

أساليب التضليل في مواقع التواصل الاجتماعي

م.م. احمد عبد الواحد حمودي

aAhmedabdalwaheed@uomustansiriyah.edu.iq

الجامعة المستنصرية/ كلية الآداب

الملخص

تتناول دراستنا الحالية (أساليب التضليل في مواقع التواصل الاجتماعي) إذ تشهد حياتنا المعاصرة، انتشار واسع لمواقع التواصل الاجتماعي، التي باتت الاعتماد عليها بشكل كبير جداً لمختلف شرائح المجتمع، مما جعل بعضاً من هذه المواقع تتحول إلى وسيلة للترويج والدعاية للإخبار الكاذبة أو غير الدقيقة فضلاً عن نشر الأخبار والإشاعات بشتى أنواعها. وقد تكون مجتمع البحث من الطلبة والطالبات في الجامعة المستنصرية، معتمدين على عينة عشوائية ضمت (٥٠) طالباً وطالبة مناصفة، وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج من أهمها:

١. ان نسبة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم بلغت ٧٨ %، ونسبة ٢٠ % من المبحوثين يستخدمونها (أحياناً). وبنسبة ٢% (نادراً).
٢. أجاب ٦٠% من المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في تضليل الأخبار و٣٨% بـ "أحياناً" و٢% بـ "لا".
٣. كما اجاب ٩٠% من المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي تُعزز مستوى التضليل في الأخبار المنشورة.

وقد ختمت الدراسة بالاستنتاجات والتوصيات التي تخدم اهداف الدراسة...
الكلمات المفتاحية: مواقع التواصل الاجتماعي، التضليل، الاعلام.

Misleading methods on social media

Ahmed Abdul Wahid Hammoodi

College of Arts/AI–Mustansiriya University/Department of Media

Abstrac:

Our current study (Methods of Misinformation on Social Media) examines the widespread use of social media in our contemporary lives, which has become so relied upon that it has taken over society. This has allowed some of these sites to become a means of promoting and

advertising false or inaccurate news, in addition to disseminating news and rumors of all kinds.

The research community may have been composed of male and female students at Al-Mustansiriya University, relying on an archive of (50) officially confirmed students, equally divided. The study reached a number of results, the most important of which are:

1. 78% of the research used social media regularly, 20% used it "sometimes," and 2% "rarely."
2. 60% of the researchers responded that social media contributes to news content, 38% "sometimes," and 2% "no."
3. 90% of the research conducted on social media also responded that it enhances the level of disinformation in published news.

The study concluded with conclusions and recommendations that highlighted the study's objectives... Keywords: social media, misinformation, media

Keywords: social media, misinformation, media

المقدمة:

فمع ظهور مواقع التواصل وزيادة مستخدميها، ظهر لنا ما يعرف بنموذج الأعلام التفاعلي بدوره يعتمد بشكل كبير على المخاطبة الرقمية المزدوجة وهذا يُسهل انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المغلوطة وذلك عن طريق مجموعات اجتماعية يتواجدون ويتفاعلون في البيئة الافتراضية مما ساهم في ظهور التضليل الإعلامي في هذه البيئة، لاسيما موقع الفيسبوك الذي يعد مصدراً للمحتوى المعلوماتي لما يحويه من خليط غني و وافر من النصوص والملفات الصورية ولقطات الفيديو أي أنه محتوى متعدد الوسائط .

فقد أتاح مواقع التواصل بيئة معلوماتية جيدة للمجتمع تتيح الحوار والنقاش والنقد وتبني الآراء في مختلف القضايا الاجتماعية دون الحاجة الى التواجد على أرض الواقع بما تتميز به من خاصية في دمج مختلف الاتصالات والبيانات بأشكال مختلفة...

وتأتي دراستنا الحالية من اجل التعرف على اساليب التضليل في مواقع التواصل الاجتماعي، ودور مواقع التواصل في اشاعة ونشر المعلومات المضللة..

الفصل الأول

الاطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

تتمحور اشكالية البحث حول ماهية الأساليب التضليلية المعتمدة في مواقع التواصل من أجل تغيير أفكار المجتمع، عبر التلاعب في المفردات وتغليف المعلومات لتغيير مسار بعض المجتمعات أو تسقيط جهات بعينها كائن تكون سياسية، أو اقتصادية، أو اجتماعية. ومن الواضح أن كثرة المستخدمين لمواقع هذه الوسيلة وسهولة إيصال المعلومة قد ادخلتا الجمهور في متاهة حتى صار من الصعب التميز بين ملايين من الصفحات الحقيقية عما سواها من صفحات مزيفة...

الأشكال المرتبطة بالمحتوى عززت جوانب سلوكية وأخلاقية وفي كل الحالات تحولت الى قضية مجتمعية لكونها تمس شرائح واسعة من المتلقين.

