

# مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام



رئيس مجلس الإدارة: أ.د / سلامة داود - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د / رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر وعميد كلية الإعلام.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ.د / محمود عبدالعاطي - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية
- أ.د / فهد العسكر - أستاذ الإعلام بجامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية (المملكة العربية السعودية)
- أ.د / عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ.د / جلال الدين الشيخ زيادة - أستاذ الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

مدير التحرير: أ.د / عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بالكلية

أ.م.د / إبراهيم بسيوني - الأستاذ المساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير التحرير: د / مصطفى عبد الحى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / أحمد عبده - مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بالكلية.

د / محمد كامل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

د / جمال أبو جبل - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

أ / عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

التدقيق اللغوي:

القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦

الموقع الإلكتروني للمجلة: <http://jsb.journals.ekb.eg>

البريد الإلكتروني: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

المراسلات:

العدد الخامس والسبعون - الجزء الأول - محرم ١٤٤٧هـ - يوليو ٢٠٢٥م

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ٦٥٥٥

الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢ - ٢٩٢ x

الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧ - ١١١٠

## قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقاً للقواعد الآتية:

- يعتمد النشر على رأي اثنين من المحكمين المتخصصين في تحديد صلاحية المادة للنشر.
- ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مجلة علمية محكمة أو مؤتمراً علمياً.
- لا يقل البحث عن خمسة آلاف كلمة ولا يزيد عن عشرة آلاف كلمة... وفي حالة الزيادة يتحمل الباحث فروق تكلفة النشر.
- يجب ألا يزيد عنوان البحث (الرئيسي والفرعي) عن ٢٠ كلمة.
- يرسل مع كل بحث ملخص باللغة العربية وآخر باللغة الانجليزية لا يزيد عن ٢٥٠ كلمة.
- يزود الباحث المجلة بثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر.. ونسخة على CD، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ويشار إلى المراجع والهوامش في المتن بأرقام وترد قائمتها في نهاية البحث لا في أسفل الصفحة.
- لا ترد الأبحاث المنشورة إلى أصحابها.... وتحفظ المجلة بكافة حقوق النشر، ويلزم الحصول على موافقة كتابية قبل إعادة نشر مادة نشرت فيها.
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- ترد الأبحاث التي لا تقبل النشر لأصحابها.

## الهيئة الاستشارية للمجلة

١. أ.د./ على عجوة (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة وعميد كلية الإعلام الأسبق  
بجامعة القاهرة.
٢. أ.د./ محمد معوض. (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة عين شمس.
٣. أ.د./ حسين أمين (مصر)  
أستاذ الصحافة والإعلام بالجامعة الأمريكية بالقاهرة.
٤. أ.د./ جمال النجار (مصر)  
أستاذ الصحافة بجامعة الأزهر.
٥. أ.د./ مي العبدالله (لبنان)  
أستاذ الإعلام بالجامعة اللبنانية، بيروت.
٦. أ.د./ وديع العززي (اليمن)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٧. أ.د./ العربي بوعمامة (الجزائر)  
أستاذ الإعلام بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.
٨. أ.د./ سامي الشريف (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.
٩. أ.د./ خالد صلاح الدين (مصر)  
أستاذ الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.
١٠. أ.د./ رزق سعد (مصر)  
أستاذ العلاقات العامة - جامعة مصر الدولية.

## محتويات العدد

- ٩ ■ الاتجاهات الحديثة في البحوث الصحفية للصراع العربي الإسرائيلي-  
دراسة تحليلية من المستوى الثاني أ.م.د/ إبراهيم علي بسيوني محمد
- ١٤٩ ■ الاتجاهات الحديثة في بحوث ودراسات سيميائية الصورة الدرامية:  
دراسة تحليلية من المستوى الثاني أ.م.د/ نادية قطب إبراهيم
- ٣٢٧ ■ دور البرامج الإذاعية الرقمية في تعزيز تفاعل الجمهور عبر المنصات  
الإلكترونية «دراسة للبودكاست التفاعلي» أ.م.د/ محمود جمال سيد
- ٤٦٩ ■ الفجوة الجيلية في استخدام المنصات الرقمية: التحولات السلوكية بين  
المراهقين والشباب في ظل صعود الذكاء الاصطناعي- دراسة ميدانية  
مقارنة أ.م.د/ نها عبد المقصود غالي
- ٥٧٩ ■ انعكاسات استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة  
عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب النفسي لدى  
طلاب الجامعات المصرية: «دراسة ميدانية» أ.م.د/ ممدوح السيد شتلة
- ٦٧٣ ■ تعرض الجمهور المصري لقضايا اللاجئين عبر مواقع التواصل  
الاجتماعي وعلاقته بالصورة الذهنية المكونة لديهم - دراسة ميدانية  
أ.م.د/ رباب صلاح السيد إبراهيم
- ٧٧٣ ■ تعرض الشباب الجامعي للخطاب الشيعي في قنوات اليوتيوب وعلاقته  
بتشكيل اتجاهاتهم نحوه.. دراسة ميدانية / محمد محب ناصف

- دور الإعلانات المقروءة من مضيفي البودكاست في الثقة المدركة والتفاعل مع العلامات التجارية - دراسة تطبيقية في ضوء نظرية الارتباط العاطفي مع العلامة التجارية  
د/ منة الله محمد عبد الحميد  
٨٥٥
- 
- وعي طلاب الإعلام بالجامعات المصرية بعلاقة تحيز الخوارزميات بالاضطهاد الرقمي عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة حالة لإعلام أسيوط  
د/ شريهان محمد توفيق عبد الحافظ  
٩٣١
- 
- الابتكار في استراتيجيات العلاقات العامة وعلاقته بتنمية الرفاه الرقمي في بيئات العمل الهجينة: دراسة تطبيقية على جامعة عين شمس  
د/ سمر أحمد حسانين مهران  
٩٧٥
-

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ  
إِلَى عَالِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ»

سورة التوبة - الآية ١٠٥

بقلم: الأستاذ الدكتور

رضا عبد الواحد أمين

رئيس التحرير

الافتتاحية

## مجلة البحوث الإعلامية .. الأولى عربياً

الحمد لله، والصلاة والسلام على سيدنا رسول الله

وبعد ،،

القراء والباحثين الأعزاء ..

نقدم لكم العدد الخامس والسبعين من مجلة البحوث الإعلامية التي تصدر عن كلية الإعلام جامعة الأزهر ، وقد حصلت المجلة على سمعة طيبة - بفضل الله تعالى - بين الباحثين وأساتذة الإعلام على مستوى مصر والوطن العربي، حيث صنفت وفقاً لتقييم المجلس الأعلى للجامعات وللعام الرابع على التوالي بأعلى درجة تقييم ، وكانت من أولى المجالات التي تحصل على سبع نقاط ، وحصلت على تصنيف فئة Q1 وفقاً لمعامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية "أرسيف"، وهي الفئة الأعلى في المجالات العلمية ، حيث تعد المجلة وفقاً للتقرير السنوي للمجلات العربية لعام ٢٠٢٤ هي الأولى عربياً في تخصص الإعلام والاتصال ، والسادسة على مستوى بقية المجالات العلمية في التخصصات الأخرى للعام ٢٠٢٤ م ، وهي مرتبة متقدمة تليق بالمجلة ، لأنها نتاج جهد وتوفيق من الله تعالى ، وأعتقد أن وراء هذا التميز مجموعة من الأسباب :

أولاً: المجلة لديها نظام صارم في قبول أو عدم قبول الأبحاث العلمية ، إذ تخضع الدراسات لنظام تحكيم معمم من اثنين من المحكمين لا تقل رتبته عن درجة أستاذ ، وفي التخصص الدقيق للبحث .

ثانياً : تضم قائمة المحكمين كل أساتذة الإعلام بفروعه وتخصصاته الدقيقة المختلفة من جامعة الأزهر والجامعات المصرية الذين يقرؤون البحوث العلمية بعناية ، ويقومون بإعداد قائمة طويلة من التعديلات التي تستهدف تقوية البحث ، مما يعود بالنفع على الباحث والمجلة .

ثالثاً: وجود درجة ثقة عالية من الباحثين للنشر في مجلة البحوث الإعلامية ، لما يلمسونه من جدية في الإجراءات والمراحل المختلفة للتعامل مع البحث والباحث من قبل هيئة تحرير المجلة ، وانتشرت مقولة مهمة بين الباحثين : أنهم يدخرون الأبحاث القوية للنشر في مجلة البحوث الإعلامية بكلية الإعلام جامعة الأزهر .

رابعاً : لابد هنا من الإشادة بالمستوى الاحترافي الذي يقوم به أعضاء هيئة تحرير المجلة ابتداء من التأكد من اتباع أخلاقيات النشر العلمي ، وانتهاء بإتاحة المجلة بأوعيتها الرقمية والورقية ، ومرورا بكل مراحل التعامل مع البحث والباحث ، ومما تجدر الإشارة إليه أن النظام الإلكتروني في المجلة سجل رفض نشر ١٤١ بحثا خلال الثلاث سنوات الأخيرة ، إما لرفض المحكمين للبحث أو لعدم استيفاء شروط النشر العلمي وفق ضوابط النشر في المجلة .

خامساً : الإتاحة الرقمية لأكثر من ٩٥ ٪ من أبحاث المجلة التي نشرت بها منذ العام ١٩٩٣م ، وكانت النتيجة وفقا للإحصائيات المتوفرة في موقع المجلة الإلكتروني أن المجلة تتيح رقميا أكثر من ١١٨٠ بحثا علميا بنظام الإتاحة المجانية open access ، تم تحميلها من قبل الباحثين والمهتمين لحوالي ١٣٠٠٠٠٠٠ مرة تحميل ( مليون وثلاثمائة ألف تحميل لملفات ال PDF الخاصة بأبحاث المجلة ) كما تم استعراض هذه البحوث - بدون تحميل - لأكثر من سبعمائة وخمسين ألف مرة ، وهي أرقام تؤشر لأهمية و ثراء ونوعية البحوث المنشورة في المجلة .

وفي الختام أود أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى قيادات جامعة الأزهر : الأستاذ الدكتور سلامة داود رئيس الجامعة والأستاذ الدكتور محمود صديق نائب رئيس الجامعة للدراسات العليا والبحوث ، و لشركاء النجاح من الباحثين والأساتذة المحكمين وهيئة تحرير المجلة ، ونسأل الله تعالى دوام التوفيق ، وأن يستعملنا في طاعته ومرضاته ، إنه ولي ذلك والقادر عليه .

وصلى الله على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

والحمد لله رب العالمين .

**أ.د/ رضا عبد الواحد أمين**

عميد كلية الإعلام جامعة الأزهر

ورئيس التحرير

م	القطاع	اسم المجله	اسم الجهه / الجامعة	ISSN-P	ISSN-O	السنة	نقاط المجله
1	الدراسات الإعلامية	المجله العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكئئبية، كلية الإعلام	2536-9393	2735-4008	2023	7
2	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-914X	2682-4663	2023	7
3	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادي، كلية الإعلام	2536-9237	2735-4326	2023	7
4	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9158	2682-4620	2023	7
5	الدراسات الإعلامية	المجله العلميه لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	2356-9131	2682-4671	2023	7
6	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام	1110-5836	2682-4647	2023	7
7	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الرأي العام	جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام	1110-5844	2682-4655	2023	7
8	الدراسات الإعلامية	مجله البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	1110-9297	2682-292X	2023	7
9	الدراسات الإعلامية	مجله البحوث و الدراسات الإعلامية	المعهد الدولي العالى للإعلام بالشروق	2357-0407	2735-4016	2023	7
10	الدراسات الإعلامية	مجله إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة القاهرة، جميعه كليات الإعلام العربية	2356-9891	2682-4639	2023	7
11	الدراسات الإعلامية	مجله بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	Egyptian Public Relations Association	2314-8721	2314-873X	2023	7
12	الدراسات الإعلامية	المجله المصريه لبحوث الاتصال الجماهيري	جامعة بني سويف، كلية الإعلام	2735-3796	2735-377X	2023	7
13	الدراسات الإعلامية	المجله الدوليه لبحوث الإعلام والاتصالات	جميعه تكنولوجيا البحث العلمي والفنون	2812-4812	2812-4820	2023	7

انعكاسات استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة عبر وسائل  
التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب النفسي لدى طلاب الجامعات المصرية:  
«دراسة ميدانية»

- **The Implications of Using Artificial Intelligence Programs in Producing Fake News via Social Media and Their Relationship With Psychological Alienation Among Egyptian University Students: A Field Study**

أ.م.د / ممدوح السيد عبد الهادي شتلة ●  
أستاذ الصحافة المساعد - رئيس قسم الإعلام التربوي - كلية التربية  
النوعية - جامعة كفر الشيخ.

Email: mamdouh.shatla@spe.kfs.edu.eg

### ملخص الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب النفسي لدى طلاب الجامعات المصرية، وذلك في إطار نظريّة الاعتماد على وسائل الإعلام. وقد توصلت الدراسة لعدّة نتائج، من أهمها:

- إن قنوات التيك توك جاءت في مقدمة التطبيقات الرقمية الأكثر اعتمادًا على برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج ونشر الأخبار الزائفة من قبل عينة الدراسة، يليها في الترتيب الثاني موقع الفيسبوك، ثمّ موقع يوتيوب في الترتيب الثالث، والإنستجرام جاء في الترتيب الرابع.
- وجود علاقة ارتباطيّة ذات دلالة إحصائيّة بين كثافة تعرّض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاغتراب النفسي لديهم؛ نتيجة استخدامهم للتطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائيّة بين مُعدل تعرّض طلاب الجامعات المصريّة لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة عن التعرّض للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي. الكلمات المفتاحيّة: برامج الذكاء الاصطناعي، الأخبار الزائفة، الاغتراب النفسي، مواقع التواصل الاجتماعي.

### Abstract

This study aimed to monitor and analyze the impact of using artificial intelligence applications in the production of fake news through social media and its relationship with psychological alienation among Egyptian university students, within the framework of the media dependency theory. The study achieved a set of results, the most important of which are:

- TikTok was the leading platform among digital applications most dependent on artificial intelligence programs for producing and spreading fake news, according to the study sample. This was followed by Facebook in second place, YouTube in third, and Instagram in fourth.
- A statistically significant correlation exists between the frequency of university students' exposure to social media platforms and their psychological alienation because of using applications that rely on artificial intelligence programs.
- A statistically significant relationship was found between the rate of Egyptian university students' exposure to social media and the effects of exposure to fake news generated by artificial intelligence through social media platforms.

Keywords: Artificial Intelligence Programs - Fake News – Psychological.

مع التطور السريع لتقنيات الذكاء الاصطناعي، شهدت وسائل الإعلام تحولاً جذرياً في آليات إنتاج ونشر المحتوى الإخباري. وقد أدى هذا التطور إلى انتشار واسع للأخبار الزائفة؛ حيث أصبح بإمكان الخوارزميات المتقدمة توليد نصوص وأخبار غير دقيقة بسرعة وكفاءة غير مسبوقة. ومع تصاعد استخدام تقنيات التزييف العميق (Deepfake) ومعالجة اللغات الطبيعية (NLP)، أصبحت الأخبار المفبركة أكثر إقناعاً وقدرةً على التأثير في الرأي العام؛ مما يشكل تحدياً خطيراً لبيئة المعلومات الرقمية.

إن أكثر عواقب عمليات استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة خطورة هي قدرتها على جعل الجمهور يتساءل عما يراه، وكلما زادت مقاطع الفيديو والأخبار المزيفة قلَّت الثقة في التمييز بين الحقيقي والمزيف؛ وبالتالي، يُمكن لهذا التضليل أو التلاعب التأثير على الرأي العام من خلال استهداف شخصيات سياسية بإنشاء لقطات مزيفة لهم ونشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهم يقولون أشياء لم ترد على ألسنتهم قط، أو يرتكبون أفعالاً لم يتم اقرارها من قبل، وسيتم القصف والتشهير بالمشاهير، والقادة، وأصحاب الشركات، والمرشحين للرئاسة، والشخصيات الدينية، وقادة الفكر والثقافة.. وغيرهم باستخدام تقنية التزييف ببرامج الذكاء الاصطناعي على مدار السنوات القادمة، في حين سيقع على عاتق الشباب أن يميز بنفسه بين ما هو حقيقي أو مزيف<sup>(1)</sup>.

ويُمكن القول إنَّ عمليات البث لمقاطع فيديو مزيفة في حالات الطوارئ وشن حملات التضليل الانتخابية والدعاية الإرهابية ليست سوى مجرد غيض من فيض من السيناريوهات التي ستزداد سوءاً مع الاستمرار في عدم تجريم استخدام هذه التقنيات والبرامج.

وتزامن هذا الانتشار المتزايد للأخبار الزائفة مع تنامي ظاهرة الاغتراب النفسي لدى الشباب؛ حيث أظهرت الدراسات أن التعرض المستمر لمعلومات مضللة قد يؤدي إلى حالة من فقدان الثقة في المؤسسات الإعلامية، وزيادة الشعور بالعزلة الاجتماعية، وانخفاض مستوى الإدراك النقدي للمحتوى الإعلامي. ويعد طلاب الجامعات من الفئات الأكثر تفاعلاً مع وسائل التواصل الاجتماعي؛ ما يجعلهم أكثر عرضة لتأثيرات هذه الظاهرة، سواء على مستوى تشكيل وعيهم الاجتماعي والسياسي، أو على مستوى صحتهم النفسية<sup>(2)</sup>.

ويعتبر سوء استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أساساً لمختلف التأثيرات السلبية التي يمكن أن يخلفها الحاسوب والشبكة العنكبوتية، والذي قد يصل أحياناً إلى درجة الإدمان المرّضي على الإنترنت، وما يمكن أن يسببه من مشكلات نفسية واجتماعية كالإكتئاب، والقلق، والشعور بالاغتراب.. وغيرها؛ إذ ثبت ظهور وزيادة الشعور بالاغتراب النفسي والاجتماعي لدى من يستخدمون الإنترنت بصورة مفرطة خصوصاً لدى الشباب؛ لأن الاغتراب هو من أكثر المشكلات المعقدة التي يواجهها الشباب في علاقتهم بذاتهم وبالأخرين من جهة خصوصاً في زمن انتشار مواقع التواصل الاجتماعي والميديا الجديدة<sup>(3)</sup>.

وعلى الرغم من الجهود المبذولة لمكافحة الأخبار الزائفة من خلال تقنيات التحقق من الحقائق وتطوير خوارزميات لكشف التزييف، لا تزال هذه الظاهرة تشكل تهديداً للوعي العام. ومن هنا تبرز أهمية هذا البحث في دراسة انعكاسات استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بالاغتراب النفسي لدى طلاب الجامعات المصرية؛ وذلك من خلال تحليل طبيعة العلاقة بين المتغيرات، والكشف عن مدى تأثير التعرض لهذه الأخبار على الشعور بالاغتراب. إذ يسعى هذا البحث إلى تقديم رؤية علمية متعمقة حول هذه القضية، من خلال دراسة ميدانية تستهدف طلاب الجامعات المصرية؛ مما يساهم في تقديم توصيات قد تساعد في تطوير استراتيجيات لمواجهة الأخبار الزائفة، والحد من تأثيرها على الصحة النفسية والوعي المجتمعي لدى الشباب.

## الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين رئيسيين يتم عرض الدراسات من خلالها وفق ترتيبها زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، وهي كما يلي:

**المحور الأول:** دراسات تناولت الأخبار الزائفة أو المضللة في مواقع التواصل الاجتماعي: حاولت دراسة علا عبد القوي عامر (2024)<sup>(4)</sup> الكشف عن الدور الذي تقوم به تطبيقات الذكاء الاصطناعي للحد من انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي؛ وذلك من خلال التطبيق على عينة من خبراء الذكاء الاصطناعي العاملين في المؤسسات الإخبارية بلغت (50) مبحوثاً. وتوصلت النتائج إلى ارتفاع درجة اهتمام عينة الدراسة بمتابعة توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في صناعة ونشر الخبر الزائف، واعتماد المؤسسات الإخبارية على تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الإخباري، ولكن في الوقت ذاته يتم استخدامها بنسبة ضعيفة في التصدي لظاهرة انتشار الخبر الزائف عبر وسائل الإعلام الرقمي؛ حيث أشارت النتائج إلى انخفاض درجة مصداقية الأخبار المنتجة بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ورصدت الدراسة أهم أسباب وتحديات انتشار ومواجهة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام الرقمي جاء في مقدمتها سوء استخدام التكنولوجيا الرقمية من قبل المهنيين والمستخدمين، وأن الدول النامية تواجه مشكلة في الثقافة التقنية تعوق الاعتماد عليها بشكل أساسي في التصدي لانتشار الخبر الزائف عبر وسائل الإعلام الرقمي.

بينما هدفت دراسة Ahmed Maher, Mohamed Nasser (2023)<sup>(5)</sup> إلى التعرف على سلوك المجتمع العماني في التعامل مع المعلومات الخاطئة المتداولة على منصات التواصل الاجتماعي أثناء جائحة كورونا، وتأثيرها على استجابة الحكومة للجائحة. حيث اعتمدت الدراسة المنهج المسحي الكمي، وتم جمع بياناتها بواسطة استمارة استبانة، وتم اختيار 15 مجموعة في تطبيق الواتساب مرتبطة بمجالات وموضوعات متنوعة لتمثل عينة الدراسة، وقد وُضع في الاعتبار التنوع الجغرافي والموضوعي والنوعي للمجموعات. وأظهرت نتائج الدراسة أن المبحوثين على مستوى وعي كبير بالمعلومات الخاطئة والتقنيات الخاصة بكشفها والتعامل معها. كما أن متابعة المصادر الموثوق بها للحصول على المعلومات حول الجائحة كان سلوكاً ملازماً للمبحوثين؛

مما خفف من تأثير المعلومات الخاطئة التي انتشرت في مختلف منصات التواصل الاجتماعي في عُمان. كما كشفت الدراسة عن الأضرار التي قد تسببها المعلومات الخاطئة للمجتمع العماني، ومنها: ضعف القدرة على اتخاذ القرارات الصحيحة، وتأثيرها النفسي السلبي. وقد أوضحت النتائج أن الشبكات الاجتماعية مثلت مصدراً مهماً للمعلومات لدى عينة الدراسة.

في حين سعت دراسة منى سفيان لبيب (2022)<sup>(6)</sup> إلى التعرف على أهم الاستمالات التي تستخدم في الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا، والمنشورة في صفحة التقنية من أجل السلام. وقد تفرعت منه مجموعة من الأهداف الفرعية التي تغطي جوانب البحث، ومنها: الكشف عن أهم مضامين المنشورات الزائفة المتعلقة بموضوع فيروس كورونا، والتقصي عن أهم الاستمالات (المنطقية، العاطفية، التخويفية) المستخدمة في هذه المنشورات، والتعرف على الأساليب التي تم استخدامها في الاستمالات التي تضمنتها تلك المنشورات. ويعد هذا البحث وصفيًا من حيث النوع، باعتماد منهج المسح التحليلي، وبلغت العينة (60) منشورًا من منشورات صفحة التقنية من أجل السلام. وأظهرت نتائج الدراسة: أن أكثر الأخبار الزائفة التي نشرت في هذه الصفحة كانت تدور حول الجانب (الصحي)، بينما الأخبار المزيفة التي تهتم بالمجال (الاجتماعي) ضمن المرتبة الثانية. وأن الاستمالات التخويفية حققت المرتبة الأولى في الاستخدام من مجموع الاستمالات البالغة (158) استمالة، وحلت العاطفية ثانياً، تلتها المنطقية، اعتمدت الاستمالات العاطفية أسلوب (استخدام الشعارات)، على حين كان أسلوب (التخويف بالمرض) هو الأعلى في الاستمالات التخويفية، وأخيراً كان أسلوب (استخدام تقديم أرقام وإحصاءات) أكثر الأساليب المعتمدة في الاستمالات المنطقية.

بينما هدفت دراسة عبد السلام مبارك (2022)<sup>(7)</sup> إلى التعرف على الأخبار الزائفة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وكذلك تحديد الأسباب التي تدفع الشباب الجامعي لتداول الأخبار الزائفة؛ وذلك من خلال دراسة وصفية، اعتمد فيها الباحث منهج المسح الميداني، مستخدماً أداة الاستبانة لمسح اتجاهات الشباب الجامعي، وتم

تطبيقها على عدد (400) مفردة بأسلوب العينة العمدية من أربع جامعات مصرية (جامعة سوهاج، جامعة المنصورة، جامعة القاهرة، جامعة فاروس). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أبرزها: وجود تأثير قوي للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وبيّنت الدراسة أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي نشرًا للأخبار الزائفة موقع الفيسبوك، وأن أكثر المواقع الصحفية نشرًا للأخبار الزائفة موقع اليوم السابع، كما أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة والأضرار التي تنتج عنها، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديموجرافية للشباب الجامعي، وتأثير الأخبار الزائفة على اتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري.

بينما هدفت دراسة Andrea Carson و Liam Fallon (2021) <sup>(8)</sup> إلى التعرف على مفهوم المعلومات الزائفة الإلكترونية وطبيعة المشكلة في سنغافورة وإندونيسيا، وكيفية التعامل مع المعلومات المزيفة المنتشرة إلكترونياً وتحديات مواجهتها، وكيف تقوم الحكومات والمنصات الإلكترونية في الدولتين بمواجهة التهديدات الناجمة عن الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل والمنصات الرقمية الأخرى. واعتمدت الدراسة إجراء مقابلات متعمقة مع عدد من الخبراء من إندونيسيا وسنغافورة. وخلصت الدراسة إلى: أن الانتشار العالمي للمعلومات الزائفة الإلكترونية له القدرة على الانتقاص من مكونات الحضارة الحديثة في كثير من الدول المتقدمة والنامية، ومن تلك المكونات: التماسك الاجتماعي، والصحة العامة، والأمن، والاستقرار السياسي، والديموقراطية، والتي تتعرض إلى الخطر نتيجة هذا الانتشار السريع للمعلومات الزائفة وعبورها للحدود الدولية، كما أن وسائل الإعلام التقليدية يُمكن أن تسهم في مشكلة المعلومات الزائفة الإلكترونية من خلال تضخيم وجود شركات المعلومات الزائفة، ويجب أن توضع استراتيجيات لمواجهة تلك الظاهرة. وأن الديموقراطيات الليبرالية- ومنها أستراليا- يجب أن تنتبه إلى احتمالية سوء استخدام أي قانون أو تنظيم لمكافحة المعلومات الزائفة من جانب الحكومات التي تضع قيوداً على حرية التعبير ووسائل الإعلام.

