مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدر عن جامعة الأزهر/كلية الإعلام

رئيس مجلس الإدارة: أ. د/ غانم السعيد - عميد الكلية.

رئيس التحرير: أ. د/ رضا عبدالواجد أمين - أستاذ الصحافة والنشر ووكيل الكلية.

مساعدو رئيس التحرير:

- أ. د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتليفزيون بالكلية
- أ. د/ فهد العسكر - وكيل جامعة الإمام محمد بن سعود للدراسات العليا والبحث العلمي (المملكة العربية السعودية)
- أ. د/ عبد الله الكندي - أستاذ الصحافة بجامعة السلطان قابوس (سلطنة عمان)
- أ. د/ جلال الدين الشيخ زيادة - عميد كلية الإعلام بالجامعة الإسلامية بأم درمان (جمهورية السودان)

سكرتيرو التحرير: د/ إبراهيم بسيونى - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

د/ رامى جمال مهدي - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

مدقق اللغة العربية: أ/ عمر غنيم - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

سكرتير فني: أ/ محمد كامل - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

المراسلات:

- القاهرة- مدينة نصر - جامعة الأزهر - كلية الإعلام - ت: ٠٢٢٥١٠٨٢٥٦
- الموقع الإلكتروني للمجلة: http://jsb.journals.ekb.eg
- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

- العدد السابع والخمسون - الجزء الثاني - شعبان ١٤٤٢هـ - أبريل ٢٠٢١ م
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥
- الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٢٦٨٢-٢٩٢ x
- الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٩٢٩٧-١١١٠

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 والتليفزيون 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 العزعزي (اليمن)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بجامعة أم القرى، مكة المكرمة.

٧. أ.د/ العربي بوعمامة (الجزائر)

أستاذ الإعلام بجامعة عبدالحميد، بجامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، الجزائر.

٨. أ.د/ سامي الشريف (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون وعميد كلية الإعلام، الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات.

٩. أ.د/ خالد صلاح الدين (مصر)

أستاذ الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام -جامعة القاهرة.

١٠. أ.د/ محمد فياض (العراق)

أستاذ الإعلام بكلية الإمارات للتكنولوجيا.

١١. أ.د/ رزق سعد (مصر)

أستاذ العلاقات العامة (جامعة مصر الدولية).

قواعد النشر

تقوم المجلة بنشر البحوث والدراسات ومراجعات الكتب والتقارير والترجمات وفقًا 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 مؤتمرًا علميًا.**
- **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 .... وتحتفظ 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.**

محتويات العدد

- الأطر المعرفية والمنهجية للمكون الإعلامي والاتصالي للسِلم والتماسك المجتمعيين: تحليل من المستوى الثاني ٥٠٣
  أ.م.د. الأميرة سماح فرج عبد الفتاح

- توظيف الإنفوجراف في التعريف بمبادئ وثيقة الأخوة الإنسانية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - دراسة تحليلية مقارنة ٥٧١
  أ.م.د. أيمن محمد إبراهيم بريك

- القيم الإسلامية بمجلة الشباب وعلاقتها بمنظومة القيم لدى الشباب المصري في أوقات الأزمات: دراسة تحليلية وميدانية ٦٣١
  د. أسماء أحمد أبو زيد علام

- تقييم الآداء الإعلامي لبعض المواقع الدينية والإخبارية حول وثيقة الأخوة الإنسانية ٦٧٣
  د. كريمة كمال عبد اللطيف توفيق

- العلاقة بين مستوى المواطنة الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكهم للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ٧١٩
  د. السيد لطفي حسن زايد

- شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز قيم المواطنة لدى الشباب السيناوي «دراسة ميدانية» ٧٦٧
  د. صبري خالد عبدالهادى

- المعالجة الصحفية لوثيقة الأخوة الإنسانية في المواقع الإلكترونية «دراسة تحليلية» ٨٠٧
  د. مها مصطفى بخيت

- دور الكاريكاتير في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو تعزيز السِلْم المجتمعي ومكافحة التطرف (دراسة شبه تجريبية) ٨٥٥
  د. هبة محمد شفيق عبد الرازق

- دور وسائل التواصل الاجتماعي في تنمية وعي الشباب المصري بوثيقة الأخوة الإنسانية «دراسة تطبيقية» د. عبد الله أحمد مصطفى محمد ٨٩٧

- استخدام منصات التواصل الاجتماعي في تحقيق الأخوة الإنسانية والتعايش السِلْمي «التجربة الكينية» ياسر عبد الله طبت (كينيا) ٩٥١

- Emotional Public Sphere: Sentiment Analysis of Tweets after New Zealand Mosque Shooting ٩٧٧
  DR \ Islam Abdelkader- DR \ M. A. El-dosuky

م	القطاع	اسم المجلة	اسم الجهه / الجامعة	نقاط المجلة (مارس 2020)	نقاط المجلة (يوليو 2020)	ISSN-P	ISSN-O
1	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث الإعلامية	جامعة الأزهر	6.5	7	1110-9297	2682-292X
2	الدراسات الإعلامية	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	6	7	2314-8721	2314-873X
3	الدراسات الإعلامية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	جامعة الأهرام الكندية	5	5	2536-9393	
4	الدراسات الإعلامية	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	Cairo University	4	4	2356-9891	
5	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	جامعة جنوب الوادى	3.5	3.5	2536-9237	
6	الدراسات الإعلامية	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	اكاديمية الشروق	3.5	5.5	2357-0407	
7	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	5.5	2356-9131	
8	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	5.5	2356-914X	
9	الدراسات الإعلامية	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	5.5	2356-9158	
10	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	جامعة القاهرة – مركز بحوث الرأى العام	3	5.5	1110-5836	
11	الدراسات الإعلامية	المجلة المصرية لبحوث الرأى العام	Cairo University, Center of Public Opinion Research	3	6.5	1110-5844	

- يطبق تقييم مارس 2020 للمجلات على كل الأبحاث التى نشرت فيها قبل 1 يوليو 2020
- يطبق تقييم يوليو 2020 للمجلات على كل الأبحاث التى ستنشر فيها بدء من 1 يوليو 2020 و حتى صدور تقييم جديد في يوليو 2021
- المجلات التي لم تتقدم بطلب إعادة تقييم سيظل تقييم مارس ٢٠٢٠ مطبقا على كل الأبحاث التي ستنشر بها وذلك لحين صدور تقييم جديد في يوليو 2021
- يتم إعادة تقييم المجلات المحلية المصرية دورياً في شهر يوليو من كل عام ويكون التقييم الجديد سارياً للسنة التالية للنشر في هذه المجلات

حقوق الملكية الفكرية © 2020 محفوظة لوحدة نظم المعلومات الادارية ودعم اتخاذ القرار بمركز الخدمات الالكترونية والمعرفية -المجلس الأعلى للجامعات

العلاقة بين مستوى المواطنة الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكهم للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

The Relation between the Level of Digital Citizenship among university youth and their awareness of Fake News on social media

د. السيد لطفي حسن زايد

أستاذ مساعد بقسم الإذاعة والتليفزيون بكلية الإعلام

الجامعة العربية المفتوحة بمصر

lotfielsayed72@hotmail.com

ملخص الدراسة

استهدفت الدراسة التعرف على مدى إدراك الشباب الجامعي المصري للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستويات المواطنة الرقمية لديهم، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها (400) مبحوث في المرحلة العمرية من (18-21) عامًا من طلاب جامعات (القاهرة- عين شمس- 6 أكتوبر- أكاديمية الشروق) من خلال أداة الاستبيان.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- يستخدم المبحوثون مواقع التواصل الاجتماعي «دائمًا» بنسبة 85%، و«أحيانًا» بنسبة 15%، وجاء الفيس بوك كأول مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا لدى المبحوثين.
- جاء مفهوم الأخبار الزائفة تبعًا لرأي المبحوثين «الخبر المفبرك الكاذب»، يليه «العرض المتعمد لإدعاءات كاذبة أو مضللة».
- توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين إدراك المبحوثين للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المواطنة الرقمية لديهم.

الكلمات المفتاحية: المواطنة الرقمية- الشباب الجامعي- الأخبار الزائفة- مواقع التواصل الاجتماعي.

Abstract

The study aimed to identify the extent of Egyptian university youth perception of fake news on social media and its relationship to their levels of digital citizenship، and the study is one of the descriptive studies that used the field media survey method by applying to an available sample of (400) respondents in the age group of (18-21) years Of students (Cairo University - Ain Shams University - October 6 University - Al Shorouk Academy) through the questionnaire tool.

Results

- Respondents use social networking sites “always” by 85% and “sometimes” by 15%، and Facebook came as the first communication site used by the respondents.
- The concept of fake news came according to the opinion of the respondents، “false fabricated news”، followed by “the intentional presentation of false or misleading allegations.”
- There is a positive correlational relationship with statistical significance between the respondents’ perception of fake news on social media sites and their levels of digital citizenship.

Keywords: Digital Citizenship - university youth -Fake News - social media

مقدمة:

مما لا شك فيه أن ما حدث خلال الفترة القليلة الماضية في العالم، وبفضل تقنيات الاتصال والمعلومات ثورة جماهيرية على مفاهيم الإعلام التقليدي، حيث كتب القرن الحادي والعشرون تاريخًا جديدًا في تطور وسائل الإعلام والاتصال، بفضل ظهور وانتشار الإنترنت في كافة مناطق العالم، كما شهد العقد الحالي من القرن الجديد في هذا الخصوص، كما تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دورًا كبيرًا في تدفق الأخبار بمختلف أنواعها، بل شكلت ثورة حقيقية في تسهيل التواصل والتفاعل بين المستخدمين، وتحول العديد منهم بهواتفهم المحمولة إلى وسائل تصوير الأحداث واللقطات النادرة، وأحيانًا يقومون بترويج أخبار دون معرفة حتى مصدرها والهدف من نشرها، ولكن الأمر السلبي في هذه الثورة التكنولوجية هو سهولة الخلط أحيانًا بين الحقيقة مع الأخبار الزائفة (Fake News)، وجعل العديد من المحترفين يستغلون هذه الوسائل وهذا الجمهور لنشر أخبار زائفة تحقق لهم ربحًا من خلال عدد المشاهدات، أو متابعة قناة على اليوتيوب، أو صفحة بعينها على الفيس بوك لخدمة جهة معينة أو دولة ما ومصالحها.

كما أن هذه الأخبار الزائفة تستهدف الشباب باستراتيجيات تدور معظمها في دائرة الإعلام السلبي والمضلل لتوطين الإحباط، وإضعاف الهمة، والتخوين وغيرها في نفوس الشباب، وقد وجدت هذه الأهداف ضالتها في ظل قلة الوعي الإعلامي بمهارات السلوك الواعي إعلاميًا من خلال إعادة الشباب لنشر الأخبار الزائفة والمفبركة، والمزورة، والمجهولة المصدر بدون وعي منهم بأنها عدائية، ومن ضمن حروب الجيل الرابع والخامس التي تستهدف أمن واستقرار الدول.

وفي وسط عالم سريع التغير والتحول، فإن الوطن يقاوم محاولات كبيرة ومستمرة للسيطرة على عقول أبنائه وثرواته بشتى الطرق، وبخاصة فئات الشباب الذين يتابعون ما يحدث محليًا وعالميً،ا ويمكن تلمس خطورة وتأثير مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تهيئة الرأي العام للاستسلام وقبول ما يتم نشره من أكاذيب وأخبار زائفة مغايرة للواقع، وهي ما يطلق عليها اليوم بحروب الجيل الرابع، أو الحرب المتماثلة، وهي حرب تستخدم

فيها كافة وسائل الإعلام، وبعض منظمات المجتمع المدني، وتظل كذلك المعارضة الوطنية في بعض المعارك دون وعي منها، إضافة إلى غرف عمليات استخباراتية تقوم بتشبيك كل ما سبق في إطار مخطط محكم للوصول إلى غاية المؤامرة من تقديم وتفتيت وإضعاف الشعوب والجيوش وغزو واحتلال بنهاية الأمر.

فحرب الأخبار الزائفة (Fake News) تعتمد على شقين، الأول: دفاعي يحمي أنظمة الدولة، والثاني: هجومي ضد أنظمة الدولة المعادية، وتستخدم الحرب والعمليات النفسية، والاستخبارات، ومهاجمة الوسائط والهاكرز وأعمال التجسس إلى أن يتكون مناخ عدائي بين أطراف الأمة ومؤسساتها ونسيجها الوطني.

ومن أجل مخاطر تلك الأخبار الزائفة (Fake News) فقد اتجهت دول العالم إلى التركيز على المواطنة الرقمية من خلال المسئوليات والواجبات الرقمية ومعايير السلامة، والأمان، والحماية التى تساعدهم على أن يصبحوا مواطنين صالحين، وحتى لا تقع الأجيال ضحية لسيطرة رقمية من جهات معادية، وذلك في ظل تدني ثقافة الاستخدام الرشيد للتكنولوجيا، ولقد مهد ذلك السبيل لظهور المواطنة الرقمية.

وتعبر المواطنة الرقمية عن القواعد والضوابط المتبعة في الاستخدام الأمثل والقويم للتكنولوجيا، وتعزز لبيئة إلكترونية إيجابية أكثر أمنًا وسلامة للجميع، وحماية الدول والمجتمعات من مخاطر الاجتياح الرقمي الذي يموج به العصر الحالي، واستخدام مهارات التفكير الناقد مثل مهاراة حسن الاختيار، والتواصل والمشاركة في صياغة الرسائل الإعلامية والتأثير فيها، وكذلك أيضًا إنتاج المحتوى الإعلامي.

ولما كان الشباب هم ركيزة أساسية لبناء ونهضة المجتمع وفي ظل تواجده حاليًا في هذه البيئة الإعلامية المعقدة، والتي لا يقتصر تأثيرها عليهم فحسب، بل على باقي فئات المجتمع؛ تأتي أهمية دراسة **مدى إدراك الشباب الجامعي المصري للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستويات المواطنة الرقمية لديهم** حتى نتمكن من تحصين الشباب وتمكينهم من التعامل الواعي مع وسائل الإعلام الجديدة.

