

مجلة البحوث الإعلامية

مجلة علمية محكمة تصدرها كلية الإعلام بجامعة الأزهر



رئيس مجلس الإدارة: أ.د/ محمد المحرصاوي - رئيس جامعة الأزهر.

رئيس التحرير: أ.د/ غانم السعيد - عميد كلية الإعلام ، جامعة الأزهر.

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

مساعدو رئيس التحرير:

أ.د/ عرفه عامر - الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون 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)

مدير التحرير: د/ محمد فؤاد الدهراوي - مدرس العلاقات العامة والإعلان، ومدير وحدة الجودة بالكلية

د/ إبراهيم بسيوني - مدرس بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

أ/ رامى جمال - مدرس مساعد بقسم الصحافة والنشر بالكلية.

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

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

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

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

- البريد الإلكتروني: mediajournal2020@azhar.edu.eg

المراسلات:

● العدد الرابع والخمسون - الجزء السادس - ذو القعدة ١٤٤١هـ - يوليو ٢٠٢٠م

● رقم الإيداع بدار الكتب المصرية ٦٥٥٥

● الترقيم الدولي للنسخة الورقية: ٢٦٨٢-٢٩٢ X

● الترقيم الدولي للنسخة الإلكترونية: ٩٢٩٧-١١١٠

قواعد النشر

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

الهيئة الاستشارية للمجلة

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

محتويات العدد

٣٥٨٧

■ دور صحافة الهاتف المحمول في توعية الجمهور السعودي بتطورات أزمة جائحة كورونا- دراسة ميدانية أ.م.د. أيمن محمد إبراهيم بريك

٣٦٨٣

■ دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي - دراسة في إطار نظرية الانفعال المعرفي أ.م.د. أبو بكر حبيب الصالحي

٣٧٤٥

■ تصور مقترح للارتقاء بمنظومة التعليم الإعلامي بالجامعات المصرية: دراسة كيفية في ضوء مهارات القرن الحادي والعشرين أ.م.د. أميرة محمد محمد سيد أحمد

٣٧٨٧

■ اعتماد الشباب الجامعي على قنوات اليوتيوب في متابعة قضايا الرأي وعلاقته بالأمن الفكري لهم أ.م.د. سكرة علي حسن البريدي

٣٨٢٧

■ المعارض الإعلامية وعلاقتها بالقدرة التنافسية والسجاي العقلية المنتجة لدى الطلاب أ.م.د. إيمان عزالدين محمد دوابه

٣٨٩١

■ الأطر الخبرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري (دراسة تحليلية مقارنة) أ.م.د. عبد الخالق إبراهيم عبد الخالق زقزوق

٣٩٧٩

■ معالجة اليوتيوبرز (Youtubers) لتطورات أزمة التدخل التركي في ليبيا «دراسة تحليلية» أ.م.د. إيمان محمود محمد أحمد

- المسؤولية الاجتماعية للبرامج الحوارية في التلفزيون البحريني
في تناول أداء السلطة التشريعية
٤٠٣٥ د. حسين خليفة - محمد شكري أحمد
-
- التوجيه البصري وأثره على إدراك المضمون الاخباري في
المواقع الصحفية «دراسة شبه تجريبية»
٤٠٩١ د. منال محمد أبوالمجد - د. عبدالله عبدالرحيم محمد
-
- اتجاهات المرأة المصرية نحو معالجة البرامج الحوارية بالقنوات
الفنائية لقضية ارتفاع الأسعار د. ولاء إبراهيم حسان
٤١٣٧
-
- استشراف مستقبل الإعلام المرئي الموجه للطفل عبر القنوات
الفنائية المصرية في ضوء كتيب المعايير الإعلامية «كود المحتوى
الإعلامي الموجه للطفل» د. يمنى محمد عاطف عبد النعيم
٤١٩٥
-
- الإعلام المصري ودوره في تشكيل معارف طلاب الجامعات نحو قضايا
مكافحة الإرهاب وتأثيرها على الأمن القومي
٤٢٥١ د. سارة سعيد عبد الجواد دسوقي
-
- Digital threats for the Egyptian journalists and their
awareness of the techniques used to attain their safety:
A qualitative study
٤٢٩٩ Assist. Prof. Dr. Nermeen Nabil Alazrak

ISSN- O	ISSN- P	نقاط المجلة (يوليو 2020)	نقاط المجلة (مارس 2020)	اسم الجهة / الجامعة	اسم المجلة	القطاع	م
2682-292X	1110-9207	7	6.5	جامعة الأهرام	مجلة البحوث الإعلامية	الدراسات الإعلامية	1
2314-873X	2314-8721	7	6	الجمعية المصرية للعلاقات العامة	مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط	الدراسات الإعلامية	2
2536-9393	2536-9393	5	5	جامعة الأهرام الكندية	المجلة العربية لبحوث الإعلام و الإتصال	الدراسات الإعلامية	3
2366-9891	2366-9891	4	4	Cairo University	مجلة إتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	4
2536-9237	2536-9237	3.5	3.5	جامعة جنوب الوادي	المجلة العلمية لبحوث الإعلام و تكنولوجيا الإتصال	الدراسات الإعلامية	5
2367-0407	2367-0407	6.5	3.5	اكاديمية الشروق	مجلة البحوث و الدراسات الإعلامية	الدراسات الإعلامية	6
2366-9131	2366-9131	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان	الدراسات الإعلامية	7
2366-914X	2366-914X	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون	الدراسات الإعلامية	8
2366-9168	2366-9168	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة العلمية لبحوث الصحافة	الدراسات الإعلامية	9
1110-6836	1110-6836	6.5	3	جامعة القاهرة - مركز بحوث الرأي العام	المجلة المصرية لبحوث الإعلام	الدراسات الإعلامية	10
1110-6844	1110-6844	6.5	3	Cairo University, Center of Public Opinion Research	المجلة المصرية لبحوث الرأي العام	الدراسات الإعلامية	11

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

دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في
دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي
«دراسة في إطار نظرية الانفعال المعرفي»

- The role of critical thinking skills among Egyptian university students in refuting false news via social media
a study within the framework of epistemological theory

أ.م.د. أبو بكر حبيب الصالحي

أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام والعلاقات العامة، جامعة النهضة.

bakrelsalhy79@yahoo.com

ملخص الدراسة

تبحث الدراسة الحالية العلاقة بين مستوى التفكير الناقد لدى 400 طالب في الجامعات المصرية، والقدرة على دحض الأخبار الزائفة في ظل ظهور عديد من الأخبار الزائفة، والتي تنوعت بين أخبار سياسية أحياناً واقتصادية أحياناً أخرى، كما امتدت هذه الأخبار لتشمل كافة مناحي الحياة، ومنها ما يتصل بالحياة الفنية وحياة الفنانين، وتشير النتائج إلى أن ارتفاع معدلات التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاع مستوى معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقدرتهم على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كما تشير النتائج إلى العلاقة بين مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين ومستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة.

الكلمات المفتاحية: التفكير الناقد، الأخبار الزائفة، وسائل التواصل الاجتماعي .

Abstract

The current study examines the relationship between the level of critical thinking of 400 students in Egyptian universities and the ability to refute false news in light of the emergence of many false news, which varied between political and economic news at other times. This news also extended to include all aspects of life, including those related to artistic life and life. Artists, the results indicate that the high rates of exposure to false news via social media, the high level of respondents' knowledge of false news via social media, and their ability to refute false news via social media, and the results also indicate the relationship between critical thinking skills of the respondents and the level of ability To refute false news.

Key words: critical thinking, fake news, social media.

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي وفرت "فتحةً تاريخيًا" نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميه فرصًا كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكلٍ نسبي محدود. وأبرز حراك الشباب الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية، وإنذار لمنافسة الإعلام التقليدي. وعلى الرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من الأشياء المهمة في الوقت الراهن للجميع، لكن ظهرت الكثير من المشكلات والسلبيات لتلك المواقع والتي أصبحت واضحة بشكلٍ كبيرٍ وتؤثر على المجتمع بكل طوائفه؛ لذا يجب أن يكون الجميع على دراية وعلم بالعيوب والمشكلات التي تسببها هذه المواقع بهدف تفاديها. فقد استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي لنشر المعلومات الحقيقية أحيانًا والمغلوبة أحيانًا أخرى، إلا أن المعلومات الحقيقية قد تكون عبارة عن أخبار سلبية مثل حوادث القتل والتعذيب والاعتصاب، وفي هذه الحالة لا يمكننا أن نقول "إن هذه المواقع تقوم بنشر الأكاذيب بل هي في الحقيقة أخبار صادقة إلا أنها قد يكون لها تأثيرات سلبية على القراء".

ويعد التفكير الناقد Critical Thinking من أكثر أشكال التفكير تعقيدًا؛ نظرًا لارتباطه بسلوكيات عديدة كالمنطق وحل المشكلات وارتباطه الوثيق بالتفكير المجرد والتفكير التأملي، من حيث تشابه العديد من الخصائص. كما أن علماء النفس والتربية يظهرون اهتمامًا واضحًا في مثل هذا النوع من التفكير؛ نظرًا لما له من انعكاسات في عملية التعلم والقدرة على حل المشكلات، حيث بدأ هذا الاهتمام بهذا النوع من التفكير في السنوات الأخيرة واضحًا في مجالات التعليم المختلفة من مرحلة ما قبل المدرسة حتى مرحلة التعليم الجامعي⁽¹⁾. كما تكمن أهمية التفكير الناقد في كونه يمثل الأساس الذي يضمن التطور المعرفي الفعّال الذي يسمح للإنسان باستخدام طاقاته العقلية للتفاعل مع البيئة بشكلٍ إيجابي، ومواجهة ظروف الحياة التي تتشابه فيها المصالح وتطرد فيها الحاجات، ولتحقيق النجاح، والتكيف مع مستجدات الحياة. ولذلك فإن مهارات التفكير

الناقد يحتاجها جميع أفراد المجتمع، خاصةً وأن معظم الدراسات التجريبية قد أثبتت أن تنمية مهارات التفكير الناقد قد عادت على المستفيدين بإيجابيات عديدة، منها: الفهم الأعمق للمحتوى، والتوجه نحو الاستقلالية في التفكير وتحزره من التبعية والتمحور حول الذات، وعدم التسليم للحقائق دون تحرُّ كافٍ أو تبصُّر، وتعزيز تطبيق الخبرات السابقة في المواقف الجديدة. بالإضافة إلى أثره في ارتفاع مستوى التحصيل للطلبة⁽²⁾.

ويمثل التفكير الناقد جزءًا مركزيًا في حياتنا اليومية، لما يحظى به من أهمية في تحصين الفرد إزاء الفيض المتدفق من المعلومات والأحداث والوقائع التي يتعامل معها ويواجهها على أن يكون له رأي فيها وحكم عليها. ومن المفترض أن مدى صواب تلك الآراء والحكم عليها يحدد مقدار نجاح الفرد في نواحي الحياة؛ وشيوع ممارسة التفكير الناقد تمكن الفرد من تشخيص مشكلاته، واستقراء المظاهر المترتبة عليها، كما أن استبصار الفرد بالعواقب الإيجابية للنقد تعزز لديه الروح النقدية⁽³⁾. ويضيف بروكفيلد Brookfield أن أهمية التفكير الناقد لا تقتصر كونه صالحًا لإثراء حياة الإنسان ومساعدته على تغيير وضعه إلى الأفضل فحسب، بل إن تعليم التفكير الناقد يعود على المجتمع بالأثر الإيجابي⁽⁴⁾. وتعد قدرة الفرد على التفكير الناقد متطلبًا رئيسًا لجميع فئات المجتمع بغض النظر عن فئاتهم، ومستوياتهم الثقافية، واختلاف أعمالهم ووظائفهم، فالفرد الذي يمتلك تلك القدرات يكون مستقلًا في تفكيره قادرًا على اتخاذ قرارات صائبة في حياته، وواعيًا للأنظمة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وغيرها من المتغيرات في وطنه⁽⁵⁾. ونلاحظ تعدد السمات والخصائص التي تتوفر بالمفكر الناقد⁽⁶⁾. وأوضح بأنه ليس من الضروري توفر هذه الخصائص لدى الشخص نفسه ليتم تشخيصه على أنه مفكر ناقد، كما أن الكثير من الخصائص متداخل مع بعضها بعضًا، حيث إن توفر إحداها يعني توفر الأخرى.

مشكلة الدراسة:

تعد الملاحظة أحد المصادر المهمة في تحديد المشكلة البحثية، حيث لاحظ الباحث من خلال مجارته للأحداث الجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ظهور العديد من الأخبار الكاذبة والتي تنوعت بين أخبار سياسية أحيانًا واقتصادية أحيانًا أخرى، كما امتدت هذه الأخبار لتشمل كافة مناحي الحياة فقط، ومنها ما يتصل بالحياة الفنية وحياة الفنانين، وتزامن انتشار هذه النوعية من الأخبار مع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، والتي لم يستدل على منشأ الخبر أو مصدره، وهي تلك المواقع التي اتخذت منبرًا دعائيًا لها، هذا إلى جانب ظهور صفحات متخصصة على الفيس بوك

لنشر الأخبار الزائفة فقط، وتعد الدراسات السابقة وما توصلت إليه من نتائج أيضًا من أهم مصادر تحديد المشكلة البحثية، حيث لاحظ الباحث أن الدراسات السابقة المتعلقة بالأخبار الزائفة من ناحية والدراسات المتعلقة بالتناول الإعلامي لقضايا المجتمع والتفكير الناقد تصل إلى حد الندرة، غير أن الفيس بوك كأحد مواقع التواصل الاجتماعي يعد أحد مصادر المعرفة لدى الجمهور بقضايا المجتمع، والذي اعتاد الجمهور على متابعته لما يتسم به من وسائل جذب، وما دعم المشكلة البحثية أيضًا الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث على عينة عشوائية من الجمهور المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث أسفرت الدراسة الميدانية الاستطلاعية التي قام بها الباحث على عينة عشوائية من الجمهور قوامها 100 مفردة عن زيادة حجم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك، بالإضافة إلى تعرض ما يقرب من 67% من أفراد عينة الدراسة الاستطلاعية للأخبار الزائفة أثناء استخدامهم لتلك المواقع، ومن هنا جاءت المشكلة البحثية والتي يمكن صياغتها في محاولة من الباحث للإجابة على التساؤل التالي.