في حين هدفت دراسة محمد بو سماحة (2021) <sup>(9)</sup> إلى التعرف على كيفية نشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتممر الإلكتروني على النخبة السياسية الوطنية، واعتمدت الدراسة منهج المسح بشقيه، واستخدمت الدراسة استمارة تحليل المضمون لجمع بيانات الدراسة، وخلصت نتائج الدراسة إلى: أن كل مواقع التواصل الاجتماعي اعتمدت في نشرها للأخبار الزائفة أنماطاً اتصالية مختلفة بين النص والصور والفيديو؛ للتأثير على الجمهور المتبع لهذه المواقع، وأن اللغة المستخدمة في هذه المواقع أقرب إلى اللغة العربية المائلة للفصحى.

بينما ركزت دراسة Eleni Kapantai وآخرين (2021) <sup>(10)</sup> على التعرف على مدى وحجم وسرعة انتشار المعلومات الزائفة، وآثار مخاوف على كافة المستويات (الحكومات- الشركات- المواطنين)، والاستجابة الفعالة لعلاج تلك المشكلة هو تحديد الظاهرة وتقديم تعريف واضح لها؛ لذا هدفت الدراسة إلى معرفة كيفية الإفادة من التصنيفات الموجودة للمعلومات الزائفة وتكوين تصنيف شامل جامع لكل تعريفاتها وأنواعها، من خلال تحليل الدراسات التي تناولت المعلومات الزائفة في الفترة من 2015 حتى 2019م. خلصت الدراسة إلى بعض المعايير التي يجب مراعاتها لتصنيف المعلومات الزائفة وأنواعها، وتلك المعايير هي: الوضوح؛ أي لا يمكن تصنيف فرع من فروع المعلومات الخاطئة داخل أكثر من مجموعة، والمرونة: أي المدى الذي يسمح التصنيف من خلاله بوضع إضافات أخرى تظهر في المستقبل، والبساطة؛ بمعنى مدى قابلية التصنيف للتطبيق، وأن تكون أبعاده قليلة ويغطي كافة أنواع المعلومات المزيفة، كما أظهرت الدراسة ثلاثة مفاهيم تكرر استخدامها في الدراسات السابقة لوصف المعلومات الزائفة، وهي: الحقائقية وتعرف بأنه إلى أي مدى تعتمد الأخبار أو المضمون الإخباري على الحقائق. وتتنوع تلك الدرجة من الزيف الكامل (الفبركة) إلى مزيج من الحقائق والمعلومات الكاذبة، أو التلاعب الصور، أو المعلومات. وتستخدم الحقائقية والقابلية للتحقق، ويقصد به إلى أي مدى يمكن التحقق من المعلومات المقدمة.

في حين جاءت دراسة جيهان أشرف إبراهيم (2020) <sup>(11)</sup> للتعرف على أثر تعرض طلاب الجامعات المصرية للشائعات والأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

عليهم. واستخدمت الباحثة منهج المسح وطبقت الدراسة على عينة ميدانية قوامها 400 طالب جامعي مصري. وخلصت نتائج الدراسة إلى: أن 47.8% من المشاركين كانوا على وسائل التواصل الاجتماعي (أكثر من ساعتين)، و33.8% (ساعة إلى ساعتين)، و18.3% (أقل من ساعة). كما يؤثر غموض مصدر الأخبار على مصداقيته وإمكانية إعادة نشره على وسائل التواصل الاجتماعي.

بينما سعت دراسة أبو بكر حبيب الصالحى (2020) <sup>(12)</sup> للبحث عن العلاقة بين مستوى التفكير الناقد لدى 400 طالب في الجامعات المصرية، والقدرة على دحض الأخبار الزائفة في ظل ظهور عديد من الأخبار الزائفة والتي تنوعت بين أخبار سياسية وأحياناً اقتصادية. وأشارت نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدلات التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وقدرتهم على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأشارت أيضاً إلى وجود علاقة بين مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين ومستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة.

كما هدفت دراسة سهير صالح إبراهيم (2019) <sup>(13)</sup> إلى التعرف على أثر الأخبار الكاذبة المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي على مستويات القلق السياسي لديهم؛ سواء من حيث أداء الحكومة أو طبيعة الأحداث السياسية للمجتمع؛ وذلك من خلال إجراء دراسة شبه تجريبية على الشباب الجامعي. وأظهرت نتائج الدراسة أن أسباب انتشار الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي هم الإعلاميون الذين يسعون لكسب المشاركة والتعليقات والدخول على المواقع من المستخدمين ومن الدولة أو الحكومة التي قد تنشر خبراً كاختبار مبدئي قبل سن قانون، أو اتخاذ قرار، فتحاول تمهيد الرأي العام لتقبله كوسيلة للفت نظر المجتمع.

في حين هدفت دراسة مناش بارتيم (2018) <sup>(14)</sup> إلى التعرف على الأخبار الزائفة والانتهاكات المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي. وتسعى أيضاً للتعرف على التأثير المكثف والبعيد المدى للأخبار المزيفة كأداة للدعاية على مواقع التواصل الاجتماعي. وخلصت نتائج الدراسة إلى: أن معظم الأخبار الزائفة هي أخبار ذات توجه سياسي، وأن من أهداف مروجي الأخبار الزائفة تشويه صورة المؤسسة وأيضاً تعريضها لخسارات

مادية كبيرة. وكان موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وجوجل هما الأكثر نشرًا للأخبار الزائفة.

كما هدفت دراسة Jang, S.M., & Kim, J.K (2018) <sup>(15)</sup> إلى اختبار ما إذا كانت التأثيرات المدركة للأخبار الزائفة أكثر تأثيراً على المجموعات السياسية الأخرى مقارنة بتأثيرها على الذات أو المجموعات السياسية المساندة لها، إلى جانب كشف كيف أن تأثير الشخص الثالث قد يؤدي إلى بعض المواقف تجاه تلك المعلومات الإعلامية الزائفة، وتكونت عينة الدراسة من عينة محلية عددها 1299 مفردة من الأشخاص البالغين بالولايات المتحدة، والذين تتراوح أعمارهم ما بين 24-48 سنة من خلال إجراء مسح ميداني عن طريق الإنترنت. ولم تثبت النتائج فقط وجود دليل مبدئي على وجود مفهوم الشخص الثالث في محتوى الأخبار الزائفة، ولكنها أيضاً قد حددت الجذور والنتائج المترتبة لتأثير الشخص الثالث. كما أظهرت النتائج بأن الأفراد يميلون إلى اعتبار الأفراد أكثر قابلية للتأثر من الذات بالتأثيرات السياسية السلبية الناتجة من الأخبار الزائفة؛ وذلك يدعم فرضية تعزيز الذات كأحد التفسيرات الممكنة لحدوث تأثير الشخص الثالث.

بينما كشفت دراسة Katherine Clayton (2019) <sup>(16)</sup> عن مشكلة الدراسة فإن الأخبار الزائفة عندما تأتي بالتقارير الإخبارية بوسائل الإعلام السائدة؛ حيث لا يتضح مدى موثوقية المعلومات المقدمة أو التوجه الحزبي في المعلومات المقدمة، وتثير الدراسة تساؤلاً بشأن مدى اعتماد الجمهور على أتساق Congeniality الأخبار المقدمة للحكم على صحة المعلومات المقدمة بها أو زيفها، وتمّ توظيف المنهج التجريبي؛ إذ أجريت دراسة تجريبية على عينة من 3932 مبحوثاً من مختلف التوجهات الحزبية (الحزب الليبرالي والحزب الديموقراطي) حيث تمّ تعريض مفردات العينة عشوائياً لعدد 6 نسخ لتقرير إخباري عن الصحة العامة بقناة فوكس نيوز والسي إن إن الإخباريتين خلال عام 2017. وأحد تلك النسخ بها معلومات صحيحة والبقية بها معلومات خاطئة، ارتبط إدراك المبحوثين بغموض المعلومات بوصفها أنها دقيقة على الرغم من كون تلك المعلومات زائفاً،

ولم يكن لمصدر الأخبار تأثير على تلك النتيجة، كما لم يكن لتحزيبهم السياسي ومعتقداتهم السياسية دوراً في تغيير تلك النتيجة، وتتعارض تلك النتيجة مع عدد من الدراسات السابقة التي أكدت أن التحزب السياسي يؤثر على تمثيل الأفراد للمعلومات كما في دراسة Druckman وآخرين 2013، كما تعارضت مع الدراسات التي أبرزت أهمية التسلسل الإخباري والمصدر الإخباري في تشكيل الرأي كما في دراسة Baum و Gussin 2007، حيث تؤكد الدراسة أنه بصرف النظر عن وجود مصدر متسق مع الخبر أم لا، لم يكن له تأثير مثل تأثير محتوى الخبر نفسه (ومدى صحة المعلومات).

كما هدفت دراسة بيجورن روس (2018)<sup>(17)</sup> إلى التعرف على مدى تأثير الرسائل التحذيرية على انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي. واستخدم الباحث استمارة الاستبانة لاختبار نموذجين من الرسائل التحذيرية، ورسالة تحذيرية على موقع الفيسبوك، والرسالة الأخرى من هذا البحث. وأظهرت نتائج الدراسة ما يلي: إن الرسائل التحذيرية الموجودة على فيسبوك هي سبب رئيس في انتشار الأخبار الزائفة. وأن روبوتات الإنترنت ليست السبب الوحيد في نشر الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن يؤدي العامل البشري دوراً مهماً في انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.

بينما اهتمت دراسة Andrew Guess وآخرين (2018)<sup>(18)</sup> بالتعرف على آليات التعرض لمواقع الأخبار الزائفة خلال الانتخابات الأمريكية 2016، وركزت على التعرف على من يزور مثل تلك المواقع، وكم التعرض، وأنواع الأخبار الزائفة التي يتعرضون لها، واحتمالية وصول نتائج التحقق من الأخبار إلى قراء الموقع، وأجريت الدراسة على عينة من 2525 أمريكياً. وكشفت النتائج أن 27.4% من الأمريكيين الذين تبلغ أعمارهم 18 عاماً فما فوقها يزورون مقالاً على موقع للأخبار الزائفة مؤيداً لترامب أو كلينتون خلال فترة الدراسة، والتي غطت الأسابيع الأخيرة من الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016، وأن استهلاك المقالات من المواقع الزائفة المؤيدة لكلينتون كانت أقل بكثير مقارنة باستهلاك أخبار المواقع الزائفة المؤيدة لترامب، كلما زادت المعرفة السياسية لدى

المبحوثين قلَّ استخدامهم لمثل تلك النوعية من المواقع الزائفة للأخبار، كما أن 10% من المبحوثين يزورون مواقع الأخبار الزائفة الأكثر ليبرالية مقارنة بالمواقع الأكثر ميلاً للحزب المحافظ. كانت مواقع التواصل الاجتماعي البوابة الرئيسية التي يعرف بها المبحوثون عن مواقع الأخبار الزائفة، فكان المبحوثون الأكثر استخداماً للفيسبوك أكثر معرفة لتلك المواقع من خلال منشورات الموقع الاجتماعي فيسبوك.

في حين سعت دراسة عبد الرازق الدليمي (2018) (19) إلى التعرف على الإشكاليات التي تطرحها الأخبار المفبركة أخلاقياً ومهنياً وانعكاساتها على الثقة المؤسسية في المؤسسات الإعلامية، وتأثيرها السياسي والاقتصادي والممارسات الاحتياالية المرتبطة بالغش في نشر الأخبار الزائفة. وأظهرت نتائج الدراسة: انخفاض ثقة الجمهور في المنافذ الإخبارية التقليدية، وأثبتت الدراسة أن 54% من الجمهور عينة الدراسة يلجأون إلى مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.

كما سعت دراسة Bae (2017) (20) إلى التعرف على ديناميات الشائعات السياسية في الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، واعتمدت الباحثة المنهج الوصفي، وطُبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها 169 مبحوثاً من سن 16-43 سنة من سكان جنوب أفريقيا، وتمثلت أدوات الدراسة في استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات المطلوبة من عينة الدراسة. كشفت نتائج الدراسة عن وجود علاقة إيجابية بين اعتماد المستخدمين على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار وبين تصديقهم للشائعات السياسية، وأكد التشابه السياسي لاستجابات المبحوثين على الشبكات السياسية عبر الإنترنت على أن هناك مؤشراً إيجابياً لتصديق الشائعات السياسية؛ وعليه أصبحت خصائص الشبكة عاملاً مهماً في فهم الطريقة التي يتم بها نقل المعلومات وتلقيها من قبل مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي.

بينما هدفت دراسة Andrews وآخرين (2016) (21) إلى الكشف عن دور الحسابات الرسمية على موقع تويتر في تصحيح الشائعات؛ حيث تفترض الدراسة أن الحسابات الرسمية إحدى الوسائل الرقمية لمكافحة انتشار الشائعات وترويج الحقيقة؛ وذلك من خلال تحليل مضمون التغريدات الخاصة بالحسابات الرسمية لوسائل الإعلام والوكالات

والمنظمات، بالإضافة إلى دراسة وتحليل سلوكيات الأفراد اتجاه الشائعات على موقع تويتر من حيث التدعيم والنقل، أو التصحيح والرفض، باستخدام نظام Twitter Streaming API الخاص بتسجيل التغريدات المتعلقة بموضوع معين؛ حيث تناولت الدراسة شائعتين؛ واحدة خاصةً بقوات الشرطة الأسترالية أثناء أزمة الرهائن في سيدني في ديسمبر 2014، والثانية شائعة اختطاف الطائرة 2015. وتوصلت الدراسة إلى: أن إعادة نشر التغريدات الرسمية من قبل المستخدمين قد أسهم في دحض الشائعات الكاذبة، كما أن الأخبار غير الدقيقة في بعض التغريدات الرسمية تؤدي إلى نشر الشائعات والتكهنات على موقع تويتر. في حين هدفت دراسة YukoTanaka وآخرين (2013) <sup>(22)</sup> إلى معرفة تأثير تعرض الأفراد للانتقادات وتكذيب الشائعات على قرارهم بنشر الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي لمعرفة إذا كان التعرض للانتقادات عاملاً مؤثراً في سلوك الأفراد تجاه نشر الشائعة؛ حيث حدد الباحثون متغيرات (القلق، صحة الشائعة، أهمية الشائعة) طبقت الدراسة على موقع التويتر؛ حيث اختار الباحثون أبرز 10 شائعات حول زلزال اليابان 2011 أجريت الدراسة على عينة قوامها 87 من الطلاب الجامعيين والخريجين. وتوصلت النتائج إلى أن التعرض للشائعات أو انتقادات الشائعات له تأثير على سلوك الفرد اتجاه الشائعات، وأن التعرض للانتقادات الشائعات قبل الشائعات نفسها يزيد من احتمالية رفض الشائعة، كما أن التعرض للشائعات أولاً أو انتقادات الشائعات أولاً له تأثير على إدراك مستوى صحة الشائعة والأهمية والشعور بالقلق تجاه الشائعة، والتعرض للانتقادات الشائعة أولاً مرتبط ارتباطاً إيجابياً بانخفاض مستوى الصحة والأهمية والشعور بالقلق اتجاه الشائعة.

**المحور الثاني: دراسات تناولت الاغتراب النفسي لدى طلاب الجامعات:**  
هدفت دراسة آية على محمد ريحان (2023) <sup>(23)</sup> إلى التعرف على العلاقة بين الاغتراب النفسي ومفهوم الذات لدى طلاب الجامعة، وتكونت عينة الدراسة من 150 طالباً وطالبةً جامعية من طلاب كلية (الآداب، التربية، العلوم، التمريض) بجامعة بورسعيد ممن تتراوح أعمارهم ما بين (18-21) عاماً، وقد

تمَّ اختيار العينة بطريقة عشوائية بسيطة، واستخدمت الباحثة الأدوات التالية: مقياس الاغتراب النفسي (إعداد الباحثة)، ومقياس مفهوم الذات (إعداد الباحثة)، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي الارتباطي. وقد أسفرت النتائج عن وجود ارتباط موجب دال إحصائياً بين بعض أبعاد الاغتراب النفسي وبعض أبعاد مفهوم الذات لدى طلاب الجامعة.

كما استعرضت دراسة Haochen Bai, and Kexin Gao (2021) (24) تأثير الاستخدام المكثف لمنصات التواصل الاجتماعي على مشاعر الاغتراب الاجتماعي لدى الأفراد، خاصة بين الشباب. حيث أشار الباحثون إلى أن التفاعل الرقمي المكثف قد يؤدي إلى عزلة نفسية، وفقدان للاتصال الإنساني الواقعي؛ ما يسهم في إضعاف العلاقات الاجتماعية التقليدية وزيادة الشعور بالوحدة.

كما تناولت دراسة Thiago Dias (2021) (25) كيفية استغلال الرئيس البرازيلي جاير بولسونارو تطبيق واتساب خلال حملته الانتخابية وفي بداية فترة حكمه، لنشر الأخبار الزائفة والتلاعب بالرأي العام من خلال مفهوم "اغتراب العالم" الذي طرحته الفيلسوفة السياسية هانا أرندت، مشيراً إلى أن الوسائط الرقمية تُضعف الصلة بين الأفراد والعالم الواقعي؛ مما يجعلهم أكثر عرضة لتصديق المعلومات الكاذبة والتي تُعمق اغتراب الأفراد عن الواقع؛ مما يُسهل انتشار الأخبار الزائفة ويهدد الديمقراطية.

بينما هدفت دراسة سميرة غافل العازمي (2021) (26) التعرف على مستوى الشعور بالاغتراب النفسي لدى طلبة مرحلة الماجستير بجامعة الطائف، والتعرف على مستوى الشعور بالأمن النفسي لدى طلبة مرحلة الماجستير بجامعة الطائف، والتعرف على العلاقة بين مستوى الاغتراب النفسي والأمن النفسي لدى طلبة مرحلة الماجستير بجامعة الطائف. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت عينة الدراسة من (60) طالباً من طلبة مرحلة الماجستير بجامعة الطائف بالمملكة العربية السعودية. وتكونت أداة الدراسة من

مقياسي الاغتراب النفسي والأمن النفسي. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: بلغت الدرجة الكلية للاستجابات على بُعد العزلة الاجتماعية 60.8%. كما بلغت الدرجة الكلية للاستجابات على بُعد اللامعيارية 54.4%. كما بلغت الدرجة الكلية للاستجابات على فقرات بُعد اللامعنى 60.8%. كما بلغت الدرجة الكلية للاستجابات على بُعد الشعور بالعجز 45%. كما بلغت الدرجة الكلية للاستجابات على بُعد التشيؤ 40.5%. كما بلغت الدرجة الكلية للاستجابات على بُعد مجال الرضا عن الحياة 71.7%. وبلغت الدرجة الكلية للاستجابات على هذا البعد 71.7%. كما بلغت الدرجة الكلية للاستجابات على بُعد مجال التقدير الاجتماعي 59.6%. هذا وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة سلبية ذات دلالة إحصائية بين مستوى الاغتراب النفسي والأمن النفسي لدى طلبة مرحلة الماجستير بجامعة الطائف، حسب معامل الارتباط (0.633). وفي ضوء النتائج السابقة أوصت الدراسة بتهيئة المناخ الجامعي الذي يشبع احتياج طلبة الجامعة ويبيدهم عن الشعور بالاغتراب، وضرورة وجود مرشدين نفسيين لتقديم الإرشادات النفسية للطلبة في الجامعة.

كما سعت دراسة فطوم بنت محمد السيف محمد (2020) <sup>(27)</sup> إلى التعرف على إعداد مقياس الاغتراب النفسي لطلبة الجامعة، وعرض البحث إطاراً مفاهيمياً تضمن مفهوم الظاهرة المقاسة، والاغتراب النفسي. وتمثلت خطوات إعداد المقياس في الاطلاع على الكتابات النظرية والخاصة بالاغتراب النفسي لدى طلبة الجامعة، وإجراء مسح على الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت الاغتراب النفسي. وتكونت أبعاد المقياس من خمسة أبعاد، وهي: العزلة الاجتماعية، واللامعنى، واللاهدف، واللامعيارية، والعجز. واعتمد صدق المقياس صدق المحكّمين والصدق العاملي، واشتمل ثبات المقياس على طريقة التجزئة النصفية، وطريقة ألفا كرونباخ. وتكون المقياس من (50) بنداً لقياس الاغتراب النفسي على خمسة أبعاد، وتضمن خمسة بدائل للاستجابة من خلال

مقياس ليكرت الخماسي، وهي (موافق، موافق بشدة، موافق إلى حد ما، وغير موافق، وغير موافق بشدة).

في حين ناقشت دراسة Paolo Gerbaudo (2018)<sup>(28)</sup> كيف تُثير الأخبار الزائفة مشاعر قوية؛ مما يمنحها تأثيراً سياسياً واجتماعياً كبيراً رغم زيف محتواها. كما تؤكد الدراسة أن فعالية الأخبار الكاذبة لا تكمن فقط في المعلومات، بل في قدرتها على تحفيز المشاعر الجماعية والانفعالات العامة.

في حين كشفت دراسة عبد الكريم سعيد المدهون (2016)<sup>(29)</sup> عن الاغتراب النفسي وعلاقته ببعض المتغيرات النفسية لدى الشباب الجامعي (جامعة فلسطين حالة)، واستخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي. وتكونت مجموعة البحث من (228) طالباً وطالبة من طلبة كليات الطب والتربية في جامعة فلسطين بغزة للعام 2015-2016. وطبقت أداة البحث المتمثلة في مقياس الاغتراب النفسي الذي تضمن ستة أبعاد (العجز- اللامعنى- اغتراب عن الذات- التمرد- اللامعيارية- اللاهدف). وأوضحت نتائج البحث بالقدرة التنبؤية لكل من القلق والاكتئاب والشعور باليأس في التنبؤ بالاغتراب النفسي؛ ويرجع ذلك إلى أن الفرد الذي يشعر بالقلق، والوحدة، والاكتئاب، واليأس من الحاضر والمستقبل، ومن العزلة الاجتماعية، ومحدودية الأمل، والحرمان، والنظرة السلبية للحياة، وأنه غريب في وطنه، ويعيش بلا هدف، وعاجز عن اتخاذ القرارات، لا معنى لما يقوم فيه ولا شيء يثير اهتمامه، ويتمرد على القيم والمعايير الاجتماعية، وعدم الانتماء، وفقدان الثقة بالنفس، وعدم القدرة على مواجهة المواقف الصعبة وعدم الإحساس بالمسؤولية؛ مما يجعله يشعر بالاغتراب النفسي وسوء التكيف. وقدم البحث مجموعة من التوصيات، من أهمها: ضرورة أن تقوم مؤسسات المجتمع المدني في نشر ثقافة الانتماء والالتزام بقيم ومعايير المجتمع لدى الشباب. والعمل على تفعيل دور نوادي كليات الجامعات في تقديم البرامج والأنشطة الثقافية والرياضية والتعليمية

والاجتماعية لدى الشباب الجامعي. وأخيراً ضرورة تأهيل الشباب الجامعي بمنظومة من المهارات التي تساعدهم في الانخراط في المجتمع.

كما سعت دراسة سامية ابرييم (2015) (30) إلى بحث العلاقة بين إدمان الإنترنت والشعور بالاغتراب النفسي لدى عينة من طلبة جامعة أم البواقي، والفروق بين الجنسين في إدمان الإنترنت، وتكونت عينة الدراسة من 276 طالباً منهم 96 طالباً و180 طالبة من معظم كليات جامعة أم البواقي. وقد تم استخدام مقياسين، هما: مقياس إدمان الإنترنت، ومقياس الاغتراب النفسي. وكشفت الدراسة عن: وجود علاقة ارتباطية موجبة بين إدمان الإنترنت والشعور بالاغتراب النفسي لدى عينة من طلبة جامعة أم البواقي، ووجود فروق بين الذكور والإناث من الطلبة في درجة إدمان الإنترنت لصالح الذكور.

بينما هدفت دراسة محمود محمد صالح الشامي (2014) (31) إلى التعرف على معرفة مظاهر الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجامعي الفلسطيني، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي بالتطبيق على عينة مكونة من (٤٦٩) طالباً وطالبة من جامعة الأقصى من خلال مقياس الاغتراب من إعداد الباحث، وكان من أهم نتائج الدراسة: أن الدرجة الكلية لمستوى الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجامعي الفلسطيني (عينة الدراسة) بلغت 61.3%، وأن أكثر مظاهر الاغتراب انتشاراً لدى الشباب الفلسطيني (عينة الدراسة) هو العجز وافتقاره إلى القوة، يليه التمرد الاجتماعي، يليه العزلة الاجتماعية، ثم انعدام المعنى للحياة الاجتماعية، وأن الذكور أكثر اغتراباً من الإناث في مظاهر الاغتراب، وانعدام المعنى للحياة الاجتماعية، والتمرد، والتشويؤ.

كما سعت دراسة منصور بن زاهي، وسمية بنت عمارة (2013) (32) لمعرفة مدى الشعور بالاغتراب النفسي والاجتماعي لدى الشباب مستخدم الإنترنت بولاية ورقلة، واستخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي بالتطبيق على عينة مكونة من (٢٥٠) طالباً من شباب مستخدمي الإنترنت. وكان من أهم نتائج الدراسة: أن الشباب يشعرون بدرجة عالية من الشعور بالاغتراب النفسي

والاجتماعي، وأنَّ هناك فروقاً جوهرية دالة باختلاف متغيري الجنس لصالح الذكور، والمستوى التعليمي.

بينما هدفت دراسة Adalier & Balkan (2012) <sup>(33)</sup> إلى الكشف عن العلاقة بين إدمان الإنترنت والأعراض النفسية بين طلاب الجامعة، أُجري البحث بين طلبة الجامعات في شمال قبرص على عينة مكونة من 126 طالباً جامعياً تمَّ اختيارهم حسب طريقة أخذ العينات القياسية، وتمَّ تطبيق اختبار "موجز جرد الأعراض (BSI) شاهين ودوراك، 1994) ومعامل الموثوقية ألفا كرونباخ، مقياس إدمان الإنترنت (IAS بيراكترار) (2001) ونموذج المعلومات البيوغرافية والديمغرافية لجمع البيانات. وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن هناك ارتباطاً كبيراً بين الإدمان على الإنترنت والأعراض النفسية، مثل: اضطراب التجسيد somatization واضطراب الوسواس القهري Compulsive Obsessive والحساسية بين الأشخاص، والاكتئاب، والقلق، والعداء، والقلق الرهابي، والأفكار بجنون العظمة.