أولًا- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

في ظل ما استشعره الباحث من مؤمرات واضحة تحاك بالوطن مستهدفة أمنه واستقراره بسواعد الشباب أبناء الوطن، من خلال الحرب النفسية وحروب الجيل الرابع والجيل الخامس التي من أدواتها مواقع التواصل الاجتماعي، واستهداف الشباب باستراتيجيات تدور معظمها في دائرة الإعلام السلبي والمضلل الذي يستهدف زرع

وتوطين الإحباط، وإضعاف الهمة واليأس والتخوين وغيرها في نفوس الشباب، وذلك في ظل قلة الوعي الكافي لدى الشباب بمخاطر التدوين وعدم تحرى الصدق في المضمون المقدم لهم والذي قد يكون مضللًا وزائفًا، وعليه فقد وجدت هذه المضامين الزائفة ضالتها في ظل قلة الوعي الإعلامي بمهارات السلوك الواعي إعلاميًا، ومنها مهارات الاستخدام الصحيحة، وإنتاج المحتوى في وسائل الإعلام الجديدة لدى هؤلاء الشباب المستخدم لهذه المنصات بوفرة وكثافة من خلال التدوين والنشر لأفكار غير مدروسة، وإعادة نشر ما ينشره أعداء الوطن والدول المعادية؛ لتحقيق أغراضهم الخبيثة التي تستهدف هدم الوطن دون الوعي الكافي بمخاطره.

فهؤلاء الشباب يتعرضون لمخاطر كثيرة، مثل خطر الإرهاب الإلكتروني، والشائعات وحملات التشويه المعادية للوطن، وتعرض تفاصيل حياتهم الخاصة للاختراق والسرقة، وكذلك انتحال الشخصية باستخدام هوية شخصية أخرى للاستفادة من مكانتها.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي عاملًا مهمًا في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تشكيل الوعي عبر رسائل إخبارية أو ثقافية أو ترفيهية أو غيرها في مختلف القضايا، فما مصداقية المحتوى المقدم عبر هذه المواقع؟ وما صحة الأخبار؟ وعلى مَنْ تقع المسئولية في نشر معلومات مجهولة المصدر أو مسجلة بحسابات وهمية بمواقع التواصل الاجتماعي؟

وتعد المواطنة الرقمية صمام الأمان، وإحدى الآليات الفاعلة في تعامل الأفراد مع المعلومات المضللة والأخبار الزائفة بهذه المواقع، وذلك في إطار ما يمكن أن نطلق عليه الوعي الإعلامي للمواطن الرقمي على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال تزويد الأفراد بالقدرة على غربلة المعلومات والتعرف على غير الصحيح منها، وتعطيل دور المعلومات المضللة في بيئة اتصالية تكثر فيها الأخبار الزائفة.

بناءً على ذلك تتحدد المشكلة البحثية في السؤال الآتي: **ما مدى إدراك الشباب الجامعي المصري للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي؟ وما علاقتها بمستويات المواطنة الرقمية لديهم؟ وينبثق من التساؤل الرئيس عدة أسئلة فرعية:**

1- ما معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي؟
2- ما أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون؟
3- ما مفهوم الأخبار الزائفة من خلال رأي المبحوثين؟
4- ما خصائص الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
5- ما مفهوم المواطنة الرقمية بالنسبة للمبحوثين؟
6- ما مستوى استجابات المبحوثين على مقياس المواطنة الرقمية؟

ثانيًا- أهمية الدراسة :

الأهمية العلمية:

1- تنطلق أهمية الدراسة من حيث إنها تجمع بين متغيرين على درجة من الأهمية، وهما: الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات المواطنة الرقمية للشباب الجامعي من خلال التفكير الناقد والانتقاء والاختيار للمضمون الإيجابي النافع.

2- أهمية المواطنة الرقمية، والوعي الإعلامي في هذه الحقبة الزمنية الراهنة في ظل حروب الجيل الرابع والخامس وحروب المعلومات، التي تستهدف تفتيت عضد الأمة وسواعدها من خلال شبابها، والعمل على رفع درجة الوعي عند الشباب الجامعي المصري، والوقوف ضد ما شأنه تحقيق الأغراض الخبيثة لأعداء الوطن.

3- تعد الدراسة استكمالًا لسلسلة البحوث الإعلامية، التي تهتم بدراسة المواطنة الرقمية من منظور إعلامي.

4- تأتي أهمية الدرسة من أهمية عينة الدرسة وهم الشباب الجامعي، ثروة الأمة في حاضرها، وأملها في مستقبلها، وخطورة استغلالهم واستقطابهم ضمن أجندات خارجية تستهدف الوطن من خلال تجنيدهم عبر وسائل الإعلام الجديدة.

الأهمية العملية:

1- قد تلفت الدراسة الحالية نظر القائمين على رسم السياسات التربوية والإعلامية وصنّاع القرار لتنمية الوعي بمهارات التفكير الناقد والتربية الإعلامية في المدارس والجامعات.

2- أهمية دراسة جمهور مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الشباب المصري، والتوصل إلى نتائج تتصل بخصائص سلوكهم الاتصالي داخل هذه البيئة الإعلامية الجديدة للاستفادة منها عمليًا في تجنب السلبيات.

3- تحاول الدراسة أن تسهم في الخروج بتوصيات ومقترحات لمواجهة مخاطر الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي.

4- قد تلفت الدراسة الحالية نظر القائمين على رسم السياسات التربوية والإعلامية وصنّاع القرار لتنمية الوعي بالمواطنة الرقمية وإنتاج المحتوى الإيجابي في وسائل الإعلام الجديدة لدى شرائح الجمهور المختلفة.

ثالثًا- أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيس، هو التعرف على مدى إدراك الشباب الجامعي المصري للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بمستويات المواطنة الرقمية لديهم، ويندرج تحت هذا الهدف الرئيس عدد من الأهداف الفرعية كما يأتي:

1- التعرف على ما معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.

2- التعرف على أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون.

3- الكشف عن مفهوم الأخبار الزائفة من خلال رأي المبحوثين.

4- التعرف على خصائص الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.

5- الكشف عن مفهوم المواطنة الرقمية بالنسبة للمبحوثين.

6- التوصل إلى مستوى استجابات المبحوثين على مقياس المواطنة الرقمية.

رابعًا- الدراسات السابقة:

تم ترتيب الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة من الأحدث للأقدم وتقسيمها على محورين كما يأتي:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت الأخبار الزائفة:

1- **دراسة** kim، A.، Moravec، P. L.، Dennis، & A. R. (2020)[1]: **بعنوان: "مواجهة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي مع تصنيفات المصدر: آثار تقييمات المستخدم والخبير"**

هدفت الدراسة إلى إيجاد آلية لمواجهة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال قياس مدى فاعلية ثلاث آليات مختلفة لتقييم مصادر الحصول على الأخبار، والتي يمكن تطبيقها على المقالات أثناء عملية النشر المبدئي على مواقع التواصل الاجتماعي، وتمثلت آليات التقييم في (تقييم الخبراء للمقالات - تقييم المستخدم للمقال- تقييم المستخدم للمصادر).

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- إن الآليات الثلاثة قد أثرت على معتقدات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بتقييم المقالات.
- كما أوضحت النتائج إلى أن النسب المنخفضة (Low ratings) التي حصل عليها مروجو الأخبار المزيفة كانت لها تأثيرات قوية، أما فيما يتعلق بتقييمات الخبراء وتقييمات المستخدمين للمقالات على مواقع التواصل الاجتماعي كانت لها تأثيرات أقوى من تقييمات المستخدم للمصادر.

2- دراسة shen، C.، et al. (2019م)[2] **بعنوان: الصور المزيفة: تأثيرات محو الأمية الإعلامية الرقمية والوسيطة والمصدر على التقييم السياقي لمصداقية الصورة عبر الإنترنت.**

هدفت الدراسة إلى إجراء تجربة على نطاق واسع من 6 مجموعات عبر الإنترنت باستخدام Amazon Mechanical Turk التي تتحقق من كيفية تقييم الأشخاص لمصداقية الصورة عبر الأنظمة الأساسية عبر الإنترنت في كل مجموعة، تم تخصيص المشاركين بشكل عشوائي، واحد من 28 نموذجًا مصدرًا للأخبار يظهر صورة مزورة، وقاموا بتقييم مصداقية الصور بناءً على العديد من الميزات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- إن مهارات استخدام الإنترنت لدى المشاركين والخبرة في تحرير الصور، واستخدام الوسائط الاجتماعية كانت تنبئا مهما بتقييم مصداقية الصورة.
- لم يكن لمعظم الإشارات الاجتماعية والاستدلالية لمصداقية الإنترنت (مثل مصداقية المصدر، عربة الموسيقى Bandwagon cues، ثقة الوسيط) أي تأثير كبير، كما أثر موقف المشاهدين تجاه القضية المصورة بشكل إيجابي على تقييم مصداقيتهم.

3- دراسة Wojdynski، B. & Jefferson، M. T.، Binford، B. W. (2019م)[3] **بعنوان: "تأثير تحذير المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي على تصنيف القصص الإخبارية المزيفة"**

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير تحذير المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي على تصنيف القصص الإخبارية المزيفة، واعتمدت الدراسة على تصميم تجربة ضمن المنهج التجريبي من خلال تأثير متغيرين في تأثير متغيرين وهما: (التحذير / موجود أو غير موجود)، والآخر (نوع المقال / حقيقي أم مزيف)، وطلب من المشاركين عرض وتقييم أربعة مقالات عبر الإنترنت، وتم تحديد المشاركين بشكل عشوائي مجموعة تتلقى تحذيرًا نصيًا مسبق لتذكيرهم بأن الأخبار المزيفة منتشرة على الإنترنت، والمجموعة الأخرى لا تتلقى التحذيرات قبل تصفح المقالات الأربعة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- أظهرت نتائج الدراسة أن تذكير المشاركين بوجود أخبار مزيفة أدى إلى تحسن ملحوظ في اكتشاف المقالات الإخبارية المزيفة، لكنه لم يؤدِ إلى زيادة كبيرة في تصنيف المقالات الإخبارية الحقيقية على أنها زائفة.

4- دراسة Verma،N. & koltai،k.r.،k.s Fleischmann (2018م)[4] بعنوان:
"العوامل الديموغرافية والثقة في مصادر الأخبار المختلفة. وقائع جمعية علوم وتكنولوجيا المعلومات".

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العوامل الديموغرافية المختلفة: الجنس والعمر، التحصيل العلمي، الميل السياسي، وتيرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج شبه التجريبي بالطبيق على عينة قوامها (20) مبحوثًا.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- إن المحافظين يضعون ثقة أعلى في الأخبار المزيفة من المعتدلين، ويولي الليبراليون ثقة أعلى في وسائل الإعلام الرئيسة من المعتدلين، ويولي الليبراليون ثقة أعلى في المجلات العلمية من المحافظين، ومستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي الأقل استخدامًا يضعون ثقة أعلى في الأخبار المزيفة أكثر من المستخدمين الأكثر استخدامًا لوسائل الإعلام الاجتماعية.

5- دراسة Danny Paskin (2018م) [5] بعنوان: **"الأخبار الحقيقية والأخبار الزائفة أيهما تعرف وتفرق؟.**

هدفت الدراسة إلى تحليل عدد المرات التي يستطيع فيها طلاب الجامعات أن يرووا tell أخبار حقيقية من الأخبار المزيفة، وذلك بتطبيق مفاهيم أبحاث مصداقية الأخبار، باستخدام قصص إخبارية حقيقية ومزيفة سبق نشرها عبر الإنترنت، وطبقت الدراسة على 394 طالبًا جامعيًا، حول قدرتهم على التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار المزيفة، واستهلاكهم لأخبار وسلوك أبحاث الأخبار.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- تظهر النتائج أن كمية المعلومات المقدمة مهمة، في حين أن معظم السمات الشخصية لا تفعل ذلك، وعلى الرغم من أن معظمهم يدركون الأخبار المزيفة، إلا أنهم لا يتصرفون على هذا النحو.

6- دراسة Tomi Rasonen(2018م) [6] بعنوان: **"تأثير الأخبار الكاذبة على ثقة العملاء في التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي".**

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثيرات ظاهرة الأخبار الزائفة على ثقة المستهلك في التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى الثقة تجاه مزودي خدمات وسائل الإعلام الاجتماعية، واعتمدت الدراسة على استخدام المنهج المسحي الكمي من خلال 100 استمارة استبانة لجمع البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- ارتفاع معدل انعدام ثقة المستهلك في المجال الاجتماعي والمنصات الإعلامية والكيانات الأخرى عبر الإنترنت.

7- دراسة إسراء قميحة (2017) [7] بعنوان "تأثير تعرض الشباب للأخبار السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو العنف.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير تعرض الشباب للأخبار السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو العنف، ومعرفة كم الأخبار السلبية والمصدر الأساسي للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام استمارة الاستبيان لجمع البيانات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- إن الأخبار التي تعرض على موقع التواصل الاجتماعي تؤثر على العينة إلى حد ما بنسبة 70٪، وقد جاءت في الترتيب الأول، وإن أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي لسهولة الوصول إلى أي محتوى، كما أن الأخبار المحزنة أكثر من الأخبار المفرحة بنسبة 85.8٪.

8 - دراسة Conroy and others (2016)[8]: بعنوان: "طرق الكشف التلقائي للأخبار الزائفة".

هدفت الدراسة إلى معرفة الطرق التي يمكن من خلالها معرفة الكشف التلقائي للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المدونين، والصفحات الرسمية للصحف الإلكترونية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- إن المحتوى تضمن على العديد من الكلمات الوظيفية، والنفي، وألفاظ تعبر عن النسبية، كما أن المحتوى يتضمن عبارات وهمية تستخدم المزيد من الاجتماعية والإيجابية التي تعبر عن الحالية والمستقبل.
- كما أن واضعي الأخبار الزائفة يستخدمون المزيد من الأحوال والأفعال، وعلامات الترقيم من واضعي الأخبار الحقيقية.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت المواطنة الرقمية:

1- دراسة خولة رسمي الراشد (2020)[9] بعنوان: "مدى امتلاك طلبة الجامعات الأردنية الحكومية لمهارات المواطنة الرقمية".

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مدى امتلاك طلبة الجامعات الأردنية الحكومية لمهارات المواطنة الرقمية من وجهة نظر الطلبة، والتعرف على مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيرات (الجنس، الكلية، الجامعة، السنة الدراسية)، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني بالطبيق على عينة قوامها 520 طالبًا وطالبةً، تم اختيارها بالطريقة العشوائية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- اتضح ارتفاع مهارات المواطنة الرقمية لطلبة الجامعات الأردنية الحكومية ومهارات، كما أن المسئولية الرقمية متوسطة.
- وأشارت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين متوسطات استجابات أفراد العينة تبعًا لاختلاف المتغيرات، بينما أشارت إلى وجود فروق تبعًا لاختلاف متغير الجامعة.

