

## بحث بعنوان

"دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي علي مواقع التواصل الإجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها "

إعداد /

د/ إلهام محمود مرسى محمد

## المستخلص

"دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها"

استهدفت الدراسة بحث دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها ، وهي دراسة وصفية استخدمت منهج المسح الميداني بالعينة ، وجمعت بياناتها عن طريق استمارة الاستبيان المعدة ورقيا ، والتي طبقت علي عينة من طلبة الجامعات المصرية الحكومية والخاصة والأزهرية أختيرت عمديا بأسلوب العينة المتاحة بلغ عددها (400) مبحوثا. وتم استبعاد الاستمارات الغير صحيحة لتصبح العينة النهائية للدراسة (339) مبحوثا.

ومن أهم نتائج الدراسة : -

- من أهم أدوار المؤسسات الإعلامية في مواجهة التضليل الإعلامي من وجهة نظر عينة الدراسة، " ضرورة الالتزام بتحري الدقة والمصادقية فيما ينشر من نصوص وفيديوهات تجاه القضايا المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي " والتي جاءت بالترتيب الأول بوزن مئوي (10,5%)، وبمتوسط حسابي (2,78).

- من أهم أدوار الأسرة في مواجهة التضليل الإعلامي من وجهة نظر عينة الدراسة، " ضرورة بناء شخصية المراهق شخصية سوية (فكريا ومعرفيا وسلوكيا)" والتي جاءت بالترتيب الأول بوزن مئوي (10,7%)، وبمتوسط حسابي (2,74).

- من أهم أدوار المؤسسات الحكومية في مواجهة التضليل الإعلامي - من وجهة نظر عينة الدراسة - " رفع مستوى المعرفة لدي المراهق تجاه القضايا المطروحة " والتي جاءت بالترتيب الأول بوزن مئوي (10,7%) ، وبمتوسط حسابي (2,42).

- يليها بالترتيب الثاني كل من " إظهار الحقائق والوقائع الصحيحة تجاه معالجة القضايا المطروحة- استخدام لغة خطاب إعلامي صادقة ومؤثرة تجاه معالجة القضايا المطروحة ". بوزن مئوي (10,27%)، وبوسط حسابي (2,68) .

**\*\*الكلمات المفتاحية :** مؤسسات تشكيل الوعي - مواقع التواصل الاجتماعي - التضليل الإعلامي - المراهقون .

### **ABSTRACT**

**The role of basic awareness-forming institutions in confronting the media misinformation used on social networking sites and the attitudes of adolescents towards them**

The study aimed at examining the role of basic awareness-forming institutions in facing media misinformation used on social networking sites and adolescents' attitudes towards them. It was deliberately chosen by the method of the available sample, which numbered (400) respondents. Incorrect forms were excluded so that the final sample of the study became (339) respondents

: Among the most important results of the study.

One of the most important roles of media institutions in facing media - misinformation from the point of view of the study sample is "the necessity of adhering to the investigation of accuracy and credibility in what is published in texts and videos regarding issues raised on social networking sites," which came in first place with a percentage weight (10.5%), and an arithmetic average (2,78)

One of the most important roles of the family in the face of media misinformation from the point of view of the study sample is "the necessity of building the adolescent's personality into a normal personality (intellectually, cognitively and behaviorally)," which came in first place with a weight percentage (10.7%), and an average of (2.74)

One of the most important roles of government institutions in facing . media misinformation – from the point of view of the study sample – is "raising the level of knowledge of the adolescent towards the issues raised", which came in first place with a percentage weight (10.7%), .(and an average of (2.42)

Followed in the second order by "showing the correct facts and facts – towards addressing the issues raised – using an honest and effective media discourse towards addressing the issues at hand." With a weight .(percentile (10.27%), and a mean (2.68 )

**Keywords:** awareness-forming institutions – social networking sites – .disinformation – adolescents

### مقدمة

يعاني المجتمع المعاصر الكثير من المشكلات التي تهدد وجوده واستقراره , وإحدى تلك المشكلات ظاهرة التضليل الإعلامي , وهي ظاهرة إعلامية قديمة , لكنها طورت أساليبها بالاستفادة من التقنيات والتطورات التي حدثت في مجال الاتصال , ومدى قدرتها على صناعة تضليل إعلامي يتناغم مع أيديولوجية وأهداف صناعات الخطاب الإعلامي , من خلال وضع الموضوعات, الأحداث والقضايا داخل سياقات محددة, وباستخدام آليات تضليلية إقناعية متنوعة, تنذر بظاهرة خطيرة تمس الأمن المجتمعي.

فقد عزز الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة , مشكلة انتشار المعلومات المضللة , وانتشار الصور ومقاطع الفيديو المفبركة والمجتزأة من سياقها , وشكلت مواقع التواصل الاجتماعي تحديا كبيرا أمام المجتمع والسلطات , كونها غير خاضعة

للمراقبة والتدقيق، مما جعلها تربة خصبة لممارسة التضليل الإعلامي.<sup>1</sup> وأصبح لها نفوذ كبير في تحريك الرأي العام، واعتبرت العدو الأول لإستقرار الدول خاصة خلال الفترة الأخيرة التي تحولت فيها إلي أداة للهجوم علي مؤسسات الدولة ونشر الأكاذيب، الامر الذي يدعو إلي ضرورة وجود انسجام وتناسق في الأدوار من جانب مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية لمواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي.

#### أولاً: الدراسات السابقة :-

استهدفت دراسة " إلهام مرسى" (2022)<sup>2</sup>، رصد "استراتيجيات التضليل الإعلامي المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية علي مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها"، وهي دراسة وصفية اعتمدت علي منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، واستخدمت استمارة استبيان (ورقية، إلكترونية)، وصحيفة تحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات، وطبقت علي عينة من المراهقين بلغت (400)، مبحوث من المعاهد والجامعات المصرية الحكومية والخاصة وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في مجموعة من القضايا (الاجتماعية والسياسية المصرية)، وعددها (6) قضايا، وتم سحب عدد من المعالجات لتلك القضايا على موقعي (اليوتيوب) و (فيسبوك) وذلك بواقع (120) منشوراً، وفيديو، خلال الفترة من يناير حتي يوليو 2021م، وكانت أهم النتائج مايلي - جاءت استراتيجية (إنشاء المعاني وتشكيل الصورة الذهنية) في مقدمة استراتيجيات التضليل الإعلامي المستخدمة في معالجة القضايا علي مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة (18.3%)، وفي المرتبة الثانية جاءت استراتيجية (تشيتت الذهن) بنسبة (12.8%)، بينما جاءت استراتيجية (الاستهانة بعقل الجمهور) بنسبة (11.5%)، فيما جاءت استراتيجية (المماثلة والتأجيل) في المرتبة الأخيرة بنسبة مئوية بلغت (2.1%) - وأوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور مؤسسات الوعي الأساسية في مواجهه التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي .

ورصدت دراسة "مؤمن جبر" (2021)<sup>3</sup> دور الصور والفيديوهات المفبركة علي المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية المعارضة في نشر الشائعات لدي المراهقين , وفي ضوء منهج المسح , طبقت صحيفة الاستبيان علي عينة قوامها ( 450 ) مفردة , وأظهرت النتائج ارتفاع نسبة من يقومون بمتابعة المواقع الإلكترونية للقنوات المعارضة من المراهقين , وما يترتب عليه من زيادة تأثير, وخطورة ما ينشر علي تلك المواقع , وخاصة نشر الشائعات , والمعلومات المضللة . توجد علاقة بين مستوي الثراء الذي تتسم به المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية المعارضة , وبين كل من (اتجاه المراهقين نحو دورها في نشر الشائعات , معدل متابعة المراهقين لتلك المواقع , وآليات الفبركة والتلاعب بالصور والفيديوهات التي تستخدمها تلك المواقع لنشر الشائعات .

ورصدت دراسة "أسامة عطية" (2020)<sup>4</sup> المسؤولية الجنائية عن جريمة التضليل الإعلامي والعقوبة المقرر لهذه الجريمة , نشر الوعي والتثقيف لدي كافة أفراد المجتمع وخصوصا العاملين في مجال الإعلام والصحافة بهذه المسؤولية وفي ضوء دراسة وصفية تحليلية بطريقته العلمية التي تجمع بين الطريقتين الاستقرائية والاستنتاجية , توصلت النتائج إلي أن السياسة الجنائية المعاصرة تتعامل مع جريمة التضليل الإعلامي بكافة التدابير والإجراءات القانونية المستخدمة في مواجهة الظواهر الإجرامية الأخرى بما في ذلك الوقاية والمنع والتجريم والعقاب , استجابة لمتطلبات التجريم والعقاب دأبت النصوص الجنائية في مختلف الدول علي تكليف التضليل الإعلامي كجريمة معاقب عليها بعقوبات مناسبة تراعي تحقيق هدفي السياسة الجنائية المتمثلين في الردع والإصلاح , اعتاد القضاء التعامل مع مرتكبي جرائم التضليل الإعلامي بكل حزم نظرا لصرامة النصوص المجرمة لها ونظرا لما يبرزه الادعاء العام من خلال محاكمة المتهمين بها من خطرها علي المجتمع .

