



التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي

ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

د. أحمد محمد طوالبه (*)

الملخص:

يهدف البحث الى دراسة التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات نحو القضايا المحلية في مملكة البحرين من خلال والتعرف على عادات وأنماط تعرضهم لوسائل التواصل الاجتماعي، وتقييم اتجاهاتهم نحوها، وتحليل العلاقة بين تعرض العينة لوسائل التواصل الاجتماعي وما يتعرضون اليه من اشكال ومراحل التضليل الاعلامي، والتعرف على دلالة الفروق في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي التي تعزى لمتغيرات النوع، والعمر، والحالة الاجتماعية، ونوع الدراسة، والمستوى المعيشي. تكونت عينة الدراسة من (١٤٩) طالباً وطالبة تم اختيارهم بطريقة عشوائية. استخدمت الدراسة المنهج المسحي.

أظهرت النتائج أن (63.7%) من العينة دائماً ما يتعرضون لوسائل التواصل الاجتماعي، و(30.2%) منهم يتعرضون أحيانا لها، وأن (75.2%) منهم يتابعون الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة لديهم هو انستغرام بنسبة (53.7%)، ثم واتس اب بنسبة (44.3%)، ثم تويتر بنسبة (32.9%). وأن جهاز الهاتف الذكي هو الوسيلة المفضلة لدى (87.2%) من العينة للتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي. وتبين أن أكثر دوافع تعرض الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي هو معرفة ما هو جديد بنسبة (68.5%)، وللتسلية والترفيه بنسبة (65.1%)، ولقتل الملل بنسبة (57.7%)، وأن أهم الإشباعات الاجتماعية التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي هي تأسيس علاقات جديدة بنسبة (48.3%)، ومناقشة القضايا المحلية الساخنة بنسبة (36.9%). ويتبين (48.3%) من العينة ترى أن لوسائل الإعلام تأثيراً ايجابياً على السلوكيات والأخلاق، و(17.4%) ترى أن تأثيرها سلبياً. وتوصلت النتائج إلى عدم وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين تعرض الشباب البحريني لوسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التضليل الإعلامي، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغير النوع لصالح الإناث، وعدم وجود فروق تعزى لمتغيرات العمر، والحالة الاجتماعية، ونوع الدراسة، والمستوى المعيشي.

(*) قسم الاعلام والعلاقات العامة- الجامعة الخليجية - مملكة البحرين.

أولاً مقدمة البحث :

المقدمة

أحدثت شبكة الانترنت طفرة كبيرة في تقنيات الاتصال ولعل أكثر ما ميزت هذه التقنية قدرتها الفائقة على تفاعل مستخدميها مع الكم الهائل من المعلومات المختلفة. ولم تنحصر أهمية هذه التقنية في مجال تبادل المعلومات فحسب بل أصبحت تلعب دوراً هاماً في السياسة والاقتصاد والثقافة والاعلام. وقد وفر ظهور شبكات التواصل الاجتماعي فرصاً كبيرة لمستخدميه للتأثير والانتقال عبر الحدود بعيداً عن القيود والرقابة. ولم يقتصر تأثير وسائل التواصل الاجتماعي الى تعاطي المعلومات بل قطع اشواطاً كبيرة في تعبئة الشعوب ودفعها في المشاركة في الحياة العامة بمختلف اشكالها وساعدت في صناعة وانتشار الخبر بأقصى سرعة حيث تعدت في ذلك وسائل الاعلام التقليدي. (محمود ٢٠١١: ١٦)

أثرت تكنولوجيا المعلومات هذه على كثير من النواحي الاجتماعية في حياة المجتمعات الحديثة. فدخلت هذه التكنولوجيا حاملة معها جملة من التفاعلات السلوكية الثقافية المرتبطة بها والتي أسهمت وتسهم بشكل مباشر في التأثير على الفرد والأسرة والمجتمع وذلك بحكم كونها مظهراً من مظاهر التغيير المادي الذي أصاب كثير من المجتمعات المتحضرة. (القشعان ٢٠١١: ٤)

بظهور الانترنت وما عقبها من ثورة هائلة في مجال الاتصال والمعلوماتية اصبح من الصعب السيطرة على محتوياته مما شجع اصحاب المصالح والنفوس الضعيفة الى استغلال هذه التكنولوجيا وتحقيق مصالح ومآرب خاصة. (الخلي ٢٠٠٩: ٨١)