2- دراسة نور الدين محمد رمضان (2019م) [10] بعنوان: "تصورات طلاب الجامعة العربية المقترحة بالمملكة العربية السعودية نحو المواطنة الرقمية وسبل تعزيزها".

هدفت الدراسة إلى التعرف على تصورات طلاب الجامعة العربية المفتوحة نحو المواطنة الرقمية وسبل تعزيزها من وجهة نظرهم، وكذلك التعرف على الفروق في تلك التصورات وسبل تفعيلها حسب متغيرات الجنس وعدد الساعات، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث المنهج الوصفي، وطبق أداة الاستبيان على عينة من طلاب الجامعة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- إن مستوى تصورات أفراد العينة للمواطنة الرقمية وسبل تفعيلها مرتفع جدًا.
- أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى تصوراتهم ترجع لمتغير الجنس ولصالح الذكور، وفروق ترجع لعدة الساعات التي يستخدمون بها الإنترنت.

3- دراسة حسن ريحي مهدي (2018م)[11] بعنوان: "الوعي بالمواطنة الرقمية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته ببعض المتغيرات".

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مستويات الوعي بالمواطنة الرقمية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من طلبة جامعة الأقصى وعلاقته ببعض المتغيرات (الشبكة المستخدمة، نوع الجنس، والمهارة بالإنترنت، تقبل التعامل بالإنترنت)، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتم التطبيق على عينة من طلبة جامعة الأقصى بلغ عددها 700 طالب وطالبة.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- إن مستوى الوعي بالمواطنة الرقمية بشكل عام وصل إلى 76.08٪ أي فوق المتوسط، بينما جاءت نسبة الوعي بأخلاقيات المواطنة الرقمية في أعلى مستوى حيث بلغت النسبة المئوية لها 88.29٪.
- يوجد اختلاف في مستوى الوعي بمؤشرات المواطنة الرقمية في بعض الأبعاد لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمة، ونوع الجنس، ومستوى المعرفة والمهارة في الإنترنت، وفي مستوى تقبل التعامل مع الإنترنت.

4- **دراسة تيسا جول ومايكل جونسون** Tessa Jolls & Michele Johnsen (2018م) [12] **بعنوان: "المهارات التأسيسية للديمقراطية في القرن الحادي والعشرين".**

أكدت الدراسة على ضرورة نشر التربية الإعلامية في كل مكان، والتي أصبحت ضرورة ملحة في القرن الحادي والعشرين؛ لإعداد جميع المواطنين ليكونوا مديرين ضد المخاطر، ومنظمين فعالين للمعلومات، ومستهلكين حكيمين، ومنتجي محتوى مسئولين، ومشاركين نشطين، حيث أهمية التركيز في الوقت الحالي على صحة ومصداقية وموثوقية الإعلام والمعلومات التي أصبحت أمرًا محليًا وعالميًا، وخاصة في السنوات العشرين الماضية، حيث تغير تدفق المعلومات بشكل جذري بسبب الزيادة الهائلة في الوصول إلى استهلاك المعلومات والإنتاج، فضلًا عن تراجع دور حراس البوابة الإعلامية بشكل كبير.

5- **دراسة هند سمعان الصمادي** (2017م)[13] **بعنوان: "تصورات طلبة جامعة القصيم نحو المواطنة الرقمية، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة القصيم".**

هدفت الدراسة إلى التعرف على تصورات طلبة جامعة القصيم نحو المواطنة الرقمية، والكشف عما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات تقدير أفراد العينة التي تعزي لمتغيرات الجنس، الكلية، عدد ساعات الاستخدام اليومي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وتكونت العينة من 374 طالبًا وطالبةً، من خلال أداة الاستبيان.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- إن تصورات الطلبة نحو المواطنة الرقمية جاءت بدرجة متوسطة، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة التي تعزى لمتغير الجنس.
- وجود فروق تعزى لمتغيري الكلية، وعدد ساعات الاستخدام اليومى.

6- **دراسة سبتيانتو جالان ومونيكا** Monika Sri ،Septyanto Galan Prakoso Yuliarti and Likha Sari (2017م)[14] **بعنوان: "أهمية محو الأمية لوسائل الإعلام للطلاب في عصر العولمة:.**

استهدفت الدراسة التعرف إلى مدى تعليم جيل الشباب ليكون أكثر انتقائية في التصدي لسيل المعلومات الوفيرة التي خلقتها العولمة، من خلال نشر برامج التربية الإعلامية والرقمية، واستخدمت الدرسة مصطلح قوة الدبلوماسية الناعمة، والذي يعنى قدرة طرف ما على التأثير على الآخرين من خلال ترك عناصر الإكراه أو القوة من خلال استخدام عناصر الجذب.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

- أكدت الدراسة أنه على الرغم من إفادة العولمة للمجتمع الدولي، فلا تزال المجتمعات في حاجة للوقاية من وفرة المعلومات خاصة في ظل تنامي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، من أجل حماية عقول الشباب، وخاصة الطلاب حيث لديهم فضول أكبر نحو جميع أنواع المعلومات.
- إعداد البرامج التدريبية اللازمة لتأهيل وتدريب وصقل مهارات المعلمين عامة، ومعلمي المرحلة الثانوية خاصة ليكونوا على دراية كاملة بمفاهيم المواطنة الرقمية وقيمها وطرق تعزيزها لدى الطلبة بوجه عام.

7- **دراسة جيدور حاج بشير (2016م))[15] بعنوان: "أثر الثورة الرقمية والاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي في رسم الصورة الجديدة لمفهوم المواطنة، من المواطن العادي إلى المواطن الرقمي".**

هدفت الدراسة إلى تناول مفهوم المواطنة والشعور بها وممارستها في ظل الثورة الرقمية التي أصبحت سمة العصر، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي لتحليل الأدبيات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وذلك بالاعتماد على تحليل الصورة الحديثة لمفهوم المواطنة في ظل الانغماس السيبرانى العام، وتحول المواطن من العادي إلى مواطن رقمي مرتبط بتكنولوجيا التواصل الحديثة.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- إن مفهوم المواطنة لا يتعلق بالانتماء الرمزي إلى بقعة ترابية معينة، يطلق عليها مجازًا الوطن فحسب، بقدر ما يحيل على شتى المعاني القانونية والسياسية والاجتماعية والتعليمية، التي تترجم في شكلب حقوق وواجبات معينة تنظم مختلف قطاعات المجتمع وأنساقه.

- إن الثورة الرقمية والتكنولوجية هي صورة للمواطنة القديمة، ولكنها تميزت بدخول عامل التكنولوجيا على خط ممارستها.

8- **دراسة وفاء عويضة الحربي (2016م)[16] بعنوان: "درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز مفهوم المواطنة الرقمية من وجهة نظر طالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية".**

هدفت الدراسة إلى معرفة درجة إسهام بعض شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز مفهوم المواطنة الرقمية من وجهة نظر طالبات جامعة الإمام محمد بن مسعود الإسلامية بالرياض، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وتكونت العينة من 100 طالبة طبقت عليهم استبانة.

وقد توصلت نتائج الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- يسهم موقع سناب شات في تعزيز مفهوم المواطنة الرقمية من وجهة نظر طالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، وأن موقع تويتر أضاف للطالبات مهارات تكنولوجية مثل سرعة النشر والتعبير والحرية في إبداء الرأي وسرعة التواصل مع العالم الخارجي.
- أشارت النتائج إلى أن موقعي (سناب شات، وتويتر) يفتقدان ميزة الأمان الرقمي من حيث تحديد المواقع، وسهولة الاختراق، وحفظ المقاطع الخاصة، وأوصت الدراسة باستخدام موقعي سنابشات وتويتر في تعزيز مفهوم المواطنة الرقمية عند الطالبات، والاستفادة من ميزات الموقعين المذكورين في نشر الثقافة التكنولوجية في المجتمع الجامعي.

تعقيب عام على الدراسات السابقة:-

تم استعراض مجموعة من الدراسات السابقة، حيث إن الهدف من عرض هذه الدراسات هو الوقوف على ما توصلت إليه من نتائج، والتعرف على الأدوات والمناهج المستخدمة فيها، وفيما يأتي يتم التعليق على هذه الدراسات من حيث الموضوع والمنهج والعينة والأدوات المستخدمة والنتائج وأوجه الاستفادة منها: -

(أ) من حيث الموضوع:

- هدفت بعض الدراسات إلى التأكيد على أهمية دور شبكات التواصل الاجتماعي في الوعي وتعزيز ودعم المواطنة الرقمية لدى طلاب الجامعة.
- وعليه يلاحظ كثرة الدراسات التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي، وبشكل عام تنوعت اهتمامات الدراسات، فمن الدراسات التي تستكشف طبيعة هذه

المواقع التقنية، إلى الدراسات الإنسانية التي استهدفت التعرف على سلوكيات ودوافع مستخدميها، كما اهتمت الدراسات أيضًا بالتعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي وتداول المعلومات بين الجمهور.

(ب) من حيث المنهج:

- تنوعت الدراسات السابقة في المنهجية المستخدمة، منها استخدم المنهج الوصفي بالاعتماد على أداة الاستبيان مثل دراسة لمياء إبراهيم المسلماني، ومنها اعتمد على المنهج الوصفي لتحليل لمراجعة وتحليل الأدبيات، واستخدمت معظم الدراسات استبيان، وهذا ما استخدمته الدراسة الحالية.

(ج) من حيث العينة:

- اختلفت عينة الدراسة في الدراسات السابقة، فقد اعتمدت بعض الدراسات على أخذ عينات عشوائية من المعلمين، وجزءٌ منها اعتمد على أخذ عينات عشوائية من الطلبة.
- باستعراض الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت مواقع التواصل الاجتماعي، لوحظ تناول معظمها عينات تتراوح أعمارهم ما بين (18) سنة فأكثر، بينما تراوح متوسط حجم العينة في أغلبها ما بين (400) مفردة، طبقت معظمها على عينة من طلاب الجامعات تناول بعضها الفروق بين الذكور والإناث.

(د) من حيث الأدوات:

- بعض الدراسات استخدمت أداتي تحليل المضمون والاستبيان.
- وهناك دراسات أخرى اعتمدت على صحيفة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

(هـ) من حيث النتائج:

توصلت الدراسات السابقة إلى مجموعة من النتائج، والتي تدعم الدراسة الحالية ومنها:

- دراسة خولة رسمي الراشد (2020) فقد اتضح ارتفاع مهارات المواطنة الرقمية لطلبة الجامعات الأردنية الحكومية، كما أن المسئولية الرقمية متوسطة، وأشارت الدراسة إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 بين متوسطات استجابات أفراد العينة تبعًا لاختلاف المتغيرات، بينما أشارت إلى وجود فروق تبعًا لاختلاف متغير الجامعة، كما توصلت دراسة نور الدين محمد رمضان (2019م) إلى أن مستوى تصورات أفراد العينة للمواطنة الرقمية وسبل تفعيلها مرتفع جدًا، وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى

تصوراتهم ترجع لمتغير الجنس ولصالح الذكور، وفروق ترجع لعدة الساعات التي يستخدمون بها الإنترنت.

- إزاء ما يموج به العصر من تطورات تكنولوجية متسارعة الخطى فإن نشر ثقافة وسلوك المواطنة الرقمية أصبح ضرورة ملحة لإبقاء التكنولوجيا الرقمية تحت السيطرة وفرض ضوابط على استخدامها، وحماية مستخدميها من مخاطر الفضاء الرقمي.
- أكدت بعض الدراسات السابقة على أهمية المواطنة الرقمية ودورها في تكوين المواطن العصري القادر على الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الرقمية.
- بينت بعض الدراسات السابقة أهمية المؤسسات التعليمية ودورها المحوري في نشر ثقافة وسلوك المواطنة الرقمية مثل دراسة (لمياء إبراهيم المسلماني، هالة حسن الجزار).

وقد تمثلت الإفادة من عرض الدراسات السابقة في العديد من المجالات منها ما يأتي:

1- تحديد وصياغة مشكلة وتساؤلات الدراسة الحالية، والتحديد الدقيق لأهمية الدراسة مقارنة بالدراسات العربية والأجنبية.

2- تمكن الباحث من تصميم صحيفة الاستبيان من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، والتي ساعدت في تحديد التساؤلات البحثية.

3- تحديد أهداف الدراسة الحالية ومصطلحاتها، وتحديد المنهج المستخدم في الدراسة وهو منهج المسح الإعلامي الذي يعد من أنسب المناهج ملائمة، ويرتبط ارتباطًا وثيقًا بكل من موضوع هذه الدراسة وأهدافها.

4- وضع المفاهيم الإجرائية لفئات ووحدات التحليل المتعلقة بالدراسة.

5- تجميع المادة العلمية الخاصة بالدراسة، من خلال الاطلاع على العديد من الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة.

خامسًا- الإطار المعرفى للدراسة : (الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي والمواطنة الرقمية).

1- الأخبار الزائفة:

يعرف دليل الباحثين الصادر عن جامعة ميتشجان الأخبار الزائفة بأنها "الأخبار المختلفة التي لا تستند لأية حقائق أو مصادر أو اقتباسات"، كما ميز بين المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة، حيث الأولى معلومات غير صحيحة أو غير دقيقة انتشرت دون قصد

الخداع، فيما اعتبر الثانية معلومات كاذبة تم تصميمها عن قصد ونشرها بفرض التأثير في الرأي العام أو حجب الحقائق.[17]

وقدم أكسيل جليفيرت الأستاذ بجامعة برلين التقنية، تعريفًا للمضامين الزائفة اعتمد فيه على مسح الأطروحات المقدمة في هذا الشأن وبحث السمات الفريدة لتلك الظاهرة خلص فيه إلى تعريفها بأنها "العرض المتعمد لإدعاءات كاذبة أو مضللة تم تصميمها في شكل خبري"، وهو التعريف الذي يركز على عنصر التعمد من أجل اعتبار الخبر مزيفًا.[18]

ويزيد من خطورة انتشار الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي قدرتها على الانتشار الكثيف بشكل أكبر بكثير من الأخبار الحقيقية، فالمستخدمون يميلون لنشر الأخبار الخاطئة بنسبة 70٪ مقارنة بالصحيحة وأن الخبر إذا وصل معدل انتشاره إلى 1500 شخص فإنه ينتشر بمعدل أسرع ست مرات إذا كان مزيفًا، الأمر الذي برره فريق البحث بأن الأخبار الزائفة تم تصميمها بالأساس من أجل الانتشار، لذا فهي تتمتع بعناصر الجذب التي تساعدها على ذلك، وفي مقدمتها العناوين المثيرة والصادمة[19].

