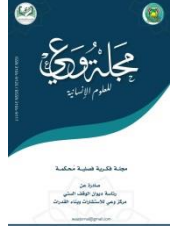




مجلة وعي للعلوم الإنسانية  
Waii Journal for Humanities  
ISSN: 3104-9125  
E-ISSN:3104-9117

# مجلة وعي للعلوم الإنسانية

العدد الثالث / ٢٠٢٦م، الصفحة: ٢٣٧٠-٢٣٩٧



اعتماد الجمهور على قنوات الوتساب في الوصول إلى المحتوى الإخباري دراسة ميدانية

## Audience Reliance on WhatsApp Channels for Accessing News Content: A Field Study

م.د. مصطفى قيس زنبور

Dr. Mustafa Qais Zanboor

جامعة تكريت / كلية الاداب / قسم الإعلام

[mustafa.zanboor122@tu.edu.iq](mailto:mustafa.zanboor122@tu.edu.iq)

### الكلمات المفتاحية:

الأخبار الزائفة،  
الذكاء الاصطناعي،  
القنوات الفضائية،  
الرقمنة،  
التحقق الإخباري..

تهدف هذه الدراسة التطبيقية إلى تحليل دور الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار الأخبار الزائفة عبر القنوات الفضائية، من خلال دراسة ميدانية وتحليلية على قناتي العراقية الإخبارية وUTV، بالاعتماد على عينة من (٥٠) خبيراً في الذكاء الاصطناعي بالمؤسسات الإخبارية، إضافة إلى تحليل آليات توظيفه في صناعة المحتوى الإخباري ومكافحة التضليل. وأظهرت النتائج اهتمام المؤسسات بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار، مقابل محدودية استخدامها في مواجهة الأخبار الزائفة، فضلاً عن تراجع مستوى مصداقية الأخبار المنتجة آلياً، مع بروز تحديات تتعلق بسوء استخدام التكنولوجيا وضعف الثقافة التقنية، مما يقلل من فاعلية الذكاء الاصطناعي في التصدي للتضليل الإعلامي.

**Keywrds:**

**Fake news,  
Artificial  
Intelligence,  
Satellite  
Channels,  
Digitalization,  
News  
Verification.**

**Abstract**

This applied study examines the role of artificial intelligence in reducing the spread of fake news across satellite channels through a field and analytical investigation of Al-Iraqiya News and UTV. The study relied on a sample of 50 AI experts working in news institutions, in addition to analyzing the mechanisms of employing AI in news production and combating misinformation. The findings revealed that while news institutions show interest in adopting AI applications in news production, their use in combating fake news remains limited. The results also indicated a decline in the credibility of AI-generated news, alongside challenges related to the misuse of digital technology and weak technological literacy, which reduce the effectiveness of AI in addressing media misinformation.

**١. مقدمة:**

تشهد البيئة الإعلامية المعاصرة تحولات عميقة في أنماط إنتاج الأخبار وتداولها واستهلاكها، وذلك نتيجة التطور المتسارع في تقنيات الاتصال الرقمي وانتشار تطبيقات التواصل الفوري التي أصبحت جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للأفراد. وقد أسهمت هذه التحولات في إعادة تشكيل العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، فلم يعد المتلقي مجرد مستقبل سلبي للمعلومات التي تبثها المؤسسات الإعلامية التقليدية، بل أصبح فاعلاً مشاركاً في عملية تداول الأخبار وإعادة نشرها عبر المنصات الرقمية المختلفة. وفي هذا السياق برزت تطبيقات المراسلة الفورية بوصفها فضاءات إعلامية جديدة تتيح تداول المعلومات بسرعة كبيرة، الأمر الذي جعلها تنافس الوسائل الإعلامية التقليدية في نقل الأخبار وتفسير الأحداث.

ويأتي تطبيق WhatsApp في مقدمة هذه التطبيقات التي شهدت انتشاراً واسعاً على المستوى العالمي، حيث تحول تدريجياً من كونه وسيلة للتواصل الشخصي وتبادل الرسائل بين الأفراد إلى منصة رقمية تستخدم في تداول الأخبار والمعلومات بمختلف أنواعها. فقد أتاح التطبيق إمكانات متعددة مثل المجموعات، وقوائم البث، والقنوات الإخبارية، وهي أدوات ساعدت على إنشاء شبكات تواصل واسعة تسمح بتداول المحتوى الإعلامي بصورة سريعة ومباشرة بين المستخدمين. ونتيجة لذلك أصبح الواتساب يمثل بالنسبة لكثير من الأفراد مصدراً مهماً للحصول على الأخبار ومتابعة الأحداث

الجارية، خاصة في ظل سهولة استخدامه وإمكانية الوصول إليه عبر الهواتف الذكية في أي وقت ومن أي مكان.

وفي ظل هذا التحول الرقمي، برزت ظاهرة اعتماد الجمهور على المنصات الرقمية غير التقليدية في الوصول إلى المحتوى الإخباري، وهو ما يثير العديد من التساؤلات العلمية المتعلقة بطبيعة هذا الاعتماد ومستوياته ودوافعه، وكذلك تأثيراته المحتملة على تشكيل المعرفة والاتجاهات لدى الجمهور. فالقنوات الإخبارية على الواتساب - سواء كانت مجموعات عامة أو قنوات متخصصة أو قوائم بث - أصبحت تمثل بيئة إعلامية بديلة يتم من خلالها تداول الأخبار بسرعة كبيرة، وغالبًا ما يتم ذلك خارج الأطر المهنية والتنظيمية التي تحكم عمل المؤسسات الصحفية التقليدية. ومن ثم فإن هذا النمط من تداول الأخبار قد يفتح المجال لانتشار معلومات غير دقيقة أو غير مكتملة، الأمر الذي يطرح إشكاليات تتعلق بموثوقية المحتوى المتداول ومدى قدرة الجمهور على التحقق من صحته.

وتعد فئة الشباب الجامعي من أكثر الفئات الاجتماعية استخدامًا لتطبيقات التواصل الرقمي بصفة عامة، وتطبيق الواتساب بصفة خاصة، حيث يرتبط استخدامهم لهذه التطبيقات بحاجاتهم التعليمية والاجتماعية والإعلامية في الوقت ذاته. ويشكّل الواتساب بالنسبة لهذه الفئة وسيلة اتصال مرنة وسريعة تتيح لهم متابعة الأخبار وتبادلها داخل دوائرهم الاجتماعية والأكاديمية، سواء عبر مجموعات الدراسة أو القنوات الإخبارية أو الشبكات الاجتماعية المرتبطة بهم. كما أن طبيعة المرحلة العمرية للشباب الجامعي تجعلهم أكثر انخراطاً في متابعة القضايا العامة والأحداث السياسية والاجتماعية، الأمر الذي يزيد من احتمالات اعتمادهم على هذه القنوات الرقمية كمصدر للحصول على المعلومات وتكوين التصورات حول القضايا المختلفة.

غير أن هذا الاعتماد المتزايد على قنوات الواتساب في الحصول على الأخبار يطرح مجموعة من الإشكاليات البحثية المرتبطة بطبيعة المحتوى الإخباري المتداول داخل هذه القنوات، ومستوى موثوقيته، ومدى وعي المستخدمين بآليات التحقق من المعلومات قبل تداولها أو الاعتماد عليها. فسرعة انتشار الأخبار عبر شبكات التواصل المغلقة قد تسهم في تضخيم بعض الأخبار أو نشر

معلومات غير دقيقة أو مجتزأة، خاصة في ظل غياب المعايير المهنية التي تحكم عملية النشر في المؤسسات الإعلامية التقليدية. ومن هنا تبرز أهمية دراسة أنماط اعتماد الجمهور - وبخاصة الشباب الجامعي - على قنوات واتساب في الوصول إلى المحتوى الإخباري، ومحاولة فهم طبيعة هذا الاعتماد ودوافعه وآثاره المحتملة على تشكيل المعرفة والاتجاهات الإعلامية لدى هذه الفئة.

