

## اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطبيق مهارات التربية الإعلامية

د. علياء عبدالفتاح رمضان(\*)

### ملخص الدراسة

دارت هذه الدراسة حول معرفة اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي ، وعلاقتها بتطبيق مهارات التربية الإعلامية ، وهدفت هذه الدراسة إلى :

1- التعرف على العلاقة بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات النقدية وب-المعرفية وج-التواصلية للتربية الإعلامية  
2- التعرف على العلاقة بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وكلا من : ا-الثقة في المعلومات المقدمة عبر هذه المواقع ب-كيفية التعامل مع الشائعة ج-النقاش حول موضوع الشائعة عبر هذه المواقع .

وطبقت الدراسة على عينة قوامها 300 طالب وطالبة من طلاب المرحلة الثانوية بإدارات شرق طنطا وإدارة غرب طنطا التعليمية ، وإدارة كفر الشيخ التعليمية ، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك كفاءة عالية لدى طلاب المرحلة الثانوية في توظيف مهارات التربية الإعلامية النقدية والتواصلية والمعرفية أثناء تعرضهم لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي .

### نتائج الدراسة :

وجود علاقة طردية ضعيفة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية ، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01 ، أي انه كلما ارتفع تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع تطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية

- وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات المعرفية للتربية الإعلامية ، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01 ، أي انه كلما ارتفع تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع تطبيق المهارات المعرفية للتربية الإعلامية .

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات التواصلية للتربية الإعلامية ، حيث كانت ( $r > 0.3$ )

(\*) استاذ مساعد بقسم الإعلام التربوي بكلية التربية النوعية جامعة طنطا

وهي دالة عند مستوى 0.01 ، أي انه كلما ارتفع تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع تطبيق المهارات التواصلية الإعلامية .

توجد علاقة طردية متوسطة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتزايد النقاش على هذه المواقع حول موضوع الشائعة ، حيث كانت ( $0.3 < r < 0.7$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01 ، أي انه كلما ارتفع تعرض الشباب لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتزايد النقاش على مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوع الشائعة.

وجود علاقة عكسية ضعيفة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي والثقة في المعلومات المقدمة عبر هذه المواقع ، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01 ، أي انه كلما ارتفع تعرض الشباب لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي انخفضت درجة الثقة في المعلومات المقدمة عبر هذه المواقع .

## مقدمة

تشهد الساحة الإعلامية تطورا علميا وتكنولوجيا كبيرا في شتى وسائل الاتصال لقد أصبح المواطن العربي في ظل هذا الواقع الإعلامي الجديد محاصرا بكم هائل من الرسائل الإعلامية .

هذا وتلعب الشائعات دوراً كبيراً في المجتمعات الإنسانية ، ويتعاظم هذا في ظل انتشار مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد ، حيث أصبحت الشائعات معلومة يتم بثها بضغطة زر واحد لتصيب الآلاف والملايين من العقول وتصبح «خبراً» قابلاً للتصديق، طالما أن هناك بيئة خصبة لنموها وفي ظل الأحداث السياسية والاجتماعية التي تنامت مؤخراً بالعالم أصبحت الشائعات أكثر انتشاراً وتوسعاً .

وفي وقتنا الحالي، لم تعد الشائعات فقط منطوقة، بل مكتوبة وتنتشر عبر الصحف والمجلات والمواقع الإخبارية ، وبالتالي فإنها تفوق أهمية الشائعات المنطوقة من حيث سرعة الانتقال والقابلية للتصديق والانتشار ، فالشائعات تصل اليوم إلى الملايين خلال دقائق .

كما يساعد على انتشار الإشاعة في أدوات الإعلام الجديد عدم وجود أنظمة محددة تحكم استخدامات هذه الأدوات ومحاسبة المسيء إذ بإمكان أي شخص تسجيل اسم مستعار في أدوات التواصل الاجتماعي واستخدامه في إطلاق الشائعات والافتراءات بل إن الأمر تطور إلى قيام البعض باستخدام أسماء أشخاص مشهورين والكتابة بأسمائهم وإطلاق الإشاعات دون حسيب أو رقيب.

هذا ومثلت شبكات التواصل الاجتماعي القناة الرئيسية لنشر الشائعات ، فعلى خلاف الوسائل الأخرى التي يبقى فيها محتوى الشائعات ثابتاً خلال فترة انتشارها، فإن الشائعات على هذه الشبكات تتغير باستمرار خلال عمليات نقلها لتصبح أقصر وأكثر إيجازاً وسهولة الاستيعاب والنقل ، وقد كانت الشائعات تنتشر وتزدهر خلال الفترات التي تشهد ندرة في تدفق الأخبار وفترات ما يسمى بالجوع المعلوماتي، ولكن بعد ظهور وسائل الإعلام الجديد أصبحت الشائعات تنتشر ليس بسبب ندرة المعلومات ولكن بسبب وفرتها، أو ما يسمى بالتخمة المعلوماتية. فمع تزايد الحاجة إلى الوصول إلى الأخبار والمعلومات أصبح التحقق من مصداقية كل معلومة أمراً شديداً الصعبة(1)

ومن العوامل التي وفرت لها البيئة الخصبة عدم تطور بعض وسائل الإعلام الرسمية في آلياتها وطرقها في متابعة الأحداث والوقائع والتأخر في تغطيتها وعدم الشفافية الواضحة والتي تقف حاجزاً بين مروجي الشائعات ومستخدمي الإعلام الجديد ، إذ لازالت بعض وسائل الإعلام الرسمية إلى الآن تتعامل مع الأحداث والوقائع بالنظرة القديمة القاصرة ، والتي كانت تستخدم في أوقات ماضية في ظل عدم توفر وسائل

التقنية الحديثة، إذ لم يعد بالإمكان الآن إخفاء حادث أو واقعة كما كان يحدث في السابق ، أو عدم السماح للبعض بالخروج ونشر الآراء حيال بعض القضايا ، و دخول أعداد كبيرة كمستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي من محدودي الثقافة ومن صغار السن ومن أصحاب الميول والهوى والذين قد لا يعرف أحدهم عظم المسؤولية الملقاة على عاتقه .

ولما كانت أكبر فئة مستخدمة لوسائل التواصل الاجتماعي هم من الشباب الذين لديهم استعجال كبير وتسرع ، فإن الشباب أكثر عرضة لمواجهة وتقبل المعلومات المضللة غير معلومة المصدر، وبالتالي أكثر تأثراً بالشائعات ، هذا ويعاني الشباب والمراهقين والأطفال نوع جديد من الأمية وتتمثل في الأمية الإعلامية ، أي عدم الوعي بأبجديات اللغة الإعلامية من حيث المعايير الإعلامية السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية التي تحكم صناعة المضمون الإعلامي ، وأصبح الشباب يعيش حالة من اللغط الإعلامي ، حيث تتسابق وتتنافس الوسائل الإعلامية الجديدة في جذب نحوها .ولأنه من المستحيل منع المراهقين والشباب من استخدام هذه الوسائل الإعلامية الجديدة خاصة الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ، والتي أصبحت أمر واقعي مفروض علينا لا يمكن منعه أو القضاء عليه ، ومن غير المنطقي أن نلغي استخدامنا لهذه الوسائل ، لذا يجب علينا أن نجد حلول عملية لهذه المشكلة ، وتكمن المشكلة في كيفية حماية الجمهور خاصة الأطفال والمراهقين والشباب من التأثيرات السلبية للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وإكسابهم مهارات التعرض النقدي ، وذلك في ضوء معايير التربية الإعلامية .

حيث يقع على عاتق أجهزة الإعلام ومؤسسات المجتمع المدني مسؤولية تربية الأجيال القادمة إعلامياً وتزويدهم بملكات التفكير النقدي في تعاملهم مع الوسيلة الإعلامية الجديدة ، وتحصينهم بالوقاية اللازمة ضد التأثيرات السلبية لهذه الوسائل .

لقد آن الأوان أن تحتل التربية الإعلامية في بيئة الإعلام الجديد المتعدد الوسائط موقعا لم تشهد له أهمية في السابق ، لأن الناس بحاجة إلى التدقيق بشكل نقدي والبحث في كم هائل من المعلومات ، الأمر الذي يسلب الضوء على تطوير مهارات القراءة والكتابة ، على سبيل المثال المناقشات عبر الانترنت وغرف التحادث والبريد الإلكتروني والمدونات الإلكترونية والويكي ، وغيرها من المنتديات الإلكترونية تتطلب مهارات الكتابة التي تعيد التركيز على أهمية الوضوح والدقة .

« ولأن التربية الإعلامية هي القدرة على النفاذ إلى الرسائل وتحليلها وتقييمها وتأليفها بأشكال متنوعة، وبالنسبة للمجتمع العربي فإن التربية الإعلامية تجعل من الأشخاص أفراد متمكنين من الانخراط في ثقافة المشاركة والحراك الوطني كونهم مواطنون أكفاء ومتمكنين»

لا بد من التركيز على الدور الكبير لمجال معروف عالمياً هو (التربية الإعلامية)، الذي يهدف إلى توعية الشباب بأهمية الإعلام ودوره في حياتهم، وكيف يفهمون ما يعرض عليهم ويقيمون ما يشاهدون ويسمعون ويقرؤون، فيختارون الأفضل لهم ولأقاربهم وأصدقائهم وزملائهم". مضيفاً أن التربية الإعلامية تشجع الشباب على إنتاج إعلامهم بأنفسهم مثل الكتابة الصحفية، وصياغة الأخبار، وتصوير مقاطع الفيديو حول مواضيع مفيدة، منها ما هو علمي وما هو اجتماعي وثقافي.

إذا نجحنا في توعية الشباب وتربيته إعلامياً وهذه مسئولية كافة مؤسسات المجتمع من تعليم وثقافة وإعلام وغيرها، فإننا وقتها نكون لدينا جهاز مناعي قوي وذاتي في نفس الوقت يستطيع التصدي لأي شائعات أو أخبار مغلوطة سواء من خلال وسائل إعلام محلية أو خارجية ممولة، ولن نكون وقتها بحاجة إلي خلاف أو معارك حول قانون الإرهاب أو حتى إرهاب الإعلام.

### مشكلة البحث

لاشك أن شبكات التواصل الاجتماعي حققت نجاحاً كبيراً في نقل الأحداث بشكل أني وفوري إلا أن النجاح المذهل لوسائل التواصل الاجتماعي حولها إلى منصات أساسية لبث الأخبار والبيانات والصور، والاستخدام السلبي لشبكات التواصل من قبل الشباب كان وراءه الملل والفراغ، فانهدام المساهمات الاجتماعية والتضييق على الشباب والبطالة تركت الملايين من الشباب بلا هدف في الحياة سوى التسلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي التي تعد النافذة الوحيدة الرخيصة نسبياً للترفيه، والانسياق وراء الشائعات لاسيما وأن شبكات التواصل الاجتماعي تقوم على سهولة النشر والتعليق والمشاركة.

كل هذه التأثيرات السلبية لشبكات التواصل تفرض أهمية التربية الإعلامية واعتبارها أهم الآليات التي تضبط استخدامات مواقع التواصل بصفة عامة، خاصة في ظل التحولات التي تشهدها عملية تداول الرسائل الاتصالية والإعلامية بفضل التطبيقات التي يحملها الإعلام الجديد، فكلما كان الشباب واعياً بأسس وقواعد التعامل مع هذه الوسائل كلما ساعد ذلك في الحد من تأثيراتها السلبية.

ولما كانت الشائعات مادة ثرية تسري وتنتشر بسرعة هائلة، ولما كان الشباب أكثر عرضة لمواجهة وتقبل المعلومات المضللة غير معلومة المصدر وأن أكبر فئة مستخدمة لوسائل التواصل الاجتماعي هم الشباب الذين لديهم استعجال كبير وتسرع ولهفة في معرفة أي خبر مثير، فهل الشباب يتأثرون بالشائعات أم أنهم يقومون بتطبيق مهارات التربية الإعلامية وقادرون على إجراء تقييم وتحليل نقدي للمضامين الخطرة ومقاومة تأثيرها عليهم؟

### أهمية الدراسة

- انتشر الشائعات بشكل واسع عبر التواصل الاجتماعي حيث أصبحت حرب الشائعات ظاهرة تشغل المنطقة كلها بعد تحول بعض وسائل الإعلام الجديد إلى وكالات أنباء تنشر الشائعات التي يتبادلها مستخدموها إما قصداً أو بدون تحر لمصادقية الأخبار المتناقلة، سواء بنشر صور مفبركة أو بادعاء ما ليس لهم به علم .
- تأتي الأهمية العلمية لهذه الدراسة من ندرة الدراسات السابقة العربية التي تناولتها الظاهرة محل الدراسة وهو مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات وعلاقته بتطبيق مهارات التربية الإعلامية لدى الشباب الأمر الذي أعطى بعداً موضوعياً ومبرراً بحثياً مهماً لهذه الدراسة .
- تساعد التربية الإعلامية الشباب في التحول إلى مستهلكي إعلام أكثر نقدية واطلاعا ، وتسعى إلى تمكينهم ليتحولوا إلى منتجين للإعلام ، وبالتالي مشاركين في الثقافة المعاصرة ، لأن التربية الإعلامية تدرس من خلال التحليل النقدي ، فقد أظهرت قدرة كبيرة في بناء مستهلكين ومنتجين نقديين للإعلام .
- تعد هذه الدراسة مجالاً خصبا للدارسين والباحثين في المجال الإعلامي ، وذلك للوصول إلى نظريات وتصورات جديدة ومبتكرة في إطار العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام ، حيث ظلت الأبحاث الإعلامية حبيسة النمط التقليدي لفترة طويلة دون التفكير في إجراء دراسات وأبحاث تعمل على إيجاد سبل لتمكين الجمهور من امتلاك القدرات والمهارات التي تجعلهم قادرين على وقاية وتحصين أنفسهم ضد تأثيرات وسائل الإعلام السلبية .
- تعد هذه الدراسة مرجعا يمكن أن يلجأ إليه الباحثون المهتمون بالتربية الإعلامية لمعرفة معايير ومهارات التربية الإعلامية في التعامل مع مضامين الشبكات الاجتماعية خاصة أنه أصبحت هناك ثنائية بين الإعلام الجديد والشائعات .

### أهداف الدراسة

- التعرف على العلاقة بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية .
- التعرف على العلاقة بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات المعرفية للتربية الإعلامية .
- التعرف على العلاقة بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات التواصلية للتربية الإعلامية .

- التعرف على العلاقة بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وكلا من : ا-الثقة في المعلومات المقدمة عبر هذه المواقع ب-كيفية التعامل مع الشائعة ج-النقاش حول موضوع الشائعة عبر هذه المواقع .

#### الدراسات السابقة

دراسة (Dandan Li , Jing Ma (2017) ، توصلت هذه الدراسة إلى أن عملية انتشار الشائعات يمكن أن تؤثر بشكل كبير على الرأي العام وتسبب الضرر الاجتماعي وعدم الاستقرار في الوقت الحاضر خاصة مع شعبية الانترنت ، وتطور تكنولوجيا المعلومات والتي جعلت الناس يحصلون على قدر كبير من المعلومات بشكل أسرع أكثر مما سبق ، كل هذا جعل ضرورة توجيه الناس بخطورة المعلومات الضارة وبناء جسر من الثقة مع هؤلاء الأفراد والتحكم في منع انتشار الشائعات (2) .

#### دراسة (Alton Y. K Chua and Etal , (2017)

وموضوعها إعادة إرسال الشائعات وتصحيحها على تويتر، هدفت هذه الدراسة إلى دراسة العلاقة بين مصدر المصدر ورسالة المعقولة ونوع الرسالة شائعات أو تصحيح شائعات وتوصلت الدراسة إلى أن مصداقية المصدر ورسالة المعقولة ترتبط مع إعادة إرسال الشائعات بعد تصحيحها ، علاوة على ذلك نوع الرسالة يتوسط العلاقة بين المصدر والمصداقية وإعادة الإرسال (3)

#### دراسة (Greta Elizabeth Cunningham (2017)

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الناس حينما يتشككون في المعلومات التي يتلقونها من خلال الانترنت ومواقع التواصل ويشعرون أنها شائعات فإنهم يلجأون إلى وسائل الإعلام التقليدية للتأكد من هذه المعلومات (4).

#### دراسة (Chaitanya Kaligotla (2017)

هذه الدراسة تبحث في ديناميات التواصل على منصات مواقع التواصل الاجتماعي خاصة ما يتعلق بانتشار الشائعات ، وأثبتت هذه الدراسة ان هناك شائعات كاذبة تبث بشكل عمدي ولأغراض خبيثة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تسببت في وجود أضرار كبيرة وهناك بعض المتعلقة بالدقة والحجم وسرعة الوصول والنفوذ على مواقع التواصل والتي ساعدت بدورها في انتشار الشائعات على مواقع التواصل (5).

#### دراسة (XiaoyanQiu, LaijunZhaob & Etal (2017)

وتمت دراسة نمذجة انتشار الشائعات بعد إنشاء نظرية الشبكات المعقدة. وفي الوقت نفسه، تم تطوير نماذج انتشار الشائعات بإضافة متغيرات جديدة. على سبيل المثال ، تم دمج آلية النسيان في انتشار الشائعات. وتقدم هذه الدراسة ثلاث وظائف لوصف

سلوكيات الانتشار المعتمدة على الوقت (أي آلية الانتشار وآلية الخنق stifling وآلية النسيان)، ودمجها في نموذج نشر الشائعات ، لقد أثبتنا أن الجمع بين السلوكيات الثلاثة المتغيرة الانتشار يوفر قدرة توسع أسرع وأكبر. ويتسم هيكل الشبكة بأهمية كبيرة في ديناميات انتشار الإشاعات ، ونظرا لظهور منصات الشبكات الاجتماعية مثل رنرن، ويبو، تويتر، الفيسبوك، جوجل، يوتيوب، وما إلى ذلك، كانت تكلفة إنتاج الشائعات وانتشارها بشكل منخفض (6).

#### دراسة Liang'an Huo and Etal (2017)

وبحثت هذه الدراسة تأثير نوعين من الوسائل الإعلامية لانتشار الشائعات من خلال التغطية الإعلامية ووسائل الإعلام 2 وقسمت عينة الدراسة إلى ثلاث مجموعات 1- الناس الذين لا يعرفون الشائعات 2- الناس الذين يعرفون الشائعات وينشرونها 3- الناس الذين يفقدون القدرة على نشر الشائعات وتوصلت الدراسة إلى أن الناس الذين لا يعرفون الشائعات و الناس الذين يفقدون القدرة على نشر الشائعات يفضلون التعامل من التغطية الإعلامية ، والناس الذين يعرفون الشائعات وينشرونها يفضلون التعامل مع وسائل الإعلام 2 . (7)

#### دراسة Tomer Simon and Etal (2017)

بحثت هذه الدراسة الآثار الايجابية لانتشار الشائعات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الواتس آب ، وطبقت الدراسة على عينة قوامها 419 مفردة ، وكان من بين المستطلعين 57% من الإناث و 43% من الذكور ، وتوصلت الدراسة إلى أن 92% من أفراد العينة يستخدمون الواتس آب ، و 72% يستخدمون الفيس بوك ، و 85% من أفراد العينة يستخدمون الواتس آب بديلا عن الفيس بوك للحفاظ على لمسة مع أسرهم ، كما ان الواتس من وجهة نظرهم أكثر مصداقية من الفيس بوك وأكد ذلك انه تم نشر شائعة من خلال الواتس بخصوص اختطاف مجموعة من الشباب البالغين ، وتم التحقق من صدق 9 شائعات ، كما ان الواتس من وجهة نظرهم أكثر أمانا وأكثر خصوصية لمناقشة وتبادل الشائعات دون التعرض لخطر الملاحقة القانونية من الشرطة (8).