ما دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة الحالية من خلال:

- 1- تكتسب هذه الدراسة أهمية آنية من الاهتمام العام على كافة المستويات داخل المجتمع المصري بالتصدي للأخبار الزائفة، وذلك بعد زيادة تلك الأخبار جنبًا إلى جانب الشائعات بعد 30 يونيو باعتبارها قضايا ملحة وآنية ضمن أجندة هذا المجتمع.
- 2- ضرورة معرفة رجوع الصدى في مجال الإعلام، فمعرفة ردود الأفعال تجاه ما يقدم خلال مواقع التواصل الاجتماعي مهم للمخططين وصانعي القرار لتعديل الرسائل أو جعلها تتوافق مع الجمهور المتلقي.
- 3- توظف الدراسة الحالية نظرية الانفعال المعرفي بوصفها المسار البحثي الأحدث في بحوث الإعلام وعلم النفس؛ وتعد هذه النظرية ضمن اتجاه علماء النفس لتفسير العواطف والانفعالات من خلال العمليات المعرفية والإدراكية التي يقوم بها الفرد،

- حيث بدأت عدة نظريات القول بأن النشاط المعرفي في شكل معرفة وأحكام وتقييمات وأفكار مسبب رئيس لحدوث المشاعر والعواطف والانفعالات.
- 4- تتبع أهمية الدراسة أيضًا من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، لما تتميز به من قدرتها التأثيرية على الجمهور عامة باختلاف مستوياتهم العمرية والثقافية والمهنية، وهذا فضلًا عن انتقاء الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر فاعلية مثل الفيس بوك لما تتمتع به من قدرة على استحواذ أكبر عدد من الجمهور باختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية والعمرية مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى مثل التويتر والانستجرام وغيرهم.
- 5- تتبع أهمية الدراسة من العينة التي طبقت عليها الدراسة وهي طلاب الجامعات المصرية وهي مرحلة يتم فيها إعداد الفرد ليكون مسؤولًا في المجتمع ويستطيع تحديد وبناء الأفكار والقدرة على النقد والابتكار ومن ثم التحديث والبناء والتطوير.
- 6- تكتسب هذه الدراسة أهمية آنية من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي التي تعد جزءًا من العمل الرقابي التخصصي، والذي من الممكن أن يصنع رأيًا عامًا بين الجمهور، خاصة إذا تبنى نتائجه بعض الجهات السياسية ووسائل الإعلام.
- 7- تكتسب هذه الدراسة بعدًا مجتمعيًا، وذلك باعتبار مواقع التواصل الاجتماعي ولا سيما الفيس بوك من وسائل التواصل التي تتفوق على وسائل التواصل الأخرى في إمكانية عرض الصوت والصورة معًا، بالإضافة إلى بعض التقنيات التكنولوجية الحديثة مما يلجأ الفرد لتكوين صور ذهنية لما يعرض له من خلال هذه الوسيلة، وهذا مما لا شك فيه من أسباب تفوق مواقع التواصل الاجتماعي على الوسائل التقليدية.
- 8- تسهم هذه الدراسة فيما تخرج به من نتائج قد تفيد المؤسسات المهتمة بقضايا الشائعات والأخبار الزائفة في الوقوف على حجم انتشار الأخبار الزائفة في المجتمع المصري ومن ثم إمكانية وضع حلول لهذه الظاهرة.
- 9- تركز هذه الدراسة على جانب مهم من جوانب التفكير وهي مهارات التفكير الناقد، والتي تعد متطلبًا أساسيًا من متطلبات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتمكن الفرد الذي يتمتع بالقدرة على التفكير الناقد من اكتشاف الأخبار الزائفة وتحليلها والوقوف على حقائق الأمور.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟، ويندرج من هذا الهدف عدة أهداف فرعية:

- 1- التعرف على حجم استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- التعرف على حجم تعرض طلاب الجامعات المصرية للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل.
- 3- رصد مستوى مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية.
- 4- قياس العلاقة بين مستوى التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية والقدرة على دحض الأخبار الزائفة.
- 5- قياس العلاقة بين مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات المصرية كمصدر للمعلومات والقدرة على دحض الأخبار الزائفة.
- 6- الكشف عن مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات تعرض طلاب الجامعات المصرية للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 7- الكشف عن مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة لدى المبحوثين.

تساؤلات الدراسة: تحاول الدراسة الإجابة علي مجموعة من التساؤلات، هي:

- 1- ما حجم استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي؟.
- 2- ما حجم تعرض طلاب الجامعات المصرية للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل؟.
- 3- ما مستوى مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية؟.
- 4- ما العلاقة بين مستوى التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية والقدرة على دحض الأخبار الزائفة؟.
- 5- ما العلاقة بين مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات المصرية كمصدر للمعلومات والقدرة على دحض الأخبار الزائفة؟.
- 6- ما مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستويات تعرض طلاب الجامعات المصرية للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟.
- 7- ما مدى تأثير المتغيرات الديموجرافية على مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة لدى طلاب الجامعات المصرية؟.

فروض الدراسة: تختبر الدراسة مجموعة من الفروض، هي:

- 1- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات التعرض المختلفة للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى مهارات التفكير الناقد لدى الباحثين ومستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة.
- 3- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين علي مقياس مستوى المعرفة بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.
- 4- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين علي مقياس دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمستوى مهارات التفكير الناقد لديهم.
- 5- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الباحثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- 6- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس مهارات التفكير الناقد تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.
- 7- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

مصطلحات الدراسة:

- **الأخبار الزائفة:** ويقصد بها في هذه الدراسة الأَخْبَارُ الكاذِبَةُ أو (الأخبار الزائفة) بالإنجليزية: (fake news) تُعرف أيضاً باسم الأخبار المزيفة أو الأخبار غير المهمة، أو الأخبار الكاذبة، أو الأخبار المخادعة) هي شكل من أشكال الأخبار التي تتكون من معلومات مضللة منتشرة عبر وسائط الأخبار التقليدية (المطبوعة والإذاعية) أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت.
- **التفكير الناقد:** ويتمثل التفكير الناقد في القدرة على الحكم على الأشياء وفهمها وتقويمها، طبقاً لمعايير معينة من خلال طرح الأسئلة، وعقد المقارنات، ودراسة الحقائق دراسة دقيقة، وتصنيف الأفكار والتمييز بينها، والوصول إلى الاستنتاج الصحيح، الذي يؤدي إلى حل المشكلة. كما يمكن النظر إلى التفكير الناقد على أنه عملية فحص للمادة سواء أكانت لفظية أو غير لفظية، وتقييم الأدلة والبراهين،

ومقارنة القضية موضوع المناقشة بمعيار محدد، ثم الوصول إلى إصدار حكم سليم في ضوء الفحص والتقييم والمقارنة والتقدير الصحيح للقضايا⁽⁷⁾.

حدود الدراسة: وتتمثل حدود الدراسة في الحدود الآتية:

1- حدود موضوعية: حدد الباحث موضوع دراسته في دراسة دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي في ضوء نظرية الانفعال المعرفي.

2- حدود مكانية: تتمثل حدود الدراسة المكانية في عينة من الجامعات المصرية وتم اختيار جامعة القاهرة لتمثل العاصمة وجامعة الزقازيق لتمثل الأقاليم.

3- حدود بشرية: اقتصرت الدراسة على عينة من طلاب الجامعات المصرية، ويرجع اختيار هذه المرحلة تحديداً؛ لأنها فترة مهمة في حياة الإنسان، حيث يكون الشباب قد انتهى من مرحلة المراهقة ويبدأ في التفكير بواقعية والبحث عن مستقبل أفضل في ظروف مواتية وملائمة يستطيع فيها بناء ذاته وتكوين شخصيته، فضلاً عن أن المجتمع المصري يتميز بالكثافة الشبابية في بنائه الديموجرافي فأكثر من نصف سكانه في سن الشباب، وهذا أمر يعني أن هذا المجتمع يملك في بنائه قوة مهمة من قواه الأساسية، هذا بالإضافة إلى أن الشباب الجامعي قد حصل على العديد من التدريبات على مهارات التفكير خلال المراحل الدراسية المختلفة ومن ثم يمكن الحكم بوجود قدر من مهارات التفكير لدى هؤلاء الطلاب ولكن بدرجات متفاوتة.

الدراسات السابقة:

أولاً: دراسات تناولت الأخبار المزيفة:

استهدفت دراسة (حاتم السيريدي، 2018)⁽⁸⁾ بعنوان "المواقع الإخبارية والأخبار المزيفة في فترة التحولات السياسية بمصر 2013-2014: دراسة تطبيقية على الجزيرة نت" البحث في المعلومات التي تقدمها المواقع الإخبارية، ومواقف الأكاديميين المصريين النخبة منها بالتطبيق على المعلومات التي قدمها موقع قناة الجزيرة خلال فترة الصراع السياسي الذي شهدته مصر، والذي ارتبط بعزل الرئيس محمد مرسي وتولي الرئيس عبد الفتاح السيسي حكم البلاد. وقامت الدراسة باستخدام أداة الاستبانة بالتطبيق على عينة من الأكاديميين بلغ عددها 450 مفردة. وأوضحت نتائج الدراسة أن النخبة من الأكاديميين يرون أن الجزيرة قدمت معلومات خاطئة في أشكال مختلفة عن الأزمة السياسية المصرية في تلك الفترة. وشدد الباحثون على خطورة نشر المحتوى عبر

الإنترنت بسهولة بين المستخدمين دون أي تصفية أو فلترة أو تحقق من الحقيقة؛ الأمر الذي يثير التساؤلات حول العوامل الحاكمة للحقيقة.

في حين حاولت دراسة (زيواي دانج وآخرين، 2018) ⁽⁹⁾ "الكشف عن التزييف: فعالية الكشف عن الأخبار المزيفة في الشبكات العصبية العميقة المنتشرة" وذلك من خلال البحث في المبادئ والمنهجيات والخوارزميات للكشف عن المقالات الإخبارية التي تقدم المعلومات المزيفة عبر الشبكات الاجتماعية وتقييم الأداء المتعلق بذلك، كما تهتم هذه الدراسة بالبحث في التحديات التي تطرحها الخصائص المجهولة للأخبار المزيفة والروابط المتنوعة التي توجد في المقالات الإخبارية والمواد المختلفة. وقد تمت الدراسة بالتطبيق على الموقع الرسمي لـ Political fact، وهو موقع ويب مدقق للحقائق، وكذلك صفحة الموقع الرسمية عبر تويتر. وقدمت الدراسة في نتائجها نموذجًا جديدًا لاستنتاج مصداقية الأخبار المزيفة تلقائيًا، وهو الذي يُعرف بـ FAKEDETECTOR استنادًا إلى مجموعة من الخصائص الواضحة والكامنة التي يمكن استخراجها من المعلومات النصية

واستهدفت دراسة (فايزة التونبي، 2019) ⁽¹⁰⁾ البحث في استخدام نهج جديد للكشف عن الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال خوارزميات التحسين التجريبية في محاولة للتغلب على الخطورة التي تمثلها الأخبار المخادعة، والمضلة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، والتغلب على عيوب استخدام هذه المواقع. وقد تضمن تطبيق هذا النموذج الجديد ثلاثة مراحل، اهتمت الأولى منها بمعالجة البيانات، واهتمت الثانية بتكييف استخدام خوارزمية الذئب الرمادي والأسراب وفق النموذج الجديد، في حين تم في المرحلة الثالثة استخدام النموذج المقترح للاختبار. وأكدت الدراسة أن خوارزمية الذئب الرمادي حققت أفضل الدرجات، وأثبتت أعلى أداء مقارنة بخوارزميات الأسراب وخوارزميات الذكاء الاصطناعي الأخرى، كما كانت خوارزمية الذئب أكثر فاعلية في حل مختلف المشكلات المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي.

واستهدفت دراسة (بينجامين ابارا وآخرين، 2019) ⁽¹¹⁾ بحث "دور المداخل البشرية والقائمة على الخلط بين الآلة والإنسان في مساعدة المستخدم على كشف الأخبار المزيفة" من خلال اختبار تأثيرات استخدام أنموذجين قائمين للكشف عن الأخبار المزيفة؛ يتحددان في النهج المعتمد على الإنسان والنهج القائم على الخلط بين الآلة والإنسان. واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة بالتطبيق على مجموعة من المبحوثين المتطوعين

للخضوع للتجربة، بلغ عددهم 41 مبحوثاً. وأثبتت في نتائجها أن (86%) من أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للأخبار. وأن النهج القائم على الخلط بين الآلة والإنسان قد طور من قدرة المستخدم على الكشف عن الأخبار المزيفة التي تقدمها هذه الشبكات بنسبة (26%)، الأمر الذي يدل على أن تعزيز الذكاء البشري باستخدام الآلات يفيد في الكشف عن الأخبار والمعلومات الوهمية، ويزيد من فاعلية ذلك. وحاولت دراسة (انتينو كيم، 2019) (12) بعنوان "مكافحة الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تصنيفات المصادر: تأثيرات تصنيف سمعة الخبراء والمتخصصين" فحص فعالية ثلاث آليات مختلفة لتصنيفات المصادر كأساليب لمواجهة الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي. وتتحدد هذه التصنيفات في كل من تصنيف الخبراء والمتخصصين (حيث يقوم مجموعة من المراجعين المتخصصين بالتحقق من المقالات وما يرد بها من معلومات، ويتم من خلال ذلك تقديم تصنيف للمصادر)، وتصنيف مستخدمي المقالات (حيث يقوم المستخدمون بتصنيف المقالات، وهو ما يقدم تصنيفاً للمصادر أيضاً)، إلى جانب تقييم المستخدم للمصدر، حيث يقوم المستخدمون بتقييم وتصنيف المصادر بأنفسهم. وقامت الدراسة بإجراء دراستين تجريبيتين منفصلتين لاختبار فروضها. وأثبتت في نتائجها أن درجة اعتقاد القارئ بصدق المقال تؤثر في مدى تعامله مع هذا المقال وذلك من خلال معدل القراءة وإبداء الإعجاب به والتعليق عليه ومشاركته. وأن المستخدمين يميلون إلى تصديق ونشر المقالات التي تتوافق مع أفكارهم ومعتقداتهم. وأن تقييمات وتصنيفات المصادر تعد إجراءً سلبياً ضد الأخبار المزيفة. وحاولت دراسة (ادام جي ميلز وآخرين، 2019) (13) بعنوان "العلاقة بين الأخبار المزيفة والإعلان: إدارة العلامة التجارية في عصر الإعلان البرامجي والإنتاج الزائف" البحث في ظاهرة الأخبار المزيفة وعلاقتها المعقدة بالإعلان. وذلك من خلال تسليط الضوء على وجود كل من الإعلانات والأخبار المزيفة في دورة نمو مدفوعة بالحوافز المالية. وأثبتت الدراسة أن الإعلان على الإنترنت قد يتطلب من المعلنين التنازل عن السيطرة على مكان عرض إعلاناتهم، وبالتالي قد تجد عديد من العلامات التجارية الإعلانات الخاصة بها على مواقع الأخبار المزيفة حيث تكون معروضة إلى جانب المضامين المضللة المثيرة للجدل والخلاف، الأمر الذي قد يؤدي بالعلامة التجارية إلى فقدان مصداقيتها. وبالنسبة إلى العلامات التجارية المعروفة، فإن الموقف يبدو أقل خطورة، حيث يوجد خيار لخدمة أعلى تمنح المعلنين فرصة أكبر للتحكم في عرض إعلاناتهم. وحاولت دراسة (فرانزيسكا زيمير وآخرين، 2019) (14) بعنوان "الأخبار مزيفة في وسائل التواصل الاجتماعي: خوارزميات

سيئة أم مستخدمون متحيزون؟" الإجابة عن تساؤلين رئيسيين، هما "هل يتم نشر الأخبار الوهمية بشكلٍ مُدعم من جانب الآلات والأجهزة من خلال البناء التلقائي لفقاعات الترشيح؟"، وهل تردد الصدى الخاص بالأخبار الوهمية هو من صنع الإنسان؟ وإذا كانت الإجابة بنعم، فما أنماط سلوك المعلومات لأولئك الأفراد الذين يتفاعلون مع الأخبار المزيفة؟. وقامت الدراسة بالبحث تجريبياً في تأثيرات الأخبار المزيفة في السلوك المعلوماتي لأفراد الجمهور. وأثبتت في نتائجها أن قراءة الأخبار المزيفة وصياغة تعليق أو رد بعد القراءة قد يكون نتيجة تعرض المستخدمين الانتقائي للمعلومات التي تؤدي إلى تأكيد التحيز؛ بمعنى أن المستخدمين يفضلون الأخبار التي تتوافق مع آرائهم المسبقة (بما في ذلك الأخبار المزيفة). ومع ذلك، ليس من الممكن شرح جميع أنماط السلوك المعلوماتي التابع للتعرض للأخبار المزيفة في إطار نظرية التعرض الانتقائي، ولكن في ضوء مجموعة متنوعة من الهياكل المعرفية الفردية الأخرى، مثل السلوك غير الجدلي، أو الإنكار، أو الغضب الأخلاقي، أو الهجاء، وإنشاء شائعة جديدة.