هنالك شرائح واسعة من المجتمع تصدق كل ما ينشر من اخبار وتجده أمامها من دون بذل اي جهد في التمحيص وتحري الحقيقة، هذا المنفذ زاد من ظاهرة المحتوى التضليلي بكل أشكاله ، و بعد انشاء صفحات التواصل الاجتماعي المختلفة التي بعضها قد يكون معلوم الجهة، والعمل، والاعتماد على المصادر الخاصة والعامة الموثوق منها ، وأخر تم انشاؤه لغايات مختلفة يقف في مقدمتها الترويج لأخبار كاذبة، والقصص المفبركة ، و تهويل أي حدث صغير والعمل على تحويله إلى صراع يأخذ شكل هذا الحدث طائفيًا أو قومياً أو مناطقيًا ، وعلى وجه السرعة تجد الخبر المفبرك تحول الى حدث رائج في مواقع التواصل الاجتماعي، وهنا يختلف كل موقع الكتروني عن الآخر فيما يكون رائجاً.. ففي تويتر يختلف الخبر عما هو في الفيسبوك و الأنستغرام...

ثانياً: أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث في كونه يسلط الضوء على أحد اهم الظواهر الخطيرة والمنتشرة بكثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الا وهي ظاهرة تضليل المعلومات وتحديد أنتشار الأخبار المضللة والمفبركة الأمر الذي بات المجتمع يعاني منه الى ابعد الحدود. في حين تحدد اهمية هذا البحث للعلم كونه يعد اضافة علمية للمكتبة الاعلامية التي تعاني من شحة أو ندرة في هكذا نوع من الدراسات.

فضلاً عن أنه يبحث في تأثير التضليل الإعلامي فالمعلومات المرتبطة في الحياة العامة والأساليب التي تتبعها وسائل الإعلام الجديدة للتعامل مع هذه الظاهرة، وعن طريقة يمكن معرفة ردود أفعال الناس وتوجهاتهم تجاه التضليل الإعلامي في القضايا المختلفة الاجتماعية والسياسية

والاقتصادية للوصول إلى أهداف محددة وكذلك للتوصل إلى نسب محدد يمكن عن طريقها إعطاء الجماهير مدى خطورة هذه الأساليب.

أهداف البحث

- ١- معرفة أبرز المواقع الالكترونية التي يستخدمها المبحوثين.
- ٢- الكشف عن المدد الزمنية التي يقضيها المبحوث في متابعته لمواقع التواصل الاجتماعي.
- ٣- التعرف على أبرز الأخبار والموضوعات التي مارس فيها التضليل.
- ٤- تحديد أبرز المواقع التي تعمل على تضليل الأخبار.
- ٥- التعرف على مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهات وسلوك الطلبة.
- ٦- الوصول إلى اقتراحات وتوصيات تسهم في ضبط خطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٧- بحث دور العوامل المؤثرة في نشر الأخبار الزائفة والتضليل الإعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي.

رابعاً: حدود الدراسة:

١. الحدود المكانية: الجامعة المستنصرية.
٢. الحدود الزمانية: العام الدراسي ٢٠٢٤ - ٢٠٢٥.
٣. الحدود البشرية: الطلبة والطالبات في الجامعة المستنصرية.

خامساً: منهج البحث

لا يمكن الخوض في مجال البحث العلمي والدراسة من دون وجود منهجية واضحة ودقيقة يسير الباحث على هداها، وقد اعتمد الباحث على منهج المسح الميدانياً الاجتماعي بطريقة العينة إذ يعدّ هذا المنهج هو الأنسب لنوع هذه الدراسة، كونه يهتم بجمع البيانات الخاصة بموضوع معين وما يتعلق به من آراء أو معتقدات، أو اتجاهات، أو سلوكيات، أو صفات وخصائص مميزة لجماعة من الأفراد، أو أهداف ودوافع، وذلك عن طريق توجيه الأسئلة إلى الأفراد أنفسهم، أو إلى أفراد آخرين مطلعين على الأهداف والدوافع الخاصة بذلك، [D:عمل منوال](#) [مجلة العدد الخامس \(٥\) ام](#) كما أنه يهدف أيضاً إلى الوقوف على الجوانب المختلفة لظروف الحياة في مجتمع معين أو وسط اجتماعي معين .

تعريف المصطلحات

التضليل: هو تعمد إيصال معلومات كاذبة أو ناقصة أو غير دقيقة، من أجل التلاعب والتحكم بالجمهور المستهدف لتحقيق أهداف وغايات ترغب بها الجهة التي تتبنى هذا التضليل أو تدعم أو تمويل، سواء أكان ذا جنة اقتصادية أو اجتماعية أو سياسية... (الحشف، ٢٠١٥، ص ١١).

١- الشائعات : المعلومات او الافكار التي يتناولها الناس دون ان تكون مستندة الى مصدر موثوق به يشهد بصحتها .