#### دراسة Jing Ma and Etal (2017)

بحثت هذه الدراسة انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتعزيز الاجتماعي " الآثار الايجابية والسلبية " لانتشار الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي وأشارت نتائج الدراسة إلى انخفاض عامل التعزيز الايجابي لانتشار الشائعات وزيادة السلبية التي تتطلب قمع انتشار الشائعات بشكل فعال من خلال تحليل الخصائص الطبوغرافية للشبكات الاجتماعية في العالم الحقيقي (9).



### دراسة (2017) Ling-Ling Xia a & Etal

موضوع هذه الدراسة النظر في آلية تردد نشر الشائعات في الشبكات الاجتماعية المعقدة ، وقارنت الدراسة بين نوعين من الشبكات في انتشار الشائعات شبكة (BA) وشبكة (WS) وتوصلت الدراسة إلى أن شبكة (BA) أسرع بكثير في انتشار الشائعات من شبكة (WS) وأكدت هذه الدراسة انه لكي يتم الحد من انتشار الشائعات يجب على وسائل الإعلام أن تنشر الحقيقة الكاملة والمعلومات الدقيقة ، واقترحت هذه الدراسة آلية للحد من انتشار الشائعات وكيفية التعامل معها ودحضها (10).

### دراسة (2017) Jiajia Wang,a,b

بدأت دراسات نماذج انتشار الشائعات من الستينيات حيث أن عملية انتشار الشائعات مشابهة جدا لعملية نشر الفيروسات ، لأن النماذج الحالية من انتشار الشائعات هي في معظمها مشتقة من نماذج الأمراض المعدية . طبقت هذه الدراسة نموذج SIRaRu لانتشار الشائعات ، توصلت الدراسة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي تؤدي إلى سرعة انتشار الشائعات ، كما أن الشائعات الأكثر مصداقية أقل تأثيرا .

كما درست هذه الدراسة متغير " النسيان " وتوصلت إلى أن مع مرور الوقت تستطيع شبكات التواصل الاجتماعي في زيادة سرعة انتشار الشائعات حتى تصل إلى الذروة ، ثم تنخفض إلى الصفر مما يؤدي إلى إنهاء الشائعات ، وقدمت هذه الدراسة إستراتيجية فعالة للتحصين العشوائي والتحصين المستهدف ضد الشائعات (11).

### دراسة (2017) Laijun Zhao

موضوع هذه الدراسة " نموذج SIR لانتشار الشائعات في عصر وسائل الإعلام الجديدة " استطاعت هذه الدراسة وضع مخطط تدفقي لقياس عملية نشر الشائعات من خلال نموذج SIR ، وبتطبيق هذا النموذج لانتشار الشائعات وجدت الدراسة أن وسائل الإعلام الجديدة ومنها على سبيل المثال المدونات الصغيرة micro blogging ساعدت على انتشار الشائعات بشكل أسرع وأوسع مما سبق من خلال نموذج SIR. كما قارن هذا النموذج بين انتشار الشائعات في كلا من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ، ووجد أن وسائل الإعلام الجديدة تجعل الشائعات تنتشر بشكل أسرع ، وهذا يعطي الشائعات فرصة لتنتشر على نطاق واسع وفي وقت قصير (12).

### دراسة (2017) Qin Wang,a,c,

تأثير إعلام السلطات على نشر الشائعات في حالة الطوارئ ، توصلت هذه الدراسة إلى أن انتشار الشائعات يزداد في حالات الطوارئ ، وهنا يجب أن يكون تدخل السلطات بالمعلومات الضرورية لتجنب نشر الشائعات ، ومصداقية إعلام السلطات عامل ضروري يؤثر بشكل كبير على نشر الشائعات في حالات الطوارئ ، حيث أوضحت الدراسة أن انخفاض مستوى المصداقية في إعلام السلطات سوف يسبب

الذعر على نطاق واسع ، وهنا يجب على السلطات أن تختار وسائل الإعلام المناسبة التي تساعد على كشف الحقيقة للجمهور واتخاذ كافة التكنيكات المناسبة والتدابير المضادة ذات الصلة لمنع انتشار الشائعات وبالتالي تخف حدة الشعور بالذعر (13).

#### دراسة (Liming Zhao 2017)

واستخدمت هذه الدراسة نظرية السلوك المخطط ونموذج تفعيل القاعدة ، وأدمجت هذه الدراسة نظرية السلوك المخطط ونموذج تفعيل القاعدة في نموذج واحد نظري وأكدت نتائج هذه الدراسة على أهمية الدمج بين النظرية والنموذج واستطاعت من خلالها التوصل إلى العوامل التي تؤثر على سلوك الناس في مكافحة شائعات مواقع التواصل الاجتماعي (14).

#### دراسة (Liming Chen 2015)

وموضوع هذه الدراسة التحكم والسيطرة على الشائعات على الانترنت ودور ممارسي العلاقات العامة للتعامل مع الشائعات ، حيث غيرت الانترنت من طريقة تبادل المعلومات وإرسالها في أي وقت وفي أي مكان ، وهذه الدراسة تبحث فيما إذا كان ممارسي العلاقات العامة على وعي بشائعات الانترنت ، وهل لديهم القدرة للتعامل معها ، وتوصلت الدراسة إلى ممارسي العلاقات العامة المحترفين على وعي بالشائعات ويستطيعون ممارسة وتطوير طرق جديدة للسيطرة على الشائعات (15).

#### دراسة (Prashant Bordia 2014)

وموضوعها " حل مشكلة التفاعلات الاجتماعية من خلال شائعات الانترنت وإدراكها اجتماعيا ، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن هناك 14 نوعا من التفاعلات التي تحدث من خلال شائعات الانترنت ، وهي أن الشائعات ليست في أغلبها سرد سلبي لرواية وإنما هي محادثة غنية تنطوي على تأكيد فكرة أن الشائعات يتم من خلالها تبادل الأفكار والآراء ووجهات النظر ، وهي مقترحات يحاول الناس من خلالها إقناع بعضهم البعض ، وغالبا ما تدعمها التجارب الشخصية والتقارير الإعلامية ، وفي سياق هذه الشائعات يعبر الناس عن مخاوفهم وقلقهم وآمالهم (16).

#### دراسة (Wu Hao 2011)

وموضوع هذه الدراسة فك ظاهرة غضب الشباب الناتجة عن شائعات الانترنت في الطوارئ العامة ، وتوصلت الدراسة إلى أن شائعات الانترنت تتزايد وقت الأزمات العامة الغير متوقعة ، وأن هذه الظاهرة الثقافية الفريدة والعميقة - شائعات الانترنت - كان لها تأثير سلبي على الاستقرار المجتمعي والسياسي وتسببت في ضرر هائل للتنمية . انتقد الشباب الغاضب بشدة التفكير الاستبدادي وأوجه القصور التي تجلى من قبل الحكومة في عملية إدارة الأزمات ، ولم يكن للجمهور أي وسيلة لمعرفة أحدث التطورات خلال حالات الطوارئ هذه ، في مثل هذه الأوقات ، أخذ الشباب الغاضب على عاتقهم القيام بهذا الدور من مراسلي الأخبار المخصصة أثناء نقل الأخبار (17).

### دراسة (2011) Christina Murray

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الطلاب الجامعيين وأعضاء هيئة التدريس يستخدمون التكنولوجيا الرقمية DMT في ألفية الشائعات وأن أعضاء هيئة التدريس يستخدمون هذه التكنولوجيا أكثر من الطلاب في الاستخدام العام ، استخدام للتعليم ، 3. السبورات الذكية ، إشباع احتياجاتهم من المصادر التعليمية ، الشبكات الاجتماعية ، مهارات الويب المركزية ، والتعامل مع المكتبة ، وهذه التكنولوجيا تجعلهم أكثر قدرة على مواجهة الشائعات والتعامل معها (18).

### دراسة (2010) Benjamin Doerr ,Mahmoud Fouz

وموضوعها تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار الإشاعات . "حيث قامت هذه الدراسة بالبحث في تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في تويتر وفيسبوك وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي حيث وصلت آخر إحصائية للمشاركين في التويتر وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي من 45.6 مليون إلى 51.2 مليون، وبينت مدى تأثير الشائعات على اندلاع الثورات في بعض الدول العربية، وأعمال الشغب في لندن وأن هذه المواقع تنقل المعلومات بطريقة سريعة جداً وبين مجموعات قد تكون في ظاهرها غير متجانسة إلا أنها لا بد أن تجمع بينهم قواسم مشتركة من الاهتمامات، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي حيث قام الباحث بنشر شائعة وتتبعها بين المجموعات بشكل رياضي لوجاريثمي واستخدمت الدراسة الشكل الرياضي والذي قام بتصميمه كل من بارباصي وألبرت واستنتجت الدراسة أن هنالك مواقع تسري فيها الشائعة أكثر من غيرها من المواقع الأخرى. (19)

### دراسة (1991) Kimmel,A.J., and Keefer,R

عن العوامل التي تؤثر في سلوك نشر الإشاعات عبر الإنترنت ، وتم استخدام النظرية المعرفية العاطفية و عدة نظريات نفسية أخرى واستتبقت الدراسة منها إطاراً نظرياً لتفسير السلوك الذي يحكم انتشار الإشاعات عبر الإنترنت ، وكان المنهج التجريبي هو المستخدم في هذه الدراسة ، وتم تصميم مقياس وسؤال المشاركين في البحث عن إشاعة انتشرت في الإنترنت ، وكيف كان سلوك كل من سمعها حينذاك ؟وأوضحت الدراسة أن الإنترنت غير من طريقة انتشار الإشاعة فبعد أن كانت عن طريق السمع أصبحت عن طريق النظر عبر قراءة الرسائل، ونتيجة لهذا التغيير تم استهداف العديد من الأشخاص والمؤسسات وإلحاق الضرر بسمعتهم عن طريق هذه الرسائل ، مثال ذلك الإشاعة التي انتشرت عن شركة نايكي "NIKE" الرياضية أنها كتبت اسم الجلالة الله على الأحذية التي تنتجها وتم مقاطعة الشركة من قبل المسلمين رغم عدم صحة الإشاعة ، وأكدت الدراسة في مخرجاتها علي أن نظرية لازورس المعرفية العاطفية في تطبيقها علي هذه العينة صحيحة ، وان الخلفية المعرفية هي التي تحدد ما إذا سوف يكون سلوك الفرد تجاه الإشاعة الرفض أو التصديق حيث

تولد الأفكار عواطف ومشاعر تجاه الحدث والعواطف بالتالي تؤثر في السلوك والاتجاه (20).

### الدراسات الخاصة بالتربية الإعلامية

دراسة (Stephanie Craft (2017)

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على التربية الإعلامية الإخبارية في ضوء نظرية المؤامرة التي تزدهر في المشهد الإعلامي الرقمي ، والذي تتاح فيه كمية كبيرة من المعلومات والأخبار أكثر من أي وقت مضى ، خاصة وأن مواقع التواصل الاجتماعي تساعد على انتشار الشائعات ، والتي من خلالها يصعب على الجمهور أن يميز بين الأخبار السيئة والجيدة ، وهو ما يدعو إلى زيادة تعليم التربية الإعلامية .

### النتائج

وتوقعت فرضيات الدراسة أن أولئك الذين لديهم NML أعلى من المرجح أن يكونوا أكثر تأييداً لنظرية التآمر ، اختبرت الدراسة هذه الفرضية باستخدام التسلسل الهرمي والانحدار الخطي على وجه التحديد، وتم تسجيل نوعين من الانحدارات، أحدهما يتنبأ بتأييد نظرية التآمر والنظريات المرتبطة بالمنظور الليبرالي (21).

دراسة (Etal ( 2016 ) & Fong-ching Chang

موضوع هذه الدراسة : تعرض المراهقين لوسائل الإعلام والتربية الإعلامية ، طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها 2992 تم سحبهم من 26 مدرسة ثانوية ، بما يعادل 52% من الذكور و48% من الإناث ، وأشارت نتائج التحليل إلى أن الطلاب الذين يستخدمون مهارات التربية الإعلامية أثناء تعرضهم لوسائل الإعلام كانوا أقل عرضة لاستخدام الكحول والتبغ من أولئك الذين لا يستخدمون مهارات التربية الإعلامية (22).

دراسة (Richard Wallis & David Buckingham (2013)

توصلت هذه الدراسة إلى أن مشروع التربية الإعلامية في وسائل الإعلام لا يزال موضوع نزاع إلى حد كبير منذ أن كانت مقترح إلى أن أصبحت مدرجة ضمن قانون الاتصالات لعام 2003 في المملكة المتحدة ، توصلت الدراسة إلى أن التربية الإعلامية يجب أن تكون مشروعاً تعليمياً أساسياً قائم على التعاون مع المدارس والمعلمين لحماية الأطفال وتعليمهم مهارات التربية الإعلامية عندما يتعرضون لمشاهد العنف ، والمشاهد الحرجة بصفة عامة ، وبدأت هذه الفكرة بتطبيق "الحملة الوطنية" للتعليم الإعلامي قد انخفضت بشكل كبير لتصبح مجموعة محدودة من الواجبات الإضافية المسندة إلى هيئة تنظيمية واحدة مع عدم وجود المسؤولية القانونية

عن التعليم على الإطلاق ، وهو ما أدى إلى تعزيز وجود التربية الإعلامية، واعتبارها نوعاً من الإقناع الأخلاقي (23).

دراسة (Paul Mihailidis<sup>1</sup> and Benjamin Thevenin (2013)

موضوع هذه الدراسة التربوية الإعلامية جوهر المواطنة وتشاركية الديمقراطية ، وتوصلت الدراسة إلى التربية الإعلامية بما تتيحه من فرص جديدة ومبتكرة لتعليم المشاركة السياسية من خلال منصات وتكنولوجيات الإعلام الجديدة فإنها تعتبر وسيلة أساسية للمواطنة وتشاركية الديمقراطية ، كما توصلت الدراسة إلى أن التربية الإعلامية الرقمية تستطيع أن تدمج بين نماذج جديدة من المشاركة والمواطنة والسياسات التشاركية وتضعها في إطار كفاء ونشط يخدم تشاركية المواطنة (24).

دراسة (TESSA JOLLS ELIZABETH THOMAN (2013)

توصلت هذه الدراسة إلى أن مفهوم التربية الإعلامية كانت تستخدم منذ 20 عام لتعليم الأطفال تحليل الإعلانات والبيث التليفزيوني بصفة عامة ، ولكن بعد ظهور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أصبح الناس بحاجة شديدة لتطبيق التربية الإعلامية خاصة مهارة التفكير النقدي التي تمكنهم من تحليل المعلومات ، وفهم الأفكار الجديدة واتخاذ القرارات السليمة وحل المشكلات ، ولكي يتحقق ذلك يجب عليهم تحديث معارفهم ومهاراتهم بشكل مستمر ومستقل مدى الحياة (25).

دراسة

تطوير الأخبار : مقياس التربية الإعلامية

- ملكية الصحف تؤثر على المضمون الإعلامي المنتج .
- اختيار القصص على أساس ما سيجذب أكبر جمهور.
- مصادر الأخبار تعكس القيم السياسية الخاصة بهم
- الناس تفضل الأخبار التي تتناسب مع معتقداتهم .
- قد يشاهد شخصان نفس الخبر الإخباري ويختلف معلومات كلا منهم عن هذا الخبر.
- الناس يتأثرون بالأخبار سواء كانوا يدركون ذلك أم لا.
- التغطية الإخبارية للمرشح السياسي سوف تؤثر على رأي الناس تجاهه .
- تم تصميم الأخبار لجذب انتباه الجمهور .
- تقنيات الإضاءة يمكن استخدامها للتأثير على المشاهد لجعل بعض الأخبار تبدو جيدة أو سيئة .

- تقنيات الإنتاج يمكن استخدامها للتأثير على المشاهد .
- عند التقاط الصور، يقرر المصورون ما هو أكثر أهمية .
- هناك أخبار تجعل الأمور أكثر دراماتيكية مما هي عليه حقا.
- من المرجح أن تظهر قصة إخبارية تحتوي على صور جيدة في الأخبار.
- من المرجح أن تكون قصة الصراع أكثر وضوحا.
- التزام الصحفي الأول هو الحقيقة. (26)

#### دراسة Buckingham, David(2013)

وأوصت دراسته بأننا يجب أن نعلم أولادنا مهارات التربية الإعلامية لأنهم يقضون أوقات كثيرة أمام وسائل الإعلام الحديثة أكثر من أوقات نومهم ومذاكرتهم ، وهذه النقاط تقودنا إلى الأهمية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية لوسائل الإعلام الجديد في المجتمعات الجديدة ، ولذا يمكن أن نوظف هذه الميديا الجديدة لتكون عامل قوة لكي تدفعنا أن نكون وجهات نظرنا تجاه العالم (27).

#### دراسة شريفة رحمة الله سليمان (2013)

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن الوسائل التكنولوجية الاتصالية ذات الطابع التعليمي تساعد على استيعاب المقررات والمهارات الطلابية المفيدة في استخدامها بشكل صحيح وأوصت الدراسة بضرورة تدريب المعلمين لتوضيح مفاهيم التربية الإعلامية في ثنايا مقرراتهم وتوفير وظيفة منسق إعلامي يقوم بالدور التوجيهي للهيئة التدريسية (28).

#### دراسة Hans(2013)

وطبقت على عينة قوامها "277" خريجا من خريجي الكليات الخاصة بالتعليم التمهيدي والمتوسط والعالي ، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك كفاءة لدى أفراد العينة في توظيف مهارات التربية الإعلامية ، خاصة مهارة المعرفة ، ومهارة فهم الرسالة ، ومهارة تحليل الرسالة كما توصلت الدراسة إلى أن هناك كفاءة لدى أفراد العينة في توظيف مهارات التربية الإعلامية خاصة على الانترنت أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى (29).

#### دراسة TaskinInan&TuranTemur(2012)

وبحثت هذه الدراسة مستويات التربية الإعلامية للمعلمين المتوقع أن يقوموا بتدريس منهج التربية الإعلامية بكفاءة في تركيا وقد استهدفت الدراسة بحث مستويات التربية الإعلامية لدى الأساتذة المحتمل أن يقوموا بتدريس هذا المقرر ، وشملت الدراسة (480) معلما من تخصصات مختلفة مستعدون لتدريس ذلك المقرر وقد انتهت

الدراسة في نتائجها إلى ما يلي : أن المعلمين لديهم مستوى منخفض من ردود الفعل تجاه الرسالة الإعلامية ويحتاجون إلى صقل خبراتهم ومعارفهم ويفضل أن يتم الإعداد الجيد لمن يقوم بهذه المهمة المتميزة -لم تكن درجة ثقافة المعلمين حول التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على الجمهور<sup>(30)</sup> .

دراسة ( Brian O'Neill 2010 )

موضوع هذه الدراسة الخطاب المهيمن لسياسة التربية الإعلامية والذي يركز على أخلاقيات الإعلام في البيئة الإعلامية الرقمية يجب أن يضم المواطنين الضعفاء مثل الأطفال والشيوخ ، وهو حق أساسي من حقوق الإنسان ، خاصة في هذا العالم الرقمي ، وهذا الحق مثل الحق في الحصول على المعلومات والحق في الاتصال والتواصل ، والحق في الخصوصية<sup>(31)</sup> .