وحاولت دراسة (اكسني زهوي وآخرين، 2020) ⁽¹⁵⁾ "الكشف المبكر عن الأخبار المزيفة: نموذج قائم على أسس نظرية" من خلال تقديم نموذج قائم على أسس نظرية لاكتشاف الأخبار المزيفة من خلال التحقيق في محتوى الأخبار على مختلف المستويات، ويضم ذلك مستوى المعجم، ومستوى بناء الجملة، والمستوى الدلالي، ومستوى الخطاب. وقامت الدراسة بإجراء مجموعة من التجارب التي أثبتت أن الأخبار المزيفة تقدم درجة إثارة عالية في عناوينها، كما تذكر فيها أسماء المشاهير من الأشخاص، في حين يصعب تحديد درجة مقروئيتها وخصائص قيمتها الإخبارية، وغالباً ما تتكون هذه العناوين من عدد من الكلمات يفوق عدد كلمات نصها الأصلي. وأضافت الدراسة أن الأنموذج المقترح للكشف عن الأخبار المزيفة يمكن أن يتفوق على النماذج الأخرى في التنبؤ بالأخبار المزيفة ذات المعرفة السابقة المحدودة.

ثانياً: دراسات تناولت مواقع التواصل الاجتماعي:

استهدفت دراسة أرين كاربنسكي (Aren Karbnsky (2010) ⁽¹⁶⁾ التعرف على تأثير استخدام الشباب الجامعي لموقع فيس بوك على تحصيلهم الدراسي، وتوصلت إلى أنه كلما ازداد الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في تصفح هذه المواقع كلما تدنت درجاته في الامتحانات، وأن الأشخاص الذين يقضون وقتاً أطول على الإنترنت يخصصون وقتاً أقصر للدراسة، مشيراً إلى أن لكل جيل اهتماماته تجذبه، وأن هذا الموقع يتيح للمستخدم "الدردشة" وحل الفوازير، وإبداء رأيه في كثير من الأمور والبحث

عن أصدقاء جدد أو قدامى، وهو ما أكدته الدراسة حيث إن هناك 79% من الطلاب الجامعيين الذين شملتهم الدراسة اعترفوا بأن إدمانهم على موقع الفيس بوك أثر سلبيًا على تحصيلهم الدراسي. في حين سعت دراسة نشوى عقل 2010⁽¹⁷⁾ لبحث العلاقة بين الوجود الافتراضي على مواقع التواصل الاجتماعي على الإنترنت ومستوى التفاعل الاجتماعي لشباب الجامعة مع الآخرين ومع وسائل الإعلام التقليدية، وتوصلت الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تفاعلهم مع الآخرين "الأصدقاء، الأزلاء"، بينما بينت الدراسة وجود علاقة طردية بين دوافع اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي، (مراقبة البيئة، الترفيه، تكوين الآراء ومشاركتها) ودوافع اعتمادهم على وسائل الإعلام التقليدية. في الوقت التي استهدفت فيه دراسة عمرو أسعد (2011)⁽¹⁸⁾ التعرف على العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية، وتوصلت الدراسة إلى أن نسبة 97% من طلاب الجامعة ملامحها الشخصية Profile متاحة لجميع مستخدمي موقع الفيس بوك Face Book، واحتلت مجموعات النقاش الترفيهية مقدمة مجموعة النقاش التي انضم إليها طلاب الجامعة في موقع الفيس بوك، وأن مقاطع الفيديو الترفيهية والغناء والموسيقى على اليوتيوب كانت الأكثر مشاهدة بالنسبة للشباب المصري، وأيضًا المقاطع الوثائقية ومقاطع الفيديو التي تناولت القضايا الاجتماعية والأحداث السياسية كانت الأكثر مشاهدة لدى الشباب المصري. كما توصلت دراسة آمال كمال (2011)⁽¹⁹⁾ التي سعت إلى التعرف على العلاقة بين استخدام طلاب الجامعة المصريين لمواقع الفيس بوك، ورأس المال الاجتماعي لدى هؤلاء الطلاب، إلى ارتفاع نسبة المشتركين في موقع الفيس بوك في العينة منذ أكثر من سنة بنسبة 48.3%، وارتفاع نسبة من يستخدم الموقع بكثافة يوميًا لأكثر من ساعتين بنسبة 48%، ويوميًا بنسبة 75.4%، بالإضافة إلى ارتفاع نسبة الموافقة على العبارات التي تحمل اتجاهات إيجابية مثل أن الطالب يشعر أنه جزء من مجتمع الفيس بوك، وأنه يشكل جزءًا من نشاط حياة الطالب اليومية، وأن الطالب يشعر بالفخر لأنه يتواصل مع الآخرين عبر الفيس بوك. في حين استهدفت دراسة منال منصور (2011)⁽²⁰⁾ التعرف على دوافع مشاركة الشباب في الحملات التي ينظمها موقع الفيس بوك، والتعرف على أهم الحملات الإعلامية التي يشارك فيها الشباب عبر هذه المواقع، وتوصلت إلى أن أهم المواقع الاجتماعية وأكثرها استخدامًا لدى الشباب الجامعي، حيث جاء الفيس بوك في الترتيب الأول بوزن نسبي 2.4%، ويليه في الترتيب الثاني موقع تويتر بوزن نسبي 2.2%،

وكانت حملات الترويج عن السلع المصرية من أهم الحملات التي يشارك فيها الشباب المصرى وذلك بنسبة 32.1%، وعن أهم أسباب تفضيل الشباب لمواقع الفيس بوك، فقد تمثلت في التواصل مع الآخرين، وتشكيل مجموعات من الأصدقاء في الترتيب الأول بنسبة 27.4%، وهو ما أكدته دراسة (Badge, et.al 2012)⁽²¹⁾ التي استهدفت تفعيل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كوسيلة أو معيار لتحديد مدى ارتباط الطلبة بالعملية التعليمية، وتوصلت إلى أن الطلبة يكونون شبكات صغيرة الحجم - 21 فرد في المتوسط -، وذلك على الرغم من قدرتهم على التواصل مع الشبكة الأكاديمية كاملة، وهذا الحجم يعد صغيراً جداً بالمقارنة مع متوسط عدد العلاقات على الشبكات الاجتماعية "الفيس بوك، تويتر". في حين حاولت دراسة بشرى جميل الراوى (2012)⁽²²⁾ معرفة الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي في انتفاضات الشعوب العربية، ووضع تصور لتأثير وتطبيقات هذا الإعلام الجديد في المستقبل وتحديد إمكانية اعتبار مواقع التواصل الاجتماعي إعلام بديل، وتوصلت إلى أن الشباب يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ومن ثم أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي إعلاماً بديلاً، ويقصد بها المواقع التي يمارس فيها النقد. في الوقت ذاته حاولت دراسة محمد المنصور (2012)⁽²³⁾ الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية "الفيس بوك" أنموذجاً لقناة العربية ومقارنته بشكل الموقع الإلكتروني الإخباري للقناة "العربية نت" والمقارنة بين تأثيراتهما على المتلقين. وخلصت الدراسة إلى قوة واتساع مدى تأثير المواقع الاجتماعية على جمهور المتلقين، وأنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف متنوعة، ومحادثات مع الأصدقاء وتبادل للملفات والصور والفيديوهات، إضافة إلى أنها مجال مفتوح لتبادل الآراء والمقترحات والتعليقات والردود على تلك التعليقات، وخلق صداقات افتراضية جديدة، واستراحة وثقافة وترفيه. هذا وقد أفضت دراسة نها نبيل محمود (2012)⁽²⁴⁾ التي سعت إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير 2011، إلى أن مقاطع الفيديو الشخصية التي يشاهدها الشباب الجامعي في اليوتيوب بنسبة 72.6% من إجمالي مقاطع الفيديو، بينما مثلت مقاطع الفيديو المستقطعة من قنوات وشبكات تليفزيونية نسبة 27.4% من إجمالي مقاطع الفيديو، وجاءت مقاطع الفيديو ذات طابع سياسى وثورى في مقدمه المقاطع الشخصية، وجاءت مقاطع الفيديو التي تحتوي علي مسيرات سلمية في مقدمة

مقاطع الفيديو الشخصية 14.8% من إجمالي مقاطع الفيديو، وهي عبارة عن المسيرات السلمية قبل الثورة وأثناء الثورة. فيما حاولت دراسة رباب رأفت محمد الجمال (2013)⁽²⁵⁾ التعرف على تأثير استخدام وسائل الإعلام الجديد على النسق القيمي والأخلاقي لدى الشباب السعودي، وتوصلت إلى أن معظم أفراد العينة يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بشكل منتظم، ولا شك أنها بذلك استطاعت أن تخلق مجالاً عامًا أحدث تأثيرًا على النسق القيمي الأخلاقي، بينما أثبتت أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية. وأشارت دراسة أحمد يونس (2013)⁽²⁶⁾ التي استهدفت بيان دور التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني تجاه قضاياهم المجتمعية، إلى أن جميع الباحثين يستخدمون الشبكات الاجتماعية وهم يثقون بدرجة متوسطة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي، كما أن شبكة (الفيستوك) من أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخدامًا وتفاعلاً وفقًا لوجهة نظر الباحثين إذ جاءت في المرتبة الأولى، ثم المحادثات (سكاى بي)، يتبعها مشاركة الفيديو (اليوتيوب). بينما استهدفت دراسة عبد الصادق حسن (2014)⁽²⁷⁾ التعرف على مدى استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية "التلفزيون، الإذاعة، الصحف"، وذلك من خلال تعرف عادات وأنماط ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال التقليدية والإشباع المترتبة على هذا الاستخدام، وتوصلت الدراسة إلى تفضيل الشباب الجامعي لموقعي اليوتيوب والفيس بوك، وموقع تويتر بصفة أساسية، وتتنوع العلاقات التي يقيمها هؤلاء الشباب ما بين الصداقة، العلاقات العاطفية، الدراسة والبحث العلمي. وجاءت دراسة أسماء مسعد أبو عيطة (2015)⁽²⁸⁾ التي استهدفت تحديد الآليات التي تحكم التأثيرات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي على مستخدميها ودورها في تشكيل أولويات الفرد المستخدم لهذه الشبكات. لتبين وجود تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية ناتجة عن متابعة صفحات سياسية تدعو للمشاركة بسلوك سياسي على مواقع التواصل الاجتماعي. وخلصت دراسة محمود محمد مهني (2015)⁽²⁹⁾ التي سعت إلى التعرف على الحجم الحقيقي لتعرض الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي وتوعية هذه المواقع وأسباب تفضيل الشباب لبعضها على البعض الآخر، إلى أن 86.7% من الباحثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم أو أحيانًا، وأن نسبة ضئيلة تصل إلى 13.3% فقط يستخدمونها بشكلٍ نادرٍ، كما تظهر الدراسة أن الإناث أكثر استخدامًا

لمواقع التواصل الاجتماعي من الذكور بنسبة تصل إلى 97.34% مقابل 80.6% من الذكور، وكانت مواقع التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثين تترتب على النحو التالي: مواقع واتس آب 23%، تويتر 19.6%، ثم إنستغرام 17.8%، فيسبوك 16.1%. وهو ما تؤكدته دراسة أفنان طلعت (2015)⁽³⁰⁾ التي استهدفت التعرف على أسباب إقبال الشباب على استخدام الشبكات الاجتماعية والإشباع المتحققة منها، حيث كشفت الدراسة عن أن أهم مواقع شبكات التواصل الاجتماعي التي تستحوذ على الشباب موقع الفيسبوك، جوجل بلاس، لينكد إن، وأن مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على العلاقات الاجتماعية؛ وذلك بسبب انتشارها بين الشباب ولأنها أصبحت تشغل معظم أوقاتهم، حيث أثبتت الدراسة أن أكثر من نصف العينة يستخدمون الفيسبوك لأكثر من ثلاث ساعات يوميًا، بينما استهدفت دراسة ديفيد هاينز ولين روبنسون (2015)⁽³¹⁾ التعرف على المخاطر التي تواجه مستخدمي الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، وذلك من خلال منهج مسح للمعلومات لتحليل العلاقات بين فئات الجمهور المختلفة عبر هذه المواقع في المملكة المتحدة، وتوصلت إلى أن المعلومات الشخصية لمستخدمي خدمات الشبكات الاجتماعية متاحة مجانًا لزوار هذه المواقع مما يعرض المستخدمين للخطر، وإن كان هناك محاولات للحد من هذا الخطر، وبالرغم من ذلك فإن هذه المعلومات والبيانات الشخصية تساعد العديد من مستخدمي المواقع للوصول إلى جماعات المصالح المستهدفة. وتوصلت دراسة لبنى مسعود (2016)⁽³²⁾ إلى فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتي من أهمها فيس بوك، تويتر، ويوتيوب في ممارسة كافة الاتصالات التسويقية بالشركات عينة الدراسة وما يتبعها من أنشطة تسويقية أخرى مثل الحملات التسويقية والترويجية التي تقوم بها الشركات، بالإضافة إلى أن الوسائل التفاعلية خاصة فيس بوك وتويتر واليوتيوب تكسب انتشار واسع بين قطاع عريض من الجماهير، وخاصة الشباب مما يجعلها وسائل مناسبة لتفعيل الحوار مع الجمهور المستهدف. في حين توصلت دراسة سعود عبيد العجمي (2016)⁽³³⁾ إلى أن أكثر شبكات التواصل تفضيلاً لدى الشباب الجامعي الكويتي هي تويتر بنسبة 32.4%، يليها إنستغرام 23.1%، ويأتي يوتيوب في الترتيب الرابع بنسبة 20.6%، بينما يأتي الفيسبوك في الترتيب الخامس بنسبة 7%. بينما أشارت دراسة أحمد طه محمد (2016)⁽³⁴⁾ إلى أن الفيسبوك من أهم الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون في التواصل مع أصدقائهم ويستخدمه 81.12% لمتابعة الأخبار، وحاولت دراسة فاتن عبد الرحمن (2017)⁽³⁵⁾، رصد وتحليل طبيعة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على تشكيل معارف

المغتربين واتجاهاتهم نحو الأحداث الإرهابية في مصر عام 2015، وفي إطار منهج المسح استخدم الاستبانة كأداة لجمع البيانات، واعتمد البحث في بنائه الأساسي على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من المصريين المقيمين بالمملكة العربية السعودية، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع درجة الثقة في المعلومات المقدمة فيما يتعلق بالأحداث الإرهابية بمواقع التواصل الاجتماعي، وارتفعت مصداقية المواقع الإلكترونية لدى الجمهور، وتأتي الصحف الإلكترونية في المرتبة الأولى من حيث المصداقية، يليها جوجل في المرتبة الثانية، ثم موقع تويتر في المرتبة الثالثة. في الوقت الذي حاولت فيه دراسة محمد عبد العزيز (2017)⁽³⁶⁾، تقييم مصداقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري، وفي إطار منهج المسح، بالاستناد إلى نظرية المجال العام والأنموذج البنائي لمستويات المصداقية، استخدم الاستبانة وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة التحليلية على موقعي الفيس بوك واليوتيوب، بينما تمثلت عينة الدراسة الميدانية على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من الشباب المصري، وتوصلت الدراسة إلى ارتفاع مؤشر مصداقية المضامين الواردة بمقاطع الفيديو لقنوات اليوتيوب مقارنة بالصفحات الشخصية للمبحوثين على الفيس بوك، كما ارتفع مؤشرات مصداقية برنامج صباح الخير يا مصر مقارنة ببرنامج العاشرة مساءً. واستهدفت دراسة Oh, Pyeongseon (2018)⁽³⁷⁾، التعرف على الدوافع المختلفة لاستخدام الناس للأخبار السياسية الوطنية على مواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع الأخبار الرقمية في الولايات المتحدة وكوريا الجنوبية، وبحث هذه الدراسة عن أي دافع هو الأكثر أهمية في التنبؤ باستخدام الأخبار السياسية الوطنية (الحاجة إلى الانتماء الاجتماعي، والمصداقية المتصورة حول المنصات، أو الاهتمام السياسي الوطني)، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم منهج المسح، واستخدم في ذلك الاستبانة كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت دراسة استقصائية شملت 1000 من الكوريين و 1054 من الأمريكيين، وأظهرت النتائج أن عنصر المصداقية هو أفضل مؤشر على استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وكان الاهتمام السياسي أفضل مؤشر على استخدام مواقع الأخبار الرقمية.

