.712) وذلك عند مستوى معنوية 0.000، وسجلت المجموعة التجريبية الأولى أعلى متوسط حسابى يليها التجريبية الثانية وأخيراً بفارق كبير المجموعة الضابطة.

أيضاً جاءت قيمة اختبار ف دالة إحصائياً عند قياس الفروق بين المجموعات فى معدلات القلق من الأحداث عند مستوى معنوية 0.017، وجاءت المجموعة التجريبية الأولى لتسجل أعلى متوسط حسابى يليها المجموعة التجريبية الثانية وأخيراً المجموعة الضابطة.

ووجدت فروق دالة إحصائياً بين المجموعات فى قياس معدلات القلق من أداء الحكومة بعد التعرض للأخبار الكاذبة، حيث جاءت قيمة معامل التباين دالة عند مستوى معنوية قدره 0.004، وسجلت المجموعة التجريبية الأولى أعلى متوسط

حسابى 4.32 يليها التجريبية الثانية، وبفارق كبير جاءت المجموعة الضابطة لتسجل أدنى متوسط حسابى 3.68.

ولمعرفة مصدر التباين بين المجموعات فى معدلات القلق السياسى بعد التعرض للأخبار الكاذبة، أجرت الباحثة الاختبارات البعدية Post Hoc Tests بطريقة أقل فرق معنوى LSD والتى جاءت نتيجتها كما يلى:

جدول رقم (23)

اختبار LSD لمعرفة مصدر الفروق بين المجموعات التجريبية فى معدلات القلق السياسى بعد التعرض للأخبار الكاذبة

مستوى القلق	المجموعة	المجموعة المقارنة	الفرق بين المتوسطين	مستوى المعنوية
قلق عام	تجريبية 1	ضابطة	0.670	0.000
		تجريبية 2	0.370	0.017
	ضابطة	تجريبية 2	0.300-	0.052
قلق من الأحداث	تجريبية 1	ضابطة	0.480	0.009
		تجريبية 2	0.053	0.768
	ضابطة	تجريبية 2	0.427-	0.480-
قلق من أداء الحكومة	تجريبية 1	ضابطة	0.637	0.001
		تجريبية 2	0.147	0.450
	ضابطة	تجريبية 2	0.490-	0.013

تشير بيانات الجدول إلى أن الفروق الدالة بين المجموعات ناجمة عن مقارنة المجموعة التجريبية الأولى بالمجموعات الثانية والضابطة، ومقارنة المجموعة الضابطة بالتجريبية الثانية وذلك بالنسبة لمعدلات القلق العام.

وأيضاً من مقارنة التجريبية الأولى بالمجموعة الضابطة فقط بالنسبة لمعدلات القلق من الأحداث.

ومن مقارنة المجموعة التجريبية الأولى بالمجموعة الضابطة، ومقارنة المجموعة الضابطة بالمجموعة التجريبية الثانية بالنسبة لمعدلات القلق من أداء الحكومة.

ملخص الدراسة وأهم النتائج:

تطالعنا شبكات التواصل الاجتماعى بالعديد من الأخبار المزيفة والكاذبة والتى تنتشر بسرعة خارقة وتترك تأثيرات سلبية عديدة، وأصبح اكتشاف هذه الأخبار وتصديقها يخضع لعوامل عديدة منها درجة التوتر السياسى للمجتمع, ومن هنا جاءت مشكلة الدراسة لمعرفة تأثير هذه الأخبار الكاذبة على الشباب باعتبارهم الفئة الأكبر استخداماً لمواقع التواصل, والأكثر احتمالاً للتأثر بهذه المواد المضللة , والتى تجعلهم يشعرون بالقلق على المشهد السياسى المصرى.