وسعت دراسة " ممدوح مكاوي " (2020)<sup>5</sup> إلي التعرف علي الأخبار الزائفة بين الإعلام التقليدي والرقمي من خلال دراسة نقدية استعرض فيها الباحث ( 110 ) دراسة تناولت ظاهرة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام , مفهومها , تاريخها وتطورها , وأظهرت النتائج أن ظاهرة

الأخبار الزائفة لم تكن ظاهرة جديدة , لكن مساعد علي انتشارها الانتخابات الرئاسية الأمريكية (2016) , وربطت الدراسات بين المواد الساخرة وانتشار الأخبار الزائفة واعتبارها محرك قوي لزراعة استقرار المجتمعات , اهتمت الدراسات بضرورة التربية الإعلامية ومهارات التفكير الناقد لدي الجمهور في ضوء التخطبات الإخبارية المتتالية الغير صحيحة ,إن وسائل التواصل الاجتماعي محرك قوي في سهولة وفورية انتشار الأخبار الزائفة .

وأشارت دراسة "سهير صالح" (2019)<sup>6</sup> أثر الأخبار الكاذبة علي مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدي الشباب, سواء من حيث أداء الحكومة أو طبيعة الأحداث السياسية للمجتمع وفي ضوء دراسة شبه تجريبية , واعتمدت علي استخدام إستمارة استبيان ومجموعات النقاش المركزة طبقت علي الشباب الجامعي من طلاب الفرقة الثالثة والرابعة بإحدى الجامعات الخاصة بلغ عددهم (90) و توصلت الدراسة إلي أن التعرض للأخبار الكاذبة علي مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر علي معدلات القلق السياسي للشباب , بينما لا توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومعدلات القلق السياسي لديهم , وأوصت الدراسة بضرورة قيام الإعلام بدور مهني وعرض الأخبار موضوعية والزامهم بكود أخلاقي محدد .

ورصدت دراسة "أحمد اسماعيلي" (2019)<sup>7</sup> إشكالية أيديولوجيا وسائل الإعلام الجديد والوعي الزائف " وتوصلت إلي أن لوسائل الإعلام الجديد دورا في صناعة وعي الجماهير وبناء واقع مفبرك وفق آليات اقناعية , تركز ثقافة التبشير والتبعية والاستسلام , مما يستلزم الحاجة لتربية إعلامية هادفة تزرع الوعي في أفراد المجتمع , وتمدهم بمهارات التعامل مع الرسائل الإعلامية , ومعالجة مضامينها بنظرة نقدية فاحصة لتكوين الحكم الذاتي المستقل , بعيدا عن كل تأثير وتوجيه.

بينما تناولت دراسة "قوه ,لي وكريس فارجو , Guo, Lei, and Chris Vargo , 2018 )<sup>8</sup> " تأثير الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة والتهجاء لوسائل الإنترنت علي الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2016, في ضوء المنهج ,تم تحليل محتوى لملايين المقالات

الإخبارية جنبا إلى جنب مع التحليل الكيفي لعناوين الأخبار والمقالات الشهيرة ، وتوصلت النتائج إلى أن المواقع التي نشرت معلومات مفبركة كانت تربطها علاقة وثيقة مع وسائل الإعلام التي تتحري الدقة في نشرع الوقائع في تغطيتها لأخبار المرشح الرئاسي ترامب - كسياسي مثير للجدل - أدت إلى التفاعل بين مواقع المعلومات المضللة ووسائل الإعلام القائمة علي الحقائق .

ورصدت دراسة "فليتشر وريتشارد وآخرون (2018) Fletcher, Richard, et al<sup>9</sup> " قياس مدي وصول للأخبار المزيفة وتضليل المعلومات عبر شبكة الإنترنت في أوروبا ,في ضوء المنهج التحليلي من خلال تحليل عينة من 300 موقع إلكتروني بفرنسا وإيطاليا التي تنشر الأخبار المزيفة , لقياس مدي الوصول لهذه المواقع واهتمامها ومستوي التفاعل علي صفحتها بموقع فيس بوك , توصلت الدراسة إلى أن المواقع الإخبارية الكاذبة في هذه البلدان جاءت أقل شعبية من المواقع الإخبارية الرئيسية , وبالرغم من ذلك , فإن مواقع الأخبار الكاذبة كانت الأكثر تفاعلية علي موقع الفيسبوك والمواقع الإخبارية الرسمية لاسيما في فرنسا

وقد استهدفت دراسة "ساندر فان دير ليندن Sander van der Linden, (2018)<sup>10</sup> التعرف علي دور لعبة الأخبار المزيفة في التطعيم الفعال ضد خطر التضليل الإعلامي , في ضوء المنهج شبه التجريبي بأسلوب المجموعات المتكافئة , طبقت صحيفة استبيان علي عينة عمدية من طلبة المرحلة الثانوية بواقع (94) طالب وطالبة (16-19) سنة ,وتوصلت النتائج إلى أن الألعاب التعليمية وسيلة واعدته لتحصين الناس من الأخبار الزائفة , كان للعبة الإخبارية المزيفة تأثير غير مباشر علي قدرة الاقناع المتطور من خلال تقليل أحكام الموثوقية, حجم الأثر المشاهد يتوافق عموما مع أدبيات التطعيم .

### ثانيا : تحديد مشكلة الدراسة :-

في ظل ما استشرته الباحثة من مؤمرات واضحة تحاك بالوطن مستهدفة أمنه واستقراره بسواعد الشباب والمراهقين من أبناء الوطن، ومن خلال الحرب النفسية المؤثرة ، وكم التضليل الإعلامي المنشور بمواقع التواصل الاجتماعي، واستهداف المجتمع المصري بآليات تدور معظمها في دائرة الإعلام السلبي والمضلل الذي يستهدف زرع وتوطين الإحباط، وإضعاف الهمة



والياس والتخوين وغيرها، وذلك فى ظل قلة الوعى الكافى لدى المراهقين بمخاطر التدوين وعدم تحرى الصدق فى المضمون المقدم لهم والذى قد يكون مضللاً وزائفاً، ويقومون بإعاده نشره دون وعى بأنه قد يكون مخططاً أو فكر مختلفة لحروب الجيل الرابع والخامس من خلال أعداء الوطن، والدول المعادية لتحقيق أغراضهم الخبيثة التى تستهدف هدم الوطن دون الوعى الكافى بمخاطره، فأصبحت هذه الظاهرة الإعلامية من أخطر الظواهر تهديداً للأمن المجتمعي .

وباطلاع الباحثة علي العديد من الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع، تبين أن لمواقع التواصل الاجتماعي وبخاصة - الفيسبوك واليوتيوب - كانا وما زالوا يؤديان دوراً خطيراً فى أمن واستقرار الشعوب ، وكانت وسيلة محركة لقيام العديد من الثورات مثل " ثورات الربيع العربي ، وأنها مرتع خصب لنشر الأخبار المزيفة والمضللة، " كدراسة " كرايس الجيلاي، مهلول جمال ، ربيع زمام " (2019)<sup>11</sup> ، إضافة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل كبير فى انتشار المعلومات الزائفة لتضليل الجمهور، كدراسة رضوان قطبي(2020)<sup>12</sup> ، و حذرت دراسة (مؤمن جبر 2021)<sup>13</sup> ، من خطورة ما ينشر علي مواقع التواصل الاجتماعي ، وخاصة الشائعات، والمعلومات المضللة وآليات الفبركة والتلاعب بالصور والفيديوهات التى تستخدمها تلك المواقع، وكذلك أوصت دراسة " إلهام مرسى (2022)<sup>14</sup> بضرورة تفعيل دور مؤسسات الوعى الأساسية فى مواجهة التضليل الإعلامي.

مما سبق تتحدد مشكلة الدراسة فى التساؤل الرئيس الآتي : " ما دور مؤسسات تشكيل الوعى الأساسية فى مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الإجماعي واتجاهات المراهقين نحوها "

### ثالثاً: أهمية الدراسة : -

أ - أهمية نظرية :-

تتخذ هذه الدراسة أهميتها من أهمية موضوعها حيث تبحث "دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهه التضليل الإعلامي في بحوث الرأي العام ,خاصة بعد تنامي أشكاله وصوره في مجتمعاتنا المعاصرة, وتزايد انتشاره في البيئة الرقمية المصرية, وخاصة عبر شبكات التواصل الاجتماعي , التي تسجل درجات عالية من الانتشار والمشاركة بين المراهقين .

2 - إيجاد تعميمات جديدة لم يتم التوصل إليها سابقا , كأن تسهم في إثراء المحتوى العلمي فيما يتعلق بآليات مواجهه التضليل الإعلامي علي مواقع التواصل الإجتماعي .

ب - أهمية تطبيقية : نظرا للقلق المتزايد بشأن آثار تعرض المستهلكين ل " خداع " التضليل الإعلامي عن طريق المعلومات الخاطئة والأخبار المزيفة والفبركة الاعلامية فقد تسعى الدراسة لمحاولة تقديم بعض الحلول الفعالة لحماية الجمهور " المراهقين " والتقليل من احتمالية سقوطهم في فخ التضليل الإعلامي وما يترتب عليه من آثار سلبية علي المراهق والمجتمع .

#### رابعاً : أهداف الدراسة : -

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيسي هو رصد "دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها" , وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية .

1 - التعرف علي اتجاهات المبحوثين نحو" دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي " ؟

2- التعرف علي دور المؤسسة الإعلامية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي من " وجهة نظر عينة الدراسة " .