الآثار والمخاطر الأمنية للإعلام الرقمي والأخبار الزائفة:

1- مخاطر متعلقة بالفكر الإرهابي ونشر ثقافة العنف:

حيث يترتب على انتقال أنشطة الجماعات والتنظيمات الإرهابية من العالم المادي إلى العالم الافتراضي ضمان الوصول لأكبر عدد من المستخدمين المستهدفين لاستقطابهم ونشر الفكر الإرهابى وثقافة العنف.

2- آثار متعلقة بإشاعة الفوضى ونشر ثقافة إسقاط الأنظمة:

وذلك من خلال الشبكات الاجتماعية وخاصة الفيس بوك، والتي تمثل خطرًا على الأمن المجتمعي، بما تثيره من قلاقل واضطرابات في بعض البلدان العربية حيث تلقى هذه الشركات، وتحديدًا الفيس بوك دعمًا ماليًا من أجهزة استخباراتية؛ للاستفادة من قواعد البيانات الخاصة بالمشتركين الشباب من مختلف دول العالم والاستفادة منها لأغراض استخباراتية.

3- مخاطر متعلقة بإثارة الطائفية والعنصرية:

فالحديث عن إثارة التعصب والفتن لا يقف عند حد؛ فهو ليس حكرًا على القبلية والطائفية، وكل ما يبث في وسائل الإعلام الرقمية غير المنضبطة يهدد النسيج الوطني ويتيح النقاد إلى المجتمع والإخلال بأمنه، وذلك من خلال إنشاء الصفحات المخصصة لفئة بعينها؛ بهدف نشر معلومات مغلوطة تستهدف تشويه

فئة أخرى مستخدمة السب والقذف والسعي لتكوين كيانات داخلية وفصائل متناحرة تستهدف تقسيم الدولة وتفتيتها.

2- المواطنة الرقمية:

عرف ريبل مفهوم المواطنة الرقمية بأنها "قواعد السلوك الملائم ".[20]

كما أنها "تفاعل الفرد مع غيره باستخدام الأدوات والمصادر الرقمية مثل الحاسوب بصوره المختلفة وشبكة المعلومات كوسيلة للاتصال مع الآخرين، باستخدام العديد من الوسائل أو الصور: مثل البريد الإلكتروني والمدونات والمواقع، ومختلف مواقع التواصل الاجتماعي"[21]

كما تعرف بأنها "استخدام المصادر الإلكترونية في إنجاز الأعمال، كما تعني القدرة على المشاركة في المجتمع الشبكي، وهي مصطلح يعبر عن الاستخدام المسئول والأخلاقي والآمن من جانب الأفراد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات كأعضاء في المجتمع القومي وكمواطنين في المجتمع العالمي"[22].

وتعرف أيضًا بأنها "مجموعة القواعد والضوابط والمعايير والأعراف والأفكار والمبادئ المتبعة في الاستخدام الأمثل للتكنولوجيا، والتي يحتاجها المواطنون صغارًا وكبارًا من أجل الإسهام في رقي الوطن فهي توجيه نحو منافع التقنيات الحديثة وحماية من أخطارها".[23]

كما يمكن أن تتشكل المواطنة في شكلها الرقمي أيضًا من "مجموعة قواعد السلوك المعتمدة في استخدامات التكنولوجيا المتعددة كالتبادل الإلكتروني للمعلومات والمشاركة الإلكترونية للأفكار التي ترتقي بنظم المجتمع وأفراده، كما يمكن أن تشمل كل التعاملات بين المواطنين عبر شبكة الإنترنت كالدعوة إلى المشاركة السياسية أو الحث على التكافل المجتمعي أو غيرها"، لذا فهي ترتبط أيضًا بمصطلح الديمقراطية الرقمية وهي توظيف أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية في توليد وجمع وتصنيف وتحليل وتداول كل المعلومات والبيانات والمعارف المتعلقة بممارسة قيم الديمقراطية وآلياتها المختلفة، بغض النظر عن الديمقراطية وقالبها الفكرى ومدى انتشارها وملائمة مقصدها وفاعليتها في تحقيق أهدفها.[24]

مجالات المواطنة الرقمية:

محو الأمية الرقمية:

لابد أن يتعلم الشباب الجامعي كيفية التعلم في ظل مجتمع رقمي، وبعبارة أخرى لابد من تدريبهم على أن يتعلموا أي شيء في أي وقت وفي أي مكان، وتعد مجالات الأعمال

والطب من أبرز المجالات استخدامًا للتكنولوجيا بصورة مختلفة تمامًا في القرن الحادي والعشرين، ونظرًا لدمج مستجدات التكنولوجيا في كافة المجالات بسرعة، فلابد من تعليم وتدريب الشباب الجامعي على استخدام هذه المستجدات بسرعة فائقة وكفاءة عالية؛ ولذا فإن المواطنة الرقمية تقوم على التعليم والتثقيف بأسلوب جديد.[25]

الاتصالات الرقمية:

إن التبادل الإلكتروني للمعلومات من أبرز التغيرات المهمة التي استحدثتها الثورة الرقمية، هو قدرة الشباب على الاتصال فيما بينهم مهما بعدت الأماكن وتباينت الأوقات، ولقد شهد القرن التاسع عشر أنماطًا محدودة للاتصالات إلا أن القرن الحادي والعشرين قد شهد تنوعًا هائلًا في وسائل الاتصالات مثل: البريد الإلكتروني والهواتف النقالة والرسائل الفورية، ولقد غيرت خيارات الاتصالات الرقمية واسعة الانتشار كل شيء في حياة البشر لمقدرتهم على إجراء اتصالات دائمة ومباشرة مع أي فرد آخر، حيث تتوفر الفرصة الآن أمام الجميع للاتصال والتعاون مع أي فرد آخر في أي بقعة من العالم وفي أي وقت، وقد لا يتوفر التدريب اللازم لدى كثير من المستخدمين لاتخاذ القرارات السليمة عند مجابهة خيارات الاتصاللات الرقمية المتعددة.[26]

اللياقة الرقمية:

وتتضمن المعايير الرقمية للسلوك والإجراءات، فالمواطنة الرقمية غالبًا ما يرى مستخدمو التكنولوجيا هذا المجال بوصفه أكثر الإشكاليات إلحاحًا عند معالجة أو تناول المواطنة الرقمية. كلنا يتعرف على السلوك غير القويم عند رؤيته، إلا أن مستخدمي التكنولوجيا لا يتعلمون اللياقة الرقمية قبل استخدامها كما أن كثيرًا من المستخدمين يشعرون بالضيق عندما يتحدثون إلى آخرين عن ممارستهم للياقة الرقمية.

وغالبًا ما يتم فرض بعض اللوائح والقوانين على المستخدمين، أو يتم حظر التقنية بكل بساطة لوقف الاستخدام غير اللائق، إلا أن سَن اللوائح وصياغة سياسات الاستخدام وحدها لا تكفي، لابد من تثقيف كل مستخدم وتدريبه على أن يكون مواطنًا رقميًا مسئولًا في ظل مجتمع جديد.[27]

القوانين الرقمية:

وهنا لابد أن يعرف المستخدمون أن سرقة أو إهدار ممتلكات الآخرين، أو أعمالهم أو هويتهم عبر الإنترنت يعد جريمة أمام القانون، ومن هنا توجد عدة قوانين سَنها المجتمع الرقمي لابد من الانتباه إليها، ويقع تحت طائلة هذه القوانين كل شخص يؤدي عملًا أو حتى يلعب عبر الإنترنت؛ ولذا فإن اختراق معلومات الآخرين، وتنزيل الملفات الخاصة بهم

بشكل غير مشروع، وإنشاء كافة أنواع الفيروسات المدمرة وفيروسات التجسس وغيرها من الرسائل غير المرغوب فيها، أو سرقة هوية شخص آخر، أو ممتلكاته كل هذا يعد عملًا منافيًا للأخلاق.

الحقوق والمسئوليات الرقمية:

حيث يتمتع المواطن الرقمي بحقوق الخصوصية، وحرية التعبير وغيرها، ولابد من دراسة ومناقشة الحقوق الرقمية الأساسية حتى يتسنى فهمها على النحو الصحيح في ظل العالم الرقمي، ومع هذه الحقوق تأتي الواجبات أو المسئوليات، فلابد أن يتعاون المستخدمون على تحديد أسلوب استخدام التكنولوجيا على النحو اللائق، بناءً عليه، هذان الجانبان بمثابة وجهان لعملة واحدة فلابد من تفعيلها معًا حتى يصبح كل مواطن رقمي منتجًا ومشاركًا وفعالًا.[28]

الصحة والسلامة الرقمية:

حيث تعد الصحة البصرية وأعراض الإجهاد المتكرر والممارسات السمعية من أهم القضايا التي يجب تناولها في عالم التكنولوجيا الحديث، وباستثناء الجوانب البدنية توجد المشكلات النفسية التي تنتشر كالنار في الهشيم في الآونة الأخيرة، فلابد من توعية المستخدمين من المخاطر الكامنة في التكنولوجيا وتتضمن المواطنة الرقمية ثقافة تعليم مستخدمي التكنولوجيا أساليب حماية أنفسهم عبر التعليم والتدريب.[29]

الأمن الرقمي (الحماية الذاتية):

إن إجراءت ضمان الوقاية والحماية الإلكترونية لا يخلو أي مجتمع من أفراد يمارسون سرقة أو تشويه أو حتى تعطيل الآخرين. ينطبق هذا تمامًا على المجتمع الرقمي، فلا يكفي مجرد الثقة بباقي أعضاء المجتمع الرقمي لضمان الوقاية والحماية والأمان، ولابد من تطبيق أمثلة مباشرة في المجتمع الرقمي، ومن هنا لابد أن يتوفر لدينا برنامج حماية من الفيروسات، وعمل نسخ احتياطية من البيانات فلابد من حماية ما لدينا من معلومات من أي قوة خارجية من شانها أن تقوم بتخريب أو تدمير هذه المعلومات.[30]

سادسًا: حدود الدراسة:

- **حدود موضوعية:** إدراك الشباب الجامعي المصري للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستويات المواطنة الرقمية لديهم.
- **حدود زمنية:** طبقت الدراسة في الفترة الزمنية من (2020/11/1) إلى (2020/11/30).

- **حدود مكانية:** طبقت الدراسة على طلاب جامعات (القاهرة- عين شمس- 6 أكتوبر- أكاديمية الشروق).
- **حدود بشرية:** تتمثل في الشباب الجامعي المصري بالفرق الدراسية الأربعة من خلال عينة عشوائية قوامها (400) مبحوث.

سابعًا- مفاهيم الدراسة:

1- الأخبار الزائفة:

هي العرض المتعمد لإدعاءات كاذبة أو مضللة لتضليل المستخدمين أو خداعهم عمدًا، وقد تم تصميمها في شكل خبري على مواقع التواصل الاجتماعي، ويدخل ضمنه المحتوى المفبرك وهو غير صحيح بالمرة، والمحتوى المزور بانتحال هوية المصادر الحقيقية، والتلاعب بالمحتوى عن طريق التركيب أو القص، أو غيرها من عمليات التعديل بهدف الخداع، ثم يأتي السياق المزيف بوضع معلومات صحيحة ولكن في إطار وسياق مزيف، والربط المزيف عندما يتم وضع عناوين أو صور لا علاقة لها بالمحتوى، ويمكن للأخبار المزيفة أن تستخدم أسماء وعناوين مشابهة لمؤسسات إخبارية مرموقة.

2- المواطنة الرقمية:

هي مجموعة من القواعد والضوابط المتبعة في الاستخدام الأمثل لمواقع التواصل الاجتماعي لرفع الوعي الرقمي وحماية الوطن، فهي توجيه نحو منافع التقنيات الحديثة، والحماية من أخطارها وقياس ذلك من خلال الدرجات التي يحصل عليها المبحوثون على مقياس المواطنة الرقمية بأبعاده(سلوك الاتصال الرقمي- المسئولية الرقمية- الحقوق الرقمية- السلامة والأمن الرقمي)

3- مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والفيديو والمعلومات النصية والمرئية ومشاركة الملفات، والتعليق عليها، وتقييمها، كما أنها تتيح للمستخدمين إنتاج مقاطع الفيديو، والمحتوى النصي، والتحكم في إعدادات الخصوصية.

4- الشباب الجامعي المصري:

هم طلاب الجامعات المصرية في المرحلة العمرية من (18- 21) عامًا بالفرق الدراسية الأربعة، وتتمثل الجامعات الحكومية في (جامعة القاهرة- جامعة عين شمس)، والجامعات الخاصة في (جامعة 6 أكتوبر- أكاديمية الشروق).

ثامنًا- متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: إدراك الشباب الجامعي المصري للأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي.

المتغير التابع: مستويات المواطنة الرقمية لدى الشباب الجامعي.

المتغير الوسيط: النوع (ذكور ـ إناث)، نوع التعليم (حكومي– خاص)، المستوى الاجتماعي والاقتصادي.

تاسعًا- فروض الدراسة:

** الفرض الأول: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات العينة من حيث مستويات المواطنة الرقمية وذلك حسب متغيرات (النوع- الجامعة- المستوى الاقتصادي)".

** الفرض الثاني: "يوجد ارتباط طردي موجب بين مستوى المواطنة الرقمية وإدراك المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي".

عاشرًا- نوع ومنهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح الإعلامي الميداني.

حادي عشر- مجتمع الدراسة وعينتها:

تحدد المجتمع الأصلي للدراسة الميدانية من الطلاب الجامعيين بالجامعات المصرية، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها (400) مبحوث في المرحلة العمرية سن (18-21)عامًا، أي ما يوازي الفرق الدراسية الأربعة، ومناصفة بين الذكور والإناث، والجامعات الحكومية والخاصة من طلاب (جامعة القاهرة- جامعة عين شمس- جامعة 6 أكتوبر- أكاديمية الشروق).