ومن ثم تستهدف الدراسة معرفة أثر مثل هذه الأخبار الكاذبة على مستويات القلق السياسى لديهم سواء من حيث أداء الحكومة أو طبيعة الأحداث السياسية للمجتمع، وذلك من خلال دراسة شبه تجريبية على الشباب الجامعى شملت ثلاث مجموعات، الأولى عرض الطلاب فيها لمجموعة أخبار كاذبة،والثانية تعرضت لنفس الأخبار بالإضافة لأخبار أخرى تكذب ما سبق نشره، والمجموعة الثالثة ضابطة لم تعرض لأى أخبار. وذلك على عينة شملت 90 مفردة وقسمت كل مجموعة إلى 30 مفردة (17 فتاه و13 شاب) وزع عليهم استبيان ثم تعرضوا لهذه الأخبار الكاذبة، وتم قياس بعدى لإعادة تطبيق مقياس للقلق السياسى عليهم.

إضافة لمجموعات نقاش مركزة مع 16 طالب وطالبة لمناقشتهم بشكل مستفيض عن تعاملاتهم مع أخبار مواقع التواصل المضللة وطرح رؤيتهم لمواجهة هذه الظاهرة السلبية.

نتائج مجموعات النقاش المركزة:

عبر المبحوثون عن معدلات استخدام مرتفعة لمواقع التواصل الاجتماعى واعتبروه من طقوس الحياة اليومية لارتباطهم الشديد به واعتمادهم عليه كمصدر رئيسى للحصول على المعلومات والتواصل مع الآخرين ومع العالم، واعتبروا أن الواتس أب والفيس بوك فى مقدمة الوسائل المستخدمة، فى حين أكد البعض الآخر أن القنوات الفضائية والمواقع الإخبارية أكثر مصداقية وإلتزاماً، وأنهم يثقون فى أخبارها لأنها ليست آراء أو انطباعات، وأكدت مجموعة الشباب أنهم يتشاركون الأخبار التي تتصل بحياتهم واهتماماتهم مثل: التحذيرات , ورفع الأسعار, والمواد الكوميدية لأن السمة الأساسية لهذه المواقع هو التواصل والمشاركة وليس مجرد القراءة بل يجب التفاعل معها.

عرف الشباب الأخبار الكاذبة بأنها أخبار ملفقة ليس لها أساس من الصحة, أو أنها تحمل جزء من الحقيقة وتهدف للإثارة والإنتشار، وأنهم لا يهتمون بمصادر الأخبار دائماً وأن أهم شئ أن يكون مسلى ويحظى بالانتشار ويحقق نسب متابعة ومشاركة مرتفعة، فى حين عبر البعض الآخر عن أن معظم الأخبار خاصة السياسية يقصد بها بث الإشاعات والبلبلة وإثارة ضجة مفتعلة من أطراف مجتمعية وقوى سياسية معارضة.

وأكدوا أن أسباب إنتشار مثل هذه الأخبار تشمل الإعلاميين الذين يسعون لكسب المشاركة والتعليقات والدخول على المواقع من المستخدمين ومن الدولة أو الحكومة التي قد تنشر خبر كاختبار مبدئى قبل سن قانون أو اتخاذ قرار فتحاول تمهيد الرأى العام لتقبله أو كوسيلة للفت نظر المجتمع بعيداً عن الإخفاقات أو المشاكل وتوجيه اهتمامهم لإتجاه مختلف.

وقدموا مقترحات لمواجهة هذه الأخبار الكاذبة مثل قيام الإعلام بدور مهنى

وعرض الأخبار بموضوعية وإلزامهم بكود أخلاقى محدد، إضافة لدور المستخدم نفسه أن يصبح أكثر وعياً ولا يتسرع فى نشر معلومة أو خبر غير مؤكد.

نتائج اختبارات الفروض:

أظهرت الدراسة صحة الفرض الرئيسى للدراسة بتأثير التعرض للأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعى على معدلات القلق السياسى للشباب، حيث أظهر اختبار ت وجود فروق دالة إحصائياً لدى الشباب فى المجموعة التجريبية الأولى قبل وبعد تعرضهم للأخبار الكاذبة فى معدلات القلق السياسى حيث سجلت قيم دالة إحصائياً بالنسبة لمعدلات القلق العام والقلق من الأحداث والقلق من أداء الحكومة (عند مستوى معنوية قدره 0.002، 0.008 ، 0.018 على التوالى).