لكي يؤدي التضليل الإعلامي دوره بفعالية أكبر، لابد من إخفاء شواهد وجوده، أي أن التضليل يكون ناجحاً عندما يشعر الممثلون بأن الأشياء هي على ما هي عليه من الوجهة الطبيعية والاحتمالية بياجاز شديد نقول : إن التضليل الإعلامي يقتضي واقعا زائفا هو الإنكار المستمر لوجوده أصلا (شيللر ١٩٩٩: ١٦)

ويبرر المسيطرون على وسائل الإعلام، على سبيل المثال، ما تحفل به برامج التلفزيون من جرائم قتل لا تقل يوميا عن نصف دسنة ، بالقول :إنهم يحاولون بذلك أن يقدموا للناس ما يحبون ثم يخبروننا ، وهم يهزون أكتافهم بلا مبالاة ، أن الطبيعة الإنسانية تتطلب-للأسف الشديد-ثمانية عشرة ساعة يوميا من الإيذاء والقتل. (شيللر ١٩٩٩: ٢٠)

ويشير تقرير الاعلام الاجتماعي العربي لسنة ٢٠١١ أن مملكة البحرين تحتل مرتبة متقدمة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين دول الخليج العربي. حيث يمثل فئة الشباب السنبة الأعلى من بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والتي شكلت نسبة ٧٠٪. (عبد الصادق ٢٠١٤: ٣٥)

وفي ضوء المؤشرات السابقة يتضح خطورة ما يمكن ان يؤدي اليه التضليل الإعلامي في التأثير على اتجاهات الشاب نحو القضايا المحلية عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

٣- مشكلة البحث:

انتشرت في الآونة الاخيرة ظاهرة الترويج للمعلومات والايخبار والشائعات التي لا تستند على ما يثبتها وتفتقد الى الدقة والتي يتم تداولها على انها حقائق مسلم بها وقد ساعد في ذلك الارضية الخصبة التي وفرتها شبكات وسائل التواصل الاجتماعي التي لا تخضع الى أي نوع من الضوابط أو المعايير الرقابية،

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي

ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

مما أدى إلى استغلال واضح من خلال هذه الشبكات لعقول الشباب في تمرير أفكار ومعلومات غير صحيحة لأهداف متباينة.

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي هي الظاهرة الإعلامية الأبرز في الوقت الحاضر كونها تستقطب أكبر شريحة من فئات المجتمع وخاصة الشباب وقد سبق الإشارة إلى أن البحرين تعتبر من أوائل الدول العربية استخدمت لوسائل التواصل الاجتماعية نسبة إلى عدد السكان (تقرير الإعلام الاجتماعي العربي، مايو ٢٠١١: ٢٧).

وتشير الدراسات إلى الأهمية الكبيرة التي تتبوأها وسائل التواصل الاجتماعية في المناقشة والتعبير عن العديد من القضايا المحلية ذات الطابع السياسي والاجتماعي وبعض الإشكاليات التي تنتج عن سوء استخدامها في القضايا ذات الأبعاد الطائفية والتشويه للقيم الأخلاقية وبت الشائعات والتي بدورها تؤثر وبشكل مباشر على اتجاهات الشباب نحو هذه القضايا وتساهم في بناء رأي عام زائف (أبو خطوة و الباز ٢٠١٤: ١٩٠).

كما أن الحصول على الأخبار من أكثر الفوائد التي تعود على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي وأكثر الصفات التي يتمتع بها نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي الذين يتفاعلون مع القضايا المجتمعية ولديهم القدرة على التغيير، ولهم دور مهم وريادي في المجتمع وهناك شباب يمارس أنشطة وهوايات وأيضاً مثيرو شغب وأهدافهم سيئة. (حمودة ٢٠١٣: ٢).

واستناداً إلى ما سبق تتضح مشكلة البحث في التأثير السلبي للأخبار المضللة في وسائل التواصل الاجتماعي على اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين والتي تتضح من التساؤلات التالية:

- ما دوافع واتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في متابعة وسائل التواصل الاجتماعي حول القضايا الاجتماعية والثقافية والسياسية؟
- ما مدى مصداقية الرسائل الإعلامية في مواقع التواصل الاجتماعي وأهم مصادرها؟

3- أهمية البحث

- تتبلور أهمية البحث العلمية والتطبيقية في الآتي:
- التوصل إلى ماهية الإعلام المضلل.
 - تصميم مقياس مستوى الإعلام المضلل في وسائل التواصل الاجتماعي مما يتيح للباحثين استكمال البحوث في هذا المجال.
 - يساهم البحث في إرشاد وتوجيه أفراد المجتمع نحو تجنب الآثار السلبية للإعلام المضلل.
 - تفتح هذه الدراسة الباب واسعاً أمام الدارسين والباحثين، للخوض أكثر في غمار شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتضليل الإعلامي.
 - ندرة الأبحاث والدراسات العربية التي تناولت الدور الذي لعبته مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز نشر الإعلام المضلل.