3- التعرف علي دور الأسرة في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي من " وجهة نظر عينة الدراسة " .

4- الكشف عن دور المدارس والجامعات في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي من " وجهة نظر عينة الدراسة " .

- رصد دور المؤسسات الحكومية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الإجتماعي من " وجهة نظر عينة الدراسة " .

#### خامسا : حدود الدراسة :-

**الحدود الموضوعية :** وتتحدد في بحث دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الإجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها .

**حدود مكانية:** طبقت أداة الدراسة علي طلبة الجامعات المصرية الحكومية والخاصة والازهرية، ( القاهرة ، الزقازيق، الازهر ، بدر) . **حدود زمنية:** تم تطبيق أداة الدراسة الميدانية خلال الفترة من مايو - يونيه 2022م.

#### سادسا : الإطار المعرفي للدراسة :-

##### تعريف التضليل الإعلامي :

ظهر مصطلح التضليل الإعلامي لأول مرة في اللغة الروسية مع بداية العشرينات من القرن الماضي ، وشاع استعماله في الاتحاد السوفيتي سابقا بعد الحرب العالمية الثانية لينعت به " الممارسات الإعلامية في البلدان الرأسمالية الهادفة إلي استبعاد الجماهير الشعبية " .<sup>15</sup>

ولم ينقل المصطلح إلى اللغة الإنجليزية Disinformation إلا في الستينيات ليشير إلى " التسريب المقصود للمعلومات المضللة " أما في فرنسا فظهر لأول مرة في عام 1974 ، ودخل القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينات من القرن الماضي ويتضمن دلالات سياسية أساساً، أي "النية المبيتة لتغليب الرأي العام وإبقائه علي جهل تام بشكل خطير، أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول مسائل أو قضايا مهمة " <sup>16</sup>

وبالتالي لا تعد دراسة التضليل الإعلامي من القضايا الحديثة أو الطارئة على حقل البحث الأكاديمي والمنهجي ، فيما يتعلق بممارسة النشاط الإعلامي بكافة مستوياته المقروء والمسموع والمرئي؛ فقد اعتبر النشاط الإعلامي من أقدم النشاطات البشرية التي ارتبطت بضرورات

التواصل بين الجماعات وطبيعة إدارتها للعلاقات التي تربط بينها سواء على مستوى الصراع أو التعاون الثنائي، كما تم تسخير الإعلام لإدارة العلاقات التي تربط بين القوة الحاكمة والمهيمنة وبقية الأفراد داخل الجماعة الواحدة .<sup>17</sup>

ويعتقد البعض أن مفهوم التضليل بشكل عام هو الكذب، وأن الكذب هو عكس الحقيقة ، إلا أن مفهوم التضليل لكي يحقق مغزاه لا يجب أن يكون عكس الحقيقة لكنه يجب أن يحتوي على جزء من الحقيقة لكي يخفي معالم التضليل ويستتكر وجوده .<sup>18</sup>

**فالتضليل الإعلامي** هو عرض جزء من الحقيقة أو البناء الخاطئ على حقائق واضحة وثابتة وموثقة وذلك للوصول إلى تحقق الهدف من وجود هذا البناء الخاطئ في المفاهيم أو الخلط بين مفهومين أو أكثر على اعتبار أنها مترادفات لمعنى واحد وذلك في غياب وتغييب مفهوم كل عنصر من عناصر الخليط على حدة ، فإن كانت وسائل الإعلام قادرة على نشر المعرفة وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم، فإنها تستطيع أيضا تزييف الحقائق، ومن ثم تستطيع أن تفرض على الناس مفاهيم وآراء هابطة مضادة لما يتطلعون إليه من أهداف وقيم اجتماعية سامية .<sup>19</sup>

**وهناك من يعرف التضليل الإعلامي :** علي أنه وسيلة للتحكم بالجمهور تقوم بها وسائل الإعلام المتاحة لتقديم المعلومة التي تخدم أهدافا محددة<sup>20</sup>

**\*\* مواقع التواصل الاجتماعي والتضليل الإعلامي :** عرفت مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من تطبيقات الإنترنت التي تبني على أسس أيولوجية والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي يتم إنشائه بواسطة الويب الثاني.<sup>21</sup>

كما عرفت بأنها " جزء من منظومة الإنترنت الذي يعتبر نظام اتصال على مدار الساعة ووسيلة اتصال جماهيرية في تأثيراتها، وتوفر كل خدمات المعلومات الإلكترونية ، ومواقع

الأخبار وخدمات تكنولوجية خاصة لمجموعة من المستخدمين فضلاً عن العديد من الخدمات".

22

وقد شهد القرن الحادي والعشرين استخدام المعلومات كسلاح علي نطاق غير مسبوق، فالتكنولوجيا الحديثة القوية تجعل التلاعب في المحتوى وتصنيعه أمراً بسيطاً، وتضخم الشبكات الاجتماعية بشكل كبير الأكاذيب التي تروجها الدول، والسياسيون الشعبيون، والشركات الدجالة، ويتناقلها جمهور لا يميز الغث من السمين، وأصبحت المنصات الاجتماعية الساحة الرئيسية للتضليل، أرضاً خصبة للدعاية الحاسوبية و"التصيد"، "جيوش المتصديين"، "المخادعين" وغيرها.<sup>23</sup>

إضافة إلى ذلك إن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل مرتعا خصبا لنشر الأخبار الوهمية والشائعات، وبسبب عدم وجود رقابة بشكل دقيق فإن هذه المواقع لها تأثير كبير علي آراء الجمهور عبر الأكاذيب والخدع وعرض المشكلات الزائفة والمختلقة وتهويل القضايا والحوارات المشوهة وحصر النقاش في جزئيات دون غيرها وقطعها عن الإطار العام وسياقها الطبيعي وصورتها العامة وتسليط الأضواء علي قضية دون غيرها وحصر التفكير فيها وتشتيت الانتباه عن قضايا مهمة تمس مصلحة الوطن عبر تخطيط دقيق لتحقيق أهدافه في تزييف الحقائق وتشويه المعلومات الصحيحة.<sup>24</sup>

إن المتابع لصفحات التواصل الاجتماعي يجد أنها فضاءات عمومية افتراضية صارت تؤدي دورا هاما يجب الانتباه إليه والتفكير فيه بعيدا عن خطاب الاحتفاء والانبهار، فتللك الفضاءات كاليوتيوب والفيسبوك واليوتيوب، صارت مصدرا للأخبار في بعض الحالات لاسيما الصفحات الخاصة بالسياسيين والمتقنين وقادة الرأي ولكنها تبقى مصادر غير موثوقة للأخبار، كما أن هذه الفضاءات ليست للحوار الرصين والنقاش المتوازن والمتفتح بل هي حالات عديدة فضاءات مغلقة داخل مجموعات لديها قواسم مشتركة وغالبا لاتقبل الاختلاف معها، بل إنها تحولت إلي صفحات متاحة للنقاش الفوضوي المتوتر والقدح والتشهير والتضليل<sup>25</sup>

## دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي .

تتنوع آراء المفكرين والمختصين حول أسلوب ونوعية المواجهة التي ينبغي للمجتمع اعتمادها للتصدي لظاهرة التضليل الإعلامي, وتعبئة الأفراد لمواجهة أخطار الأيديولوجية الإعلامية , والظاهر أن هذه المواجهة لا بد أن تتم علي أكثر من مستوى, كما لا بد أن تتضافر فيها جهود كل مكونات المجتمع , لأن تحصين الأمن الفكري للأفراد مسؤولية مشتركة يتقاسمها الجميع, حكومات وشعوبا, مؤسسات وأفرادا, فالدولة والأسرة والمدرسة والمسجد ووسائل الإعلام بكل أنواعها تضطلع بدور أساسى في تبصير الجميع بأخطار الإعلام الجديد, وبالنتائج الوخيمة للانحراف الفكري وخطره علي المجتمع , إذ إن كل هذه المؤسسات تتكامل أدوارها لتسير في خط متواز لدفع الأفراد إلي اتجاهات فكرية سليمة , تشكل درعهم الواقى لمواجهة الأفكار الهدامة.<sup>26</sup>

والتربية الإعلامية في دلالتها العامة تفيد "فهم الجمهور لآلية عمل الإعلام , والكيفية التي يؤثر بها علي حياتنا , وطريقة استخدام الإعلام بصورة حكيمة وإيجابية".<sup>27</sup> , وهي من هذا المنظور تسعى إلي إكساب الجمهور المتلقي الفهم الناقد, من خلال تحليل المحتوى الإعلامي, وكشف أهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية , لاختيار ما يتفق منها مع مبادئه وقيمه, واستبعاد كل ما يخالف ذلك, سواء علي المستوي المسموع , أو المقروء , أو المكتوب , أو المرئي.

### **1- ومن أهم أهداف التربية الإعلامية في علاقتها بتحقيق الأمن الفكري:**

- حماية أفراد المجتمع من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة, خاصة في ظل التراكم القوي والمؤثر للمضامين الإعلامية في زمن العولمة وعصر السماوات المفتوحة, حيث يتم إغراق السوق الثقافية المحلية بالقيم والمفاهيم المستوردة .