جدول (1) توصيف عينة الدراسة

المتغيرات	المستويات	ك	٪
الجامعات	الحكومية	200	50
	الخاصة	200	50
	المجموع	400	100
النوع	الذكور	200	50
	الإناث	200	50
	المجموع	400	100
المستوى الاجتماعي والاقتصادي	المنخفض	84	22.5
	المتوسط	169	37
	المرتفع	147	40.5
	المجموع	400	100

ثاني عشر- أداة الدراسة:

(صحيفة الاستبيان)

إجراءات الصدق والثبات:

1-اختبار الصدق:

تم عرض صحيفة الاستبيان على مجموعة من الأساتذة والخبراء والمتخصصين في مجال الإعلام للحكم على مدى ارتباط الصحيفة بأهداف وتساؤلات وفروض الدراسة، وقدرتها على قياس متغيرات الدراسة.

2- اختبار الثبات: قام الباحث بتطبيق (صحيفة الاستبيان) على (10٪) من حجم العينة بواقع (40) مفردة من حجم العينة الكلي (400) مفردة، ثم قام بتطبيقها مرة أخرى بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع على نفس العينة من خلال المعادلة التالية:

**** نسبة الثبات = عدد الإجابات المطابقة من جملة أسئلة الاستمارة ÷ مجموع الأسئلة.**

وقد جاءت نسبة الثبات مرتفعة 92.4٪ مما يدل على ثبات أداة الاستبيان، وهو معامل ثبات مرتفع يدل على عدم وجود اختلاف كبير في إجابات المبحوثين على الأدوات، وعليه صلاحيتها للتطبيق.

رابع عشر- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية". (SPSS " Statistical Package for the Social Science)، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كا2 (Chi Square Test)؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار (T- Test)؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).

- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم ANOVA؛ لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة اختبار LSD؛ لمعرفة مصدر التباين وإجراء المقارنات الثنائية بين المجموعات التي يثبت ANOVA وجود فروق دالة إحصائيًا بينها.

نتائج الدراسة:

أولًا- نتائج واستجابات المبحوثين حول الاستبيان:

1- مدى حرص المبحوثين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع:

جدول (2)

مدى حرص المبحوثين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

النوع / مدى الحرص	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
دائمًا	168	84.00	172	86.00	340	85.00
أحيانًا	32	16.00	28	14.00	60	15.00
الإجمالي	200	100.00	200	100.00	400	100.00

كا2= 0.314 د.ح = 1 معامل التوافق = 0.028 الدلالة = غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق مدى حرص المبحوثين على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع حيث جاء في المرتبة الأولى "دائمًا" بنسبة 85٪ مقسمة بين الذكور بنسبة 84٪، بينما نسبة الإناث 86٪، وجاء في المرتبة الثانية "أحيانًا" بنسبة 15٪ مقسمة بين الذكور بنسبة 16٪ والإناث بنسبة 14٪.

وبحساب قيمة كا2 وجد أنها = 0.314 ومعامل التوافق = 0.028 وهي غير دالة، أي لا توجد فروق بين الجنسين في مدى حرصهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

ويرجع ذلك إلى تقارب الذكور والإناث في المتابعة، فلم يعد هناك فارقًا بين الجنسين في متابعة وتصفح مواقع التواصل الاجتماعي والتزود بكل ما هو جديد، فهي مواقع مجانية، يسهل الوصول لها من خلال الهواتف الذكية في كل مكان وفي أي وقت، كما تفي باحتياجاتهم مثل الحصول على معارف جديدة، وتكوين صداقات، تبادل الأفكار والآراء النقاش حول موضوعات مختلفة، فمواقع التواصل الاجتماعي أصبحت ركنًا أساسيًا في

حياة الأفراد في جميع المراحل العمرية لما لها من جاذبية وتوافر عناصر الصوت والصورة، علاوة على إنتاج الفيديوهات، والبث المباشر.

2- أكثر مواقع التواصل الاجتماعي التي يستخدمها المبحوثون وفقًا للنوع:

جدول (3)

أكثر مواقع التواصل الاجتماعى التى يستخدمها المبحوثون وفقًا للنوع

النوع / مواقع التواصل	ذكور		إناث		الإجمالي		قيمة Z	الدلالة
	ك	٪	ك	٪	ك	٪		
فيس بوك	183	91.50	187	93.50	370	92.50	0.201	غير دالة
واتس	172	86.00	142	71.00	314	78.50	1.501	دالة عند 0.05
انستجرام	124	62.00	134	67.00	258	64.50	0.501	غير دالة
يوتيوب	117	58.50	125	62.50	242	60.50	0.401	غير دالة
تويتر	28	14.00	34	17.00	62	15.50	0.301	غير دالة
تيك توك	20	10.00	12	6.00	32	8.00	0.401	غير دالة
تليجرام	8	4.00	4	2.00	12	3.00	0.201	غير دالة
ماي سبيس	2	1.00	8	4.00	10	2.50	0.301	غير دالة
جوجل بلس	4	2.00	2	1.00	6	1.50	0.101	غير دالة
جملة من سئلو	200		200		400			

يتضح من بيانات الجدول السابق أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا لدى المبحوثين وفقًا للنوع هي كالآتي:

- جاء في المرتبة الأولى "فيس بوك" بنسبة 92.50٪، وهي دالة عند مستوى 0.05.
- جاء في المرتبة الثانية "واتس" بنسبة 78.50٪، وهي دالة عند مستوى 0.05.
- جاء في المرتبة الثالثة "الانستجرام" بنسبة 64.50٪، وهي غير دالة.
- بينما في المرتبة الرابعة جاء "اليوتيوب" بنسبة 60.50٪، وهي غير دالة.
- أيضا في المرتبة الخامسة جاء "التويتر" بنسبة 15.50٪، وهي غير دالة.
- واحتل المرتبة السادسة "تيك توك" بنسبة 8٪، وهي غير دالة.
- جاء في المرتبة السابعة "تليجرام" بنسبة 3٪.
- وفى المرتبة الثامنة جاء "مای سبيس" بنسبة 2.50٪، وهي غير دالة.

- وفى الترتيب الأخير جوجل بلس بنسبة1.5٪، وهي غير دالة.

وقد يرجع تفوق موقع الفيس بوك؛ لسهولة الاستخدام فكل موقع يمتلك خاصية مميزة تميزه عن غيره، ويمتاز الفيس بوك بأنه يجمع بين الصور والفيديوهات والجروبات (groups)، والتدوينات، و(invites) وتبادل الرسائل والملفات وغيرها، وسهولة التعامل مع موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك بداية من إنشاء الحساب وكتابة البيانات الشخصية، بالإضافة إلى إمكانية إضافة الصور الخاصة بالمشتركين، والاشتراك في المجموعات المختلفة، كما إنه يوفر الفيس بوك خاصية المحادثة عبر الرسائل النصية أو المحادثة فيديو بالصوت والصورة، والتقنيات الحديثة كالبث المباشر وردود الأفعال، كذلك ما يوفره الفيس بوك من خدمات أخرى خارج نطاق التواصل الاجتماعي مثل الألعاب، والتسوق، واستغلال الشباب للفيس بوك لنشر يومياتهم؛ وذلك للحصول على المزيد من الإعجابات.

3- مفهوم الأخبار الزائفة من خلال رأي المبحوثين وفقًا للنوع:

جدول (4)

مفهوم الأخبار الزائفة من خلال رأي المبحوثين وفقًا للنوع:

النوع / المفهوم	ذكور		إناث		الإجمالى	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
الخبر المفبرك الكاذب	85	42.50	107	53.50	192	48.00
العرض المتعمد لإدعاءات كاذبة أو مضللة	94	47.00	78	39.00	172	43.00
المحتوى المزور بانتحال هوية المصادر الحقيقية	21	10.50	15	7.50	36	9.00
الإجمالى	200	100.00	200	100.00	400	100.00

كا2= 5.009 د.ح = 2 معامل التوافق = 0.111 الدلالة = غير دالة

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مفهوم الأخبار الزائفة تبعًا لرأي المبحوثين وفقًا للنوع جاء كما يأتي: جاء في المرتبة الأولى "الخبر المفبرك الكاذب" بنسبة 48٪ مقسمة بين الذكور بنسبة 42.50٪ بينما الإناث بنسبة 53.50٪، بينما جاء في المرتبة الثانية "العرض المتعمد لإدعاءات **كاذبة** أو مضللة" بنسبة 43٪ مقسمة بين الذكور بنسبة 47٪ والإناث بنسبة 39٪، وفي المرتبة الثالثة جاء "المحتوى المزور بانتحال هوية المصادر الحقيقية" بنسبة 9٪ مقسمة بين الذكور بنسبة 10.50٪ والإناث بنسبة 7.50٪.

وبحساب قيمة كا2 وجد أنها = 5.009 عند معامل توافق 0.111 وهي غير دالة.

4- مدى إدراك واكتشاف المبحوثين لأخبار زائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع:

جدول (5)

مدى اكتشاف المبحوثين لأخبار زائفة بمواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

النوع / اكتشاف أخبار زائفة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
نعم	178	89.00	158	79.00	336	84.00
لا	42	21.00	22	11.00	64	16.00
الإجمالي	200	100	200	100	400	100

قيمة كا^2= 7.440 درجة الحرية = 1 معامل التوافق = 0.1351 مستوي الدلالة = دالة**

يتضح من نتائج بيانات الجدول السابق:

أن نسبة من **اكتشفوا** أخبارًا زائفة وأجابوا "نعم" على مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 84.00٪، موزعة بين 89.00٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 79.00٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من لم يكتشفوا أخبارًا زائفة وأجابوا "لا" على مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 16.00٪، موزعة بين 21.00٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 11.00٪ من إجمالي عينة الإناث.

وتتفق النتائج السابقة مع دراسة الزهراني (2015)[1] التي أشارت إلى أن الطلبة يمتلكون مستويات جيدة من حيث الوعي بسلوك الإنترنت.

كما تتفق مع دراسة Lisa M Jones (2015)[2] التي أشارت إلى الاهتمام المتزايد بتحسين المواطنة الرقمية للشباب من خلال التعليم، والمشاركة المدنية والسلوك المحترم عبر الإنترنت، ويرتبط الاحترام عبر الإنترنت والمشاركة المدنية بشكل سلبي بعمليات التحرش عبر الإنترنت وترتبط بشكل **إيجابي** بالسلوكيات المفيدة للمتفرج، بعد التحكم في المتغيرات الأخرى. وأوصت بتطوير وتقييم البرامج التعليمية المواطنة الرقمية.

وتختلف مع **دراسة** لمياء المسلماني (2014) التي توصلت إلى عدم إلمام الطلبة بمعايير السلوك المرتبط باستخدام التكنولوجيا.

---

[1] - Al-Zahrani.op.cit

[2] - Lisa M Jones, Kimberly J Mitchell, New Media & Society, vol. 18, 9: First Published March 25, 2015, pp. 2063-2079.

5- مدى ترديد المبحوثين للأخبار الزائفة مع الزملاء والأقارب وفقًا للنوع:

جدول (6)

مدى ترديد المبحوثين للأخبار الزائفة مع الزملاء والأقارب وفقًا للنوع.

النوع / الاستجابة	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪
لا	133	66.50	114	57.0	247	61.75
دائمًا	50	25.0	32	16.0	82	20.50
أحيانًا	17	8.5	54	27.0	71	17.75
الإجمالي	200	100	200	100	400	100

قيمة كا^2= 24.694 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.2411 مستوي الدلالة = دالة**

يتضح من نتائج بيانات الجدول السابق:

- أن نسبة الذين لا يرددون الأخبار الزائفة التي يسمعونها أو يقرؤنها بمواقع التواصل الاجتماعي جاءت من إجمالي مفردات عينة الدراسة بنسبة بلغت 61.75٪، موزعة بين 66.50٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 57٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.
- وبلغت نسبة من يرددون (دائمًا) من إجمالي مفردات عينة الدراسة 20.50٪، موزعة بين 25٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 16٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.
- بينما بلغت نسبة "أحيانًا" من إجمالي مفردات عينة الدراسة 17.75٪، موزعة بين 8.5٪ من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 27.0٪ من إجمالي مفردات عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 24.694 وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.01، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.2411تقريبًا.

6- مصدر الأخبار الزائفة التي تروج عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المبحوثين:

جدول(7)

مصدر الأخبار الزائفة التى تروج عبر مواقع التواصل الاجتماعى من وجهة نظر المبحوثين

الترتيب	الأول		الثاني		الثالث		الرابع		الوزن المئوي	
	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪	ك	٪
عناصر إخوانية على مواقع التواصل الاجتماعي	260	65	86	21.5	40	10	14	3.5	1392	34.7
جهاز إعلام لدولة مثل قطر يطلق أخبارًا زائفة ضد دولة أخرى	85	21.25	221	55.25	70	17.5	24	6	1167	29.09
شخص ما يروج أخبارًا زائفة ضد شخص بدافع الانتقام	43	10.75	51	12.75	282	70.5	24	6	913	22.76
مواقع إخبارية تريد زيادة عدد متابيعها	22	5.5	33	8.25	7	1.75	338	84.5	539	13.44
مجموع الأوزان المرجحة	400								4011	

يتضح من نتائج بيانات الجدول السابق أن ترتيب المبحوثين لمصادر الأخبار الزائفة جاء بالترتيب كالآتي:

- جاء "عناصر إخوانية على مواقع التواصل الاجتماعي" في الترتيب الأول بوزن مئوي بلغت نسبته 34.7٪.
- وجاء "جهاز إعلام لدولة مثل قطر يطلق أخبارًا زائفة ضد دولة أخرى" في الترتيب الثاني بوزن مئوي بلغت نسبته 29.09٪.
- وجاء "شخص ما يروج أخبارًا زائفة ضد شخص بدافع الانتقام" في الترتيب الثالث بوزن مئوي بلغت نسبته 22.76٪.
- وجاء في الترتيب الأخير "مواقع إخبارية تريد زيادة عدد متابيعها" بوزن مئوي بلغت نسبته 13.44٪.