فى حين لم توجد فروق دالة إحصائياً لدى الشباب فى المجموعة التجريبية الثانية فى معدلات القلق السياسى لديهم قبل وبعد التعرض للأخبار الكاذبة وأخبار تكذيبها، حيث جاءت قيم اختبار ت غير دالة بالنسبة لمعدلات القلق السياسى العام والقلق من الأحداث ومن أداء الحكومة.

أيضاً ثبت صحة الفرض الفرعى بأنه لا توجد فروق دالة بين معدلات القلق السياسى للشباب فى المجموعة الضابطة فى الاختبارين القبلى والبعد.

لم تثبت صحة الفرض الثانى بوجود علاقة ارتباطية دالة بين معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل ومعدلات القلق السياسى لديهم باستخدام معامل بيرسون لم تحقق مستوى المعنوية الدال إحصائياً، أيضاً لم توجد علاقة دالة بين تأكد الشباب من مصادر الأخبار على مواقع التواصل ومستويات القلق السياسى لديهم.

ثبتت صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية دالة بين اعتماد الشباب على مواقع التواصل ومستويات القلق السياسى لديهم، وذلك بصفة جزئية فى مستوى القلق العام السياسى لديهم، وذلك بصفة جزئية فى مستوى القلق العام فقط حيث جاءت قيمة معامل بيرسون دالة عند مستوى معنوية 0.046 وهى دالة احصائياً فى حين لم تثبت وجود علاقة مع القيم الأخرى، وأيضاً لم توجد علاقة بين حجم الثقة فى هذه الأخبار على المواقع ومعدلات القلق السياسى للشباب بعد التعرض للأخبار الكاذبة.

وثبتت صحة الفرض بوجود علاقة ارتباطية دالة بين تشارك الشباب للأخبار على المواقع التواصلية ومعدلات القلق السياسى لديهم، وذلك بصفة جزئية بالنسبة لمعدل القلق من الأحداث السياسية حيث جاءت قيمة معامل بيرسون دالة عند مستوى معنوية قدرة 0.037.

ثبت صحة الفرض بوجود فروق دالة بين المبحوثين حسب النوع (ذكور – أناث) فى معدلات القلق السياسى لهم بعد التعرض للأخبار الكاذبة , وذلك بصفة جزئية لدى المجموعة التجريبية الأولى فى مستوى القلق العام فقط، حيث جاءت قيمة

اختبار ت دالة عند مستوى معنوية قدره 0.006 وسجلت الإناث متوسط حسابى أعلى من الذكور وجاءت الفروق الدالة لصالح الفتيات. فى حين لم يثبت وجود فروق داله بين المبحوثين حسب النوع فى مستويات القلق الأخرى لنفس المجموعة أو بالنسبة للمجموعة التجريبية الثانية والمجموعة الضابطة.

وجدت فروق دالة بين المجموعات التجريبية الثلاث فى معدلات القلق السياسى التعرض للأخبار الكاذبة على مواقع التواصل، حيث أظهر اختبار تحليل التباين ANOVA فروق دالة بين المجموعات بالنسبة للقلق العام (عند مستوى معنوية قدره 0.000)، والقلق من الأحداث (عند مستوى معنوية 0.012)، والقلق من أداء الحكومة (عند مستوى معنوية قدره 0.002).

ووجدت فروق دالة أيضاً من المجموعات التجريبية الثلاث بعد التعرض للأخبار الكاذبة، حيث أظهر تحليل التباين قيم دالة إحصائياً بين المجموعات بالنسبة للقلق العام (عند مستوى معنوية قدره 0.000) ومعدل القلق من الأحداث (مستوى معنوية 0.017) , ومعدل القلق من الحكومة (عند مستوى معنوية 0.004) ,وهى قيم دالة إحصائياً. وجاءت الفروق الدالة من مقارنة المجموعة التجريبية الأولى والمجموعة الضابطة، والمجموعة الضابطة, والمجموعة التجريبية الثانية, وذلك باستخدام اختبار LSD بطريقة أقل فرق معنوى دال.