4- أهداف الدراسة

- قياس دوافع تعرض طلبة الجامعات الخاصة لمواقع التواصل الاجتماعي.

- تحديد اهم القضايا والموضوعات المحلية التي يحرص الشباب الجامعي على متابعتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي
- قياس إدراك طلبة الجامعات الخاصة نحو مفهوم وخطر التضليل الإعلامي.
- معرفة مدى اعتماد طلبة الجامعات الخاصة على الاخبار مجهولة المصدر
- قياس اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة نحو الأخبار المتداولة في شبكات التواصل الاجتماعي
- تحليل اشكال ومستويات التضليل في الاخبار المتداولة في شبكات التواصل الاجتماعي.

٥- منهج البحث :

اعتمد البحث على المنهج المسحي (مسح جمهور الطلبة) الذي يحاول وصف الظاهرة موضوع الدراسة في تحليل بياناتها ثم بيان العلاقة بين مكوناتها والآراء التي تطرح حولها والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها.

٦- مفاهيم ومصطلحات الدراسة

اهم المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بمفهوم الدراسة هي:

التضليل الاعلامي:

عرف التضليل الإعلامي على انه هو "تظير معنى الكذب الا هو عكس الحقيقة الا ان المفهوم والذي يحقق أهدافه في التضليل الإعلامي هو الذي يحتوى على جزء من الحقيقة بهدف إخفاء الجوانب المضللة". (عثمان ٢٠١٥ : ٤٥)

حدد شفيق حسنين التضليل الاعلامي بانه "وسيلة يتم التحكم بها عبر وسائل الاعلام المختلفة والمتاحة في عمليات المنافسة، والصراع ليس بين الدول وحسب وانما بين الشركات- وحتى بين الافراد - لتقديم الخبر الذي يخدم اهدافاً محددة هي ضد رغبة المتلقي، عن طريق الكذب والخداع، بهدف بلبلته والسيطرة على ادارته.(العصيمي ٢٠١٤ : ٦٧)

ويشير سيروف بان التضليل - هو معلومات كاذبة تقدم بشكل مقصود للعدو بهدف أكثر فعالية ، والتحقق من تسرب المعلومات و اتجاهها، فضلا عن انها عملية التلاعب بالمعلومات ، وتضليل الشخص من خلال توفير ناقصة أو كاملة، ولكنها غير الصحيحة، فضلا عن تشويه اجزائها.(سيروف ٢٠١١ : ٢٩)

وقد حدد القاموس الفرنسي (Grand Robert) الاعلام المضلل في " استعمال الاعلام وبالتحديد تقنيات الاعلام الجماهيري من اجل التغلظ واخفاء الوقائع أو تحريفها" (بو معيزة غير معرف : ٤) وفي تعريف اخر هو " خلق واقع مزيف ومغلوط ومقنع بما فيه الكفاية وذلك بهدف إيقاع الخصم في الخطأ، بينما هو يفكر بشكل صحيح. (العصيمي ٢٠١٤ : ٦٤)

وترى عثمان ان التضليل الإعلامي هو محاولات مصادر معن عنها أو غير معن عنها لتلاعب بالرأي العام أو بجهات أخرى عن طريق وسائل الاعلام وباستعمال معلومات كاذبة أو مفركة أو إخفاء معلومات حقيقة، لتحقيق اهداف سياسية غير موضحة للجماهير. (عثمان ٢٠١٥ : ٤٦)

وبناءً على ما سبق من تعريفات يمكن القول بان التضليل الإعلامي هو مجموعة من الانشطة الإعلامية التي تمارس في وسائل الاعلام المختلفة من خلال تقديم معلومات زائفة أو محرفة للتأثير في الرأي العام بهدف تقديم صورة مشوهة للواقع بهدف إعاقة تطور مجتمع ما.