- تحويل استهلاك الرسائل الإعلامية إلي عملية نقدية نشطة , لمساعدة الأفراد علي تكوين الوعي حول طبيعة تلك الرسائل, وفهم دورها في بناء وجهات النظر حول الواقع الذي يعيشون فيه.<sup>28</sup>

- خلق متلق واع بكيفية استخدام وسائل الإعلام الجديدة والتفاعل معها, بإكسابه المبادئ الأساسية لتحليل وتفسير ونقد كل ما يقدم له من مضامين إعلامية, ورصد ما فيها من سموم وأفكار مغرضة, تشوه تصوراته عن واقعه ومحيطه.

- تنمية مهارات التفكير الناقد والمشاهدة الواعية للمتلقي, وليصبح مستهلكا حكيما, قادرا علي نقد المضامين السيئة وتقدير المفيد منها.

- تعزيز الوعي بالقيم والمبادئ الحضارية عند المتلقي , وتعميق الفهم بها, حتي تتأسس الشروط اللازمة لانعتاقه وتحرره من قيود التقليد, وأغلال التبعية المذلة التي تفرضها عليه العولمة الإعلامية.<sup>29</sup>

ولا بد من التأكيد علي أن التربية الإعلامية, كمشروع دفاع يحمي الأفراد من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام الجديد , لا يمكن لها أن تبلغ مقاصدها, وتحقق أهدافها, ما لم تتضافر جهود خمسة ركائز أساسية:

1- الأسرة: إن الحل الأنجح لمواجهة الأيدلوجية الإعلامية, ودفع ضرر تنميط العقول يكمن في التحصين المسبق للمتلقي, والاهتمام ببناء شخصيته منذ الطفولة داخل الأسرة , باعتبارها المؤسسة الأولى المسؤولة عن التنشئة والضبط الاجتماعيين , من خلال وضع القواعد الأساسية للتعامل مع مختلف الوسائل الإعلامية, وممارسة الرقابة الدائمة عليها , وتقويم أداء المراهق وسلوكياته وأفعاله إزاء ما يتلقاه من رسائل ومضامين إعلامية , رغبة في حمايته من مؤثرات الانحراف, وتأمين متطلبات نموه السليم من الجوانب الانفعالية والأخلاقية والاجتماعية.

2- المدارس والجامعات: تدعيم ثقافة الاستخدام الرشيد والمفيد لوسائل الإعلام الجديد يستلزم استحضار دور المؤسسات التربوية من مدارس وجامعات في بناء وتكوين جيل قادر ومؤهل على

التعامل مع المؤثرات الخارجية بأسلوب يحفظه من الوقوع في الانحراف الفكري والسلوكي, من خلال تزويد الأفراد برصيد معرفي ومهاراتي يمكنهم من الانخراط الإيجابي في البيئة الإعلامية الجديدة, والتعامل الواعي مع مضامينها المحلية الوافدة.<sup>30</sup>

**3- دور العبادة:** للمؤسسات الدينية نصيب في محور الأمية الرقمية, وتزويد الأفراد بالثقافة الاتصالية اللازمة التي تسمح لهم بتمحيص مصداقية وأصالة المعلومات التي تنقلها لهم مختلف وسائل الإعلام, وتحسين فهمهم للقضايا التي تروج لها, انطلاقا من رؤية نقدية فاحصة تقيهم من الانعكاسات الخطيرة للإعلام ومحتوياته.

**4- وسائل الإعلام:** لا يمكن التأسيس لتربية إعلامية واعية هادفة دون المراهنة علي دور وسائل الإعلام في بناء متلقي واع , والنهوض بمستواه الفكري والوجداني, من خلال توظيف هذه الوسائل لخدمة التنمية الفكرية, والبناء الحضاري, والتحذير من المخاطر والتصدي لها, وبيان زيفها وانحرافها, وما تهدف إليه من زعزعة الثوابت ومسح الشخصية.<sup>31</sup>

**ويضيف البروفيسور تشارلي بيكت بعض الاستراتيجيات لتعزيز ممارسة الصحافة الأخلاقية في عصر التقنيات الرقمية الأخبار الزائفة .**

- تواصل : كن متاحا وموجودا علي جميع المنصات .

- أدر الأمور بفاعلية : ساعد المستخدمين علي العثور علي محتوى جيد أينما كان .

- كن قريبا متفاعلا : استخدم لغة المستخدمين واستمع بشكل خلاق .

- كن خبيرا : أضف قيمة وعمقا في الشرح وخبرات جديدة, وضع الأمور لهم في سياقها .

- كن صادقا : تحقق من الوقائع , وأضمن التوازن والدقة .

- كن إنسانا : أظهر التعاطف والتنوع , وكن عنصر بناء لا هدم .

- كن شافعا : بين المصادر , وكن مسؤولا , واسمح بالنقد.<sup>32</sup>



5- **الجهات التشريعية:** مواجهة الأيديولوجية الإعلامية يتطلب أيضا جهودا أخرى في زجر ومعاينة مزيفي الحقيقة وغاسلي العقول, بإصدار تشريعات رادعة, تضرب بيد من حديد علي أصحاب المصالح المروجين لأفكار وقيم, قد تغرس أنماطا سلوكية مهددة لاستقرار المجتمع وتماسكه.<sup>33</sup>

#### سابعاً : التعريفات الإجرائية لمصطلحات الدراسة :-

**\*\* يقصد بمؤسسات تشكيل الوعي الأساسية:** من وجهه نظر الباحثة هي تلك المؤسسات المنوطة بتشكيل الفهم وسلامة الإدراك لدي المراهق في تلقي الأفكار والمعلومات, متمثلة في (المؤسسات الاعلامية - الأسرة - المدارس والجامعات - المؤسسة الحكومية والتنفيذية) , وهذه المؤسسات يقع علي عاتقها تنشئة أفراد المجتمع فكريا ومعرفيا لحمايتهم من المخاطر التي تحيط بهم من التعرض للتضليل الاعلامي تجاه قضاياهم الهامة .

وتتبنى الباحثة المفاهيم التالية كتعريفات اجرائية للدراسة:-

**\*\* التضليل الإعلامي :** مفهوم عام يعني الكذب والتشويه والخداع وإخفاء الحقائق للتأثير في اتجاهات الرأي العام والقيادات السياسية والعسكرية باستخدام أساليب التسويق الدعائي والسياسي وتقنيات التعامل النفسي وتوظيف التكنولوجيا الحديثة<sup>34</sup>, وهناك من يعرف التضليل الإعلامي علي أنه وسيلة للتحكم بالجمهور تقوم بها وسائل الإعلام المتاحة لتقديم المعلومة التي تخدم أهدافا محددة<sup>35</sup>

**\*\* الاتجاه:** "حالة من الاستعداد العقلي أو التأهب العصبي التي تنظمها الخبرة الشخصية وتكون ذات تأثير توجيهي وفعال علي استجابة الفرد نحو كل الموضوعات والمواقف التي تثيرها هذه الاستجابة"<sup>36</sup>

**\*\* مواقع التواصل الاجتماعي:** هي تطبيقات تقنية مستندة إلي الويب تتيح التفاعل بين الناس , وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور علي

آخرين يشتركون في نفس الاهتمامات بتكوين ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية<sup>37</sup> .

\* \* **\*تعرف اتجاهات المراهقين إجرائيا** : هي "استجابات المراهقين ( 18-21) نحو دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي ".

### **ثامنا: تساؤلات الدراسة :**

تسعي الدراسة إلي الإجابة عن سؤال رئيسي هو : " ما دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها , ويتفرع من هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية كما يلي :

1 - ما اتجاهات المبحوثين نحو" دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي" ؟

2- ما دور المؤسسة الإعلامية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي من" وجهة نظر عينة الدراسة" ؟

3- ما دور الأسرة في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي من" وجهة نظر عينة الدراسة " ؟

4- ما دور المدارس والجامعات في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي من" وجهة نظر عينة الدراسة " ؟

5- ما دور المؤسسات الحكومية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي من" وجهة نظر عينة الدراسة " ؟

### **تاسعا: متغيرات الدراسة :-**

تسعي الدراسة إلي اختبار العلاقة بين عدد من المتغيرات وهي :

- المتغير المستقل : دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية

المتغيرات الوسيطة : وتتمثل في (النوع - نوع التعليم - نوع الجامعة )

- المتغير التابع : اتجاهات المراهقين نحو مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الإجتماعي .

### عاشرا : نوع الدراسة ومنهجها :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية وتعتمد علي استخدام منهج المسح الميداني بالعينة , بوصفة أحد أبرز المناهج التي تناسب الدراسات الوصفية .