مقترحات الدراسة:

تحولت الأخبار الكاذبة إلى آفة تهدد الجميع سواء الإعلام التقليدى أو الحديث وخاصة منصات التواصل الاجتماعى التي أصبحت المصدر الرئيسى للأخبار للكثيرين وخاصة الشباب.

وفى ضوء الدراسة الحالية أمكن تقديم مجموعة مقترحات لمواجهة أخطار الأخبار الكاذبة، ووقف طوفان الإشاعات والتضليل ومنها:

1- سن مجموعة قوانين تنظم العمل على شبكات التواصل وتسمح بتتبع مثيرى الفتن ومروجى الإشاعات وليس رقابة على الإنترنت كما يدعى البعض ولكن تنظيم وضبط يستهدف حجب المواقع التي تبث أخبار كاذبة أو دعايات مغرضة، وتعطيل الحسابات الوهمية والمزيفة.

2- وضع برمجيات تستطيع رصد هذه الأخبار ووضع علامات تحذيرية للمحتوى الذى يصنف بأنه كاذب ليأخذ المستخدم حذره قبل مشاركته عبر المواقع، مثل إضافة خاصية التثبت من الأخبار "بإضافة علامة معينة على الخبر" أو "مبادرة أخبار جوجل" لتطوير ماهية المعلومات ومحاربة الأخبار الكاذبة، أو "مركز أمان للفيس بوك" لتتبع الأخبار الكاذبة.

3- التركيز على مفاهيم التربية الإعلامية وتنمية وعى مستخدمى الإعلام فى

التعامل مع مصادر المعلومات وتقييمها من أهم عناصر مكافحة انتشار المعلومات المضللة، لأن طبيعة مثل هذه الوسائل والأخبار وقدرتها على الهروب والتمدد والتمويه لا حل لها سوى التثقيف الإعلامى أو التوعية الإعلامية للشباب، فهى أولوية قصوى للوقاية من الأخبار الكاذبة بدلاً من علاج آثارها.

4- توفير بيئة إعلامية تتسم بالشفافية وإتاحة المعلومات من مصادرها الموثوقة، وتأمين حرية تدفق المعلومات من المصادر الرسمية لتصل إلى الإعلاميين، لأن صعوبة الحصول على المعلومة يسهم فى رفع احتمالات التورط فى نشر أخبار غير دقيقة أومن مصدر غير موثوق به.

5- تبنى نهج إعلامى إيجابى مبادر بتكذيب هذه الأخبار فوراً وبكلمات صريحة وواضحة عبر منصات إعلامية موضوعية ومتوازنة وذات مصداقية.

6- أهمية مخاطبة الرأى العام ومستخدمى وسائل التواصل بضرورة العودة لمصادر رسمية للتثبت من المعلومة أو الأنباء والتعامل بحذر ومسئولية اجتماعية مع الأخبار والوعى بخطورة تأثيرها السلبى لأن ما قد ينشرونه عن الآخرين دون التأكد من صحته قد يسهم فى إنتشار الشائعات.

7- ملاحقة مروجى هذه الأخبار التي تهدد أمن المجتمع واستقراره لأن عدم معاقبتهم قد يغرى الآخرين لنشر مزيد من الأخبار الكاذبة، فمعاقبة المخطئ بقانون الجرائم الالكترونية يسهم فى الحد منها.

8- التوعية الأخلاقية لأفراد المجتمع من منطلق أن الترويج لمثل هذه الأكاذيب يؤثر على نشر الأخلاق الفاسدة والسلوكيات السلبية.

المراجع:

(1) Burkhardt, Joanna M. Combating Fake News in the Digital Age. Library Technology Reports. Nov/Dec 2017, V. 53, Issue 8, pp. 33-37.

(2) الشائعات فى وسائل التواصل الاجتماعى وتأثيراتها السلبية. مجلة السياسة الدولية، مؤسسة الأهرام، 2018. http://www.siyassa.org.eg/winter.