ثالثاً: دراسات تناولت الإعلام والتفكير الناقد:

حاولت دراسة إيناس محمود (2013)⁽³⁸⁾ الكشف عن دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد لديهم. وذلك بهدف التعرف على تفضيلات الشباب الجامعي من الذكور والإناث للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك ونوعية القضايا التي يفضلون مناقشتها على تلك الصفحات، بالإضافة لرصد العلاقة بين دوافع مشاركتهم وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد المتحققة منها، باستخدام نظرية الاستخدامات والإشباع، وقد بلغت عينة الدراسة 320 مبحوثاً من الشباب الجامعي بجامعة عين شمس. وقد توصلت الدراسة لمجموعة نتائج منها: جاءت دوافع الشباب الجامعي عينة الدراسة للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك والمرتبطة بمهارات التفكير الناقد والتي يتم إشباعها هي ثلاث مهارات: مهارة الاستنتاج والتفسير ومعرفة المسلمات والافتراضات، كما جاء الذكور أكثر تفضيلاً للمشاركة بصفحات الصحف على الفيس بوك بموضوعات السياسة عن الإناث. في حين قام ناصر أحمد الخوالدة (2015)⁽³⁹⁾ بالبحث عن أثر التدريس باستخدام الوسائط المتعددة في التحصيل وتنمية مهارات التفكير الناقد في مبحث التربية الإسلامية للمرحلة الأساسية. هدفت الدراسة إلى معرفة أثر التدريس باستخدام الوسائط المتعددة في التحصيل وتنمية مهارات التفكير الناقد لدى طلبة الصف العاشر الأساسي في مبحث التربية الإسلامية بعمان الثانية بالمملكة الأردنية الهاشمية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم بناء برنامج تدريسي باستخدام الوسائط المتعددة، كما تم استخدام اختبار تحصيلي بمادة التربية الإسلامية واختبار تورانس للتفكير الإبداعي، تكونت عينة الدراسة من (62) طالباً تم اختيارهم بطريقة قصدية توزعوا شعبتين دراستين، وقد تم عشوائياً تحديد إحدهما كمجموعة ضابطة بلغ عددها (34) طالباً تم تدريسها بالطريقة الاعتيادية، والأخرى تجريبية بلغت (28) طالباً درست باستخدام استراتيجية الوسائط المتعددة، واستخدمت الدراسة اختبار كاليفورنيا لمهارات التفكير الناقد أنموذج (CCTST 2000)، وأظهرت نتائج الدراسة تفوق المجموعة التجريبية التي درست استراتيجية الوسائط المتعددة بالتحصيل والتفكير الناقد على المجموعة الضابطة، وفي ضوء تلك النتائج أوصت الدراسة بضرورة تدريب المعلمين على استخدام استراتيجية الوسائط المتعددة في تدريس التربية الإسلامية. في الوقت ذاته قامت Fasawang Pattanapichet & Saovpa Wichadee (2015)⁽⁴⁰⁾ بالبحث حول استخدام الفضاء في وسائل الإعلام الاجتماعية للترويج لمهارات التفكير الناقد لدى الطلاب. حيث

هدفت إلى التعرف على مدى فاعلية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز مهارات التفكير النقدي لدى الطلاب. ولتحقيق هذا الهدف تم إجراء دراسة تجريبية لمدة 14 أسبوعًا مع مجموعتين من الطلاب. تم استخدام أداة الاستبانة. وبعد التجربة كان هناك اختلاف في متوسط المخاوف من القدرة على التفكير النقدي بين المجموعتين على مستوى الدلالة 0.05. , وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: أن طلاب المجموعة التجريبية الذين تعرضوا لنشر ردود في الفيسبوك كانت قدرتهم أعلى على التفكير الناقد بعد 14 أسبوعًا، وبناءً على هذه النتيجة يمكن الادعاء بأن تعليم اللغة الإنجليزية المقدم من خلال دمج أنموذج التفكير الناقد واستخدام الوسائط الاجتماعية كالفيسبوك كان فعالاً في تعزيز التفكير النقدي لدى الطلاب، ويرجع ذلك إلى أن قراءة المبحوثين الردود الأخرى لأقرانهم على الفيسبوك، وسعت وجهات نظرهم وأعطتهم شجاعة للتعبير عن آرائهم، والتي كان لها دور في تنمية التفكير الناقد وحل المشكلات والمشاركة النشطة للمجموعات. وأظهرت البيانات التي تم الحصول عليها من الاستبانة مواقف الطلاب الإيجابية تجاه استخدام موقع الفيسبوك في تدريس اللغة الإنجليزية وتنمية التفكير الناقد. بينما حاول أحمد جمال حسن (2015)⁽⁴¹⁾ تقديم برنامج مقترح لتنمية مهارات تحليل ونقد صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية لدى طلاب الجامعة. حيث هدفت الدراسة إلى قياس أثر برنامج مقترح في تنمية مهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية لدى طلاب الفرقة الثانية بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة المنيا. واستخدم الباحث منهجين بحثيين هما: المنهج الوصفي التحليلي لتحديد مهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية المراد إكسابها للطلاب عينة الدراسة، والمنهج شبه التجريبي ذا المجموعة التجريبية الواحدة، وتمثلت أدوات القياس في استبانة استخدام وإنتاج صحافة المواطن، وبطاقة تقييم نقد وتحليل صحافة المواطن على مواقع الشبكات الاجتماعية التي أنتجها الطلاب، وتمثلت مادة المعالجة في محاضرات تم تقديمها من خلال موقع Facebook كأحد أنماط مواقع الشبكات الاجتماعية. وتوصلت الدراسة إلى تحسُّن أداء طلاب مجموعة الدراسة في التطبيق البعدي مقارنة بالتطبيق القبلي لاستبانة استخدام وإنتاج صحافة المواطن على مواقع الشبكات الاجتماعية والجانب المهاري لمهارات نقد وتحليل صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية. وقام نتج لنج وراشد نايف Rashied Naifea & Ting, Ling (2015)⁽⁴²⁾ بدراسة آثار وسائل التواصل الاجتماعي على التطور المعرفي لدى طلاب كلية

الاقتصاد، وذلك بهدف تقويم أثر وسائط التواصل الاجتماعي على النمو العقلي لدى عينة من طلاب جامعة جنوب إفريقيا، وقد حلل الباحثان منشورات الطلاب على الفيسبوك والتويتر، وذلك في ضوء مجموعة من مقاييس التفكير ذات المستويات المختلفة، واتضح أن ما تضمنته منشورات الطلاب تضمنت مستويات متدنية من التفكير، وخلص الباحثان إلى أن منشورات الطلاب على وسائط التواصل الاجتماعي لا تسهم في نمو المستويات العليا من التفكير. واستهدفت دراسة غادة ممدوح أمين (2017).⁽⁴³⁾ التعرف على دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطية في مصر، وذلك بهدف رصد وقياس وتحليل الخطاب الإعلامي الوارد في كل من الإعلام التقليدي والجديد؛ لمعرفة أهم الأطروحات والقوى الفاعلة فيها بشأن قضية الانتخابات البرلمانية المصرية 2015، بالإضافة إلى الكشف عما إذا كانت هناك علاقة بين مشاهدة مضامين وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد وتنمية وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب الجامعي نحو قضية الانتخابات البرلمانية من ناحية، وقد أشارت نتائج الدراسة التحليلية إلى اعتماد الخطاب الإعلامي لبرامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة إلى عدد من الأطر التي سعى من خلالها إلى إبراز بعض جوانب القضية بما يتفق وخصوصية موقفه منها مرتكزاً على عدد من الأطروحات، حيث اهتمت برامج الرأي والصحف الإلكترونية عينة الدراسة بإبراز جوانب القضية محل التحليل (الانتخابات البرلمانية) وتأطيرها من زاوية الصراع حيث نال هذا الإطار نسبة (61.6%)، من إجمالي النسبة الخاصة بالأطر المنتجة والخاصة بقضية الانتخابات البرلمانية، وقد تم التحقق من صحة الفرض الرئيس للدراسة، والذي يشير إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ودالة إحصائية بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة وتشكيل مهارات نقدية لدى الشباب المصري نحو قضايا الديمقراطية المصرية، وبذلك نقبل الفرض كلياً بأنه كلما زادت كثافة تعرض الشباب لوسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد زاد من تنمية مهاراتهم النقدية نحو قضايا الديمقراطية. في حين قامت سلوى شحته (2017)⁽⁴⁴⁾ بدراسة التفكير الناقد واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمنبئين بالوعي الاجتماعي لثورة 25 يناير لدى طلاب كلية التربية بالإسماعيلية. حيث استهدفت الدراسة تحديد مدى إسهام كل من التفكير الناقد واستخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك في التنبؤ بالوعي الاجتماعي لثورة 25 يناير لدى طلبة كلية التربية، والكشف عن الفروق بين طلاب وطالبات كلية التربية في التفكير الناقد واستخدام موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك

والوعى الاجتماعي، بلغت العينة السيكو مترية 155 طالبًا وطالبة، بينما بلغت عينة الدراسة الأساسية 258 طالبًا وطالبة من طلاب الفرقة الرابعة بكلية التربية بجامعة قناة السويس، وقد طبق عليهم مقياس الوعى الاجتماعي ومقياس التفكير الناقد ومقياس استخدام الفيسبوك، وكان من أهم نتائج هذه الدراسة أنه لا يسهم التفكير الناقد في التنبؤ بالحساسية الاجتماعية لثورة 25 يناير لطلاب كلية التربية. بينما يسهم التفكير الناقد في التنبؤ بالتواصل الاجتماعي لثورة 25 يناير، بالإضافة إلى أنه لا توجد فروق بين طلاب وطالبات كلية التربية في التفكير الناقد، الوعى الاجتماعي، وموقع الفيسبوك. وفى السياق نفسه استهدفت دراسة السر أحمد، وعثمان فضل (2017)⁽⁴⁵⁾ التعرف على العلاقة بين التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفكير الناقد لدى طلاب جامعة حائل: وذلك بهدف التعرف على التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بالقدرة على التفكير الناقد لدى عينة مكونة من 400 طالب وطالبة من جامعة حائل بالسعودية. ولتحقيق ذلك الهدف استخدم الباحثان المنهج الوصفي الارتباطي. وقد صمم الباحثان قائمة التعامل مع وسائط التواصل الاجتماعي، واختارا الباحثان مقياس واطسون وجليسر المختصر، وتأكدا من صلاحيته، ومن ثم تطبيقه على عينة من طلاب وطالبات جامعة حائل المسجلين في المستويين الأول والثاني في العام الجامعي 2016/2017م. وتم تحليل البيانات إحصائيًا بواسطة أساليب التحليل الإحصائي المناسبة التابعة لبرنامج الـ (SSPS)، وأفادت النتائج إلى ما يلي: يتعامل طلاب جامعة حائل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي تعاملًا إيجابيًا. ويتمتع طلاب جامعة حائل مع محتوى بقدرة مرتفعة على التفكير الناقد. وتوجد علاقة طردية بين التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي والقدرة على التفكير الناقد. وحاولت هالة محمد أبو زيد (2018)⁽⁴⁶⁾ دراسة أثر استخدام المدونات الإلكترونية في تنمية مهارات التفكير الناقد لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة (جامعة الزيتونية الأردنية أنموذجًا). وذلك بهدف الكشف عن أثر استخدام المدونات الإلكترونية في تنمية مهارات التفكير الناقد لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة (جامعة الزيتونية الأردنية أنموذجًا)، وأثر تفاعل الجنس مع استخدام المدونات الإلكترونية في تنمية مهارات التفكير الناقد، ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة باستخدام بطاقة ملاحظة مبنية على اختبار التفكير الناقد لواطسون- جليسر، كما أعدت دليل استخدام المدونات الإلكترونية في تدريس مساق "مبادئ في التربية"، وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة وثباتها. تكونت عينة الدراسة من (100) طالب وطالبة من طالبات كلية الآداب والعلوم الإنسانية

في جامعة الزيتونة في الفصل الدراسي الأول من العام الدراسي 2017/2018، موزعين على مجموعتين، إحداهما تجريبية مكونة من (50) طالبًا وطالبة، والأخرى ضابطة مكونة من (50) طالبًا وطالبة، وقد كشفت نتائج الدراسة عن وجود أثر ذي دلالة إحصائية لاستخدام المدونات الإلكترونية في تدريس مساق "مبادئ في التربية" في تنمية التفكير الناقد، وأوصت الدراسة بأهمية استخدام أعضاء هيئة التدريس في الجامعات للمدونات الإلكترونية في تدريس مساق "مبادئ في التربية" في التربية. واستهدفت دراسة نادية مصطفى (2018) (47) رصد الاستخدام الناقد للمراهقين المصريين للإعلام الجديد، وذلك بهدف التعرف على مدى الاستخدام الناقد للمراهقين المصريين (عينة الدراسة) للإعلام الجديد، واعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة ومقياس التفكير الناقد ومقياس المسؤولية الاجتماعية في تطبيق الدراسة الميدانية على الطلاب الجامعيين عينة الدراسة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: أن نسبة من يستخدمون مواقع الإعلام الجديد بصفة دائمة تمثلت 72%. وأشارت نتائج مقياس الاستخدام الناقد الذي أعدته الباحثة إلى نتيجة عامة وهي ضعف مهارة الاستخدام الناقد للمراهقين المصريين أثناء استخدامهم لمواقع الإعلام الجديد، وذلك للأربع مهارات الإعلامية وهي (مهارة الوصول للرسائل الإعلامية، مهارة تحليل الرسائل الإعلامية، مهارة نقد الرسائل الإعلامية، ومهارة إنتاج الرسائل الإعلامية). كما توصلت الباحثة إلى ضعف درجة الوعي الإعلامي لدى المبحوثين أثناء استخدامهم للإعلام الجديد، وذلك فيما يتعلق بالعناصر الخمسة الأساسية لأي عملية اتصالية والتي اعتمدت عليها الباحثة، والمثلة في (معرفة المرسل و صانع المحتوى، معرفة الرسالة والمحتوى، نوعية الوسيلة وتقنياتها، المستقبل والجمهور المستهدف، وتأثير الرسالة ورد الفعل فيما يتعلق بدرجة المبحوثين على مقياس المسؤولية الاجتماعية الإعلامية للمراهق المصري عينة الدراسة).

الإطار النظري للدراسة: (نظرية الانفعال المعرفي):

جاءت هذه النظرية ضمن اتجاه علماء النفس لتفسير العواطف والانفعالات من خلال العمليات المعرفية والإدراكية التي يقوم بها الفرد، حيث بدأت عدة نظريات القول بأن "النشاط المعرفي في شكل معرفة وأحكام وتقييمات وأفكار مسبب رئيس لحدوث المشاعر والعواطف والانفعالات، وكان أحد المدافعين الرئيسيين عن هذا الرأي [Richard Lazarus](#) "ريتشارد لازاروس" في نظريته نظرية الانفعال المعرفي *cognitive emotion theory* (48)، ووفقاً لنظرية لازاروس (1991) أن الإدراك المعرفي يشكل عاملاً رئيساً لتوليد العواطف والانفعالات، وذلك بأن إدراك وتقييم الفرد للأمور من

حوله هو الذي سيحدد نوع العواطف والانفعالات التي سيشعر بها، وبالتالي فإن اختلاف الإدراك المعرفي للأمور والمواقف والمثيرات يقود إلى اختلاف العواطف التي سيشعر بها الأشخاص إزاء نفس الموقف، وأن هذا الاختلاف سيؤدي بدوره إلى اختلاف في السلوك الذي سيقوم به كل فرد.⁽⁴⁹⁾ وفي إطار تطبيق هذه النظرية على قبول ونشر الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، تفترض الباحثة أن مستخدمي تلك المواقع عند التعرض للشائعات فإنهم يقومون ببعض العمليات المعرفية و الإدراكية -والتي تختلف من شخص لآخر وفقًا لاختلاف المعتقدات والاتجاهات والميول- ينتج عنها عواطف وانفعالات تترجم بعد ذلك إلى سلوك وفعل تجاه الشائعة سواء بقبول الشائعة أو رفضها ومهاجمتها، والقرار بنقلها للآخرين من عدمه، ولذلك فقد تختلف العواطف والانفعالات والسلوكيات تجاه الشائعة الواحدة .