في حين سعت دراسة Yavuz Erdogan, Y. (2008) <sup>(34)</sup>، إلى التعرف على العلاقة بين استخدام الإنترنت والإحساس بالوحدة بين المراهقين الأتراك، فبينما يزداد الوقت الذي يقضيه الناس على الإنترنت يقل عمر المستخدمين، واعتمدت الدراسة منهج المسح بالعينة، ومستخدماً عينة قوامها ٤٩ مفردة من المراهقين، ومستخدماً أدوات تضمنت: أداة الاستقصاء. وأظهرت نتائج الدراسة أن شعور المراهقين بالوحدة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالاستخدام المتزايد للإنترنت، والطلاب الذين سجلوا درجة عالية في استخدام البريد الإلكتروني أو البحث بالإنترنت أو الألعاب سجلوا درجة عالية في مقياس الشعور بالوحدة، كما نتج أن الذكور أكثر استخداماً للإنترنت من الإناث، وأكثر شعوراً بالوحدة منهم أيضاً، وكانت هناك فروق بين الذكور والإناث في استخدام الشبكة للألعاب لصالح الذكور، بينما كان الفارق لصالح الإناث فيما يخص استخدام البريد الإلكتروني. التعقيب على الدراسات السابقة:

- تنوعت المجتمعات التي أُجريت فيها الدراسات السابقة التي تناولت الأخبار الزائفة أو المضللة في مواقع التواصل الاجتماعي ما بين الولايات المتحدة الأمريكية، مثل دراسة (Jang, S.M., & Kim, J.K, 20218)، ودراسة (Bjorn Katherine, Clyton,2019)، وأوروبا مثل دراسة (Andrews, & et al,2016)، كما تناولت المجتمع المصري والعربي عدداً من الدراسات الحديثة عن تطبيقات الذكاء الاصطناعي مثل دراسة (علاء عبد القوي عامر، 2024)، ودراسة (محمد بوسماحة، 2021).

- تنوعت الدراسات السابقة الخاصة باستخدام برامج الذكاء الاصطناعي في مواقع التواصل الاجتماعي بين دراسات اهتمت بتحليل انتشار الأخبار المغلوطة أو الكاذبة عبر تلك المواقع، ودراسات اهتمت بالعوامل التي تساعد على انتشارها، ودراسات اهتمت بمعرفة التأثيرات السياسية لانتشار الأخبار الزائفة أو المضللة والعوامل التي تؤثر على اتجاهات الأفراد نحو هذه الأخبار، ودراسات أخرى اهتمت بالأخبار الزائفة التي تظهر في وقت الأزمات والطوارئ، ودراسات اهتمت بالعوامل التي تؤثر في سلوك الأفراد تجاه نقل هذه الأخبار المضللة.

- أكدت الدراسات أن ظاهرة الاغتراب ظاهرة عالمية ومتعددة الجوانب بأبعادها المختلفة، وأن هناك علاقة بين الاغتراب النفسي وبعض المتغيرات كالسن والجنس، والمستوى الدراسي، والاقتصادي، والاجتماعي.

- أثبتت الدراسات وجود علاقة بين استخدام الإنترنت والمشكلات النفسية والاجتماعية.

- تنوعت المناهج المستخدمة في الدراسات السابقة؛ حيث استخدم المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، كما استخدمت بعض الدراسات المنهج التجريبي باستخدام القياس القبلي والبعدي، وبعض الدراسات الأخرى أطلقت الأخبار الزائفة وقامت بتتبعها ومعرفة انتشارها بشكل رياضي

لونغارتمى، هذا التنوع في المناهج أثرى دراسة تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اتجاهات مختلفة.

- تنوع أدوات جمع البيانات بين استخدام الاستبانة لمعرفة اتجاهات المبحوثين نحو تطبيقات الذكاء الاصطناعي والعوامل التي تؤثر على قبولهم أو رفضهم لهذه التطبيقات، واستخدام تحليل المضمون لتحليل استجابة المبحوثين، وتحليل تعليقاتهم وحجم مشاركاتهم للأخبار الزائفة، وتحليل طرق صياغة الأخبار الزائفة.

- يتضح من الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية أنه ليس هناك أي من الباحثين تناول موضوع تطبيقات برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بالاغتراب النفسي وهو موضوع الدراسة الحالية؛ حيث يأمل الباحث أن تكون هذه الدراسة هي تكملة لما بدأه الباحثون من دراسات تهتم بتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال الإعلام والصحافة، وتقدم رؤية واضحة لواقعها وتأثيراتها المتنوعة على شبابنا وسلامته النفسية والاجتماعية.

إفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في:

- بلورة وتحديد المشكلة البحثية بدقة ووضوح.  
- تحديد التوجيهات النظرية والإطار المنهجي كتساؤلات الدراسة، وصياغة الفروض، ومنهج وعينة الدراسة.

- تكوين خلفية واضحة وشاملة عن محاور الدراسة.

- الوقوف على أحدث النتائج التي توصل إليها الباحثون السابقون ومقارنتها بنتائج الدراسة الحالية.

مشكلة الدراسة:

شهدت صناعة الأخبار في العصر الرقمي تحولات جوهرية نتيجة التطورات المتسارعة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي مكّنت من إنتاج محتوى خبري زائف بتقنيات متطورة يصعب التحقق من مصداقيته.

وقد أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في تسريع انتشار هذه الأخبار؛ مما أضفى عليها طابعاً من الموثوقية الزائفة، خاصةً بين الفئات الشابة التي تعتمد عليها كمصدر رئيس للمعلومات. وفي ظل قدرة برامج الذكاء الاصطناعي على توليد محتوى مزيف يحاكي الأخبار الحقيقية بدقة، باتت هذه الظاهرة تشكل تحدياً معرفياً ونفسياً للأفراد؛ إذ قد تؤدي إلى تصورات مشوهة عن الواقع، وتفاقم مشاعر القلق، وعدم الثقة في المؤسسات الإعلامية، وصولاً إلى الإحساس بالاغتراب النفسي.

ويُعد طلاب الجامعات المصرية من أكثر الفئات تأثراً بهذه الظاهرة؛ نظراً لاعتمادهم المكثف على مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار والتفاعل معها. ومن هنا تتحدد إشكالية الدراسة في الكشف عن انعكاسات استخدام برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بمستويات الاغتراب النفسي لدى طلاب الجامعات المصرية، مع الأخذ في الاعتبار الأبعاد الديموجرافية المختلفة التي قد تؤثر على هذه العلاقة في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام؛ لبحث مدى تأثير اعتماد الطلاب على هذه البرامج والمحتوى الإخباري الذي تنتجه في تشكيل مواقفهم النفسية والاجتماعية.

#### أهمية الدراسة:

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العصر الحديث؛ أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي المصدر الرئيسي للأخبار والمعلومات لدى الأفراد، وخاصة الشباب الجامعي؛ مما أتاح مجالاً واسعاً لانتشار الأخبار الزائفة بوتيرة غير مسبوقة. ومع تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، بات من الممكن إنتاج أخبار زائفة أكثر إقناعاً وصعوبةً في التحقق؛ مما يسهم في تعزيز حالة من الفوضى المعلوماتية التي تؤثر على وعي الأفراد وتصوراتهم للواقع. وفي إطار هذا السياق، تستمد هذه الدراسة أهميتها من عدة اعتبارات علمية ومجتمعية، أبرزها:

1. أهمية الوسيلة الإعلامية التي تخضع للدراسة، وهي مواقع التواصل الاجتماعي والتي تجمع بين خصائص وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في آن واحد؛

وهذا يعطي تميزاً للبحث في تحديد المصادر التي يتم الاعتماد عليها في الحصول على المعلومات حول تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

2. أهمية الفئة المستهدفة (طلاب الجامعات المصرية): باعتبارهم من أكثر الفئات اعتماداً على المنصات الرقمية في استقاء الأخبار، فإن دراستهم تُمكن من فهم مدى تأثرهم بالأخبار الزائفة والآثار النفسية المترتبة عليها؛ مما يسهم في وضع استراتيجيات لمواجهة هذه الظاهرة.

3. الإسهام في تطوير الأدبيات العلمية حول الأخبار الزائفة والذكاء الاصطناعي؛ حيث تسهم هذه الدراسة في سد فجوة معرفية تتعلق بتأثير الأخبار الزائفة المنتجة عبر الذكاء الاصطناعي على الجانب النفسي، وهو موضوع لم يتناول بعمق كافٍ في الدراسات السابقة.

4. الكشف عن استراتيجيات توظيف الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة وكيفية استخدامها في التضليل الإعلامي؛ مما يسهم في تعزيز الوعي بأدوات التحقق من المعلومات.

5. تقديم توصيات لمكافحة الظاهرة؛ إذ تهدف الدراسة إلى الخروج بمقترحات عملية للحد من تأثير الأخبار الزائفة على الشباب، سواء من خلال تعزيز الوعي الإعلامي، أو تطوير استراتيجيات للتحقق من الأخبار على منصات التواصل الاجتماعي.

#### أهداف الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل انعكاسات استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب النفسي لدى طلاب الجامعات المصرية، وذلك من خلال تحقيق الأهداف التالية:

- 1- رصد أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يفضلها الشباب الجامعي المصري.
- 2- التعرف على التطبيقات الرقمية الأكثر اعتماداً على برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج ونشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- 3- تحديد أسباب استخدام التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي.

- 4- الكشف عن دور التطبيقات الرقمية التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي في نشر وإنتاج الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
  - 5- رصد أبرز مصادر انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي.
  - 6- الكشف عن استراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي.
  - 7- تحليل تأثيرات الأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
  - 8- الكشف عن أهم الآليات والاستراتيجيات الفعالة للحد من الأخبار الزائفة عبر برامج الذكاء الاصطناعي المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي.
  - 9- رصد مستويات الاغتراب النفسي لدى طلاب الجامعات المصرية المستخدمين للتطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي.
  - 10- تحليل تأثير معدل استخدام طلاب الجامعات للتطبيقات الرقمية التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة على الاغتراب النفسي لديهم (دراسة العلاقة بين معدل استخدام طلاب الجامعات لهذه التطبيقات ومستويات الاغتراب النفسي لديهم).
- تساؤلات الدراسة:
1. تسعى الدراسة إلى الإجابة عن التساؤلات التالية:
  1. ما التطبيقات الرقمية الأكثر اعتماداً على برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج ونشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
  2. ما الأسباب التي تدفع المستخدمين إلى استخدام التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي؟
  3. ما دور التطبيقات الرقمية التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي في نشر وإنتاج الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
  4. ما أبرز مصادر انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي؟

5. ما الاستراتيجيات التي تعتمد عليها الأخبار الزائفة المنتشرة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي؟
6. ما التأثيرات المترتبة على انتشار الأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟
7. ما أهم الآليات والاستراتيجيات الفعالة للحد من الأخبار الزائفة المنتشرة عبر برامج الذكاء الاصطناعي على مواقع التواصل الاجتماعي؟
8. ما مستويات الاغتراب النفسي لدى طلاب الجامعات المصرية المستخدمين للتطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي؟
9. ما العلاقة بين معدل استخدام طلاب الجامعات للتطبيقات الرقمية التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة ومستويات الاغتراب النفسي لديهم؟

النظرية المستخدمة في الدراسة:

نموذج "الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency"

اتخذ الباحث من نموذج "الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency" إطاراً نظرياً للبحث باعتباره يركز على الوسيلة ودرجة أهميتها لدى الفرد لكي يستقي معلوماته منها، كما أنه يولي أهمية لوسائل الاتصال كمصدر للمعلومات في حالة الأزمات والاضطرابات.

ومن خلال هذه النظرية يمكن لنا معرفة مدى وعي طلاب الجامعات تجاه الاغتراب النفسي وجودة المعلومات الإعلامية، ومدى اعتمادهم على برامج الذكاء الاصطناعي في فهم الأحداث والتعامل معها، وتأثير المتغيرات الديموجرافية على ذلك. وتعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام إحدى النظريات التي تهتم برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع، وقد قدم هذا النموذج كلاً من ملفين ديفلير وبول روكيتش عام 1967م، ويتناول العلاقة بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي وجمهور وسائل الإعلام<sup>(35)</sup>.

الركائز التي يقوم عليها نموذج الاعتماد:

1- الأهداف: أي أن هناك أهدافاً للفرد يريد تحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها المصادر المختلفة؛ سواء كانت هذه الأهداف شخصية أو اجتماعية.

2- المصادر: اعتبار وسائل الإعلام نظام معلومات يتحكم في تحقيق الأهداف الخاصة بالأفراد؛ وذلك من خلال استقاء المعلومات ونشرها مروراً بعملية الإمداد والترتيب والتنسيق لهذه المعلومات، ثم نشرها بصورة أخرى.

أهداف اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:

يعتمد الجمهور على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية<sup>(36)</sup>:

1) الفهم: ويشمل فهم العالم الاجتماعي من حولنا والمعاني السائدة فيه، والتعلم والحصول على خبرات؛ مما يساعد على معرفة أشياء عن العالم أو البيئة المحيطة وتفسيرها.

2) التوجيه: ويشمل توجيه العمل والسلوك في إطار توقعات وأخلاقيات المجتمع. وتوجيه تفاعلي تبادلي للحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة.

3) التسلية: وتشمل التسلية المنعزلة مثل الاسترخاء والجلوس في عزلة والتسلية الاجتماعية، مثل: الصحة الاجتماعية كوسيلة للهروب من مشكلات الحياة اليومية.

الفروض النظرية للاعتماد على وسائل الإعلام:

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على عدة فروض أساسية أبرزها<sup>(37)</sup>:

1) وجود علاقة اعتماد متبادلة ثلاثية بين وسائل الإعلام، والجمهور، والنظام الاجتماعي.

2) تزيد درجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كلما زادت الحاجة إلى المعلومات لا سيما في حالة حدوث تغيرات أساسية زادت الحاجة إلى المعلومات لا سيما في حالة حدوث تغيرات أساسية في المجتمع، كما الحال في الثورات، أو مواجهة تغير اجتماعي، وصراع وأزمات تمس بقاءه، ويزداد الاعتماد على وسائل الإعلام بهدف الحصول على المعلومات التي تساعد في تحقيق الاستقرار الاجتماعي عبر توجيه قيم جديدة، أو تعديل قيم موجودة، أو تأكيد قيم قديمة.

3) لا تتساوى درجة اعتماد الأفراد على الوسائل الإعلامية، ويصبح الفرد أكثر اعتماداً على الوسيلة التي تحقق أهدافه مقارنة بتلك التي تشبع عدداً أقل من الاحتياجات والأهداف.

4) كلما تزايدت البدائل المتاحة للحصول على المعلومات؛ قلَّ اعتماده على وسيلة واحدة.

5) تؤثر طبيعة الاختلافات بين قطاعات الجمهور المختلفة في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام.

الآثار المترتبة على الاعتماد على وسائل الإعلام<sup>(38)</sup>:

تُوجد مجموعة من الآثار تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام، هي:

- 1- التأثيرات المعرفية: تشمل تكوين الاتجاه، وترتيب الأولويات، واتساع المعتقدات.
- 2- التأثيرات الوجدانية: يُمكن أن تتبلور بصفة خاصة خلال الرسائل التي يتبادلها الأفراد في فئة واحدة على مواقع الشبكة أو الاتصال بالغير؛ حيث تدعم هذه الرسائل مشاعر القلق والخوف؛ وهذا يُمكن أن يظهر في فترات التوتر والأزمات.
- 3- التأثيرات السلوكية: فهي محصلة التأثيرات المعرفية والوجدانية، وتسهم في تأكيد الأدوار أو تجنبها نتيجة لتشكيل الاتجاهات التي أسهمت المعرفة والشعور في تكوينها أو التأثير فيها.

آليات توظيف نظرية الاعتماد والإفادة منها في الدراسة الحالية:

تُعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ملائمة للدراسة الحالية للأسباب التالية:

- 1- استفاد الباحث من هذه النظرية في اختبار مدى اعتماد المبحوثين عينة الدراسة على تطبيقات برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالاغتراب النفسي لديهم، وكيفية الكشف عن المواد الزائفة والتعرف عليها بسهولة، وكذلك تحديد دوافع اعتمادهم على هذه التطبيقات.

- 2- كذلك أفاد الباحث من هذه النظرية في تحديد التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية التي نتجت عن اعتماد أفراد العينة من المبحوثين على تطبيقات الذكاء

الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته  
بالاغتراب النفسي لديهم.

3- أفاد الباحث من هذه النظرية في صياغة الفروض؛ حيث إنها نابعة من الفروض  
الرئيسية للنظرية.

#### فروض الدراسة:

الفرض الأول: تُوجد علاقةً ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض طلاب  
الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي، ومستويات الاغتراب النفسي لديهم  
نتيجة استخدامهم للتطبيقات الرقمية التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي.

الفرض الثاني: تُوجد علاقةً ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض طلاب  
الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي، ومدى ثقافتهم في المحتوى الإخباري  
المنشور عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي.

الفرض الثالث: تُوجد علاقةً ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم طلاب الجامعات  
المصرية لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على  
برامج الذكاء الاصطناعي، ومستويات الاغتراب النفسي لديهم نتيجة استخدام هذه  
التطبيقات.

الفرض الرابع: تُوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم طلاب الجامعات المصرية  
لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج  
الذكاء الاصطناعي تبعاً لاختلاف خصائصهم الديموجرافية (الجنس، نوع التخصص  
الأكاديمي، مستوى الدخل).

الفرض الخامس: تُوجد علاقةً ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلاب الجامعات  
المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة عن التعرض للأخبار الزائفة  
المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

#### مصطلحات الدراسة:

الذكاء الاصطناعي (Artificial Intelligence (AI):

الذكاء الاصطناعي مصطلح شائع جداً اليوم، ولكن ليس له تعريف موحد مشترك حول  
العالم؛ وهذا يرجع إلى أنه يجمع بين علوم الحوسبة والإحصاءات والروبوتات.

وهناك تعريفات متعددة تناولت مفهوم الذكاء الاصطناعي منها ما وضعه جونج تشينج بأنه: تطوير أجهزة ونظم حاسوبية وتقنيات البرمجة المطورة، والتي تتسم بثلاث سمات رئيسية، هي: التعرف الذكي، والتواصل الذكي، والمحاكاة الذكية، كما أنها قادرة على الانخراط في عمليات التفكير الشبيهة بالإنسان، مثل: التعلُّم والمعرفة، واستخدام المعلومات والإدراك للتوصل لاستنتاجات<sup>(39)</sup>.

كذلك يُعدّ التعريف الذي وضعه حيدر ذو الفقار<sup>(40)</sup> من أهم التعريفات التي تناولت الذكاء الاصطناعي؛ حيث عرفه بأنه: قدرة برنامج الحاسوب على التفكير والتعلم؛ حيث تحاول أجهزة الحاسوب "ذكية"، المتمثلة في البرامج والتطبيقات تعمل ذاتياً دون تلقّي أوامر مسبقة.

وعلى ذلك يعرف الباحث الذكاء الاصطناعي بأنه: تطبيقات وبرامج لديها القدرة على الفهم والإدراك من خلال ما يعرف بالأمثلة التي بدورها تضمن التشغيل الذاتي أو الآلي في استعمال الحاسبات؛ من أجل تأمين سير الأعمال بشكلٍ آلي ودقيق وسليم، وبأقل خطأ ممكن.

#### الأخبار الزائفة: the fake news

إن مصطلح الأخبار الزائفة هو مفهوم متعدد المعاني ويعود الأصل في انتشاره إلى الصحفي الكندي كريج سيلفرمان الذي استخدم المصطلح لأول مرة في تغريدة في 14 أكتوبر 2014؛ حيث استنكر الأخبار الكاذبة لموقع أخبار وهمي [nationalreport.net](http://nationalreport.net) والذي أعلن عن الحجر الصحي لمدينة تكساس بعد أن زعمت عائلة إصابتها بفيروس إيبولا، وقد نشر سيلفرمان عديداً من المقالات حول انتشار ظاهرة الأخبار الكاذبة كجزء من الانتخابات الرئاسية الأمريكية<sup>(41)</sup>.

وترتبط الأخبار الزائفة بمفهومين أساسيين، وهما<sup>(42)</sup>:

- الأخبار الكاذبة Misinformation: وهي النشر غير المقصود للأخبار الخاطئة.
- الأخبار المضللة Disinformation: وهي نشر الأخبار غير الصحيحة مع وجود نية متعمدة للخداع والتضليل.

وتُعرف الأخبار الكاذبة أو المضللة بأنها: "الأخبار المقالية المقصود بها الكذب أو بعد التحقق منها أنها كاذبة والتي يُمكن أن تضلل القارئ، وخاصة أن لها متطلبات سياسية ولها انتشار واسع المدى على مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة، وتحمل عناوين مثيرة، أو التي يحتمل أن يساء فهمها عن الحقيقة، خاصة إذا شاهدناها بمفردها أو معزولة على تويتر أو الفيسبوك (43).

وتُعرف الأخبار الزائفة في قاموس كامبريدج (44) للغة الإنجليزية، بأنها: قصص كاذبة تبدو وكأنها أخبار، أو تنتشر على الإنترنت أو تستخدم وسائط أخرى، وعادة ما يتم إنشاؤها للتأثير على الآراء السياسية أو كمزحة.

### مواقع التواصل الاجتماعي Social Networking Sites

يطلق عليها أيضا مواقع التشبيك الاجتماعي Social Networking وهي مواقع إلكترونية يستخدمها الأفراد للتواصل وتبادل المعلومات مع غيرهم المتشابهين معهم في طريقة التفكير، مثل: الفيس بوك وماي سبيس ولينكد إن، والبعض من صفحات تلك المواقع نجدها مكرسة خصيصاً للمؤسسات الحكومية (45).

### الاغتراب النفسي Alienation Psychological :

يعد الاغتراب أحد المفاهيم الأساسية التي نالت الكثير من الاهتمام والبحث من قبل الباحثين في مجال العلوم النفسية والاجتماعية، بل وتعددت وجهات النظر الفلسفية والدينية، وكذلك آراء المهتمين بهذه الظاهرة.

وعرفت سناء زهران (الاغتراب) بأنه: "شعور الفرد بالعزلة وعدم الانتماء وفقدان الثقة ورفض المعايير والقيم الاجتماعية، والمعاناة من الضغوط النفسية، كما تتعرض الوحدة العامة للشخصية للانهايار والضعف" (46).

ويعتبر الاغتراب النفسي مفهوماً عاماً وشاملاً يُشير إلى الحالات التي تتعرض فيها وحدة الشخصية إلى التمزق، أو الضعف، أو الانهايار، بتأثير العمليات الثقافية والاجتماعية التي تتم داخل المجتمع مؤثرةً بذلك على شخصية الفرد؛ وهذا يعني تشوه نمو الشخصية الإنسانية؛ حيث تفقد فيها الشخصية مقومات الإحساس المتكامل بالوجود والديمومة (47).

كما أن الاغتراب النفسي هو الحصلة النهائية للاغتراب في أي شكل من أشكاله، وإنه انتقال الصراع بين الذات والموضوع الآخر من الحياة الخارجية إلى الحياة الداخلية في النفس الإنسانية، فالاغتراب النفسي لا ينفصل عن أي نوع آخر من الاغتراب؛ لأن شخصية الإنسان وحدة متكاملة في جوانبها البيولوجية والنفسية والاجتماعية، كما هي وحدة من العالم الذي يعيش فيه الإنسان بكل أبعادها المختلفة، هذا فضلاً عن أن العالم بالنسبة للإنسان أمر حيوي وضروري لوجوده، ولأن قوى الإنسان وقدراته وإمكاناته لا تتفتح، ولا تنمو أو تتغير إلا من خلال الشروط والظروف الموضوعية الموجودة في هذا العالم<sup>(48)</sup>.

#### مصادر وأسباب الاغتراب:

يشير "أحمد النكلاوي" أن من أسباب ومصادر الاغتراب عدة عوامل سيكولوجية، واجتماعية، وسياسية، وثقافية، نلخصها فيما يلي<sup>(49)</sup>:

1. عدم الاستقرار السياسي.
2. فشل الإنسان في الوفاء بالوعد.
3. زيف وانحصار المشاركة الفعلية في اتخاذ القرارات.
4. تراكم الفقر وعدم العدالة.
5. توظيف التكنولوجيا للمزيد من سيطرة المراكز الإنتاجية.
6. ضعف الثقة بالنفس والاستناد إلى خلفية تربوية غير مشبعة وتفتقر إلى التحفيز الإيجابي.
7. انقطاع الأدوار بين الأسرة والمدرسة والمؤسسة.
8. الالتفاف العاطفي والتواكل على الأبوين والإخوة.
9. عدم الشعور باهتمام وعدم تفهم الأسرة للشباب.
10. عدم القدرة على التعبير عن الرأي.
11. الهوة بين الأجيال.
12. عدم القدرة على اختيار مهنة معينة.
13. الشعور بالنقص وسوء العلاقات الاجتماعية.

ويعرف الباحث الاغتراب النفسى: هو شعور يشمل مجموعة من المشاعر السلبية والمتصارعة تشمل علاقة الفرد بذاته وعلاقته بالآخرين، ويتضمن الجوانب السياسية والاجتماعية والنفسية للفرد، وأن المشاعر السلبية هذه تشمل العزلة الاجتماعية-العجز- السلبية- اللامعنى- الرفض.

حدود الدراسة:

- 1- الحدود الزمنية: في الفترة من 17 فبراير 2024 إلى 20 أبريل 2024.
- 2- الحدود البشرية: طبق الباحث الدراسة على عينة من الشباب الجامعي.
- 3- الحدود المكانية: طبقت الدراسة الحالية بمحافظة كفر الشيخ ومحافظة الغربية؛ لقربهما من محل إقامة الباحث.

الإجراءات المنهجية:

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية Descriptive Study التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة، أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف، أو مجموعة من الناس، أو مجموعة من الأحداث؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها (50).

منهج الدراسة:

استخدم الباحث في هذه الدراسة منهج المسح الإعلامي Survey كأحد المناهج الوصفية القادرة على دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة تلك المواقع؛ بهدف الحصول على معلومات وافية ودقيقة عنها، فمنهج المسح هو أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم، ويعد هذا المفهوم المنهج الرئيس لدراسة جمهور وسائل الإعلام<sup>(51)</sup>، وهو تصميم بحثي يهدف إلى جمع بيانات كمية من عينة محددة خلال فترة زمنية معينة؛ وذلك لرصد العلاقة بين استخدام برامج الذكاء الاصطناعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات الاغتراب النفسي لدى طلاب الجامعات المصرية.