دراسة ( Tibor Koltay 2011 )

موضوع هذه الدراسة الإعلام والتربية الإعلامية والرقمية

إن ظهور التكنولوجيات الرقمية خلق الوعي بأهمية التربية الإعلامية النقدية تجاه الرسائل الإعلامية ، حيث أصبحت المعلومات متوفرة بكميات كبيرة لا يمكن تصورها وتنوعها ، وفي ضوء هذا التعدد في المعلومات الإعلامية ، لم يكن هناك سوى طريقة واحدة للتعامل مع هذه القضايا ، وهي استخدام المزيد من الأدوات الرقمية في هذا العالم الافتراضي الذي ينتج هذه المعلومات .

وتوصلت الدراسة إلى انه يجب :

- 1) يجب أن يهدف تعليم محو الأمية الإعلامية إلى حماية الأطفال والشباب من التأثيرات السلبية على وسائل الإعلام .
- 2) يجب أن يكون الإنتاج الإعلامي سمة أساسية من سمات تعليم التربية الإعلامية .
- 3) يجب أن تركز محو الأمية الإعلامية على نصوص الثقافة الشعبية .
- 4) يجب أن يكون للتربية الإعلامية جدول أعمال سياسي و / أو أيديولوجي أكثر وضوحا .
- 5) يجب أن تركز محو التربية الإعلامية على البيئات التعليمية من الروضة إلى الجامعة .
- 6) يجب تدريس التربية الإعلامية كموضوع متخصص أو مدمج في سياق المواضيع القائمة .
- 7) يجب دعم مبادرات التربية الإعلامية ماليا من قبل المؤسسات الإعلامية<sup>(32)</sup> .

### دراسة Scher, Alan Benjamin (2011)

والتي حاولت إصلاح وسائل الإعلام بالتدريب على التربية الإعلامية الناقدة ، وهدفت الدراسة إلى تقديم نظرة ثاقبة على الجهود المبذولة لتنفيذ التربية الإعلامية الناقدة على الأطفال في المرحلة الابتدائية من خلال حقائب تعليمية إعلامية تقدم في إطار تربوي مكثف ومناهج دراسية مقننة ، وتوصلت الدراسة إلى أن الحقيبة التعليمية التي تعرض لها التلاميذ حول فترة تطبيق الدراسة لعبت دورا مهما وحاسما في بناء اللبنة الأولى اللازمة والضرورية للطلاب في فهم وسائل الإعلام من منظور نقدي ، وقدمت الحقيبة التعليمية فرصا ملموسة بتمكين التلاميذ لطرح أسئلة نقدية حول وسائل الإعلام ساعدتهم بشكل كبير في فهم الإعلام (33).

### دراسة Tao papaioannou (2011)

وتستهدف الدراسة التعرف على دور التربية الإعلامية في تحسين المعرفة الإعلامية لدى الشباب من خلال استخدامهم لمواقع التواصل وقياس الكفاءات الفردية بواسطة ثلاثة متغيرات وهي المهارات الفنية للإعلام واستخداماته ، المهارات النقدية المفاهيمية ، والقدرات التواصلية ، واستخدم الباحث عينة عشوائية قوامها 300 طالب تتراوح أعمارهم ما بين 14-19 عام ، وأوضحت النتائج ما يلي : -غالبية الطلاب يتمتعون بمهارات فنية مكنتهم من استخدام عددا من التطبيقات الأساسية على الفيس بوك . - نسبة ليست قليلة من الطلاب اثبتوا امتلاكهم لمهارات متعددة في إجراء بحث نقدي وتقييم المعلومات المختلفة التي تنشرها وسائل الإعلام مما يسفر عن درجة عالية من الوعي بالأنظمة الإعلامية والمعرفة بالتربية الإعلامية (34).

### دراسة رشا عبداللطيف (2011)

واستهدفت التعرف على معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في التعامل مع المضامين التليفزيونية في المجتمع المصري ، وجرت الباحثة دراسة ميدانية على عينة قوامها 200 مفردة من الخبراء في الإعلام والتربية والإعلام التربوي والإعلام المدرسي وعلم النفس وعلم الاجتماع وأهم ما بينته نتائج الدراسة :- أن جميع الخبراء وافقوا على أن هناك حاجة بالمجتمع المصري للتربية الإعلامية ، وفي مقدمة المعايير جاء معيار إدراك أن وسائل الإعلام لها تأثيرات على الفرد والمجتمع التي يجب أن تستند إليها التربية الإعلامية ، ثم معيار التفكير النقدي لما تبثه وسائل الإعلام - وعن الأهداف التي يجب أن تسعى إليها التربية الإعلامية جاءت تنمية مهارات التفكير النقدي للجمهور في المقدمة ثم تحصين النشء والمراهقين من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ثم مراعاة المسؤولية الاجتماعية عند معالجة الرسالة الإعلامية (35).



### دراسة Sarah Bordac (2010)

وتوصلت هذه أن الطلاب عينة الدراسة لديهم مستويات مرتفعة من مهارات التربية الإعلامية ، وان لديهم القدرة على تنمية وزيادة تفاعلهم مع مضمون وسائل الإعلام بشكل نقدي يكشف عن مهارات متقدمة لديهم في التعامل مع مضمون وسائل الإعلام – كشفت آراء أعضاء هيئة التدريس عن مجموعة من المهارات التطبيقية التي يجب العمل على تطويرها عند الطلاب الجامعيين والتي تشمل مهارات الإنتاج الإعلامي ، وتضمن عناصر الخطاب الإعلامي والقدرة على التعرف على أنماط وسائل الإعلام بالإضافة إلى تطوير مهارات الاستقراء والاستنباط لدى الطلاب (36).

### دراسة Hans Schmidt (2010)

حول رؤية الطلبة وأعضاء هيئة التدريس بالجامعات نحو التربية الإعلامية ، وتم جمع بيانات الدراسة من خلال لقاءات مع ستة عشر عضواً من أعضاء هيئة التدريس و(406) طالب وطالبة من أربع فرق جامعية في جامعة بنسلفانيا وقد أظهرت النتائج :- أن الطلاب كانوا على اتصال بشكل غير دائم مع أنشطة الإعلام – أكد الطلاب على الاحتياج المستمر لتعلم صناعة الرسائل الإعلامية – أكد أعضاء هيئة التدريس أن الطلبة نادراً ما يتصلون بأنشطة الإعلام ويفتقروا لمهارات الإعلام الضرورية ونادراً ما تحتوي مناهجهم التعليمية على مادة أو جزء خاص بصناعة الإعلام (37).

### دراسة Jordana Kathleen Burson (2010)

وهدفت إلى قياس التربية الإعلامية بين طلاب الصحافة وقد أجريت الدراسة على 655 طالبا في جامعة ميدويسترن ، وعن توصيف العينة فان حوالي 43% من الطلاب كانوا من طلاب الصحافة والإذاعة وبقية العينة من تخصصات أخرى ، وقد أظهرت نتائج الدراسة:- أن الطلاب في قسم الصحافة سجلوا أعلى الدرجات في الاستفتاء الخاص بالتربية الإعلامية من زملائهم في التخصصات الأخرى – ثبت وجود فروق دالة إحصائية بين طلاب قسم الصحافة وبين غيرهم فيما يتعلق باستخدام وسائل الإعلام والانهماك والاستغراق فيها عند استخدامها واتجاهاتهم نحو التربية الإعلامية – ثبت وجود فروق بين طلاب الصحافة وزملائهم في التخصصات الأخرى في الطريقة التي يتم بها استخدام وسائل الإعلام لأغراض خاصة بالبناء الاجتماعي (38).

### دراسة Donnelly, Katie, Simile (2008)

موضوع هذه الدراسة تشاركية التربية الإعلامية من خلال الموقع <http://www.The-N.com> يقدم للمراهقين مجموعة متنوعة من المنتديات التي يمكنهم فيها التفاعل مع وسائل الإعلام ومع بعضهم البعض، بما في ذلك لوحات الرسائل، والألعاب، والمسابقات، وحلقات الويب الحصرية ، وكثير من البرامج

المفضلة لديهم. في حين أن الهدف الرئيسي ل N ليس التربية الإعلامية . فإن العديد من ميزات الموقع تتيح للمراقبين والبنين فرصة المشاركة النشطة، يمكن للمستخدمين اكتساب مهارات التربية الإعلامية<sup>(39)</sup> دراسة *Anandam P. Kavoori (2007)*

هذه الدراسة اقترحت مشروع للتربية الإعلامية ، حيث تم تصميم موقع شبكي لمشروع " تليفزيون التفكير " وتم تصميم هذا المشروع وإنتاجه من قبل الطلبة ليمدنا بالتفاصيل التي تعرض التطورات التي حدثت على مدار الست سنوات ، وكان هذا الموقع يعرض ملخصات لمواضيع ورسومات شخصية وكان هذا الموقع بمثابة مجلس يتناقش الطلاب من خلاله في كل ما يتعرضون له على الانترنت ، وحقق هذا المشروع نجاحا هائلا للتربية الإعلامية<sup>(40)</sup>.

دراسة *Erica Weintraub Austin&Etal*

تبحث هذه الدراسة مفارقة في النتائج المتعلقة بآثار التربية الإعلامية ، التدريب على صنع القرار لدى المراقبين حول تعاطي التبغ ، وجدت أن التدريب على التربية الإعلامية تجاه مضامين الاعلانات في وسائل الإعلام خفضت بنجاح التأثيرات السلبية للاعلانات ، وتؤكد نتائج الدراسة أن التربية الإعلامية غيرت من طريقة تفكير المراقبين، وأدت إلى زيادة الوعي بالجهود التي يبذلها المعلنون لإنتاج صور جذابة مصممة لبيع المنتجات والخدمات. هذا الوعي يقلل أو يزيل التأثير . لأن هذا التحليل يشير إلى أن الأفراد قد تستجيب لأسئلة المسح بشكل مختلف اعتمادا على مستوى مهاراتهم أو مشاركتهم ، تشير النتائج قضايا مهمة تتعلق بقضايا المصادقية<sup>(41)</sup>.

دراسة *WILLIAM G. CHRIST(2004)*

تقييم مستويات التربية الإعلامية والتعليم العالي ، وهدفت هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية :

هل التربية الإعلامية تعني معرفة الصناعات الإعلامية؟ معرفة المضامين الإعلامية ؟ الجماهير؟ هل تعني أن تكون قادرة على إنتاج محتوى وسائل الإعلام؟ أم هل تعني كل ما سبق؟ وتوصلت الدراسة إلى أن تقييم برامج التربية الإعلامية ليس بالأمر السهل ، ويتطلب نقلة نوعية وليكن البدء المثمر بأعضاء هيئة التدريس الذين يستطيعون تقييم طلابهم وتعليمهم كيفية التعامل مع وسائل الإعلام<sup>(42)</sup>.

دراسة *RENEE HOBBS (2004)*

قدمت هذه الدراسة مبادرة لإدخال برامج التربية الإعلامية في 15000 مدرسة بالولايات المتحدة الأمريكية ، لتعليم الطلاب الممارسات التعليمية والبنائية لتحليل مضامين ورسائل الإعلام ، وتطبيق ممارسات التربية الإعلامية ، والتي تعني القدرة

على الوصول للمعلومات وتحليلها وتقييمها ، وأكدت هذه الدراسة على أن التربية الإعلامية ليست فقط تحليل وتقييم رسائل الإعلام وإنما القدرة على إنتاج مضامين إعلامية ، وبالفعل نجحت هذه المبادرات في تدريب الطلاب على برامج التربية الإعلامية (43).

دراسة *Thoman .E (1999)*

وتوصلت دراسته إلى أن هناك ثلاث خطوات ناجحة لتحقيق وتفعيل مهارات التربية الإعلامية وهي :

- 1-الاستخدام الواعي والمتوازن لرسائل الإعلام واختيارها بعناية ودقة .
- 2- تحليل رسائل الإعلام وتحليل الخلفيات الثقافية والسياسية والاجتماعية و التي تكون وراء النص .
- 3-إنتاج محتوى جيد ومبدع والتفاعل مع قضايا ومشكلات المجتمع (44).

دراسة *دوغلاس كيلنر وجيف شير*

وتوصلت دراسته إلى أن التربية الإعلامية في بيئة الإعلام الجديد المتعدد الوسائط تحتل موقعا لم تشهد له أهمية في السابق ، لن الناس بحاجة إلى التدقيق بشكل نقدي والبحث في كم هائل من المعلومات ، الأمر الذي يسلب الضوء على تطوير مهارات القراءة والكتابة على سبيل المثال المناقشات عبر الانترنت وغرف التحادث والبريد الالكتروني والمدونات الالكترونية والويكي ، وغيرها من المنتديات الالكترونية تتطلب مهارات الكتابة التي تعيد التركيز على أهمية الوضوح والدقة (45).

مدى الاستفادة من الدراسات السابقة

استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة فيما يلي :

1-الجانب المنهجي : استفادت الباحثة من المناهج والأدوات التي استخدمتها الدراسات السابقة فمن بين المناهج البحثية اختارت الباحثة منهج المسح الإعلامي كمنهج مناسب لطبيعة الدراسة للوصول إلى أكبر قدر من المعلومات حول موضوع الدراسة ، فتعرفت الباحثة على كيفية تطبيق الخطوات العلمية اللازمة للاستفادة من المناهج المستخدمة .

وعلى مستوى الأدوات البحثية استفادت الدراسة في التعرف على المقابلات وحلقات النقاش بوصفها أدوات تساعد في جمع البيانات والمعلومات بطريقة منهجية للوصول إلى النتائج الخاصة بالجانب الميداني .

كما استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في التعرف على أنواع العينات التي يمكن اللجوء إليها لتحقيق التمثيل الأمثل لجميع مفردات المجتمع البحثي .

## الإطار النظري

### أولا : نظرية الشبكات الاجتماعية كإطار نظري تفسيري

من منطلق أن الشبكات الاجتماعية أصبحت تشكل واقعا اجتماعيا له مردوده على جميع كيانات المجتمع السياسية والاقتصادية والاجتماعية فان الوقوف على إطار نظري تحليلي أصبح أمر مهم لتفسير واقع الشبكات الاجتماعية ، واعتمد البناء الشبكي على دعامتين أساسيتين تتمثل الدعامة الأولى في قوة الروابط بين الأفراد والجماعات ، وتتفاوت قوة الروابط بالدوافع المختلفة لاستخدام الشبكات الاجتماعية ، فالدوافع الترفيحية تختلف عن الدوافع الاجتماعية التي تختلف بدورها عن الدوافع السياسية ، والدعامة الثانية تتمثل في مجالات الاهتمام المشترك بين الأفراد والجماعات مع ملاحظة دينامية العلاقات عبر الشبكات الاجتماعية إذ أنها من الممكن أن تضعف لأنها مرتبطة باهتمامات الأفراد التي ربما تتهاون في قوتها بما يؤثر على فاعلية الاعتماد المتبادل (46).

ويعد انتشار الشائعة من خلال شبكات التواصل الاجتماعي محاكاة لانتشار الشائعة بشكلها التقليدي، إلا أن

الاختلاف يكمن في الطبيعة البنائية لتلك الشبكات الضخمة. وقد وضع كل من (البرت وباراباسي) نموذجا يوضح انتشار الشائعة في شبكات التواصل الاجتماعية.

هذا النموذج يوضح انتشار الشائعات من خلال شبكات التواصل الاجتماعي وفقا لطوبولوجيا الشبكات

الاجتماعية، الذي مكن الشائعات من الانتشار بطريقة أسرع بكثير مما كانت عليه العديد من الشبكات ذات الاتصال الثنائي.

ولتفسير هذه الظاهرة توصلنا إلى أن هذه الشبكات تتكون من مجموعة من العقد الصغيرة المرابطة التي ترتبط بمحاور اكبر منها تتفرع منها تفرعات أخرى. ويعود هذا الأمر إلى التشابك في تكوين العلاقات والتواصل التي تتيح شبكات التواصل الاجتماعي. لذلك يوجد نموذجان من آليات نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهما:

**ثانيا : نموذج الدفع :** وهذا النموذج يرى أن كل عقدة تتاح لها أي معلومة يمكن أن تساهم في نشرها بشكل مستقل

وعشوائي للجهات المرتبطة بها. لذلك وضع بعض العلماء تساؤلا مهما مفاده:

كم عدد الدورات التي يمكن أن تأخذها الشائعة ليتم تمريرها لكافة العقد؟

وقد توصل عدد من العلماء بعد عمل المعالجات الرياضية إلى أن وقت نشر الشائعات هو المحدد المرتبط بكيفية انتشار الشائعات، فكلما كانت الشائعات مرتبطة بقضية ما داخل السياق الاجتماعي ويتزامن انتشارها مع وجود أزمة أدى ذلك إلى انتشارها بطريقة أكثر فعالية. ويظهر إثر الشائعات في الشبكات الاجتماعية بصورة أوضح لوجود بعض العقد (الأشخاص) الجاهلة التي تبحث باستمرار عن معلومات.

**ثالثاً : نموذج الدفع والسحب :** وفيه تعمل كل العقد على نشر المعلومات التي تمتلكها ليصبح هناك تبادل

للمعلومات مع من حولهم، إلا أن هذا النموذج يختلف ويؤثر على العملية الاتصالية بما يتناسب مع طبيعة الشبكة الاجتماعية. ويعد هذا الأسلوب الأفضل ضمن أساليب الاتصال الشخصي عن طريق رسائل الجوال والبريد الإلكتروني والاتصالات الموجهة الأخرى التي تسمح بها العديد من الشبكات الاجتماعية مثل تحديث الحالة، والتنبيهات والإخطارات الأخيرة التي يمكن أن تسجل في خط الزمن (47). وبناءً على ذلك نستطيع صياغة أطار تفسيري يوضح دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات ويدور حول عدد من القضايا التالية :

لقد بات واضحاً أن انتشار الشائعات بصورة واسعة في المجتمعات هو إحدى سمات عصر الثورة التكنولوجية وابتكار التقنيات الاتصالية الحديثة ، لأن كل شيء يدور في هذا العالم الافتراضي يتم التعامل معه على أساس أنه معلومة بغض النظر عن صحته أو خطئه .

ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات نتيجة لما تتميز به من خصائص مثل سهولة إعادة نشر المحتوى وسرعة إرساله للجماهير المختلفة. وفي ظل غياب المعلومات والأخبار الصحيحة والموثقة في القضايا التي تهم المجتمع تنتشر الشائعات التي تغلب عليها العاطفة والمبالغة أو السياسية التي تهدف لإثارة الفتن والبلبله .

لقد بات واضحاً أن شبكات التواصل الاجتماعي إحدى الأدوات التي يتم استخدامها بشكل سلبي في نشر الشائعات بدليل أن معدل انتشار الشائعات تتناسب طردياً مع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي ، حيث يلجأ مستخدمو هذه الوسائل في التخفي أو من خلال هويات غير حقيقية في نشر بعض الأخبار الكاذبة التي تجد رواجاً لدى كثيرين .

أسهمت الشبكات الاجتماعية بظهور أشكال جديدة للشائعات أبرزها : إما قصاصة ورقية من صحيفة ، أو مقطع فيديو، أو نشرة أخبار، وكذلك رسوم كاريكاتيرية. ومن ثم نقل هذه الشائعات إلى جمهور عريض في الوقت نفسه وبسرعة فائقة. ويعود هذا الأمر إلى الطبيعة البنائية للشبكات الاجتماعية .

استشرت الشائعات بسبب زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ، فالشبكة العنكبوتية غيرت من طبيعة الشائعة وطريقة نقلها وسرعتها فبعد أن كانت شفوية أصبحت مرئية ومعبر عنها فضائيا ، حيث يتم استغلال الفضاء التخيلي في صنع الشائعات ونشرها بأشكال متعددة من خلال الصورة والنص والحركة وإرسالها عبر مواقع النقاش دون قيود تذكر .