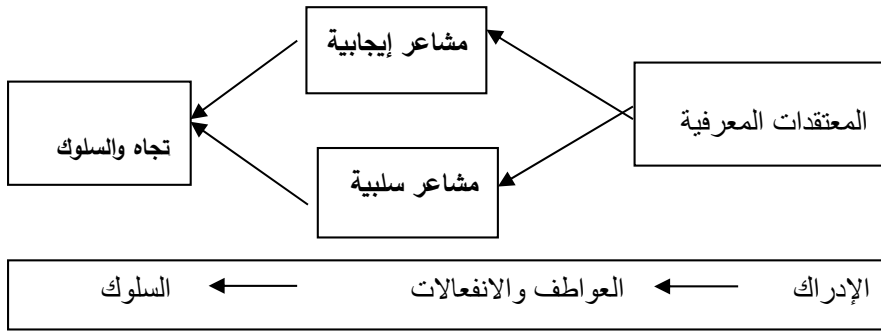
فروض النظرية:

- توجد علاقة ارتباطية قوية بين الإدراك بما فيه من عمليات معرفية وتقييمية ونوع العواطف والانفعالات تجاه المثير أو الموقف، أي أن اختلاف إدراك الأفراد للمثيرات يعقبه اختلاف في العواطف والانفعالات⁽⁵⁰⁾
- توجد علاقة ارتباطية قوية بين انفعالات الأفراد وسلوكهم تجاه المثير، أي أن الاختلاف في العواطف والانفعالات يعقبه اختلاف في السلوك تجاه المثير نفسه.⁽⁵¹⁾

نقد النظرية⁽⁵²⁾ تحدي عالم النفس "روبرت زاجونك" Rebertzajonc نظرية لازاروس، وعرف هذا التحدي فيما بعد بمناظرة لازاروس وروبرت حيث جادل روبرت بأن الإدراك والتقييم غير مسؤولين عن استثارة وتوليد العواطف والانفعالات في المواقف المختلفة بل ما يسبق العاطفة ما هو إلا معالجة لكم هائل من المعلومات. كما يرى أن العاطفة تسبق الإدراك ، حيث يرى "روبرت" إن الإدراك والتأثر العاطفي شيئان منفصلان يشكلان نظامين مستقلين بشكل جزئي. فعلى الرغم من أن عملية الإدراك والشعور تتمان بشكل مترابط إلا إن استقلالهما يتيح للعاطفة أن تتم دون حدوث عملية الإدراك .

رد لازورس أن العملية المعرفية تؤدي إلى حدوث العواطف بشكل غير واع أو مخطط، كما أنكروا دعاه روبرت أن الإدراك والعاطفة نظامان مستقلان، وأكد أن العاطفة شديدة الارتباط بعلاقة الشخص وبيئته فدور العاطفة هو التوسط في العلاقة بين الشخص والبيئة ويتم ذلك من خلال عملية التقييم.⁽⁵³⁾

كما طبقت هذه النظرية على الشائعات في دراسة "جون هانج وجي وو-Jong and Hyun (2013) لتحليل كيف يعبر المستخدمون في مواقع التواصل الاجتماعي عن عواطفهم ومشاعرهم تجاه الشائعات التي يتعرضون لها وانعكاس ذلك على سلوكهم تجاهها، وتناولت الدراسة مجموعة من المتغيرات وهي قوة الحجّة، الاتساق مع المعتقدات، الاتجاه المسبق لدى الفرد، الاتساق مع اهتمامات الفرد، مصداقية المصدر، الإجماع وتوافق الآراء، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين معتقدات الأفراد ومشاعرهم تجاه الشائعة ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاعر الأفراد نحو الشائعة وسلوكهم تجاهها.⁽⁵⁴⁾



الشكل رقم (1) 55

شكل رقم (1) نظرية الانفعال المعرفي

أن توظيف نظرية الانفعال المعرفي في مجال الدراسة يشير إلى وجود بعض المتغيرات التي تمثل الجانب المعرفي وارتباطه بالجوانب النفسية والانفعالية، ومن هذه المتغيرات؛ المتغيرات السياسية والتي تشمل الانتماء الحزبي والاتجاه السياسي والاهتمام السياسي وجميعها تمثل النشاط المعرفي للأفراد الذي يجعلهم يقيمون الشائعات التي يتعرضون لها ثم تولد لديهم مشاعر وأحاسيس وانفعالات كالفرح والرضا والقبول أو الرفض مما ينعكس على سلوكهم إزاء الشائعات فيقومون بتأييدها وإعادة نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي أو معارضتها وتكذيبها وعدم مشاركتها على الحساب الشخصي.

كما يمكن توظيف النظرية أيضًا على المتغيرات الخاصة بقبول الشائعات مثل غموض المصدر، قوة الحجّة، إجماع الآراء، حجم المشاركات (resharing) وجميعها

تعطى للأفراد دلالات إدراكية تؤثر على تفسيرهم وتقييمهم للمواقف وتكون هي المسبب الرئيس للانفعالات والعواطف التي تترجم بدورها إلى سلوك معين تجاه الشائعة من حيث التأييد وإعادة النشر أو الرفض والمهاجمة. وفي ذات السياق يمكن توظيف النظرية أيضًا على المتغيرات الإعلامية المتمثلة في معدل استخدام الفيسبوك وحجم التعرض لوسائل الإعلام وكلا المتغيرين لهما تأثيرًا ما على إدراك الفرد لمحتوى الشائعة نظرًا للدور المعرفي والمعلوماتي الذي يقوم به، والذي يؤثر على تقييم المتلقي للشائعة وعلى الانفعالات المرتبطة على بهذا التقييم ثم أخيرًا على سلوك الأفراد تجاهها.

حيث استخدمت النظرية في دراسة Christine L. Porath¹ - Christine M. Pearson (2012) للتعرف على تأثير التقييم المعرفي على انفعالات وسلوكيات الموظفين وعلاقة ذلك بالسلوك العدائي ونشر الشائعات في مكان العمل، وأظهرت النتائج أن مشاعر الخوف والحزن والغضب ذات ارتباط إيجابي مع التصرف بعدم احترام ونشر الشائعات في مكان العمل. كما أظهرت النتائج أن الموظفين الذين لديهم مشاعر غضب هم أكثر عرضة للتعبير عن غضبهم بشكل مباشر والتشهير بالآخرين، أما الذين لديهم مشاعر الخوف فيعبرون عن سلوكهم العدائي في العمل بشكل غير مباشر مثل نشر الشائعات.⁽⁵⁶⁾

الإجراءات المنهجية للدراسة:

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، وفي إطارها استخدم الباحث منهج المسح بالعين، واستخدم في ذلك الاستبانة كأداة لجمع البيانات المطلوبة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من طلبة وطالبات الجامعات المصرية، وتم تطبيق استبانة والمكونة من 16 سؤالاً، عبارة عن عدة مقاييس موضحة في التالي، بالإضافة إلى البيانات الشخصية ومتغيرات الدراسة المتمثلة في النوع (ذكور- إناث)، والإقامة (ريف - حضر)، والتخصص (نظري - عملي)، المستوى الاقتصادي الاجتماعي (مرتفع- متوسط - منخفض).

خطوات تقنين أداة الدراسة:

أولاً: صدق الاستبانة:

للتحقق من صدق الاستبانة تم الاعتماد على ثلاث طرق مختلفة وهي: الصدق المنطقي، الصدق الظاهري أو صدق المحكمين، صدق الاتساق الداخلي.

أ- الصدق المنطقي (صدق المحتوى):

اعتمد الباحث في بناء هذا الاستبانة واختيار العبارات المكونة لأبعاده على الدراسات السابقة التي اتخذت من الأخبار الزائفة موضوعًا لها، وكذلك اشتقت بعض عبارات الاستبانة من بعض الاستبانات الخاصة بالدراسات السابقة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، واستكملت باقي عبارات الاستبانة من الدراسات التي تناولت أحد جوانب أو أبعاد الدراسة، ويشير هذا الاعتماد على المصادر السابقة إلي تمتع المقاييس بقدر مقبول ومعقول من الصدق المنطقي وأن الاستبانة صالحة للتطبيق.

ب- الصدق الظاهري أو صدق المحكمين:

تم عرض الاستبانة علي مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام وعلم الاجتماع في الجامعات المصرية⁽⁵⁷⁾، وذلك بغرض دراسة مفردات كل مجال في ضوء التعريف الإجرائي له، وكذلك الهدف من الاستبانة، وقد أقر المحكمون صلاحية الاستبانة بشكل عام بعد إجراء بعض التعديلات التي اقترحها المحكمون، وقد تم الإبقاء على المفردات التي جاءت نسبة اتفاق المحكمين عليها 80% فأكثر، وتم حذف بعض العبارات وتعديل بعضها في ضوء الملاحظات التي أبدها المحكمون؛ حيث انتهى عدد تساؤلات الاستبانة إلى 16 سؤالاً.

ج- صدق الاتساق الداخلي:

تم حساب معاملات الارتباط بين درجة كل بعد من أبعاد الاستبانة والدرجة الكلية له، وذلك لمعرفة مدى ارتباط كل بعد بالدرجة الكلية للاستبانة، ولهدف التحقق من مدى صدق الاستبانة، ويتضح ذلك من خلال جدول الآتي.

جدول (1)

معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل مقياس فرعي والدرجة الكلية للاستبانة

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	المجال
0.01 دالة عند	0.785	بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
0.01 دالة عند	0.846	بعد التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.01 دالة عند	0.898	بعد قياس مصداقية مضمون مواقع التواصل الاجتماعي
0.01 دالة عند	0.826	بعد قياس مستوى دحض الأخبار الزائفة لدى المبحوثين
0.01 دالة عند	0.882	بعد قياس مستوى المعرفة بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
0.01 دالة عند	0.798	بعد قياس مستوى الانفعال المعرفي لدى المبحوثين
0.01 دالة عند	0.908	بعد مهارات التفكير الناقد

يتبين من الجدول السابق أن أبعاد المقياس تتمتع بمعاملات ارتباط قوية ودالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من 0.01، وقد تراوحت معاملات الارتباط لمجالات المقياس بين (0.785، 0.908) وهذا دليل كافٍ على أن المقاييس المكونة لأداة الدراسة تتمتع بمعامل صدق عالٍ.

ثانياً: ثبات الاستبانة:

قد تم حساب معامل ثبات أداة الدراسة على عينة قوامها (40) مفردة، وذلك باستخدام طريقة إعادة التطبيق لحساب ثبات الاستبانة.

أ- طريقة إعادة التطبيق:

تم تطبيق الاستبانة على عينة مكونة من 40 مفردة من طلاب الجامعات من المصرية، ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره ثلاثة أسابيع، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني، وقد أشارت معاملات الارتباط إلي الاتفاق بين الإجابات علي كل بعد من أبعاد الاستبانة بين التطبيقين الأول والثاني بنسبة بلغت 0.898 ويتضح ذلك من الجدول التالي:

جدول رقم (2)

معامل ثبات أداة الدراسة وأبعادها المختلفة

م	البعد	معامل الثبات	مستوى الدلالة
1	بعد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي	0.889	دالة عند 0.01
2	بعد التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.898	دالة عند 0.01
3	بعد قياس مصداقية مضمون مواقع التواصل الاجتماعي	0.925	دالة عند 0.01
4	بعد قياس مستوى المعرفة بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	0.899	دالة عند 0.01
5	بعد قياس مستوى دحض الأخبار الزائفة لدى المبحوثين	0.865	دالة عند 0.01
6	بعد قياس مستوى الانفعال المعري لدى المبحوثين	0.768	دالة عند 0.01
7	بعد مهارات التفكير الناقد	0.892	دالة عند 0.01
	الدرجة الكلية	0.912	دالة عند 0.01

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين الأبعاد المختلفة، كما يتضح أن معاملات ثبات الأبعاد المختلفة قد تراوحت ما بين (0.768 - 0.925) وجميعها معاملات ثبات دالة عند مستوى 0.01، كما يبين أن معامل ثبات الدرجة الكلية

للاستبانة قد بلغ 0.912 وهي نسبة توحى بالثقة في صلاحية المقياس كأداة من أدوات الدراسة.

منهجية قياس متغيرات الدراسة:

أ- مقياس كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي: ولقياس كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي استخدم الباحث مقياس مكون من (3) أسئلة باستمرار الاستبانة عن مدى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، وكم مرة يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في الأسبوع، والمدة الزمنية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم، وتم جمع الدرجات لكل مبحوث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين 3: 11 درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من 3 إلى 5 درجات منخفض الاستخدام، من 6 على 8 درجات متوسط الاستخدام، ومن 9 إلى 11 درجة مرتفع الاستخدام لمواقع التواصل الاجتماعي.

ب- مقياس مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: ولقياس مستوى تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي استخدم الباحث مقياس مكون من (3) أسئلة باستمرار الاستبانة عن مدى تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكم مرة يتعرض لها في الأسبوع، والمدة الزمنية لمتابعة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في اليوم، وتم جمع الدرجات لكل مبحوث فنتج لدينا مقياس تراوحت درجاته بين 3: 11 درجة، تم توزيعه إلى ثلاث مستويات من 3 إلى 5 درجات منخفض مستوى التعرض، من 6 على 8 درجات متوسط مستوى التعرض، ومن 9 إلى 11 درجة مرتفع مستوى التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ج- مقياس مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين: ولقياس مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى المبحوثين كمصدر للمعلومات، تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (10) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث وتراوحت الدرجات بين 10 إلى 30 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول: منخفضي مستوى المصداقية ويحصلون على الدرجة 10

إلى 16، والثاني: متوسطي مستوى المصدقية ويحصلون على الدرجة من 17 إلى 23، والثالث: مرتفعي مستوى المصدقية ويحصل على الدرجة من 24 إلى 30، بالإضافة إلى سؤال آخر باستمارة الاستبانة يشير إلى تحديد المبحوث من ضمن 9 درجات، الدرجة التي يعتقد أنها تمثل فعلا مستوى ثقته بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول الأخبار الزائفة والمبجوث الذي يحدد الدرجة من 1: 3 يعد من منخفضي مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، ومن 4: 6 متوسطي مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، ومن 7: 9 مرتفعي مستوى الثقة بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات، ويتم جمع المستوى في كل من السؤالين للوصول إلى المستوى الحقيقي لمصدقية المضمون لدى المبحوث.

د- مقياس مستوى معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: ولقياس مستوى معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تم تكوين مقياس تجميعي مكون من (10) عبارات، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 10 إلى 30 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول: مستوى منخفض من المعرفة بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويحصل على الدرجة 10 إلى 16، والثاني: مستوى متوسط من المعرفة بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويحصل على الدرجة من 17 إلى 23، والثالث: مستوى مرتفع من المعرفة بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويحصل على الدرجة من 24 إلى 30.