٢- التضليل الاعلامي: هو العبث بمحتوى اتصالي وتوجيهه بشكل ممنهج لخدمة اهداف تنحرف عن المصلحة العامة الى اخرى ضيقة للحصول على نتائج تتعارض مع الحقيقة لترسيخ واقع محدد في ذهن المتلقي.

الضلال هو ما كان ضد الرشاد والهدى، (ابن منظور: لسان العرب) مادة: ضلل، 391/11 وما بعدها.)

والتضليل الاعلامي هو التأثير في الافراد سلباً وإيجاباً، عبر ايصال معلومات واخبار متلاعب بها قد يكون جلها كاذب، وقد يكون بضعها كاذب، أو المبالغة في نقل الحدث أو الخبر من اجل التأثير في الحالة النفسية للجمهور المستهدف... (أبو هلاله: الإعلام . ٢٧) ونعرف اجرائياً التضليل الاعلام: على انه اخفاء أو صرف توجه واهتمام الجمهور بعيداً عن الحقيقة في موضوع من الموضوعات الحياتية..

الفصل الثاني/ الاطار النظري

المبحث الأول:

ان نشر الشائعات في وسائل الأعلام التقليدية والحديثة متمثلة بشبكات التواصل الاجتماعي تعد من بين أهم عوامل لنشر الشائعات لانتشارها، لاسباب عدة منها سهولة تداولها وعدم وجود رقابة فعالة يليها الفضائيات التابعة للدول من أصحاب الأجندات المذهبة ثم الصحف الخاصة مجهولة التمويل وان اوقات الأزمات والحروب والتوترات الأمنية يزداد فيها تناقل الشائعات وأن الآثار المترتبة على انتشار الشائعات تتمثل في التأثير على معنويات الفرد ونشر الخوف والفرع لإرهابهم واخضاعهم من خلال نشر الأخبار الكاذبة من خلال مواقع التواصل لخلق حالة من الذعر والفوضى مما يثير حالة من التشتت والتردد ويُضعف بنية المجتمع ويسهل عملية اختراقه وتقنيته ونشر البلبلة بين أفرادهِ. (صالح، ص ٥٤٨، ٥٧٨)

و تقدم موقع فيسبوك مواقع الشبكات الاجتماعية التي يتعرض من خلالها الجمهور للشائعات، وارتفاع نسبة من يتفاعلون مع الشائعات عبر تلك المواقع بنسبة (٧٤.٢%)، كما أورد المبحوثون أهداف الشائعات في بثّ الخوف، وإثبات الفشل، والتحريض والتشويه ونشر الكراهية بين جمهور المستخدمين... (العنزي، ٢٠١٨، ص ٢٢٢)

حيث جاء في مقدمة الوسائل الإعلامية نشرًا للشائعات يليه اليوتيوب ثم الفضائيات، وأن الشائعات السياسية اكثر أنواع الشائعات رواجاً و اكثرها تأثيراً على الأفراد خاصة المصحوبة بمقاطع فيديو و أن اعادة نشر الأخبار والمعلومات بدون التحقق من مدى صحتها من أول

أسباب انتشار الشائعات وأن أثاره العنف والفتن و زعزعة استقرار المجتمع في مقدمة مخاطر انتشار الشائعات..(العميري، ٢٠١٩، ٢٣٠) .

أن تعدد الحسابات الوهمية والأسماء المستعارة والصفحات المخصصة للهجوم على شخصية أو كيان من أهم مصادر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وألة تضليلية خطيرة وأن اليات الحد من انتشار الشائعات تركزت في عدم ترديد أخبار مجهولة المصدر إلا بعد التثبت منها وانشاء مرصد للتضليل الأخباري والشائعات وتكذيبها.(امين، ٢٠١٥، ص٢٢٧)

أن تحقيق الاستقرار التواصل المجتمعي من اهم أسباب متابعة المبحوثين لوسائل الاعلام الأمنية للتصدي للشائعات و الأكاذيب،و أن الوسائل السمعبصرية من أهم وسائل التحقق من الشائعات،و أن التقارير و الأحاديث و التحقيقات من أفضل القوالب الإعلامية لتقديم الشائعة..(الطاهر، ص ٥٠٧)

المبحث الثاني

مفهوم التضليل:

ان مفهوم التضليل لكي يتحقق مغزاه لا يجب ان يكون عكس الحقيقة لكنه يجب أن يحتوي على جزء من الحقيقة لكي يخفي معالم التضليل و يستنكر وجوده، (حسين، ٢٠١١، ص ٢٤) وهو بذلك يخلق واقع مزيف ومخلوط ومقنع بما فيه الكفاية، وذلك بهدف إيقاع الخصم في الخطأ بينما هو يفكر بشكل صحيح.(الخالدة،٢٠٠٨، ص٣٧٦)، وذلك لان الغاية هي صرف الانتباه عن عنصر الحقيقة في موضوع ما أو أخفائه عن الجمهور والمستقبل، و وسائله هي التلوين والرمز أو التقسيم أو الأجتزاء في نقل المعلومات عن الحديث وعن سياسة معينة في ظرف زمني محدد ، وغالباً ما تبرز الحاجة إليه أيا ن الأزمان السياسية وفي أوقات الحروب الداخلية أو الدولية، ومن أمثلة ذلك ما تصدره الدول من بيانات سياسية لوسائل الاعلام والرأي العام من احداث داخلية، أو مواقف معينة بصورة مغايرة للحقيقة وما يخدم مصلحة الدولة المعينة، ومثلها أيضاً البيانات العسكرية بين الدول المتقاربة ما أحتلال مواقع عسكرية أو تحقيق انتصارات ميدانية غير حقيقيةها.(مجادين، ٢٠١٠، ص٢٠٤) لذلك يعد التضليل من أخطر إشكالات الهيمنة الإعلامية، أي بمعنى هي الأشكال التي تبدوا غير مرئية وتعبر عن نفسها غالباً بأشكال من التضليل الأيديولوجي المبطن التي تتقنها فئة اجتماعية واحدة، هي فئة المثقفين الانتهازيين الذين لا يقولون لأحد أنهم متواطئون مع أي جهة من اجل منافع مادية صغيرة.(الدليمي، ٢٠١٠، ص٩٤)

اهداف التضليل الإعلامي

يسعى مطلق التضليل إلى ممارسة حالة التشويه لشخص منافسيه وصورهم، وفي بعض الاحيان العمل على تبرير بعضاً من التوجهات السياسية، أو الاقتصادية أو حتى خطوة نحو

توجيه الراي العامبصيغة واليه تتعلق بخدمة مصالح انية أو وقتية، وبذلك يكون الهدف العام والخاص من التضليل هو الوصول إلى اضعاف ثقة الافراد والجماعات بالمؤسسات ذات التوجه العام والوصول إلى حالة من عدم الثقة والشك بالوقائع والحقائق فضلاً عن اضعاف دور واثر الاعلام التقليدي والحديث..

ويرى العالم شيلر ان للتضليل الاعلامي اهداف عدة منها: (مجادين، ٢٠١٠، ص٢٠٤) أ- الدفع باتجاه ظاهرة السلبية سواء في جانبها الفردي أو الجمعي، وبذلك يسهل التأثير في الجماهير وقيادتها على وفق المخطط الموضوع، وفي بعض الاحيان يكون اشاعة السلبية هو الهدف المرجو والمطلوب، لما يكتنزه من اثار سلبية جمّة وكبيرة.

ب- ادارة التغيير، عبر السعي لفرض متبنيات ثقافية من جنس محدد بواسطة الضخ المستمر لوسائل التواصل والاعلام، تعمل على تغيير المناخات الثقافية والقناعات السائدة وبما يخدم اهداف التضليل.

ت- تعزيز ثقافة الاستهلاك من اجل خدمة مصالح الشركات والمؤسسات العابرة للحدود فضلاً عن اصحاب رؤس الاموال...

ث- محاولة تعزيز وتبرير سلبيات الواقع الراهن من اجل ايصال الافراد والمجتمع إلى قناعة بان الوضع الحالي هو أفضل ما يمكن الوصول اليه..

اساليب التضليل الإعلامي:

قد تكون وسائل وادوات التضليل في الجانب الاعلامي كثيرة بعدد المشتغلين في هذا المضمار بيد اننا نستطيع ان نستعرض بعضاً من العناصر الاساسية التي تتمحور حولها هذه الاساليب، ومنها:

١- الارعاب والاخافة، وتأتي هذه الالية من اجل بث روح الرعب والخوف، كأداة يتم التلويح بيها لاختضاع الراي العام والخاص وجعله يقبل بالمعطيات التي يتم فرضها عليه.

٢- البساطة، وهي من بين الاليات التي يتم اعتمادها اذا تتم صياغة الاخبار والرسائل بطريقة سهلة وبسيطة وساذجة من اجل ان تاخذ مساحة أو سع في المقبولية والتاثير، لان العقيد والتعمق قد يولد ضعف التفاعل أو عدم الفهم من جانب المتلقي... (بدير، ١٩٧٤، ص ١٨٠)

٣- الاعداء والتكرار، وهذا الأمر يعد من المرتكزات الاساسية التي يعتمد عليها الاعلام إذ ان كثرة الاعداء والتكرار قد يولد ثبات نسبي اكبر لدى الفئة المستهدفة مما لو كان الخبر عادي ويمر مرور الكرام... (ابو اصبح، ١٩٩٥، ص ١٩١)

٤- اغراق، وهي واحدة من السياسات المتبعة والتي يتم تعمد بث عدد كبير من الاخبار والاشارات والاحداث بحيث يعمل كل واحدة منها على مزاحمة الاخر الأمر الذي يجعل المتتبع

أو المشاهد أو القاريء يفقد تركيزه وقدرته على التميز ما بين الغث والسمين..(شحيط، ٢٠٠٥، ص ١٢٤).