إن عدم توثيق الأخبار وصعوبة التحقق من صحتها وسلامة مصادرها قد أسهم في جعل شبكات التواصل الاجتماعي أداة فاعلة في يد كل من يريد بث ونشر شائعة ما في ظل صعوبة فرز الأخبار وسيولة المعلومات وسهولة تداولها ومن ثم تصديقها والاعتقاد بصحتها وبناء الأفكار والرؤى على أساسها .

#### رابعا : نظرية السلوك المخطط

وهي تعني نظرية الاختيار العقلاني من قبل المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي ، وتطبق نظرية السلوك المخطط على نطاق واسع ، حيث تشرح سلوكيات الأفراد في تعاملهم مع الانترنت وتكنولوجيا الإعلام الجديد ، وتحلل هذه النظرية سلوكيات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي ، وطرقهم في مواجهة الشائعات (48) وأثبتت هذه النظرية أن المواقف تؤثر بشكل كبير على تجاه الناس لأداء سلوكيات محددة على وسائل الإعلام الاجتماعية ، ووفقا لذلك فإن اتجاه مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية لمكافحة الشائعات. يتأثر بالروابط الاجتماعية القادرة على تعزيز انتشار الشائعات في حالات الطوارئ ، والتي تعني أن الناس يميلون إلى الوثوق بالمعلومات من معارفهم ، دون التحقق منها، وأنها تفعل ما يفعله الآخرون (49).

#### وتفترض هذه النظرية :

- 1- موقف الفرد تجاه الشائعة يؤثر ايجابيا على اتجاه مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية في مكافحة الشائعات في أوقات الأزمات الاجتماعية .
- 2- المعايير الذاتية تؤثر تأثيرا ايجابيا على اتجاه مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية في مكافحة الشائعات في أوقات الأزمات الاجتماعية .
- 3- السلوك المدرك يؤثر تأثيرا ايجابيا على اتجاه مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية في مكافحة الشائعات في أوقات الأزمات الاجتماعية .
- 4- السلوك المدرك يؤثر تأثيرا ايجابيا على السلوك الفعلي لمستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية في مكافحة الشائعات في أوقات الأزمات الاجتماعية (50).

#### خامسا : نموذج تفعيل القاعدة

ويقصد بها نظرية السلوك المؤيد للمجتمع ، ويقوم هذا النموذج على ثلاث مرتكزات أساسية وهي :

1- الوعي بالشائعات 2- إدراك العواقب السلبية والضرر الناجم عن الشائعات في الأزمات الاجتماعية

3- المسؤولية الشخصية في التعامل مع الشائعات (51).

وعلى الرغم من الدراسات التي طبقت هذا النموذج في دراسات الانترنت قليلة ، إلا انه يمكن تطبيق هذا النموذج بشكل فعال على مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية في مكافحة الشائعات (52)

### ويقوم هذا النموذج على فرضيات :

1- الوعي بالشائعات وإدراك العواقب السلبية والضرر الناجم عن الشائعات يؤثر تأثيرا ايجابيا على إدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لمسئولياتهم في مكافحة الشائعات .

2- إدراك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي لمسئولياتهم في مكافحة الشائعات يؤثر تأثيرا ايجابيا على قناعتهم الشخصية بمكافحة الشائعات .

3- المعايير الذاتية والقناعة الشخصية تؤثر تأثيرا ايجابيا على مستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية لمكافحة الشائعات أوقات الأزمات الاجتماعية .

4- يؤثر الوعي بالعواقب الضارة لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرا ايجابيا على القناعة الشخصية بمكافحة الشائعات .

5- تؤثر المعايير الذاتية والقناعة الشخصية تأثيرا ايجابيا على الاتجاه السلوكي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي حول مكافحة الشائعات في أوقات الأزمات الاجتماعية .

6. يؤثر الاتجاه السلوكي تأثيرا ايجابيا على السلوك الفعلي لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في مكافحة الشائعات (53).

### الإطار المعرفي للبحث

#### أولا : خطورة انتشار الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تعرف الشائعات عادة بأنها معلومات لم يتم التحقق منها تحتوي على قيمة مفيدة بيانات أو مخاوف عامة لمجموعة معينة (54) تكمن خطورة الإشاعات بصفة عامة في أنها تساعد على نشر الخصومة والبغضاء بين أفراد المجتمع تمهيدا لتدمير استقراره النفسي من خلال نشر الفتن وتفكك وحدة المجتمع بحيث يصبح ممزقا وتضعف معنوياته ، وتعمل على تدمير القوى المعنوية لدى الخصم وبث الفرقة والشقاق والإرهاب والرعب وتستهمل الإشاعة كستارة دخان لإخفاء الحقيقة كما يمكن استخدامها كطعم لاصطياد المعلومات والحط من شان مصادر الخصم ، تلعب

الإشاعة دورا فاعلا وخطيرا في أوقات الحروب لأنها تثير عواطف الجماهير وتعمل على بلبلة الأفكار ولها دور هام في الدعاية السوداء<sup>(55)</sup> .

وتكمن خطورة الإشاعات بصفة خاصة على مواقع التواصل الاجتماعي الانتشار السريع حيث تنتقل عن طريق الانترنت بشكل سريع ومن الممكن نقلها لآخر عن استلامها خلال ثوان أو دقائق معدودة .٢. ارتفاع عدد المتلقين لان الأشخاص المستقبليين لإشاعة مواقع التواصل الاجتماعي يعيد إرسالها لآخرين فان المرسل الجديد لا يتردد بان يرسلها لآخرين من أصحابه.٣. لا يجري عليها التغيير كالتالي يتم تداولها عبر الهواتف أو في المجالس المباشرة والتي يجري عليها الكثير من التحوير والتغيير المقصود العفوي .٤. اختراق الحدود بطبيعة الشبكة العنكبوتية فهي تتجاوز الحدود الجغرافية والاجتماعية والسياسية<sup>(56)</sup> .

حيث كشفت دراسة حديثة للأكاديمية الوطنية للعلوم الأمريكية أن مواقع التواصل الاجتماعي مثل "فيس بوك" و"تويتر" تساعد على نشر المعلومات المغلوطة ونظريات المؤامرة والشائعات.. وهناك من وصف انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مرض معدي<sup>(57)</sup>.

وقالت الدراسة التي نشرتها صحيفة "انديبندنت" البريطانية أن الأشخاص يميلون للتواصل ومشاركة الأخبار مع من يتفقون معهم في المواقف عبر صفحات بعينها، أطلقت عليها الدراسة اسم "غرف الصدى"، ثم يعيدون نشرها مرة أخرى دون الشك في احتمال خطئها ..

وقال الباحثون الذين أجروا الدراسة أنهم توصلوا للنتائج عبر تتبع الطريقة التي يتفاعل بها الناس مع نوعين من الأخبار، الأولى العلمية، والثانية نظريات المؤامرة والمعلومات المغلوطة، حيث تبين أن المستخدمين أكثر عرضة لمواجهة وتقبل المعلومات المضللة غير معلومة المصدر ويتداولونها فيما بينهم بنفس طرق انتشار الشائعات ، أكثر من أي معلومات أخرى لأنها تأتي من دوائر الثقة المحيطة بهم .

وبتحليل انتشار الشائعات على أساس قوة الانتشار فإن انتشار الشائعات  $R=I \times A$  = الشائعات = أهمية المعلومات × غموض الأدلة<sup>(58)</sup>

وتختلف الإشاعة في طبيعتها وهدفها والمجتمع المستهدف من ورائها فبعض الإشاعات تكون ذات صبغة سياسية ومن أهدافها تقويض الأمن العام في المجتمع وخلق روح من التسخط والعداء تجاه ولاة الأمور ، وقد تكون اقتصادية تهدف إلي تشكيك المستهلك في نوعية المنتج وجودته وتأثيره علي الصحة مما يؤدي إلي عزوف شريحة من شرائح المجتمع عن شراء أو استخدام هذا المنتج ، أو تكون إشاعة أخلاقية تستهدف شخصية عامة ويتم نشرها لتشويه صورته أمام الجمهور المشجع له وتتسبب هذا النوع من الإشاعات بمشاكل اجتماعية ونفسية وأحيانا قانونية



للشخصية العامة المستهدفة ، وقد تكون الإشاعات تدور حول أمور صحية مثل انتشار بعض الأوبئة والأمراض مما يؤدي إلي بث الرعب والخوف بين أفراد المجتمع ، وهنالك الإشاعة الدينية وتكون عن طريق نشر فتاوى متشددة أو غير صحيحة ودون وجود سند صحيح من القرآن والسنة الأمر الذي يؤدي إلي نشر أحاديث ضعيفة أو غير صحيحة تضلل أفراد المجتمع .

هناك العديد من العوامل المؤثرة التي تحد من انتشار الشائعات ودحضها.

وهي : 1- جاذبية المعلومات وهنا نذكر المعادلة الشهيرة الشائعة = الغموض في الأهمية

2- التعرف الموضوعي على الشائعات في الواقع، عندما تنتشر الشائعات، ينبغي للحكومة أو وسائل الإعلام أو غيرهم من القادة الموثوقين أن يقدموا لبعضهم المعلومات المضادة للشائعات لزيادة تحديد الهدف وذلك لوقف انتشار الشائعات .

3- التعرف الذاتي للأشخاص (المتأثرين بالعمر والجنس والمنطقة السكنية)

4- درجة الثقة في وسائل الإعلام

5- زيادة سرعة انتشار الشائعات

6- معامل التعزيز ، وعادة ما يكون لنشر المعلومات قناعة أقوى من الناقل المعلوماتي. معامل التعزيز

يعكس الدرجة التي يختلف فيها الموزع والناقل في قناعتهم في حقيقة المعلومات .

7- تأثير الخبراء و هي عامل أساسي لتجنب انتشار الشائعات عندما تحدث حالات الطوارئ فان هؤلاء الخبراء يقنعون الناس بالمعلومات المعاكسة لهذه الشائعات(59) .

**ثانيا : دور منصات شبكات التواصل الاجتماعي في خلق ونشر ومقاومة الشائعات**

في السنوات الأخيرة، أصبح الجمهور يستخدم منصات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متزايد لاستهلاك وتبادل ومناقشة المعلومات ذات الصلة مع الآخرين ، كما توفر وسائل الإعلام الاجتماعية الوصول غير مسبوق إلى مصادر المعلومات المتنوعة والعلماء والنقاد(60) .

هذا وتتحول مواقع التواصل الاجتماعي إلى مطحنة الشائعات من خلال الأزمات الاجتماعية ، وذلك من خلال تحليل الذي ينشئه مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي(61) .

أورد د. حسني نصر ثلاثة أدوار مترابطة. يتمثل الأول في تشجيع المستخدمين على خلق الشائعات من خلال ما توفره من صور ومقاطع فيديو وأخبار يتم تداولها على نطاق واسع، ويمكن الحصول عليها والتلاعب فيها بسهولة .

أما الدور الثاني والأهم فيتمثل في نشر الشائعات والترويج لها من خلال استغلال ما تتيحه هذه المنصات من إمكانيات مثل إبداء الإعجاب والتعليق والمشاركة والرد وإعادة التغريد والتفضيل والمشاركة عبر البريد الإلكتروني والإعجاب وعدم الإعجاب.

وتتوافر هذه الإمكانيات أيضا في تطبيقات الهواتف الذكية مثل واتساب، وتتيح تبادل وتشارك المحتوى والصور والفيديو على هذه التطبيقات ونقله إلى المنصات الأخرى ، ويمكن القول إن خدمة التشارك تمثل المحرك الأول في نشر الشائعات على هذه المنصات.

أما الدور الثالث والأهم الذي يمكن أن تقوم به منصات صحافة المواطنين فيتمثل في مقاومة الشائعات، عن طريق كشفها ودحضها. والواقع أن هذا الدور لا زال ضعيفا إلى حد كبير ويعتمد على مبادرات فردية وجماعية من متطوعين يقومون بإنشاء حسابات وصفحات على بعض هذه المنصات تستهدف محاربة الشائعات. ولا تقدم هذه المنصات إمكانيات كبيرة لمقاومة الشائعات إذ تنحصر هذه الإمكانيات في تمكين المستخدم من إبلاغ المنصة عن محتوى مزعج أو غير مهم، وغير لائق أو يجب حذفه كما في فيسبوك<sup>(62)</sup>

### ثالثا : مهارات التربية الإعلامية

لقد ظهر مفهوم المواطن الفاعل في الثقافة التشاركية ، والذي يركز على مهارات أساسية في التربية الإعلامية ومنها<sup>(63)</sup>

1) المهارة التشاركية التي تركز على إيجاد مهارات " تسمح للمستهلك العادي بأرشفة وابتكار وامتلاك وإعادة توزيع محتوى إعلامي بوسائل جديدة ومؤثرة.

2) المهارة التعاونية للمواطن الفاعل على الثقافة التشاركية والتي تؤدي إلى الاشتراك في خلق المعنى وتشتمل هذه المهارة التعاونية على التواصل وربط رأس المال الاجتماعي<sup>(64)</sup>.

3) المهارة التعبيرية والتي تركز على المحتوى الذي يضعه أو يتقاسمه المواطنون الشباب عندما ينشر الطلاب حديثا عن وضعهم ويتقاسمون الروابط الإلكترونية ويعلقون على أمور يرونها أو يعيدون تعديل المحتوى مع نظرائهم وهم بذلك يشاركون في سرد رواية مشتركة<sup>(65)</sup>

4) وأخيرا ترسي المهارة النقدية تجربة التربية الإعلامية في المبادئ الأساسية للوصول "Access"، والتقييم "Evaluation"، والتحليل "Analysis"، فالقاسم المشترك بين جميع منح التربية الإعلامية هو التركيز على الأفراد على قراءة تحليل ومناقشة الرسائل الإعلامية التي يقرءونها يوميا بشكل نقدي ، ولذلك عليهم أن يقوموا

بإدارة ذاتية كمستهلكين للرسائل وإدارة البيئة التي تحيط بهم حيث يساعد الاستهلاك النقدي للمحتوى في تحديد وتوجيه علاقة مكانية وثقافية بالعالم (66).

**وظهر مفهوم التربية الإعلامية التشاركية** والذي يوضع التربية الإعلامية بصفتها إطاراً تربوياً للمواطن الناشئ في ديمقراطية رقمية وتشاركية وهذا المفهوم يعد مركزاً محورياً في المشاركة على المستوى الكلي الواسع ويعد المواطنين لأنماط حياة فاعلة وشاملة وتشاركية ويضمن قدرتهم على عبور المساحات الرقمية التي تسمح لهم بالتعبير والمشاركة والتعاون والانخراط في الحياة المدنية وتطبيق سياسات توجيهية مباشرة للتربية الإعلامية (67).

### فروض الدراسة

- 1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية .
- 2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات المعرفية للتربية الإعلامية .
- 3- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات التواصلية للتربية الإعلامية .
- 4- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي والثقة في المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- 5- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وموقفه من التعامل مع الشائعات .
- 6- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتزايد النقاش على مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوع الشائعات .
- 7- لا تؤثر المتغيرات الديموغرافية على تطبيق الشباب الذين يتعرضون لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي لمهارات التربية الإعلامية (النوع/ محل الإقامة).
- 8- تؤثر المتغيرات الاتصالية على تطبيق طلاب المرحلة الثانوية الذين يتعرضون لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي لمهارات التربية الإعلامية (كيفية التعامل مع الشائعات / النقاش على منصات مواقع التواصل / الثقة في معلومات مواقع التواصل).

**عينة الدراسة :** تم سحب عينة عشوائية قوامها 300 طالب وطالبة من طلاب المرحلة الثانوية بإدارة شرق طنطا وإدارة غرب طنطا وإدارة كفر الشيخ التعليمية ، وتم توزيع العينة بالتساوي بحيث اشتملت كل إدارة على 100 مفردة ، وروعي أن تكون العينة ممثلة لمتغيرات البحث : 1- النوع (ذكور/إناث) 2- مكان الإقامة (ريف/ حضر ) إلا أنه بعد الانتهاء من تطبيق الاستبيان والانتهاؤ من فحص ومراجعة الاستمارات تم استبعاد 5 استمارات من كل إدارة وذلك لعدم استكمالهم ، وبذلك أصبح العدد الفعلي للعينة " 300 " مفردة .

**تصميم الدراسة :** استعانت الباحثة بمنهج المسح لبحث أسباب العلاقة بين تعرض الشباب لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق مهارات التربية الإعلامية ، وقد استعانت الباحثة باستمارة استبيان كأداة لجمع المعلومات وقبل تطبيقها تم عرض الاستمارة على بعض المحكمين<sup>(55)</sup> وتم إجراء التعديلات اللازمة ، كما أجريت دراسة قبلية على 10% من حجم العينة (أي 30 مفردة) وتم إجراء كافة التعديلات التي أسفرت عنها نتائج الدراسة قبلية ، وبعد ذلك قامت الباحثة بتطبيق الاستمارة وتم عمل مراجعة مكثبية لكل استمارة للتأكد من صلاحيتها وتم استبعاد 15 استمارة .

**المقاييس البحثية : 1-** قامت الباحثة بقياس متغير كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق سؤالين ، الأول يحدد متوسط الأيام التي يدخل فيها على هذا الموقع (يومياً- من 4-6 أيام في الأسبوع- حتى 3 أيام في الأسبوع -مرة واحدة في الأسبوع ) والسؤال الثاني يطلب من المبحوثين أن يحددوا في المتوسط الوقت الذي يقضونه عند الدخول على الموقع الإلكتروني بالساعات ( أقل من ساعتين- من ساعتين إلى أقل من أربع ساعات- من أربع ساعات إلى أقل من 6 ساعات- ست ساعات فأكثر) وبعد ذلك تم تقسيم المبحوثين إلى مستخدم بدرجة ضعيفة- متوسطة- كبيرة .

**2-** مقياس الثقة في المعلومات المقدمة في مواقع التواصل الاجتماعي ، وتم قياسه من خلال 4 عبارات اعتماداً على مقياس ليكرت ، بحيث تم تقسيم المبحوثين إلى أفراد لديهم الثقة الاجتماعية بدرجة منخفضة وبدرجة متوسطة وبدرجة مرتفعة .

**3-** مقياس النقاش على مواقع التواصل الاجتماعي ، وتم قياسه من خلال 4 عبارات اعتماداً على مقياس ليكرت ، بحيث تم تقسيم المبحوثين إلى أفراد لديهم التفاعل الاجتماعي بدرجة منخفضة وبدرجة متوسطة وبدرجة مرتفعة .

**4-** مقياس تطبيق مهارات التربية الإعلامية النقدية ، وتم قياسه من خلال مجموعة من العبارات اعتماداً على مقياس ليكرت ، بحيث تم تقسيم المبحوثين إلى أفراد لديهم مهارات نقدية بدرجة منخفضة وبدرجة متوسطة وبدرجة مرتفعة .

5- مقياس تطبيق مهارات التربية الإعلامية المعرفية ، وتم قياسه من خلال مجموعة من العبارات اعتمادا على مقياس ليكرت ، بحيث تم تقسيم المبحوثين إلى أفراد لديهم مهارات معرفية بدرجة منخفضة وبدرجة متوسطة وبدرجة مرتفعة .

6- مقياس تطبيق مهارات التربية الإعلامية التواصلية ، وتم قياسه من خلال مجموعة من العبارات اعتمادا على مقياس ليكرت ، بحيث تم تقسيم المبحوثين إلى أفراد لديهم مهارات تواصلية بدرجة منخفضة وبدرجة متوسطة وبدرجة مرتفعة .