و- مقياس مستوى دحض الأخبار الزائفة لدى المبحوثين: ولقياس مستوى دحض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي قام الباحث بإعداد مقياس يحتوي على تسع عبارات، تمثل مواقف معينة قد يتعرض لها المبحوث عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتأخذ الإجابة على كل موقف الاختيار بين ثلاث اقتراحات للحلول، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على

المقياس لكل مبحوث وتراوح الدرجات بين 9 إلى 27 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول: منخفضي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويحصلون على الدرجة 9 إلى 14، والثاني: متوسطي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويحصلون على الدرجة من 15 إلى 20، والثالث: مرتفعي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويحصل على الدرجة من 21 إلى 27.

ل- مقياس مستوى الانفعال المعرفي لدى المبحوثين: ولقياس الانفعال المعرفي لدى المبحوثين قام الباحث بإعداد مقياس يحتوي على (7) عبارات تمثل مواقف معينة قد يتعرض لها المبحوث عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتأخذ الإجابة على كل موقف من المواقف الاختيار بين ثلاث درجات من الانفعال، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 7 إلى 21 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول: منخفضي مستوى الانفعال المعرفي ويحصلون على الدرجة 7 إلى 11، والثاني: متوسطي مستوى الانفعال المعرفي ويحصلون على الدرجة من 12 إلى 16، والثالث: مرتفعي مستوى الانفعال المعرفي ويحصل على الدرجة من 17 إلى 21.

م- مقياس مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين: وقام الباحث بإعداد مقياس يحتوي على (12) نصًا يمثلون أبعاد التفكير الناقد (التحليل- التقييم- الاستنتاج- الاستدلال)، وكل بعد من هذه الأبعاد يمثل (3) نصوص يقوم الباحث من خلالها بالتفكير وتطبيق مهارات التفكير الناقد، وتأخذ الإجابة على كل عبارة الاختيار بين ثلاث بدائل، تتراوح بين درجة واحدة إلى ثلاث درجات، وبالتالي تم حساب الدرجة الكلية على المقياس لكل مبحوث، وتراوحت الدرجات بين 12 إلى 36 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول: مستوى منخفض من التفكير الناقد ويحصلون على الدرجة 12 إلى 19، والثاني: مستوى متوسط من التفكير الناقد ويحصلون على الدرجة من 20 إلى 27، والثالث: مستوى مرتفع من التفكير الناقد ويحصلون على الدرجة من 28 إلى 36، بينما كانت درجة المبحوث على البعد الواحد من أبعاد

المقياس تراوحت الدرجات بين 3 إلى 9 درجة، تم تقسيمها إلى ثلاث مستويات، الأول: مستوى منخفض من التفكير الناقد ويحصلون على الدرجة 3 إلى 4، والثاني: مستوى متوسط من التفكير الناقد ويحصلون على الدرجة من 5 إلى 6، والثالث: مستوى مرتفع من التفكير الناقد ويحصلون على الدرجة من 7 إلى 9

تحديد مجتمع الدراسة واختيار العينة:

تحدد مجتمع الدراسة الحالية في طلاب الجامعات المصرية وحددهم الباحث في عينة من طلاب الجامعات المصرية، باختلاف مستوياتهم واتجاهاتهم الفكرية المختلفة، ولجأ الباحث إلى استخدام العينة العشوائية، وتم تجميع بيانات الدراسة من خلال الاستبانة لعينة من طلاب الجامعات المصرية من خلال البريد الإلكتروني والواتس اب، وبعض من مواقع التواصل الاجتماعي، وبلغ عددهم 400 مفردة، وقد زاد الباحث حجم العينة إلى 430 مفردة، وذلك لتلافي حدوث أخطاء أثناء جمع البيانات أو عدم الصدق، أو عدم استكمال البيانات المطلوبة، مما يحقق أعلى نسبة صدق ممكنة في تمثيل المجتمع الأصلي للدراسة، وقد استبعد الباحث (30) استمارة نظراً لعدم اكتمال بياناتهم أو أن الاستجابات غير مكتملة، أو لعدم مصداقية استماراتهم بعد إجراء المراجعة، ولذلك تكونت عينة الدراسة الأساسية من (400) مفردة، وجاءت خصائص العينة على النحو التالي:

جدول رقم (3)

توزيع العينة وفقاً للنوع، الإقامة، الجامعة، التخصص.

المتغير	المجموعات	التكرار	النسبة
النوع	ذكور	189	47.25
	إناث	211	52.75
الإقامة	ريف	170	42.50
	حضر	230	57.50
الجامعة	القاهرة	200	50.00
	الزقازيق	200	50.00
التخصص	نظري	200	50.00
	عملي	200	50.00
المجموع		400	100

نتائج الدراسة:

1- حجم استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (4)

حجم استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
54.75	219	55.45	117	53.97	102	مرتفع
27.50	110	26.54	56	28.57	54	متوسط
17.75	71	18.01	38	17.46	33	منخفض
100	400	100	211	100	189	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 0.206$ درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.023 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة χ^2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 0.206 وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة = 0.05 ، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05 ، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.023 تقريبًا مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور - إناث) وحجم استخدام المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - لمواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 54.75% ، موزعة بين 53.97% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 55.45% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 27.50% موزعة بين 28.57% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 26.54% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 17.75% موزعة بين 17.46% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 18.01% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

2- حجم تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (5)

حجم تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
30.75	123	29.38	62	32.28	61	مرتفع
57.00	228	56.40	119	57.67	109	متوسط
12.25	49	14.22	30	10.05	19	منخفض
100	400	100	211	100	189	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 1.711$ درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.065 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة χ^2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 1.711 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة = 0.05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.065 تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور - إناث) وحجم تعرض المبحوثين - إجمالي مفردات عينة الدراسة - للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من يتعرضون للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 30.75%، موزعة بين 32.28% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 29.38% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من يتعرضون للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 57.00% موزعة بين 57.67% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 56.40% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من يتعرضون للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 12.25% موزعة بين 10.05% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 14.22% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

3- العبارات التي تعكس مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الباحثين كمصدر للمعلومات.

يبين الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية لدرجة استجابات الباحثين على العبارات التي تعكس مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

جدول (6)

يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية استجابات الباحثين على العبارات التي تعكس مصداقية مواقع

التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات

العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة المصداقية
تقدم لنا مواقع التواصل الاجتماعي ما نريد أن نعرفه حول الأحداث الجارية في المجتمع	199	120	81	2.30	0.78	6	متوسط
أخبار مواقع التواصل الاجتماعي أفضل لأنها تتسم بالفورية	69	134	197	1.68	0.75	8	متوسط
تتمتع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بمصداقية لدى معظم الناس	39	89	272	1.42	0.66	10	منخفض
أخبار مواقع التواصل الاجتماعي تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره	184	155	61	2.31	0.72	5	متوسط
ما نقرأه تكتمل جوانبه بالصور الثابتة ووجهات النظر المختلفة	42	123	235	1.52	0.68	9	منخفض
أشعر مع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بالكفاية التي لا أجد لها مع أية وسيلة إعلامية أخرى	284	104	12	2.68	0.53	3	مرتفع
تطرح مواقع التواصل الاجتماعي الموضوعات بحيادية ولا تغفل السلبيات	214	110	76	2.35	0.78	4	مرتفع
تطرح مواقع التواصل الاجتماعي حلول للمشكلات والقضايا بموضوعية	125	265	10	2.29	0.51	7	مرتفع
تركز مواقع التواصل الاجتماعي على السلبيات والمبالغة في نشرها	311	65	24	2.72	0.57	2	مرتفع
تهتم مواقع التواصل الاجتماعي بنشر وجهات النظر المختلفة حول تلك القضايا	300	100	0	2.75	0.43	1	مرتفع
المقياس ككل	ن=400			2.20	0.64		متوسط

يتضح من الجدول السابق أن استجابات المبحوثين على العبارات التي تعكس مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حصلت على درجة (متوسط)، حيث حصلت على متوسط حسابي 2.20 وهي قيمة تتراوح بين فئة التقدير (1.67 : 2.34)، كما حصلت جميع عبارات هذا المقياس على درجة تقدير تراوحت بين مرتفعة ومتوسطة ومنخفضة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي " تهتم مواقع التواصل الاجتماعي بنشر وجهات النظر المختلفة حول تلك القضايا" حيث حصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي 2.75، وجاء في الترتيب التالي بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة " تركز مواقع التواصل الاجتماعي على السلبيات والمبالغة في نشرها. بمتوسط حسابي 2.72، وجاء في الترتيب الثالث بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "أشعر مع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بالكفاية التي لا أجدها مع أية وسيلة إعلامية أخرى" بمتوسط حسابي 2.68، وجاء في الترتيب الرابع بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "تطرح مواقع التواصل الاجتماعي الموضوعات بحيادية ولا تغفل السلبيات" بمتوسط حسابي 2.35، وجاء في الترتيب الخامس بدرجة متوسطة أيضاً عبارة "أخبار مواقع التواصل الاجتماعي تقدم لنا المعلومات دون أن يفرض علينا أحد وجهة نظره" بمتوسط حسابي 2.31، وجاء في الترتيب السادس بدرجة متوسطة عبارة "تقدم لنا مواقع التواصل الاجتماعي ما نريد أن نعرفه حول الأحداث الجارية في المجتمع" بمتوسط حسابي 2.30، وجاء في الترتيب السابع بدرجة متوسطة عبارة "تطرح مواقع التواصل الاجتماعي حلول للمشكلات والقضايا بموضوعية" بمتوسط حسابي 2.29، وجاء في الترتيب الثامن بدرجة متوسطة عبارة "أخبار مواقع التواصل الاجتماعي أفضل لأنها تتسم بالفورية" بمتوسط حسابي 1.68، وجاء في الترتيب التاسع بدرجة منخفضة عبارة "ما نقرأه تكتمل جوانبه بالصور الثابتة ووجهات النظر المختلفة" بمتوسط حسابي 1.52، وجاء في الترتيب العاشر بدرجة منخفضة عبارة "تتمتع أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بمصداقية لدى معظم الناس" بمتوسط حسابي 1.42.

4- العبارات التي تعكس مستوى معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

يبين الجدول التالي التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية لدرجة استجابات المبحوثين على مقياس مستوى معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (7)

يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية استجابات المبحوثين على مقياس مستوى معرفة المبحوثين
بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

العبارة	نعم	إلى حد ما	لا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة المعرفة
الأخبار الزائفة دائماً تصدر من صفحات مجهولة	288	89	23	2.66	0.58	3	مرتفع
الأخبار الزائفة دائماً تمثل شائعات	123	198	109	2.04	0.76	8	متوسط
الأخبار الزائفة دائماً سلبية	302	77	21	2.70	0.56	2	مرتفع
الأخبار الزائفة تستهدف النظام والدولة دائماً	110	256	34	2.19	0.57	5	متوسط
الأخبار الزائفة يصنعها مغرضون لإسقاط الدولة	229	147	24	2.51	0.61	4	مرتفع
تلتزم المواقع غير مجهولة المصدر بتصحيح الأخبار الزائفة	89	290	21	2.17	0.50	6	متوسط
إذا رأيت خبراً زائفاً وتأكدت من أنه غير صحيح أسارع بتصحيح الخبر عبر صفحتي الشخصية	311	67	22	2.72	0.56	1	مرتفع
جميع الأخبار الزائفة متشابهة من حيث الهدف الذي تسعى إليه	80	279	41	2.10	0.54	7	متوسط
ليس كل خبر زائف كاذب بالكامل فقد يكون به أجزاء صحيحة وأخرى كاذبة	290	85	25	2.66	0.59	3	مرتفع
المقياس ككل	ن=400			2.42	0.59	-	مرتفع

يتضح من الجدول السابق أن استجابات المبحوثين على مقياس مستوى معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حصلت على درجة (مرتفعة)، حيث حصلت على متوسط حسابي 2.42 وهي قيمة تتراوح بين فئة التقدير (2.34: 3.00)، كما حصلت جميع عبارات هذا المقياس على درجة تقدير تتراوح بين مرتفعة ومتوسطة، وكانت أعلى هذه العبارات ترتيباً هي "إذا رأيت خبراً زائفاً وتأكدت من أنه غير صحيح أسارع بتصحيح الخبر عبر صفحتي الشخصية" حيث حصلت على درجة مرتفعة بمتوسط حسابي 2.72، وجاء في الترتيب التالي بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "الأخبار الزائفة دائماً سلبية". بمتوسط حسابي 2.70، وجاء في الترتيب الثالث بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "الأخبار الزائفة دائماً تصدر من صفحات مجهولة، ليس كل خبر زائف كاذب بالكامل فقد يكون به أجزاء صحيحة وأخرى كاذبة" بمتوسط حسابي 2.66، وجاء في الترتيب الرابع بدرجة مرتفعة أيضاً عبارة "الأخبار الزائفة يصنعها مغرضون لإسقاط الدولة" بمتوسط حسابي 2.51، وجاء في الترتيب الخامس بدرجة متوسطة

عبارة "الأخبار الزائفة تستهدف النظام والدولة دائمًا" بمتوسط حسابي 2.19، وجاء في الترتيب السادس بدرجة متوسطة أيضًا عبارة "تلتزم المواقع غير مجهولة المصدر بتصحيح الأخبار الزائفة" بمتوسط حسابي 2.17، وجاء في الترتيب السابع بدرجة متوسطة عبارة "جميع الأخبار الزائفة متشابهة من حيث الهدف الذي تسعى إليه" بمتوسط حسابي 2.10، وجاء في الترتيب الثامن بدرجة متوسطة عبارة "الأخبار الزائفة دائمًا تمثل شائعات" بمتوسط حسابي 2.04.

5- مستوى دحض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (8)

مستوى دحض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقًا للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
27.75	111	29.86	63	25.40	48	مرتفع
62.00	248	59.72	126	64.55	122	متوسط
10.25	41	10.43	22	10.05	19	منخفض
100	400	100	211	100	189	الإجمالي

قيمة $\chi^2 = 1.104$ درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.052 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة χ^2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 1.104، وهي قيمة غير دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة 0.05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.052 تقريبًا مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائيًا بين النوع (ذكور- إناث)، ومستوى دحض المبحوثين للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من لديهم القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 27.75%، موزعة بين 25.40% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 29.86% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من لديهم القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 62.00% موزعة بين 64.55% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 59.72% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لديهم القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة من إجمالي

مفردات عينة الدراسة 10.25% موزعة بين 10.05% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 10.43% من إجمالي مفردات عينة الإناث.
6- مستوى الانفعال المعرفي لدى المبحوثين الناتجة عن التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (9)

مستوى الانفعال المعرفي لدى المبحوثين الناتجة عن التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع	مستوى الانفعال
%	ك	%	ك	%	ك		
40.00	160	39.81	84	40.21	76	مرتفع	
54.75	219	56.40	119	52.91	100	متوسط	
5.25	21	3.79	8	6.88	13	منخفض	
100	400	100	211	100	189	الإجمالي	

قيمة $\chi^2 = 2.035$ درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.071 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة χ^2 من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 2.035 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.071 تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومستوى الانفعال المعرفي لدى المبحوثين الناتجة عن التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة من لديهم مستوى مرتفع من الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 40.00%، موزعة بين 40.21% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 39.81% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة من لديهم مستوى متوسط من الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 54.75% موزعة بين 52.91% من إجمالي مفردات عينة الذكور، في مقابل 56.40% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة من لديهم مستوى منخفض من الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 5.25% موزعة بين 6.88% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 3.79% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

7- مستوى مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين:

جدول (10)

مستوى مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين وفقاً للنوع

الإجمالي		إناث		ذكور		النوع مستوى مهارات التفكير الناقد
%	ك	%	ك	%	ك	
26.75	107	26.07	55	27.51	52	مرتفع
66.00	264	67.30	142	64.55	122	متوسط
7.25	29	6.64	14	7.94	15	منخفض
100	400	100	211	100	189	الإجمالي

قيمة كا² = 0.425 درجة الحرية = 2 معامل التوافق = 0.033 مستوى الدلالة = غير دالة

بحساب قيمة كا² من الجدول السابق عند درجة حرية = 2، وجد أنها = 0.425 وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى دلالة 0.05، أي أن مستوى المعنوية أكبر من 0.05، وقد بلغت قيمة معامل التوافق 0.033 تقريباً مما يؤكد عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين النوع (ذكور- إناث) ومستوى مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين الناتجة عن التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

كما تشير النتائج التفصيلية للجدول السابق أن نسبة مَنْ لديهم مستوى مرتفع من التفكير الناقد نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 26.75%، موزعة بين 27.51% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 26.07% من إجمالي مفردات عينة الإناث، وبلغت نسبة مَنْ لديهم مستوى متوسط من التفكير الناقد نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 66.00% موزعة بين 64.55% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 67.30% من إجمالي مفردات عينة الإناث، بينما بلغت نسبة مَنْ لديهم مستوى منخفض من التفكير الناقد نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 7.25% موزعة بين 7.94% من إجمالي مفردات عينة الذكور في مقابل 6.64% من إجمالي مفردات عينة الإناث.