(3) A. Mitchell. And J. Holcomb. State of the News Media. Pew Research Center (2016) http://www.Journalism.org/2016/06/15/state.of.thenews.media.2016.

(4) J. Gottfried. And E. Shearer. News User Across Media Platform 2016. Pew Research Center.

(5) M. Barthel. A Mitchell and J. Holcomb. Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion. Pew Research Center. http://www.Journalism.org/2016/2/15/many-americans believe.fakenewsissowingconfusion.

(6) Nitrn Versma and Others. Human Value and Trust in scientific Journal the main stream media and fake news. Proceedings of the Association for Information Science and Technology. (Vol. 24, No. 1, 2017) pp. 1-10.

(7) SM. Jang and Joon K. Kim. Third Person effets of Fake news: Fake News regulation and media literacy interventions. Computers in Human Behavior (Vol. 80, Mar, 2018) pp. 295-302.

(8) Andrew Guess, Brendan Nyhan and Jason Reifler. Selective Exposure to misinformation: Evidence from the Consumption of fake news during the 2016 U.S. Presidential Campagin European Research Council. January. 2018. pp. 1-14.

(9) Mehrdad Koohikamali and Anna Sidorova. Information re-sharing on Social network sites in the age of fake news. International Journal of an Emerging Transdiscipline (Vol. 20, 2017) pp. 215-235.

(10) Garrett Smith. Modern Day Propaganda: Characteristics of Fake News and Psychological Effects on the Public. Master of science in Cybersecurity. Faculty of Utica College Dec. 2017. (ProQuest LLC, 2018).

(11) Hunt Allcott and Motthew Gentzkow. Social Media and Fake News in the 2016 Election. Journal of Economic Perspectives (Vol. 36, N. 2, Spring 2017) pp. 211-236.

(12) Lacie Geary. Spread of False News Stories on Face book: An

Assessment of Credibility Cues and Personality. M. S. West Virginia University. 2017 ProQuest LLC.

(13) Xinran Chen. The influences of Personality and Motivation on the Sharing of Misinformation on Social Media. ISOchools. http://www.ideals.illiois.edu/bitstream/handle/2142/89327.

(14) حنان كيلانى. التضليل الإعلامى وعلاقته بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعى. المجلة المصرية لبحوث الرأى العام. المجلد الرابع عشر، العدد الرابع. أكتوبر – ديسمبر، 2015، ص ص219-285.

(15) إبراهيم بن عبد الله العبيد. آثار مواقع التواصل الاجتماعى على طلاب كلية التربية بجامعة القصيم من وجهة نظرهم: التويتر نموذجاً. مجلة العلوم التربوية والنفسية. جامعة القصيم – السعودية، العدد 3، المجلد 8، 2015، ص ص641-745.

(16) غادة محمد عبد الغفار: "المحددات النفسية والشخصية للعنف السياسى لدى عينة من المجتمع المصرى"، مجلة دراسات عربية فى علم النفس: مصر، المجد 15، العدد 2، ابريل 2016، ص153، 221.

(17) سنية الفقى: "أثيوبيا: إنتخابات الاستقرار القلق"، مجلة الديمقراطية (وكالة الأهرام): مصر، مجلد 15، عدد 59، يوليو 2015، ص195-198.

(18) سمير كامل جبر: "الرضا عن الحياة وعلاقته بقلق المستقبل لدى الأسرى المحررين المبعدين إلى قطاع غزة"، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية، فلسطين، المجلد 3، العدد 9، 2015، ص353-389.

(19) Sally Samy Tayie. Impact of Social Media on Political Participation of Egyptian Youth. Master Thesis. The American University in Cairo. School of Global Affairs and Public Policy Department of Journalism and Mass Communication. 2015.

(20) Catherine Corrigall Brown and Rima Wilkes. Media Exposure and Engage Citizen: How the Media Shape Political Participation The Social Science Journal (Vol. 51, 2014) pp. 408-421.