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

وسائل التواصل الاجتماعي:

مجموعة من الأنشطة والممارسات والسلوكيات التي يقوم بها الملايين من مستخدمي الانترنت حول العالم لتبادل المعلومات والمعارف والخبرات والآراء على الانترنت مستخدمين تقنيات التفاعل والتواصل المتوافرة بكثافة على مواقع الأنترنت وادواتها وشبكاتها الاجتماعية" (محمود ٢٠١١: ٨٢)

كما ورد بانه "مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الجديد للويب ٢.٠ تتيح التواصل بين الافراد في بيئة مجتمعي افراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة ، مدرسة، شركة ..) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية ومعرفة اخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض..) (البناء ٢٠١٤: ٤٥)

الاتجاه (Attitude) : هو حالة عقلية أو عصبية، وهو استعداد للاستجابة بطريقة معينة لأشياء محددة في هذا الوسط وهي حالة داخلية، عندما يعبر عنها بالفعل أو الرأي ، أي انه يمكن أن يعبر عن هذه الحالة الداخلية -الاتجاه - بالكلمة المسموعة أو الإشارة. (حسين ٢٠١١: ١٩٥)

كما حدد رديتش الاتجاه بانه هو " تنظيم مكتسب له صفة الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتقدونها الفرد نحو موضوع أو موقف ويهيئ للاستجابة، باستجابة تكون لها أفضلية عنده. (الحسن ٢٠٠٨: ٢٦)

عرفت الاتجاهات بأنها " استعداد مكتسب يتكون لدى الفرد، نتيجة لعوامل مختلفة تؤثر في حياته ، بحيث يوجه استجاباته سلباً أو إيجاباً نحو الأشخاص أو الأفكار أو الأشياء أو المهن التي تختلف فيها وجهات النظر ، حسب قيمتها الخلفية والاجتماعية والسياسية وغيرها " (ندا، ٢٠٠٣ ، ص

كما ان الاتجاه هو " ميل أو تأهب نفسي مكتسب يتميز بالثبات النسبي يوجه مشاعر الفرد وسلوكه نحو المثيرات من حوله من اشياء أو افراد أو موضوعات تستدعي الاستجابة ويعبر عنها بالحب أو الكراهية أو الرفض أو القبول فهي تحمل طابعاً ايجابياً أو سلبياً تجاه الاشياء أو الافراد أو الموضوعات المختلفة". (سهام محمد ابراهيم: ٢٠١٤).

٧- الدراسات السابقة

بعد مراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، قسم الباحث الدراسات الى ثلاثة محاور اساسية وهي على النحو التالي:

اولاً: دراسات متعلقة بتأثير الاعلام المثل

- دراسة عثمان، مجد نبيل. (٢٠١٥). الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الامريكية.

تهدف الدراسة إلى التعرف على القضايا الاجتماعية والدينية والسياسية التي تتعرض للتضليل والدعاية في الافلام الامريكية، كما هدفت إلى توضيح الاسس التي تقوم عليها صناعة السينما الامريكية، وبيان صورة العرب والمسلمين في السينما الامريكية، وإظهار علاقة الحركة الصهيونية بصناعة السينما الامريكية. كما سعت إلى التعرف على القيم التي أثرت عليها صناعة السينما الامريكية . واستخدمت الباحثة منهج تحليل المضمون في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية. وتم اختيار العينة بشكل قصدي للأفلام الامريكية التي انتجت بعد احداث الحادي عشر من سبتمبر عام ٢٠٠١. وقد خلت الدراسة الى عدد من النتائج من ابرزها:

ومن القيم التي لوحظ أن الأفلام الأمريكية تحت على تبنيها قيم الاباحية المتمثلة في الشذوذ والاعتصاب والعري واثارة الغرائز، إضافة إلى قيم الخيانة والادمان وترسيخ الكذب والسرقة والسخرية من الغير وعدم توقير الكبار والتمرد على القضاء والقدر، والالحاد، وشرب الخمر، ولعب القمار والقتل والسرقة والكيد للآخرين .

كانت الأفلام الأمريكية ميدانا خصباً للترويج لمنظومة القيم الأمريكية التحريرية داخل المجتمعات العربية العربية والإسلامية وساعد على هذا الترويج وجود افراد من المجتمعات العربية الإسلامية تأثرت بالنموذج الأمريكي وانبهت به ورات في نقل كل قيمة خطوة باتجاه التقدم والتطور.

- دراسة اكحيل، رضا عبد حمودة. (٢٠١٥). الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين.