### أدوات جمع البيانات:

تم استخدام استمارة الاستقصاء الإلكتروني كأداة رئيسة لجمع البيانات؛ حيث تُعد من أكثر الأدوات شيوعاً في الدراسات الاجتماعية. وهي عبارة عن نموذج يتضمن مجموعة من الأسئلة يجب عنها أفراد العينة إلكترونياً؛ مما يتيح جمع البيانات بطريقة فعالة وسريعة.

### عينة الدراسة الميدانية:

تم اختيار عينة عمدية قوامها 400 طالب وطالبة من طلاب الجامعات المصرية، تم اختيارهم وفق معايير منهجية محددة ودقيقة تتناسب مع أهداف البحث، وتراوحت أعمار أفراد العينة بين 19 و 22 عاماً؛ إذ تمثل هذه الفئة العمرية شريحة أساسية من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي؛ مما يجعلها الأكثر عرضة لتأثير الأخبار الزائفة المنتجة باستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي والتداول عبر هذه المواقع، وتم تصميم العينة لتشمل طلاباً من مستويات اقتصادية واجتماعية متنوعة؛ لضمان توازن تمثيل شامل ومتوازن يعكس التباينات بين الطلاب، وقد تم جمع البيانات خلال فترة زمنية امتدت من 17 فبراير 2024 واستمرت لمدة ثلاثة أشهر؛ وذلك لضمان دقة النتائج وموثوقيتها وتعزيز قدرتها على تقديم تحليل متعمق للدوافع والاتجاهات الفعلية لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي، ومدى انعكاسها على الاغتراب النفسي لدى الشباب الجامعي.

### مبررات اختيار الشباب الجامعي المصري كعينة للدراسة الميدانية الحالية:

- 1 - الشباب هم الفئة الأكثر تعرضاً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لأغراض وغايات تتعلق بالحصول على المعلومات والأخبار.
- 2 - إنه مجتمع له أهميته الخاصة بوصفه مجتمعاً إعلامياً، وهذه الفئة العمرية التي تبدأ من مرحلة التكوين إلى مرحلة النضوج تتميز بطابع الخصوصية، التي تتمثل في تميز هذه الشريحة بوصفها أكثر الشرائح الاجتماعية استخداماً لمواقع الشبكات الاجتماعية، كونهم من الشرائح العمرية الأكثر نشاطاً على شبكة الإنترنت وإسهاماً في المضامين التي

يتبادلونها مع زملائهم وأصدقائهم ومعارفهم في مختلف شؤون الحياة، وخصوصاً النواحي الإعلامية والإخبارية السياسية.

3 - اعتماد الشباب الجامعي على الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية باعتبارها بديلاً للمشاركة في الحياة على أرض الواقع.

4 - الشباب الجامعي المصري هو أكثر قدرة على النشاط والتفاعل والتحرك الإيجابي، والتأثير في كافة الأمور، وخاصة السياسية، والاجتماعية، والثقافية.

5 - إن شريحة الشباب الجامعي من كبرى شرائح المجتمع المصري وأكثرها تأثيراً فيه.

وقد اختار الباحث مواقع التواصل الاجتماعي للأسباب التالية:

1 - إن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت الأكثر ذيوماً وانتشاراً في المجتمع المصري.

2 - اهتمام مروجي الأخبار الزائفة المنتجة ببرامج الذكاء الاصطناعي بنشر محتواها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير؛ لأنها منصات يصعب السيطرة عليها وإخضاعها للرقابة المباشرة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

3 - انتشار تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي في الهواتف المحمولة؛ مما أسهم في انتشارها بين الشباب الجامعي مجتمع الدراسة.

#### جدول (1)

يوضح خصائص عينة الدراسة المسحية

المتغيرات		النوع
ك	%	
222	55.5	ذكر
178	44.5	أنثى
400	100	الإجمالي
200	50	1- عملي
200	50	2- نظري
400	100	الإجمالي
86	21.5	1. مستوى دخل منخفض
213	53.2	2. مستوى دخل متوسط
101	25.3	3. مستوى دخل مرتفع
400	100	الإجمالي

- استمارة الاستبانة:

تمّ جمع البيانات من خلال استمارة الاستبانة الإلكترونية والتي تعتبر أكثر أدوات البحث العلمي استخداماً في منهج المسح، فقد تمّ توزيع الاستمارة إلكترونياً عن طريق

جوجل الإلكتروني، وقام الباحث بتصميم صحيفة استبانة تتضمن محاور أسئلة تسفر الإجابة عنها عن الحصول على البيانات اللازمة للإجابة عن تساؤلات الدراسة وتسعى لتحقيق فروضها، وقد تمّت مراعاة أن تكون أسئلة الاستمارة واضحة ومباشرة لتحقيق أهداف البحث.

#### اختبار الصدق والثبات لأداة جمع البيانات:

1- صدق الاستمارة: اعتمد الباحث الصدق الظاهري لقياس مدى صدق أداة جمع البيانات (صحيفة الاستقصاء) لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه؛ وذلك من خلال الفحص المدقق لكل بند/ سؤال، والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسها في إطار الموضوع الأساسي، كما قام الباحث بعرض الاستمارة على عدد من المحكّمين<sup>(1)</sup> والمتخصصين في مجال الإعلام وعلم النفس والتربية والذكاء الاصطناعي؛ للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدراسة الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكّمون بتعديل الاستمارة وصياغة الأسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتمّ تعديل

<sup>(1)</sup> أسماء السادة الأساتذة المحكّمين لاستمارة الاستبانة مرتبين أبجدياً:

- 1) أ.د/ أمال عبد السميع باظة، أستاذ الصحة النفسية والتربية الخاصة- كلية التربية- جامعة كفر الشيخ.
- 2) أ.د/ جمال النجار، أستاذ الصحافة والنشر- كلية الإعلام بنات- جامعة الأزهر.
- 3) أ.د/ صبحي الكافوري، أستاذ الصحة النفسية والتربية الخاصة- كلية التربية- جامعة كفر الشيخ.
- 4) أ.د/ عمرو أبو هاني، أستاذ بكلية الذكاء الاصطناعي- جامعة كفر الشيخ.
- 5) أ.د/ علي عجوة، أستاذ بكلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- 6) أ.د/ علاء النجار، أستاذ علم النفس- كلية التربية- جامعة كفر الشيخ.
- 7) أ.د/ فاتن الطنباري، أستاذ الإعلام- كلية الدراسات العليا- جامعة عين شمس.
- 8) أ.د/ محمود حسن إسماعيل، أستاذ الإعلام- كلية الدراسات العليا - جامعة عين شمس.
- 9) أ.د/ محمد قاسم، أستاذ بكلية الذكاء الاصطناعي- جامعة كفر الشيخ.
- 10) أ.د/ محمد معوض، أستاذ الإعلام- كلية الدراسات العليا- جامعة عين شمس.
- 11) أ.د/ مي رمضان، أستاذ بكلية الذكاء الاصطناعي- جامعة كفر الشيخ.
- 12) أ.د/ وائل إسماعيل عبد الباري، أستاذ الإعلام- كلية البنات- جامعة عين شمس.

الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمقترحات التي اتفق عليها معظم الأساتذة المحكّمين، وتمّ صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

## 2- ثبات الاستمارة:

قام الباحث بالاستعانة بمعامل اختبار ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha Coefficient لقياس ثبات الاستبانة، وقبل البدء في التطبيق النهائي للاستمارة على المبحوثين، تمّ إجراء اختبار قبلي pretest على عينة من المبحوثين قوامها (40) مفردة بواقع 10% من إجمالي العينة للشباب المصري؛ لمعرفة مدى فهم العينة لأسئلة الاستمارة، وبناءً على ذلك تمّ تعديل الاستمارة عدة مرات، بحذف بعض الأسئلة وإضافة وإعادة صياغة أخرى؛ وذلك من خلال تطبيق الاستمارة على عينة فرعية من العينة الكلية، ثمّ إعادة تطبيقها مرة أخرى على العينة نفسها، ثمّ حساب درجة الثبات من خلال مقارنة النتائج مرتي التطبيق.

### جدول (2)

نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المجال	معامل ألفا كرونباخ
معامل ألفا كرونباخ لجميع فقرات الاستبانة	0.80

تُشير بيانات جدول (2) أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مرتفعة؛ حيث جاءت قيمة معامل ألفا لجميع فقرات الاستبانة (0.80)؛ وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع، وتكون الاستبانة في صورتها النهائية قابلة للتطبيق؛ وبذلك يكون الباحث قد تأكّد من صدق استبانة الدراسة وثباتها؛ ممّا يجعلها على ثقة تامة بصحة الاستبانة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة عن أسئلة الدراسة.

### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة، تمّ إدخالها- بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثمّ جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية التالية:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- 2- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- 3- الوزن المئوي الذي يحسب من المعادلة:
- 4- الوزن المئوي = (المتوسط الحسابي  $\times 100$ ) ÷ الدرجة العظمى للعبارة.
- 5- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.30، ومتوسطة ما بين 0.30-0.70، وقوية إذا زادت عن 0.70.
- 6- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- 7- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One-way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- 8- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (LSD: Least Significance Difference) لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائية بينها.
- 9- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر؛ أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

النتائج العامة للدراسة الميدانية:

1- مدى متابعة طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (2)

مدى متابعة طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	مدى المتابعة
0.537	2.67	69.8	279	دائماً
		27	108	أحياناً
		3.2	13	نادراً
		100	400	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: جاءت الإجابة (دائماً) بنسبة (69.8%) في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية (أحياناً) بنسبة (27%)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الإجابة (نادراً) بنسبة بلغت (02%).

يتضح مما سبق أيضاً أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تمثل أهمية كبيرة في الوقت الحالي بين الشباب وخاصة الشباب الجامعي، وهذه النتيجة اتفقت ودراسة (العنود بنت هادي موسى، 2019)<sup>(52)</sup> والتي توصلت إلى أن الشباب يقومون باستخدام الإعلام الجديد لرفع الوعي لديهم، وأن الإعلام الجديد يوفر احتياجات الشباب في سبيل تحقيق أهدافهم العلمية، واتفقت أيضاً ودراسة (محمود مهني، 2015)<sup>(53)</sup> والتي جاء فيها ارتفاع معدل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي إما بشكل دائم وإما أحياناً بين الشباب عينة الدراسة؛ حيث إن النسبة الأكبر من عينة الدراسة يستخدمون تلك المواقع بشكل دائم بنسبة بلغت 86.6%، وأكدت نتائج الدراسة أن الطالبات أكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم من الذكور.

## 2- أهم مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في استخدام برامج الذكاء الاصطناعي.

جدول (3)

أهم مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في استخدام برامج الذكاء الاصطناعي

ك	ك	أهم مواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الرقمية
66.8	267	فيسبوك
57.3	229	واتساب
46.3	185	إنستجرام
38.5	154	تيك توك
32.8	131	يوتيوب
29.5	118	جوجل بلس
18.8	75	تطبيقات منصات الصحف الرقمية
18.3	73	تطبيقات منصات القنوات التلفزيونية الرقمية
17.5	70	المنتديات الإلكترونية
14.3	57	تويتر
400		الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: الفيسبوك جاء في مقدمة أهم التطبيقات الرقمية التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في استخدام برامج الذكاء الاصطناعي بنسبة بلغت 66.8%، يليه في الترتيب الثاني الواتساب بنسبة بلغت 57.3%، يليه في الترتيب الثالث الإنستجرام بنسبة بلغت 46.3%، وجاء في الترتيب الرابع التيك توك بنسبة 38.5%، يليه اليوتيوب في الترتيب الخامس بنسبة بلغت 32.8%، وجاء جوجل بلس في الترتيب السادس، ثم جاءت بقية التطبيقات الرقمية بنسب مختلفة متقاربة بدرجات أقل فجاءت تطبيقات منصات الصحف الرقمية بنسبة بلغت 18.8%، يليها بنسبة متقاربة تطبيقات منصات القنوات التلفزيونية الرقمية بنسبة 18.3%، ثم المنتديات الإلكترونية بنسبة 17.5%، وفي الترتيب الأخير جاء تويتر بنسبة 14.3%.

ويتضح من نتائج الجدول السابق أيضاً أن الفيسبوك جاء في مقدمة التطبيقات الرقمية التي يعتمد عليها الشباب الجامعي المصري في استخدام

برامج الذكاء الاصطناعي بسبب سهولة الوصول إلى أخبار متنوعة من مصادر مختلفة، وذلك من خلال الاشتراك في الصفحات الرسمية للعديد من القنوات والصحف، بالشكل الذي يسمح بتوفير أكبر قدر من المعلومات وسهولة الوصول إليها.

وهو ما يتفق مع نتائج الدراسات السابقة، مثل دراسة (سماح محمد محمدي، 2012)<sup>(54)</sup> والتي أكدت أن ترتيب أسباب إقبال الشباب على موقع الفيس بوك واحتلاله المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات بين الشباب الجامعي كان بسبب: (إمكانية التعليق والمشاركة على الأخبار- فورية المعلومات والتحديث المستمر للمحتوى- الرغبة في معرفة آراء الأصدقاء في القضايا والأحداث المختلفة- سهولة الوصول للمعلومات)، واتفقت أيضاً ودراسة (آية محمد علي، 2017)<sup>(55)</sup>، والتي جاء فيها أن من يفضلون استخدام الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي جاء في الترتيب الأول بنسبة بلغت 37.3%، يليه تويتر ثم يوتيوب، واتفقت هذه النتيجة أيضاً ودراسة (ريم الجابري، 2017)<sup>(56)</sup>، والتي توصلت إلى أن موقع فيس بوك جاء في الترتيب الأول من ضمن الوسائل التي يستخدمها الشباب المصري لمتابعة المضامين السياسية بنسبة 19.7% ثم تويتر بنسبة 17%، واتفقت أيضاً ودراسة (أفنان طلعت عرفة، 2015)<sup>(57)</sup>، والتي كان من أبرز نتائجها أن جاء الفيسبوك في الترتيب الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الأهمية بنسبة 94,8%، يليه موقع جوجل بلس، ثم موقع لينكد إن بنسبة 3,3%.

بينما اختلفت نتيجة هذه الدراسة ودراسة (أسماء مسعد عبد المجيد، 2011)<sup>(58)</sup>، والتي جاء فيها موقع اليوتيوب هو الأكثر شعبية في الاستخدام بين الشباب المصري، واختلفت أيضاً ودراسة (سعود عيد محمد العجمي، 2016)<sup>(59)</sup>، والتي جاء فيها موقع "تويتر" في المرتبة الأولى كأكثر شبكة تواصل اجتماعي تفضيلاً لدى الشباب الجامعي في دولة الكويت، بينما حلّ الفيسبوك في المرتبة الخامسة من قبل الشباب عينة الدراسة.

### 3 . عدد الساعات التي يقضيها الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي يوميا . جدول (4)

متوسط عدد الساعات التي يقضيها الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي يوميا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	التكرار والنسبة المئوية
				متوسط عدد الساعات
1.189	3.52	5	20	أقل من ساعة
		17	68	من ساعة إلى أقل من ساعتين
		24.8	99	من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات
		27.2	109	من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات
		26	104	خمس ساعات فأكثر
		100	400	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق أن: متوسط عدد الساعات التي يقضيها الشباب الجامعي المصري على مواقع التواصل الاجتماعي يوميا جاء في المرتبة الأولى (من ثلاث ساعات إلى أقل من خمس ساعات) بنسبة 27.2%، وفي المرتبة الثانية جاء (خمس ساعات فأكثر) بنسبة 26%، وفي المرتبة الثالثة جاء (من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات) بنسبة 17%، وفي المرتبة الرابعة جاء (من ساعة إلى أقل من ساعتين) بنسبة (6.9%)، وأخيراً جاءت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي أقل من ساعة بنسبة 5%.

وهذه النتائج تؤكد ارتفاع معدلات التعرض اليومية لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الشباب الجامعي رغبة منهم في متابعة الأحداث الجارية عبر تلك المواقع؛ لأنه لا يجد ما يشبع رغباته في معرفة الحقائق عبر وسائل الإعلام التقليدية، كما يعزو الباحث هذه النسبة إلى الانتشار الواسع لمختلف وسائل التكنولوجيا التي تمكن المستخدمين من الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي بكل سهولة ويسر، مثل (أجهزة الحاسب الآلي، والحواسيب المحمولة، والتابلت، والهواتف الذكية بمختلف أنواعها وأنظمتها سواء كانت (Ios أو Android)، فضلاً عن التحديثات المستمرة والمتطورة في برامج تلك الأدوات التكنولوجية، والتي سهلت على المستخدمين الولوج إلى مواقع التواصل الاجتماعي من أي جهاز ومن أي مكان وزمان بشرط توفر شبكة إنترنت فقط.

4. أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يفضلها الشباب الجامعي.  
جدول (5)

أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يفضلها الشباب الجامعي

الترتيب	النسبة	تكرار والنسبة	أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي
1	40.5	162	تطبيقات معالجة الصور والفيديوهات.
2	38.0	152	روبوتات الدردشة التفاعلية Bot Chat.
3	37.0	148	المحتوى الذكي Content Smart.
4	29.8	119	الكتابة بالذكاء الاصطناعي.
5	28.3	113	تقنية الواقع الافتراضي (عبارة عن محاكاة تفاعلية تتيح للمستخدم فرصة خوض تجارب مختلفة).
6	23.5	94	تقنية الواقع المعزز (AR) هي تقنية تنقل المشاهد بعرض ثنائي أو ثلاثي الأبعاد.
400		الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق أن: أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يفضلها الشباب الجامعي المصري والأكثر استخداماً في مصر هي تطبيقات معالجة الصور والفيديوهات بنسبة 40.5% في الترتيب الأول؛ وهذا يعكس اهتمام الشباب بالمحتوى الرقمي والتعديلات البصرية، سواء لأغراض ترفيهية أو تعليمية، يليه في الترتيب الثاني روبوتات الدردشة التفاعلية Bot Chat بنسبة 38%؛ وهذا يُشير إلى اعتماد الشباب على هذه التقنيات في التفاعل مع المنصات الاجتماعية المختلفة، وجاء في الترتيب الثالث بفارق بسيط المحتوى الذكي Content Smart بنسبة 37%؛ مما يعكس أهمية الأدوات الذكية في إنشاء المحتوى وتحليله، ثم جاءت الكتابة بالذكاء الاصطناعي بنسبة 29.8% في الترتيب الرابع، وهذا مؤشر قوي على استخدام الشباب لهذه التقنية للمساعدة في الكتابة الإبداعية والأكاديمية، وجاءت تقنية الواقع الافتراضي (عبارة عن محاكاة تفاعلية تتيح للمستخدم فرصة خوض تجارب مختلفة) في الترتيب الخامس بنسبة 28.3%، وأخيراً جاء تقنية الواقع المعزز (AR) هي تقنية تنقل المشاهد بعرض ثنائي أو ثلاثي الأبعاد بنسبة 23.5%.

واختلفت هذه النتيجة ودراسة (وجدي حلمي عبد الظاهر، 2024)<sup>(60)</sup>، والتي توصلت إلى أن أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يفضلها الشباب الجامعي المصري جاء تطبيق (Socratic) بدرجة كبيرة في الترتيب الأول بمتوسط 2.66، يليه تطبيق (Otter AL) في الترتيب الثاني بمتوسط 2.44، من إدراك الشباب المصري لشراء تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تشكيل الشخصية الرقمية لديهم.

5. أهم مجالات الذكاء الاصطناعي التي يفضلها الشباب الجامعي.

#### جدول (6)

أهم مجالات الذكاء الاصطناعي التي يفضلها الشباب الجامعي

أهم مجالات الذكاء الاصطناعي	التكرار والنسبة	ك	%
الهواتف الذكية.		312	78.0
تطوير أجهزة الحاسوب.		163	40.8
التعرف على وجوه المجرمين من كاميرات المراقبة بالفيديو.		162	40.5
أجهزة الحاسوب التي تحلل السجلات الطبية للمساعدة في تشخيص المرضى.		162	40.5
التسويق الرقمي المتفاعل مع الأفراد والمتوقع لسلوكياتهم المستقبلية في مجال التجارة.		161	40.25
ألعاب الفيديو.		141	35.3
الحواسب الآلية الخاصة بالسيارات الحديثة.		119	29.8
الروبوتات القادرة على اتخاذ القرارات.		101	25.3
صنع السيارات ذاتية القيادة التي يمكن أن تتكيف مع ظروف الطرق وحركة المرور.		89	22.3
أجهزة الطيران الآلية التحكم بدون طيار ذاتية التوجيه.		71	17.8
الإجمالي		400	

تُشير بيانات الجدول السابق إلى أن: الهواتف الذكية جاءت في مقدمة "أهم مجالات الذكاء الاصطناعي التي يفضلها الشباب الجامعي والأكثر استخداماً في مصر" بنسبة 78%، وجاء في الترتيب الثاني "تطوير أجهزة الكمبيوتر" بنسبة 40.8%، يليها بفارق بسيط كل من "التعرف على وجوه المجرمين من كاميرات المراقبة بالفيديو وأجهزة الكمبيوتر التي تحلل السجلات الطبية للمساعدة في تشخيص المرضى" في الترتيب الثالث بنسبة 40.5%، وفي الترتيب الرابع بفارق بسيط "التسويق الرقمي المتفاعل مع الأفراد والمتوقع لسلوكياتهم المستقبلية في

مجال التجارة" بنسبة 40.25٪، ثم "ألعاب الفيديو" في الترتيب الخامس بنسبة 35.3٪، وأيضاً كانت النسب متقاربة بين مجالات الذكاء الاصطناعي التي يفضلها الشباب الجامعي المصري وهي الحواسيب الخاصة بالسيارات الحديثة، ثم الروبوتات القادرة على اتخاذ القرارات يليها صنع السيارات ذاتية القيادة التي يمكن أن تتكيف مع ظروف الطرق وحركة المرور وأيضاً أجهزة الطيران الآلية والتحكم بدون طيار ذاتية التوجيه، وأخيراً جاء بنسبة ضعيفة جداً "التسويق الرقمي المتفاعل مع الأفراد والمتوقع لسلوكياتهم المستقبلية في مجال التجارة".

6 . التطبيقات الرقمية الأكثر اعتماداً على برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج ونشر الأخبار الزائفة من وجهة نظر عينة الدراسة.

جدول (7)

التطبيقات الرقمية الأكثر اعتماداً على برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج ونشر الأخبار الزائفة من وجهة نظر عينة الدراسة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا		أحيانا		دائما		درجة الموافقة أهم التطبيقات
			%	ك	%	ك	%	ك	
79.8	79.8	79.8	13.8	55	33	132	53.2	213	التيك توك
77.8	77.8	77.8	13.5	54	39.5	158	47	188	فيسبوك
73	73	73	16.8	67	47.5	190	35.7	143	يوتيوب
71.7	71.7	71.7	15.3	61	54.4	218	30.3	121	إنستجرام
70.9	70.9	70.9	19.3	77	48.7	195	32	128	تويتر
69	69	69	30.5	122	32	128	37.5	150	تطبيقات منصات القنوات التلفزيونية الرقمية
66.3	66.3	66.3	30.3	121	40.7	163	29	116	المواقع الإلكترونية للضوابط الإخبارية
65.4	65.4	65.4	32.3	129	39.2	157	28.5	114	المواقع الإلكترونية للصحف
400									الإجمالي

تُشير بيانات الجدول السابق إلى أن: التيك توك جاء في مقدمة التطبيقات الرقمية الأكثر اعتماداً على برامج الذكاء الاصطناعي في إنتاج ونشر الأخبار الزائفة من قبل

عينة الدراسة؛ حيث بلغت نسبة الوزن النسبي 79.8 باتجاه عام دائماً بنسبة موافقة بلغت 53.2% وأحياناً بنسبة 33% ونادراً بنسبة 13.8%، وتُعد هذه النتيجة منطقية؛ نظراً للإقبال الكبير على استخدام الشباب لتطبيق التيك توك؛ لأنه يتيح للشباب الفرصة للتعبير عن ذاتهم بحرية، يليها في الترتيب الثاني موقع الفيسبوك بوزن نسبي 77.8 باتجاه عام دائماً؛ حيث جاءت أن لها دوراً في صناعة ونشر الأخبار المضللة (المفبركة) بنسبة 47%، وأحياناً بنسبة 39.5%، ثم نادراً بنسبة 13.5%، ويُعد موقع الفيس بوك من المواقع الاجتماعية الشهيرة والتي تتمتع بنسبة متابعة كبيرة لدى عدد كبير من الجمهور لتمييزه بإمكانية متابعة القضايا ونشر اليوميات المختلفة، كذلك لاختلاف محتوياته النصية والصور والفيديوهات، كما يمكن أن يعتمد على أخبار مضللة من خلال محتواه سوء صور مفبركة أو فيديوهات.

وجاء في الترتيب الثالث موقع يوتيوب بوزن نسبي 73 باتجاه عام (أحياناً) بنسبة 47.5% أما دائماً جاء بنسبة 35.7%، ونادراً 16.3%؛ وذلك يرجع إلى أن اليوتيوب بمثابة مكتبة رقمية أرشيفية بها العديد من المواد التليفزيونية المختلفة من برامج- أخبار- إعلانات- أفلام- أغاني... وهكذا، ويتيح الموقع بعد انتهاء عرض كل فيديو مجموعة من الفيديوهات المقترحة المتعلقة بالفيديو السابق ليراها الجمهور إذا أراد ذلك؛ ونظراً للتأثير القوي للصورة على استجابة الأفراد فإن ذلك يجعل لهذا الموقع ميزة تنافسية في كافة المجالات.

يليه في الترتيب الرابع موقع إنستجرام بوزن نسبي 71.7 باتجاه عام (أحياناً) بنسبة 54.4%، أما دائماً جاء بنسبة 30.3%، ونادراً 15.3%، وجاء في الترتيب الخامس موقع تويتر بوزن نسبي 70.9 باتجاه عام (أحياناً) بنسبة 48.7% ودائماً بنسبة 32% ونادراً بنسبة 19.3%.

في الترتيب السادس جاءت تطبيقات منصات القنوات التليفزيونية الرقمية بوزن نسبي 69 باتجاه عام (دائماً) بنسبة 37.3%، يليه في الترتيب المواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية بوزن نسبي 66.3 وفي النهاية جاءت المواقع الإلكترونية للصحف بوزن نسبي 65.4.