**منهج الدراسة :** اعتمدت الدراسة على منهج المسح Survey Method بوصفه أنسب المناهج العلمية لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة وتوضيحها وتفسيرها وشرح العلاقات الارتباطية بين متغيراتها ، كما أنه يسمح بتعميم الظواهر العلمية ، وهو ما يسمح بالخروج بتعميمات علمية واستخلاصات ، وتم توظيف هذا المنهج بهدف الرصد العلمي لعلاقة تعرض الشباب لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتطبيق مهارات التربية الإعلامية .

#### اختبار الصدق والثبات

**اختبار الصدق :** للتحقق من حيث صدق الأداة ، قامت الباحثة بعرضها على مجموعة من المحكمين والخبراء للتحقق من مدى صلاحيتها في ضوء الأهداف التي تسعى إليها والفروض التي تسعى إلى اختبارها ، ولقد قامت الباحثة بناء على رأي الخبراء والمحكمين بإجراء التعديلات المطلوبة لتصبح صحيفة الاستقصاء في صورتها النهائية صالحة للقياس .

**اختبار الثبات :** وللتأكد من ثبات الاستمارة تم إعادة تطبيق الاستمارة مرة أخرى على عينة من نفس عينة الدراسة (10%) بعد أسبوع تقريبا من التطبيق الأول للدراسة ، وتم الاعتماد في حساب ثبات النتائج على درجة الاتفاق في إجابات المبحوثين في التطبيق الأول والثاني وقد كانت قيمة معامل الثبات للمقياس 92% وهي قيمة ثبات عالية ومقبولة .

**أسلوب جمع البيانات :** تم تصميم استمارة استقصاء questionnaire تتضمن متغيرات الدراسة القابلة للقياس والتي تقيس اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطبيق مهارات التربية الإعلامية.

### خصائص عينة الدراسة:

جدول (1) يوضح وصف عينة الدراسة

إجمالي		المتغيرات	
%	ك		
41	123	ذكور	النوع
59	177	إناث	
100	300	جملة	
48	144	ريف	الإقامة
52	156	حضر	
100	300	جملة	

من حيث النوع: نسبة 41% من أفراد العينة ذكور ونسبة 59% منهم إناث.

من حيث الإقامة: نسبة 48% من أفراد العينة مقيمين بالريف ، ونسبة 52% منهم مقيمين بالحضر.

### المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS " Statistical Package for the Social Science

وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:  
-التكرارات البسيطة والنسب المئوية.

-المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

-معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.

-اختبار كاي ( Chi Square Test ) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية ( Nominal )

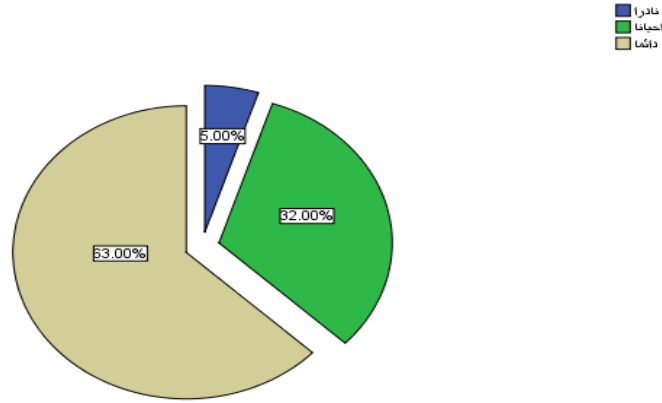
-اختبار ( T- Test ) لدراسة مستوى الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في احد متغيرات الفئة أو النسبة ( Interval Or Ratio )

### مدي تصفح المواقع الالكترونية:

#### جدول (2) يوضح مدي تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى الدلالة د ح 2	كا	الإجمالي		مدي مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	
0.001	151.620	63	189	دائما
		32	96	أحيانا
		5	15	نادرا
		100	300	جملة

هل تتصفح المواقع الالكترونية



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 63% من أفراد العينة يشاركون في تصفح المواقع الالكترونية دائما، ونسبة 32% منهم يتصفحونها أحيانا، ونسبة 5% منهم نادرا ما يتصفحوا المواقع الالكترونية.

ويتضح وجود فروق في مدي تصفح المواقع الالكترونية، حيث كانت قيمة  $\chi^2 = 151.620$  وهي دالة عند مستوى 0.001، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يشاركون في تصفح المواقع الالكترونية دائما.

وهذه النتيجة خطيرة حيث أن 95% من أفراد العينة يتصفحوا مواقع التواصل الاجتماعي دائما وأحيانا مما يدل على أهمية هذه مواقع التواصل الاجتماعي بالنسبة لهذه الفئة العمرية.

## 2- مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين تصفحها:

### جدول (3) يوضح مواقع التواصل التي يفضل المبحوثين تصفحها

مستوى الدلالة د ح 1	كا 2	ترتيب	الإجمالي ن=300		مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضلها المبحوثين
			ك	%	
0.001	138.720	1	84	352	الفييس بوك
0.00	17.280	2	62	186	اليوتيوب
0.299 غير دالة	1.080	4	53	159	الواتس أب
0.729 غير دالة	0.120	5	49	147	المنتديات والمواقع العامة التي تقوم على مشاركات جماعية
0.001	38.880	6	32	96	المدونات
0.05	4.320	3	56	168	حجرات الدردشة والنقاش وجماعات الأخبار

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 84% من أفراد العينة يفضلوا تصفح "الفييس بوك"، ونسبة 62% منهم يفضلوا تصفح موقع اليوتيوب، ونسبة 56% منهم يفضلوا تصفح حجرات الدردشة والنقاش وجماعات الأخبار، ونسبة 53% منهم يفضلوا تصفح مواقع الواتس أب.

ويتضح وجود فروق في مواقع التواصل الاجتماعي التي يفضل المبحوثين تصفحها، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى أقل من 0.05، فيما عدا تفضيل مواقع الواتس أب والمنتديات والمواقع العامة التي تقوم على مشاركات جماعية لم يكن هناك فروق بين أفراد العينة حيث كانت قيم كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

وترى الباحثة أن هذه النتيجة منطقية حيث توضح أن 84% من أفراد العينة يفضلوا تصفح مواقع الفيس بوك، لأن هذه المواقع تتيح لمستخدميها إجراء المحادثات، وإرسال الرسائل، كما تتيح مشاركة الصور ومقاطع الفيديو والملفات، وتيسر للمستخدمين نشر ملفات، والكتابة حول موضوعات محددة من الممكن أن تدخل ضمن دائرة اهتمام مشتركين آخرين، وتمكنهم من التعليق على تلك المواضيع وإبداء آرائهم فيها، وهو ما يؤكد مقولة "نيومان" إن مثل هذه المنصات: "لا تستطيع تجاهل وسائل التواصل الاجتماعي، لاسيما إن أرادوا الوصول إلى قطاع الشباب والنساء".

واتفقت هذه النتيجة مع تقرير بحثي بريطاني إلى أن الفيس بوكس تتفوق على وسائل الإعلام الأخرى كمصدر رئيسي للحصول على الأخبار بين فئة الشباب، يعتمد التقرير على دراسة لشركة "yougov" البحثية شملت نحو 25 ألف شخص من 26 دولة، من بينهم 2000 بريطاني، وأشار إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تخطت حيز كونها "مساحات لاكتشاف الأخبار" لتصبح مواقع للمستخدمين



اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطبيق مهارات التربية الإعلامية

يستهلكون فيها أخبارهم ، كما تحظى الأخبار المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشعبية كبيرة بين النساء والشباب.(68)

### 3- العوامل التي تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات:

جدول (4) يوضح العوامل التي تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات ن=300

الاتجاه	المتوسط المرجح	نادرا		احيانا		دائما		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
دائما	2.52	7	21	34.3	103	58.7	176	1- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات في حالة عدم التثبت والتحقق من صحة المعلومة
دائما	2.34	10.7	32	44.3	133	45	135	2- اللجوء للأخبار غير الموثوقة المصادر التي سرعان ما تتحول إلى شائعات يتناقلها الناس وكأنها خبر يقين
احيانا	2.29	15.7	47	39.7	119	44.7	134	3- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لعناصر الجذب والإبهار والوسائط المتعددة الغير موجودة في وسائل الإعلام
دائما	2.39	10	30	41.3	124	4.7	146	4- الشائعات مادة ثرية تسرى وتنتشر بسرعة هائلة لأنها لا تخضع للفلتره مثل وسائل الإعلام الأخرى
دائما	2.47	10.3	31	32.7	98	57	171	5- السب والقذف وإلقاء التهم والشائعات من خلال هذه الوسائل الإعلامية لعدم وجود تشريعات إعلامية
احيانا	2.32	9.7	29	48.7	146	41.7	125	6- ساعد وجود المواطن الإعلامي على انتشار الشائعات عبر هذه الوسائل الإعلامية الجديدة .

يتضح من الجدول السابق أن المبحوثين يروا أن العوامل التي تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات دائما هي:

- تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات في حالة عدم التثبت والتحقق من صحة المعلومة في الترتيب الأول بمتوسط 2.52.

- السب والقذف وإلقاء التهم والشائعات من خلال هذه الوسائل الإعلامية لعدم وجود تشريعات إعلامية وموثيق شرف صحفية على هذه المواقع في الترتيب الثاني بمتوسط 2.47.

- أصبحت الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي مادة ثرية تسرى وتنتشر بسرعة هائلة لأنها لا تخضع للفلتره مثل وسائل الإعلام الأخرى في الترتيب الثالث بمتوسط 2.39.

- لجؤ الجمهور للأخبار غير الموثوقة المصادر التي سرعان ما تتحول إلى شائعات ثم يتناقلها الناس وكأنها خبر يقين في الترتيب الرابع بمتوسط 2.34.

وأن العوامل التي تساعد مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات أحيانا هي:

- ساعد وجود المواطن الإعلامي على انتشار الشائعات عبر هذه الوسائل الإعلامية الجديدة في الترتيب الخامس بمتوسط 2.32.

- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لعناصر الجذب والإبهار والوسائط المتعددة الغير موجودة في وسائل الإعلام الأخرى في الترتيب السادس بمتوسط 2.29.

**وتفسر الباحثة ذلك** بأن وسائل التواصل الاجتماعي باتت إحدى الأدوات التي يتم استخدامها بشكل سلبي في نشر الشائعات، بدليل أن معدلات انتشار الشائعات تتناسب طردياً مع التقدم في تكنولوجيا الاتصال وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي بين أفراد المجتمع. حيث يلجأ مستخدمو هذه الوسائل في التخفي أو من خلال هويات غير حقيقية في نشر بعض الأخبار الكاذبة التي تجد رواجاً لدى كثيرين، وخاصة إذا ما تم الأخذ في الاعتبار هنا أن سيكولوجية الشائعات تشير إلى انتفاء الفوارق الثقافية بين المتلقين عند تداول الشائعة، والتعاطي معها في أحيان كثيرة.

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Benjamin Doerr ,Mahmoud Fouz (2010)<sup>(69)</sup>

والتي أكدت تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على انتشار الإشاعات ، وبينت مدى تأثير الشائعات على اندلاع الثورات في بعض الدول العربية، وأعمال الشغب في لندن وأن هذه المواقع تنقل المعلومات بطريقة سريعة جداً وبين مجموعات قد تكون في ظاهرها غير متجانسة إلا أنها لا بد أن تجمع بينهم قواسم مشتركة من الاهتمامات، واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي حيث قام الباحث بنشر شائعة وتتبعها بين المجموعات بشكل رياضي لوغاريتمي واستخدمت الدراسة الشكل الرياضي والذي قام بتصميمه كل من بارياسي وألبرت واستنتجت الدراسة أنّ هنالك مواقع تسري فيها الشائعة أكثر من غيرها من المواقع الأخرى.

كما اتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Chaitanya Kaligotla (2017)<sup>(70)</sup> والتي أثبتت هذه الدراسة أن هناك شائعات كاذبة تبث بشكل عمدي ولأغراض خبيثة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي تسببت في وجود أضرار كبيرة وهناك بعض المتعلقة بالدقة والحجم وسرعة الوصول والنفوذ على مواقع التواصل والتي ساعدت بدورها في انتشار الشائعات على مواقع التواصل .

كما اتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Laijun Zhao (2017) (71) حيث وجدت هذه الدراسة أن وسائل الإعلام الجديدة ومنها على سبيل المثال المدونات الصغيرة micro blogging ساعدت على انتشار الشائعات بشكل أسرع وأوسع مما سبق من خلال نموذج SIR. كما قارن هذا النموذج بين انتشار الشائعات في كلا من وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ، ووجد أن وسائل الإعلام الجديدة تجعل الشائعات تنتشر بشكل أسرع ، وهذا يعطي الشائعات فرصة لتنتشر على نطاق واسع وفي وقت قصير .

4- مدى قيام الشباب بالمساعدة في انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي:

جدول (5) يوضح مدى قيام الشباب بالمساعدة في انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى الدلالة د ح 1	كا	ترتيب	الإجمالي ن=300		مدى قيام الشباب بالمساعدة في انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي
			%	ك	
0.001	141.453	1	84.3	253	نشر الشباب للشائعات من خلال إعادة نشر المحتوى ومشاركته مع آلاف المستخدمين دون التأكد من صحته
0.001	14.520	4	61	183	الشباب نفسه هو الذي يصنع الشائعة على هذه المواقع وهو الذي يتأثر بها ويضر بها ، خاصة إذا كانت تتعلق بقضايا إنسانية يغلب فيها العاطفة
0.001	63.480	3	73	219	لهفة الشباب في الحصول على المعلومة من أي مكان وتصديقها دون التأكد من مصدرها وسلامة صحتها
0.001	71.053	2	74.3	223	اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر مهم للأخبار أكثر من وسائل الإعلام الرسمية

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 84.3% من أفراد العينة يروا قيام الشباب بالمساعدة في انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال نشر الشباب للشائعات من خلال إعادة نشر المحتوى ومشاركته مع آلاف المستخدمين دون التأكد من صحته ، ونسبة 74.3% منهم يروا قيامهم بالمساعدة على نشر الشائعات من خلال اعتماد الشباب على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر مهم للأخبار أكثر من وسائل الإعلام الرسمية ، ونسبة 73% منهم يروا قيامهم بالمساعدة على نشر الشائعات من خلال لهفة الشباب في الحصول على المعلومة من أي مكان وتصديقها دون التأكد من مصدرها وسلامة صحتها.

ويتضح وجود فروق مدى قيام الشباب بالمساعدة في انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث كانت قيم كا دالة عند مستوى دلالة 0.001.

وترى الباحثة أنه على الرغم من أن استخدام الشباب تلك المواقع في البداية للدراسة وإقامة الصداقات وتفريغ الشحنات العاطفية ، إلا أنه ومع مرور الوقت تطورت العلاقة بين الشباب ومواقع التواصل الاجتماعي ، فبدنوا يستخدمونها في تبادل وجهات النظر والمطالبة بتحسين الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ، كما

أنها نجحت في نقل الأحداث لحظة بلحظة وقت وقوعها ، ومكنتهم من تبادل المعلومات ومشاركتها مع دائرة المعارف داخل مواقع التواصل الاجتماعي ، وبذلك ساهمت مواقع التواصل بشكل كبير في نشر الشائعات والأخبار الكاذبة ، حيث لا توجد رقابة ولا ضوابط محددة لفلترة تلك الأخبار وهو الأمر المدمر والذي من الممكن أن يؤدي لخلق أزمات سياسية أو اقتصادية .

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة ( Prashant bordia, 2014 ) (72) والتي توصلت إلى أن هناك 14 نوعا من التفاعلات بين الشباب التي تحدث من خلال شائعات الانترنت ، وهي أن الشائعات ليست في أغلبها سرد سلبي لرواية وإنما هي محادثة غنية تنطوي على تأكيد فكرة أن الشائعات يتم من خلالها مناقشة وتبادل الأفكار والآراء ووجهات النظر بين الشباب، وهي مقترحات يحاول الناس من خلالها إقناع بعضهم البعض ، وغالبا ما تدعمها التجارب الشخصية والتقارير الإعلامية ، وفي سياق هذه الشائعات يعبر الناس عن مخاوفهم وقلقهم وآمالهم .

#### 5- مخاطر انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي :

#### جدول (6) يوضح مخاطر انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي =300

الاتجاه	المتوسط المرجح	نادرا		أحيانا		دائما		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
دائما	2.66	7	21	19.7	59	73.3	220	1- تعمل على بلبلة الأفكار وإشاعة الحقد والكراهية
دائما	2.44	14.3	43	27.7	83	58	174	2- تعمل على نشر الخصومة بين أفراد المجتمع .
أحيانا	2.33	14	42	39	117	47	141	3- التهديد والتحريض على العنف والإرهاب .
دائما	2.45	12	36	30.7	92	57.3	172	4- الشائعات مادة ثرية تسري وتنتشر بسرعة هائلة
أحيانا	2.31	14.3	43	40.3	121	45.3	136	5- نشر معلومات مغلوطة وغير صحيحة .
أحيانا	2.25	2003	61	34.3	103	45.3	136	6- الانجراف وراء الأخبار المتناقضة من دون البحث عن مصدرها الحقيقي .
أحيانا	2.32	15	45	38	114	47	141	7- الشائعات تحتوي على جزء صغير من الحقائق وتحاط بالخيال عند ترويجها .

يتضح من الجدول السابق أن المبحوثين يروا أن مخاطر انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تحدث دائما هي:

- الشائعات تعمل على بلبلة الأفكار وإشاعة الحقد والكراهية في الترتيب الأول بمتوسط 2.66.
- الشائعات مادة ثرية تسري وتنتشر بسرعة هائلة كانتشار النار في الهشيم في الترتيب الثاني بمتوسط 2.45.
- الشائعات تعمل على نشر الخصومة والبغضاء بين أفراد المجتمع في الترتيب الثالث بمتوسط 2.44.