حادي عشر : مجتمع الدراسة في مجتمع المراهقين طلاب الجامعات المصرية الحكومية والخاصة والأزهرية , وأجريت الدراسة علي عينة قوامها (339) مبحوثا , أختيرت عمديا بأسلوب العينة المتاحة من طلاب جامعات : ( القاهرة , الأزهر , بدر , الزقازيق , )

### ثان عشر : أدوات الدراسة :-

استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان المعدة ورقيا كأداة لجمع البيانات , حيث تم تطبيقها علي عينة من المراهقين من طلاب الجامعات المصرية الحكومية والخاصة والأزهرية قوامها (339) مبحوثا من الذكور والإناث وذلك للتعرف علي اتجاهات هؤلاء المراهقين نحو دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي" وتضمنت قياس دور المتغيرات الآتية في مواجهة التضليل الاعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الاجتماعي " المؤسسة الاعلامية, الأسرة في مواجهة التضليل الإعلامي , المدارس والجامعات , المؤسسات الحكومية والتشريعية "

ثالث عشر: أختبار ثبات وصدق أداة الدراسة :-

### ثالث عشر - إجراءات الصدق والثبات:

#### 1-اختبار الصدق:

ويقصد بصدق القياس أن تقيس الأداة ماهدفت لقياسه، وفي ضوء ذلك تم عرض (صحيفة الاستبيان)على مجموعة من الأساتذة والمتخصصين في مجال الإعلام(\*) وذلك لتقرير ما إذا

كانت أسئلتها تقيس كافة أهداف الدراسة ومدى صلاحية صياغة الأسئلة ووضوحها، وإبداء الآراء والملاحظات على الأداء، وبعدها تم حصر ملاحظات وتوجيهات السادة المحكمين وعرضها على هيئة الإشراف، حيث تم تعديل الأسئلة وفقا لتوجيهات السادة المحكمين .

2 - اختبار الثبات :-

قياس ثبات المقياس للاستمارة :

وقد تم حساب معامل ثبات مقياس اتجاهات المراهقين نحو دور مؤسسات الوعي الأساسية في مواجهه التضليل الإعلامي المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي علي عينة قوامها (40) مفردة، وذلك بعدة طرق مختلفة، فبحساب معامل ارتباط البعدين المكونين للمقياس مع بعضها وكذلك حساب معامل ارتباط الأبعاد مع الدرجة الكلية للمقياس وفقا لمعامل الارتباط لجنتان ومعامل ارتباط ألفا كرومباخ.

نتائج البحث :

المحور الأول:- معدل التعرض للموضوعات والأحداث السياسية علي مواقع التواصل الاجتماعي  
أ - مدى اهتمام المراهقين-عينة الدراسة- بمتابعة الأحداث والموضوعات المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول (1)

مدى اهتمام المراهقين - عينة الدراسة - بمتابعة تناول الأحداث والموضوعات المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

النوع		ذكور		إناث		الإجمالي
مدى الاهتمام		%	ك	%	ك	%
أهتم بدرجة كبيرة		17,6	34	16,9	35	17,3
أهتم إلى حدما		61,1	118	73,4	152	67,5
لا أهتم		21,2	41	9,7	20	15,3
الإجمالي		100	193	100	207	100

قيمة  $\chi^2 = 11,049$  \*\* درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0,164 مستوى الدلالة = 0,01

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يهتمون بمتابعة الموضوعات والاحداث السياسية علي مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة من إجمالي مفردات عينة

الدراسة بلغت 17,3%، موزعة بين 17,6% من إجمالي عينة الذكور، و16,9% من إجمالي عينة الإناث.

بينما بلغت نسبة مَنْ يهتمون بمتابعتها بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 67,5% ، موزعة بين 61,1% من إجمالي عينة الذكور، ونسبة 73,4% من إجمالي عينة الإناث ، في حين جاءت نسبة لا يهتمون بمتابعة القضايا والاحداث السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي عينة الدراسة 15,3%، موزعة بين 21,2% من إجمالي عينة الذكور، و9,7% من إجمالي عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 11,049 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0,164 تقريباً مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) وبين مدى اهتمامهم - إجمالي عينة الدراسة - بمتابعة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاء نسبة متابعة الإناث نسبة أكثر من متابعة الذكور ويشير ذلك إلي أن عنصر النوع عنصر مؤثر في درجة الاهتمام والمتابعة وربما تفسر الباحثة هذه النتيجة في طبيعة معالجة هذا النوع من القضايا يعتمد علي الاستمالات العاطفية والاهتمام الإنساني والإثارة والتخويف في أغلب الأحيان .

ب - معدل الساعات التي يقضيها المراهقين في متابعة تناول الأحداث والموضوعات المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي يوميا .

جدول (2)

معدل الساعات التي يقضيها المراهقين في متابعة القضايا والأحداث السياسية

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع معدل الساعات
%	ك	%	ك	%	ك	
50,4	171	55,6	104	44,1	67	أقل من ساعة
34,8	118	33,7	63	36,2	55	من 1- 3 ساعات
14,7	50	10,7	20	19,7	30	أكثر من 3 ساعات
100	339	100	187	100	152	الإجمالي

قيمة كا<sup>2</sup> = 7,009 \* درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0,142 مستوي الدلالة = 0,05

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتابعون القضايا والاحداث السياسية (أقل من ساعة) يومياً من إجمالي مفردات - عينة الدراسة - بلغت 50,4%، موزعة بين 44,1% من إجمالي عينة الذكور، و55,6% من إجمالي عينة الإناث.

بينما بلغت نسبة من يهتمون بمتابعتها (من 1- 3 ساعات) يومياً من إجمالي مفردات - عينة الدراسة - 34,8%، موزعة بين 36,2% من إجمالي عينة الذكور، ونسبة 33,7% من إجمالي عينة الإناث، أما نسبة من يتابعون القضايا والاحداث والسياسية على مواقع التواصل الاجتماعي (أكثر من ثلاث ساعات) يومياً من إجمالي عينة الدراسة 14,7%، موزعة بين 19,7% من إجمالي عينة الذكور، و10,7% من إجمالي عينة الإناث.

ويحساب قيمة كا2 من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 7,009 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0,142 تقريباً مما يؤكد على وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) وبين معدل ساعات متابعة المراهقين - إجمالي - عينة الدراسة - بمتابعة القضايا والاحداث السياسية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي يومياً.

ج - اتجاهات المراهقين نحو مدى وجود خداع أو تزييف في تناول الأحداث والموضوعات المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي .

### جدول (3)

اتجاهات المراهقين نحو مدى وجود خداع أو تزييف في تناول الأحداث والموضوعات المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي لدي عينة الدراسة

النوع	ذكور		إناث		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بدرجة كبيرة	73	48,0	106	56,7	179	52,8
بدرجة متوسطة	70	46,1	76	40,6	146	43,1
بدرجة ضعيفة	9	5,9	5	2,7	14	4,1
الإجمالي	152	100	187	100	339	100

قيمة كا<sup>2</sup> = 3,901 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0,107 مستوى الدلالة = غير دالة

تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة كبيرة يرون أن هناك خداع وتزييف في تناول القضايا والأحداث السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات - عينة الدراسة - بلغت 52,8%، موزعة بين 48,0% من إجمالي عينة الذكور، و56,7% من إجمالي عينة الإناث، كذلك جاءت نسبة متوسطة يرون أنها هناك خداع وتزييف من إجمالي مفردات - عينة الدراسة - بلغت 43,1%، موزعة بين 46,1% من إجمالي عينة الذكور، ونسبة 40,6% من إجمالي عينة الإناث، بينما جاءت نسبة من يرون أن هناك خداع وتزييف بنسبة ضئيلة في معالجة الموضوعات والأحداث والسياسية على مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي عينة الدراسة 4,1%، موزعة بين 5,9% من إجمالي عينة الذكور، و2,7% من إجمالي عينة الإناث.

وبحساب قيمة كا<sup>2</sup> من الجدول السابق عند درجة حرية =2، وجد أنها = 3,901 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند أي مستوى دلالة، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0,107 تقريباً مما يؤكد على عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين النوع (ذكور- إناث) وبين اتجاهات المراهقين - إجمالي عينة الدراسة - في مدى وجود خداع أو تزييف في تناول الموضوعات والأحداث السياسية على مواقع التواصل الاجتماعي.

## 2- المحور الثاني : اتجاهات المراهقين نحو دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في

### مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم على مواقع التواصل الاجتماعي:-

أ - دور المؤسسة الإعلامية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم على مواقع

التواصل الاجتماعي .

#### جدول (4)

دور المؤسسة الإعلامية في مواجهة التضليل الإعلامي

الاتجاه	الوزن المنوى	النقاط	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		مويد		النوع	الاتجاه
				%	ك	%	ك	%	ك		
مويد	10,56	943	2,78	1,3	2	19,7	30	78,9	120	ذكور	ضرورة الالتزام بتحري الدقة والمصداقية فيما ينشر من نصوص وفيديوهات تجاه القضايا المطروحة على مواقع التواصل الاجتماعي .
				3,2	6	15,0	28	81,8	153	إناث	
				2,4	8	17,1	58	80,5	273	إجمالي	
مويد	10,32	922	2,72	5,3	8	19,7	30	75,0	114	ذكور	ألا يكون السرعة في نشر الخبر مقابل

				4,3	8	17,6	33	78,1	146	إناث	التأكد من صحة الخبر و مصدره
				4,7	16	18,6	63	76,7	260	إجمالي	
مؤيد	10,27	917	2,71	3,3	5	21,1	32	75,7	115	ذكور	نشر ثقافة المعرفة تجاه معالجة القضايا المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي
				3,7	7	23,5	44	72,7	136	إناث	
				3,5	12	22,4	76	74,0	251	إجمالي	
مؤيد	10,09	901	2,66	6,6	10	26,3	40	67,1	102	ذكور	ضرورة التزام الموضوعية والحيادية تجاه معالجة القضايا المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي
				3,2	6	23,5	44	73,3	137	إناث	
				4,7	16	24,8	84	70,5	239	إجمالي	
مؤيد	10,02	895	2,64	3,3	5	29,6	45	67,1	102	ذكور	إرسال رسائل تصحيح تتضمن رسائل مفصلة حول القضايا المعرّضة للتضليل دون الاكتفاء بمجرد تكذيب المعلومات فقط
				4,3	8	27,3	51	68,4	128	إناث	
				3,8	13	28,3	96	67,8	230	إجمالي	
ن = 339											إجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- من أهم أدوار المؤسسات الإعلامية في مواجهة التضليل الإعلامي من وجهة نظر عينة الدراسة، " ضرورة الالتزام بتحري الدقة والمصداقية فيما ينشر من نصوص وفيديوهات تجاه القضايا المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي " والتي جاءت بالترتيب الأول بوزن مئوي (10,5%)، وبمتوسط حسابي (2,78).