(21) Lindita Camaj. Mass Media and Political Culture: Examining the impact of Media Use on Political Trust and Participation in Kosovo. ProQuest Dissertations Publishing. 2011.

(22) محمد هاشم السلعونى: "تأثير برامج التليفزيون الإسرائيلى: دراسة ميدانية من وجهة نظر أردنية، الأردن: سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 22، العدد 1، 2006، ص151-183.

(23) عربى محمد المصرى: "الأخبار السلبية فى التليفزيون وعلاقتها بمستوى القلق السياسى للشباب اللبنانى"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2000.

(24) Michele G. Robencon. "Public affaires Television and the growth of political malaise American Political Science Review, Vol. 70, 1976,

pp. 409-432.

(25) Stanley J. Baran and Dennis, K. Davis. Mass Communication Theory. (USA: McGraw, 2011) p. 324.

(26) محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير (القاهرة: عالم الكتب، 1997) ص233.

(27) Stanley J. Baran and Dennisk. Davis. Mass Communication Theory (USA: McGraw, 2011) p, 324.

(28) ملفين ديفلير وساندرا بول روكيتش. نظريات وسائل الإعلام. ترجمة كمال عبد الرؤوف (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1993) ص ص417-418.

(29) سماح حمدى. اعتماد الشباب الجامعى على مواقع التواصل الاجتماعى، فيسبوك "أثناء انتخابات الرئاسة المصرية: دراسة ميدانية بالتطبيق على الجولة الأولى من الانتخابات. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة (العدد 40 أبريل – يونية 2012) ص ص138-139.

(30) Stanley J. Baran and Dennisk. Davis. Introduction To Mass Communication: Media Literacy and Culture (Boston: McGrow Hill, 2010).

(31) Melvin L. Defleur and S. J. Ball Rokeach. Theories of Mass Communication. (New York: Longman. 1982) pp. 240-250.

(32) أحمد محمد فهمى. اعتماد الشباب على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة فى الحصول على المعلومات السياسية فى أوقات الأزمات. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتليفزيون. 2016.

(33) أحمد فاروق رضوان. اعتماد الجمهور المصرى على وسائل الإعلام التقليدية والحديثة كمصدر للمعلومات أثناء ثورة 25 يناير 2011. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة كلية الإعلام، العدد 39، يناير – مارس 2012) ص ص127-186.

(34) جمعة محمد عبد النبى. اعتماد الشباب العراقى على وسائل الإعلام الجديدة فى متابعة الأحداث الجارية فى العراق. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الدول العربية. معهد البحوث والدراسات العربية. قسم الدراسات الإعلامية. 2011.

(35) أسماء مسعد عبد المجيد. اعتماد الشباب المصرى على مضامين الفيديو على الإنترنت فى متابعة الأحداث المحلية: دراسة مسحية. **رسالة ماجستير** غير منشورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة حلوان، 2011.

(36) Dalia El Abd. Credibility of Online Political News Among Egyptian Youth. Master Thesis. The American University in Cairo. School of Global Affair and Public Policy Department of Journalism and Mass Communication, 2015.

(37) على القاضى. دور مواقع الشبكات الاجتماعية فى المشاركة السياسية للشباب اليمنى: دراسة ميدانية تطبيقية على Facebook. **رسالة ماجستير** غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة

القاهرة، قسم الإذاعة والتليفزيون. 2013.

(38) Timothy Macafee. Social Media Politics: The interplay between news, networks attitudes and engagement. Madison University of Wisconsin. PhD. 2014. ProQuest Dissertations Publishing.

(39) Elizabeth A. Hall. Tweeting the Headlines: The impact social media endorsement on Young adult news readers. PhD. Columbia, University of Missouri. 2013. ProQuest Dissertations Publishing.

(40) Daniel Halpern. Towards a networked Public sphere: How Social media triggers civic engagement through news consumption and political discussion**. M.A**. New Brunswick. University of New Jersey. 2013. ProQuest Dissertations Publishing.