وانطلاقاً من ذلك، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل ظاهرة اعتماد الجمهور على قنوات واتساب في الوصول إلى المحتوى الإخباري، من خلال دراسة ميدانية تستهدف الكشف عن مستوى هذا الاعتماد وأسبابه، وكذلك التعرف على طبيعة القنوات التي يتابعها الجمهور داخل التطبيق، ومدى ثقتهم في المعلومات المتداولة عبرها، إضافة إلى استكشاف درجة الوعي الإعلامي لديهم في التعامل مع الأخبار المنشورة في هذه القنوات. وتكتسب هذه الدراسة أهميتها من كونها تسلط الضوء على أحد التحولات المعاصرة في بيئة الإعلام الرقمي، والمتمثل في انتقال جزء من عملية تداول الأخبار من المنصات الإعلامية المفتوحة إلى شبكات التواصل المغلقة، وهو ما يستدعي فهماً علمياً أعمق لطبيعة هذا التحول وتأثيراته في تشكيل أنماط استهلاك الأخبار لدى الجمهور.

## ٢. إشكالية الدراسة ومنهجيتها:

يشهد المجتمع المعاصر تحولاً في مصادر الحصول على الأخبار مع تراجع دور الوسائل التقليدية وصعود تطبيقات التواصل الفوري، وفي مقدمتها واتساب، التي أصبحت قناة رئيسة لتداول المحتوى الإخباري بين الشباب. ومع سرعة تدفق الأخبار عبر هذه القنوات وغياب الضوابط المهنية، تبرز تساؤلات حول مدى اعتماد الشباب الجامعي عليها، ومستوى ثقتهم بالمحتوى المتداول، وقدرتهم على التمييز بين الأخبار الموثوقة والمضللة. ورغم اتساع استخدامها، لا تزال هناك فجوة معرفية بشأن طبيعة هذا الاعتماد وتأثيره في سلوكهم الإخباري، ما يستدعي دراسة تكشف أبعاد علاقة الجمهور الجامعي بقنوات واتساب الإخبارية في ظل التحول الرقمي المتسارع. ومن ثم تتمثل إشكالية البحث في السؤال الرئيس: ما مستوى اعتماد الشباب الجامعي على قنوات واتساب في الوصول إلى المحتوى الإخباري؟

### ٣. الدراسات السابقة

**المحور الأول: دراسات تناولت علاقة وسائل التواصل الاجتماعي كالتواتسبب بالأخبار المضللة**

تناولت مجموعة من الدراسات الحديثة العلاقة بين استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي - وبخاصة تطبيق - WhatsApp وانتشار الأخبار المضللة، مع التركيز على أنماط اعتماد الشباب الجامعي على هذه التطبيقات كمصدر للمعلومات. فقد أظهرت نتائج دراسة (محمد عبد الرحمن عبد الله، ٢٠٢٤) التي أجريت على عينة من طلاب الجامعات المصرية، وهي دراسة كمية اعتمدت على منهج المسح بالعينة، أن تطبيق الواتسبب يُعد من أكثر التطبيقات استخدامًا في تداول الأخبار بين الطلاب، حيث يعتمد عليه جزء كبير منهم في متابعة الأخبار العاجلة وتبادلها داخل المجموعات الدراسية والاجتماعية. كما أوضحت الدراسة أن طبيعة المجموعات المغلقة داخل التطبيق تسهم في سرعة انتشار الأخبار دون التحقق من مصداقيتها، الأمر الذي يزيد من احتمالية تداول الأخبار المضللة بين المستخدمين، خاصة في ظل غياب التدقيق المهني للمحتوى المتداول.

وفي السياق ذاته، كشفت نتائج دراسة (أمل حسين محمود، ٢٠٢٤) التي تناولت تأثير الأخبار المضللة عبر تطبيقات التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب الجامعي، أن الواتسبب يمثل بيئة خصبة لتداول الأخبار غير الدقيقة بسبب سهولة إعادة توجيه الرسائل وسرعة انتشارها داخل الشبكات الاجتماعية المغلقة. وأشارت الدراسة، التي اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، إلى أن نسبة كبيرة من الطلاب يقومون بإعادة نشر الأخبار الواردة عبر التطبيق دون التحقق من مصدرها الأصلي، خاصة إذا كانت هذه الأخبار مدعومة بصور أو مقاطع فيديو، وهو ما يزيد من درجة مصداقيتها في نظر المتلقين ويعزز انتشارها داخل الأوساط الجامعية.

كما توصلت نتائج دراسة (عبد الله بن محمد الحربي، ٢٠٢٥) التي أجريت على عينة من طلاب الجامعات في المملكة العربية السعودية، إلى أن اعتماد الشباب الجامعي على تطبيق WhatsApp في الحصول على الأخبار يرتبط بدرجة الثقة في المحتوى المتداول داخل المجموعات الاجتماعية التي

ينتمون إليها. وقد بينت الدراسة أن الروابط الاجتماعية بين أعضاء المجموعة تسهم في تعزيز تصديق الأخبار المتداولة حتى وإن كانت غير موثقة، الأمر الذي يؤدي إلى انتشار الأخبار المضللة بشكل واسع. وأكدت الدراسة في نتائجها أن تعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب الجامعي يمثل أحد العوامل الأساسية للحد من انتشار الأخبار الزائفة عبر تطبيقات المراسلة الفورية.

تناولت مجموعة من الدراسات علاقة وسائل التواصل الاجتماعي بالأخبار المضللة، وأثرها على

الشباب الجامعي، فقد أظهرت نتائج دراسة **(Rowida Ahmed Tellb & Ahmed Mohamed, 2023)** التي أجريت على عينة من المجتمع الجامعي في مصر، وهي دراسة كمية، أن الشباب الجامعي يعتمد بشكل كبير على واتساب في متابعة الأخبار اليومية، كما أن الصور والفيديوهات المرفقة مع الأخبار تزيد من نسبة تصديقهم لها دون التحقق من مصدرها، مما يسهم في انتشار الأخبار الزائفة بين أقرانهم. وفي نفس السياق، أظهرت نتائج دراسة **(شادية محمد جابر الدقناوي، ٢٠٢١)** أن الشباب الجامعي يتعامل مع الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي بطرق متفاوتة في التحقق من صحتها، وأشارت الدراسة إلى أن وعي الطلاب الإعلامي يلعب دوراً أساسياً في الحد من انتشار هذه الأخبار، حيث تمكن بعضهم من التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة باستخدام مصادر خارجية للتحقق.

كما بينت نتائج دراسة **(حماني إسماعيل، شيبان جوهر، شيبان قمر، ٢٠٢٢)** أن انتشار الأخبار المضللة عبر واتساب خلال جائحة كورونا أثر بشكل مباشر على الصحة النفسية للشباب الجامعي، حيث تسببت هذه الأخبار في زيادة معدلات القلق والخوف بينهم، مما يعكس خطورة التعرض للمحتوى الزائف على المستوى النفسي والسلوكي. وأشارت نتائج دراسة **(محمد سعد، ٢٠٢١)** إلى أن ثقة الشباب الجامعي في الأخبار المتداولة على واتساب تزداد خلال الأزمات، حيث بلغت نسبة الثقة ٧٨.٤%، وأرجع المبحوثون ذلك إلى اعتقادهم بأن المنصات الرقمية توفر حرية الرأي وعدم التحيز، رغم احتمالية كون المحتوى مضللاً أو زائفاً.