واتفقت هذه النتيجة ودراسة (وجدي حلمي عبد الظاهر، 2024)<sup>(61)</sup>، التي توصلت إلى أن أهم التطبيقات الرقمية الأكثر اعتماداً على برامج الذكاء الاصطناعي لدى الشباب جاء التيك توك في الترتيب الأول بمتوسط بلغ وزن نسبي 2.63، يليه فيس بوك في الترتيب الثاني بمتوسط 2.58، ثم الانستجرام في الترتيب الثالث بمتوسط 2.51.

7. أسباب استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي.

#### جدول (8)

أسباب استخدام الشباب الجامعي عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي

الأسباب	التكرار والنسبة	ك	%
أسباب استخدام التطبيقات الرقمية			
تمكنني من الحصول على معلومات جديدة ووفيرة بسرعة وسهولة.	285	71.3	
للترفيه والتسلية.	214	53.5	
للتواصل الاجتماعي مع الآخرين.	202	50.5	
لأغراض الدراسة والبحث.	168	42.0	
مشاركة نشر الصور ومقاطع الفيديوها مع الأصدقاء والأقارب.	120	30.0	
تساعدني في صقل خبراتي واكتساب المعرفة من خلال عرض تجارب أصدقاء مواقع التواصل الاجتماعي.	119	29.8	
للإفادة من آراء الآخرين.	110	27.5	
تمنحني فرصة لمطالعة وقراءة كل جديد في عالم العلم والمعرفة.	101	25.3	
محاولة الهروب من مواجهة الآخرين.	74	18.5	
تشبع مواقع التواصل الاجتماعي رغباتي وحاجاتي النفسية والعاطفية.	66	16.5	
تخطي حاجز الخجل والحديث بحرية أمام الآخرين.	42	10.5	
لطبيعة عملي.	25	6.3	
الإجمالي		400	

توضح نتائج الجدول السابق حول أسباب استخدام عينة الدراسة للتطبيقات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي على عدة نتائج مهمة، منها:  
أن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي (71.3%) يستخدمون تلك التطبيقات؛ لأنها تمكنهم من الحصول على معلومات جديدة ووفيرة بسرعة وسهولة، وكانت النسبة

مقاربة بين الشباب الذين يستخدمونها للترفيه والتسلية بنسبة 53.5%؛ ويرجع الباحث هذه النسبة إلى أنه بالرغم من التطور المتلاحق لمحتوى وأدوات مواقع التواصل الاجتماعي فإن معظم المستخدمين يقومون بإدراجها في المقام الأول تحت بند الترفيه والتسلية وقت الفراغ؛ نظراً لانتشار الصفحات (Pages) والمجموعات (Groups) التي تهتم بالمحتويات الساخرة أو نشر الفيديوهات الكوميديا التي تعمل على جذب شريحة عريضة من مختلف الفئات والأعمار من المستخدمين؛ مما يوضح أن برامج الذكاء الاصطناعي في مصر تُعد وسيلة ترفيهية بالأساس، ومن يستخدمونها للتواصل الاجتماعي مع الآخرين بنسبة 50.5%، يليها من يستخدمونها لأغراض الدراسة والبحث بنسبة 42%، يليها بنسبة 30% لمشاركة نشر الصور ومقاطع الفيديوهات مع الأصدقاء والأقارب.

وأيضاً كانت النسب متقاربة بين عدة أسباب أخرى، وهي أنها تساعدهم في صقل خبراتهم واكتساب المعرفة من خلال عرض تجارب أصدقاء مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 29.8% ثم للاستفادة من آراء الآخرين بنسبة 27.5%، وأنها تمنحهم فرصة لمطالعة وقراءة كل جديد في عالم العلم والمعرفة بنسبة 25.3%، وكانت الأسباب الأقل اختياراً هي أن محاولة الهروب من مواجهة الآخرين بنسبة 18.5%، يليها تشبع مواقع التواصل الاجتماعي رغباتي وحاجاتي النفسية والعاطفية، ثم إنها تخطي حاجز الخجل والحديث بحرية أمام الآخرين، وأخيراً لطبيعة عملي.

وهذا يدل على أن الشباب الجامعي يحاول أن يكون مطلعاً على ما يدور في مجتمعه ومعرفة ما يشغل الرأي العام، ومن أهم أسباب الاهتمام والمتابعة لوسائل التواصل الاجتماعي هي سرعة الوصول إلى الأخبار ومتابعتها والتواصل مع الآخرين، وهو ما يتفق مع نتائج الدراسات السابقة كدراسة (ثامر الديجاني، 2022)<sup>(62)</sup>، والتي توصلت إلى تعدد أسباب استخدام الشباب الكويتي لمواقع التواصل الاجتماعي، وتشمل التفاعل مع ذوي الاهتمام المشترك، واكتساب القيم، والاطلاع على الأخبار المحلية

والإقليمية والدولية لحظة حدوثها، وكذلك تكوين أصدقاء من دول أجنبية، وإتاحة الفرصة للمناقشات وتبادل وجهات النظر، هذا إلى جانب التعرف على الأحداث على مستوى الكويت أو دول العالم، والاطلاع على الأخبار والأحداث الموثقة بالصور والفيديوهات التي تعرضها شبكات التواصل الاجتماعي والتسلية وضياع الوقت، كما اتفقت تلك النتيجة ودراسة (نورهان رجب أحمد حسن، 2017)<sup>(63)</sup>، والتي توصلت إلى أن دافع التسلية والترفيه جاء في مقدمة دوافع استخدام الطلاب لموقع فيس بوك بنسبة 61.72%، وأن هناك نسبة 81.25% من أفراد العينة يقومون بالتسجيل على موقع فيس بوك باسمهم الحقيقي ومعلومات صحيحة عنهم، واتفقت أيضاً ودراسة (مطر عبد الله، 2018)<sup>(64)</sup>، والتي توصلت إلى أن أهم دوافع استخدام الشباب السعودي لمواقع التواصل الاجتماعي تتمثل في الترفيه والتسلية وقضاء وقت الفراغ، ثم للحصول على الأخبار والمعلومات، ثم للعلاقات الاجتماعية مع الأصدقاء والأقارب.

8. مدى ثقة أفراد عينة الدراسة في المحتوى المنتج بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (9)

مدى ثقة أفراد عينة الدراسة في المحتوى المنتج بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	التكرار والنسبة	مدى الثقة
0.721	2.34	48.5	194		أثق إلى درجة كبيرة
		36.7	147		أثق إلى حد ما
		14.8	59		لا أثق إطلاقاً
		100	400		الإجمالي

تُشير بيانات الجدول السابق إلى مدى ثقة أفراد عينة الدراسة في المحتوى المنتج بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي 2.34، وانحراف معياري بلغ 0.721.

فوجد أن (48.50%) من الشباب الجامعي عينة الدراسة يثقون إلى حد كبير في هذه البرامج، يليهم من يثقون إلى حد ما في هذه البرامج؛ حيث بلغت نسبتهم (36.7%)، وفي المرتبة الثالثة جاء من لا يثقون إطلاقاً في هذه البرامج؛ حيث كانت نسبتهم (14.8%). وهذه النتائج تؤكد مدى ثقة الباحثين فيما تنشره برامج الذكاء الاصطناعي وأن ثقتهم كبيرة في تلك البرامج، فيما ينشر من أخبار قد تفيد الشباب الجامعي وتكشف النتائج عن تعاضم الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير، كما أنه بالرغم من الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في سهولة نقل المعلومات والبيانات في أي مكان وأي زمان من خلال مختلف الأجهزة التكنولوجية، فإن هذه الميزة تمثل سلاحاً ذا حدين؛ حيث إن مواقع التواصل الاجتماعي أتاحت من خلال تلك المميزات نشر الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة والدعاية رمادية اللون، والتي قد تهدد في بعض الأحيان الأمن القومي وتعمل على زعزعة الاستقرار وبلبله الرأي العام تجاه قضية أو موضوع بعينه؛ الأمر الذي يجعل المستخدمين لا يضعون ثقتهم الكاملة في مختلف المعلومات التي تمر أمامهم من الوهلة الأولى.

واختلفت هذه النتيجة ودراسة (إبراهيم محمد فرج، 2021)<sup>(65)</sup>، والتي توصلت إلى أن هناك درجة ثقة ومصداقية متوسطة في منصات التواصل الاجتماعي، ولكن اتفقت هذه النتيجة ودراسة (نوره عبد الله محمود أحمد، 2014)<sup>(66)</sup>، والتي توصلت بأن هناك ارتفاعاً في نسبة ثقة الشباب الجامعي عينة الدراسة في المعلومات التي يأخذوها من مواقع التواصل الاجتماعي.

9. تقييم مصداقية الأخبار المنتجة بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي والمنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين.  
جدول (10)

تقييم مصداقية الأخبار المنتجة بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي والمنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	التكرار والنسبة
				درجة التقييم
0.656	2.47	56	224	مصداقية عالية جداً
		35	140	مصداقية متوسطة
		9	36	غير صادقة إطلاقاً
		100	400	الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق تقييم مصداقية الأخبار المنتجة بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي والمنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين عينة الدراسة؛ وتبين أن النسبة الأكبر من الشباب الجامعي بنسبة 56% يرون أن برامج الذكاء الاصطناعي لها مصداقية عالية جداً، في حين جاءت نسبة 35% من عينة الدراسة يرون أن برامج الذكاء الاصطناعي لها مصداقية متوسطة، وجاء في الترتيب الأخير نسبة 9% من المبحوثين عينة الدراسة يرون أن تلك البرامج غير صادقة إطلاقاً.

يتضح مما سبق أن آراء عينة الدراسة في شبكات التواصل الاجتماعي تعتبر ذات موضوعية ومصداقية وتستحق المتابعة؛ فيرى الجميع أن برامج الذكاء الاصطناعي تستحق المتابعة نظراً لارتباطها بقضايا المجتمع بصورة أكثر تطوراً ومتابعة لمجريات الأحداث، وتعمل برامج الذكاء الاصطناعي على تحري الأمور لنقل الصورة الواقعية للأحداث، وتعمل برامج الذكاء الاصطناعي على تطوير وتحديث مواقعها باستمرار لتحقيق الدقة في عرض الأحداث والتفاعل معها.

وتتسق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (Pennycook & Rand (2019) التي أشارت إلى أن التكرار والاعتیاد على التعرض للأخبار يولد شعوراً بالألفة المعرفية يؤدي إلى تصديق المحتوى، حتى لو لم يكن دقيقاً. كما تؤكد نظرية الاعتماد على الوسيلة لـ Ball-Rokeach and DE Fleur أن تكرار استخدام التطبيقات والمنصات الرقمية يعزز ثقة المستخدمين بها، بغض النظر عن دقة محتواها.

وفي السياق ذاته، أوضحت دراسة (Vosoughi et al (2018)<sup>(68)</sup> أن الأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي غالباً ما تكون مقنعة بدرجة كبيرة يصعب على المتلقين، خاصة فئة الشباب، تمييزها عن الأخبار الحقيقية. وهو ما تؤكد أيضاً نتائج دراسة (Guess et al (2020)<sup>(69)</sup> التي أظهرت أن المستخدمين الأصغر سناً هم الأكثر عرضة لتصديق المحتوى الزائف؛ نتيجة ضعف مهارات التحقق الرقمي.

وتبرز هذه النتائج حاجة ماسة إلى إدراج مفاهيم التربية الإعلامية والوعي النقدي ضمن المناهج التعليمية الجامعية، خصوصاً في ظل الاعتماد المتزايد على التطبيقات الذكية في إنتاج وتوزيع المحتوى الإخباري. كما تدعو إلى ضرورة تعزيز المهارات الرقمية لدى الطلاب، بما يمكنهم من تحليل الأخبار وتمييز المحتوى الصحيح من الزائف، خاصة في عصر تتزايد فيه تقنيات التزييف والإقناع التكنولوجي.

10. تقييم عينة الدراسة لبرامج الذكاء الاصطناعي ودورها في صناعة ونشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

#### جدول (11)

تقييم عينة الدراسة لبرامج الذكاء الاصطناعي ودورها في صناعة ونشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	التكرار والنسبة	درجة التقييم
0.763	3.33	48	192		لها دور كبير
		40	160		لها دور إلى حد ما
		9	36		لها دور ضعيف
		3	12		ليس لها دور
		100	400		الإجمالي

توضح بيانات الجدول السابق رأي الباحثين عينة الدراسة في برامج الذكاء الاصطناعي ودورها في صناعة ونشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي بلغ نسبته 3.33، وانحراف معياري بلغ 0.763.

فجاء في الترتيب الأول "لها دور كبير" بنسبة 48٪، وفي الترتيب الثاني "لها دور إلى حد ما" بنسبة 40٪، وجاء في الترتيب الثالث "لها دور ضعيف" بنسبة 9٪، بينما جاءت "ليس لها دور" في الترتيب الأخير بنسبة بلغت 3٪.

ويتضح مما سبق أن برامج الذكاء الاصطناعي تؤدي دوراً كبيراً في نشر الأخبار المضللة (المفبركة) المختلفة ولها دور في صناعة ونشر الأخبار المضللة (المفبركة) في المجتمع المصري وتأثيرها عليهم تجاه مختلف القضايا والموضوعات في شتى المجالات، كما أن انتشار الأخبار المضللة (المفبركة) هو إحدى سمات عصر التكنولوجيا؛ حيث يتم التعامل مع كل شيء يدور في هذه المواقع الافتراضية على أنه معلومة بغض النظر عن صحتها أو خطئها، ويظهر ذلك من خلال نشر الصور المركبة، أو مقاطع الفيديو المعدلة، أو النصوص المكتوبة التي تعتمد على معلومات ليس لها أساس علمي ولا رسمي، ولم تصدر من جهة رسمية أو مختصة؛ مما يعمل على نشر الشائعات الإعلامية، وهو الاعتماد على التهويل المبالغ فيه في التفاصيل والأحداث المكتوبة أو المذكورة. فضلاً عن توفير برامج الذكاء الاصطناعي مساحة كبيرة لأي مستخدم لكي يبدي رأيه ويعمل على نشره دون عناء يُذكر؛ حيث يُمكن لأي شخص له حساب على تلك البرامج نشر مختلف المعلومات طبقاً لوجهة نظره وفكره وأجندته؛ سواء كانت موجهة أو غير موجهة.

11. أبرز مصادر انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي.

#### جدول (12)

أبرز مصادر انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي

أهم المصادر	التكرار والنسبة	ك	%
الأخبار مجهولة المصدر المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي.	231	57.8	
الحسابات الشخصية الوهمية.	215	53.8	
الحسابات الشخصية التي تقوم بمشاركة الأخبار من مواقع دون التأكد من صحتها.	152	38.0	
المجموعات المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي.	125	31.3	
الإجمالي	400		

تُشير بيانات الجدول السابق إلى أن أبرز مصادر انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي جاءت في المقدمة "الأخبار

مجهولة المصدر المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 57.8٪، يليها "الحسابات الشخصية الوهمية" بنسبة 53.8٪، ثم "الحسابات الشخصية التي تقوم بمشاركة الأخبار من مواقع دون التأكد من صحتها" بنسبة 38.0٪، وحلَّ في الترتيب الأخير بالنسبة لهذه المصادر جاءت "المجموعات المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة بلغت 31.3٪.

ويتضح مما سبق أن بعض المصادر المُصدرة للأخبار الزائفة والشائعات تقوم بإنشاء حسابات شخصية وهمية على مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن لسهولة كشفها مؤخرًا لوجود ما يسمى بالعلامة الزرقاء (Blue tick) مما يؤكد أنها صفحة رسمية؛ ونظرًا للإجراءات المعقدة التي تتخذها تلك الشبكات من أجل الحصول على تلك العلامة، ولكنها لجأت إلى إطلاق الأخبار الزائفة في صورة أكثر واقعية وأكثر إقناعًا عن طريق إضافة صور مركبة غير حقيقية، أو إضافة مقاطع فيديو مركبة بالحذف أو بالإضافة، أو بطريقة أخرى وهي إثارة واستفزاز بعض المستخدمين في مجموعات الحوار ( Chat conversation) مهيئة بيئة مثالية لانطلاق الشائعة ليس بالمشاركة فقط، ولكن بالتعليق والمجادلات المبنية على معلومات وأسس غير صحيحة.

## 12. التأثيرات المعرفية للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (13)

يوضح التأثيرات المعرفية للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي  
ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض جدا		معارض		محايد		موافق		موافق جدا		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	3.92	0.5	2	3	12	26.8	107	44	176	25.8	103	إضعاف القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة والزائفة؛ مما يؤدي إلى تشويش الإدراك المعلوماتي لدى الطلاب.
موافق	3.89	0.3	1	2.8	11	28.3	113	44.5	178	24.3	97	تقليل مهارات التفكير النقدي والتحليلي نتيجة التعرض المستمر للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي.
موافق	3.98	0.8	3	4	16	26.3	105	35	140	34	136	خلق تصور مشوش حول الأحداث والقضايا العامة بسبب المعلومات المضللة المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
موافق	3.93	1	4	2.5	10	29.8	119	36.5	146	30.3	121	تراجع الثقة في مصادر الأخبار الموثوقة؛ مما يؤثر على تكوين المعرفة الصحيحة لدى الطلاب.
موافق	4.03	0.5	2	2.5	10	22.8	91	42	168	32.3	129	تضليل الوعي الجمعي للطلاب الجامعيين حول القضايا الاجتماعية والسياسية نتيجة التعرض المتكرر للأخبار المزيفة.
متوسط عام 19.74 بمتوسط مرجح 3.94 موافق												الدرجة الكلية

من 1-1.80 معارض جدا، ومن 1.81-2.60 معارض، ومن 2.61-3.40 محايد، ومن 3.41-4.20 موافق،  
ومن 4.21-5 موافق جدا

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة موافقون على التأثيرات المعرفية للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط 3.94، وهي على الترتيب:

- تضليل الوعي الجمعي للطلاب الجامعيين حول القضايا الاجتماعية والسياسية نتيجة التعرض المتكرر للأخبار المزيفة في الترتيب الأول بمتوسط 4.03، يليه خلق تصور مشوش حول الأحداث والقضايا العامة بسبب المعلومات المضللة المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الترتيب الثاني بمتوسط 3.98، وجاء في الترتيب الثالث تراجع الثقة في مصادر الأخبار الموثوقة؛ مما يؤثر على تكوين المعرفة الصحيحة لدى الطلاب بمتوسط 3.93، يليه في الترتيب الرابع لإضعاف القدرة على التمييز بين الأخبار الصحيحة والزائفة؛ مما يؤدي إلى تشويش الإدراك المعلوماتي لدى الطلاب بمتوسط 3.92، وجاء تقليل مهارات التفكير النقدي والتحليلي نتيجة التعرض المستمر للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي في الترتيب الأخير بمتوسط بلغ 3.89.

13. التأثيرات الوجدانية للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

#### جدول (14)

يوضح التأثيرات الوجدانية للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي  
ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض جداً		معارض		محايد		موافق		موافق جداً		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	3.94	0.8	3	4.3	17	24.5	98	41	164	29.5	118	الشعور بالارتباك والضياع المعرفي نتيجة عدم القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة؛ مما يؤدي إلى اضطراب الإدراك وفقدان اليقين.

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض جداً		معارض		محايد		موافق		موافق جداً		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	3.85	1.8	7	4.5	18	30.5	122	33.3	133	30	120	تزايد مشاعر القلق والتوتر بسبب التعرض المستمر للأخبار المزيفة التي تثير المخاوف وتشر الشائعات حول الأوضاع السياسية والاجتماعية.
موافق	3.95	1	4	4.3	17	25.3	101	37.5	150	32	128	الإحساس بفقدان الثقة بالمجتمع الإعلامي؛ مما يولد حالة من الاغتراب النفسي والانفصال عن مصادر الأخبار التقليدية.
موافق	3.93	1	4	4.3	17	28.3	113	34.3	137	32.3	129	الاستنارة العاطفية الزائدة عند التفاعل مع الأخبار الزائفة؛ مما يؤدي إلى ردود فعل مبالغ فيها أو غير عقلانية تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية.
موافق	3.83	1.8	7	6.5	26	29	116	32.3	129	30.5	122	الشعور بالإحباط واليأس نتيجة الإدراك المتزايد بأن الأخبار المضللة تُستخدم كأداة للتلاعب بالرأي العام؛ مما يؤثر على التصورات الشخصية للعالم.

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض جداً		معارض		محايد		موافق		موافق جداً		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	3.76	3.3	13	7.3	29	27.8	111	28.3	134	28.3	113	تزايد الشعور بالعجز وعدم القدرة على التأثير في الواقع نتيجة الإدراك بأن المعلومات المتاحة قد تكون مزورة أو مشوهة.
موافق	3.74	2.3	9	7.5	30	29.8	119	35	140	25.3	102	التبدل العاطفي وانخفاض الحافز للبحث عن الحقيقة بسبب الاعتياد على الأخبار المزيفة وتكرار التعرض لها.
موافق	3.65	2	8	10.3	41	30.8	123	34.8	139	22.3	89	تصاعد مشاعر الشك والريبة في العلاقات الاجتماعية نتيجة انتشار الأخبار المزيفة التي تستهدف أشخاصاً أو جهات معينة؛ مما يخلق حالة من عدم الأمان الاجتماعي
متوسط عام 30.66 بمتوسط مرجح 3.83 موافق												الدرجة الكلية

من 1-1.80 معارض جداً، ومن 1.81-2.60 معارض، ومن 2.61-3.40 محايد، ومن 3.41-4.20 موافق، ومن 4.21-5 موافق جداً

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة موافقون على التأثيرات الوجدانية للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط 3.83، وهي على الترتيب:

- الإحساس بفقدان الثقة بالمجتمع الإعلامي؛ مما يوِّد حالة من الاغتراب النفسي والانفصال عن مصادر الأخبار التقليدية. في الترتيب الأول بمتوسط 3.95، يليه في

الترتيب الثاني الشعور بالارتباك والضياع المعرفي نتيجة عدم القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية والمزيفة؛ مما يؤدي إلى اضطراب الإدراك وفقدان اليقين بمتوسط 3.94، وفي الترتيب الثالث جاء الاستثارة العاطفية الزائدة عند التفاعل مع الأخبار الزائفة؛ مما يؤدي إلى ردود فعل مبالغ فيها أو غير عقلانية تجاه القضايا الاجتماعية والسياسية بمتوسط 3.93، وجاء تزايد مشاعر القلق والتوتر بسبب التعرض المستمر للأخبار المزيفة التي تثير المخاوف وتشر الشائعات حول الأوضاع السياسية والاجتماعية في الترتيب الرابع بمتوسط 3.85، ثم، ثم جاء الشعور بالإحباط واليأس نتيجة الإدراك المتزايد بأن الأخبار المضللة تُستخدم كأداة للتلاعب بالرأي العام؛ مما يؤثر على التصورات الشخصية للعالم، في الترتيب الخامس بمتوسط 3.83، ثم جاء في الترتيب السادس تزايد الشعور بالعجز وعدم القدرة على التأثير في الواقع نتيجة الإدراك بأن المعلومات المتاحة قد تكون مزورة أو مشوهة بمتوسط 3.76، يليه في الترتيب السابع التبدل العاطفي وانخفاض الحافز للبحث عن الحقيقة بسبب الاعتياد على الأخبار المزيفة وتكرار التعرض لها بمتوسط 3.74، وجاء في الترتيب الأخير تصاعد مشاعر الشك والريبة في العلاقات الاجتماعية نتيجة انتشار الأخبار المزيفة التي تستهدف أشخاصاً أو جهات معينة؛ مما يخلق حالة من عدم الأمان الاجتماعي بمتوسط 3.65.

## 14. التأثيرات السلوكية للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل.

جدول (15)

يوضح التأثيرات السلوكية للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي  
ن=400

الاتجاه	المتوسط المرجح	معارض جدا		معارض		محايد		موافق		موافق جدا		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
موافق	3.75	0	0	10.8	43	27	108	38.5	154	23.8	95	زيادة معدلات مشاركة الأخبار دون تحقق؛ مما يفاقم انتشار الأخبار الزائفة داخل المجتمع الجامعي.
موافق	3.59	0	0	11.8	47	37.8	151	30	120	20.5	82	الانسحاب من النقاشات العامة خوفاً من الوقوع في التضليل أو نشر معلومات غير صحيحة.
موافق	3.53	0	0	15.3	61	35.5	142	30	120	19.3	77	تعزيز الانقسامات الفكرية داخل البيئة الجامعية بسبب التفاعل غير النقدي مع الأخبار المضللة.
موافق	3.74	0	0	10.8	43	30.5	122	33	132	25.8	103	الاندفاع في اتخاذ مواقف متطرفة بناءً على أخبار كاذبة دون التأكد من صحتها.
موافق	3.92	0	0	3.8	15	30.5	122	35.5	142	30.3	121	التأثير على العلاقات الاجتماعية بين الطلاب من خلال نشر الشائعات المستندة إلى الأخبار المزيفة.
متوسط عام 18.54 بمتوسط مرجح 3.71 موافق												الدرجة الكلية

من 1-1.80 معارض جدا، ومن 1.81-2.60 معارض، ومن 2.61-3.40 محايد، ومن 3.41-4.02 موافق، ومن 4.21-5 موافق جدا

يتضح من الجدول السابق أن أفراد العينة موافقون على التأثيرات السلوكية للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط 3.71، وهي على الترتيب:

- التأثير على العلاقات الاجتماعية بين الطلاب من خلال نشر الشائعات المستددة إلى الأخبار المزيفة، في الترتيب الأول بمتوسط 3.92، وجاءت زيادة معدلات مشاركة الأخبار دون تحقق؛ مما يفاقم انتشار الأخبار الزائفة داخل المجتمع الجامعي، في الترتيب الثاني بمتوسط 3.75، ثم الاندفاع في اتخاذ مواقف متطرفة بناء على أخبار كاذبة دون التأكد من صحتها، في الترتيب الثالث بمتوسط 3.74، يليه الانسحاب من النقاشات العامة خوفاً من الوقوع في التضليل، أو نشر معلومات غير صحيحة في الترتيب الرابع بمتوسط 3.59، وجاء تعزيز الانقسامات الفكرية داخل البيئة الجامعية بسبب التفاعل غير النقدي مع الأخبار المضللة، في الترتيب الخامس بمتوسط 3.53، تؤكد هذه النتائج نجاح المواقع الإخبارية الإلكترونية في التأثير على أفراد العينة فيما يتعلق بسلوكهم نحو حمايتهم من استغلال تطبيق الديب فيك لإنتاج محتوى لهم بدون إذنهم.