(41) Matthew Gentzkow, Jesse M. Shapiro and Daniel F. Stone. Media Bias in the Market Place: Theory. Handbook of Media Economics. Vol. IB, edited by Simon Anderson. Jeol Waldofgel and David Stiomberg. (2016).

(42) M. Gentzkow and Jesse M. Shapiro. Ideological Segregation Online and Offline. Quarterly Journal of Economics (V. 126, N. 4, 2011) pp. 1799-1839.

(43) Cambridge Advanced Learner's Dictionary and The Sourus@Camridge University Press.

(44) M. Flintham, S. Moran and, C. Karner. Falling for fake news: Investigating the Consumption of News Via Social Media. Conference on Human Factors in computing system, CHI, Montreal, Canada, 21 April, 2018.

(45) Aidan White. Fake News. Facebook and Matters of Fact in the Post-Truth Era. Ethical Journalism Network 2018.

(46) http://www.bbc.com/arabic/science-and tech. 2017.

(47) سكاى نيوز عربية. الأربعاء 28 فبراير 2018. http://www.skynewsarabia.com/middle.east.

(48) سكاى نيوز عربية. الجمعة 27 أبريل 2018.

(49) Nick Wingfield, Mike Isaac and Katie Benner. Google and facebook take Aimat fake news sites. New York times. Nov. 14, 2016.

(50) Ariel Malka, Krosnick A. Jon. And Gary Langer. The Association of Knowledge with Concern about Global Warming: Tursted Information Sources Shope Public Thinking. Risk Analysis 29, N. 5, 2009, pp 633-

647.

(51) D. J. Flynn Brendan Nyhan and Jason Reifler. The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs about Politics. Advances in Political Psychology (V. 38, N. 1, 2017) pp. 127-150.

(52) Prudhvi R. B. Satya. Fake Likers Detection on Facebook Master of Science in Computer Science. Utah State University 2016 (ProQuest LLC.). https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/2016/

(53) Un Han Gap. A Study on the Regulation of the fake News. Science Technology and Law. (Vol. 8, Issue 1, 2017) pp. 59-90.

(54) Peter Femandez. The Technology behind Fake News. Library Hi Tech News (Vol. 34, N. 7, 2017) pp 1-5.

(55) كوام مكنزى. القلق ونوبات الذعر. ترجمة هلا أمان الدين. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية. 2013) ص ص1-4.

(56) أمانى مدللى. الأمريكيون: هذه أمريكا التي لا نعرفها وحملة الدخلاء ومناهض الدولة والناخبين الغاضبين. الإمارات: آراء حول الخليج، العدد 105، مارس 2016, ص ص100-101.

(57) Charles. A. Kupchan. The Democratic Malaise: Globalization and the Threat to the West. Foreign Affairs (Vol. 91, No. 1, Jon-Feb, 2012) pp. 62-67.

(58) Jean-Pierre Lehamann. The democratic drift: Political Malaise in the age of democracy. 30 July, 2014. (http://www.opendemocracy.net/)

(59) Stephan Lewandowsky. Ullrich K. Ecker and John Cook. Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the "Post. Truth" Era. Journal of Applied Research in Memory and Cognition (V. 6, 2013) p. 353.

(60) Kai Shu and Others. Fake News Detection on Social Media: a Data Mining Perspective. ACM Sigkdo Explorations News letter (Vol. 19, No. 1, 2017) pp. 22-23.

(61) Man-Pui Sally Chan and Others. Debunking: A Meta-Analysis of the Psychological efficacy of Messages Countering Misinformation Psychological Science. September, 2017. DOI: ID: 1177/09567617714579.

(62) Kai Shu. And Others. Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. ACM SIGKDD Explorations Newsletter, 19, N. 1, 2017, pp. 22-36.

(63) Kai Shu and Huan Liu. A Quick Guide to Fake News Detection on Social Media. 2017.

(64) D. J. Flynn, Brendan Nyhan and Jason Reifler. The Nature and Origins of Misperceptions: Understanding False and Unsupported Beliefs about Politics. Advances in Political Psychology (V. 38, S. 1, 2017) pp. 127-135.