كما أظهرت دراسة **(عيسى خنيفر الذبياني، ٢٠٢٣)** أن الشائعات الرقمية عبر واتساب تؤثر

على مشاركة الأخبار الصحيحة، حيث أن المحتوى المضلل يقلل من قدرة الشباب الجامعي على تمييز المعلومات الصحيحة ويزيد من انتشار الأخبار الزائفة بين أصدقائهم ومعارفهم. وأوضحت دراسة (Danyal Haroon et al., 2021) أن واتساب يمثل منصة رئيسية لنشر الشائعات والمعلومات المضللة في باكستان، خاصة المتعلقة بالمواضيع السياسية والدينية والصحية، وأن المحتوى الكاذب غالباً ما يكون مصحوباً بعاطفة قوية لجذب الانتباه وزيادة الانتشار.

وأظهرت دراسة (Ayesha Ali & Ihsan Ayyub Qazi, 2021) أن التدخلات التعليمية يمكن أن تقلل من تصديق ونشر الأخبار الزائفة بين الشباب الجامعي، حيث أظهرت نتائج تجربة عشوائية أن الوعي الرقمي يساعد على تمييز الأخبار الكاذبة، رغم أن التأثير لا يزال محدوداً بدون متابعة مستمرة.

كما بينت دراسة (جمعة محمد عبدالله، ٢٠٢١) أن الأخبار المضللة على واتساب أثرت على وعي الجمهور العراقي الصحي خلال جائحة كورونا، وساهمت في انتشار معلومات خاطئة عن الوقاية والعلاج، مما يعكس خطورة الأخبار الزائفة على الصحة العامة والمجتمع. وأخيراً، أظهرت نتائج دراسة (فريحة محمد كريم، ٢٠٢٢) أن وسائل التواصل الاجتماعي، بما فيها واتساب، لم تعد موثوقة كما كانت القنوات التقليدية، وأن إعادة إنتاج الأخبار الزائفة لأغراض دعائية أو سياسية يشكل تحدياً كبيراً أمام الشباب الجامعي في التحقق من صحة الأخبار والمعلومات المتداولة.

المحور الثاني: دراسات تناولت أهمية استخدام التكنولوجيا في الوصول إلى المحتوى الإخباري ومواجهة الأخبار المضللة

تناولت مجموعة من الدراسات أهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة، وخاصة تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتقنيات الرقمية، في تحسين الوصول إلى المحتوى الإخباري ومواجهة الأخبار المضللة، فقد أظهرت نتائج دراسة (Xiaoyang Qin, 2024) أن أدوات التحقق المبنية على الذكاء الاصطناعي توفر قدرة على معالجة كميات ضخمة من المعلومات بسرعة عالية، وتقييم موثوقية الأخبار بشكل أدق مقارنة بالفحص اليدوي، مما يجعلها أداة فعالة في مواجهة التضليل الإعلامي عبر

منصات التواصل الاجتماعي.

كما أشارت دراسة (علا عبد القوي عامر، ٢٠٢٤) إلى أن تبني المؤسسات الإعلامية للتقنيات الذكية يساهم في تحسين جودة المحتوى المنشور، وأن وجود أدوات فحص آلي يقلل من فرص نشر معلومات مضللة، مع ملاحظة أن التدريب على استخدام هذه التطبيقات يعد أحد التحديات الأساسية. وفي نفس السياق، توصلت دراسة (عمرو محمد عبد الحميد، ٢٠٢٥) إلى أن توظيف التطبيقات الذكية في الإنتاج الصحفي الرقمي ساعد على الحد من الأخبار الكاذبة، وأن المؤسسات التي تبنت هذه الأدوات شهدت تحسناً ملموساً في مصداقية الأخبار المنشورة.

أما دراسة (أمل السيد أبو طبل وآخرون، ٢٠٢٥) فقد ركزت على مقارنة تقنيات الذكاء الاصطناعي لكشف الأخبار الزائفة خلال جائحة كورونا، وأظهرت النتائج أن الأنظمة التي تستخدم تحليل متعدد الوسائط (نصوص + صور + فيديو) تحقق نتائج أفضل في رصد المعلومات الخاطئة مقارنة بالأنظمة التي تعتمد على عنصر واحد فقط، كما أن دمج خوارزميات الذكاء الاصطناعي مع الفحص البشري يحسن دقة التحقق.

وأظهرت نتائج دراسة (منى حسن عبد العال، ٢٠٢٤) التي أجريت على عينة من الشباب الجامعي في مصر، وهي دراسة وصفية اعتمدت على منهج المسح، أن التطور التكنولوجي في وسائل الإعلام الرقمية أسهم بشكل كبير في تسهيل الوصول إلى الأخبار من مصادر متعددة في وقت قصير. كما أشارت الدراسة إلى أن استخدام الأدوات الرقمية الحديثة، مثل منصات التحقق من الأخبار والتطبيقات الإخبارية، يساعد الشباب على التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة، خاصة عند توفر مهارات الوعي الإعلامي والرقمي لدى المستخدمين.

وفي السياق ذاته، كشفت نتائج دراسة (أحمد عبد الله الزهراني، ٢٠٢٤) التي تناولت دور التقنيات الرقمية في مكافحة الأخبار الزائفة، أن التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام الرقمي أسهمت في تطوير آليات جديدة لرصد الأخبار المضللة والكشف عنها، مثل استخدام خوارزميات تحليل المحتوى وتقنيات التحقق الرقمي من الصور والفيديوهات المتداولة عبر المنصات الاجتماعية. وأوضحت

الدراسة أن هذه التقنيات تمثل أدوات فعّالة في الحد من انتشار الأخبار الزائفة، كما تسهم في تعزيز مصداقية المحتوى الإخباري المتداول عبر الوسائل الرقمية.

كما توصلت نتائج دراسة (سارة محمد عبد الحميد، ٢٠٢٥) التي بحثت في دور التكنولوجيا الحديثة في تعزيز الوصول إلى المعلومات الإخبارية الموثوقة، إلى أن اعتماد الجمهور على الوسائط الرقمية والتطبيقات الذكية أصبح أحد السمات الأساسية لاستهلاك الأخبار في العصر الرقمي. وأشارت الدراسة إلى أن استخدام التقنيات الرقمية المتقدمة، مثل منصات الأخبار الإلكترونية وتطبيقات التواصل الفوري وعلى رأسها تطبيق WhatsApp، يسهم في توسيع نطاق الوصول إلى الأخبار، لكنه في الوقت نفسه يتطلب وجود آليات تقنية ومؤسسية للتحقق من صحة المعلومات المتداولة، بما يحد من انتشار الأخبار المضللة ويعزز ثقة الجمهور في المحتوى الإخباري.

#### ❖ الفجوة البحثية

بعد مراجعة عدد من الدراسات السابقة المتاحة لا سيما النتائج والتوصيات التي خرجت بها

والتي تتعلق بموضوع الدراسة الحالية تبين الآتي:

- أظهرت الدراسات السابقة اهتماماً واضحاً بدراسة اعتماد الجمهور، خاصة الشباب الجامعي، على واتساب في الوصول إلى الأخبار ودوره في تشكيل وعيهم الإعلامي.
- تباينت نتائج هذه الدراسات بشأن تأثير استخدام واتساب؛ إذ أشارت بعضها إلى أن سرعة تداول الأخبار تسهم في انتشار الأخبار الزائفة، بينما أكدت أخرى قدرة الشباب على التحقق من المعلومات قبل إعادة نشرها.
- بينت العديد من الدراسات أن الاعتماد المكثف على واتساب كمصدر إخباري قد يزيد من التعرض للمعلومات غير الدقيقة، لا سيما خلال الأزمات، مما يبرز أهمية تعزيز الوعي الإعلامي.
- أوضحت النتائج أن الاعتماد على واتساب لا يرتبط فقط بتفضيلات المستخدمين، بل يتأثر بعوامل ديموغرافية مثل العمر والمستوى التعليمي والوعي الإعلامي، مع ميل أكبر لدى

طلاب الجامعات للاعتماد عليه مقارنة بالمصادر التقليدية.