طرق الدعاية والتضليل الاعلامي

ان الجزء الأكثر من الأساليب الدعائية والطرق المتنوعة للتلاعب بالوعي والعقول والتأثير على نفسية وسلوك الناس مؤسس على أنماط مختلفة من الاستيعاب والتفكير والمجال الروحي للإنسان.

ان ظهور الاعداد الكبيرة من وسائل الاعلام المتنوعة حدد تكتيك المرحلة الاولى من أدائها الذي بنى على الاستخدام الفعال لتقنية تأسيس الثقة والتعلق بوسيلة الاعلام المعينة. احدى هذه الطرق التي تستخدم لتأسيس مثل هذه الثقة في تكوين هيبة الوسيلة الأكثر معرفة وقرباً من مصادر للأخبار حيث يظهر الاهتمام والميل الى هذه الوسيلة من وسائل الاعلام، عندما يتمكن المشاهد او المستمع او القارئ من اشباع فضوله من المعلومات التي تقدمها من خبر ما جديد وغير معروف وله اهمية خاصة ومحجوب عن النشر لأسباب مختلفة، ان تجاوز الرقابة والمنع على اي خبر يلعب دور المحفز لاهتمام الجمهور بهذه الوسيلة.

ان الدعاية وعملية اللاعب بالوعي تخضع دائماً لألية تطوير مستمرة من الاختصاصيين اذ تصدرت بعض الاساليب التي توظف حالياً على مستوى واسع حول العالم ومنها الاسناد إلى المرجعية موثوقة مبهولة فتعتبر هذه الطريقة المفضلة للتضليل فقد تستخدم هذه الطريقة العديد من مواقعها التواصل للتشويش على الأفكار وتحريف الواقع إذ تعد الطريقة من انجح السبل في أثارت الرأي العام عند نقل الأخبار المزيفة.(الشحف، ٢٠١٥، ص ٥٠)

طرق الدعاية والتضليل الاعلامي

الصدمة النفسية

هي إحدى أنواع استخدام الصدى العاطفي المشحون الى مستوى الذروة،تدخل اليوم وسائل الاعلام المرئية مشاهد الموت إلى كل بيت وبأعداد كبيرة جداً، ونحن نرى مشاهد الناس الموتى بصور مقربة و واضحة جداً، بحيث لا يمكن لأقربائهم أن لا يتعرفوا عليهم، ونرى جثث نصف المحترفة لضحايا الكوارث والأعمال الاجرامية لن نتطرق الى الجوانب الأخلاقية في تحويل الجثث الى ادوات تلفزيونية ، نقول فقط، أن ذلك يتم فعله غالباً كي يتسنى وتحت غطاء الصدمة تلقين افكار سياسية هادفة، تسعى الى ازالة كل الحواجز النفسية الدفاعية ويتم تمرير الطبخة الدعائية الهادفة الى عقولنا دون أي عوائق تذكر .

تؤكد الدراسات بأن مقطع الفيديو الذي يعرض مثلاً آثار الحرب يحدث تأثيراً قوياً جداً على الاشعور، ويهيا الرأي العام ضد الطرف الذي أحدث الدمار (بعض النظر ان كانت اهداف

الحرب عادلة أم لا) لذلك تعمل دائما وسائل الإعلام التقليدية والحديثة إلى تقديم جرعات قاسية من مشاهد الدمار والضحايا القتلى عند تغطيتها أبان فترة انتهاء الحرب أو أثناء عمليات السلام العسكري. (الشحف، ٢٠١٥، ص ٥٠)

الفصل الثالث

الاطار الميداني

منهج الدراسة وإجراءاته الميدانية

أولاً: إجراءات الدراسة الميدانية

يتضمن هذا المبحث الإجراءات التي اتبعت في تحديد مجتمع البحث واختيار العينة وإعداد أداة الدراسة وإجراء التطبيق النهائي للدراسة على عينة الدراسة والخطوات التي اعتمدت في تحليل الإجابات والمعالجات الإحصائية المستعملة في الدراسة .

١. مجتمع الدراسة

تحدد مجتمع الدراسة بطلبة وطالبات الجامعة المستتصرية.

٢. عينة الدراسة

اعتمدنا في هذه الدراسة العينة العشوائية وتمثلت بـ (٢٥) طالباً و (٢٥) طالبة، ليكون العدد الكلي (٥٠) طالباً وطالبة.

٣. أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على الاستبانة لجمع البيانات الخاصة بأراء ووجهات النظر عينة الدراسة حول موضوع الدراسة، لكونها الأكثر ملائمة لطبيعة الموضوع، فضلاً عن اختصارها للوقت والمال والجهد.