- يليها بالترتيب الثاني " ألا يكون السرعة في نشر الخبر مقابل التأكد من صحة الخبر ومصدره " بوزن مئوي (10,3%)، وبوسط حسابي (2,72)، كذلك بالترتيب الثالث جاء " نشر ثقافة المعرفة تجاه معالجة الأحداث والموضوعات المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي " بوزن مئوي بلغ (10,2%) ومتوسط حسابي (2,71).

- أما بالترتيب الرابع فجاء " ضرورة التزام الموضوعية والحيادية تجاه معالجة القضايا المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي " بوزن مئوي (10,02%) ومتوسط (2,66)، وتلاها بالترتيب الخامس " إرسال رسائل تصحيح تتضمن رسائل مفصلة حول القضايا المعرّضة للتضليل دون الاكتفاء بمجرد تكذيب المعلومات فقط " بوزن مئوي (10,09%)، بمتوسط حسابي (2,64).



## ب - دور الأسرة في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الإجتماعي

جدول (5)

دور الأسرة في مواجهة التضليل الإعلامي

الاتجاه	الوزن المنوى	النقاط	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		مؤيد		النوع	الاتجاه
				%	ك	%	ك	%	ك		
مؤيد	10,75	928	2,74	3,3	5	19,7	30	77,0	117	ذكور	ضرورة بناء شخصية المراهق شخصية سوية ( فكريا ومعرفيا وسلوكيا)
				4,3	8	17,6	33	78,1	146	إناث	
				3,6	13	18,6	63	77,6	263	إجمالي	
مؤيد	10,49	905	2,67	3,9	6	27,0	41	69,1	105	ذكور	ضرورة تنمية التفكير الناقد والإبداعي للمراهق
				4,3	8	23,0	43	72,7	136	إناث	
				4,1	14	24,8	84	71,1	241	إجمالي	
مؤيد	10,36	894	2,64	5,3	8	25,7	39	69,1	105	ذكور	يجب تقويم أداء شخصية المراهق وسلوكياته إزاء ما يتلقاه من مضامين أو ما يقوم بنشره علي مواقع التواصل الاجتماعي .
				4,8	9	26,7	50	68,4	128	إناث	
				5,0	17	26,3	89	68,7	233	إجمالي	
مؤيد	10,41	898	2,65	5,9	9	21,1	32	73,0	111	ذكور	يجب تبصير المراهق بالأ يتفاعل مع كل ما يعترض له من محتوى إعلامي علي مواقع التواصل دون التأكد من صحته
				7,0	13	23,0	43	70,1	131	إناث	
				6,5	22	22,1	75	71,4	242	إجمالي	
مؤيد	10,32	891	2,63	5,3	8	25,0	38	69,7	106	ذكور	ضرورة تنمية الرقابة الذاتية لدي المراهق تجاه ما يتلقاه أو يقوم بإنتاجه ونشره علي مواقع التواصل الاجتماعي
				7,5	14	23,5	44	69,0	129	إناث	
				6,5	22	24,2	82	69,3	235	إجمالي	
ن = 339											إجمالي

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- من أهم أدوار الأسرة في مواجهة التضليل الإعلامي من وجهة نظر عينة الدراسة، "ضرورة بناء شخصية المراهق شخصية سوية(فكريا ومعرفيا وسلوكيا)" والتي جاءت بالترتيب الأول بوزن مئوي (10,7%)، وبمتوسط حسابي (2,74).

- يليها بالترتيب الثاني " ضرورة تنمية التفكير الناقد والإبداعي للمراهق" بوزن مئوي (10,4%)، وبوسط حسابي (2,67)، كذلك بالترتيب الثالث جاء "يجب تقويم أداء شخصية المراهق وسلوكياته إزاء ما يتلقاه من مضامين أو ما يقوم بنشره علي مواقع التواصل الاجتماعي" بوزن مئوي بلغ (10,3%) ومتوسط حسابي(2,64).

- أما بالترتيب الرابع فجاء " يجب تبصير المراهق بالألا يتفاعل مع كل ما يعترض له من محتوى إعلامي علي مواقع التواصل دون التأكد من صحته " بوزن مئوي (4,10%) ومتوسط (2,65)، وتلاها بالترتيب الخامس "ضرورة تنمية الرقابة الذاتية لدي المراهق تجاه ما يتلقاه أو يقوم بإنتاجه ونشره علي مواقع التواصل الاجتماعي" بوزن مئوي (3,10%)، بمتوسط حسابي (2,63).

### ج- دور المدارس والجامعات في مواجهة التضليل الإعلامي:

#### جدول (6)

دور المدارس والجامعات في مواجهة التضليل الإعلامي

الاتجاه	الوزن المنوي	النقاط	المتوسط الحسابي	معارض		محايد		مؤيد		النوع	الاتجاه	الدور
				%	ك	%	ك	%	ك			
مؤيد	10,65	925	2,73	5,9	9	21,1	32	73,0	111	ذكور	ضرورة توعية المراهقين بتوخي الحذر في نشر أو مشاركة أي معلومة علي مواقع التواصل الاجتماعي دون التأكد من صحتها .	
				1,1	2	20,3	38	78,6	147	إناث		
				3,2	11	20,6	70	76,1	258	إجمالي		
مؤيد	10,62	923	2,72	4,6	7	21,1	32	74,3	113	ذكور	ضرورة أن يدرك المراهقون أهمية الحفاظ علي الاوطان وعدم الانسياق وراء الشائعات والاكاذيب التي تمارس عبر مواقع التواصل الاجتماعي .	
				3,7	7	18,2	34	78,1	146	إناث		
				4,1	14	19,6	66	76,4	259	إجمالي		
مؤيد	10,58	919	2,71	1,3	2	25,0	38	73,7	112	ذكور	ضرورة إعادة تشكيل الوعي الإدراكي لدي المراهق وذلك بفتح آفاق للمشاركة في كافة المحافل الإعلامية والثقافية .	
				5,3	10	19,3	36	75,4	141	إناث		
				3,5	12	21,8	74	74,6	253	إجمالي		
مؤيد	10,36	900	2,65	5,9	9	23,0	35	71,1	108	ذكور	ضرورة عمل ندوات توعية حول التربية الإعلامية والرقمية للمراهقين.	
				4,3	8	25,7	48	70,1	131	إناث		
				5,0	17	24,5	83	70,5	239	إجمالي		
مؤيد	9,89	860	2,54	9,2	14	30,3	46	60,5	92	ذكور	ضرورة أن تعمل الجامعات علي تعزيز حالة من ( التشكيك الصحي ).	
				5,9	11	32,6	61	61,5	115	إناث		
				7,4	25	31,6	107	61,1	207	إجمالي		
ن = 339											إجمالي	

ينتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي : من أهم أدوار المدارس والجامعات في مواجهة التضليل الإعلامي من وجهة نظر عينة الدراسة، " ضرورة توعية المراهقين بتوخي الحذر في نشر أو مشاركة أي معلومة علي مواقع التواصل الاجتماعي دون التأكد من صحتها" والتي جاءت بالترتيب الأول بوزن مئوي (6,10%)، وبمتوسط حسابي (2,73).

- يليها بالترتيب الثاني "ضرورة أن يدرك المراهقون أهمية الحفاظ علي الأوطان وعدم الانسياق وراء الشائعات والاكاذيب التي تمارس عبر مواقع التواصل الاجتماعي" بوزن مؤوى (10,6%)، وبوسط حسابى (2,72)، كذلك بالترتيب الثالث جاء " ضرورة إعادة تشكيل الوعي الإدراكي لدي المراهق وذلك بفتح آفاق للمشاركة في كافة المحافل الإعلامية والثقافية" بوزن مؤوى بلغ (10,5%) ومتوسط حسابى (2,71).

- أما بالترتيب الرابع فجاء " ضرورة عمل ندوات توعية حول التربية الإعلامية والرقمية للمراهقين" بوزن مؤوى (10,3%) ومتوسط (2,65)، وتلاها بالترتيب الخامس " ضرورة أن تعمل الجامعات علي تعزيز حالة من ( التشكيك الصحي)" بوزن مؤوى (9,8%)، بمتوسط حسابى (2,54).

#### د- دور المؤسسة الحكومية والتشريعية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم علي مواقع التواصل الإجتماعي .