- تنوعت المناهج المستخدمة بين الدراسات الميدانية وتحليل المحتوى والاستبيانات الإلكترونية، مما أتاح بيانات كمية ونوعية حول سلوك المستخدمين الإخباري عبر واتساب.
- استفاد الباحث من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها بدقة، وتطوير أدواتها ومنهجيتها، وصياغة محاورها بما يخدم أهداف البحث.

#### ٤. أهمية الدراسة وأهدافها

تنبع أهمية هذه الدراسة من إسهامها العلمي في إثراء الأدبيات المتعلقة بعلاقة الجمهور بتطبيقات التواصل الفوري، وخصوصاً واتساب، من خلال تحليل اعتماد الشباب الجامعي عليه كمصدر إخباري بديل في ظل التحول الرقمي، وسد فجوة واضحة في الدراسات العربية التي لم تتناول هذا الموضوع بالقدر الكافي. كما تتجلى أهميتها العملية في دعم الجهات الإعلامية والجامعات وصناع السياسات بوضع استراتيجيات توعوية تعزز مهارات التحقق من المعلومات والحد من انتشار الأخبار غير الدقيقة، فضلاً عن أهميتها الإعلامية والمجتمعية في فهم تأثير تداول الأخبار دون رقابة تحريرية على وحي الشباب ومواقفهم، بما يسهم في مواجهة التضليل وتعزيز الاستخدام المسؤول في البيئة الرقمية. ومن أهداف الدراسة تحليل مدى اعتماد الشباب الجامعي على قنوات الواتساب للحصول على المحتوى الإخباري، والتعرف على أنواع المحتوى الأكثر تداولاً، والكشف عن دوافع استخدام الشباب لهذه القنوات كمصدر بديل للوسائل الإعلامية التقليدية، وقياس مستوى الثقة الذي يمنحه الشباب للمحتوى المتداول، وتحديد أثر الاعتماد على الواتساب في تشكيل وعيهم واتجاهاتهم تجاه القضايا المحلية والدولية، ورصد مدى قدرتهم على التحقق من صحة الأخبار المتداولة، إضافة إلى تقديم توصيات تهدف لتعزيز الوعي الإعلامي لدى الشباب والحد من تأثير الأخبار غير الدقيقة المنتشرة عبر هذه القنوات.

## ٥. الإطار النظري للدراسة

يستند البناء النظري لهذه الدراسة إلى توظيف إطارين نظريين متكاملين من نظريات الاتصال والإعلام، هما نظرية Diffusion of Innovations ونظرية Media Spin Theory، وذلك نظراً لملاءمتهما لطبيعة الموضوع محل الدراسة، والمتعلق بتحليل اعتماد الشباب الجامعي على تطبيق WhatsApp بوصفه وسيلة للوصول إلى المحتوى الإخباري. ويأتي اختيار هاتين النظريتين انطلاقاً من قدرتهما على تفسير أبعاد متعددة للظاهرة الاتصالية المدروسة، حيث تسهم الأولى في فهم آليات انتشار وتبني التكنولوجيا الإعلامية الجديدة بين فئات الجمهور، في حين تساعد الثانية في تحليل طبيعة الرسائل الإعلامية المتداولة داخل هذه المنصات، وكيفية إعادة إنتاجها وصياغتها بما قد يؤثر في إدراك المتلقين واتجاهاتهم.

وتعد نظرية Diffusion of Innovations من النظريات الأساسية في دراسات الاتصال الجماهيري، إذ تهتم بتفسير الكيفية التي تنتشر بها الابتكارات التكنولوجية والأفكار الجديدة داخل المجتمع عبر الزمن، من خلال قنوات اتصال محددة وبين أفراد ينتمون إلى نظام اجتماعي معين. ووفقاً لهذا المنظور، فإن تبني الأفراد للتكنولوجيا لا يحدث بصورة عشوائية، بل يمر عبر مراحل متتابعة تبدأ بمرحلة الوعي بالابتكار، ثم الاهتمام به، فالتقييم والتجريب، وصولاً إلى مرحلة التبني أو الرفض. كما تميز النظرية بين فئات مختلفة من المتبنين، مثل المبتكرين، والمتبنين الأوائل، والأغلبية المبكرة، والأغلبية المتأخرة، والمتأخرين، وهو ما يساعد في تفسير الفروق الفردية في سرعة تبني الوسائل التكنولوجية الجديدة.

وفي ضوء هذه النظرية يمكن تفسير انتشار استخدام تطبيق الواتساب بوصفه ابتكاراً تكنولوجياً إعلامياً داخل البيئة الجامعية، حيث أصبح التطبيق جزءاً من منظومة الاتصال اليومية للشباب، ليس فقط بوصفه أداة للتواصل الشخصي، بل أيضاً كوسيلة للحصول على المعلومات وتبادل الأخبار. فخصائص التطبيق التقنية، مثل سهولة الاستخدام، وسرعة نقل الرسائل، وإمكانية إنشاء المجموعات والقنوات، تسهم في تعزيز جاذبيته لدى المستخدمين، الأمر الذي يدفع أعداداً متزايدة من الشباب إلى

تبنيه كمصدر بديل أو مكمل للمصادر الإخبارية التقليدية. ومن ثم تساعد هذه النظرية في تفسير العوامل التي تشجع الشباب الجامعي على الاعتماد على الواتساب في متابعة الأخبار، مثل سهولة الوصول إلى المحتوى، وسرعة تداول المعلومات، وتأثير الجماعات المرجعية داخل الشبكات الاجتماعية الرقمية.

وعلى الجانب الآخر، توفر نظرية Media Spin Theory إطاراً تحليلياً لفهم طبيعة الرسائل الإعلامية المتداولة داخل المنصات الرقمية، وكيفية إعادة صياغتها أو تأطيرها بما يخدم توجهات أو مصالح معينة. وترتكز هذه النظرية على فكرة أن الأخبار والمعلومات لا تنتقل دائماً بصورة محايدة، بل قد تتعرض لعمليات إعادة تشكيل أو "تدوير إعلامي" يتم من خلالها تقديم الحدث أو القضية في إطار معين يبرز بعض الجوانب ويغفل جوانب أخرى، بما يؤدي إلى توجيه إدراك الجمهور وتفسيره للأحداث. وفي بيئة الإعلام الرقمي، تتضاعف احتمالات هذا التدوير الإعلامي نتيجة سهولة إعادة نشر المحتوى وتعديله عبر المنصات المختلفة.

ومن هذا المنطلق، يمكن توظيف هذه النظرية لتحليل طبيعة المحتوى الإخباري المتداول داخل قنوات الواتساب، حيث تنتقل الأخبار غالباً عبر سلاسل من إعادة التوجيه والمشاركة بين المستخدمين، وهو ما قد يؤدي إلى تعديل صياغة الرسالة الإعلامية أو إعادة تأطيرها بطرق مختلفة. كما قد يصاحب ذلك إضافة تعليقات أو تفسيرات أو مواد بصرية مثل الصور ومقاطع الفيديو، الأمر الذي قد يؤثر في دلالات الخبر ويغيّر من طريقة إدراكه لدى المتلقي. وبهذا المعنى، فإن البيئة الاتصالية المغلقة نسبياً التي يوفرها الواتساب قد تسهم في تكوين دوائر تداول معلوماتية تتسم بسرعة انتشار المحتوى، لكنها في الوقت ذاته قد تزيد من احتمالات انتشار الأخبار غير الدقيقة أو المضللة نتيجة عمليات إعادة التدوير الإعلامي المتكررة.