## 15. استراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج

الذكاء الاصطناعي من وجهة المبحوثين عينة الدراسة.

جدول (16)

استراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي من وجهة المبحوثين عينة الدراسة

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نادرا		أحيانا		دائما		درجة التقييم	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
67.4	0.79	2.02	30	120	37.8	151	32.2	129	أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي الزائف مصحوبا بما يؤكد زيفه ويصحح الأكاذيب المتضمنة به.	
66.5	0.776	2	30.3	121	40	160	29.7	119	أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي الزائف مصحوبا برؤية تحليلية أو نقدية توضح أوجه القصور أو عدم المنطقية أو التناقض به.	
63.2	0.735	1.9	32.8	131	45	180	22.2	89	أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي من خلال سؤال أو أكثر عنه، لأنى أشك أنه زائف.	
62.8	0.773	1.89	36.3	145	39	156	24.7	99	أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي الزائف في سياق ساخر باستخدام رموز أو تعبيرات أو صور تفيد التهكم منه.	
62.4	0.814	1.87	40.3	161	32.3	129	27.4	110	أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي دون التفكير في موضوعه، وبعد ذلك أكتشف أنه زائف.	
59.9	0.72	1.8	38	152	44.3	177	17.7	71	أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي مصحوبا بما يفيده تأييده، وبعد ذلك أكتشف أنه زائف.	
55.8	0.739	1.67	49	196	34.8	139	16.2	65	أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي الزائف لتحقيق أهداف شخصية أو اجتماعية.	
400									الإجمالي	

تُشير بيانات الجدول السابق إلى استراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة على عدة نتائج مهمة، وكانت النتائج كالتالي:

جاءت عبارة "أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي الزائف مصحوباً بما يؤكد زيفه ويصح الأكاذيب المتضمنة به" في الترتيب الأول بوسط حسابي (2.02) ووزن نسبي (67.4)، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة "أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي الزائف مصحوباً برؤية تحليلية أو نقدية توضح أوجه القصور أو عدم المنطقية أو التناقض به" بوسط حسابي (2) ووزن نسبي (66.5)، وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة "أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي من خلال سؤال أو أكثر عنه، لأنني أشك أنه زائف" بوسط حسابي (1.9) ووزن نسبي (63.2).

ثم جاءت في المرتبة الرابعة عبارة "أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي الزائف في سياق ساخر باستخدام رموز، أو تعبيرات، أو صور تفيد التهكم منه" بوسط حسابي (1.89) ووزن نسبي (62.8)، وجاء في المرتبة الخامسة عبارة "أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي دون التفكير في موضوعه، وبعد ذلك أكتشف أنه زائف" بوسط حسابي (1.87) ووزن نسبي (62.4)، وجاءت عبارة "أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي مصحوباً بما يفيد تأييده، وبعد ذلك أكتشف أنه زائف" في الترتيب السادس بوسط حسابي (1.8) ووزن نسبي (59.9)، وفي الترتيب السابع جاءت عبارة "أقوم بمشاركة المحتوى الرقمي الزائف لتحقيق أهداف شخصية أو اجتماعية" بوسط حسابي (1.67) ووزن نسبي (55.8).

16. أهم الآليات والاستراتيجيات الفعّالة للحد من الأخبار الزائفة عبر برامج الذكاء الاصطناعي المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة.

جدول (17)

أهم الآليات والاستراتيجيات الفعّالة للحد من الأخبار الزائفة عبر برامج الذكاء الاصطناعي المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة.

أهم الوسائل	التكرار والنسبة	ن	%
عدم ترديد الأخبار مجهولة المصدر أو مشاركتها عبر الحسابات والصفحات والمجموعات في شبكات التواصل الاجتماعي.	288	72.0	
إنشاء مرصد للشائعات وللأخبار الزائفة لنفيها وتكذيبها.	240	60.0	
مواجهة الأخبار الزائفة بالحقائق والبيانات الرسمية من الجهات ذات الاختصاص عبر منصاتهم الرقمية الرسمية.	238	59.5	
إعداد قائمة سوداء بأسماء مروجي الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	204	51.0	
فرض قوانين صارمة لدحض نشر الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.	174	43.5	
نشر الثقافة الإخبارية الإعلامية بين المستخدمين والتوعية بكيفية التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار الزائفة.	141	35.3	
كل ما سبق.	0	0	
الإجمالي	400		

تُشير بيانات الجدول السابق إلى أهم الآليات والاستراتيجيات الفعّالة للحد من الأخبار الزائفة عبر برامج الذكاء الاصطناعي المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين عينة الدراسة؛ حيث جاء في المقدمة "عدم ترديد الأخبار مجهولة المصدر أو مشاركتها عبر الحسابات والصفحات والمجموعات في شبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة 72%، وفي المرتبة الثانية "جاء إنشاء مرصد للشائعات وللأخبار الزائفة لنفيها وتكذيبها" بنسبة 60%، وفي المرتبة الثالثة "جاء مواجهة الأخبار الزائفة بالحقائق والبيانات الرسمية من الجهات ذات الاختصاص عبر منصاتهم الرقمية الرسمية" بنسبة 59.5%، يليها في المرتبة الرابعة "إعداد قائمة سوداء بأسماء مروجي الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 51.0%، وفي المرتبة الخامسة "جاء فرض قوانين صارمة لدحض نشر الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 43.5%، وفي المرتبة السادسة

والأخيرة "جاء نشر الثقافة الإخبارية الإعلامية بين المستخدمين والتوعية بكيفية التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار الزائفة" بنسبة 35.3%.

17. تقييم عينة الدراسة لدى فاعلية الإجراءات الرادعة للحد من نشر الأخبار الزائفة (المنتجة بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي).

جدول (18)

تقييم عينة الدراسة لدى فاعلية الإجراءات الرادعة للحد من نشر الأخبار الزائفة (المنتجة بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي)

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	%	ك	التكرار والنسبة	درجة التقييم
1,136	2,55	22.2	89	نعم	
		40.2	161	إلى حد ما	
		7.8	31	لا	
		29.8	119	لا أعرف	
		100	400	الإجمالي	

توضح بيانات الجدول السابق رأي الباحثين في مدى فاعلية الإجراءات الرادعة للحد من نشر الأخبار الزائفة (المنتجة بواسطة برامج الذكاء الاصطناعي) الرقمية، فجاء في المرتبة الأولى (إلى حد ما) بنسبة 40.2%، يليه في الترتيب الثاني (لا أعرف) بنسبة 29.8%؛ وترجع تلك النسبة إلى جهل معظم مستخدمي برامج الذكاء الاصطناعي بشكل عام وبعض مروجي الأخبار الزائفة بشكل خاص مدى خطورة ما يفعلوه من جرم في حق الدولة والشعب على حد سواء، معتمدين على عدم علمهم بقوانين الجرائم الإلكترونية المصرية.

وجاءت فئة (نعم) بنسبة 22.2%، وترجع هذه النسبة أن بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يقومون بالاطلاع والبحث عن ماهية مفهوم الجرائم الإلكترونية والنشر الإلكتروني، والعمل على تنفيذها في محاولة منهم للحذر من الوقوع تحت طائلة القانون، وجاءت فئة (لا) بنسبة 7.8%؛ وترجع هذه النسبة إلى أنه لا توجد نصوص واضحة في قانون جرائم المعلومات الإلكترونية التي تتعلق بكل الأخبار الزائفة التي يتم ترويجها على المستوى الإلكتروني.

## 18 - مقياس الاغتراب النفسى لدى طلاب الجامعات المصرية المستخدمين للتطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي.

جدول (19)

مقياس الاغتراب النفسى لدى طلاب الجامعات المصرية المستخدمين للتطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي

الوزن النسبى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابى	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
82.8	0.729	2.49	14	56	23.5	94	62.5	250	أفضل العنف على المسالمة وأهاجم من يعارضنى.
82.2	0.711	2.47	12.8	51	28	112	59.2	237	أعتقد أن الغش في الامتحان ضرورة حتى أحصل على النجاح.
81	0.719	2.43	13.5	54	30	120	56.5	226	أحب أن أكون في كثير من الأحيان وحيدا.
80.9	0.749	2.43	15.8	63	25.8	103	58.4	234	صلتى بأقربائى أصبحت ضعيفة منذ قدومى للدراسة
80.8	0.725	2.42	14	56	29.8	119	56.2	225	أجهل المعايير الأخلاقية والقيم عند منافسة شخص ما للتغلب عليه
80.4	0.764	2.41	17	68	24.8	99	58.2	233	أضطر إلى النفاق في هذه الأيام حتى تسير أموري بنجاح وكما أريد.
79.9	0.765	2.4	17.3	69	25.7	103	57	228	أشعر دائما بأنى بحاجة للآخرين.
79.8	0.762	2.4	17	68	26.5	106	56.5	226	يصعب على إقناع شخص آخر بوجهة نظري.
79.5	0.76	2.39	17	68	27.5	110	55.5	222	أرى بأن النجاح والفضل متساويان في الحياة.
79.2	0.722	2.38	14.3	57	34	136	51.7	207	أشعر بعدم الرضى عن الناس المحيطين بى.
78.7	0.763	2.36	17.5	70	29	116	53.5	214	أشعر بأن المعاصرة غير مجدية مع زملائى في هذا البلد.
78.5	0.738	2.36	15.8	63	33	132	51.2	205	أرى أن البعد عن الناس يحمى الفرد من شرورهم.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
78.3	0.774	2.35	18.5	74	28	112	53.5	214	يصعب على الالتزام بالمعايير والأنظمة السائدة بالمجتمع الجديد.
77.8	0.72	2.33	14.8	59	37.2	149	48	192	أفضل الحرية التي تخضع للمعايير الاجتماعية والعادات والتقاليد.
77.8	0.777	2.34	19	76	28.5	114	52.5	210	اعتقد ان واقع الحياة الحالي يجعل الفرد غريبا وسط مجتمعة.
77.4	0.738	2.32	16.3	65	35.3	141	48.4	194	افتقر إلى المتعة بوجود الآخرين من حولي.
77.3	0.72	2.32	15	60	38	152	47	188	أشعر بأن الناس مستعدون لأن يكذبوا على بعضهم في سبيل التفوق.
77.1	0.739	2.31	16.5	66	35.8	143	47.7	191	تهمنى متابعة أخبار الآخرين على الرغم من عدم وجود علاقة قوية تربطنا.
77.1	0.804	2.31	21.5	86	25.8	103	52.7	211	بالنسبة لي أفضل أن أعيش بعيدا عن الناس.
76.7	0.832	2.3	24	96	22	88	54	216	أعتقد بأن القوة أصبحت معيارا لحصول الإنسان على ما يريد.
76.7	0.739	2.3	16.8	67	36.4	146	46.8	187	ارى بأن لا شيء يستحق الاهتمام.
76.3	0.769	2.29	19.3	77	32.7	131	48	192	تضيق حقوقى بسبب عدم قدرتى على الدفاع عنها بسبب اختلافي عن المحيطين بي.
76.3	0.791	2.29	21	84	29.3	117	49.7	199	اعتقد أنه لا توجد نظم ثابتة يجب أن نسير عليها ونلتزم بها.
76	0.814	2.28	23	92	26	104	51	204	كثيرا ما أشعر أنني وحيد في هذا العالم.

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		درجة الموافقة العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
75.6	0.814	2.27	23.3	93	26.7	107	50	200	أتجنب قدر الإمكان أن أتواجد وسط مجموعة.
75.5	0.779	2.27	20.5	82	32.5	130	47	188	افتقر إلى الهدف والمعنى في حياتي.
75.3	0.808	2.26	23	92	28.2	113	48.8	195	أرى الشيء المؤكد في هذه الحياة أن لا شيء مثبت.
75.2	0.829	2.26	24.8	99	25	100	50.2	201	أشعر بالوحدة بالرغم من وجودي مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمقربين.
74.5	0.756	2.24	19.5	78	37.5	150	43	172	أشعر أنني غير مقبول من مجموعة الرفاق الجديدة.
74.1	0.8	2.22	23.3	93	31.2	125	45.5	182	أجد صعوبة بالالتزام بقيم ومعايير ومبادئ أصبح المجتمع لا يلتزم بها.
74	0.754	2.22	19.8	79	38.5	154	41.7	167	أتجنب حضور المناسبات الاجتماعية لهذا البلد فهي لا تهمني.
74	0.713	2.22	16.8	67	44.5	178	38.7	155	أنزعج من زيارة الأصدقاء والأقارب باستمرار.
74	0.808	2.22	24	96	30	120	46	184	افتقر إلى فرحة النجاح.
73.9	0.785	2.22	22.3	89	33.7	135	44	176	أحس بكرهية شديدة تجاه القيم والعادات السائدة في المجتمع.
400									الإجمالي

تُشير بيانات الجدول السابق إلى مقياس الاغتراب النفسي للشباب الجامعي المستخدمين للتطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي، فذكروا في المقدمة "أفضل العنف على المسالمة وأهاجم من يعارضني" بوزن نسبي (82.8)، ثم "أعتقد أن الغش في الامتحان ضرورة حتى أحصل على النجاح" بوزن نسبي (82.2)، يليها "أحب أن

أكون في كثير من الأحيان وحيداً" بوزن نسبي (81)، ثم جاء بعد ذلك "صلتي بأقربائي أصبحت ضعيفة منذ قدومي للدراسة" بوزن نسبي (80.9)، يليها عبارة "أضطر إلى النفاق في هذه الأيام حتى تسير أموري بنجاح وكما أريد" بوزن نسبي (80.4)، ثم بعد ذلك عبارة "أشعر دائماً بأنني بحاجة للآخرين" بوزن نسبي (79.9)، يليها عبارة "يصعب عليّ إقناع شخص آخر بوجهة نظري" بوزن نسبي (79.5)، ثم "أشعر بعدم الرضى عن الناس المحيطين بي" بوزن نسبي (79.2)، يليها عبارة "أشعر بأن المعاصرة غير مجدية مع زملائي في هذا البلد" جاءت بوزن نسبي (78.7)، يليها عبارة "أرى أن البعد عن الناس يحمي الفرد من شرورهم" بوزن نسبي (78.5)، يليها عبارة "يصعب عليّ الالتزام بالمعايير والأنظمة السائدة بالمجتمع الجديد" بوزن نسبي (78.3)، وجاء كل من عبارة "أفضل الحرية التي تخضع للمعايير الاجتماعية والعادات والتقاليد، وأعتقد أن واقع الحياة الحالي يجعل الفرد غريباً وسط مجتمعه" بوزن نسبي واحد (77.8)، يليها كل من عبارة "تهمني متابعة أخبار الآخرين على الرغم من عدم وجود علاقة قوية تربطنا، وبالنسبة لي أفضل أن أعيش بعيداً عن الناس" بوزن نسبي (75.6)، وأيضاً عبارة "أعتقد بأن القوة أصبحت معياراً لحصول الإنسان على ما يريد" وعبارة "أرى بأن لا شيء يستحق الاهتمام" بوزن نسبي واحد (76.7)، وجاء بوزن نسبي واحد (76.3) كل من عبارة "تضيع حقوقي بسبب عدم قدرتي على الدفاع عنها بسبب اختلافي عن المحيطين بي، وأعتقد أنه لا توجد نظم ثابتة يجب أن نسير عليها وملتزم بها"، كما جاءت عبارة "أتجنب قدر الإمكان أن أتواجد وسط مجموعة" بوزن نسبي (75.6)، وعبارة "أفتقر إلى الهدف والمعنى في حياتي" جاءت بوزن نسبي (75.5)، ثم عبارة "أرى الشيء المؤكد في هذه الحياة أن لا شيء مثبت" بوزن نسبي (75.3)، وعبارة "أشعر بالوحدة بالرغم من وجودي مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمقربين" بوزن نسبي (75.2)، وجاءت كل من العبارات التالية بأوزان متقاربة وهي "أشعر أنني غير مقبول من مجموعة الرفاق الجديدة" (74.5) وعبارة "أجد صعوبة بالالتزام بقيم ومعايير ومبادئ أصبح المجتمع لا يلتزم بها" بوزن نسبي (74.1) وجاءت عبارة كل من "أتجنب حضور المناسبات الاجتماعية لهذا البلد فهي لا تهمني وأنزعج من زيارة الأصدقاء والأقارب باستمرار"، وأفتقر إلى

فرحة النجاح بوزن نسبي واحد (74)، وأخيراً عبارة "أحس بكراهية شديدة تجاه القيم والعادات السائدة في المجتمع" بوزن نسبي (73.9).

### 19. مقياس تجميعي للاغتراب النفسي.

جدول (20)

مقياس تجميعي للاغتراب النفسي

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		درجة الموافقة / مقياس الاغتراب
			%	ك	%	ك	%	ك	
2.34	0.773	2.34	18.7	674	28.9	1041	52.4	1885	اللامعيارية
2.34	0.754	2.34	17.2	619	31.6	1137	51.2	1844	التمرد
2.32	0.773	2.32	19	533	30.4	850	50.6	1417	العزلة الاجتماعية
2.30	0.770	2.30	19.1	687	31.5	1134	49.4	1779	الغربة
3600 / 2800									الإجمالي

تُشير بيانات الجدول السابق إلى المقياس العام حول رأي الباحثين في الاغتراب النفسي للشباب الجامعي المستخدمين للتطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي؛ حيث جاء في المقدمة كل من مقياس (اللامعيارية، التمرد) بوزن نسبي واحد (2.34) ومقياس حسابي (2.34) حيث جاءت نسبة الموافقة اللامعيارية مقابل التمرد (52.4%، 51.2%)، وموافق إلى حد ما بنسبة (28.9%، 31.6%)، وغير موافق بنسبة (18.7%، 17.2%).

ثم جاء مقياس (العزلة الاجتماعية) في المرتبة الثانية بوزن نسبي (2.32) ومقياس حسابي (2.32) حيث جاءت نسبة الموافقة (50.6%)، وموافق إلى حد ما بنسبة (30.4%)، وغير موافق بنسبة (19%)، يليه في المرتبة الأخيرة مقياس (الغربة) بوزن نسبي (2.30) ومقياس حسابي (2.30) حيث جاءت نسبة الموافقة (49.4%)، وموافق إلى حد ما بنسبة (31.5%)، وغير موافق بنسبة (19.1%).

ويتضح من الجدول السابق من خلال العبارات الخاصة (اللامعيارية، التمرد) قد احتلت المراتب الأولى من إجابات الباحثين عينة الدراسة وهي مثل "أفضل العنف على المسألة وأهاجم من يعارضني"، "وأعتقد أن الغش في الامتحان ضرورة حتى أحصل على

النجاح"، "وأحب أن أكون في كثير من الأحيان وحيداً"، "كما أن صلتني بأقربائي أصبحت ضعيفة منذ قدومي للدراسة وغيرها من العبارات التي تدل (اللامعيارية، التمرد)"، يليها مقياس العزلة الاجتماعية مثل: "صلتني بأقربائي أصبحت ضعيفة منذ قدومي للدراسة، ويصعب علي الالتزام بالمعايير والأنظمة السائدة بالمجتمع الجديد" "وأشعر أنني غير مقبول من مجموعة الرفاق الجديدة، وأخيراً الغربية مثل: "أعتقد أن واقع الحياة الحالي يجعل الفرد غريباً وسط مجتمعه، وأنزعج من زيارة الأصدقاء والأقارب باستمرار، وأرى أن البعد عن الناس يحمي الفرد من شرورهم".

20 - مقياس استخدام التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالاعتراب النفسي لدى طلاب الجامعات المصرية.

جدول (21)

مقياس استخدام التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالاعتراب النفسي لدى الشباب الجامعي المصرية

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	غير موافق		موافق إلى حد ما		موافق		درجة الموافقة	العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك		
83.2	0.722	2.5	13.5	54	23.5	94	63	252	أشعر بالراحة النفسية عند استخدام برامج الذكاء الاصطناعي.	
81.7	0.706	2.45	12.5	50	30	120	57.5	230	أتجاهل المعايير الأخلاقية عند استخدامي لبرامج الذكاء الاصطناعي.	
80.8	0.794	2.43	19.3	77	19	76	61.7	247	أستخدم برامج الذكاء الاصطناعي لخفض القلق والتوتر.	
80.1	0.776	2.4	18	72	23.8	95	58.2	233	التواصل عبر برامج الذكاء الاصطناعي يشبع حاجتي للتعبير.	
79.2	0.791	2.38	19.5	78	23.5	94	57	228	يساعدني استخدام برامج الذكاء الاصطناعي على التخلص من ضغوط الحياة.	
78.6	0.813	2.36	21.5	86	21.3	85	57.2	229	أعبر عن مكونات نفسي بحرية عبر برامج الذكاء الاصطناعي.	
77.8	0.793	2.33	20.3	81	26.3	105	53.4	214	ألجأ إلى استخدام برامج الذكاء الاصطناعي إذا واجهتني بعض المشكلات أو الأزمات.	

العبارة	درجة الموافقة		موافق		موافق إلى حد ما		غير موافق		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%			
زاد استخدامي لبرامج الذكاء الاصطناعي من عدم القدرة على التكيف مع الآخرين.	191	47.7	127	31.8	82	20.5	2.27	0.781	75.8		
يساعدني استخدام برامج الذكاء الاصطناعي على التخلص من الأفكار المزعجة في حياتي.	203	50.7	101	25.3	96	24	2.27	0.823	75.6		
أعتقد أنني عاجز عن التعبير عن الرأي بسبب استخدامي لبرامج الذكاء الاصطناعي.	169	42.2	141	35.3	90	22.5	2.2	0.781	73.3		
برامج الذكاء الاصطناعي ملاذي الآمن إذا ضاقت بي الحياة.	181	45.2	108	27	111	27.8	2.18	0.837	72.5		
الإجمالي	400										

تُشير بيانات الجدول السابق إلى مقياس استخدام التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالاغتراب النفسي لدى الشباب الجامعي المصري، فذكروا في المقدمة عبارة "أشعر بالراحة النفسية عند استخدام برامج الذكاء الاصطناعي" بوسط حسابي (2.5) ووزن نسبي (83.2)، وفي المرتبة الثانية جاءت عبارة "أتجاهل المعايير الأخلاقية عند استخدامي لبرامج الذكاء الاصطناعي" بوسط حسابي (2.45) ووزن نسبي (81.7)، وفي المرتبة الثالثة جاءت عبارة "أستخدم برامج الذكاء الاصطناعي لخفض القلق والتوتر" بوسط حسابي (2.43) ووزن نسبي (80.8)، وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة "التواصل عبر برامج الذكاء الاصطناعي يشبع حاجتي للتعبير" بوسط حسابي (2.4) ووزن نسبي (80.1)، ثم جاءت عبارة "يساعدني استخدام برامج الذكاء الاصطناعي على التخلص من ضغوط الحياة" في المرتبة الخامسة بوسط حسابي (2.38) ووزن نسبي (79.2)، وفي المرتبة السادسة جاءت عبارة "أعبر عن مكونات نفسي بحرية عبر برامج الذكاء الاصطناعي" بوسط حسابي (2.36) ووزن نسبي (78.6)، وجاءت في المرتبة السابعة عبارة "ألجأ إلى استخدام برامج الذكاء الاصطناعي إذا واجهتني بعض المشكلات أو الأزمات" بوسط حسابي (2.33) ووزن نسبي (77.8)، وفي المرتبة الثامنة عبارة "زاد استخدامي لبرامج الذكاء الاصطناعي من

عدم القدرة على التكيف مع الآخرين" بوسط حسابي (2.27) ووزن نسبي (75.8)، وفي المرتبة التاسعة عبارة "يساعدني استخدام برامج الذكاء الاصطناعي على التخلص من الأفكار المزعجة في حياتي" بوسط حسابي (2.27) ووزن نسبي (75.6)، وجاءت عبارة "أعتقد أنني عاجز عن التعبير عن الرأي بسبب استخدامي برامج الذكاء الاصطناعي" في المرتبة العاشرة بوسط حسابي (2.2) ووزن نسبي (73.3)، وأخيراً عبارة "برامج الذكاء الاصطناعي ملاذي الآمن إذا ضاقت بي الحياة" بوسط حسابي (2.18) ووزن نسبي (72.5).

ثانياً: نتائج اختبارات فروض الدراسة:

الفرض الأول: تُوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب النفسي لديهم نتيجة استخدامهم للتطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي.

جدول (22)

الارتباط الخطي بين كثافة تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب النفسي لديهم نتيجة استخدامهم للتطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي

كثافة تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي	كثافة تعرض الاعتراب النفسي نتيجة استخدام التطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي
قيمة بيرسون	العزلة الاجتماعية
**0.294	اللامعيارية
**0.212	التمرد
**0.201	الغربة
**0.186	

\*\* دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99%

تُشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب النفسي (العزلة الاجتماعية) لديهم نتيجة استخدامهم للتطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.294) وهي دالة عند مستوى معنوية (0.01).

- وجود علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب النفسي (اللامعيارية) لديهم نتيجة استخدامهم للتطبيقات التي

تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.212) وهي دالة عند مستوى معنوية (0.01).

كما تُوجد علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب النفسي (التمرد) لديهم نتيجة استخدامهم للتطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.201) وهي دالة عند مستوى معنوية (0.01).

تُوجد علاقة دالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب النفسي (الغربة) لديهم نتيجة استخدامهم للتطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي؛ حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.186) وهي دالة عند مستوى معنوية (0.01).

يستند هذا الفرض إلى الرؤية النفسية والاجتماعية التي ترى أن الاستخدام المكثف لمواقع التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى مشاعر العزلة، وفقدان الهوية الاجتماعية، خاصةً عندما تدار هذه المواقع بخوارزميات الذكاء الاصطناعي التي تخلق فقاعة معرفية Filter bubble وقد دعمت دراسات مثل دراسة (سهير صالح 2019) (70)، ودراسة (71) (Gerwin, et al, 2018) هذا التصور؛ حيث أظهرت أن الاستخدام الكثيف لمواقع التواصل الاجتماعي يؤدي إلى ارتفاع مستويات القلق والاعتراب، خصوصاً عند غياب التفاعل الإنساني الحقيقي.

وبذلك يقبل الفرض القائل: تُوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي والاعتراب النفسي لديهم نتيجة استخدامهم للتطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي.