- وأن مخاطر انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تحدث أحيانا هي:
- التهديد والتحريض على العنف والإرهاب في الترتيب الرابع بمتوسط 2.33.
  - الشائعات تحتوي على جزء صغير من الحقائق وتحاط بالخيال عند ترويجها في الترتيب الخامس بمتوسط 2.32.
  - نشر معلومات مغلوطة وغير صحيحة تتعلق بالأشخاص والدول في الترتيب السادس بمتوسط 2.31.
  - الانجراف وراء الأخبار المتناقلة من دون البحث عن مصدرها الحقيقي في الترتيب السابع بمتوسط 2.25.
- وترى الباحثة أن هذه نتيجة خطيرة يجب الوقوف عندها والتأكيد على تبني آليات فعالة في التأصيل لثقافة الحوار البناء مع الشباب ، والعمل على تبني وتطوير الكوادر الإعلامية الشبابية في مواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من وسائل الإعلام الجديدة في تأسيس مواقع تفاعلية في الجامعات والمؤسسات التربوية يقوم عليها مختصون تخاطب الشباب وتبني أفكارهم على أسس سليمة تعالج ما يطرأ من أفكار خاطئة، وتشجيع الشباب ودعمهم على نشر المقاطع والأفلام الفكاهية والترفيهية ، فالشباب يميلون كثيراً إلى مثل هذا النوع من الإعلام ، والذي من شأنه أن يسهم في مكافحة الشائعات .
- وهو ما يؤكد أن الشائعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تنتقى مادتها وأدواتها، وتعبير عن محتواها بالنص، والصوت، والصورة، والرسم، والفيديو، علاوة على انتشار الشائعات عبر تلك الوسائل بسهولة، لاسيما مع تحصيل هوية المرسل وإخفائها، وكذلك ضعف قدرة المستهلك الأخبار على تقدير دقة تلك الأخبار؛ نظراً للكلم الهائل من تدفق المعلومات على مستقبلها، بالتزامن مع عدم وجود حارس بوابة لتلك المواقع، وإتاحة كمية ضخمة من المعلومات خارج النطاق الجغرافي الخاص بالمستقبلين، فيصعب التحقق من الحدث، ويسهل على الآخرين القيام بمهمة التضليل، ومن ثم كانت تلك المواقع من أهم الوسائل التي ارتكزت عليها المخططات الإستراتيجية لنشر العنف والفوضى، ونشر الشائعات والأخبار المغلوطة، وزعزعة القناعات الفكرية، والثوابت العقائدية، والمقومات الأخلاقية والاجتماعية التي من شأنها إحداث بلبلة داخل المجتمع (73) .
- 6- دور وسائل الإعلام الرسمية في انتشار الشائعات:**

#### جدول (7) يوضح دور وسائل الإعلام الرسمية في انتشار الشائعات ن=300

الاتجاه	المتوسط المرجح	نادرا		أحيانا		دائما		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
دائما	2.59	7.3	22	26.7	80	66	198	1- تزدهر الشائعة في غيبة المعلومات المؤكدة من وسائل الإعلام الرسمية
أحيانا	2.23	19.3	58	38.7	116	42	126	2- حينما تقوم وسائل الإعلام

اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطبيق مهارات التربية الإعلامية

الترتيب	المتوسط	المتوسط	المتوسط	المتوسط	المتوسط	المتوسط	المتوسط	المتوسط	المتوسط	المتوسط	المتوسط	المتوسط
1	149	49.7	118	39.3	33	11	2.39	دائما	الرسمية بإعادة نشر الشائعات على أنها حقيقة .			
2	161	53.7	114	38	25	8.3	2.45	دائما	3- تكبر الشائعات عندما يرددها شخصيات إعلامية محل ثقة . 4- تزدهر الشائعات عندما تقل ثقة الجمهور في وسائل الإعلام الرسمية .			
3	132	44	118	39.3	50	16.7	2.27	أحيانا	5- عندما لا تستطيع وسائل الإعلام الرسمية تلبية احتياجات الجمهور من الأخبار وأشباعها .			
4	132	44	126	42	42	14	2.30	أحيانا	6- عندما لا تقوم وسائل الإعلام الرسمية بتحليل وتفسير الشائعات وإبراز فكرتها للجمهور وتوعيته من مخاطرها .			

يتضح من الجدول السابق أن المبحوثين يروا أن دور وسائل الإعلام الرسمية في انتشار الشائعات يتحقق دائما في ما يلي:

- تزدهر الشائعات في غيبة المعلومات المؤكدة من وسائل الإعلام الرسمية في الترتيب الأول بمتوسط 2.59.
- تزدهر الشائعات عندما تقل ثقة الجمهور في وسائل الإعلام الرسمية في الترتيب الثاني بمتوسط 2.45.
- تكبر الشائعات عندما يرددها شخصيات إعلامية محل ثقة في الترتيب الثالث بمتوسط 2.39.
- وأن دور وسائل الإعلام الرسمية في انتشار الشائعات يتحقق أحيانا في ما يلي:
- عندما لا تقوم وسائل الإعلام الرسمية بتحليل وتفسير الشائعات وإبراز فكرتها للجمهور وتوعيته من مخاطرها في الترتيب الرابع بمتوسط 2.30.
- عندما لا تستطيع وسائل الإعلام الرسمية تلبية احتياجات الجمهور من الأخبار وأشباعها في الترتيب الخامس بمتوسط 2.27.
- حينما تقوم وسائل الإعلام الرسمية بإعادة نشر الشائعات على أنها حقيقة في الترتيب السادس بمتوسط 2.23.

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة د. شريف درويش اللبان (2016) وأوضحت نتائج الدراسة أن من أهم العوامل المؤثرة على نمو وانتشار الشائعات بالمجتمع وفقاً لرؤية عينة الدراسة هي غياب المعلومات الواضحة والدقيقة بنسبة (3, 61%) (74) وتعكس هذه النتيجة أهمية المعلومات في العصر الراهن كقوة إستراتيجية تؤثر على فعالية إدارة الدولة لاستراتيجياتها الاتصالية في التعامل مع الرأي العام، فالعامل مع الشائعات جزء مهم ورئيس في إدارة الدولة لأنها القومي، لاسيما في ظل أوقات التحول الديمقراطي والتي يمثل فيها عدم استقرار الأوضاع الاقتصادية والسياسية والاجتماعية بيئة خصبة مهياً بها سرعة انتشار الشائعات،

اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطبيق مهارات التربية الإعلامية

وهو ما يتعين معه أن تطور الدولة استراتيجياتها في الاتصال، ومد الجمهور بالمعلومات والبيانات الصحيحة والدقيقة (75).

وأكد هذه النتيجة نتائج دراسة (2017) Greta Elizabeth Cunningham (76) والتي توصلت إلى أن الناس حينما يتشككون في المعلومات التي يتلقونها من خلال الانترنت ومواقع التواصل ويشعرون أنها شائعات فإنهم يلجأون إلى وسائل الإعلام التقليدية للتأكد من صحة هذه المعلومات .

7- المهارات النقدية الإعلامية التي تطبقها أثناء تعرضك للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (8) يوضح المهارات النقدية أثناء تعرضك للشائعات على مواقع التواصل

الاجتماعي ن=300

الاتجاه	المتوسط المرجح	نادرا		أحيانا		دائما		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
أحيانا	2.33	18.7	56	29.7	89	51.7	155	1- أتمكن من انتقاء المضامين الإعلامية بعناية ودقة وبشكل نقدي ومسئول وليس عفويا .
دائما	2.34	7.7	23	50.7	152	41.7	125	2 أستطيع تطوير ملكاتي النقدية والإبداعية والتعبير عن ذاتي .
دائما	2.39	9.7	29	42	126	48.3	145	3- أمارس مهارات التفكير الناقد والتفرقة بين الأخبار الصحيحة والكاذبة .
أحيانا	2.14	18.3	525	49.7	149	32	96	4- أستطيع تحليل الرسالة الإعلامية وتقييمها ونقدها
أحيانا	2.15	21.7	65	42	126	36.3	109	5- أستطيع أن أتصدى لأي شائعة أو خبر مغلوط .
أحيانا	2.28	15	45	42.3	127	42.7	128	6- أحلل الأخبار التي أقرأها وأفهمها جيدا وأميز بين الحقيقة والرأي .
أحيانا	2.15	24.3	73	36.7	110	39	117	7- أقوم برد فعل مضاد تجاه بعض الأخبار غير المسؤولة إعلاميا .
أحيانا	2.19	20.3	61	40	120	39.7	119	8- أتمكن من تفسير الأخبار الكاذبة ومن تكوين آراء واعية .

يتضح من الجدول السابق أن المبحوثين يروا أن المهارات النقدية الإعلامية التي يطبقوها دائما أثناء تعرضهم للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي هي:

- أمارس مهارات التفكير الناقد والتفرقة بين الأخبار الصحيحة والكاذبة في الترتيب الأول بمتوسط 2.39.

- أستطيع تطوير ملكاتي النقدية والإبداعية والتعبير عن ذاتي في الترتيب الثاني بمتوسط 2.34.

ويروا أن المهارات النقدية الإعلامية التي يطبقونها أحيانا أثناء قراءتهم للأخبار في المواقع الإلكترونية هي:

- أتمكن من انتقاء المضامين الإعلامية بعناية ودقة وبشكل نقدي ومسئول وليس عفويا في الترتيب الثالث بمتوسط 2.33.

- أحلل الأخبار التي أقرأها وأفهمها جيدا وأميز بين الحقيقة والرأي في الترتيب الرابع بمتوسط 2.28.

- أتمكن من تفسير الأخبار الكاذبة ومن تكوين آراء واعية في الترتيب الخامس بمتوسط 2.19.

- أستطيع أن أتصدى لأي شائعة أو خبر مغلوط و أقوم برد فعل مضاد تجاه بعض الأخبار غير المسؤولة إعلاميا في الترتيب السادس بمتوسط 2.15.

- أستطيع تحليل الرسالة الإعلامية وتقييمها ونقدها والحكم عليها في الترتيب السابع بمتوسط 2.14.

وترى الباحثة أن هذه نتيجة مهمة تظهر مدى وعي طلاب المرحلة الثانوية وأنهم يمارسون مهارات التفكير الناقد والتفرقة بين الأخبار الصحيحة والكاذبة وتطوير ملكاتهم النقدية والإبداعية والتعبير عن ذاتهم وانتقاء المضامين الإعلامية بعناية ودقة وبشكل نقدي ومسئول وليس عفويا ، وإذا تمكنا من تعليم هؤلاء الطلاب أن يقيموا الرسائل والمضامين الإعلامية بهذا الشكل ، سيصلون إلى مستوى أعلى في التعامل مع قضايا أكثر حساسية مثل الجنس والعنف ، خاصة أننا في عصر المعلومات بحاجة إلى أن نعلم أبنائنا كيف يعالجوا ويتعاملوا مع البيانات في عالم الانفجار المعرفي المحيط بنا لا أن يحاطوا بالنصائح فقط .

وهو ما يؤكد حرص منظمة اليونسكو في إطار مسؤولياتها الثقافية على تطوير مهارات التفكير النقدي نحو مضامين مواقع التواصل الاجتماعي لذي قطاعات الجماهير المختلفة حتى يمكنهم حسن التعامل والاستخدام مع ما تقدمه وسائل الإعلام الجديد وإرساء أسس استخدام المضامين المتعددة التي تتيح فرص الاختيار أمام الشباب واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Tao papaioannou (2011) (77) والتي توصلت إلى أن غالبية الطلاب يتمتعون بمهارات فنية مكنتهم من استخدام عددا من التطبيقات الأساسية على الفيس بوك .- نسبة ليست قليلة من الطلاب اثبتوا امتلاكهم لمهارات متعددة في إجراء بحث نقدي وتقييم المعلومات المختلفة التي تنشرها وسائل الإعلام مما يسفر عن درجة عالية من الوعي بالأنظمة الإعلامية والمعرفة بالتربية الإعلامية.



## 8- المهارات المعرفية التي تطبقها أثناء تعرضك للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي :

جدول (9) يوضح المهارات المعرفية أثناء تعرضك للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي ن=300

الاتجاه	المتوسط المرجح	نادرا		أحيانا		دائما		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
أحيانا	2.32	16.7	50	35	105	48.3	145	1- أتعرف على أثر الخبر في العلاقات السياسية .
أحيانا	2.15	19	57	47.3	142	33.7	101	2- أتعرف على مدى سيطرة الدول المتقدمة على مصادر الخبر
أحيانا	2.16	15.3	46	53.3	160	31.3	94	3 أفحص العبارات التي ترد في صياغة الخبر والتفريق بين المعاني التي تتضمنها بعض الكلمات .
دائما	2.34	13.7	41	38.3	115	48	144	4- أستطيع التعرف على الدوافع التي تكمن في إهمال بعض الأحداث وعدم الإخبار عنها .

يتضح من الجدول السابق أن المبحوثين يرون أن المهارات المعرفية التي يطبقوها دائما أثناء تعرضهم لشائعات مواقع التواصل .

- أستطيع التعرف على الدوافع التي تكمن في إهمال بعض الأحداث وعدم الإخبار عنها في الترتيب الأول بمتوسط 2.34.

ويرون أن المهارات المعرفية التي يطبقوها أحيانا أثناء قراءتهم للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي هي:

- أتعرف على أثر الخبر في العلاقات السياسية في الترتيب الثاني بمتوسط 2.32.

- أفحص العبارات التي ترد في صياغة الخبر والتفريق بين المعاني التي تتضمنها بعض الكلمات في الترتيب الثالث بمتوسط 2.16.

- أتعرف على مدى سيطرة الدول المتقدمة على مصادر الخبر في الترتيب الرابع بمتوسط 2.14.

وترى الباحثة أن هذه النتيجة تبين مدى وعي طلاب المرحلة الثانوية فهم يستطيعون التعرف على الدوافع التي تكمن في إهمال بعض الأحداث وعدم الإخبار عنها وفحص العبارات التي ترد في صياغة الخبر والتفريق بين المعاني التي تتضمنها بعض الكلمات ، وهنا يجب أن يتعلم المراهقون طبيعة صناعة المعرفة بما يحدث في عالمهم سيتكون المواطن القادر على اتخاذ قرارات ايجابية خاصة به وبوطنه .

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Hans(2013) (78) والتي توصلت الدراسة إلى أن هناك كفاءة لدى أفراد العينة في توظيف مهارات التربية الإعلامية ، خاصة مهارة المعرفة ، ومهارة فهم الرسالة ، ومهارة تحليل الرسالة كما توصلت الدراسة إلى أن هناك كفاءة لدى أفراد العينة في توظيف مهارات التربية الإعلامية خاصة على الإنترنت أكثر من أي وسيلة إعلامية أخرى .

**9- المهارات التواصلية التي تطبقها أثناء تعرضك للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي :**  
**جدول (10) يوضح المهارات التواصلية أثناء تعرضك للشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي ن=300**

الاتجاه	المتوسط المرجح	نادرا		أحيانا		دائما		العبارات
		%	ك	%	ك	%	ك	
دائما	2.41	10.7	32	37.7	113	51.7	155	1- استخدم مهارات الحديث والقراءة والحوار والخطابة والكتابة باللغة الإعلامية .
دائما	2.35	5.3	16	54	162	40.7	122	2- لا أستسلم للصور الذهنية السلبية الواردة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بل أكون عنصر نشط وفعال وإيجابي في العملية الإعلامية
أحيانا	2.17	22.7	68	37.7	113	39.7	119	3- أستطيع أن أنتج مضامين إعلامية تدحض وتفند الشائعات
دائما	2.49	6.7	20	37	111	56.3	169	4- أستطيع أن أكون ملما بأحداث الساعة من خلال اطلاعي على الوسائل الإعلامية . .

يتضح من الجدول السابق أن المبحوثين يروا أن المهارات التواصلية التي يطبقوها دائما أثناء تعرضهم لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي هي:

- أستطيع أن أكون ملما بأحداث الساعة من خلال اطلاعي على الوسائل الإعلامية في الترتيب الأول بمتوسط 2.49.

- استخدم مهارات الحديث والقراءة والحوار والخطابة والكتابة باللغة الإعلامية في الترتيب الثاني بمتوسط 2.41.

- لا أستسلم للصور الذهنية السلبية الواردة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بل أكون عنصر نشط وفعال وإيجابي في العملية الإعلامية في الترتيب الثالث بمتوسط 2.35. ويرى أن المهارات التواصلية التي يطبقوها أحيانا أثناء قراءتهم للأخبار في المواقع الإلكترونية هي :

- أستطيع أن أنتج مضامين إعلامية تدحض وتفند الشائعات في الترتيب الرابع بمتوسط 2.17.

وترى الباحثة أن هذه نتيجة مهمة تبين أن طلاب المرحلة الثانوية لا يستسلمون للصور الذهنية السلبية الواردة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي بل يكونوا عناصر نشطة وفعالة وإيجابية في العملية الإعلامية ، ويستطيعون أن ينتجوا مضامين إعلامية تدحض وتفند الشائعات ، وهو ما يؤكد أن المهارات التواصلية للتربية الإعلامية تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم شامل لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم

تمكنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين .  
 واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (2017) (79) Liming Zhao وأكدت نتائج هذه الدراسة على أهمية الدمج بين النظرية والنموذج واستطاعت من خلالها التوصل إلى العوامل التي تؤثر على سلوك الناس في مكافحة شائعات مواقع التواصل الاجتماعي ومنها ممارسة تطوير المهارات التواصالية نحو مضامين مواقع التواصل الاجتماعي ، واختلفت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة TaskinInan&TuranTemur (2012) (80) والتي توصلت إلى أن أفراد العينة لديهم مستوى منخفض من ردود الفعل تجاه الرسالة الإعلامية ويحتاجون إلى صقل خبراتهم ومعارفهم ويفضل أن يتم الإعداد الجيد لمن يقوم بهذه المهمة المتميزة حول التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على الجمهور .

#### 10- مدى المناقشة مع آخرين عندما تنشر شائعات على مواقع التواصل الاجتماعي :

جدول (11) يوضح مدى المناقشة مع آخرين عندما تنشر شائعات على مواقع التواصل الاجتماعي

مستوى الدلالة د ح 1	كا	ترتيب	الإجمالي ن=300		مدى المناقشة مع آخرين عندما تنشر شائعات على مواقع التواصل
			ك	%	
0.001	79.053	2	75.7	227	إدراكي لخطورة الشائعات يجعلني أنشر معلومات تبين كذب هذا الموقع
0.001	98.613	1	78.7	236	أتعاون مع الأصدقاء وأوضح لهم حقيقة ما ينشر على هذا الموقع
0.001	18.253	6	62.3	187	أنتج مضامين إعلامية أكثر إفادة تعبر عن وجهة نظري الشخصية
0.001	29.453	5	65.7	197	أتوقف عن ورود الرسالة الإعلامية لتحليلها وتحديد هدفها ولمن هي موجهة
0.001	52.920	4	71	213	أتناقش مع زملائي لمعرفة تفاصيل الخبر بالكامل والتأكد من صحتها
0.001	65.333	3	71.7	215	نقل ثقتي في وسائل الإعلام التقليدية التي تعيد نشر هذا الخبر

يتضح من الجدول السابق أن نسبة 78.7% من المبحوثين يكون موقفهم عندما ينشروا شائعات على الموقع التعاون مع الأصدقاء وأوضح لهم حقيقة ما ينشر على هذا الموقع ، ونسبة 75.7% منهم يقوموا إدراكي لخطورة الشائعات يجعلني أنشر معلومات تبين كذب هذا الموقع ، ونسبة 71.7% منهم نقل ثقتهم في وسائل الإعلام التقليدية التي تعيد نشر هذا الخبر.

ويتضح وجود فروق موقف المبحوثين عندما ينشروا شائعات على الموقع، حيث كانت قيم كا2 دالة عند مستوى دلالة 0.001.

وترى الباحثة أن تناول الناقد للمادة الإعلامية يؤدي إلى إنتاج مواطن ناقد، أن تعليم المتلقي التقنيات التي يستخدمها الأعلام لتوصيل رسالته يعني وعي المتلقي بهذه الوسائل و تشكيل الحساسية الناقدة تجاه الرسائل التي يطرحها، خاصة أننا نعيش اليوم في عالم معقد ولا نملك إلا أن نعلم الأطفال والكبار كيف يعيشون ويفهمون ويحللون الأحداث المحيطة بهم وإذا لم نعلمهم هذه المهارات فنحن نعمل على تشكيل جيل من المواطنين الجهلة والمستهلكين الغير ناقدين الذين يسهل السيطرة عليهم بتقديم حجج واهية لا يمتلكون الآليات المناسبة لنقدها كما يسهل السيطرة عليهم من قبل آخرين أو اتجاهات عبر كل الأشكال المتاحة للاتصال في عصرنا الحاضر.