إن الجمع بين هذين الإطارين النظريين يوفر منظوراً تحليلياً أكثر شمولاً لفهم الظاهرة المدروسة؛ إذ تفسر نظرية انتشار الابتكارات الكيفية التي تبنى بها الشباب الجامعي تطبيق الواتساب بوصفه وسيلة للحصول على الأخبار، والعوامل الاجتماعية والتكنولوجية التي أسهمت في انتشاره بينهم، في

حين تسهم نظرية التدوير الإعلامي في تحليل طبيعة المحتوى الإخباري المتداول داخل هذه القنوات، والكيفية التي يمكن أن تتشكل بها الرسائل الإعلامية عبر عمليات إعادة النشر والتأطير داخل الشبكات الرقمية. وبذلك يتيح هذا التكامل النظري فهماً أعمق لدوافع اعتماد الشباب الجامعي على قنوات الواتساب في الوصول إلى الأخبار، ومستوى الثقة الذي يمنحونه للمحتوى المتداول عبرها، وآليات التحقق التي يعتمدون عليها، فضلاً عن التأثيرات المحتملة لهذا المحتوى في تشكيل معارفهم واتجاهاتهم تجاه القضايا المختلفة داخل البيئة الجامعية.

## ٦. مفاهيم الدراسة

**أ- قنوات الواتساب كمصدر إخباري:** تُشير قنوات واتساب إلى المجموعات أو القنوات داخل التطبيق التي تُستخدم لنشر وتبادل الأخبار بين المستخدمين، وقد أصبحت وسيلة سريعة وسهلة لتلقي المعلومات مقارنة بالوسائل التقليدية. ويعتمد الشباب الجامعي عليها لمتابعة الأخبار المحلية والدولية والتطورات الجارية لأغراض معرفية واجتماعية، من خلال إنشاء مجموعات متخصصة بالأخبار الجامعية أو العامة، وتبادل روابط الأخبار من وسائل إعلام رسمية، بما يتيح تدفقاً مباشراً للمعلومات. وتشمل آليات الاستخدام متابعة القنوات الرسمية وغير الرسمية، وإعادة مشاركة الأخبار داخل المجموعات الدراسية أو الاجتماعية، وتقييم مصداقية المحتوى استناداً إلى تعدد المصادر وخبرة الأقران.

**ب- الشباب الجامعي:** يقصد به الطلبة الذين يدرسون في الجامعات والمعاهد العليا، ويشكلون الفئة العمرية الأساسية المستهدفة في الدراسة. ويهتم البحث بفهم سلوكيات هذه الفئة في متابعة الأخبار عبر وسائل التواصل الرقمي، وبشكل خاص استخدام قنوات الواتساب كمصدر للحصول على المحتوى الإخباري.

**ج- الأخبار الزائفة:** تعرف الأخبار الزائفة بأنها المحتوى الإعلامي الذي يحمل معلومات مضللة أو كاذبة، مما يؤدي إلى فقدان المصداقية بشكل جزئي أو كلي.

## ٧. تساؤلات الدراسة

- ما مدى اعتماد الشباب الجامعي على واتساب كمصدر للوصول إلى الأخبار والمحتوى الإعلامي، وما العوامل التي تشجعهم على ذلك؟
- ما أنواع الأخبار الأكثر متابعة عبر واتساب لدى الشباب الجامعي، وما مستوى ثقتهم بالمحتوى الإخباري الذي يتلقونه؟
- ما الوسائل والأساليب التي يستخدمها الشباب الجامعي للتحقق من صحة الأخبار والتمييز بين الصحيحة والزائفة قبل مشاركتها؟
- ما أسباب انتشار الأخبار المضللة عبر واتساب بين الشباب الجامعي، وما أبرز التحديات التي تواجههم عند استخدامه كمصدر إخباري؟
- إلى أي مدى يؤثر اعتماد الشباب الجامعي على واتساب في تشكيل وعيهم الإعلامي وتوجهاتهم وسلوكهم تجاه الأحداث الجارية؟

## □ فروض الدراسة

- ☞ الفرض الأول : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على واتساب ومدى تعرضهم للأخبار المضللة أو الصحيحة .
- ☞ الفرض الثاني : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع الأخبار التي يتلقاها الشباب الجامعي عبر واتساب (محلية، دولية، سياسية، اجتماعية) ومدى تأثيرها على وعيهم الإعلامي .
- ☞ الفرض الثالث : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التحقق الذي يقوم به الشباب الجامعي قبل مشاركة الأخبار على واتساب ومستوى مصداقية المعلومات التي يتلقونها.

الفرض الرابع : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الاجتماعية والديموغرافية

للشباب الجامعي (العمر، المستوى التعليمي، عدد ساعات الاستخدام) ومدى اعتمادهم على واتساب للوصول إلى الأخبار والمحتوى الإعلامي.

#### □ الإطار المنهجي للدراسة

أ- نوع الدراسة: تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى تفسير وتحليل ظاهرة اعتماد الشباب الجامعي على واتساب للوصول إلى الأخبار والمحتوى الإعلامي.

ب- منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة (Survey Study).

#### ج- مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في الطلاب الجامعيين بالجامعات العراقية بوصفهم من أكثر الفئات استخدامًا لـ واتساب في متابعة الأخبار، واعتمد الباحث على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ طالب من عدة كليات، ممن يعتمدون على واتساب كمصدر رئيسي للأخبار ويتابعون المحتوى الإعلامي عبره بانتظام، وقد استوفت جميع الاستبيانات المسترجعة شروط الإجابة الكاملة على أسئلة الدراسة.

#### د- أداة جمع البيانات

اعتمد الباحث في الدراسة الحالية على استمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات المتعلقة بموضوع البحث، وذلك لسهولة توزيعها على عينة الدراسة وسرعة استرجاع البيانات.

#### هـ- صدق أداة البحث

لضمان صدق الاستبيان ومدى صلاحيته لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، تم عرضه على مجموعة من المحكمين المتخصصين في مجالي المنصات الرقمية كالواتساب والإعلام الرقمي. وبناءً على ملاحظاتهم، تم إجراء تعديلات شملت:  
- إعادة صياغة بعض الأسئلة لضمان وضوحها ودقتها.

- إضافة بعض العبارات لتعزيز شمولية الاستبيان.
- اعتماد مقياس ليكرت الثلاثي باعتباره الأنسب لقياس درجات الموافقة والاعتراض في هذه الدراسة.

## و- اختبار الصدق والثبات

### ← اعتمد الباحث على أسلوبين لحساب الصدق:

- صدق المحكمين (الصدق الظاهري): تم التأكد من مدى تطابق محتوى الاستبيان مع أهداف الدراسة من خلال عرضه على المحكمين، الذين قدموا ملاحظات ساهمت في تحسين وضوح ودقة الأسئلة.
- الصدق الذاتي: تم احتسابه كمؤشر إضافي لصدق الاستبيان، وذلك بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وكانت النتيجة ٠.٩٩٣، مما يدل على مستوى عالٍ من الصدق.
- أما الثبات فقد تم قياسه باستخدام معامل ألفا كرونباخ، وبلغت قيمته ٠.٩٨٨، مما يشير إلى ثبات مرتفع جدًا للاستبيان.
- كما تم التحقق من ثبات الاستقرار من خلال إعادة تطبيق الاستبيان على عينة التقنيين بعد مرور ثلاثة أسابيع، وبلغت نسبة الثبات ٩٣%، وهي نسبة مرتفعة تدل على صلاحية الاستبيان للتطبيق.