الفرض الثاني: تُوجد علاقةً ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة تعرّض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى ثقتهم فيما تنشره هذه المواقع من برامج الذكاء الاصطناعي.

جدول (23)

الارتباط الخطي بين كثافة تعرّض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى ثقتهم فيما تنشره هذه المواقع من برامج الذكاء الاصطناعي

كثافة تعرّض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي	مدى الثقة فيما تنشره مواقع التواصل الاجتماعي من برامج الذكاء الاصطناعي
قيمة بيرسون	
0.189**	

\*\* دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99%.

توضح بيانات الجدول الموضح أعلاه مدى وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى ثقتهم فيما تنشره هذه المواقع؛ حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.189\*\*) عند مستوى معنوية (0.01) وهو مستوى معنوية دال؛ مما يوضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة متابعة الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ومدى ثقتهم فيما تنشره هذه المواقع من برامج الذكاء الاصطناعي، وهي علاقة عكسية؛ أي أنه كلما ارتفعت كثافة متابعة الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي ازدادت ثقتهم فيما تنشره هذه المواقع، وهذا اتفق مع بعض نتائج الدراسات السابقة؛ حيث أظهرت دراسات مثل (Guess et al, 2020)<sup>(72)</sup>، ودراسة (Pennycook & Rand, 2021)<sup>(73)</sup> أن التعرض المتكرر للأخبار، حتّى إن كانت زائفة، يزيد من احتمال تصديقها بسبب تأثير الألفة (Illusory Truth Effect) وكلما ازداد تعرّض الأفراد للمحتوى الذي تتجه تقنيات الذكاء الاصطناعي؛ زادت صعوبة تمييز الحقيقي من المزيف، وبذلك يتم قبول صحة هذا الفرض.

**الفرض الثالث:** تُوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الشباب الجامعي لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي والاعتراب النفسي نتيجة استخدامهم لهذه التطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي.

جدول (24)

الارتباط الخطي بين تقييم الشباب الجامعي لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي والاعتراب النفسي نتيجة استخدامهم لهذه التطبيقات

تقييم الشباب الجامعي المصرية لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي	تقييم الارتباط الخطي بين تقييم الشباب الجامعي لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي والاعتراب النفسي نتيجة استخدامهم لهذه التطبيقات
قيمة بيرسون	الاعتراب النفسي نتيجة استخدام التطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي
0.133**	العزلة الاجتماعية
0.141**	اللامعيارية
0.239**	التمرد
0.147**	الغربة

\*\* دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99%

تُشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الشباب الجامعي المصري لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي والاعتراب النفسي (العزلة الاجتماعية) نتيجة استخدامهم لهذه التطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي؛ حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.133\*\*) عند مستوى معنوية (0.01) وهو مستوى معنوية دال.

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الشباب الجامعي المصري لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي والاعتراب النفسي (اللامعيارية) نتيجة استخدامهم لهذه التطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي؛ حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون (0.141\*\*) عند مستوى معنوية (0.01) وهو مستوى معنوية دال.

- كما تُوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الشباب الجامعي لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي والاعتراب النفسي (التمرد) نتيجة استخدامهم لهذه التطبيقات التي تعتمد على برامج الذكاء الاصطناعي؛ حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون ( $0.239$ \*) عند مستوى معنوية ( $0.01$ ) وهو مستوى معنوية دال.

- وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الشباب الجامعي المصرية لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي والاعتراب النفسي (الغربة) نتيجة استخدامهم لهذه التطبيقات التي تعتمد على برامج؛ حيث تبلغ قيمة معامل ارتباط بيرسون ( $0.147$ \*) عند مستوى معنوية ( $0.01$ ) وهو مستوى معنوية دال.

يتعامل هذا الفرض مع البعد الإدراكي والنفسي؛ حيث يُشير إلى أن فهم الشباب الجامعي لكيفية انتشار الأخبار الزائفة (مثل: التلاعب العاطفي، أو الاستهداف الشخصي بالخوارزميات)، قد يسهم في شعورهم بفقدان السيطرة والانعزال، وهذا اتفق ودراسة (Wardle & Derakhshan, 2017) <sup>(74)</sup>، من خلال تأكيدها أن الفهم الواعي للمحتوي المضلل لا يقلل بالضرورة من تأثيره النفسي، بل قد يعمق من شعور الأفراد بالاعتراب عن الواقع.

وبذلك يقبل الفرض القائل: تُوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تقييم الشباب الجامعي المصرية لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي والاعتراب النفسي نتيجة استخدامهم لهذه التطبيقات التي تعتمد على هذه البرامج.

الفرض الرابع: تُوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم الشباب الجامعي المصرية لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي باختلاف خصائصهم الديموجرافية (النوع- نوع التخصص- مستوى الدخل الشهري).

(1) النوع:

جدول (25)

الفروق في تقييم الشباب الجامعي المصري لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي باختلاف النوع

المتغيرات	المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة ت	ح. د	مستوى المعنوية
تقييم الشباب الجامعي المصري لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة	ذكر	222	15.68	2.338	0.157	3.147	398	0.002 دال إحصائياً
	أنثى	178	14.92	2.498	0.187			

توضح البيانات السابقة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في تقييمهم لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي باختلاف النوع؛ حيث بلغت قيمة "ت" (3.147) عند درجة حرية (398)، ومستوى معنوية (0.002) وهو مستوى معنوية دال؛ مما يوضح وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين من حيث تقييمهم لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي وفق النوع.

(2) نوع التخصص.

جدول (26)

الفروق في تقييم الشباب الجامعي المصري لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي باختلاف التخصص

المتغيرات	المجموعات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	قيمة ت	ح. د	مستوى المعنوية
تقييم الشباب الجامعي المصري لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة	عملي	200	15.37	2.434	0.172	0.205	398	غير دال إحصائياً
	نظري	200	15.32	2.447	0.173			

توضح البيانات السابقة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في تقييمهم لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء

الاصطناعي باختلاف التخصص؛ حيث بلغت قيمة "ت" (0.205) عند درجة حرية (398)، ومستوى معنوية (0.002) وهو مستوى معنوية غير دالة؛ مما يوضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين من حيث تقييمهم لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي وفق التخصص.

(3) مستوى الدخل الشهري.

جدول (27)

الفروق في تقييم الشباب الجامعي المصري لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي باختلاف مستوى الدخل الشهري

مستوى المعنوية	قيمة ف	درجة الحرية		الخطأ المعياري	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مستوى الدخل الشهري	المتغيرات
		داخل المجموعات	بين المجموعات						
0.012 دال إحصائياً	4.452	397	2	0.223	2.069	16.02	86	1. مستوى دخل منخفض	تقييم الشباب الجامعي المصري لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة
				0.165	2.408	15.16	213	2. مستوى دخل متوسط	
				0.230	2.315	15.23	101	3. مستوى دخل مرتفع	

يتبين من الجدول السابق: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين عينة الدراسة من حيث مستوى الدخل الشهري وتقييمهم لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي؛ حيث جاءت قيمة (ف) (4.452) وهي دالة عند مستوى معنوية (0.012)؛ وهذا يدل على أن مستوى الدخل الشهري يؤثر على تقييم الشباب الجامعي المصري لاستراتيجيات انتشار الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية المعتمدة على برامج الذكاء الاصطناعي.

## جدول (28)

دلالة الفروق بين المجموعات البحثية متغير مستوى الدخل الشهري

مستوى الدخل الشهري	القناة المقارنة	الفروق بين المتوسطات	مستوى المعنوية
1 . مستوى دخل متوسط	1 . مستوى دخل منخفض	-0.85894 *	0.004 دال إحصائياً
	3 . مستوى دخل مرتفع	0.06340	0.821 غير دال إحصائياً
2 . مستوى دخل مرتفع	1 . مستوى دخل منخفض	-0.79553 *	0.020 دال إحصائياً
	2 . مستوى دخل متوسط	0.06340	0.821 غير دال إحصائياً

باستخدام اختبار LSD للمقارنة البعدية، تم ملاحظة وجود فروق دالة إحصائية بين المجموعة الأولى المتمثلة في (مستوى دخل متوسط) والمجموعة الثانية (مستوى دخل منخفض)؛ حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.004، وبلغ المتوسط الحسابي للمجموعة الثانية (مستوى دخل منخفض) (16.02) في المقابل كان المتوسط الحسابي للمجموعة الأولى (مستوى دخل متوسط) (15.16) لصالح المجموعة الثانية.

كما أشارت النتائج لعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعة الباحثين (مستوى دخل متوسط) ومجموعة الباحثين (مستوى دخل مرتفع)؛ حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.821 وهي غير دالة إحصائية.

كما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعة الباحثين (مستوى دخل مرتفع) ومجموعة الباحثين (مستوى دخل منخفض)؛ حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.020 لصالح المجموعة الثانية.

وتبين عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعة الباحثين (مستوى دخل مرتفع) ومجموعة الباحثين (مستوى دخل متوسط)؛ حيث بلغت قيمة مستوى المعنوية 0.821 وهي غير دالة إحصائية.

ويفسر الباحث هذا من فكرة أن البيئة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية تؤثر على القدرة على التمييز الإعلامي وفهم السياقات الرقمية، فمثلاً أظهرت دراسة (Bode) (75) (Vraga, 2015) أن طلاب التخصصات العلمية كانوا أكثر قدرة على كشف الزيف من نظرائهم في التخصصات النظرية، كما أن عامل الدخل قد يحدد مدى الوصول للتقنيات وطرق استخدامها؛ وبالتالي ينعكس على التقييم.

وبذلك يتم قبول صحة هذا الفرض.

الفرض الخامس: تُوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرّض طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة عن التعرض للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (29)

الارتباط الخطى بين معدل تعرّض طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة عن التعرض للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي

معدل تعرّض طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي	كثافة تعرّض والتأثيرات المترتبة عن التعرض للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي
قيمة بيرسون	
**0.454	التأثيرات المعرفية
**0.658	التأثيرات الوجدانية
**0.521	التأثيرات السلوكية
**0.568	التأثيرات المترتبة عن التعرض للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي

\*\* دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 ودرجة ثقة 99%.

تُشير بيانات الجدول السابق إلى ما يلي:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل تعرّض طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المعرفية المترتبة عن التعرض للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.454) أي ( $0.3 < r < 0.7$ ) وهي دالة عند مستوى معنوية (0.01).
- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل تعرّض طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الوجدانية المترتبة عن التعرض للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.658) أي ( $0.3 < r < 0.7$ ) وهي دالة عند مستوى معنوية (0.01).
- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل تعرّض طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات السلوكية المترتبة عن التعرض للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغ معامل

الارتباط بيرسون (0.521) أي ( $0.3 < r < 0.7$ ) وهي دالة عند مستوى معنوية (0.01).

- وجود علاقة طردية متوسطة بين معدل تعرض طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات الكلية المترتبة عن التعرض للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.568) أي ( $0.3 < r < 0.7$ ) وهي دالة عند مستوى معنوية (0.01).

وفي هذا الفرض نتقل من التحليل السببي إلى التأثيرات الفعلية؛ حيث ينظر الفرض في النتائج المعرفية أو السلوكية أو الوجدانية الناتجة عن الانغماس في بيئة رقمية تتضمن محتوى زائفاً، فقد دعمت دراسات مثل دراسة (Lazer, et al, 2018) هذا الاتجاه، مبينة أن التعرض المستمر للأخبار الزائفة قد يؤدي إلى تغير في القيم والتوجهات والسلوكيات الاجتماعية، والسياسية، والثقافية، وتكمن أهمية الدراسة الحالية في التركيز على الشباب الجامعي - كفئة معرضة بشدة للتقنيات الحديثة - مما يعزز أهمية البحث في الآثار التراكمية للأخبار المزيفة على الإدراك والسلوك.

وبذلك يقبل الفرض القائل: تُوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدل تعرض طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي والتأثيرات المترتبة عن التعرض للأخبار الزائفة المنتجة بالذكاء الاصطناعي عبر وسائل التواصل الاجتماعي. النتائج العامة للدراسة:

- أظهرت الدراسة أن الفيسبوك جاء في مقدمة أهم التطبيقات الرقمية التي يعتمد عليها طلاب الجامعات المصرية في استخدام برامج الذكاء الاصطناعي، يليه في الترتيب الثاني الواتساب، يليه في الترتيب الثالث الإنستجرام، وفي الترتيب الرابع التيك توك، يليه اليوتيوب في الترتيب الخامس، ثم جوجل بلس في الترتيب السادس.

- كشفت الدراسة أن أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يفضلها الشباب الجامعي استخداماً في مصر هي تطبيقات معالجة الصور والفيديوهات،

يليه روبوتات الدردشة التفاعلية، يليها بفارق بسيط المحتوى الذكي، ثم الكتابة بالذكاء الاصطناعي، يليها تقنية الواقع الافتراضي (عبارة عن محاكاة تفاعلية تتيح للمستخدم فرصة خوض تجارب مختلفة)، وأخيراً جاءت تقنية الواقع المعزز (AR) هي تقنية تنقل المشاهد بعرض ثنائي أو ثلاثي الأبعاد.

- أوضحت الدراسة أن أهم مجالات الذكاء الاصطناعي التي يفضلها طلاب الجامعات المصرية الأكثر استخداماً في مصر الهواتف الذكية في المقدمة، وفي الترتيب الثاني تطوير أجهزة الحاسوب، يليه بفارق بسيط كل من التعرف على وجوه المجرمين من كاميرات المراقبة بالفيديو وأجهزة الحاسوب التي تحلل السجلات الطبية للمساعدة في تشخيص المرضى في الترتيب الثالث، وفي الترتيب الرابع بفارق بسيط التسويق الرقمي المتفاعل مع الأفراد والمتوقع لسلوكياتهم المستقبلية في مجال التجارة، ثم ألعاب الفيديو في الترتيب الخامس.

- أظهرت نتائج الدراسة أن التيك توك جاء في مقدمة التطبيقات الرقمية الأكثر اعتماداً على برامج الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر الشباب الجامعي التي ترى أن لها دوراً في صناعة ونشر الأخبار الزائفة (المفبركة) في المجتمع المصري؛ حيث بلغت نسبة الوزن النسبي 79، يليه في الترتيب الثاني موقع الفيسبوك بوزن نسبي 77.8، وفي الترتيب الثالث موقع يوتيوب بوزن نسبي 73، وفي الترتيب الرابع موقع إنستجرام بوزن نسبي 71.7، يليه في الترتيب الخامس موقع تويتر بوزن نسبي 70.9.

- كشفت الدراسة أن نسبة 56% من الباحثين لديهم مصداقية عالية في كل ما تنشره برامج الذكاء الاصطناعي، يليهم الباحثون الذين لديهم مصداقية متوسطة في هذه البرامج بنسبة 35%، وفي المرتبة الثالثة يظهر الباحثون الذين لا يثقون إطلاقاً في هذه البرامج بنسبة 9%.

- أشارت نتائج الدراسة أن برامج الذكاء الاصطناعي لها دور كبير في نشر الأخبار المضللة (المفبركة) المختلفة ولها دور في صناعة ونشر الأخبار المضللة (المفبركة) في المجتمع المصري وتأثيرها عليهم تجاه مختلف القضايا والموضوعات في شتى المجالات.
- أهم سبل القضاء على الأخبار الزائفة في برامج الذكاء الاصطناعي المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث جاء في المقدمة "عدم ترديد الأخبار مجهولة المصدر أو مشاركتها عبر الحسابات والصفحات والمجموعات في شبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة 72%، وفي المرتبة الثانية "إنشاء مرصد للشائعات وللأخبار الزائفة لنفيها وتكذيبها" بنسبة 60%، "ومواجهة الأخبار الزائفة بالحقائق والبيانات الرسمية من الجهات ذات الاختصاص" في المرتبة الثالثة بنسبة 59.5%، تلاها في المرتبة الرابعة "إعداد قائمة سوداء بأسماء مروجي الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 51%.

#### توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج المتوصل إليها، توصى الدراسة بما يلي:

1. تعزيز الوعي الإعلامي الرقمي من خلال دمج برامج تدريبية متخصصة ضمن المناهج الجامعية لتعليم الطلاب مهارات التحقق من الأخبار وكشف التضليل الإعلامي، مع التركيز على آليات الذكاء الاصطناعي في إنتاج الأخبار الزائفة.
2. تطوير استراتيجيات وطنية لمكافحة الأخبار الزائفة، تشمل تفعيل التشريعات القانونية لمحاسبة الجهات المسؤولة عن نشر الأخبار الكاذبة، ودعم المبادرات التي تهدف إلى رصد المحتوى الإعلامي المضلل والتصدي له بشكل سريع وفعال.
3. تعزيز الثقة في وسائل الإعلام الرسمية عبر تحسين جودة المحتوى الإخباري، وتوفير مصادر معلومات موثوقة، وتشجيع الشفافية في نقل الأخبار، بما يحد من الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للأخبار.
4. توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي لمكافحة الأخبار الزائفة من خلال تطوير خوارزميات متقدمة لرصد الأخبار المضللة على المنصات الرقمية، وتحفيز شركات التكنولوجيا على تحسين أدوات الكشف عن المحتوى غير الموثوق.

5. إجراء دراسات مستقبلية معمقة حول تأثير الأخبار الزائفة على الفئات العمرية المختلفة، مع التركيز على الأبعاد النفسية والاجتماعية والتربوية؛ بهدف وضع سياسات وقائية تسهم في الحد من تداعيات هذه الظاهرة.
6. تعزيز التعاون بين الجامعات ووسائل الإعلام لإنشاء منصات تحقق من الأخبار تكون متاحة للطلاب والجمهور العام؛ مما يسهم في تقليل انتشار المعلومات المغلوطة وتعزيز ثقافة التحقق من المصادر.
7. إطلاق حملات توعية إعلامية دورية تستهدف الشباب الجامعي عبر وسائل الإعلام التقليدية والرقمية؛ لزيادة وعيهم بمخاطر الأخبار الزائفة وطرق التعامل معها، مع التركيز على بناء قدراتهم في التفكير النقدي والتحليل الإعلامي.
8. دعم البحث العلمي في مجال الذكاء الاصطناعي والإعلام الرقمي؛ عبر تشجيع الدراسات التطبيقية التي تستكشف سبل استخدام التكنولوجيا في تحسين مصداقية المحتوى الإعلامي ومكافحة التضليل الرقمي.

#### المراجع والهوامش:

- 1- محمد بن عائض التوم، الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي (توتير نموذجًا)، مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، المجلد (4)، العدد11، جامعة الحدود الشمالية، 2019م، ص138 متاح عبر: [https://www.nbu.edu.sa/AR/North\\_Scientific\\_Journals/Humanities\\_Sociology/Publications/JNH%20-7-5.pdf](https://www.nbu.edu.sa/AR/North_Scientific_Journals/Humanities_Sociology/Publications/JNH%20-7-5.pdf)
- 2- شيماء سعد فكري الخولي، علاقة الذكاء الاصطناعي بمستوى القلق النفسي، بحث منشور في مجلة تكنولوجيا التعليم والتعلم الرقمي المجلد 4، العدد 12، أغسطس 2023 ص28.
- 3- ليلي ميسوم، الاستعمال المفرط للإنترنت وعلاقته بظهور الاغتراب النفسي والاجتماعي لدى الشباب، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم كلية العلوم الاجتماعية مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية، مج 3، ع 2، 2016 ص ص 53-67. متاح عبر: <https://search.emarefa.net/detail/BIM-123249>
- 4- علا عبد القوي عامر، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التصدي لظاهرة الأخبار الزائفة عبر الإعلام الرقمي، **المجلة العلمية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام- جامعة القاهرة، المجلد 2024، العدد 86، الجزء الثاني- يناير، ص 1-31.
- 5- Ahmed maher, Mohamed nasser, gamal ben matar: Exploring Omani people behaviour towards misinformation on social media during Covid-19, **journal of Information Studies & Technology (JIS&T)**, Volume 2023, Issue 1, Mar 2023.
- 6- منى سفيان لبيب، الاستمالات المستخدمة في الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا: دراسة تحليلية لصفحة التقنية من أجل السلام في فيسبوك، **مجلة آداب الفراهيدي**، مجلد 14، عدد49، العراق، 2022، ص ص 339-358.

- 7- عبد السلام مبارك، عرض الشباب الجامعي للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة في المجتمع المصري، *مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج،* مجلد 2، عدد 62، 2022، ص ص 291-336.
- 8- ANDREA CARSON and LIAM FALLON. FIGHTING FAKE NEWS A STUDY OF ONLINE MISINFORMATION REGULATION IN THE ASIA PACIFIC. First Published 2021 By La Trobe University. pp1-136. [https://www.latrobe.edu.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0019/1203553/carson-fake-news.pdf](https://www.latrobe.edu.au/_data/assets/pdf_file/0019/1203553/carson-fake-news.pdf)
- 9- محمد بو سماحة، نشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتمتع الإلكتروني على النخبة السياسية الوطنية، *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية،* المجلد 5، العدد 2، الجزائر، 2021، ص ص 540 - 561.
- 10- Eleni Kapantai, Androniki Christopoulou, Christos Berberidis and Vassilios Peristeras. A systematic literature review on disinformation: Toward a unified taxonomical framework. *New media & society* 2021, Vol. 23(5) 1301-1326.
- 11- جيهان أشرف إبراهيم، تعرّض طلاب الجامعات المصرية للشائعات والأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها عليهم، رسالة ماجستير منشورة، جامعة المنوفية: كلية الآداب، قسم الإعلام، 2020، ص ص 13.
- 12- أبو بكر حبيب الصالحي، دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في حفض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي- دراسة في إطار نظرية الانفعال المعرفي، *مجلة البحوث الإعلامية،* العدد 54- الجزء السادس، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، 2020، ص ص 276-290.
- 13- سهير صالح إبراهيم، أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام،* المجلد 18، العدد 4، خريف 2019، ص ص 343-403.
- 14- Manash partim goswami: Fake News and Propaganda: A Study of Manipulation and Abuses on social media, Medias cape, 2018. p.p.535-544.
- 15- Jang, S. M., & Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in Human Behavior*, 80, 295-302
- 16- Katherine Clayton and Jase Davis and others. Partisan Motivated Reasoning and Misinformation in the Media: Is News from Ideologically Uncongenial Sources More Suspicious Japanese Journal of Political Science, Vol. 20, Issue 3, pp. 129-142, September 2019.
- 17- Bjorn Ross, Anna Katherina, Jenneifer, Stafan Heisel: Fake News on social media: The Effectiveness of Warning Messages, International conference on information systems, San Francisco CA, (2018), PP 1-10.
- 18- Andrew Guess and Brendan Nyhan and Jason Reifler. Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign. *European Research Council*, 9. January 9, 2018. pp1-49. <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2018/01/fake-news-2016.pdf>.
- 19- عبد الرازق الدليمي، إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، رسالة دكتوراه غير منشورة، الأردن: جامعة البتراء، مركز الجزيرة للدراسات- 2018، ص 19.
- 20- Bae, S. Y. (2017). The social mediation of political rumors: Examining the dynamics in social media and belief in political rumors. *Journalism*, 20(7), 951-968. <https://doi.org/10.1177/1464884917722657>
- 21- Andrews, Elodie Fichet, Yuwei Ding, Emma S. Spiro, Kate Starbird. Keeping Up

- with the Tweet-dashians: The Impact of 'Official' Accounts on Online Rumoring, Proceedings of the ACM 2016 Conference on Computer Supported Cooperative, San Francisco, USA, 2016 Pages 452-465.
- 22- Yasuaki Sakamoto and Toshihiko Matsuka , Toward a Social-Technological System that Inactivates False Rumors through the Critical Thinking of Crowds , 46th Hawaii International Conference on System Sciences, 2013, Pages, 649-658. cited at: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2150299](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2150299).
- 23- آية علي محمد ريجان، الاغتراب النفسي وعلاقته بمفهوم الذات لدى طلاب الجامعة، مجلة كلية الآداب، جامعة بورسعيد، المجلد 26، العدد 26، أكتوبر 2023- الجزء الثاني، ص 67 – 107.
- 24- Haochen Bai and Kexin Gao (2021). The Study of Social Media Alienation in the Digitized World. In Proceedings of the 2021 5th International Seminar on Education, Management and Social Sciences (ISEMSS 2021) (pp. 864–868). Atlantis Press. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/isemss-21/125959779>
- 25- Dias, T. (2021). Fake News and World Alienation: Reflections on Bolsonaro's Presidential Campaign. *Hannah Arendt. Net*, 10(1). <https://doi.org/10.57773/hanet.v10i1.429>
- 26- سميرة غافل العازمي، الاغتراب النفسي وعلاقته بالأمن النفسي لدى طلبة مرحلة الماجستير بجامعة الطائف، مجلة العلوم التربوية والنفسية- المركز القومي للبحوث- غزة- فلسطين، مج 5 – العدد 1، 2021، ص ص 148-180.
- 27- فطوم بنت محمد السيف محمد، مقياس الاغتراب النفسي لطلبة الجامعة، مجلة كلية التربية، جامعة طنطا، مج 77، العدد 1، 2020، ص ص 291 – 266.
- 28- Gerbaudo, P. (2018). Fake News and All-Too-Real Emotions: Surveying the Social Media Battlefield. *The Brown Journal of World Affairs*, 25(1), 85–100. <https://www.jstor.org/stable/27119107>
- 29- عبد الكريم سعيد المدهون، الاغتراب النفسي وعلاقته ببعض المتغيرات النفسية لدى الشباب الجامعي: جامعة فلسطين حالة، مجلة كلية التربية، جامعة الإسكندرية- كلية التربية، مج 26، ع 4، 2016، ص ص 69 – 97.
- 30- سامية ابرييم، العلاقة بين إدمان الإنترنت والشعور بالاغتراب النفسي "دراسة ميدانية لدى عينة من طالب وطالبات جامعة أم البواقي بالجزائر"، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد الرابع، مج 2، 2015، ص ص 215–240.
- 31- محمود محمد صالح الشامي، مظاهر الاغتراب الاجتماعي لدى الشباب الجامعي الفلسطيني: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الأقصى خان يونس، مجلة جامعة الأقصى: سلسلة العلوم الإنسانية، مج. 18، ع 2، يونيو 2014، ص ص 35-74.
- 32- منصور بن زاهي، وسمية بنت عمارة، الشعور بالاغتراب النفسي والاجتماعي لدى الشباب مستخدم الإنترنت: دراسة ميدانية لعينة من الشباب بمقاهي الإنترنت بولاية ورقلة، دراسات نفسية وتربوية، مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، الجزائر، جامعة قاصدي مرباح، عدد 2013، 10، ص ص 45-70.
- 33- Adalier, A., & Balkan, E. (2012). The relationship between internet addiction and psychological symptoms. *International Journal of Global Education*, 1(2), 42–49.
- 34- Yavuz Erdogan, Y., (2008) Exploring the Relationships among Internet Usage, Internet Attitudes and Loneliness of Turkish Adolescents, *Cyber psychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, article 4., Available. On: <http://cyberpsychology.eu/view.php>, Date of search: 20-3-2009.
- 35- محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، (القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003)، ص 254.
- 36- حسن مكوي، ليلي السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط3، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2018)، ص