7- ما يميز الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع:

جدول (8)

ما يميز الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

العبارات	النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		المتوسط(*)	الانحراف	الاتجاه
		ك	٪	ك	٪	ك	٪			
الأخبار الزائفة أكثر انتشارًا من الأخبار الصحيحة	دائمًا	129	64.50	125	62.50	254	63.50	2.59	0.863	دائمًا
	أحيانًا	63	31.50	65	32.50	128	32.00			
	نادرًا	8	4.00	10	5.00	18	4.50			
الأخبار الزائفة تثير مشكلات كثيرة لدى الرأي العام	دائمًا	123	61.50	113	56.50	236	59.00	2.53	0.843	دائمًا
	أحيانًا	65	32.50	75	37.50	140	35.00			
	نادرًا	12	6.00	12	6.00	24	6.00			
الأخبار الزائفة موثقة بالصور والإحصائيات	دائمًا	100	50.00	106	53.00	206	51.50	2.40	0.800	دائمًا
	أحيانًا	70	35.00	78	39.00	148	37.00			
	نادرًا	30	15.00	16	8.00	46	11.50			
كثرة المشاركات والإعجابات والتعليقات تؤكد من مصداقية الأخبار الزائفة	دائمًا	95	47.50	79	39.50	174	43.50	2.31	0.770	أحيانًا
	أحيانًا	83	41.50	93	46.50	176	44.00			
	نادرًا	22	11.00	28	14.00	50	12.50			
الأخبار الزائفة تؤثر على نمط التفكير	دائمًا	72	36.00	28	14.00	100	25.00	1.83	0.610	أحيانًا
	أحيانًا	60	30.00	72	36.00	132	33.00			
	نادرًا	68	34.00	100	50.00	168	42.00			
الإجمالي في كل عبارة		200	100.00	200	100.00	400	100.00			

يتضح من بيانات الجدول السابق أن ما يميز الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي جاءت كالآتي:

- فى الترتيب الأول: "الأخبار الزائفة أكثر انتشارًا من الأخبار الصحيحة" بمتوسط حسابي 2.59 وبانحراف معياري 0.863
- فى الترتيب الثاني "الأخبار الزائفة تثير مشكلات كثيرة لدى الرأي العام" بمتوسط حسابي 2.53 وانحراف معياري 0.843

(*) تراوح مدى المتوسط الحسابي لكل عبارة بين (درجة إلى ثلاث درجات)، وعليه تم تحديد اتجاه المبحوث في كل عبارة وفقًا للتصنيف الآتي:- دائمًا (متوسط أكبر من 2.32 درجة)، أحيانًا (من 1.67 وحتى 2.32 درجة)، نادرًا (متوسط أقل من 1.67 درجة).

- فى الترتيب الثالث جاء: "الأخبار الزائفة موثقة بالصور والإحصائيات" بمتوسط حسابي 2.40 وانحراف معياري 0.800
- فى الترتيب الرابع جاء "كثرة المشاركات والإعجابات والتعليقات تؤكد من مصاقية الأخبار الزائفة" بمتوسط حسابي 2.31 وانحراف معياري 0.770
- فى الترتيب الخامس جاء: "الأخبار الزائفة تؤثر على نمط التفكير" بمتوسط حسابي 1.83 وانحراف معياري 0.610

8- سلبيات الأخبار الزائفة من وجهة نظر المبحوثين:

جدول (9)

سلبيات الأخبار الزائفة من وجهة نظر المبحوثين

الاستجابة / السلبيات	النوع	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	كا2
		ك	٪	ك	٪	ك	٪			
فتح الأبواب للفتنة وانتشار الفوضى	ذكور	89	44.50	100	50.0	11	5.50	2.485	0.6170	145.94
	إناث	131	65.50	54	27.0	15	7.50			
	إجمالى	220	55.0	154	38.5	26	6.50			
تفضح الأخبار الزائفة (شخصيات عامة أو مؤسسات أو هيئات) بدون دليل	ذكور	91	45.5	89	44.5	20	10.0	2.377	0.7115	86.165
	إناث	114	57.0	52	26.0	34	17.0			
	إجمالي	205	51.2	141	35.2	54	13.5			
تضخم الأخبار الزائفة بعض الحقائق	ذكور	81	40.5	90	45.0	29	14.5	2.300	0.7391	55.80
	إناث	106	53.0	56	28.0	38	19.0			
	إجمالى	187	46.75	146	36.5	67	16.75			
لا تعتمد الأخبار الزائفة على مصادر موثوق بها	ذكور	117	58.5	74	37.0	9	4.50	2.277	0.7223	54.81
	إناث	58	29.0	87	43.5	55	27.5			
	إجمالي	175	43.75	161	40.2	64	16.0			
تكشف الأخبار الزائفة عن معلومات وقضايا غامضة يريد ناشروها إحداث الفوضى والدمار بالمجتمع	ذكور	99	49.5	55	27.5	46	23.0	2.240	0.7899	34.88
	إناث	85	42.5	73	36.5	42	23.0			
	إجمالي	184	46.0	128	32.0	88	22.0			

تشير بيانات الجدول السابق إلى استجابات المبحوثين لتحديد سلبيات الأخبار الزائفة من وجهة نظر المبحوثين جاءت كالآتي:

- جاءت العبارة "فتح الأبواب للفتنة وانتشار الفوضى" فى الترتيب الأول بمتوسط حسابي 2.485، وانحراف معياري 0.6170، حيث بلغت كا2 145.94وهي قيمة دلالة إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.01.

- ثم جاءت العبارة "تفضح الأخبار الزائفة (شخصيات عامة أو مؤسسات أو هيئات) بدون دليل" في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي 2.377وانحراف معياري 0.7115 حيث بلغت كا2 86.165 وهي قيمة دلالة إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.01.

- ثم جاءت العبارة "تضخم الأخبار الزائفة بعض الحقائق" في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي 2.300، وانحراف معياري 0.7391 حيث بلغت كا2 55.80 وهي قيمة دلالة إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.01.

- ثم جاءت العبارة "لا تعتمد الأخبار الزائفة على مصادر موثوق بها" في الترتيب الرابع بمعدل استجابة "موافق" بمتوسط حسابي 2.277، وانحراف معياري 0.7223، حيث بلغت كا2 54.81 وهي قيمة دلالة إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.01.

- وأخيرًا جاءت العبارة "تكشف الأخبار الزائفة عن معلومات وقضايا غامضة يريد ناشروها إحداث الفوضى والدمار بالمجتمع" في الترتيب الأخير بمتوسط حسابي 2.240، وانحراف معياري 0.7899 حيث بلغت كا2 34.88 وهي قيمة دلالة إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.01.

فقد نتج عن الاستخدام المكثف لهذه المواقع ظاهرة أصبحت توصف بأنها ظاهرة مرضية، وهي إدمان الإنترنت، كما أنها أصبحت من أهم الوسائل التي ارتكزت عليها المخططات الاستراتيجية الإرهابية لنشر العنف والفوضى، والإرهاب، والأعمال الإجرامية، ونشر الشائعات، والأخبار المغلوطة، وزعزعة القناعات الفكرية، والمقومات الأخلاقية والاجتماعية التي من شأنها إحداث بلبلة داخل المجتمع وخلق حالة من الفوضى، بالإضافة إلى الاختراقات، والتجسس، وانتحال الشخصيات والمضايقة والملاحقة، صناعة ونشر الإباحية، مما استلزم سَن القوانين التي تحارب كل هذه المخاطر ووتوعية المواطنين بالاستخدام الآمن لمواقع التواصل.

9- مفهوم المواطنة الرقمية بالنسبة للمبحوثين:

جدول (10)

مفهوم المواطنة الرقمية بالنسبة للمبحوثين كمواطنين وفقًا للنوع

النوع / مفهوم المواطنة الرقمية	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك		٪		ك	
مجموعة القواعد والضوابط المتعلقة بالاستخدام الآمن للتكنولوجيا	141	70.50	151	75.50	292	73.00
الحقوق والواجبات التي يؤديها المواطنون عند تعاملهم مع شبكة الإنترنت	49	24.50	31	15.50	80	20.00
منع ما يهدد الوطن والأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي	10	5.00	18	9.00	28	7.00
الإجمالي	200	100.00	200	100.00	400	100.00

كا2= 6.678 د.ح = 2 الدلالة = دالة عند 0.05

يتضح من بيانات الجدول السابق أن مفهوم المواطنة الرقمية بالنسبة للمبحوثين جاءت كما يأتي:

- جاء في الترتيب الأول "مجموعة القواعد والضوابط المتعلقة بالاستخدام الآمن للتكنولوجيا" بنسبة 73٪.
- وفى الترتيب الثاني "الحقوق والواجبات التي يؤديها المواطنون عند تعاملهم مع شبكة الإنترنت" بنسبة 20٪.
- وفى الترتيب الثالث "منع ما يهدد الوطن والأشخاص عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 7٪.

وبحساب قيمة كا2 وجد أنها تساوى 6.678 وهي دالة عند مستوى 0.05، ويعني ذلك وجود علاقة دالة إحصائيًا بين نوع المبحوثين (الذكور والإناث) ومفهوم المواطنة الرقمية بالنسبة لهم.

ويرى الباحث أن المواطنة الرقمية أصبحت ضرورية لمواجهة تحديات مواقع التواصل الاجتماعي وحروب وتقنيات الجيل الرابع من الحروب التي لا تستهدف تحطيم القدرات العسكرية، وإنما تستهدف أذهان المستخدمين عن طريق التناحر على جميع المستويات، وإفشال الدول عن طريق نشر الفتن والقلاقل وزعزعة الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي وإثارة الاقتتال الداخلي.

10- استجابات المبحوثين على مقياس المواطنة الرقمية وفقًا للنوع.

أ – المجال الأول: احترام النفس والغير في الفضاء الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (11)

اتجاه المبحوثين نحو احترام النفس والغير في الفضاء الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

الحقوق والواجبات / النوع		ذكور		إناث		الإجمالي		المتوسط	الانحراف	الاتجاه(*)
		ك	٪	ك	٪	ك	٪			
أدرك أهمية احترام القوانين الرقمية والالتزام بها	دائمًا	182	91.00	159	79.50	341	85.25	1.82	0.462	دائمًا
	أحيانًا	9	4.50	37	18.50	46	11.50			
	لا	9	4.50	4	2.00	13	3.25			
أدرك أهمية احترام حقوق التأليف والنشر الإلكتروني والملكية الفكرية والتوثيق المناسب لمصدر المعلومة	دائمًا	126	63.00	150	75.00	276	69.00	1.58	0.682	دائمًا
	أحيانًا	49	24.50	31	15.50	80	20.00			
	لا	25	12.50	19	9.50	44	11.00			
أدرك أن سرقة الحسابات الإلكترونية للآخرين واختراق معلومات الآخرين بعد جريمة إلكترونية	دائمًا	127	63.50	163	81.50	290	72.50	1.49	0.851	دائمًا
	أحيانًا	15	7.50	1	0.50	16	4.00			
	لا	58	29.00	36	18.00	94	23.50			
أعتقد أنه من الضروري احترام وجهة نظر الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي	دائمًا	114	57.00	87	43.50	201	50.25	1.08	0.961	أحيانًا
	أحيانًا	21	10.50	9	4.50	30	7.50			
	لا	65	32.50	104	52.00	169	42.25			
الإجمالي في كل عبارة		200	100.00	200	100.00	400	100.00	-		

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن اتجاه المبحوثين نحو حقوق وواجبات مهارات التواصل مع الآخرين على مواقع التواصل الاجتماعي من حيث (احترام النفس والغير في الفضاء الرقمي عبر مواقع التواصل الاجتماعي) جاءت كما يأتي:

- جاءت عبارة "أدرك أهمية احترام القوانين الرقمية والالتزام بها" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 1.82 وانحراف معياري 0.462

(*) تراوح مدى المتوسط الحسابي لكل عبارة بين (صفر إلى درجتين) وعليه تم تحديد اتجاه المبحوث في كل عبارة بناءً على التصنيف الآتي:- دائمًا (متوسط أكبر من 1،32 درجة)، أحيانًا بمتوسط (أكبر من 0،66 درجة وحتى 1،32 درجة)، لا (متوسط أقل من 0،66 درجة).

- يليها في الترتيب الثاني عبارة "أدرك أهمية احترام حقوق التأليف والنشر الإلكتروني والملكية الفكرية والتوثيق المناسب لمصدر المعلومة" بمتوسط حسابي 1.58 وانحراف معياري 0.682
- ثم جاءت عبارة "أدرك أن سرقة الحسابات الإلكترونية للآخرين واختراق معلومات الآخرين بعد جريمة إلكترونية" في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي 1.49و بانحراف معياري 0.851
- يليها عبارة "أعتقد أنه من الضروري احترام وجهة نظر الآخرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي 1.08 وبانحراف معياري 0.961

فالمبحوثون لديهم وعي بحقوقهم وواجباتهم على مواقع التواصل الاجتماعي، وهي المسئولية الإلكترونية عن الأفعال والأعمال ويتضمن معرفة الحدود والحقوق للشخص عند التعامل مع التقنية فمشاركة المعلومات بين المواطنين الرقميين، يجعل التأكد من المعلومات المرسلة يؤخذ بعين الاعتبار. فالمواطن الرقمي يجب أن يعرف ماهو ملائم وغير ملائم أو غير قانوني عند التعامل مع المعلومات على الشبكة.

ب – المجال الثاني: (مجال المسئولية الرقمية):

جدول (12)

اتجاه المبحوثين نحو مجال المسئولية الرقمية وفقًا للنوع

الحقوق والواجبات	النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		المتوسط	الانحراف	الاتجاه(*)
		ك	٪	ك	٪	ك	٪			
أعتقد أنه من الضروري التأكد من أن تواصلي مع أشخاص غير منتمين لجماعات عنف أو إرهاب أو ما يمس أمن البلاد	دائمًا	185	92.50	168	84.00	353	88.25	1.85	0.439	دائمًا
	أحيانًا	6	3.00	28	14.00	34	8.50			
	لا	9	4.50	4	2.00	13	3.25			
أعتقد أن التواصل مع الآخرين له مبادئ وقواعد أخلاقية	دائمًا	138	69.00	163	81.50	301	75.25	1.51	0.861	دائمًا
	أحيانًا	0	0.00	1	0.50	1	0.25			
	لا	62	31.00	36	18.00	98	24.50			
أعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح ببناء صداقات جديدة في مناطق متعددة من العالم	دائمًا	105	52.50	134	67.00	239	59.75	1.31	0.892	أحيانًا
	أحيانًا	43	21.50	2	1.00	45	11.25			
	لا	52	26.00	64	32.00	116	29.00			
أعتقد أنه من الضروري استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تبادل المعلومات والخبرات مع الآخرين	دائمًا	97	48.50	87	43.50	184	46.00	1.02	0.952	أحيانًا
	أحيانًا	29	14.50	9	4.50	38	9.50			
	لا	74	37.00	104	52.00	178	44.50			
الإجمالي في كل عبارة		200	100.00	200	100.00	400	100.00	-		

يتضح من بيانات الجدول السابق: أن اتجاه المبحوثين نحو المسئولية الرقمية، جاءت كما يأتي:

(*) تراوح مدى المتوسط الحسابي لكل عبارة بين (صفر إلى درجتين) وعليه تم تحديد اتجاه المبحوث في كل عبارة بناءً على التصنيف الآتي:- دائمًا (متوسط أكبر من 1،32 درجة)، أحيانًا بمتوسط (أكبر من 0،66 درجة وحتى 1،32 درجة)، لا (متوسط أقل من 0،66 درجة).