٤. صدق الأداة: اعتمد الباحث أسلوب إيجاد الصدق الظاهري من خلال عرض فقرات الاستبانة على لجنة من المحكمين والخبراء* للتأكد من صلاحية فقرات الاستبانة.

٥. ثبات الأداة: طبق الاستبيان على الأفراد مرتين بظروف متشابهة فقواعد الباحث تطبيق الأداة على عينة من طلبة الجامعة بلغ عددهم (٢٠) طالب وطالبة بفارق زمني (١٥) يوم ووجد ان هناك معامل ارتباط بين التطبيقين للأداة (٠,٨١)، مما يؤشر ثبات الأداة حسب معامل بيرسون.

٦. تطبيق الأداة: تم وزعت أداة الدراسة (الاستبانة) على عينة الطلبة وطالبات في الجامعة المستتصرية..

٧. الوسائل الإحصائية :-

- ١.م.د حاتم علو الطائي / خبير مركز البحوث والدراسات التربوية.
- ١.م.د اخلاص زكي فرج / خبير مركز البحوث والدراسات التربوية
- ١.م.د.عبد زيد عبد الحسين الياسري / خبير / المديرية العامة للتعليم العام والاهلي والاجنبي
- ١.م.د نبيل رفيق / المديرية العامة للاعداد المعلمين والتدريب والتطوير التربوي.
- ١.م.د حسين فاضل سلمان / جامعة بغداد / كلية الاداب / قسم الاجتماع.

لغرض تحليل إجابات عينة الدراسة استعملت الوسائل الإحصائية الآتية :-

-الوسط المرجح

-الوزن المئوي

-معامل ارتباط بيرسون

ثانياً: عرض النتائج وتحليلها :

جدول رقم (١) يوضح نوع المبحوثين يتضح من بيانات الجدول (١) بأن نسبة الذكور كانت متساوية مع نسبة

الاناث

النوع	ك	%	م
ذكر	25	50%	1
انثى	25	50%	1 مكرر
المجموع	50	100%	

جدول (٢) يوضح استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الاستخدام	ك	%	م
دائماً	39	78%	1
احياناً	10	20%	2
نادراً	1	2%	3
المجموع	50	100%	

يتضح من بيانات جدول رقم (٢) بان نسبه استخدام المبحوثين بشكل دائم لمواقع التواصل

الاجتماعي كانت بنسبة ٧٨ % وبنسبة ٢٠ % (احياناً) المرتبة الثانية وبنسبة ٢% (نادراً)

للاستخدام وكانت المرتبة الثالثة .

جدول رقم (٣) يوضح متى تم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

الفترة على الاستخدام	ك	%	م
سنة	1	2%	3
سنتان الى ثلاثة	3	6%	2
4 سنوات فأكثر	46	92%	1
المجموع	50	100%	

يتضح من بيانات جدول رقم (٣) بأنه فترة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كانت

بنسبة ٩٢% (٤سنوات فأكثر) وكانت في المرتبة الاولى و بنسبة ٦ % (سنتان الى ثلاثة)

وكانت في المرتبة الثانية وبنسبة ٢ % (لمدة سنه) وكانت في المرتبة الثالثة.

جدول رقم (٤) يوضح الوقت الذي يستغرقه المبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

مدة الوقت	ك	%	م
ساعة	4	8%	3
ساعتين الى ثلاث ساعات	13	26%	2
اكثر من اربع ساعات	33	66%	1
المجموع	50	100%	

يتضح من بيانات جدول (٤) بأنه مدة الوقت التي يستخدمها المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كانت بنسبة ٦٦% أكثر من أربع ساعات وفي المرتبة الأولى و بنسبة ٢٦% ساعتين الى ثلاث ساعات وكانت في المرتبة الثانية وبنسبة ٨% لمدة ساعة وكانت في المرتبة الثالثة .

جدول رقم (٥) يوضح افضليه الأوقات للمبحوثين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

م	%	ك	افضلية الوقت
—	—	—	صباحاً
—	—	—	ظهراً
1	50%	25	ليلاً
1 مكرر	50%	25	ليس هنالك وقت محدد
	100%	50	المجموع

يتضح من بيانات جدول (٥) بأنه أفضلية الوقت لاستخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي كانت متساوية ليلاً ونهاراً، وليس هنالك وقت محدد.

جدول (٦) يوضح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل المبحوثين.

م	%	ك	الموقع
3	6%	3	فيس بوك
5	2%	1	تويتر
1	74%	37	انستغرام
2	14%	7	يوتيوب
4	4%	2	واتس اب
	100%	50	المجموع

يوضح الجدول رقم (٧) طبيعة المواضيع التي تابعتها المستجيبون على وسائل التواصل الاجتماعي.