##### جدول (7)

دور المؤسسة والتشريعية الحكومية في مواجهة التضليل الإعلامي

الاتجاه	الوزن المنوى	النقاط	المتوسط الحسابى	معارض		محايد		مؤيد		النوع	الاتجاه	الدور
				%	ك	%	ك	%	ك			
مؤيد	10,42	920	2,71	2,0	3	22,4	34	75,7	115	ذكور	رفع مستوي المعرفة لدي المراهق تجاه القضايا المطروحة	
				6,4	12	17,6	33	75,9	142	إناث		
				4,4	15	19,8	67	75,8	257	إجمالي		
مؤيد	10,27	907	2,68	5,3	8	23,7	36	71,1	108	ذكور	إظهار الحقائق والوقائع الصحيحة تجاه معالجة القضايا المطروحة	
				4,8	9	21,4	40	73,8	138	إناث		
				5,0	17	22,4	76	72,6	246	إجمالي		
مؤيد	10,27	907	2,68	4,6	7	23,7	36	71,7	109	ذكور	استخدام لغة خطاب إعلامي صادقة ومؤثرة تجاه معالجة القضايا المطروحة .	
				4,8	9	22,5	42	72,7	136	إناث		
				4,7	16	23,0	78	72,3	245	إجمالي		
مؤيد	10,22	903	2,66	4,6	7	30,3	46	65,1	99	ذكور	سن تشريعات وقوانين تحمي حق المراهقين في الحصول علي المعلومات الصحيحة .	
				4,3	8	20,3	38	75,4	141	إناث		
				4,4	15	24,8	84	70,8	240	إجمالي		
مؤيد	10,22	903	2,66	3,9	6	23,7	36	72,4	110	ذكور	لابد من توازن الجرعة الإعلامية التي تغطي القضايا بحيث تضعها في حجمها الطبيعي	
				7,0	13	21,4	40	71,7	134	إناث		
				5,6	19	22,4	76	72,0	244	إجمالي		
مؤيد	10,16	897	2,65	6,6	10	23,0	35	70,4	107	ذكور	صناعة وعي المراهق ازاء التضليل الإعلامي تجاه القضايا المطروحة .	
				4,3	8	26,2	49	63,5	130	إناث		
				5,3	18	24,8	84	69,9	237	إجمالي		

مؤيد	10,14	896	2,64	5,3	8	25,7	39	69,1	105	ذكور	العمل من خلال ثورة التصحيح والشفافية في تقديم البيانات والمعلومات تجاه معالجة القضايا المصرية المطروحة .
				3,2	6	28,9	54	67,9	127	إناث	
				4,1	14	27,4	93	68,4	232	إجمالي	
مؤيد	9,82	868	2,56	7,2	11	21,7	33	71,1	108	ذكور	إرسال رسائل تصحيح من خلال (مرصد إعلامي) تتضمن رسائل مفصلة حول القضايا المعرضة للتضليل دون الاكتفاء بمجرد تكذيب المعلومات فقط
				7,5	14	35,3	66	57,2	107	إناث	
				7,4	25	29,2	99	63,4	215	إجمالي	
339 = ن										إجمالي	

يتضح من بيانات الجدول السابق ما يلي :

- من أهم أدوار المؤسسات الحكومية في مواجهة التضليل الإعلامي - من وجهة نظر عينة الدراسة - " رفع مستوى المعرفة لدي المراهق تجاه القضايا المطروحة " والتي جاءت بالترتيب الأول بوزن مئوي (10,7%) ، وبمتوسط حسابي (2,42).

- يليها بالترتيب الثاني كل من " إظهار الحقائق والوقائع الصحيحة تجاه معالجة القضايا المطروحة- استخدام لغة خطاب إعلامي صادقة ومؤثرة تجاه معالجة القضايا المطروحة . " بوزن مئوي (10,27%)، وبوسط حسابي (2,68)، وتقاسم الترتيب الثالث كل من " سن تشريعات وقوانين تحمي حق المراهقين في الحصول علي المعلومات الصحيحة - لابد من توازن الجرعة الإعلامية التي تغطي القضايا بحيث تضعها في حجمها الطبيعي " بوزن مئوي بلغ (10,2%) ومتوسط حسابي(2,66).

- أما بالترتيب الرابع ف جاء " صناعة وعي المراهق إزاء التضليل الإعلامي تجاه القضايا المطروحة" بوزن مئوي (10,16%) ومتوسط (2,65)، وتلاها بالترتيب الخامس " العمل من خلال ثورة التصحيح والشفافية في تقديم البيانات والمعلومات تجاه معالجة القضايا المصرية المطروحة " بوزن مئوي (10,14%)، بمتوسط حسابي (2,65).

- كذلك بالترتيب السادس جاء " إرسال رسائل تصحيح من خلال (مرصد إعلامي) تتضمن رسائل مفصلة حول القضايا المعرضة للتضليل دون الاكتفاء بمجرد تكذيب المعلومات فقط " بوزن مئوي(9,8%) ومتوسط حسابي(2,56).

- تشير النتائج السابقة إلي أن جاءت اتجاهات المراهقين ( مؤيدة ) نحو مجمل محاور دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي المستخدم في معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية علي مواقع التواصل الاجتماعي .

وتري الباحثة أن هذه النتائج تعكس قناعات المراهقين بأن آليات التضليل الإعلامي تتوجه بشكل قوي نحو النتائج الوخيمة للانحراف الفكري وخطره علي المجتمع , من خلال أطراف وقوي متعددة , لذا جاءت معظم آراء المراهقين داعمة ومؤيدة لأهمية دور مؤسسات تشكيل الوعي في هذا الصدد , الأمر الذي يشير إلي أن هذه المواجهة لابد أن تتم علي أكثر من مستوى , وأن تتضافر فيها جهود كل مكونات المجتمع لأن تحصين الأمن الفكري للأفراد مسئولية مشتركة يتقاسمها الجميع.

#### النتائج العامة للبحث :-

- جاءت نسبة من يهتمون بمتابعة الموضوعات والاحداث السياسية علي مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 17,3%، موزعة بين 17,6% من إجمالي عينة الذكور، و 16,9% من إجمالي عينة الإناث.

بينما بلغت نسبة من يهتمون بمتابعتها بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 67,5% ، موزعة بين 61,1% من إجمالي عينة الذكور، ونسبة 73,4% من إجمالي عينة الإناث , في حين جاءت نسبة لا يهتمون بمتابعة القضايا والاحداث السياسية علي مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي عينة الدراسة 15,3%، موزعة بين 21,2% من إجمالي عينة الذكور، و 9,7% من إجمالي عينة الإناث.

- نسبة كبيرة يرون أن هناك خداع وتزييف في تناول القضايا والاحداث السياسية علي مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات - عينة الدراسة - بلغت 52,8%، موزعة بين 48,0% من إجمالي عينة الذكور، و 56,7% من إجمالي عينة الإناث.

- كذلك جاءت نسبة متوسطة يرون أنها هناك خداع وتزييف بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات - عينة الدراسة - بلغت 43,1% ، موزعة بين 46,1% من إجمالي عينة الذكور، ونسبة

40,6% من إجمالي عينة الإناث ، بينما جاءت نسبة ضئيلة يرون أن هناك خداع وتزييف بنسبة ضئيلة في معالجة القضايا والاحداث والسياسية على مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي عينة الدراسة 4,1%، موزعة بين 5,9% من إجمالي عينة الذكور، 2,7% من إجمالي عينة الإناث.

- من أهم أدوار المؤسسات الإعلامية في مواجهة التضليل الإعلامي من وجهة نظر عينة الدراسة، " ضرورة الالتزام بتحري الدقة والمصادقية فيما ينشر من نصوص وفيديوهات تجاه القضايا المطروحة علي مواقع التواصل الاجتماعي " والتي جاءت بالترتيب الأول بوزن مئوى (10,5%)، وبمتوسط حسابى (2,78).

- من أهم أدوار الأسرة في مواجهة التضليل الإعلامي من وجهة نظر عينة الدراسة، " ضرورة بناء شخصية المراهق شخصية سوية(فكريا ومعرفيا وسلوكيا)" والتي جاءت بالترتيب الأول بوزن مئوى (10,7%)، وبمتوسط حسابى (2,74).

- من أهم أدوار المدارس والجامعات في مواجهة التضليل الإعلامي من وجهة نظر عينة الدراسة، " ضرورة توعية المراهقين بتوخي الحذر في نشر أو مشاركة أي معلومة علي مواقع التواصل الاجتماعي دون التأكد من صحتها" والتي جاءت بالترتيب الأول بوزن مئوى (10,6%)، وبمتوسط حسابى (2,73).

#### - توصيات البحث :-

- "رفع مستوي المعرفة لدي المراهق تجاه الموضوعات والأحداث المطروحة "
- إظهار الحقائق والوقائع الصحيحة تجاه معالجة الأحداث والموضوعات المطروحة. استخدام لغة خطاب إعلامي صادقة ومؤثرة تجاه معالجة القضايا المطروحة .
- سن تشريعات وقوانين تحمي حق المراهقين في الحصول علي المعلومات الصحيحة .
- لابد من توازن الجرعة الإعلامية التي تغطي القضايا بحيث تضعها في حجمها الطبيعي
- العمل من خلال ثورة التصحيح والشفافية في تقديم البيانات والمعلومات تجاه معالجة القضايا المصرية المطروحة " بوزن مئوى (10,14%)، بمتوسط حسابى (2,65).