- جاءت العبارة "أعتقد أنه من الضروري التأكد من أن تواصلي مع أشخاص غير منتمين لجماعات عنف أو إرهاب أو ما يمس أمن البلاد" بمتوسط حسابي 1.85 وانحراف معياري 0.439
- يليها العبارة "أعتقد أن التواصل مع الآخرين له مبادىء وقواعد أخلاقية" بمتوسط حسابي ب 1.51 وبانحراف معياري 0.861
- ثم جاءت العبارة "أعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح ببناء صداقات جديدة في مناطق متعددة من العالم" بمتوسط حسابي 1.31 وبانحراف معياري 0.892
- وأخيرا جاءت العبارة "أعتقد أنه من الضروري استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل تبادل المعلومات والخبرات مع الآخرين" بمتوسط حسابي 1.02 وبانحراف معياري 0.952

ويفسر الباحث النتائج السابقة بارتفاع وعي المبحوثين تجاه الآداب والسلوكيات الرقمية وكيفية التعامل مع المضمون المنشور بمواقع التواصل الاجتماعي فهم يتجاهلون تكرار التجاوزات من شخص على الفيس بوك، ولم يستجب للطلبات المتكررة بالتزام الآداب العامة والمعلومات المضللة، كما أنهم يبلغون عن الصفحات التي يتكرر نشرها لمحتوى مسىء أخلاقيًا، ويحذرون الآخرين عند نشر صور كاذبة بقصد تشويه السمعة أو وجود منشور على الفيس بوك يحرض ضد فئة معينة بالمجتمع.

ج – المجال الثالث: مجال الأمن الرقمي:

جدول (13)

اتجاه المبحوثين نحو (الأمن الرقمى) وفقًا للنوع

الحقوق والواجبات	النوع	ذكور		إناث		الإجمالي		المتوسط	الانحراف	الاتجاه(*)
		ك	٪	ك	٪	ك	٪			
أدرك أن هناك مخاطر صحية نتيجة للإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الإجهاد والإدمان الرقمى	دائمًا	163	81.50	168	84.00	331	82.75	1.79	0.451	دائمًا
	أحيانًا	16	8.00	28	14.00	44	11.00			
	لا	21	10.50	4	2.00	25	6.25			
أعتقد أنه من الضروري أن يفهم كل مستخدم حقوقه ومسئولياته الرقمية	دائمًا	45	22.50	69	34.50	114	28.50	1.17	0.607	أحيانًا
	أحيانًا	140	70.00	101	50.50	241	60.25			
	لا	15	7.50	30	15.00	45	11.25			
أعتقد من الضروري حماية المعلومات والبيانات المهمة على ملفات محمية بكلمة مرور	دائمًا	49	24.50	62	31.00	111	27.75	1.15	0.624	أحيانًا
	أحيانًا	134	67.00	102	51.00	236	59.00			
	لا	17	8.50	36	18.00	53	13.25			
أعتقد أن كل شخص يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لابد أن يتحمل مسئولية استخدامه لها	دائمًا	56	28.00	42	21.00	98	24.50	0.51	0.861	لا
	أحيانًا	7	3.50	1	0.50	8	2.00			
	لا	137	68.50	157	78.50	294	73.50			
الإجمالي في كل عبارة		200	100.00	200	100.00	400	100.00	-		

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اتجاه المبحوثين نحو الأمن الرقمي جاءت كما يأتي:

- جاءت العبارة "أدرك أن هناك مخاطر صحية نتيجة للإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي مثل الإجهاد والإدمان الرقمي" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 1.79 وبانحراف معياري 0.451
- يليها في الأهمية والترتيب "أعتقد أنه من الضروري أن يفهم كل مستخدم حقوقه ومسئولياته الرقمية" بمتوسط حسابي 1.17 وبانحراف معياري 0.607.

(*) تراوح مدى المتوسط الحسابي لكل عبارة بين (صفر إلى درجتين) وعليه تم تحديد اتجاه المبحوث في كل عبارة بناءً على التصنيف التالى:- دائمًا (متوسط أكبر من 1،32درجة)، أحيانًا بمتوسط (أكبر من 0،66 درجة وحتى 1،32 درجة)، لا (متوسط أقل من 0،66 درجة).

- ثم جاءت العبارة "أعتقد من الضروري حماية المعلومات والبيانات المهمة على ملفات محمية بكلمة مرور" بمتوسط حسابي 1.15 وبانحراف معياري 0.624
- وأخيرا جاءت العبارة "أعتقد أن كل شخص يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي لابد أن يتحمل مسئولية استخدامه لها" بمتوسط حسابي 0.51 وبانحراف معياري 0.861

ويرى الباحث من خلال النتائج السابقة يتضح شيوع استخدام التكنولوجيا في حياة الطلبة الجامعيين، واعتمادهم عليها في الأغراض المختلفة، ولكنهم يحذرون من بعض مواقع التسوق الإلكتروني والبيع والشراء، فهم يستخدمون بطاقات التسويق مسبقة الدفع بانتباه، ويتأكدون من مصداقية الموقع التجاري قبل الشراء من الإنترنت ويبتعدون عن السلع غير المشروعة، لأنه من غير الطبيعى أن يقوم الفرد بشراء بضاعة أو سلعة نت غير النظر إليها وفحصها بالعين المجردة، وهذا ما يؤدي إلى خوف البعض من أن يتم الاختيال عليه، وإرسال بضائع مغشوش، فهذا هو مبدأ عدم المصداقية من قبل متسوقي الإنترنت لعدم دراية المبحوثين هل مواقع أو إعلانات التسوق آمنة أو وهمية.

كما تدل النتائج على امتلاك المبحوثين الإجادة في استخدام محركات البحث والتعامل مع التطبيقات الرقمية، واستخدم تقنيات الاتصال الحديثة على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذه من قيم المواطنة الرقمية المندرجة تحت الثقافة الرقمية.

فالمبحوثون لديهم وعي بأبعاد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث إن أهم مجال للمواطنة الرقمية جاء الأمن الرقمي (الحماية الذاتية)، فالشباب يفهمون التقنيات الحديثة والتعامل مع التكنولوجيا وسد الثغرات التي يستخدمها الهاكرز وتأمين أجهزتهم الإلكترونية، كالهواتف المحمولة وأجهزة الحاسب الآلي، واللاب توب، والإيباد وغيره من خلال البرامج المتعددة لحماية البيانات ومنع الفيروسات ومنع اختراق الهواتف.

كما أن "التواصل والوصول الرقمى للجميع" حيث تقوم هذه المواقع باستخدام تقنيات الاتصال الحديثة للاتصال من خلال التفاعلية بالقراءة والكتابة والاستماع والحوار التفاعلى والبث المباشر لملفات الفيديو، علاوة على التحليل، والتفسير والتعليق والتقييم وتوجيه النقد.

والمبحوثون على دراية بمحو الأمية الرقمية، ولهذا تعد الحاجة إلى مهارات التفكير الناقد والتربية الإعلامية للمضمون المقدم بمواقع التواصل الاجتماعى ضرورة ملحة لخلق الشباب الواعي لتحليل الرسائل والمضامين الإعلامية، وتقويمها وحسن الاختيار،

والتواصل، والمشاركة في صياغة الرسائل الإعلامية، وسائل تهدف إلى الحماية وتمكين لإعداد أفراد الجمهور لفهم الثقافة الإعلامية التى تحيط بهم، والمشاركة فيها بصورة إيجابية فعالة.

12- مقترحات المبحوثين للحد من خطورة الأخبار الزائفة:

جدول (14)
مقترحات المبحوثين للحد من خطورة الأخبار الزائفة

الاستجابة / العبارة	النوع	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري
		ك	٪	ك	٪	ك	٪		
محاسبة مروجي الأخبار الزائفة بالقانون	ذكور	108	54.0	53	26.5	39	19.50	2.285	0.7812
	إناث	87	43.5	71	35.5	42	21.0		
	إجمالى	195	48.75	124	31.0	81	20.25		
عقد ندوات مفتوحة في كافة وسائل الإعلام لوضع الحقائق أمام الجمهور	ذكور	97	48.5	51	25.5	52	26.0	2.165	0.8273
	إناث	78	39.0	65	32.5	57	28.5		
	إجمالي	175	43.75	116	29.0	109	27.25		
تعيين متحدث رسمي للجهات الرسمية للرد على الأخبار الزائفة	ذكور	77	38.5	60	30.0	63	31.5	2.132	0.8102
	إناث	57	28.5	106	53.0	37	18.50		
	إجمالى	134	33.5	166	41.5	100	25.0		
نفي الخبر الزائف بسرعة قبل أن ينتشر	ذكور	77	38.5	64	32.0	59	29.5	2.000	0.8495
	إناث	67	33.5	48	24.0	85	42.5		
	إجمالى	144	36.0	112	28.0	144	36.0		

يتضح من نتائج بيانات الجدول السابق أن استجابات المبحوثين حول مقترحات المبحوثين للحد من خطورة الأخبار الزائفة جاءت كالآتي:

- جاءت العبارة "محاسبة مروجي الأخبار الزائفة بالقانون" في الترتيب الأول بمتوسط حسابي 2.285، وانحراف معياري 0.7812،
- ثم جاءت العبارة "عقد ندوات مفتوحة في كافة وسائل الإعلام لوضع الحقائق أمام الجمهور" في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي 2.165، وانحراف معياري 0.8273،
- ثم جاءت العبارة "تعيين متحدث رسمي للجهات الرسمية للرد على الأخبار الزائفة" فى الترتيب الثالث بمتوسط حسابي 2.132، وانحراف معياري 0.8102.
- وأخيرًا جاءت العبارة "نفي الخبر الزائف بسرعة قبل أن ينتشر" في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي 2.000، وانحراف معياري 0.8495.

ثانيًا: النتائج المتعلقة باختبار صحة الفروض.

**** الفرض الأول: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات العينة من حيث مستويات المواطنة الرقمية وذلك حسب متغيرات (النوع- الجامعة- المستوى الاقتصادي)".**

ويتفرع من هذا الفرض:

1- **"يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين الذكور والإناث وفقًا لمستويات المواطنة الرقمية لديهم.**

جدول (15)

اختبار (ت. T-Test) لبيان دلالة الفروق بين المبحوثين وفق متغير النوع (ذكور - إناث) في متوسطات درجاتهم على مقياس المواطنة الرقمية

المقياس	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	د.ح	الدلالة
المواطنة الرقمية	ذكور	200	2.37	0.635	0.181	398	غير دالة
	إناث	200	2.36	0.611			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذكور ومتوسطات درجات المبحوثين الإناث على مقياس المواطنة الرقمية، حيث بلغت قيمة "ت"= 0.181، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، وعليه يثبت عدم صحة هذا الفرض.

وعليه فقد ثبتت عدم صحة الفرض الذي ينص على أنه: "يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين الذكور والإناث وفقًا لمستويات المواطنة الرقمية لديهم".

2- **"يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين طلبة الجامعات (الحكومية والخاصة) وفقًا لمستويات المواطنة الرقمية لديهم".**

جدول (16)

اختبار (ت. T-Test) لبيان دلالة الفروق بين المبحوثين وفق متغير الجامعة (حكومية - خاصة) في متوسطات درجاتهم على مقياس المواطنة الرقمية

المقياس	المجموعات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة ت	د.ح	الدلالة
المواطنة الرقمية	حكومية	200	2.21	0.613	0.178	398	غير دالة
	خاصة	200	2.18	0.607			

تشير نتائج اختبار "ت" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين الذكور ومتوسطات درجات المبحوثين الإناث على مقياس المواطنة الرقمية حيث بلغت قيمة "ت"= 0.178، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا، وعليه يثبت عدم صحة هذا الفرض.

وعليه فقد ثبتت عدم صحة الفرض الذي ينص على أنه: "يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين طلبة الجامعات (الحكومية والخاصة) وفقًا لمستويات المواطنة الرقمية لديهم".

3- "يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين وفق متغير (المستوى الاجتماعي الاقتصادي) وفقًا لمستويات المواطنة الرقمية لديهم".

جدول (17)

تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA لبيان الفروق بين متوسطات درجات المبحوثين وفق متغير المستوى الاجتماعي الاقتصادي (مرتفع – متوسط - منخفض) حسب درجاتهم على مقياس المواطنة الرقمية

المستوى الاقتصادي الاجتماعي	مصدر التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	قيمة ف	الدلالة
مستويات المواطنة الرقمية	بين المجوعات	0.497	0.249	2	0.641	غير دالة
	داخل المجموعات	153.940	0.388	397		
	المجموع	154.438		399		

يتضح من بيانات نتائج اختبار "تحليل التباين أحادي الاتجاه ANOVA" في الجدول السابق إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس المواطنة الرقمية تبعًا لاختلافهم في متغير(المستوى الاقتصادي الاجتماعي)، حيث بلغت قيمة "ف"= 0.641، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند أي مستوى من مستويات الدلالة المقبولة، وعليه يثبت خطأ هذا الفرض.

وعليه فقد ثبتت عدم صحة الفرض الذي ينص على أنه: يوجد فرق ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين وفق متغير (المستوى الاجتماعي الاقتصادي) وفقًا لمستويات المواطنة الرقمية لديهم".

**** الفرض الثانى: "يوجد ارتباط طردى موجب بين مستوى المواطنة الرقمية وإدراك المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعى".**

جدول (18)

نتائج تحليل معامل ارتباط بيرسون لبيان العلاقة بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس قيم المواطنة الرقمية تبعًا لإدراكهم للأخبار الزائفة مواقع التواصل الاجتماعى.

مقياس قيم المواطنة الرقمية	إدراك الأخبار الزائفة		اتجاه العلاقة	الدلالة
	العينة	معامل الارتباط		
	400	0.202352	موجبة	دالة**

تشير نتائج اختبار "بيرسون" في الجدول السابق إلى انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس قيم المواطنة الرقمية تبعًا لإدراكهم للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة "R" 0.202352** وهي قيمة دالة إحصائيًا عند مستوي دلالة 0.01، وهي علاقة طرديا إيجابية، أي كلما زاد إدراك المبحوثين للأخبار الزائفة كلما زادت معلوماتهم عن الاستخدام الآمن لمواقع التواصل الاجتماعي من خلال المواقف التي يتعرض لها المبحوثون عند الاستخدام.