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (11)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ودرجاتهم على مقياس التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي			المتغير	مهارات التفكير الناقد
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد		
0.001	0.482	400	مستوى التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستويات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومستويات التعرض المختلفة للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.482، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على "أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات التعرض المختلفة للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي".

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين ومستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة.

جدول رقم (12)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مهارات التفكير الناقد ودرجاتهم على مقياس

دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى استخدام الوسائل التفاعلية			المتغير	مهارات التفكير الناقد
الدلالة	قيمة بيرسون	العدد		
0.001	0.632	400	مهارة التحليل	
0.001	0.612	400	مهارة التقويم	
0.001	0.582	400	مهارة الاستنتاج	
0.001	0.514	400	مهارة الاستدلال	

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستويات دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى مهارات التفكير الناقد لدى المبحوثين (مهارة التحليل - مهارة التقويم - مهارة الاستنتاج - مهارة الاستدلال)، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط

بيرسون 0.632، 0.612، 0.582، 0.514 على الترتيب، وجميعها قيم دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على "أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى مهارات التفكير الناقد لدى الباحثين ومستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة".

الفرض الثالث: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس مستوى المعرفة بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول (13)

قيمة "ف" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها الباحثون على مقياس مستوى

المعرفة بالأخبار الزائفة وفقاً لدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

الدلالة	قيمة ف	متوسط مجموع المربعات	درجة الحرية	مجموعات المربعات	مصدر التباين
دال عند 0.001	16.538	717.75	2	1435.5	بين المجموعات
		43.40	397	8549.7	داخل المجموعات
			399	9985.2	المجموع

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات المعرفة المختلفة بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك على مقياس كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 16.538 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.001، وهو ما يثبت صحة هذا الفرض والذي ينص على "أنه تزداد درجة معرفة الباحثين بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي". ولمعرفة مصدر دلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين، تم استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (14)

نتائج تحليل L.S.D معرفة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس مستوى المعرفة

بالأخبار الزائفة وفقاً لدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

المجموعات	مرتفع	متوسط	منخفض	المتوسط
مرتفع	-			48.73
متوسط	***5.530	-		43.20
منخفض	0.5710	***6.101	-	49.30

تشير نتائج تحليل L.S.D بالجدول السابق إلى الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس مستوى المعرفة بالأخبار الزائفة وفقاً لدرجة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الأولى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 5.530، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.001، كما توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين منخفضي مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الثانية بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 6.101، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.001، بينما لا توجد فروق بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين منخفضي مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.5710، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05.

الفرض الرابع: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تبعاً لمستوى مهارات التفكير الناقد لديهم.

جدول (15)

قيمة "ف" للدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس مستوى دحض

الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لمستوى مهارات التفكير الناقد لديهم

المحور	مصدر التباين	مجموعات المربعات	درجة الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة ف	الدلالة
مهارة التحليل	بين المجموعات	203.82	2	101.91	5.915	دال عند 0.01
	داخل المجموعات	3394.26	397	17.23		
	المجموع	3598.08	399			
مهارة التقويم	بين المجموعات	97.88	2	48.94	6.965	دال عند 0.001
	داخل المجموعات	1384.34	397	7.03		
	المجموع	1482.22	399			
مهارة الاستنتاج	بين المجموعات	2431.19	2	1215.59	9.826	دال عند 0.001
	داخل المجموعات	24370.81	397	123.71		
	المجموع	26802.00	399			
مهارة الاستدلال	بين المجموعات	577.83	2	288.92	7.071	دال عند 0.001
	داخل المجموعات	8049.35	397	40.86		
	المجموع	8627.18	399			

تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات مهارة التحليل كأحد مستويات مهارات التفكير الناقد، وذلك علي مقياس مستوى القدرة المختلفة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 5.915 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.01، كما تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات مهارة التقويم كأحد مستويات مهارات التفكير الناقد، وذلك علي مقياس مستوى القدرة المختلفة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 6.965 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.01، كما تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات مهارة الاستنتاج كأحد مستويات مهارات التفكير الناقد، وذلك علي مقياس مستوى القدرة المختلفة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 9.826 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.01، كما تشير بيانات الجدول السابق إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجموعات الباحثين الذين يمثلون مستويات مهارة الاستدلال كأحد مستويات مهارات التفكير الناقد، وذلك علي مقياس مستوى القدرة المختلفة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة ف 7.071 وهذه القيمة دالة عند مستوى دلالة = 0.01.

ولمعرفة مصدر ودلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعات الباحثين تم

استخدام الاختبار البعدي بطريقة أقل فرق معنوي.

جدول (16)

نتائج تحليل L.S.D لمعرفة الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة على مقياس مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة وفقاً لاختلاف مهارات التفكير الناقد

المتوسط	منخفض	متوسط	مرتفع	المجموعات	المجال
49.50			-	مرتفع	مهارة التحليل
48.76		-	0.8281	متوسط	
46.91	-	*1.759	***2.587	منخفض	
24.53			-	مرتفع	مهارة التقويم
22.92		-	***1.611	متوسط	
23.72	-	0.7955	0.8159	منخفض	

96.63			-	مرتفع	مهارة الاستنتاج
89.92		-	***6.711	متوسط	
98.43	-	***8.513	1.801	منخفض	
60.93			-	مرتفع	مهارة الاستدلال
57.31		-	***3.621	متوسط	
61.00	-	***3.687	0.066	منخفض	

تشير نتائج تحليل L.S.D بالجدول السابق إلى الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة وفقاً لاختلاف مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد فيما يتعلق بالقدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين منخفضي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الأولى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 2.587، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 0.001، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين منخفضي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الأولى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 1.759، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 0.05، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.8281، وهي قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى 0.05.

كما تشير نتائج تحليل L.S.D بالجدول السابق إلى الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة وفقاً لاختلاف مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد فيما يتعلق بالقدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الأولى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 1.611، وهي قيمة

دالة إحصائية عند مستوى 0.001, بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين منخفضي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.8159, وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05, كما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين منخفضي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.7955, وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05.

كما تشير نتائج تحليل L.S.D بالجدول السابق إلى الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة وفقاً لاختلاف مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد فيما يتعلق بالقدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي, حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الأولى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 6.711, وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.001, كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين منخفضي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 8.513, وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.001, بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين منخفضي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 1.801, وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05.

كما تشير نتائج تحليل L.S.D بالجدول السابق إلى الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة وفقاً لاختلاف مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير

الناقد فيما يتعلق بالقدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومتوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.001، كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين متوسطي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنخفضي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الأولى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 3.621، وبينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنخفضي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لصالح المجموعة الأولى بفرق بين المتوسطين الحسابيين بلغت قيمته 3.687، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.001، وبينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين مرتفعي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنخفضي مستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث بلغ الفرق بين المتوسطين الحسابيين 0.066، وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (17)

معامل ارتباط بيرسون بين درجات المبحوثين على مقياس مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ودرجاتهم على مقياس مستوى الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

المتغير		المتغير
العدد	قيمة بيرسون	
400	0.398	مستوى ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات
		مستوى الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
		الدلالة
		0.001

تشير نتائج الجدول السابق أنه باستخدام معامل ارتباط بيرسون اتضح وجود علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستويات ثقة المبحوثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 0.398، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة = 0.001، وبالتالي فقد تحقق صحة هذا الفرض والذي ينص على أنه توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين

مستوى ثقة الباحثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. أي أنه كلما زادت درجة ثقة الباحثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات لدى الباحثين تزداد درجة الانفعال المعرفي لديهم نتيجة التعرض للأخبار الزائفة.

الفرض السادس: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس مهارات التفكير الناقد تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموغرافية.

أ- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير النوع.

جدول (18)

قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها الباحثون على مقياس مهارات التفكير الناقد وفقاً لمتغير النوع

المحور	مجموعات المقارنة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجة الحرية	مستوى الدلالة
مهارة التحليل	الذكور	189	2.34	0.58	1.253	398	غير دال
	الإناث	211	2.38	0.69			
مهارة التقويم	الذكور	189	2.43	0.65	0.565	398	غير دال
	الإناث	211	2.52	0.67			
مهارة الاستنتاج	الذكور	189	2.71	0.53	0.721	398	غير دال
	الإناث	211	2.68	0.55			
مهارة الاستدلال	الذكور	189	2.68	0.67	0.482	398	غير دال
	الإناث	211	2.91	0.71			

يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير النوع، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 1.253 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات الباحثين على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير النوع.

كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير النوع، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.565 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير النوع.

كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير النوع، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.721 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير النوع.

كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير النوع، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.482 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير النوع.

ب- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الإقامة.

جدول (19)

قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس مهارات التفكير الناقد وفقاً لمتغير الإقامة

المحور	مجموعات المقارنة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجة الحرية	مستوى الدلالة
مهارة التحليل	ريف	170	2.74	0.51	2.817	398	دال**
	حضر	230	2.48	0.72			
مهارة التقويم	ريف	170	2.55	0.65	0.523	398	غير دال
	حضر	230	2.50	0.67			
مهارة الاستنتاج	ريف	170	2.77	0.48	1.452	398	غير دال
	حضر	230	2.65	0.59			
مهارة الاستدلال	ريف	170	2.45	0.64	0.007	398	غير دال
	حضر	230	2.44	0.69			

يتبين من خلال الجدول السابق وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الإقامة, حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي المناطق الريفية ومتوسطات درجات مبحوثي المناطق الحضرية على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 2.817 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى 0.01, وهو ما يثبت صحة هذا الفرض الذي ينص على "أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الإقامة".

بينما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الإقامة, حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي المناطق الريفية ومتوسطات درجات مبحوثي المناطق الحضرية على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.523 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05, وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الإقامة.

كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الإقامة، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي المناطق الريفية ومتوسطات درجات مبحوثي المناطق الحضرية على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 1.452 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الإقامة.

كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الإقامة، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي المناطق الريفية ومتوسطات درجات مبحوثي المناطق الحضرية على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.007 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الإقامة.

ج- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير التخصص.

جدول (20)

قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس مهارات التفكير الناقد وفقاً لمتغير التخصص

المحور	مجموعات المقارنة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجة الحرية	مستوى الدلالة
مهارة التحليل	نظري	200	2.33	0.76	0.659	398	غير دال
	عملي	200	2.41	0.71			
مهارة التقويم	نظري	200	2.63	0.71	0.167	398	غير دال
	عملي	200	2.61	0.71			
مهارة الاستنتاج	نظري	200	2.67	0.62	0.227	398	غير دال
	عملي	200	2.65	0.68			
مهارة الاستدلال	نظري	200	2.43	0.58	0.571	398	غير دال
	عملي	200	2.46	0.62			

يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير التخصص، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي الكليات النظرية ومتوسطات درجات مبحوثي الكليات العملية على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.659 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير التخصص.

كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير التخصص، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي الكليات النظرية ومتوسطات درجات مبحوثي الكليات العملية على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.167 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير التخصص.

كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير التخصص، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي الكليات النظرية ومتوسطات درجات مبحوثي الكليات العملية على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.227 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير التخصص.

كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير التخصص، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي الكليات النظرية ومتوسطات درجات مبحوثي الكليات العملية على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.571 وهي قيمة غير

دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير التخصص.

د- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الجامعة.

جدول (21)

قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس مهارات التفكير الناقد وفقاً لمتغير الجامعة

المحور	مجموعات المقارنة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجة الحرية	مستوى الدلالة
مهارة التحليل	القاهرة	200	2.12	0.51	0.543	398	غير دال
	الزقازيق	200	2.21	0.62			
مهارة التقويم	القاهرة	200	2.41	0.48	1.121	398	غير دال
	الزقازيق	200	2.46	0.53			
مهارة الاستنتاج	القاهرة	200	2.81	0.71	0.892	398	غير دال
	الزقازيق	200	2.74	0.62			
مهارة الاستدلال	القاهرة	200	2.64	0.57	0.689	398	غير دال
	الزقازيق	200	2.58	0.58			

يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الجامعة، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي جامعة القاهرة ومتوسطات درجات مبحوثي جامعة الزقازيق على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.543 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التحليل كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الجامعة.

كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الجامعة، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي جامعة القاهرة ومتوسطات درجات مبحوثي جامعة الزقازيق على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 1.121 وهي قيمة غير

دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة التقويم كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الجامعة.

كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الجامعة، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي جامعة القاهرة ومتوسطات درجات مبحوثي جامعة الزقازيق على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.892 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستنتاج كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الجامعة.

كما يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الجامعة، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي جامعة القاهرة ومتوسطات درجات مبحوثي جامعة الزقازيق على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد 0.689 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس مهارة الاستدلال كأحد أبعاد مهارات التفكير الناقد تعزى لمتغير الجامعة.

الفرض السابع: توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تبعاً لاختلاف المتغيرات الديموجرافية.

أ- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير النوع.

جدول (22)

قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة وفقاً لمتغير النوع

مجموعات المقارنة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجة الحرية	مستوى الدلالة
الذكور	189	2.57	0.58	1,012	398	غير دال
الإناث	211	2.62	0.68			

يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير النوع، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات الذكور ومتوسطات درجات الإناث على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة 1.012 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير النوع.

ب- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على

دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير الإقامة.

جدول (23)

قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة وفقاً لمتغير الإقامة

مجموعات المقارنة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجة الحرية	مستوى الدلالة
ريف	170	2.67	0.58	0.983	398	غير دال
حضر	230	2.63	0.62			

يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير الإقامة، حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي المناطق الريفية ومتوسطات درجات مبحوثي المناطق الحضرية على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة 0.983 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير الإقامة.

ج- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير التخصص.

جدول (24)

قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس

القدرة على دحض الأخبار الزائفة وفقاً لمتغير التخصص

مجموعات المقارنة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجة الحرية	مستوى الدلالة
نظري	200	2.32	0.92	0.243	398	غير دال
عملي	200	2.29	0.83			

يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير التخصص, حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي الكليات النظرية ومتوسطات درجات مبحوثي الكليات العملية على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة 0.243 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير التخصص.

د- توجد فروق دالة إحصائية بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير الجامعة.