- ارسال رسائل تصحيح من خلال (مرصد إعلامي) تتضمن رسائل مفصلة حول الأحداث والموضوعات المعرضة للتضليل دون الاكتفاء بمجرد تكذيب المعلومات فقط .

## قائمة المراجع :-

- 1- محمود علم الدين . الصحافة والأخبار الزائفة وآليات مواجهتها ، (القاهرة ، بوابة دار الهلال ، 2020/12/21)
- 2 - إلهام محمود مرسى . استراتيجيات التضليل الإعلامي المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية علي مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها ، رسالة دكتوراة غير منشورة ( جامعة عين شمس ، كلية الدراسات العليا للطفولة ، قسم الإعلام وثقافة الأطفال 2022م )
- 3 - مؤمن جبر عبد الشافي . دور الصور والفيديوهات المفبركة علي المواقع الإلكترونية للقنوات الفضائية المعارضة في نشر الشائعات لدي المراهقين، *المجلة العلمية لكلية التربية النوعية*، (جامعة المنوفية ، العدد الثامن والعشرون ، ج 1، نوفمبر 2021)، ص ص 1-60
- 4 - أسامة عطية محمد عبد العال . " المسؤولية الجنائية عن جريمة التضليل الإعلامي " *بحوث ومقالات* ، (مجلة البحوث القانونية الاقتصادية ، العدد 71 ، مارس 2020 ، جامعة المنصورة ، كلية الحقوق ) ص 51-125
- 5- ممدوح عبد الله مكاوي. الأخبار الزائفة " Fake News " بين الإعلام التقليدي والرقمي ، *بحوث ومقالات* ، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، المجلد 19 ، العدد 2 ، 2020، ص ص 291-237
- 6- سهير صالح إبراهيم . أثر الأخبار الكاذبة علي مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدي الشباب، *بحوث ومقالات*، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام* ، المجلد 18 ، العدد 4، 2019، ص ص 343-403.
- 7- أحمد إسماعيلي . إيدلوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف ، مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع .. ورقة بحثية ، *مجلة الدراسات الإعلامية* ، (المركز الديمقراطي العربي ، برلين ، ألمانيا ، العدد الثامن ، 2019)، ص 64
- 8- Guo,Lie,and Chris Vargo" fake news" and Emerging onlin Media Ecosystem:AN intermedia Agenda-Setting Analysis of the 2016 US Presidential Election."*communication Research* (2018): pp.1-23.
- 9- Fletchre,Richard,et al."*Measuring the reach of "fak news" and online disinformation in Europ.*"*Ruters Institute Factsheet*(2018)p.6.
- 10- Sander van der Linden, The Fake News Game: Actively Inoculating Against the Risk of Misinformation2018, Jon Roozenbeek\*University of Cambridge, *Journal of Risk Research*
- 11- كرايس الجبالي ، مهلول جمال ، ربيع زمام . كرايس الجبالي. مهلول جمال ، ربيع زمام . دور مواقع التواصل الاجتماعي في حراك 22 فبراير - الفيسبوك من التنظير والتأطير إلي المرافقة والاستشراف " ورقة بحثية ، *مجلة الدراسات الإعلامية*، (المركز الديمقراطي العربي - برلين - ألمانيا - العدد الثامن أغسطس 2019 ) ، ص 122.
- 12- رضوان قطبي - رضوان قطبي . شبكات التواصل الاجتماعي بالمغرب والأخبار الزائفة في زمن الوباء، *بحوث ومقالات* ، *مجلة الدراسات الإعلامية* ، (ألمانيا: برلين ،المركز الديمقراطي العربي، العدد الحادي عشر ، مايو 2020 م)، ص 601
- 13- مؤمن جبر . مرجع سابق ، ص 2
- 14- إلهام مرسى . مرجع سابق ، ص 46
- 15- حسنين شفيق . *التضليل الاعلامي والغيوبية المهنية* ، (القاهرة ، دار فكر وفن ، ط2، 2014) ، ص 23
- 16- عبد الرزاق الدليمي . *الدعاية والارهاب* ، (الأردن ، عمان ، دار جرير للنشر والدعاية والتوزيع ، ط 1، 2010) ص 94
- 1 -Bumiller,Elisabeth.(2002)BushAides Set Strategy to Sell Policy on Iraq,*New York Times*,7 Septembe,p3.
- 17 - جلال الشافعي . " *التضليل الإعلامي* " (الأردن ، عمان ، دار البشير للطباعة والنشر ، 2005) ص 18
- 18- مجد نبيل محمود عثمان . مجد نبيل محمود عثمان . "الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية "رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة البترا 2015)، ص 60
- 19- الطائي ذياب. *التضليل الإعلامي من صناعة الخبر إلي صناعة السينما*، (دمشق ، دار الينابيع ، 2011)، ص 55.
- 20- علي عبد الفتاح . *الإعلام الاجتماعي* ، ( عمان ، دار كتاب للطباعة والنشر ، 2016) ص 4
- 21- توماس ماكجيل ، ترجمة محمد نصر ، عبدالله الكندي . *الإعلام الدولي النظريات والاتجاهات والملكية* ، (العين ، دار الكتاب الجامعي ، 2020، ط3) ص 353
- 22 -Gent,E(2017).<https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-andpost> (تم الاطلاع عليه بتاريخ 2020 /5/21م

- 23- نزهت محمود الدليمي. التضلليل الإعلامي وكيفية مواجهته " بحوث ومقالات , بتاريخ 26 كانون الأول 2020 , تاريخ الاطلاع 2021/6/15 متاح علي <https://annabaa.org/arabic/mediareports/25614>
- 24- حسنين شفيق . **الفبركة الإعلامية وتضلليل الجمهور** ، ( القاهرة , دار فكر وفن , 2016 ) ، ص ص 25- 26
- 25- أحمد اسماعيلي . **مرجع سابق** ، ص 75
- 26- بشري حسين الحمداني . **التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية** ، ( الأردن : عمان , دار وائل للنشر والتوزيع , ط1 , 2015 ) ص 89
- 27 - نهي السيد أحمد . **التربية الإعلامية ودورها في بناء شخصية المعلم** ، بحوث ومقالات , **المجلة العلمية لكلية التربية النوعية** , العدد السادس , ابريل , جزء أول , 2016 , ص 805
- 28- نهي السيد أحمد , **مرجع السابق** ، ص 806
- 30- بشري حسين الحمداني . **مرجع سابق** ، ص 95
- 31- أحمد اسماعيلي . **مرجع سابق** ، ص 77
- 32-UNESCO. (9/7/2017) States and journalists can take steps to counter" fake news" Article <https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news> متاح علي (تم الاطلاع بتاريخ 5/ 6 /2021, ص 5)
- 33 - محمد بن سعود البشر . **ايدولوجيا الإعلام** ، ( الرياض , دار غيناء للنشر , ط1 , 2008 ) ، ص 32
- 34- حميدة سميسم . **الحرب النفسية والرأي العام** ، (القاهرة , الدار الثقافية للنشر , 2005)، ص 194.
- 35- الطائي ذياب. **التضلليل الإعلامي من صناعة الخبر إلي صناعة السينما**، (دمشق , دار الينايع ، 2011)، ص 55.
- 36- أحمد مختار عبد الغني , " المعالجة الإعلامية للأحداث السياسية بالمواقع الإلكترونية الدينية وعلاقتها باتجاهات شباب الجامعات نحوها " رسالة دكتوراة غير منشورة ، (جامعة عين شمس , كلية الدراسات العليا للطفولة , قسم الإعلام وثقافة الاطفال , 2017) ص 123
- 37- حنان كيلاني . 27 - حنان كيلاني. التضلليل الإعلامي وعلاقتة بالآثار السلبية علي مواقع التواصل الاجتماعي" , بحوث ومقالات ، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** , المجلد 14, العدد 4, (2015), ص 228
- ص 228
- \*السادة الأساتذة المحكمين لصحيفة الاستبيان " تم ترتيب أسماء السادة المحكمين " ترتيباً هجائياً "**
- أ. د / سامي عبد العزيز/ أستاذ الإذاعة والتلفزيون — كلية الإعلام — جامعة القاهرة . (العلاقات العامة والاعلان )
- أ.د / سعيد إبراهيم نجيدة/ أستاذ الصحافة — كلية الآداب — جامعة الزقازيق
- أ.د/ فاتن الطنباري/ أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة — جامعة عين شمس .
- أ.د/ محمد سالم طايح/ أستاذ السياسية — كلية الاقتصاد والعلوم السياسية — جامعة القاهرة
- أ.د/ محمد سعد إبراهيم/ أستاذ الصحافة كلية الإعلام — جامعة المنيا — عميد المعهد العالي للإعلام بالشروق .
- أ.د/ محمد معوض/ أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة — جامعة عين شمس
- أ.د/ هويدا مصطفى/ أستاذ الإعلام — عميد كلية الإعلام — جامعة القاهرة
- أ.م.د/داليا محمد عبدالله/ أستاذ ورئيس قسم العلاقات العامة والاعلان — كلية الإعلام - جامعة القاهرة .
- أ.م.د/ سهير صالح/ أستاذ الإعلام المساعد — بالمعهد العالي للإعلام بالشروق .
- أ.م.د/ ماجدة مخلوف/ أستاذ العلاقات العامة المساعد — بالمعهد العالي للإعلام وفنون الاتصال — بالسادس من أكتوبر .