وعليه فقد ثبتت صحة الفرض الذي ينص على أنه "يوجد ارتباط طردي موجب بين مستوى المواطنة الرقمية وإدراك المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي"

توصيات الدراسة:

1. تطوير المنصات الإعلامية العامة والخاصة وحسابات التواصل الاجتماعي لها بإنشاء صفحات للتأكد من الأخبار ومدى زيفها أو حقيقتها بما يكفل مواجهة الأخبار الزائفة واستصدار القرارات الملزمة لهذه الجهات لتنفيذه.
2. ضرورة تعيين متحدث رسمي لكل مؤسسة، أي كان تخصصها على مستوى الدولة لتفنيد الأخبار الزائفة والرد الموضوعي عليها.
3. العمل على محاسبة كل مَنْ يقوم بنشر الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة عن الدولة وفقًا للقانون المصري.
4. حث المؤسسات الدينية للتوعية عبر منافذها المتعددة بمخاطر الأخبار الزائفة على الأفراد والمجتمع، ورفع الوازع الدينى لدى الأفراد ضد ترويجها في المجتمع.

هوامش البحث:

1. Kim، A.، Moravec، P. L.، & Dennis، A. R.،Combating Fake News on Social Media with Source Ratings: The Effects of User and Expert Reputation Ratings. **Journal of Management Information Systems**، 36(3)، **2020**، P.P 931-968.
2. Shen، C.، Kasra، M.، Pan، W.، Bassett، G. A.، Malloch، Y.، & O'Brien، J. F. Fake images: The effects of source، intermediary، and digital media literacy on contextual assessment of image credibility online. **new media & society**، 21(2)،2019، P.P 438-463.
3. Wojdynski، B. W.، Binford، M. T.، & Jefferson، B. N. Looks Real، or Really Fake? Warnings، Visual Attention and Detection of False News Articles. **Open Information Science**، 3(1) (2019).**p.p**، 166-180.
4. Verma، N.، Fleischmann، K. R.، & Koltai، K. S..Demographic factors and trust in different news sources. **Proceedings of the Association for Information Science and Technology**، 55(1)، 2018، P.P 524-533.
5. Paskin، D. Real or Fake News: Who Knows?. **The Journal of Social Media in Society**، 7(2)، 2018، P.P 252-273.
6. Tomi Pesonen. The Effect of Fake news on customer trust in Social media Marketing، **Bachelor Thesis**. Metropolia University of Applied Sciences، 2018، P.P 1-39
7. إسراء قميحة، تأثير تعرض الشباب الجامعي للأخبار السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو العنف، دراسة تحليلية ميدانية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الإعلام، 2017
8. Conroy، N، J، Rubbin V.L & Chen Y. Automatic deception detection Methods for finding fake news، **Proceedings of the association for information Science and Technology**، 2016، P.P 1-4
9. خولة رسمي الراشد، مدى امتلاك طلبة الجامعات الأردنية الحكومية لمهارات المواطنة الرقمية، **مجلة العلوم التربوية والنفسية**، المركز القومي للبحوث، مج 4، ع 10، 2020م، ص ص119-138
10. نور الدين محمد نصار، تصورات طلاب الجامعة العربية المفتوحة بالمملكة العربية السعودية نحو المواطنة الرقمية وسبل تعزيزها، دراسة ميدانية، **مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية والنفسية**، غزة، ع1، ج 27، 2019م، ص ص 152-182
11. حسن ربحي مهدي، الوعي بالمواطنة الرقمية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته ببعض المتغيرات، **مجلة كلية التربية**، العدد 1، (فلسطين: جامعة الأقصى، كلية التربية، 2018)، ص ص 12-25
12. Tessa Jolls & Michele Johnsen Media Literacy. A Foundational Skill For Democracy in the 21st Century، **Hastings Law Journal**، Vol 69: 1379
13. هند سمعان الصمادي، تصورات طلبة جامعة القصيم نحو المواطنة الرقمية، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة القصيم، **مجلة دراسات نفسية وتربوية**، مختبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، العدد، 18، (الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2017م)، ص ص 175- 184

14. Septyanto Galan Prakoso، Monika Sri Yuliarti and Likha Sari Anggreni. The Importance Of Socail Media Literacy For Students s in Globalization Age، **The International Conference On Design and Technology، Social Media**، 2017

15. جيدور حاج بشير، أثر الثورة الرقمية والاستخدام المكثف لشبكات التواصل الاجتماعي في رسم الصورة الجديدة لمفهوم المواطنة، من المواطن العادي إلى المواطن الرقمي، **مجلة دفاتر السياسة والقانون**، العدد 15، (الجزائر: جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016م)، ص ص 720-725

16. وفاء عويضة الحربي، درجة إسهام شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز مفهوم المواطنة الرقمية من وجهة نظر طالبات جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، **المجلة الدولية المتخصصة**، المجلد 5، العدد 4، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، ص ص 463- 499

17. University of Michigan Library. Research guides، Fake News، Lies and Propaganda: How to sort Fact From Fiction، available at http://guides. Lib. Umich.edu/c.php ?g=637508

18. Axel Gelfert، Fake News: **A Defination Informal Logic**، Vol 38، No1، 2018، P.P 84-117

19. Sinan Adel، et، Al. **The Spread of true and false news online، Science magazine**، Vol 359، Issue 6380، P.P 11461151

20. ريبل، مايك، **المواطنة الرقمية في المدارس**، ترجمة مكتب التربية العربية لدول الخليج- الرياض، 2012.

21. شرف صبحي شعبان والدمرداش، محمد السيد، معايير التربية على المواطنة الرقمية وتطبيقاتها في المناهج الدراسية **المؤتمر السادس للمنظمة العربية لضمان الجودة في التعليم**، عمان، جامعة السلطان قابوس، 2014

22. Karen Mossberger، Caroline J. Tolbert and Ramona S. McNeal، **Digital Citizenship**: **The internet Society and Participation**، 4ed، MiT Press، Cambridge Mass، UK، 2008

23. Fabienne Greffet، la citoyennete numerique: Perspectives de recherché، In **(Reseaux)** (125-) 951، 2014/2 n 184- 185، P 131

24. محمد سيد ريان، **الإعلام الجديد**، القاهرة، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، ط1، 2003، ص9

25. Ribble M (2012) **Digital Citizienship for educational change**. Kappa Delta Pi Recoerd، 48 (4)، 148- 151، http:// dx.doi.org/10.1080/00228958.2012.734015 Ribble، M (2014). Digital Citiezenship. Using Technology Appropriately Retived June، 13، 2016

26. digital citizenship Policy development Guide: **Op. Cit** PP. 8.9

27. Patrignani، N & De Marco M: Digital Citizenship and Social Responsibility of computer Professionals. **Mondo digital** N 8. Febbraio، 2014، P 20

28. Karen Mossberger، Caroline J **Op، Cit** P. 154

29. Digital Citizenship Policy Development Guide **Op، Cit** PP 8-9

30. Partignani N & De Marco M: Digital Citizenship and Social responsibility of Computer Professionals، **Op Cit** P. 21

References

1. Kim، A.، Moravec، P. L.، & Dennis، A. R.،Combating Fake News on Social Media with Source Ratings: The Effects of User and Expert Reputation Ratings. **Journal of Management Information Systems**، 36(3)، **2020**، P.P 931-968.
2. Shen، C.، Kasra، M.، Pan، W.، Bassett، G. A.، Malloch، Y.، & O'Brien، J. F. Fake images: The effects of source، intermediary، and digital media literacy on contextual assessment of image credibility online. **new media & society**، 21(2)،2019، P.P 438-463.
3. Wojdynski، B. W.، Binford، M. T.، & Jefferson، B. N. Looks Real، or Really Fake? Warnings، Visual Attention and Detection of False News Articles. **Open Information Science**، 3(1) (2019).**p.p**، 166-180.
4. Verma، N.، Fleischmann، K. R.، & Koltai، K. S..Demographic factors and trust in different news sources. **Proceedings of the Association for Information Science and Technology**، 55(1)، 2018، P.P 524-533.
5. Paskin، D. Real or Fake News: Who Knows?. **The Journal of Social Media in Society**، 7(2)، 2018، P.P 252-273.
6. Tomi Pesonen. The Effect of Fake news on customer trust in Social media Marketing، **Bachelor Thesis**. Metropolia University of Applied Sciences، 2018، P.P 1-39
7. Qumaiha, E. (2017). tathir taearad alshabab aljamieii lil'akhbar alsalbiat ealaa mawaqie altawasul alaijtimaeii waitijahatihim nahw aleunfi, dirasatan tahliliat midaniati, risalat majsatayr ghyr manshurati, jamieat almansurati, kuliyat aladabi, qism al'iielam.
8. Conroy، N، J، Rubbin V.L & Chen Y. Automatic deception detection Methods for finding fake news، **Proceedings of the association for information Science and Technology**، 2016، P.P 1-4
9. Alrrashid, K. (2020). madaa aimtilak talabat aljamieat al'urduniyat alhukumiat limaharat almuatinat alraqmiati, majalat aleulum altarbawiat walnafsiiti, almarkaz alqawmii lilbihawth, 4(10), 119-138
10. Nassar, N. (2019). tasawurat tullab aljamieat alearabiat almaftuhat bialmamlakat alearabiat alsaeudiat nahw almuatinat alraqamiat wasubul taeziziha, dirasat midaniati, majalat aljamieat al'iislamiat lildirasat altarbawiat walnafsiati, ghazat, 1(27), 152-182
11. Mahdi, H. (2018). alwaey bialmuatinat alraqamiat ladaa mustakhdami shabakat altawasul alaijtimaeii waealaqatih bibaed almutaghayirati, majalat kuliyat altarbiati, 1, 12-25

12. Tessa Jolls & Michele Johnsen Media Literacy. A Foundational Skill For Democracy in the 21st Century، **Hastings Law Journal**، Vol 69: 1379
13. Alsamadi, H. (2017). tasawurat tlbt jamieat alqsym nahw almuatinat alraqmiati, dirasatan maydaniat ealaa eayinat min tlbt jamieat alqasim, majalat dirasat nafsiat watarbawiat, mukhtabar tatwir almumarasat alnafsiat waltarbuitu, aleadid, 18, (aljzayr: jamieatan qasidi mirbah waraqalatu, 175-184
14. Septyanto Galan Prakoso، Monika Sri Yuliarti and Likha Sari Anggreni. The Importance Of Socail Media Literacy For Students s in Globalization Age، **The International Conference On Design and Technology، Social Media**، 2017
15. Bashir, J. (2016). 'athar althawrat alraqamiat walaistikhdam almukathaf lishabikat altawasul alaijtimaeii fi rusim alsuwrat aljadidat limafhum almuatinati, min almuatin aleadii 'iilaa almuatin alraqmii, majalat dafatir alsiyasat walqanun, 15, 720-725
16. Alharbi, W. darajat 'iisham shabakat altawasul alaijtimaeii fi taeziz mafhum almuatinat alraqamiat min wijhat nazar talibat jamieat al'imam muhamad bin sueud al'iislamiat, almajalat alduwaliat almutakhasisati, almujalid 4(5), 463-499
17. University of Michigan Library. Research guides، Fake News، Lies and Propaganda: How to sort Fact From Fiction، available at http://guides. Lib. Umich.edu/c.php ?g=637508
18. Axel Gelfert، Fake News: **A Defination Informal Logic**، Vol 38، No1، 2018، P.P 84-117
19. Sinan Adel، et، Al. **The Spread of true and false news online، Science magazine**، Vol 359، Issue 6380، P.P 11461151
20. Ripple, M. (2012). almuatinat alraqamiat fi almadarisi, tarjamat maktab altarbiat alearabiat lidual alkhaliyj- alrayadi.
21. Shaeban, S., al-Sayed. D. (2014). waldmrdash, muhamad alsyd, maeayir altarbiat ealaa almuatinat alraqamiat watatbiqatiha fi almanahij aldirasiat almutamar alssadis lilmunazamat alearabiat lidaman aljawdat fi altaelimi, eaman, jamieat alsultan qabws.
22. Karen Mossberger، Caroline J. Tolbert and Ramona S. McNeal، **Digital Citizenship**: **The internet Society and Participation**، 4ed، MiT Press، Cambridge Mass، UK، 2008
23. Fabienne Greffet، la citoyennete numerique: Perspectives de recherché، In **(Reseaux)** (125-) 951، 2014/2 n 184- 185، P 131
24. Rayan, M. (2003). al'iielam aljadidu, alqahiratu, markaz al'ahram lilnashr waltarjimat waltawziei, t1, 9

25. Ribble M (2012) **Digital Citizienship for educational change**. Kappa Delta Pi Recoerd، 48 (4)، 148- 151، http:// dx.doi.org/10.1080/00228958.2012.734015 Ribble، M (2014). Digital Citiezenship. Using Technology Appropriately Retived June، 13، 2016

26. Patrignani، N & De Marco M: Digital Citizenship and Social Responsibility of computer Professionals. **Mondo digital** N 8. Febbraio، 2014، P 20

Journal of Mass Communication Research «J M C R»

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

Chairman: Prof.Ghanem Alsaaed

Dean of the Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Editor-in-chief:Prof. Reda Abdelwaged Amin

Vice Dean, Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Assistants Editor in Chief:

Prof. Arafa Amer

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

Prof.Fahd Al-Askar

- Vice-President of Imam Muhammad bin Saud University for Graduate Studies and Scientific Research (Kingdom of Saudi Arabia)

Prof.Abdullah Al-Kindi

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

Prof.Jalaluddin Sheikh Ziyada

- Dean of the Faculty of Mass Communication, Islamic University of Omdurman (Sudan)

Editorial Secretaries:

Dr. Ibrahim Bassyouni: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

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

Dr. Ramy Gamal: Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Arabic Language Editor : Omar Ghonem: Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Designed by: Mohammed Kamel - Assistant Lecturer at Faculty of Mass Communication, Al-Azhar University

Correspondences

- Al-Azhar University- Faculty of Mass Communication.
- Telephone Number: 0225108256
- Our website: http://jsb.journals.ekb.eg
- E-mail: mediajournal2020@azhar.edu.eg

Issue 57 April 2021 - part 2

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.