جدول (25)

قيمة "ت" لدلالة الفروق بين المتوسطات الحسابية للدرجات التي حصل عليها المبحوثون على مقياس

القدرة على دحض الأخبار الزائفة وفقاً لمتغير الجامعة

مجموعات المقارنة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "ت"	درجة الحرية	مستوى الدلالة
القاهرة	200	2.69	0.47	1.421	398	غير دال
الزقازيق	200	2.73	0.62			

يتبين من خلال الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير الجامعة, حيث كانت قيمة "ت" الخاصة بالمقارنة بين متوسطات درجات مبحوثي جامعة القاهرة ومتوسطات درجات مبحوثي جامعة الزقازيق على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة 1.421 وهي قيمة غير دالة إحصائية عند مستوى 0.05، وهو

ما يثبت عدم صحة هذا الفرض الذي ينص على أنه توجد فروق دالة إحصائيًا بين متوسطات درجات المبحوثين على مقياس القدرة على دحض الأخبار الزائفة تعزى لمتغير الجامعة.

النتائج العامة للدراسة:

- تشير النتائج إلى أن نسبة مَنْ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 54.75%، وبلغت نسبة مَنْ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 27.50%، بينما بلغت نسبة مَنْ يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 17.75%.

- كما تشير النتائج إلى أن نسبة مَنْ يتعرضون للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 30.75%، وبلغت نسبة مَنْ يتعرضون للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 57.00%، بينما بلغت نسبة مَنْ يتعرضون للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 12.25%.

- يتضح من النتائج أن استجابات المبحوثين على العبارات التي تعكس مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حصلت على درجة (متوسط)، حيث حصلت على متوسط حسابي 2.20 وهي قيمة تتراوح بين فئة التقدير (1.67 : 2.34).

- يتضح من النتائج أن استجابات المبحوثين على مقياس مستوى معرفة المبحوثين بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حصلت على درجة (مرتفعة)، حيث حصلت على متوسط حسابي 2.42 وهي قيمة تتراوح بين فئة التقدير (2.34 : 3.00).

- تشير النتائج إلى أن نسبة مَنْ لديهم القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة مرتفعة من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 27.75%، وبلغت نسبة مَنْ لديهم القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 62.00%، بينما بلغت نسبة مَنْ لديهم القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة منخفضة من إجمالي مفردات عينة الدراسة 10.25%.

- كما تشير النتائج إلى أن نسبة مَنْ لديهم مستوى مرتفع من الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 40.00٪، وبلغت نسبة مَنْ لديهم مستوى متوسط من الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 54.75٪، بينما بلغت نسبة مَنْ لديهم مستوى منخفض من الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 5.25٪.
- كما تشير النتائج إلى أن نسبة مَنْ لديهم مستوى مرتفع من التفكير الناقد نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة بلغت 26.75٪، وبلغت نسبة مَنْ لديهم مستوى متوسط من التفكير الناقد نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 66.00٪، بينما بلغت نسبة مَنْ لديهم مستوى منخفض من التفكير الناقد نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من إجمالي مفردات عينة الدراسة 7.25٪.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي ومستويات التعرض المختلفة للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- توجد علاقة ارتباطية موجبة ودالة إحصائية بين مستوى مهارات التفكير الناقد لدى الباحثين ومستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة.
- تزداد درجة معرفة الباحثين بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة استخدام الباحثين لمواقع التواصل الاجتماعي.
- تزداد قدرة الباحثين على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بزيادة مستوى مهارات التفكير الناقد لديهم.
- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مستوى ثقة الباحثين بصدق وموضوعية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات ومستوى الانفعال المعرفي نتيجة التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

مراجع الدراسة:

- (1) عدنان العتوم, عبد الناصر الجراح, موفق بشارة (2009): تنمية مهارات التفكير- نماذج نظرية وتطبيقات عملية ط2, عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع
- (2) شروق جواد الجبوري (2013): تصميم وتقنين مقياس للتفكير الناقد مستنبط من القصص القرآني. بحث متطلب لنيل درجة الدكتوراه في التربية, كلية التربية, الجامعة الإسلامية العالمية ماليزيا, سبتمبر 2013م
- (3) Facione, P. A.(2011). critical thinking: what is it? and why it counts? [on-line], from the world wide web: <http://www.insightassessment.com/pdf>
- (4) ناصر أحمد الخوالدة (2015): أثر التدريس باستخدام الوسائط المتعددة في التحصيل تنمية مهارات التفكير الناقد في مبحث التربية الإسلامية للمرحلة الأساسية. بحث, دراسات: العلوم التربوية, المجلد 42, العدد 3
- (5) فائزة سعد العدوان (2011): درجة توافر مهارات التفكير الناقد في كتاب الجغرافية للصف التاسع الأساسي ودرجة ممارسة المعلمين لتلك المهارات, رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم التربوية , جامعة الشرق الأوسط
- (6) عدنان العتوم, عبد الناصر الجراح, موفق بشارة (2009): تنمية مهارات التفكير- نماذج نظرية وتطبيقات عملية ط2, عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع
- (7) فهيم مصطفى (2002): مهارات التفكير في مراحل التعليم العام (رياض الأطفال, الابتدائي, الإعدادي (المتوسط), الثانوي)- رؤية مستقبلية للتعليم في الوطن العربي. القاهرة: دار الفكر العربي
- (8).Hatem Alsridi, Mokhtar Elareshi, and Abdul-Karim Ziani, "News Sites and Fake News in the Egyptian Political Transformation 2013-14:Aljazeera.net Case Study", Sustainability and Resilience Conference: Mitigating Risks and Emergency Planning, Volume 2018
- (9).Zhang, Jiawei, Limeng Cui, Yanjie Fu, and Fisher B. Gouza. "Fake news detection with deep diffusive network model." *arXiv preprint arXiv:1805.08751* (2018).
- (10).Feyza Altunbey Ozbay, Bilal Alatas, "A Novel Approach for Detection of Fake News on Social Media Using Metaheuristic Optimization Algorithms", ELEKTRONIKA IR ELEKTROTECHNIKA, ISSN 1392-1215, VOL. 25, NO. 4, 2019
- (11).Efeosasere Moibi Okoro, Benjamin Abara, Aneyelewa Alan-Ajonye, Zayyad Isa &Alex Umagba, " EFFECTS OF HUMAN AND HUMAN-MACHINE FAKE NEWS DETECTION APPROACHES ON USER DETECTION PERFORMANCE", International Journal of Advanced Research in Computer Science, Volume 10, No. 1, January-February 2019
- (12).Kim, Antino, Patricia L. Moravec, and Alan R. Dennis. "Combating fake news on social media with source ratings: the effects of user and expert reputation ratings." *Journal of Management Information Systems* 36.3 (2019): 931-968. "
- (13).Adam J. Mills, Christine Pitt, Sarah Lord Ferguson, "The Relationship between Fake News And Advertising Brand Management in the Era Of Programmatic Advertising and Prolific Falsehood", March 2019 *JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH*

- (14) Franziska Zimmer, Katrin Scheibe, Mechthild Stock, Wolfgang G. Stock, "Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users?", *Journal of Information Science Theory and Practice*, June 05, 2019
- (15) Zhou, Xinyi, Atishay Jain, Vir V. Phoha, and Reza Zafarani. "Fake news early detection: A theory-driven model." *Digital Threats: Research and Practice* 1, no. 2 (2020): 1-25.
- (16) Aren, Karbiniski: **Face Book and The Technology Revolution**, N, Y Spectrum Publication , 2010 .
- (17) نشوى عقل: العلاقة بين الوجود الافتراضي لشباب الجامعة على مواقع التواصل الاجتماعي ومستوى تفاعلهم مع الآخرين ومع وسائل الإعلام التقليدية، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، مج 10، ع 2، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2010.
- (18) عمرو أسعد: العلاقة بين استخدام الشباب المصري لمواقع شبكات التواصل الاجتماعي وقيمهم المجتمعية، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2011.
- (19) آمال كمال: استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، مج 10، ع 4، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر 2012.
- (20) منال عبده منصور: التأثيرات المترتبة على استخدام الشباب الجامعي لموقع الفيس بوك، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، ع 37، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يناير – يونيو 2011.
- (21) Badge, h.l, et.al, **Beyond Marks: New Tools to Visualize Student Engagement Via Social Networks**, **Research in Learning Technology**, vol 20, 2012, online <http://lra.le.ac.uk/handle/2381/10086>
- (22) بشرى جميل الراوي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، **مجلة الباحث الإعلامي**، ع 18، جامعة بغداد، كلية الإعلام، 2012..
- (23) محمد المنصور: تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الدنمارك، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2012 .
- (24) نها نبيل محمود: دور مواقع التواصل الاجتماعي في إدراك الشباب الجامعي لحرية الرأي ومشاركتهم السياسية في ثورة 25 يناير، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، 2012 .
- (25) رباب رأفت محمد الجمال: أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي، **مؤتمر الأمير نايف بن عبد العزيز للقيم الأخلاقية**، المملكة العربية السعودية، جامعة الملك عبد العزيز، 2013.
- (26) أحمد يونس محمد حمودة: دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الدول العربية، قسم البحوث والدراسات الإعلامية، 2013 .
- (27) عبد الصادق حسن عبد الصادق: تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية، **المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية**، المجلد 7، العدد 1، 2014 .
- (28) أسماء مسعد عبد الحميد أبو عيطة: "الاتصال التفاعلي لدى مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015.

- (29) محمود محمد مهنى: "استخدامات الشباب الجامعي الإماراتي لمواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الثقافية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015 .
- (30) أfnان طلعت: "استخدامات الشباب للشبكات الاجتماعية وتأثيرها على علاقاتهم في تبادل الخبرات المجتمعية" رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 2015.
- (31) David Haynes , Lyn Robinson , (2015) "Defining user risk in social networking services", Aslib Journal of Information Management, Vol. 67 Iss: 1, pp.94 – 115.
- (32) لبنى مسعود عبد العظيم: فاعلية استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في ممارسة الاتصالات التسويقية للمنظمة – دراسة حالة على شركتي إيفون وأوريفليم، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016.
- (33) سعود عبيد محمد العجمي: دور شبكات التواصل الاجتماعي في بناء النقاش حول القضايا السياسية والاجتماعية بدولة الكويت، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016.
- (34) أحمد طه محمد إبراهيم: دور المضامين السياسية على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في تنمية الوعي السياسي للمراهقين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2016 .
- (35) فاتن عبدالرحمن: دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات المغتربين المصريين نحو قضايا الإرهاب في مصر خلال عام 2015 - دراسة في إطار نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ، المجلة العربية للإعلام والاتصال - الجمعية السعودية للإعلام والاتصال - السعودية، العدد 17، مايو 2017، ص ص159:204.
- (36) محمد عبدالعزيز سيد طه: مصادقية إعلام المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي والبرامج الحوارية بالفتوات الفضائية المصرية كما يدركها الشباب المصري، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2017.
- (37) Oh, Pyeongseon: Motivations for Usage of National Political News in Social Networking Sites and Digital News Sites of the United States and South Korea, **Doctoral dissertation**, Michigan State University, United States - Michigan, 2018.
- Retrieved from, <https://search.proquest.com/docview/2050583340?>*
- (38) إيناس محمود حامد أحمد (2013): دوافع الشباب الجامعي للمشاركة في صفحات الصحف على الفيس بوك وإشباع بعض مهارات التفكير الناقد لديهم. بحث، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد 43، يناير/يونيه 2013م
- (39) ناصر أحمد الخالدة (2015): أثر التدريس باستخدام الوسائط المتعددة في التحصيل تنمية مهارات التفكير الناقد في مبحث التربية الإسلامية للمرحلة الأساسية. بحث، دراسات: العلوم التربوية، المجلد 42، العدد 3
- (40) Fasawang Pattanapichet&SaovpaWichadee (2015). Using space in social media to promote undergraduate students' critical thinking skills, turkishonline journal of distance education- tojdeoctober 2015 issn, 16 number: 4 article 4.
- (41) أحمد جمال حسن (2015): برنامج مقترح لتنمية مهارات تحليل ونقد صحافة المواطن وإنتاجها على مواقع الشبكات الاجتماعية لدى طلاب الجامعة. بحث منشور بمجلة البحث في التربية وعلم النفس، كلية التربية، جامعة المنيا، المجلد 28، العدد 1، الجزء 1

- (42) Ting, Ling & Rasheid Naiefa (2015). The effects of social media on cognitive development in undergraduate economics students. the economic in research southern africa (ERSA), ersa working paper
- (43) غاده ممدوح سيد (2017): دور القنوات التلفزيونية والإعلام الجديد في تشكيل المهارات النقدية للشباب نحو الممارسة الديمقراطية في مصر, رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الإعلام, جامعة القاهرة
- (44) سلوى شحته إبراهيم (2017): التفكير الناقد واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي كمنبئين بالوعي الاجتماعي لثورة 25 يناير لدى طلاب كلية التربية بالإسماعيلية, رسالة ماجستير غير منشورة. كلية التربية, جامعة قناة السويس
- (45) السر أحمد سليمان, عثمان فضل السيد (2017): التعامل مع محتوى وسائط التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتفكير الناقد لدى طلاب جامعة حائل. بحث, مجلة كلية التربية, جامعة الأزهر, العدد 174, عدد يوليو 2017, الجزء 2
- (46) هالة محمد أبو زيد (2018): أثر استخدام المدونات الإلكترونية في تنمية مهارات التفكير الناقد لدى طلبة الجامعات الأردنية الخاصة (جامعة الزيتونية الأردنية أنموذجاً), رسالة ماجستير غير منشورة. كلية العلوم التربوية, جامعة الشرق الأوسط
- (47) نادية مصطفى الشيخ (2018): الاستخدام الناقد للمراقبين المصريين للإعلام الجديد, رسالة دكتوراه غير منشورة. كلية الدراسات العليا للطفولة, جامعة عين شمس
- (48) Reisenzein, R. (2009). **Emotional Experience in the Computational Belief-Desire Theory of Emotion**. *Emotion Review*, The International Society for Research on Emotion, New Delhi p 214
- (49) Ellen Pastorino and Susann Doyle-Portillo (2012) **What is Psychology?** (Essentials Cengage Learning). p.315
- (50) Neal M. Ashkanasy (2010) **emotions and Organizational Dynamism**. Emerald Group Publishing UK p. 414.
- (51) J.E. Roedelein (2006) **Elsevier's Dictionary of Psychological Theories**. Elsevier, UK p. 349
- (52) **Renée Jeffery (2014). Reason and Emotion in International Ethics**. Cambridge University Press, usa p. 151 cited at:
https://books.google.com.eg/books?id=cYWYAwwAAQBAJ&pg=PA150&dq=Richard+Lazarus+Cognitive+emotion+theory&hl=ar&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Richard%20Lazarus%20Cognitive%20emotion%20theory&f=false
- (53) **Renée Jeffery (2014). Reason and Emotion in International Ethics**. Cambridge University Press, usap. 150
- (54) Kim, Jong-Hyun and Bock, Gee-Woo. **Op. cit.** p.5.
- (56) **Christine L. Porath1- Christine M. Pearson, Emotional and Behavioral Responses to Workplace Incivility and the Impact of Hierarchical Status**, journal of Applied Social Psychology Special Issue: **THEME: Organisational Psychology** Volume 42, Issue Supplement S1, pages E326–E357, December 2012 <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1559-1816.2012.01020.x/abstract>.

(57) قام بتحكيم صحيفة الاستبانة السادة:

- أ.د / عادل عبدالغفار: أستاذ وعميد كلية الإعلام والعلاقات العامة، جامعة النهضة.
- أ.د/ محمد زين: أستاذ الإعلام وعميد كلية الإعلام، جامعة بني سويف.
- أ. د / زكريا إبراهيم الدسوقي. أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال، جامعة عين شمس.
- د/ ممدوح عبدالله: أستاذ الإعلام المساعد بكلية الإعلام، جامعة بني سويف.
- د/ هيثم جودة: أستاذ الإعلام المساعد بكلية التربية النوعية، جامعة الزقازيق.