م	%	ك	فئة الموضوعات
6	14%	7	سياسية
7	4%	2	اقتصادية
8	2%	1	امنية
4	22%	11	علمية
5	16%	8	صحية
3	28%	14	رياضية
2	30%	15	ثقافية
1	56%	28	اجتماعية
			المجموع

يوضح الجدول (٧) أن طبيعة المواضيع التي يتابعها المستجيبون كانت اجتماعية، حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٥٦%، بينما جاءت المواضيع الأمنية في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢%. يوضح الجدول رقم (٨) وتيرة نشر المستجيبين للأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي.

نوع الإجابة	ك	%	م
نعم	20	40%	2
كلا	4	8%	3
الى حد ما	26	52%	1
المجموع	50	100%	

يوضح الجدول (٨) أن ٥٢% من المبحوثين يتابعون الأخبار المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي (إلى حد ما) و ٤٠% يتابعون (نعم)، بالمرتبة الثانية، و ٨% يتابعون (لا)، إذ احتلت المرتبة الثالثة.

يوضح الجدول رقم (٩) أسباب اعتماد المستجيبين على وسائل التواصل الاجتماعي لمتابعة الأخبار.

اسباب الاعتماد	ك	%	م
ثقتي بالمعلومات المنشورة على صفحات الموقع	6	12%	4
يتم نشر مختلف الموضوعات التي تتعلق بالسياسة و الازمات التي تتعرض لها البلاد	10	20%	3
تعزز الاحداث و القضايا السياسية المنشورة بالصور و الفيديوهات	19	38%	1
أمكانية التفاعل مع الموضوعات السياسية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي	15	30%	2
المجموع	50	100%	

يتضح من بيانات الجدول (٩) أن أسباب اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة الأخبار جاءت بنسبة ٣٨% بسبب الترويج للأحداث والقضايا السياسية المنشورة بالصور والفيديوهات، والتي احتلت المرتبة الأولى، و ٣٠% بسبب إمكانية التفاعل مع المواضيع السياسية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي جاءت في المرتبة الثانية، و ٢٠% بسبب نشر مواضيع مختلفة تتعلق بالسياسة والأزمات التي تواجه البلاد والتي جاءت في المرتبة الثالثة، و ١٢% بسبب ثقتهم بالمعلومات المنشورة على صفحات المواقع والتي جاءت في المرتبة الرابعة.

الجدول رقم (١٠) تفاعل المبحوثين مع الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي.

م	%	ك	نوع التفاعل
—	—	—	أنشاء صفحة تعنى بالشأن السياسي
3	16%	8	التعليق على المنشورات السياسية
6	4%	2	نشر صور ذات علاقة بالموضوعات السياسية
5	6%	3	مشاركة فيديوهات تتعلق بالشأن السياسي
1	44%	22	رؤية الفيديوهات و الصور فقط
4	12%	6	قراءة المنشورات فقط
2	18%	9	تسجيل الاعجاب فقط
	100%	50	المجموع

تشير بيانات الجدول (١٠) إلى أن ٤٤% من المبحوثين تفاعلوا مع الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مشاهدة الفيديوهات والصور فقط، والتي احتلت المرتبة الأولى، بينما شارك ٤% صوراً تتعلق بالموضوعات السياسية، والتي احتلت المرتبة الأخيرة. ويوضح الجدول (١١) دور مواقع التواصل الاجتماعي في تضليل الأخبار.

م	%	ك	نوع الاجابة
1	60%	30	نعم
3	2%	1	كلا
2	38%	19	احيانا
	100%	50	المجموع

تُظهر بيانات الجدول (١١) أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دوراً في تضليل الأخبار. أجاب ٦٠% بـ "نعم" (المرتبة الأولى)، و٣٨% بـ "أحياناً" (المرتبة الثانية)، و٢% بـ "لا" (المرتبة الثالثة).

يوضح الجدول (١٢) كيف تُعزز مواقع التواصل الاجتماعي مستوى التضليل في الأخبار المنشورة.

م	%	ك	نوع الاجابة
1	90%	45	نعم
2	10%	5	كلا
	100%	50	المجموع

وتشير البيانات في الجدول (١٢) إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تعزيز مستوى التضييل في الأخبار المنشورة، حيث جاءت نسبة ٩٠% (نعم) في المرتبة الأولى، و ١٠% (لا) في المرتبة الثانية.

الاستنتاجات:

١- يتضح من نتائج البحث أن نسبة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تكاد تكون بصورة دائمة وذلك بسبب امكانيه استخدام الاجهزة الإلكترونية التي تسمح باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- كثرة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على مدار اليوم من قبل المبحوثين هذا يعزو إلى اهتمامهم بالأحداث والقضايا المنشورة عبر هذه التطبيقات

٣- بينت نتائج اجابات المبحوثين ان تطبيق الإنستغرام هو أكثر التطبيقات استخداماً وذلك بسبب سهولة الاستخدام وتنوع المحتوى المنشور من خلال هذا التطبيق ونقل الأحداث أولاً بأول.