## □ نتائج الدراسة

### أ- نتائج التساؤلات

أولاً: أهم أنواع المحتوى الإخباري الذي يتداوله الشباب الجامعي عبر قنوات الواتساب

جدول رقم (١)

أهم أنواع المحتوى الإخباري الذي يتداوله الشباب الجامعي عبر قنوات الواتساب

الترتيب	%	العدد	أهم الأنواع
٣	%١٥.٠	٣٠	أخبار سياسية
٤	%١٣.٠	٢٦	أخبار اقتصادية / مالية
١	٣٢.٠	٦٤	أخبار ترفيهية / فنون / مشاهير
٢	%٢١.٠	٤٢	أخبار رياضية
٥	%٩.٠	١٨	أخبار تعليمية / جامعية / بحثية
٦	%٧.٠	١٤	أخبار تقنية / تكنولوجيا
٧	%٢.٠	٤	أخبار محلية / مجتمعية
٨	%١.٠	٢	أخرى
	%١٠٠	٢٠٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى تنوع المحتوى الإخباري الذي يتداوله الشباب الجامعي عبر قنوات واتساب، حيث تصدرت الأخبار الترفيهية والفنية والمشاهير بنسبة ٣٢%، تلتها الأخبار الرياضية ٢١%، ثم الأخبار السياسية ١٥%، والأخبار الاقتصادية/المالية ١٣%، والتعليمية/الجامعية/البحثية ٩%، والتقنية ٧%، وأخيراً فئة "أخرى" ١%. ويعكس هذا الترتيب ميل الشباب لاستخدام الواتساب

كمنصة تجمع بين التسلية والمتابعة الإخبارية، مع اهتمام ملحوظ بالقضايا العامة عند تداول الأخبار السياسية بشكل غير رسمي وسريع، بينما تراجعت الأخبار الاقتصادية والتقنية، ربما بسبب تعقيدها أو تفضيل الحصول عليها من مصادر أكثر تخصصًا.

ثانيًا: دوافع الشباب الجامعي للاعتماد على قنوات الواتساب في الحصول على الأخبار

جدول رقم (٣)

دوافع الشباب الجامعي للاعتماد على قنوات الواتساب في الحصول على الأخبار

الترتيب	%	العدد	الدوافع
١	٢٩.٠%	٥٨	السرعة وسهولة الوصول للأخبار
٢	٢٢.٠%	٤٤	متابعة الأخبار حسب اهتماماتهم الشخصية
٣	١٩.٠%	٣٨	الحصول على الأخبار من مصادر مقربة أو أصدقاء موثوقين
٤	١٦.٠%	٣٢	عدم الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية
٥	٩.٠%	١٨	تجنب الإعلانات أو الرسائل الإعلامية الرسمية
٦	٥.٠%	١٠	إمكانية مشاركة الأخبار بسهولة مع الآخرين
	١٠٠%	٢٠٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى دوافع الشباب الجامعي للاعتماد على قنوات الواتساب في الحصول على الأخبار، حيث جاء في المرتبة الأولى " السرعة وسهولة الوصول للأخبار" في المرتبة الأولى بنسبة ٢٩.٠%، تليها " متابعة الأخبار حسب اهتماماتهم الشخصية" في المرتبة الثانية بنسبة ٢٢.٠%، وفي المرتبة الثالثة جاء الحصول على الأخبار من مصادر مقربة أو أصدقاء موثوقين بنسبة بلغت ١٩.٠%، بينما كانت في المرتبة الرابعة عدم الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية بنسبة ١٦.٠%

وفي المرتبة الخامسة تجنب الإعلانات أو الرسائل الإعلامية الرسمية بنسبة ٩.٠% وجاء في المرتبة الأخيرة إمكانية مشاركة الأخبار بسهولة مع الآخرين بنسبة ٥.٠% .

يوضح الجدول أن السرعة وسهولة الوصول للأخبار جاءت في مقدمة دوافع اعتماد الشباب الجامعي على قنوات الواتساب بنسبة (٢٩%)، وهو ما يعكس طبيعة المنصة كوسيلة اتصال فورية. كما برز دافع متابعة الأخبار وفق الاهتمامات الشخصية، مما يشير إلى رغبة الشباب في انتقاء المحتوى الذي يتناسب مع ميولهم. في المقابل، جاءت دوافع تجنب الإعلانات وعدم الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في مراتب متأخرة، مما يدل على أن الاستخدام الأساسي للواتساب يرتبط بالسرعة والتفاعل الاجتماعي أكثر من كونه بديلاً كاملاً للإعلام التقليدي.

### ثالثاً: مستوى الثقة الذي يمنحه الشباب للمحتوى الإخباري المتداول عبر الواتساب

#### جدول رقم (٣)

مستوى الثقة الذي يمنحه الشباب للمحتوى الإخباري المتداول عبر الواتساب

الترتيب	%	العدد	مستوى الثقة
٣	٢٦.٠%	٥٢	لا أثق بالمطلق
١	٣٤.٠%	٦٨	أقل ثقة
٢	٢٨.٠%	٥٦	أثق إلى حد ما
٤	١٢.٠%	٢٤	أثق جداً
	١٠٠%	٢٠٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى مستوى الثقة الذي يمنحه الشباب للمحتوى الإخباري المتداول عبر الواتساب، حيث جاء في المرتبة الأولى أقل ثقة بنسبة ٣٤.٠%، تليها "أثق إلى حد ما" في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨.٠%، وفي المرتبة الثالثة جاء لا أثق بالمطلق بنسبة بلغت ٢٦.٠%، بينما كانت في المرتبة

الرابعة أثق جدا بنسبة ١٢.٠% .

يوضح الجدول أن غالبية الشباب الجامعي يتمتعون بمستوى منخفض إلى متوسط من الثقة في المحتوى الإخباري المتداول عبر قنوات الواتساب، حيث جاءت فئة "أقل ثقة" و"لا أثق بالمطلق" في المراتب الأولى، مما يشير إلى إدراك الشباب لمحدودية مصداقية هذا النوع من المحتوى. في المقابل، أبدت نسبة أقل ثقة مرتفعة في الأخبار المتداولة عبر الواتساب، وهو ما يعكس وجود فئة تعتمد على العلاقات الشخصية ومصادر القربى في تقييم مصداقية الأخبار.

رابعاً: تأثير الاعتماد على قنوات الواتساب في تشكيل وعي الشباب واتجاهاتهم نحو القضايا العامة

جدول رقم (٤)

تأثير الاعتماد على قنوات الواتساب في تشكيل وعي الشباب واتجاهاتهم نحو القضايا العامة

الترتيب	%	العدد	التأثير
٢	٢٧.٠%	٥٤	تأثير كبير على آرائي ومواقف تجاه القضايا العامة
١	٣٦.٠%	٧٢	تأثير متوسط / أحياناً يؤثر
٣	٢٣.٠%	٤٦	تأثير قليل / نادراً ما يؤثر
٤	١٤.٠%	٢٨	لا يوجد تأثير يذكر
	١٠.٠%	٢٠٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى تأثير الاعتماد على قنوات الواتساب في تشكيل وعي الشباب واتجاهاتهم نحو القضايا العامة، حيث جاء في المرتبة الأولى تأثير متوسط / أحياناً يؤثر بنسبة ٣٦.٠%، تليها "تأثير كبير على آرائي ومواقف تجاه القضايا العامة" في المرتبة الثانية بنسبة ٢٧.٠%، وفي المرتبة الثالثة جاء تأثير قليل / نادراً ما يؤثر بنسبة بلغت ٢٣.٠%، بينما كانت في المرتبة الرابعة لا يوجد تأثير

يذكر بنسبة ١٤.٠% .

يبين الجدول أن قنوات الواتساب لها تأثير متفاوت على وحي الشباب الجامعي واتجاهاتهم نحو القضايا العامة، حيث جاءت فئة "التأثير المتوسط" في المرتبة الأولى، مما يشير إلى أن هذه القنوات تؤدي دوراً مكملاً لمصادر الأخبار الأخرى. كما أظهرت النتائج وجود نسبة ملحوظة ترى أن للواتساب تأثيراً كبيراً في تشكيل آرائها، في حين اعتبرت نسبة أقل أن تأثيره محدود أو غير موجود، وهو ما يعكس اختلاف مستوى الاعتماد والتفاعل مع المحتوى الإخباري المتداول عبر هذه القنوات.