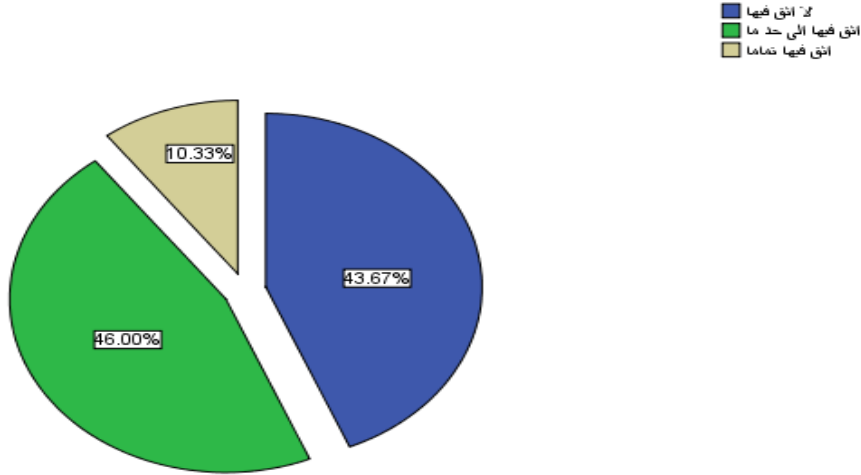
واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة رشا عبداللطيف (2011) (81) وأهم ما بينته نتائج الدراسة وعن الأهداف التي يجب أن تسعى إليها التربية الإعلامية جاءت تنمية مهارات التفكير النقدي للجمهور في المقدمة ثم تحصين النشء والمراهقين من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ثم مراعاة المسؤولية الاجتماعية عند معالجة الرسالة الإعلامية.

#### 11- مستوى الثقة في المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول (12) يوضح مستوى الثقة في المعلومات المقدمة عبر هذه المواقع

مستوى الدلالة د ح 2	كا2	الإجمالي		مستوى الثقة في المعلومات المقدمة عبر هذه مواقع التواصل الاجتماعي
		%	ك	
0.001	71.660	10.3	31	أثق فيها تماما
		46	138	أثق فيها إلى حد ما
		43.7	131	لا أثق فيها
		100	300	جملة

مستوى ثقتك في المعلومات المقدمة



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 10.3% من أفراد العينة يثقوا تماما في المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ونسبة 46% منهم يثقوا فيها إلى حد ما، ونسبة 43.7% منهم لا يثقوا في المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

ويتضح وجود فروق في مستوى الثقة في المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث كانت قيمة  $F = 71.660$  وهي دالة عند مستوى 0.001 ، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يثقوا إلى حد ما في المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، يليها نسبة 43.7% منهم لا يثقوا في المعلومات المقدمة عبر هذه المواقع .

وترى الباحثة ضرورة انتهاج إستراتيجية واضحة من قبل وسائل الإعلام لإبطال مفعول الشائعات، وهذه الاستراتيجيات يجب أن تركز على الشفافية في التعامل مع الأحداث والأزمات مما يزيد من الثقة بين وسائل الإعلام والمتلقي ، وهذا بدوره يعطي وسائل الإعلام المصداقية اللازمة لإبطال مفعول الشائعات .

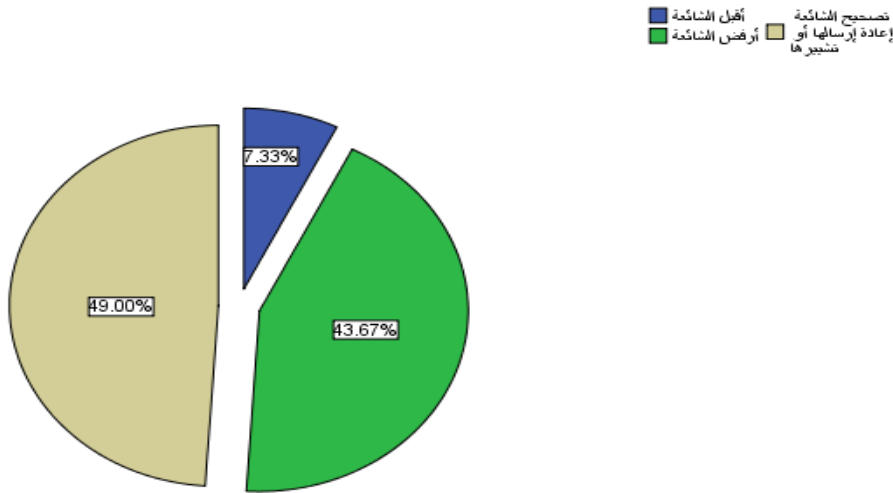
واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Dandan Li , Jing Ma (2017) (82) والتي توصلت إلى أن عملية انتشار الشائعات يمكن أن تؤثر بشكل كبير على الرأي العام وتسبب الذعر الاجتماعي وعدم الاستقرار في الوقت الحاضر خاصة مع شعبية الانترنت ، وتطور تكنولوجيا المعلومات والتي جعلت الناس يحصلون على قدر كبير من المعلومات بشكل أسرع أكثر مما سبق ، كل هذا جعل ضرورة توجيه الناس بخطورة المعلومات الضارة وبناء جسر من الثقة مع هؤلاء الأفراد والتحكم في منع انتشار الشائعات .

## 12- موقف المبحوثين من الشائعة:

جدول (13) يوضح موقف المبحوثين من الشائعة

مسـتوى الدلالة د ح 2	كا 2	الإجمالي		موقف المبحوثين من الشائعة
		ك	%	
0.001	92.540	22	7.3	أقبل الشائعة
		131	43.7	أرفض الشائعة
		147	49	تصحح الشائعة وإعادة إرسالها أو تشهيرها
		300	100	جملة

موقفه من الشائعة



يتضح من الجدول السابق أن نسبة 49% من أفراد العينة يقوموا بتصحيح الشائعة وإعادة إرسالها أو تشهيرها ، ونسبة 43.7% منهم يرفضوا الشائعة، ونسبة 7.3% منهم يقبلوا الشائعة.

ويتضح وجود فروق في موقف المبحوثين من الشائعات ، حيث كانت قيمة  $F = 92.540$  وهي دالة عند مستوى  $0.001$  ، مما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين يقوموا بتصحيح الشائعات وإعادة إرسالها ..

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Alton Y. K Chua and Etal (2017)<sup>(83)</sup> وموضوعها تصحيح الشائعات وإعادة إرسالها على تويتر، هدفت هذه الدراسة إلى دراسة العلاقة بين مصدر الرسالة ونوع الرسالة شائعات أو تصحيح شائعات وتوصلت الدراسة إلى أن مصداقية المصدر ورسالة المعقولة ترتبط مع إعادة إرسال الشائعات بعد تصحيحها ، علاوة على ذلك نوع الرسالة يتوسط العلاقة بين المصدر والمصداقية وإعادة الإرسال ، كما اتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Friggeri A, Adamic LA, Eckles D, et al. (2014) وجدت أن الشائعات كان لها تأثير عابر على عدد من إعادة المشاركة (84).

ووجدت دراسة Hannak A, Margolin D, Keegan B, et al. (2014) أن الشائعات كان لها تأثير محدود أو معدوم على منصات الشبكات الاجتماعية ، باستخدام عينة كبيرة من المشاركات الشائعات في الفيسبوك (85) .

فروض الدراسة :

1- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية .

جدول (14) العلاقة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل وتطبيق المهارات النقدية الإعلامية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي	5.9	2.022	**0.184	طردى	ضعيف	0.01
تطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية	17.9	3.508				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية ، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى  $0.01$  ، أي انه كلما ارتفع تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع تطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية .

وترى الباحثة أن هذه نتيجة مهمة تبين مدى وعي طلاب المرحلة الثانوية بما يتعرضون له عبر هذه المواقع وأنهم ممارسة مهارات التفكير الناقد ويطبقون مهارات التربية الإعلامية في إطاره التكاملي والذي يضمن مشاركة كافة أفراد المجتمع في مهمة التصدي للشائعات والأخبار الكاذبة ، وقدرتهم على التفرقة بين الأخبار الصحيحة والكاذبة عن طريق " الحس السليم " بغض النظر عن توجههم السياسي ، وتحري الدقة قبل قيامهم بمشاركة هذه المضامين على صفحاتهم الشخصية ، والتحقق من المعلومات التي تنشر عبر هذه المواقع ومدى مصداقيتها ، والتمييز بين الشائعة والخبر الحقيقي ، وما بين وجهة النظر والمعلومات .

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Sarah Bordac (2010) (86) والتي توصلت إلى أن الطلاب عينة الدراسة لديهم مستويات مرتفعة من مهارات التربية الإعلامية ، وان لديهم القدرة على تنمية وزيادة تفاعلهم مع مضمون وسائل الإعلام بشكل نقدي يكشف عن مهارات نقدية متقدمة لديهم في التعامل مع مضمون وسائل الإعلام .

2- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض طلاب المرحلة الثانوية لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات المعرفية التربوية الإعلامية .

جدول (15) يوضح العلاقة بين التعرض لشائعات مواقع التواصل والمهارات المعرفية الإعلامية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي	5.9	2.022	0.364**	طردي	متوسط	0.01
تطبيق المهارات المعرفية للتربية الإعلامية	8.9	2.080				

ينضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات المعرفية للتربية الإعلامية ، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01 ، أي انه كلما ارتفع تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع تطبيق المهارات المعرفية للتربية الإعلامية .

وترى الباحثة أن هذه نتيجة مهمة ، حيث يستطيع طلاب المرحلة الثانوية فحص العبارات التي ترد في صياغة الخبر ، و التعرف على الدوافع التي تكمن في إهمال بعض الأحداث وعدم الإخبار عنها ، وهو ما يؤكد ضرورة التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي بشكل واعي ، وتكريس فكرة الرقابة الذاتية في نفوس الطلبة من



اتجاهات طلاب المرحلة الثانوية نحو الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بتطبيق مهارات التربية الإعلامية

خلال تعاون وثيق بين كافة المؤسسات ابتداء من الأسرة والمدرسة وكافة الجهات المعنية بغية تحصيل الطلبة من كافة الممارسات السلبية التي تزرع بها وسائل التواصل الاجتماعي .

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة E.Thoman (1999) (87) وتوصلت دراسته إلى أن الشباب يقومون بخطوات ناجحة لتحقيق وتفعيل مهارات التربية الإعلامية وهي :

- 1- الاستخدام الواعي والمتوازن لوسائل الإعلام واختيارها بعناية ودقة .
  - 2- تحليل رسائل الإعلام وتحليل الخلفيات الثقافية والسياسية والاجتماعية و التي تكون وراء النص .
  - 3- إنتاج محتوى جيد ومبدع والتفاعل مع قضايا ومشكلات المجتمع .
- 3- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات التواصلية للتربية الإعلامية .
- جدول (16) يوضح العلاقة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل و المهارات التواصلية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي	5.9	2.022	0.296**	طردى	ضعيف	0.01
تطبيق المهارات التواصلية للتربية الإعلامية	9.4	1.780				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية ضعيفة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيق المهارات التواصلية للتربية الإعلامية ، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01 ، أي انه كلما ارتفع تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي ارتفع تطبيق المهارات التواصلية الإعلامية

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Tao papaioannou (2011) (88) والتي استهدفت التعرف على دور التربية الإعلامية في تحسين المعرفة الإعلامية لدى الشباب من خلال استخدامهم لمواقع التواصل وقياس الكفاءات الفردية بواسطة ثلاثة متغيرات وهي المهارات الفنية للإعلام واستخداماته ، المهارات النقدية المفاهيمية ، والقدرات التواصلية ، واستخدم الباحث عينة عشوائية قوامها 300

طالب تتراوح أعمارهم ما بين 14-19 عام ، وأوضحت النتائج ما يلي : -غالبية الطلاب يتمتعون بمهارات فنية مكنتهم من استخدام عددا من التطبيقات الأساسية على الفيس بوك .- نسبة ليست قليلة من الطلاب اثبتوا امتلاكهم لمهارات متعددة في إجراء بحث نقدي وتقييم المعلومات المختلفة التي تنشرها وسائل الإعلام مما يسفر عن درجة عالية من الوعي بالأنظمة الإعلامية والمعرفة بالتربية الإعلامية.

4- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي والثقة في المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. جدول (17) يوضح العلاقة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل والثقة في المعلومات المقدمة

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي	5.9	2.022	-0.275**	عكسي	ضعيف	0.01
الثقة في المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	1.7	0.656				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة عكسية ضعيفة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي والثقة في المعلومات المقدمة عبر هذه المواقع ، حيث كانت ( $r > 0.3$ ) وهي دالة عند مستوى 0.01 ، أي انه كلما ارتفع تعرض الشباب لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي انخفضت درجة الثقة في المعلومات المقدمة عبر هذه المواقع .

وترى الباحثة أن هذه نتيجة منطقية ، حيث أن غياب المعلومة وضعف الثقة في المعلومات المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من عوامل انتشار الشائعات ، وهنا يجب وضع خطوات للحد من الشائعات أولها بناء جسور من الثقة مع وسائل الإعلام المحلية ، ومكاشفة المتلقي بشفافية بما يحدث لأن الشائعات تولد من الأسئلة التي تدور في ذهن الناس ولا تجد الإجابة عليها ، وأيضا العمل على إيصال الرسالة للجمهور بكافة الوسائل المتاحة .

5- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وموقفه من التعامل مع الشائعة .

جدول (18) يوضح العلاقة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل وموقفه من الشائعة

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي	5.9	2.022	0.041			دالة إحصائية
موقفه من التعامل مع الشائعة	2.4	0.625				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وموقفه من التعامل مع الشائعة ، حيث كانت (ر) دالة عند مستوى 0.05. وهذا يعني أن المبحوثين كلما تعرضوا أكثر لمواقع التواصل الاجتماعي كلما كان له موقف من الشائعة وعمل على تصحيحها وإعادة إرسالها أو تشييرها .

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة Sarah Bordac (2010) (89) والتي توصلت إلى الطلاب عينة الدراسة لديهم مستويات مرتفعة من مهارات التربية الإعلامية ، وان لديهم القدرة على تنمية وزيادة تفاعلهم مع مضمون وسائل الإعلام بشكل نقدي يكشف عن مهارات متقدمة لديهم في التعامل مع مضمون وسائل الإعلام ولديهم مجموعة من المهارات التطبيقية التي يجب العمل على تطويرها عند الطلاب الجامعيين والتي تشمل مهارات الإنتاج الإعلامي ، وتضمن عناصر الخطاب الإعلامي والقدرة على التعرف على أنماط وسائل الإعلام بالإضافة إلى تطوير مهارات الاستقراء والاستنباط لدى الطلاب .

6- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائية بين تعرض الشباب لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتزايد النقاش على مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوع الشائعة .

جدول (19) يوضح العلاقة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل وتزايد النقاش حولها

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي	5.9	2.022	**0.313	طردي	متوسط	0.01
تزايد النقاش على مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوع الشائعة	4.3	1.605				

يتضح من الجدول السابق :

- وجود علاقة طردية متوسطة بين تعرض المبحوثين لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتزايد النقاش على هذه المواقع حول موضوع الشائعات ، حيث كانت  $(0.3 < r < 0.7)$  وهي دالة عند مستوى 0.01 ، أي انه كلما ارتفع تعرض الشباب لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتزايد النقاش على مواقع التواصل الاجتماعي حول موضوع الشائعات.

واتفقت نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (Jieun Shin and Lian Jian 2017) (90) والتي أكدت أن الجمهور المهتم سياسيا يستخدم منصات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متزايد لاستهلاك وتبادل ومناقشة الشائعات السياسية والمعلومات ذات الصلة مع الآخرين كما توفر وسائل الإعلام الاجتماعية الوصول غير مسبوق إلى مصادر المعلومات المتنوعة بهذا الصدد .

7- تؤثر المتغيرات الديموغرافية على تطبيق المبحوثين الذين يتعرضون لشائعات مواقع التواصل الاجتماعي لمهارات التربية الإعلامية (النوع/ محل الإقامة) .

7(أ) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في تطبيق المبحوثين مهارات التربية الإعلامية.

جدول (20) يوضح الفروق بين الذكور والإناث في تطبيق المبحوثين مهارات التربية الإعلامية

مستوى المعنوية د.ح298	ت	إناث (ن=177)		ذكور (ن=123)		المشاركة المتغير
		ع	م	ع	م	
0.885 غير دالة	0.145	3.379	17.9	3.701	17.9	تطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية
0.126 غير دالة	1.533	1.938	8.8	2.259	9.2	تطبيق المهارات المعرفية للتربية الإعلامية
0.994 غير دالة	0.007	1.562	9.4	2.061	9.4	تطبيق المهارات التواصلية للتربية الإعلامية

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في تطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية ، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

وتفسر الباحثة ذلك بأن جميع المبحوثين (ذكور/إناث) يمارسون المهارات النقدية الإعلامية أثناء تعرضهم للشائعات ، مثل انتقاء المضامين الإعلامية بعناية ودقة وبشكل نقدي ومسئول وليس عفويا ، كما أنهم يستطيعون التصدي لأي شائعة أو

خبر مغلوط ويقومون برد فعل مضاد تجاه الأخبار الغير مسئولة إعلاميا وتفسير الأخبار الكاذبة وتكوين آراء واعية .

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في تطبيق المهارات المعرفية للتربية الإعلامية ، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

وتفسر الباحثة ذلك بأن جميع المبحوثين (ذكور/إناث) يمارسون المهارات المعرفية للتربية الإعلامية أثناء تعرضهم للشائعات ، مثل التعرف على الدوافع التي تكمن في إهمال بعض الأحداث وعدم الإخبار عنها ، وفحص العبارات التي ترد في صياغة الخبر ، والتفريق بين المعاني التي تتضمنها بعض العبارات .

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في تطبيق المهارات التواصلية للتربية الإعلامية ، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

وتفسر الباحثة ذلك بأن جميع المبحوثين (ذكور/إناث) يمارسون المهارات التواصلية للتربية الإعلامية أثناء تعرضهم للشائعات ، مثل استخدام مهارات الحديث والقراءة والحوار والخطابة والكتابة باللغة الإعلامية ، وإنتاج مضامين تحض وتنفذ الشائعات .

7(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الريف والحضر في تطبيق المبحوثين مهارات التربية الإعلامية.

جدول ( 21 ) يوضح الفروق بين الريف والحضر في تطبيق الشباب مهارات التربية الإعلامية

المشاركة المتغير	ريف (ن=144)		حضر (ن=156)		ت	مستوى المعنوية د.ح.298
	ع	م	ع	م		
تطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية	17.9	3.481	17.9	3.545	0.091	0.928 غير دالة
تطبيق المهارات المعرفية للتربية الإعلامية	9.3	1.986	8.7	2.126	2.626	0.01
تطبيق المهارات التواصلية للتربية الإعلامية	9.8	1.761	9.1	1.745	3.236	0.001

يتضح من الجدول السابق:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والحضر في تطبيق المهارات النقدية للتربية الإعلامية ، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

وتفسر الباحثة ذلك بأن جميع الطلاب (ريف/ حضر) يمارسون المهارات النقدية الإعلامية أثناء تعرضهم للشائعات ، مثل انتقاء المضامين الإعلامية بعناية ودقة وبشكل نقدي ومسئول وليس عفويا ، كما أنهم يستطيعون التصدي لأي شائعة أو خبر مغلوط ويقومون برد فعل مضاد تجاه الأخبار الغير مسنولة إعلاميا وتفسير الأخبار الكاذبة وتكوين آراء واعية .

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والحضر في تطبيق المهارات المعرفية للتربية الإعلامية لصالح المقيمين بالريف ، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.01.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات المقيمين بالريف والحضر في تطبيق المهارات التواصلية للتربية الإعلامية لصالح المقيمين بالريف ، حيث كانت قيمة (ت) دالة عند مستوى 0.001.