٤- تعد فترة المساء أكثر الأوقات استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي وذلك لاعتبار هذه الفترة الزمنية هي فترة راحة وانتهاء الأعمال اليومية وبالتالي تكون هنالك فرص لمتابعة الأخبار عبر التطبيقات لمواقع التواصل الاجتماعي.

٥- كثرة اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعة الأخبار لاسيما السياسية منها.

٦- تعدد وتنوع أساليب التفاعل مع الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تتراوح ما بين تسجيل الإعجاب وقراءة المنشور ومشاركة الفيديوهات فضلاً عن إنشاء صفحات خاصة تعني بالشؤون المختلفة (سياسية،اقتصادية، اجتماعية الخ)

٧- أظهرت نتائج البحث ان لمواقع التواصل الاجتماعي دور في تضييل الأخبار من خلال التلاعب في الصور وتزييف الحقائق وتضخيم المعلومات فضلاً عن عدم إسناد الأخبار أو المعلومات إلى مصادرها الحقيقية .

التوصيات

١. توصي الدراسة بضرورة وضع ضوابط مشددة على نشر المعلومات والأخبار، لاسيما تلك التي يكون تأثيرها كبير في الساحة الاجتماعية.

٢. ضرورة اعتماد المنصات والمواقع الرسمية في الحصول على المعلومات والأخبار المهمة.

٣. إقامة ورش العمل والندوات التوعوية وبالذات لطلبة الجامعات في كيفية التعاطي مع مواقع التواصل الاجتماعي لاسيما تلك التي المعروفة بنشرها الأخبار المزيفة والمضللة..

والمصادر

١. ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، دار صادر . بيروت. (ب ت)
٢. أمين، رضا عبد الواحد، مواقع التواصل الاجتماعي والشائعات النار والهشيم المعالجات و الحلول ، السعودية الجامعة الإعلامية بالمدينة المنورة : مؤتمر ضوابط استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الإسلام، ٢٠١٥.
٣. أبو إصبع، صالح خليل، الاتصال و الاعلام في المجتمعات المعاصرة ، عمان : دار آرام للدراسات و النشر ، ١٩٩٥.
٤. أبو هلاله، يوسف محيي الدين، الإعلام، نشأته، وأساليبه، ووسائله، مكتبة الرسالة الحديثة . عمان، ط1: 1408هـ1987
٥. الطاهر، ولاء محمد، اعتماد الجمهور المصري على الأعلام الأمني في التصدي للشائعات والأكاذيب لتحقيق التواصل المجتمعي، مصر جامعة القاهرة ، كلية الأعلام : المجلة المصرية لبحوث الاعلام.
٦. الشحف، فريد حاتم ، الدعاية والتضليل الإعلامي الطبعة الأولى ، سوريا دمشق : دار علاء الدين
٧. الدليمي، عبد الرزاق، الدعاية و الإرهاب ، عمان : دار جرير للنشر و التوزيع ، ٢٠١٠.
٨. العنزي، محمود رمضان أحمد صالح، التعرض للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي بالحالة المزاجية للرأي العام السعودي المصري ، مصر جامعة القاهرة ، كلية الاعلام : المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، ٢٠١٨.
٩. العميري، احمد محمد صالح ، دور البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية في تنمية وعي الشباب الجامعي بمخاطر الشائعات ، مصر: المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصالات ، ٢٠١٩.
١٠. الخوالدة ، محمود عبد الله ، حسين علي العموش ، علم النفس السياسي و الإعلامي ، عمان : دار خالد للنشر و التوزيع ، ٢٠٠٨.
١١. الدليمي، عبد الرزاق، الدعاية و الإرهاب ، عمان : دار جرير للنشر و التوزيع ، ٢٠١٠.
١٢. بدر، احمد ، الأنصال الجماهيري و الدعاية الدولية ، الكويت : دار القلم ، ١٩٧٤.
١٣. حسين، شفيق، التضليل الإعلامي و الغيبوبة المهنية ،مصر : دار فكر و فن ، ٢٠١١
١٤. شحيط، وليد، إمبراطورية المحافظين الجدد - التضليل الإعلامي و حرب العراق ، بيروت : دار الساقى ، ٢٠٠٥.

١٥. صالح، فاطمة الزهراء، العلاقة بين الاعلام والشائعات والصراع لشغل المجال العام ، مصر جامعة القاهرة ، كلية الاعلام: المجلة المصرية لبحوث الأعلام.
١٦. مجادين، موقف، الاعلام و أدوات الهيمنة الرسمية ، بحوث و مناقشات الندوة التي أقامتها المنظمة العربية لمكافحة الفساد ، لبنان ، مركز دراسات الوحدة ، ٢٠١٠.