#### خامساً: مدى قدرة الشباب الجامعي على التحقق من صحة الأخبار المتداولة عبر الواتساب

جدول رقم (٥)

مدى قدرة الشباب الجامعي على التحقق من صحة الأخبار المتداولة عبر الواتساب

الترتيب	%	العدد	مدى القدرة
٢	٢٨.٠%	٥٦	دائماً أتتحقق من صحة الأخبار قبل تصديقها أو مشاركتها
١	٣٧.٠%	٧٤	أحياناً أتتحقق من صحتها
٣	٢١.٠%	٤٢	نادراً ما أتتحقق من صحتها
٤	١٤.٠%	٢٨	لا أتتحقق مطلقاً
	١٠٠%	٢٠٠	الإجمالي

تشير بيانات الجدول إلى مدى قدرة الشباب الجامعي على التحقق من صحة الأخبار المتداولة عبر الواتساب، حيث جاء في المرتبة الأولى أحياناً أتتحقق من صحتها بنسبة ٣٦.٠%، تليها "دائماً أتتحقق من صحة الأخبار قبل تصديقها أو مشاركتها" في المرتبة الثانية بنسبة ٢٨.٠%، وفي المرتبة الثالثة

جاغادراً ما أتحقّق من صحتها بنسبة بلغت ٢١.٠%، بينما كانت في المرتبة الرابعة لا أتحقّق مطلقاً بنسبة ١٤.٠%

يشير الجدول إلى أن غالبية الشباب الجامعي يتحقّقون من صحة الأخبار المتداولة عبر قنوات الواتساب بدرجات متفاوتة، حيث جاءت فئة "أحياناً أتحقّق من صحتها" في المرتبة الأولى، مما يعكس وعياً جزئياً بمخاطر الأخبار غير الدقيقة. في المقابل، أظهرت النتائج وجود نسبة لا يستهان بها نادراً ما تتحقّق من الأخبار أو لا تتحقّق مطلقاً، وهو ما يبرز الحاجة إلى تعزيز مهارات التربية الإعلامية والرقمية لدى الشباب الجامعي.

### ب- نتائج الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة اعتماد الشباب الجامعي على واتساب ومدى تعرضهم للأخبار المضللة أو الصحيحة.

#### جدول (٦)

يوضح معاملات الارتباط بين اعتماد الشباب الجامعي على واتساب ومدى تعرضهم للأخبار المضللة أو الصحيحة

مدى تعرضهم للأخبار المضللة أو الصحيحة.			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة R =	درجة اعتماد الشباب الجامعي على واتساب
دال إحصائياً	0.01	0.78**	

(\*\*) دال عند مستوى ٠.٠١

يُظهر الجدول وجود علاقة ارتباطية طردية ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الشباب الجامعي على واتساب ومدى تعرضهم للأخبار الصحيحة أو المضللة، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (R) 0.78 عند مستوى دلالة ٠.٠١، ما يعني أنه كلما زاد اعتماد الشباب على الواتساب في الحصول على الأخبار، زاد تعرضهم للمحتوى المتداول عبره، سواء كان دقيقاً أو مضللاً. وتعكس هذه النتيجة طبيعة الواتساب كمنصة مفتوحة تعتمد على المشاركة السريعة دون آليات تحرير أو تدقيق مهني صارمة،

مما يزيد من احتمالية تلقي المستخدمين أخبارًا متفاوتة المصدقية، ويبرز دوره المؤثر في تشكيل البيئة الإخبارية لدى الشباب الجامعي، خصوصًا في حال غياب مهارات التحقق والتقييم النقدي للمحتوى.

**الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع الأخبار التي يتلقاها الشباب الجامعي عبر واتساب (محلّية، دولية، سياسية، اجتماعية) ومدى تأثيرها على وعيهم الإعلامي**

جدول رقم (٧)

يوضح معاملات الارتباط بين نوع الأخبار التي يتلقاها الشباب الجامعي عبر واتساب (محلّية، دولية، سياسية، اجتماعية) ومدى تأثيرها على وعيهم الإعلامي

مدى تأثيرها على وعيهم الإعلامي			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة R =	نوع الأخبار التي يتلقاها الشباب الجامعي عبر واتساب (محلّية، دولية، سياسية، اجتماعية)
دال إحصائيًا	0.01	0.77**	

(\*\*) دال عند مستوى ٠.٠١

يوضح الجدول وجود علاقة ارتباطية موجبة وقوية ذات دلالة إحصائية بين نوعية الأخبار التي يتلقاها الشباب الجامعي عبر واتساب (محلّية، دولية، سياسية، اجتماعية) ومدى تأثيرها على وعيهم الإعلامي، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (R) 0.77 عند مستوى دلالة ٠.٠١، ما يشير إلى أن تنوع الأخبار يرتبط بشكل مباشر بارتفاع تأثيرها على وعي الشباب. وتبرز هذه النتيجة أن الأخبار السياسية والاجتماعية والدولية تسهم أكثر في تشكيل إدراك الشباب للقضايا العامة مقارنة بالأخبار الخفيفة أو الترفيهية، لا سيما عند تناولها بشكل متكرر ضمن مجموعات الواتساب، مما يعكس دور التطبيق كبيئة إعلامية غير رسمية تؤثر في المعرفة الإعلامية، سواء من حيث زيادة الاطلاع أو تفسير الأحداث وتكوين الاتجاهات.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التحقق الذي يقوم به الشباب الجامعي قبل مشاركة الأخبار على واتساب ومستوى مصداقية المعلومات التي يتلقونها.

جدول رقم (٨)

يوضح معاملات الارتباط بين الأخبار المنشورة مستوى التحقق الذي يقوم به الشباب الجامعي قبل مشاركة الأخبار على واتساب ومستوى مصداقية المعلومات التي يتلقونها.

مستوى مصداقية المعلومات التي يتلقونها			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة R =	مستوى التحقق الذي يقوم به الشباب الجامعي قبل مشاركة الأخبار على واتساب
دال إحصائياً	0.01	0.76**	

(\*\*) دال عند مستوى ٠.٠١

يوضح الجدول وجود علاقة ارتباطية موجبة وقوية ذات دلالة إحصائية بين مستوى التحقق الذي يقوم به الشباب الجامعي قبل مشاركة الأخبار على واتساب ومدى مصداقية المعلومات التي يتلقونها، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.76) R) عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، ما يشير إلى أن زيادة التدقيق والتحقق قبل إعادة النشر ترتبط بارتفاع مصداقية المحتوى الإخباري. وتعكس هذه العلاقة الدور المحوري لممارسات التحقق في الحد من تداول الأخبار غير الدقيقة، كما توضح أن سلوك المستخدمين الفردي يسهم مباشرة في تحسين جودة البيئة المعلوماتية داخل مجموعات الواتساب، فالأفراد الذين يتحققون من صحة الأخبار لا يحمون أنفسهم فحسب، بل يعززون أيضاً مصداقية المحتوى المتداول ضمن دوائرهم الاجتماعية.

الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل الاجتماعية والديموغرافية للشباب الجامعي (العمر، المستوى التعليمي، عدد ساعات الاستخدام) ومدى اعتمادهم على واتساب للوصول

## إلى الأخبار والمحتوى الإعلامي.

### جدول رقم (٩)

يوضح معاملات الارتباط بين العوامل الاجتماعية والديموغرافية للشباب الجامعي (العمر، المستوى التعليمي، محدد ساعات الاستخدام) ومدى اعتمادهم على واتساب للوصول إلى الأخبار والمحتوى الإعلامي.