(65) Craig Silverman and Laswrence Alexander. How Teens in The Balkans AreDuping Trump Supporters with Fake News Buzz Feed, November 2017. (https://www.buzzFeed.com)

(66) Matthew Baum, David Lazer and Nicco Mele. Combating Fake News: An Agenda for Research and Action. Final Report. Conference held Feb. 17-18, 2017. Har University.

(67) P. Pomeranttsev and M. Weiss. The menace of unreality: How the Kremlin Weaponizes information, Culture and money. Institute of modern Rssiaa. (2014) http://www.interpretermag.com.

(68) David M. J. Lazer and Others. The Science of Fake News. Science (March, 2018) DOI:ID.1126/Science aao2998.

(69) G. Ciampaglia and Others. Computational Fact checking from knowledge networks. Plos one, 10, 2015, pp. 1-13. http://dx.doi.org/10137/Journal.pone.

(70) E. Donnelly. Google backs Irishacademic's Fake news fight-35903839.html.

(71) Alvarofigueina and Luciana Oliveira. The Current State of Fake news: Challenges and Oppoitunities. International Conference on Health and Social Care Information Systems and Technologies. Barcelona, Spain, Nov. 2013) p. 822.

(72) C. Silverman and L. Alexander. How Teens in the Balkans Are Duping Trump Supporters with Foke News. 2016. (http://www.buzzfeed.com/craigsilverman/haw-mocedonia.became=a global-hub-for-pro-trump.misifo?utm-term=jxx7xRvnnottpnj8quzrxwp.

(73) LisaCrate. Fakenewsvs. Real News. Education Digest Sep, Vol. 83, Issue 1, 2017) pp. 4-7.

(74) محمود حسن إسماعيل. مناهج البحث فى إعلام الطفل (القاهرة: دار النشر للجامعات، 1996) ص80.

(75) مصطفى فهمى ومحمد أحمد غالى. مقياس تايلور للقلق الصريح. (www.cbrarabia.com).

(*) <u>قائمة الأخبار الكاذبة التى عرضت على المبحوثين:</u>

- تغيير الحكومة وتكليف د. هالة السعيد وزيرة التخطيط بإعداد تصور للحكومة الجديدة قبل أسابيع من حلف الرئيس السيسى اليمين الدستورية لفترة رئاسة جديدة.
- مطالبات بإعادة الإنتخابات الرئاسية المصرية عقب تبرئة الفريق سامى عنان.
- قرار من وزارة الداخلية ببدء العمل بنظام الاتصالات الجديد لتسجيل المكالمات وجميع التطبيقات للتواصل الاجتماعى (الواتس وتويتر والفيس) بعد إقرار قانون الجرائم الالكترونية لأن الجوال مرتبط بالسجل المدنى.
- فتحى سرور وأمانى عثمان بجوار سليم العوا للدفاع عن مرسى.
- الحكومة ترفع أسعار الوقود أول يوليو: لتر 92 بـ 7 جنيه.
- محافظة كفر الشيخ والمجلس التنفيذى للمحافظة يوافق على إلزام العاملين التبرع براتب يوم لمدة عام لصالح صندوق تحيا مصر.
- تبرع وزارة التربية والتعليم بفائض الميزانية عام (2018) وقدره 29 مليون جنيه لصندوق تحيا مصر.
- تفعيل صفقة القرن بين السيسى وترامب لتوطين الفلسطينيين فى سيناء وعدم السماح بمرور كميات كافية من المواد الغذائية لأهالى سيناء.
- رفع الحكومة الدعم عن مشروعات الإسكان الاجتماعى فى الموازنة العامة الجديدة لعام 2009.
- زيادة رواتب أعضاء هيئة التدريس تشعل غضب العاملين بالجامعات.
- وزارة الصحة تصدر قرار بتحريز عقار كتافلام لخطأ فى التركيبة الدوائية تضر بصحة الإنسان.
- تأجيل وزارة التربية والتعليم موعد انعقاد شهادة الثانوية العامة للعام الدراسى الحالى (2018).