- 37- Denis, M.( 1987). **Mass communication theory: An Introduction**, 2<sup>ed</sup> Edition. London: Sage Publication. P 222.
- 38- محمود حسن إسماعيل، مرجع سابق، ص 255.
- 39- Russell, S. J., & Norvig, P. (2020). Artificial intelligence: A modern approach (4th ed.).
- 40- Zulfqar Haider, Adoption of e- Government in Pakistan Supply perspective, International Journal of Advanced Computer Science and Applications, vol.6, No.6,2015. P.1.
- 41- Gong Cheng, Artificial Intelligence in Media Industries: Creating Better user Experiences and Maintaining High Customer Loyalties, unpublished master's Thesis, Drexel University, 2018, P.P.12:15.
- 42- Ogden, Timothy N. & Laura Starita (2009) " Social Networking and Mid-Size Non-Profits: What's the Use?" Philanthropy Action, November, p3-philanthropyaction.com, A project of Sona Partners LLC, available at www.google scholar.com visited 14/2/2012, 11:00 PM.
- 43- شريط حورية، الأخبار الكاذبة مفهوم جديد أوجه جديدة للدعاية والتضليل، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد4، ديسمبر 2022، ص 403.
- 44- Cambridge University Press. (n.d.). Fake news. In Cambridge Dictionary. Retrieved April 17, 2025, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>
- 45- جمال مختار، حقيقة الفيسبوك عدو أم صديق، ط1، (القاهرة: شركة متروبول للطباعة، 2009)، ص9.
- 46- سناء حامد زهران. إرشاد الصحة النفسية لتصحيح مشاعر ومعتقدات الاغتراب، (القاهرة: عالم الكتب، 2004)، ص12.
- 47- سميرة غافل العازمي، مرجع سابق، ص 80.
- 48- سامية عدانكه، الشعور بالاغتراب وعلاقته بمدى التوافق النفسي لدى عينة من الطلبة الأجانب الدارسين بالجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة، الجزائر، 2011، ص26.
- 49- تمّ الرجوع في هذا الجزء إلى:  
- محمد سلامة محمد غباري، التنمية ورعاية الشباب، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2011، ص135.  
- سناء حامد زهران، مرجع سابق، ص106.
- 50- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط2، (القاهرة: عالم الكتب، 1995م)، ص131.
- 51- عاطف عدلي العبد، المنهج العلمي في البحوث الإعلامية، (القاهرة: دار الهاني، 2000)، ص 15.
- 52- العنود بنت هادي موسى عياشي، تأثير الإعلام الجديد في رفع الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي: دراسة عينية من الشباب بمنطقة جازان، مجلة الأطروحة للعلوم الإنسانية، المجلد الرابع، العدد الثاني، 2019، ص ص 61- 97.
- 53- محمود مهني، استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والإعلان، 2015)، ص 17.
- 54- سماح محمد محمدي، اعتماد الشباب الجامعي على موقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك" أثناء انتخابات الرئاسة المصرية: دراسة ميدانية بالتطبيق على الجولة الأولى من الانتخابات، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 40، 2012، ص ص 147- 220.
- 55- آية محمد علي، التعرض للبرامج الحوارية التليفزيونية ومواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوى الثقة السياسية لدى الجمهور المصري (دراسة مقارنة)، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017)، ص 211.

- 56- ريم الجابري، العلاقة بين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر) ومستوى الوعي السياسي لدى الشباب المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2017)، ص 258.
- 57- أفنان طلعت عبد المنعم عرفة، استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية، رسالة ماجستير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2015)، ص 310.
- 58- أسماء مسعد عبد المجيد، اعتماد الشباب المصري على مضامين ملفات الفيديو على الإنترنت في متابعة الأحداث المحلية – دراسة مسحية، رسالة ماجستير غير منشورة (كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة حلوان، 2011)، ص 227.
- 59- سعود عيد محمد العجمي، دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2016)، ص 217.
- 60- وجدي حلمي عبد الظاهر، إدراك الشباب المصري لثراء تطبيقات الذكاء الاصطناعي ودورها في تشكيل الشخصية الرقمية لديهم: التطبيقات التفاعلية نموذجًا، مجلة جامعة مصر للدراسات الإنسانية، مجلد (4)، عدد خاص، أغسطس 2024 تحديات التنمية المستدامة في عصر الاتصال الرقمي، ص 894.
- 61- وجدي حلمي عبد الظاهر، مرجع سابق، ص 893.
- 62- ثامر عزيز الديجاني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية قيم المواطنة والانتماء لدى الشباب الكويتي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مجلد 2022، عدد 81، جزء 1، ص ص 581-606.
- 63- نورهان رجب أحمد حسن، تأثير استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي على مشاركتهم السياسية، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 2019)، ص 217.
- 64- مطر عبد الله، اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي في التزود بالمعلومات: دراسة مسحية في جامعة تبوك السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الصحافة والإعلام، كلية الإعلام. (جامعة الشرق الأوسط)، الأردن. تاريخ البحث: 2-3-2022، ص 312.
- 65- إبراهيم محمد فرج، صحافة المنصات الاجتماعية وثقة المواطنين بها في ظل الأزمة الصحية العالمية: جائحة كورونا أنموذج: دراسة ميدانية على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، مجلة بحوث الاتصال، جامعة الزيتونة، كلية الفنون والإعلام، المجلد الخامس، العدد 9، 2021، ص ص 114-135.
- 66- نوره عبد الله محمود أحمد، أثر التعرض للشبكات الاجتماعية على الإنترنت في إدراك القضايا والأحداث الجارية لدى عينة من الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جنوب الوادي، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2014، ص 285.
- 67- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings. *Management Science*, 66(11), 4944–4957
- 68- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151
- 69- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>.
- 70- سهير صالح، أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، المجلد 18، العدد 4، ديسمبر 2019، ص ص 403-443.
- 71- Gerwin, R. L., Kaliebe, K., & Daigle, M. (2018). Social media use and anxiety in adolescents: A review of the literature. *Journal of Child and Adolescent Psychiatric Nursing*, 31(4), 75–86. <https://doi.org/10.1111/jcap.12203>
- 72- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019), opt, cit.
- 73- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019), opt, cit.

- 74- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe.
- 75- **Bode, L., & Vraga, E. K. (2015).** "In Related News, That Was Wrong: The Correction of Misinformation Through Related Stories Functionality in Social Media." *Journal of Communication*, 65(4), 619–638. <https://doi.org/10.1111/jcom.12166>
- 76- **Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Rothschild, D. (2018).** "The science of fake news." *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

## References

- Al-Toum, M. (2019), alshaayieat fi wasayil altawasul aliajtimaeii (tawtir nmwdhjan), majalat alshamal lileulum al'insanyat, jamieat Alhudud alshamaliati, 11(4).
- -Alkhuli, S. (2023). ealaqat aldhaka' alaistinaeii bimustawaa alqalaq alnafsii, bahath manshur fi majalat tiknulujia altaelim waltaealum alraqamii 12(2).
- -Misum, L. (2016). aliaistiemal almufrit lil'iintirnit waealaqatih bizuhur alaightirab alnafsii walajjtimaeeii ladaa alshababi, almajalat alduwaliat lilaitisal alajjtimaeeii, jamieat eabd alhamid bin badis- mustaghanim kuliyat aleulum alajjtimaeyat mukhbir aldirasat al'ielamyat walaitisaliati, 2(1). 53-67.
- -Amer, O. (2024), aistikhdam tatbiqat aldhaka' alaistinaeii fi altasadiy lizahirat al'akhbar alzaayifat eabr al'ielam alraqami, almajalat aleilmiat libuhuth al'ielami, kuliyat al'ielami- jamieat Alqahirati, 86(2). 1-31.
- Ahmed maher, Mohamed nasser, gamal ben matar: Exploring Omani people behaviour towards misinformation on social media during Covid-19, **journal of Information Studies & Technology (JIS&T)**, Volume 2023, Issue 1, Mar 2023.
- -Libib, M. (2022). alaistimalat almustakhdamat fi al'akhbar alzaayifat hawl fayrus kuruna: dirasat tahliliatan lisafhat altaqniat min 'ajl alsalam fi fisbuk, majalat adab alfarahidii, 49(2). 339- 358.
- -Mubarak, A. (2022). earad alshabab aljamieia lil'akhbar alzaayifat ealaa mawaqie altawasul alajjtimaeeii waealaqatiha biaitijahat alshabab aljamieii nahw alqadaya almutharat fi almujtamae almisrii, majalat kuliyat aladab, jamieat Suhaj, 62(1).
- ANDREA CARSON and LIAM FALLON. FIGHTING FAKE NEWS A STUDY OF ONLINE MISINFORMATION REGULATION IN THE ASIA PACIFIC. First Published 2021 By La Trobe University. pp1-136. [https://www.latrobe.edu.au/\\_data/assets/pdf\\_file/0019/1203553/carson-fake-news.pdf](https://www.latrobe.edu.au/_data/assets/pdf_file/0019/1203553/carson-fake-news.pdf)
- Bu Samaha, M. (2021), nashr al'akhbar alzaayifat eabr wasayil altawasul alajjtimaeeii waealaqatiha bialtanamur al'iiliktrunii ealaa alnukhbat alsyasyat alwtnyat, majalat alrisalat lildirasat al'ielamyat, Aljazayar, 2(2). 540 - 561.
- Eleni Kapantai, Androniki Christopoulou, Christos Berberidis and Vassilios Peristeras. A systematic literature review on disinformation: Toward a unified taxonomical framework. **New media & society** 2021, Vol. 23(5) 1301–1326.
- -Ibrahim, J. (2020). terrud tulaab aljamieat almsryat lilshaayieat wal'akhbar alzaayifat eabr mawaqie altawasul alajjtimaeeii watathiriha ealayhim, risalat majistir manshurat, jamieat Almanufiati: kuliyat aladab, qism al'ielama.
- -Alsaalihy, A. (2020). dawr maharat altafkir alnaaqid ladaa tulaab aljamieat almsryat fi dahd al'akhbar alzaayifat eabr wasayil altawasul alajjtimaeeii-

- dirasatan fi 'iitar nzryat Alainfiel Almaerifii, majalat albuḥuth al'ielamyat, , kuliyat al'ielami, jamieat Al'azhur. 54(6).
- 'Ibrahim, S. (2019). 'athar al'akhbar alkadhibat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii fi nashr alqalaq alsiyasii ladaa alshababi, almajalat almsryat libuḥuth alraay aleami, 4(1). 343- 403.
  - Manash partim goswami: Fake News and Propaganda: A Study of Manipulation and Abuses on social media, Medias cape, 2018. p.p.535-544.
  - Jang, S. M., & Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in Human Behavior*, 80, 295-302
  - Katherine Clayton and Jase Davis and others. Partisan Motivated Reasoning and Misinformation in the Media: Is News from Ideologically Uncongenial Sources More Suspicious Japanese Journal of Political Science, Vol. 20, Issue 3, pp. 129-142, September 2019.
  - Bjorn Ross, Anna Katherina, Jenneifer, Stafan Heisel: Fake News on social media: The Effectiveness of Warning Messages, International conference on information systems, San Francisco CA, (2018), PP 1-10.
  - Andrew Guess and Brendan Nyhan and Jason Reifler. Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign. European Research Council, 9. January9, 2018. pp1-49. <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2018/01/fake-news-2016.pdf>.
  - -Aldilymy, A. (2018). 'iishkaliaat al'akhbar almufabrakat watathiruha fi tashkil alraay aleama, risalat dukturah ghayr manshurt, al'urdunn: jamieat Albitra', markaz Aljazirat lildirasati.
  - Bae, S. Y. (2017). The social mediation of political rumors: Examining the dynamics in social media and belief in political rumors. *Journalism*, 20(7), 951–968. <https://doi.org/10.1177/1464884917722657>
  - Andrews, Elodie Fichet, Yuwei Ding. Emma S. Spiro, Kate Starbird. Keeping Up with the Tweet-dashians: The Impact of 'Official' Accounts on Online Rumoring, Proceedings of the ACM 2016 Conference on Computer Supported Cooperative, San Francisco, USA, 2016 Pages 452-465.
  - Yasuaki Sakamoto and Toshihiko Matsuka , Toward a Social-Technological System that Inactivates False Rumors through the Critical Thinking of Crowds , 46th Hawaii International Conference on System Sciences, 2013, Pages, 649-658.. cited, at: [http://papers.ssm.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2150299](http://papers.ssm.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2150299).
  - -Rihan, A. (2023). aliaightirab alnafsii waealaqatuh bimafhum aldaat ladaa tulaab aljamieati, majalat kuliyat aladab, jamieat port Said, 26(1). 67 - 107.
  - Haochen Bai and Kexin Gao (2021). The Study of Social Media Alienation in the Digitized World. In Proceedings of the 2021 5th International Seminar on Education, Management and Social Sciences (ISEMSS 2021) (pp. 864–868). Atlantis Press. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/isemss-21/125959779>

- Dias, T. (2021). Fake News and World Alienation: Reflections on Bolsonaro's Presidential Campaign. *Hannah Arendt Net*, 10(1).  
<https://doi.org/10.57773/hanet.v10i1.429>
- Aleazimi, S. (2021). alaightirab alnafsiu waealaqatuh bial'amn alnafsii ladaa talbat marhalat almajistir bijamieat altaayif, majalat aleulum altrbwyat walnfsyat- almarkaz alqawmiu lilbuhutha- Gaza- Filastin, 1(2). 148- 180.
- Muhamad, F. (2020). miqyas aliaghtirab alnafsii litalabat aljamieati, majalat kuliyat altarbiati, jamieat Tanta, 1(2). 291 - 266.
- Gerbaudo, P. (2018). Fake News and All-Too-Real Emotions: Surveying the Social Media Battlefield. *The Brown Journal of World Affairs*, 25(1), 85–100.  
<https://www.jstor.org/stable/27119107>
- Almadhuni, A. (2016). alaightirab alnafsiu waealaqatuh bibaed almutaghayirat alnfsyat ladaa alshabab aljamiei: jamieat filastin halata, majalat kuliyat altarbiati, jamieat Al'iiskandariati- kuliyat altarbiati, 4(1).
- Abriem, S. (2015). alealaqat bayn 'iidman al'iintirnit walshueur bialiaightirab alnafsii "dirasat maydaniat ladaa eayinat min talib watalibat jamieat 'umi albawaqi bi Aljazayir", majalat eulum al'iinsan walmujtamaei, 4(2). 215- 240.
- Alshaamy, M. (2014). mazahir alaightirab alajjtimaeeii ladaa alshabab aljamieii alfilastinii: dirasat maydaniat ealaa eayinat min talabat jamieat al'aqsaa khan yunis, majalat jamieat al'aqsaa: silsilat aleulum Al'insanyat, 2(3). 35-74.
- Zahi, M. (2013), alshueur bialaightirab alnafsii walajjtimaeeii ladaa alshabab mustakhdim al'iintirnit: dirasat maydaniat laeayinatan min alshabab bimaqahi al'iintirnit biwilayat wariqlata, dirasat nfsyat wtrbwyat, mukhbir tatwir almumarasat alnfsyat waltrbwyat, aljazayar, jamieat qasidi Mirbah, 10(3).
- Adalier, A., & Balkan, E. (2012). The relationship between internet addiction and psychological symptoms. *International Journal of Global Education*, 1(2), 42–49.
- Yavuz Erdogan, Y., (2008) Exploring the Relationships among Internet Usage, Internet Attitudes and Loneliness of Turkish Adolescents, *Cyber psychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, article,4., Available. On: <http://cyberpsychology.eu/view.php>, Date of search:20-3-2009.
- Ismaeil, M. (2003). mabadi eilm aliatisal wanazariaat altaathiri, ta1, (Alqahira: Aldaar alealamiat lilnashr waltawzie).
- Makawi, H. (2018), aliatisal wanazariaatuh almueasiratu, ta3, (Alqahirati: aldaar almsryat allubnaniati).
- Denis, M.( 1987). **Mass communication theory: An Introduction**, 2<sup>ed</sup> Edition. London: Sage Publication. P 222.
- Russell, S. J., & Norvig, P. (2020). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.).
- Zulfiqar Haider, Adoption of e- Government in Pakistan Supply perspective, *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, vol.6, No.6,2015. P.1.

- Gong Cheng, Artificial Intelligence in Media Industries: Creating Better user Experiences and Maintaining High Customer Loyalties, unpublished master's Thesis, Drexel University, 2018, P.P.12:15.
- Ogden, Timothy N. & Laura Starita (2009) " Social Networking and Mid-Size Non-Profits: What's the Use?" Philanthropy Action, November, p3-philanthropyaction.com, A project of Sona Partners LLC, available at www.google.com visited 14/2/2012, 11:00 PM.
- Horia, S. (2022), al'akhbar alkadhibati- mafhum jadid 'uwjuh jadidat lildieayat waltadlili, majalat alrisalat lildirasat al'ielamyat, 4(1).
- Cambridge University Press. (n.d.). Fake news. In Cambridge Dictionary. Retrieved April 17, 2025, from <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/fake-news>
- -Mukhtar, G. (2009). haqiqat alfisbuk eaduun 'um sidiyqi, ta1, (Alqahirati: sharikat mitrubul liltibaeati).
- -Zahran, S. (2004).iirshad alsihat alnfsyat litashih mashaeir wamuetaqadat aliaghtirabi, (Alqahirati: ealam alikutub).
- Adaika, S. (2011), alshueur bialaighatirab waealaqatih bimadaa altawafuq alnafsii ladaa eayinat min altalabat al'ajanib aldaarisin bialjazayar, risalat majistir, kuliyyat aleulum al'insanyat walajtmacyat, jamieat qasidi mirbah-wariqlata, Aljazayar.
- Hussein, S. (1995), buhuth al'ielami, ta2, (Alqahirata: ealim alikutub).
- Al-Abd, A. (2015), almanhaj aleilmu fi albuhuth al'ielamyat, (Alqahirata: dar Alhani).
- Ayyashi, A. (2019), tathir al'ielam aljadid fi rafe alwaey alajtimaeii ladaa alshabab alsaeudii: dirasat eayniat min alshabab bimintaqat Jazan, majalat al'utruhat lileulum al'insanyat, 2(4). 61- 97.
- Mahnia, M. (2015). aistikhdamat alshabab aljamieii al'iimaratii limawaqie altawasul alajtimaeii kamasadir lilmaelumat althaqafiati, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahirati: kuliyyat al'ielami, qism alealaqat aleammat wal'ielani).
- -Muhamadi, S. (2012). aietimad alshabab aljamieii ealaa mawqie altawasul alajtimaeii "fis buk" 'athna' aintikhabat alriyasat almsryat: dirasatan maydaniatan bialtatbiq ealaa aljawlat al'uwlaa min alaintikhabati, almajalat almsryat libuhuth al'ielami, jamieat Alqahirati, kuliyyat al'ielami, 40(4).147-220.
- -Ali, A. (2017), altaearud lilbaramij alhawariat altelifizyuniat wamawaqie altawasul alajtimaeii waealaqatih bimustawaa althiqat alsyasyat ladaa aljumhur almisrii (dirasat muqaranati), risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahirati: kuliyyat al'ielami).
- Aljabri, R. (2017) alealaqat bayn aistikhdam mawaqie altawasul alajtimaeii (tuyr) wamustawaa alwaey alsiyasii ladaa alshabab almisrii, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahirati: kuliyyat al'ielami).

- Arafa, A. (2015), aistikhdamat alshabab lilshabakat alajtmaeyat watathiruha ealaa ealaqatihim fi tabadul alkhibrat almujtamaeiati, risalat majistir manshurat, (jamieat Alqahira: kuliyyat Al'ielami, qism alsahafati).
- Abdel Majeed, A. (2011), aietimad alshabab almisrii ealaa madamin milafaat alfidyu ealaa al'iintirnit fi mutabaeat al'ahdath almahaliyat - dirasat mashiatun, risalat majistir ghayr manshura (kuliyyat aladab, qism al'ielami, jamieat Hulwan).
- Al-Ajmi, S. (2016), dawr shabakat altawasul alajjtimaeei fi bina' alniqash hawl alqadaya alsyasyat walajtmaeyat bidawlat alkuayti, risalat dukturah ghayr manshuratin, (jamieat Alqahirai: kuliyyat al'ielami, qism alsahafati).
- Abdel-Zaher, W. (2024), 'iidrak alshabab almisrii lithara' tatbiqat aldhaka' alaistinaeei wadawriha fi tashkil alshakhsiat alrqmyat ladayhim: altatbiqat altafaeuliati nmwdhjan", majalat jamieat misr lildirasat al'insanyat, tahadiyat altanmiat almustadamat fi easr alaitisal alraqami 3(2).
- Al-Dijani, T. (2022), dawr shabakat altawasul alajjtimaeei fi tanmiat qiam almuatanat walaintima' ladaa alshabab alkuayti, almajalat almsryat libuhuth al'ielami, jamieat Alqahirati, kuliyyat al'ielami, 81(3). 581-606.
- Hasan, N. (2019). tathir aistikhdam alshabab almisrii limawaqie altawasul alajjtimaeei ealaa musharakatihim alsyasyat, risalat majistir ghayr manshuratin, (jamieat Alqahirati: kuliyyat al'ielami).
- Abdullah, M. (2022), aietimad alshabab aljamieii ealaa mawaqie altawasul alajjtimaeei fi altazawud bialmaelumati: dirasatan mushiatan fi jamieat tabuk alsaeudiati, risalat majistir ghayr manshuratin, qism alsahafat wal'ielami, kuliyyat al'ielami. (jamieat alsharq al'awst), Al'urdun.
- Faraji, I. (2021). sahafat alminasaat alajtmaeyat wathiqaat almuatinin biha fi zili al'azmat alsihyat alealamiati: jayihat kuruna 'unmudhaji: dirasatan maydaniatan ealaa mustakhdimi minasaat altawasul alajjtimaeei, majalat buhuth alaitisali, jamieat alzaytunati, kuliyyat alfunun wal'ielami, almujaalad alkhamis, 9(2). 114-135.
- Ahmad, N. (2014). 'athar altaearud lilshabakat alajtmaeyat ealaa al'iintirnit fi 'iidrak alqadaya wal'ahdath aljariat ladaa eayinat min alshabab aljamieii: dirasat maydaniatan, risalat majistir ghayr manshuratin, jamieat janub alwadi, kuliyyat aladab, qism al'ielami.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings. *Management Science*, 66(11), 4944–4957
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151
- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586. <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>.

- Gerwin, R. L., Kaliebe, K., & Daigle, M. (2018). Social media use and anxiety in adolescents: A review of the literature. *Journal of Child and Adolescent Psychiatric Nursing*, 31(4), 75–86. <https://doi.org/10.1111/jcap.12203>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019), opt, cit.
- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019), opt, cit.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe.
- Bode, L., & Vraga, E. K. (2015). "In Related News, That Was Wrong: The Correction of Misinformation Through Related Stories Functionality in Social Media." *Journal of Communication*, 65(4), 619–638. <https://doi.org/10.1111/jcom.12166>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Rothschild, D. (2018). "The science of fake news." *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>

# Journal of Mass Communication Research «J M C R»

A scientific journal issued by Al-Azhar University, Faculty of Mass Communication

---

**Chairman: Prof. Salama Daoud** President of Al-Azhar University

---

**Editor-in-chief: Prof. Reda Abdelwaged Amin**

Dean of Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Assistants Editor in Chief:

**Prof. Mahmoud Abdelaty**

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Prof. Fahd Al-Askar**

- Media professor at Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University  
(Kingdom of Saudi Arabia)

**Prof. Abdullah Al-Kindi**

- Professor of Journalism at Sultan Qaboos University (Sultanate of Oman)

**Prof. Jalaluddin Sheikh Ziyada**

- Media professor at Islamic University of Omdurman (Sudan)

---

## Managing Editor: Prof. Arafa Amer

- Professor of Radio, Television, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

## Editorial Secretaries:

**Dr. Ibrahim Bassyouni:** Assistant professor at Faculty of Mass Communication,  
Al-Azhar University

**Dr. Mustafa Abdel-Hay:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Ahmed Abdo:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

**Dr. Mohammed Kamel:** Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

**Arabic Language Editors :** Dr. Gamal Abogabal, Omar Ghonem, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

---

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.

- Telephone Number: 0225108256

- Our website: <http://jsb.journals.ekb.eg>

- E-mail: [mediajournal2020@azhar.edu.eg](mailto:mediajournal2020@azhar.edu.eg)

## Correspondences

● Issue 75 July 2025 - part 1

● Deposit - registration number at Darelkotob almasrya /6555

● International Standard Book Number "Electronic Edition" 2682- 292X

● International Standard Book Number «Paper Edition»9297- 1110

## Rules of Publishing

● Our Journal Publishes Researches, Studies, Book Reviews, Reports, and Translations according to these rules:

- Publication is subject to approval by two specialized referees.
- The Journal accepts only original work; it shouldn't be previously published before in a refereed scientific journal or a scientific conference.
- The length of submitted papers shouldn't be less than 5000 words and shouldn't exceed 10000 words. In the case of excess the researcher should pay the cost of publishing.
- Research Title whether main or major, shouldn't exceed 20 words.
- Submitted papers should be accompanied by two abstracts in Arabic and English. Abstract shouldn't exceed 250 words.
- Authors should provide our journal with 3 copies of their papers together with the computer diskette. The Name of the author and the title of his paper should be written on a separate page. Footnotes and references should be numbered and included in the end of the text.
- Manuscripts which are accepted for publication are not returned to authors. It is a condition of publication in the journal the authors assign copyrights to the journal. It is prohibited to republish any material included in the journal without prior written permission from the editor.
- Papers are published according to the priority of their acceptance.
- Manuscripts which are not accepted for publication are returned to authors.