المتغيرات			مدى اعتمادهم على واتساب للوصول إلى الأخبار والمحتوى الإعلامي
العوامل الاجتماعية والديموغرافية للشباب الجامعي (العمر، المستوى التعليمي، عدد ساعات الاستخدام)	قيمة R =	مستوى الدلالة	نوع الدلالة
	0.79**	0.01	دال إحصائياً

(\*\*) دال عند مستوى ٠.٠١

يوضح الجدول وجود علاقة ارتباطية عكسية قوية ذات دلالة إحصائية بين العوامل الاجتماعية والديموغرافية للشباب الجامعي (العمر، المستوى التعليمي، عدد ساعات الاستخدام) ومدى اعتمادهم على واتساب للوصول إلى الأخبار والمحتوى الإعلامي، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (R) 0.79 عند مستوى دلالة ٠.٠٠١، ما يعني أنه كلما ارتفع العمر أو المستوى التعليمي، أو انخفض عدد ساعات الاستخدام اليومي، قل اعتماد الشباب على الواتساب كمصدر رئيسي للأخبار. وتعكس هذه العلاقة ميل الشباب الأكبر سناً أو الأعلى تعليماً إلى تنويع مصادرهم الإخبارية وعدم الاعتماد الكلي على تطبيقات التراسل الفوري نظراً لوعيهم بطبيعة المحتوى غير المنضبط الذي قد يتضمن أخباراً غير دقيقة أو مضللة، بينما يعتمد الشباب الأصغر سناً أو الأكثر استخداماً على الواتساب كمصدر سريع وسهل الوصول للأخبار. وتؤكد هذه النتيجة أهمية المتغيرات الديموغرافية في تفسير أنماط التعرض والاعتماد على وسائل الإعلام الرقمية، وتبرز الحاجة لتعزيز مهارات الوعي الإعلامي والرقمي لدى الفئات الأكثر اعتماداً على هذه التطبيقات لضمان استخدام أكثر نقدياً ومسؤولية.

### □ مناقشة النتائج

تشير نتائج الدراسة إلى أن قنوات واتساب لدى الشباب الجامعي تُستخدم أساساً لتداول المحتوى

السريع والخفيف، حيث تصدّرت الأخبار الترفيهية والفنية قائمة المتداول، بينما جاءت الأخبار السياسية والاقتصادية في مراتب متوسطة أو منخفضة، ما يعكس اعتماد الشباب على مصادر رسمية لتلك المواضيع وحذرهم من المعلومات غير الموثوقة. وتأتي السرعة وسهولة الوصول كأبرز دوافع للاعتماد على الواتساب، مع دور الخوارزميات والمجموعات الخاصة في تشكيل أجندة الأخبار وفق الاهتمامات الشخصية. كما كشفت الدراسة عن ثقة نسبية بالمحتوى، إذ تتفاوت بين "أقل ثقة" و"أثق إلى حد ما"، مع وجود نسبة من المبحوثين يتقنون بالمحتوى بدرجة عالية، ما يبرز خطورة الاعتماد على العلاقات الشخصية في تقدير المصدقية. وأظهرت النتائج أن تأثير الاعتماد على الواتساب في تشكيل وحي الشباب واتجاهاتهم غالباً متوسط أو تكميلي، وأن مهارات التحقق من الأخبار غير ثابتة، إذ يتحقق معظم الطلاب أحياناً فقط، مما يعكس فجوة في التحقق الرقمي. وبشكل عام، تؤكد النتائج أن الواتساب بيئة إعلامية سريعة وسهلة لكنها محفوفة بالمخاطر، ما يستدعي تعزيز التربية الإعلامية والرقمية وتوجيه الشباب نحو استخدام نقدي وواعي للمحتوى الإخباري.

#### □ التوصيات:

- ضرورة إطلاق حملات توعوية إعلامية داخل المؤسسات التعليمية توضّح حدود مصداقية الأخبار المتداولة عبر قنوات الواتساب، وتشجّع على عدم الاكتفاء بالمصادر غير الرسمية عند متابعة القضايا العامة
- توصي الدراسة المؤسسات الإعلامية الرسمية بإنشاء قنوات واتساب موثوقة لنشر الأخبار الصحيحة والموثقة، بما يحدّ من انتشار الأخبار الزائفة، ويمنح الشباب بدائل موثوقة داخل المنصة التي يكثر استخدامها.

- توصي الدراسة بضرورة إدماج برامج ومقررات تدريبية تهدف إلى تنمية مهارات التفكير النقدي والتحقق من الأخبار لدى الشباب الجامعي، بما يساعدهم على التمييز بين المحتوى الإخباري الموثوق والمحتوى المضلل المتداول عبر تطبيقات التراسل الفوري، وعلى رأسها واتساب
- توصي الدراسة بأن تلعب الجامعات دورًا أكثر فاعلية في تعزيز الوعي الإعلامي من خلال الندوات وورش العمل والأنشطة الطلابية التي تناقش قضايا الأخبار الزائفة وتأثير وسائل التواصل في تشكيل الوعي العام.

### المراجع

1. Giselle Rampersad & Althiyabi Turki, "Fake News: Acceptance by Demographics and Culture on Social Media," Journal of Information Technology & Politics, Vol.17, No.1, pp.1-11, 2020. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com>
2. Soroush Vosoughi, Deb Roy, and Sinan Aral, "The Spread of True and False News Online," Science Magazine, Vol.359, No.680, pp.11-51, 2018. Retrieved from: <https://orcid.org>
3. Antino Kim, Patricia L. Moravec & Alan R. Dennis, "Combating Fake News on Social Media with Source Ratings: The Effects of User and Expert Reputation Ratings," Journal of Management Information Systems, Vol.36, No.3, pp.931-968, 2019. Retrieved from: <https://www.tandfonline.com>
٤. أبو بكر حبيب الصالحي، "دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي: دراسة في إطار الانفعال المعرفي"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، ع ٥٤، ج ٦، ص ص ٣٦٨٣-٣٧٤٠، ٢٠٢٠ . Retrieved from: <http://search.mandumah.com>

٥. حسام علي سلامة، "الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي وكفاءتها كمصادر للمعلومات عن جائحة كورونا: دراسة ميدانية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج ١٩، ع ٢، ص ص ١٦١-٢٣٠، ٢٠٢٠. Retrieved from: <https://joa.journals.ekb.eg>
٦. حنان كامل حنفي، "تأثير الأخبار المزيفة في وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي وعلاقتها بسلوكياتهم: دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع ٣٨، ص ص ١٦٩-٢١٨، ٢٠٢٢. Retrieved from: <https://www.jpnr.epra.org.eg>
٧. مريم صالح الهواري، "أثر الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من العنف في المجتمع الأردني من وجهة نظر المعلمين في محافظة الكرك: دراسة ميدانية"، مجلة رماح للبحوث والدراسات، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، ع ٢٢، ص ص ١٣٨١، ٢٠٢١. Retrieved from: <http://search.mandumah.com>
٨. سهير صالح، "أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب: دراسة تجريبية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج ١٨، ع ٢٠١٩، ص ص ٣٣-٣٩٠. Retrieved from: <https://search.mandumah.com>
9. Guo, Leis & Chris Varg, "Fake News and Emerging Online Media Ecosystem: An Integrated Media Agenda-Setting Analysis of 2016 US Presidential Election," Election Communication Research, Vol.21, No.5, pp.117-128, 2018. Retrieved from: <https://www.researchgate.net>
10. Brummette, John et al., "Read All About It: The Politicization of 'Fake News' on Twitter," Journalism of Mass Communication, Vol.95, No.2, pp.188-195, 2018. Retrieved from: <https://journals.sagepub.com>