### هوامش البحث هوامش البحث

- 1) حسني نصر ، وسائل الإعلام الجديد ومصنوع نشر الشائعات  
<http://www.shabiba.com/article/65188>
- 2) Dandan Li , Jing Ma (2017) " How the government's punishment and individual's sensitivity affect the rumor spreading in online social networks" Contents lists available at Science Direct Physica A journal homepage:  
[www.elsevier.com/locate/physa](http://www.elsevier.com/locate/physa).
- 3) Alton Y. K Chua and Etal , (2017) "The Retransmission of Rumor and Rumor Correction Messages on Twitter" American Behavioral Scientist, Vol. 61(7) p 707-723
- 4) Greta Elizabeth Cunningham (2017) The Red Thread Web: A Case Study of the Uses and Gratifications Parents Adopting a Child From China Discovered in the Rumor Queen Blog A Dissertation Submitted to the faculty of the graduate school of the university of Minnesota .
- 5) Chaitanya Kaligotla (2017) the spread of competing Rumors and opinions on social media discussion, A dissertation PhD, Published by ProQuest.
- 6) Xiaoyan Qiu, Laijun Zhao, c, \*, Jijia Wang, c, Xiaoli Wang, d, Qin Wang (2017) Effects of time-dependent diffusion behaviors on the rumor spreading in social networks" Contents lists available at Science Direct Physics Letters A  
[www.elsevier.com/locate/pla](http://www.elsevier.com/locate/pla) .
- 7) Liang'an Huo \*, Li Wang, Guoxiang Song " Global stability of a two-mediums rumor spreading model with media coverage" Contents lists available at Science Direct Physica A journal homepage:  
[www.elsevier.com/locate/physa](http://www.elsevier.com/locate/physa)
- 8) Tomer Simon a, b, \*, Avishay Goldberg b, c, Dmitry Leykin a, b, Bruria Adini operation Kidnapping WhatsApp Rumors during the search and rescue 2017) Computers Direct Contents lists available at Science "of three kidnapped youth . in Human Behavior journal homepage: [www.elsevier.com/locate/comphumbeh](http://www.elsevier.com/locate/comphumbeh)
- 9) Jing Ma \*, Dandan Li, Zihao Tian Rumor spreading in online social (2017) Contents lists available by considering the bipolar social reinforcement networks by considering journal homepage: A Physica Direct available at Science  
[www.elsevier.com/locate/physa](http://www.elsevier.com/locate/physa)
- 10) Ling-Ling Xia a, Guo-Ping Jiang b, Bo Song a, Yu-Rong Song b (2017) " Rumor spreading model considering hesitating mechanism in complex social networks Direct Physica A journal homepage: "Contents lists available at Science  
[www.elsevier.com/locate/physa](http://www.elsevier.com/locate/physa) .
- 11) Jijia Wang, b, Laijun Zhao, d, \*, Rongbing Huang b (2017) "SIRaRu rumor spreading model in complex social networks" Contents lists available at Science Direct Physica A journal homepage: [www.elsevier.com/locate/physa](http://www.elsevier.com/locate/physa).
- 12) SIR () Laijun Zhao, Hongxin Cui \*, Xiaoyan Qiu, Xiaoli Wang, Jijia Wang (2017) " SIR rumor spreading model in the new media age" Contents lists available at SciVerse Science Direct Physica A journal homepage:  
[www.elsevier.com/locate/physa](http://www.elsevier.com/locate/physa)

- ) Qin Wanga,c,\*, Jingjing Chenga, Ding Zhangb, Ting Maa, Yucheng 13  
Chena,Jiajia Wanga”(2017) *The impact of authorities’ media and rumor  
dissemination on the evolution of emergency* “a School of Management,  
Shanghai University, Shanghai 200444, PR Chinab State University of New  
York at Oswego, Oswego, NY 13126, USAc York University, Toronto, ON M3J  
1P3 Canada  
”An exploration of rumor combating 2017))Liming Zhao, Jianli Yin\*, Yao Song( 14  
behavior on social media in the context of social crises ”College of  
.Management and Economics, Tianjin University, Tianjin 300072, China  
Rumor control on the internet are publications practitioners (2015))Liming Chen15  
Faculty of ready for dealing with rumors on the internet ? Presented to the  
of the Requirement In Partial Fulfillment California State University, Fullerton  
Communications in M aster of Arts of the Degree  
Problem Solving in Social Interactions on the Internet: )”2014)Prashant Bordia (16  
Rumor As Social Cognition” *Social Psychology Quarterly*,2004,Vol. 67, No. 1,  
33–49
- )Wu Hao (2011)*Decoding the Phenomenon of Angry Youth and Internet Rumors* 17  
amid Public Emergencies “*Chinese Education and Society*, vol. 44, nos. 2–3,  
March–April/May–June 2011,pp. 128–136.  
Christina Murray(2011) “ *the millennial Rumor : understanding millennial* )18  
college students characteristics, digital media technology usage , and  
assumptions at the university of Denver” In *Partial Fulfillment of the  
Requirements for the Degree Doctor of Philosophy* .
- ) Benjamin Doerr ,Mahmoud Fouz (2010)*Why Rumors Spread Fast in Social* 19  
*Networks*, Saarland’s university ,Germany.
- ) Kimmel,A.J.,and Keefer,R(1991). *Psychological Correlates of the Transmission* 20  
*and acceptance of rumors about AIDS. journal of Applied Social psychology*  
,(21).  
Stephanie Craft(2017) *News media literacy and conspiracy* )21  
*theory endorsement* ” Sage Publications, *Communication and the Public*,1-14.
- Etal ( 2016 ) “*The association of media exposure & )Fong-ching Chang*22  
*and media literacy with adolescent alcohol and tobacco use*” Sage Publications,  
*Journal of Health Psychology* 2016, Vol. 21(4) 513–525 .
- 2013 ) “*Arming the citizen consumer: The* ()Richard Wallis & David Buckingham23  
*invention of ‘media literacy’ within UK communications policy*” Sage  
Publications, *European Journal of Communication*,28(5) 527–540
- 2013)”*Media Literacy as a Core* ()Paul Mihailidis1 and Benjamin Thevenin24  
*Competency for Engaged Citizenship in Participatory Democracy*” Sage  
Publications, *American Behavioral Scientist*, 57(11) 1611–1622
- (2013) “ *Media Literacy—A National* TESSA JOLLS )ELIZABETH THOMAN25  
*for a Changing World, Essential Issues of Media Literacy Education*” Priority



*Sage Publications* , *AMERICAN BEHAVIORAL SCIENTIST*, Vol. 48 No. 1, September 2004 18-29

*Developing a News (2013) 26) Seth Ashley, 1 Adam Maksl, 2 and Stephanie Craft 3 Media Literacy Scale” Sage Publications, Journalism & Mass Communication Educator 68(1) 7–21.*

27) *Buckingham, David(2013) Media education : literacy, learning and contemporary culture .john wiley & sons .*

[http://www.ijoe.org/volume1/IIJE\\_01\\_06\\_2012.pdf](http://www.ijoe.org/volume1/IIJE_01_06_2012.pdf)

28) شريفة رحمة الله سليمان (2013) استخدام تكنولوجيا الاتصال في نشر مفهوم التربية الإعلامية بمدارس دولة الإمارات العربية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .

C. Schmidt (2013) *Media Literacy Education from Kindergarten to college 29) Hans :A comparison of How Media Literacy is Addressed across the educational system Research USA: journal of Media Literacy Education VoL(5) Issue (1).*

30) *TaskinInan&TuranTemur(2012)” Examining Media Literacy levels of prospective Teachers” International Electronic Journal of Elementary Education” vol(4) No(2).*

2010 ) *MEDIA LITERACY AND COMMUNICATION RIGHTS ( ) Brian O’Neill 31 Ethical Individualism in the New Media Environment” ” Sage Publications, The International Communication Gazette, 1748–0485; Vol. 72(4–5): 323–338.*

(2011) *The media and the literacy: media literacy, information 32) Tibor Koltay literacy, digital literacy, “Sage Publications, Media, Culture & Society 33(2) 211–221.*

33) *Scher, Alan Benjamin (2010)”Repair of the Media :Exercises in critical Media literacy at the jewish community center” Master Thesis, Sonoma state university scholar works.*

34) *Tao papaioannou(2011)”Assessing Digital media literacy among youth through their use of social Networking sites “university of Nicosia Cyprus, Revista de information social ,amulvil,no(15)*

35) رشا عبداللطيف (2011) معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .

36) *Sarah Bordac(2012)”Identifying undergraduate media literacy skills, an exploratory study of faculty perception “ Journal of Broadcasting & Electronic Media” ,vol(54)No(4).*

37) *Hans Schmidt(2010) Media creation & the Net generation :comparing Faculty &Student Benefits &competences Regarding Media Literacy within Higher Education “PH.D. Dissertation, the Temple university ,USA.*

38) *Jordana Kathleen Burson(2010) Measuring Media Literacy among collegiate Journalism students “Master Thesis”Oklahoma*

*Youth Participation and Media Literacy on The- 39)Donnelly, Katie, Simile (2008) N.com., 14966603, Feb2008, Vol. 8, Issue 1*

40) *Anandam P. Kavoori (2007)Media Literacy, “Thinking Television, ”and African American communication, Critical Methodologies, Volume 7 Number 4, 2007 460-483*

- 41) Erica Weintraub Austin & Bruce E. Pinkleton & Ruth Patterson Funabiki (2007) *The Desirability Paradox in the Effects of Media Literacy Training* "Sage Publications, Communication Research Volume 34 Number 5 October 2007 483-506
- 2) WILLIAM G. CHRIST (2004) *Assessment, Media Literacy Standards, and Higher Education*, Sage Publications, *AMERICAN BEHAVIORAL SCIENTIST*, Vol. 48 No. 1, September 2004 92-96
- 43) RENEE HOBBS (2004) "A Review of School-Based Initiatives in Media Literacy Education" Sage Publications, *AMERICAN BEHAVIORAL SCIENTIST*, Vol. 48 No. 1, September 2004 42-59
- ) Thoman, E. (1999) "Skills & strategies for media education" *Educational Leadership* 44 (56) p50-54.
- 45) دوغلاس كيلنر وجيف شير ، نحو تربية إعلامية نقدية : المفاهيم والحوارات والمنظمات الأساسية " المجلد 26 ، رقم 3 سبتمبر 2001 ، ص 369:ص 386 .
- ) David Siegel (2009) *social networks and collective action* *American journal of political science*, vol (53) No (1) p 124-125.
- 47) رانيا عبدالله الشريف (2015) دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات ، مجلة العلاقات العامة والإعلان ، الجمعية السعودية للعلاقات العامة والإعلان السعودية ، العدد (3)
- ) Shibchurn, J., & Yan, X. (2015). *Information disclosure on social networking extrinsic motivation perspective*. *Computers in Human Behavior*, 44, 103e117.
- "An exploration of rumor combating (2017) Liming Zhao, Jianli Yin\*, Yao Song (49) *behavior on social media in the context of social crises* "College of Management and Economics, Tianjin University, Tianjin 300072, China
- ) Park, J., & Ha, S. (2014). *Understanding consumer recycling behavior: combining the theory of planned behavior and the norm activation model*. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 42(3), 278e291.
- Steg, L., & De Groot, J. (2010). *Explaining prosocial intentions: testing causal relationships in the norm activation model*. *The British Journal Of Social Psychology/The British Psychological Society*, 49(Pt 4), 725e743.
- ) Alexander, D. E. (2014). *Social media in disaster risk reduction and crisis management*. *Science and Engineering Ethics*, 20(3), 717e733.
- An exploration of rumor combating (2017) Liming Zhao, Jianli Yin\*, Yao Song (53) *context of social crises*, College of behavior on social media in the Management and Economics, Tianjin University, Tianjin 300072, China.
- ) Jieun Shin and Lian Jian (2017) "Political rumoring on Twitter during the 2012 US presidential election: Rumor diffusion and correction" *new media & society* Vol. 19(8) 1214–1235.
- ) Jiajia Wang, Laijun Zhao & Rongbing Huang (2017) "2SI2R rumor spreading model in homogeneous networks" *Contents lists available at Science Direct Physica A journal homepage: ww.elsevier.com/locate/physa*

- )Zhao Zhen-jun & Liu Yong-mei & Wang Ke-xi (2017) "An analysis of rumor propagation based on propagation force" Contents lists available at Science Direct Physica A journal homepage: [www.elsevier.com/locate/physa](http://www.elsevier.com/locate/physa) Institute of ) (2017) Nan Zhang, Hong Huang\*, Boni Su, Jinlong Zhao, BoZhang Public Safety Research, Department of Engineering Physics, Tsinghua University, Beijing, China
- )Jieun Shin and Lian Jian (2017) "Political rumoring on Twitter during the 2012 presidential election: Rumor diffusion and correction" new media & US Vol. 19(8) 1214–1235. society,
- ) Liming Zhao, Jianli Yin\*, Yao Song(2015) An exploration of rumor combating behavior on social media in the context of social crises College of Management and Economics, Tianjin University, Tianjin 300072, China.
- ) Jieun Shin and Lian Jian (2017) "Political rumoring on Twitter during the 2012 presidential election: Rumor diffusion and correction" new media & US Vol. 19(8) 1214–1235. society,
- )Liming Zhao, Jianli Yin\*, Yao Song(2015) An exploration of rumor combating behavior on social media in the context of social crises College of Management and Economics, Tianjin University, Tianjin 300072, China.
- ( حسني نصر ، وسائل الإعلام الجديد ومصنع نشر الشائعات <http://www.shabiba.com/article/65188>
- ) Henry Jenkins" 2006"Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century (Part One) Aca- available at:[http://henryjenkins.org/2006/10/confronting\\_the\\_challengesof.html](http://henryjenkins.org/2006/10/confronting_the_challengesof.html)
- "The Civic and ) 2011() Joseph Kahne&Namjin Lee& Jessica TimpanyFeezell, Political Significance of Online Participatory Cultures among Youth Transitioning to Adulthood" DMLcentral Working Papers // Youth & Participatory Politics. February 5
- )Henry Jenkins(2012) Participatory Politics: New Media and Youth Political Action,) Aca-Fan,July available at:-[http://henryjenkins.org/2012/07/participatory\\_politics\\_new\\_med.html#sthash.9JcSd6HD](http://henryjenkins.org/2012/07/participatory_politics_new_med.html#sthash.9JcSd6HD).
- ) Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A. J., &Weigel, M. (2015). "Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century".In [www.mit.edu](http://mitpress.mit.edu/books/chapters/Confronting_the_Challenges.pdf). Retrieved from [http://mitpress.mit.edu/books/chapters/Confronting\\_the\\_Challenges.pdf](http://mitpress.mit.edu/books/chapters/Confronting_the_Challenges.pdf)
- ) Dona Rotman (2011)"From Slacktivism to Activism: Participatory Culture in the Age of Social Media"Vancouver ,BC , Canada.
- 68-المحكمين أ.د/ علي عوجة عميد كلية الإعلام الأسبق / أ.د/ عبدالجواد سعيد رئيس قسم الإعلام جامعة المنوفية / أ.د/ معوض عميد معهد الجزيرة للإعلام .
- 69- جين ويكفيلد " بي بي سي " (2016) تقرير: وسائل التواصل الاجتماعي مصدر رئيسي للأخبار بين الشباب [http://www.bbc.com/arabic/scienceandtech/2016/06/160615\\_social\\_media\\_tv\\_news\\_young](http://www.bbc.com/arabic/scienceandtech/2016/06/160615_social_media_tv_news_young)
- Benjamin Doerr ,Mahmoud Fouz (2010)Why Rumors Spread Fast in Social Networks, Saarland's university ,Germany.

- Chaitanya Kaligotla (2017) *the spread of competing Rumors and opinions on social media discussion, A dissertation PhD, Published by ProQuest 2017*” SIR (-Laijun Zhao, Hongxin Cui, Xiaoyan Qiu, Xiaoli Wang, Jiajia Wang 2017) rumor spreading model in the new media age” Contents lists available at SciVerse Science Direct Physica A journal homepage: [www.elsevier.com/locate/physa](http://www.elsevier.com/locate/physa).
- Problem Solving in Social Interactions on the )”2014 Prashant Bordia (73 Rumor As Social Cognition” *Social Psychology Quarterly*,2004,Vol. Internet: 67, No. 1, 33–49.
- 74- شريف درويش اللبان ، شائعات مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن القومي . <http://www.albawabhnews.com/2488603>
- 75- نفس المرجع السابق .
- Greta Elizabeth Cunningham (2017) *The Red Thread Web: A Case Study of the Uses and Gratifications Parents Adopting a Child From China Discovered in the Rumor Queen Blog A DISSERTATION SUBMITTED TO THE FACULTY OF THE GRADUATE SCHOOL OF THE UNIVERSITY OF MINNESOTA.*
- Tao papaioannou(2011)”Assessing Digital media literacy among youth through their use of social Networking sites “*university of Nicosia Cyprus, Revista de information social ,amulvil,no(15)*
- C. Schmidt (2013) *Media Literacy Education from Kindergarten to college - Hans :A comparison of How Media Literacy is Addressed across the educational system Research USA: journal of Media Literacy Education VoL(5) Issue (1).*
- ”An exploration of rumor combating 2017)- Liming Zhao, Jianli Yin\*, Yao Song( 79 behavior on social media in the context of social crises ”*College of Management and Economics, Tianjin University, Tianjin 300072, China*
- TaskinInan&TuranTemur(2012)” Examining Media Literacy levels of prospective Teachers” *International Electronic Journal of Elementary Education” vol(4) No(2).*
- 81- رشا عبداللطيف (2011) معايير التربية الإعلامية وكيفية تطبيقها في مصر على المضامين التليفزيونية من منظور الخبراء، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة .
- Dandan Li , Jing Ma (2017)” How the government’s punishment and individual’s sensitivity affect the rumor spreading in online social networks” Contents lists available at Science Direct Physica A journal homepage: [www.elsevier.com/locate/physa](http://www.elsevier.com/locate/physa)
- Alton Y. K Chua and Etal , (2017) “The Retransmission of Rumor and Rumor Correction Messages on Twitter” *American Behavioral Scientist, Vol. 61(7) p 707–723*
- Friggeri A, Adamic LA, Eckles D, et al. (2014) Rumor cascades. In: 84 international AAAI conference on weblogs and Proceedings of the eighth social media, pp. 101–110. Available at: <https://www.aaai.org/ocs/index.php/ICWSM/ICWSM14/paper/viewFile/8122/8110>
- Hannak A, Margolin D, Keegan B, et al. (2014) Get back! You don’t know me 85 social mediation of fact checking interventions in Twitter like that: the the eighth international AAAI conference on conversation. In: *Proceedings of*

- weblogs and social media. Available at:  
[http://www.brianckeeagan.com/papers/ICWSM\\_2014.pdf](http://www.brianckeeagan.com/papers/ICWSM_2014.pdf)
- Sarah Bordac(2012)"Identifying undergraduate media literacy skills, an exploratory study of faculty perception " *Journal of Broadcasting & Electronic Media* ",vol(54)No(4).
- ) Thoman.E(1999)" Skills& strategies for media education " *Educational leader* 87 ship No(56) p50-54.
- )Tao papaioannou(2011)"Assessing Digital media literacy among youth through their use of social Networking sites " *university of Nicosia Cyprus, Revista de information social ,amulvil,no(15)*
- ) Sarah Bordac(2012)"op, cit. 89
- ) Jieun Shin and Lian Jian (2017) "Political rumoring on Twitter during the 2012 US presidential election: Rumor diffusion and correction" *new media & Vol. 19(8) 1214–1235 society*