تهدف الدراسة الى التعرف على الشائعات ومدى تأثيرها على نشر الاخبار في المواقع الإخبارية الأردنية حيث تكمن أهمية الدراسة في محاولتها للعرف على مدى إدراك الصحفيين لمفهوم الشائعات وأهدافها وخطورها ومدى تعاملهم معها. وقد اعتمدت الدراسة على المنهجين الوصفي والتحليلي من خلال جمع وتنظيم ووصف البيانات وقد طبقت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من (٣١٥) صحفياً وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج من أبرزها:

- بينت نتائج الدراسة وجود تأثير دال إحصائياً للشائعات في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين من خلال درجة إدراكهم الكبيرة لمفهوم الشائعات من حيث المفهوم والأهداف والأخطار وبلغ المتوسط الحسابي لها (٤.٠٧) وهي درجة مرتفعة

- بينت الدراسة وجود فروق دالة إحصائياً في درجة تأثير الشائعات من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين والتي تعزى لمتغير الجنس، وكانت الفروق لصالح الإناث بمتوسط حسابي (٣.٨٣) مقابل متوسط إجابات للذكور (٣.٧٢) ويدل ذلك على أن الصحفيات أكثر اهتماماً والتزاماً بعدم نشر الشائعات وعدم اعتمادها والاهتمام بالدقة والمصداقية في نشر الأخبار.

- دراسة العصيمي، علي بن محمد. (٢٠١٤). تجريم التضليل الاعلامي.

تهدف الدراسة الى تحديد مفهوم التضليل الاعلامي وبيان خطورتها على امن وسلامة المجتمع والاساليب المستخدمة في التضليل الاعلامي وتوضيح موقف الاسلام والقانون منه. واستخدم الباحث المنهج التاصيلي في تجريم التضليل الاعلامي في الفقه الاسلامي وانظمة الحكم في المملكة العربية السعودية كما استخدم ايضاً المنهج الوصفي والذي يقوم على وصف مفاهيم وشكل واساليب التضليل الاعلامي. وخلصت الدراسة الى عدداً من النتائج من ابرزها:

- المقصود بجريمة التضليل الإعلامي : تضليل الري العام عبر وسائل الاعلام المختلفة عن طريق عم التقييد بالضوابط العملية للإعلام والامتناع عن نشر الحقيقة في موضوع معين أو تعمد إخفاء جانب منها، أو استخدام احد اشكال التضليل الإعلامي عن تناول الاخبار..

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي

ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

- ان الوظائف المتعددة للإعلام تجعل منه قوة مؤثرة في العديد من اوجه النشاطات الاخرى (الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتربوية) حيث تؤثر وتتأثر بهذه الانشطة والقضايا الاخرى.
- هناك عدة صعوبات قانونية في تحديد الاشخاص المسؤولين عنارتكاب جريمة التضليل الاعلامي بسبب كثرة عدد المتدخلين في الاعلاداد والنشر.

دراسة الافرنجي (٢٠١٤). ادارة شبكة الأقصى الاعلامية للحرب

النفسية وسبل تطورها.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مدى فاعلية ادارة شبكة الأقصى (قناة الأقصى الفضائية) وإذاعة وصوت القدس ووكالة شهاب للأبناء - للتصدى للحرب النفسية الصهيونية وتحصين المجتمع الفلسطيني. وقد استخدم الباحث المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي وصمم الباحثة استبانته تناولت مجالات إدارة شبكة الأقصى للحرب النفسية وقد حصلت الاستبانته على درجات صدق وثبات مرتفعة تم تطبيقها على مجموعة من الصفوات الفلسطينية الإعلامية والأكاديمية والسياسية حيث استخدم الباحث أسلوب العينة العمدية غير العشوائية حيث بلغت عينة الدراسة (١١١).

وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج من ابرزها:

- استطاعت شبكة الأقصى ان تتصدى للحرب النفسية الصهيونية بنسبة ٧٤.٨٩٪
- ساهمت المواد الإعلامية التي تنتجها الشبكة في رفع الروح المعنوية للمقاومة والمجتمع الفلسطيني بنسبة ٧٩.٩٨٪

دراسة عجيزة (٢٠١٢). معالجة الصحافة المصرية ومواقع الاحتجاجات على شبكة الإنترنت

لأزمة الاحتجاجات الشعبية في مصر.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على كثافة استخدام الجمهور لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة، أثناء أحداث ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، والعوامل المؤثرة في اعتماد الجمهور على هذه الوسائل، ومدى تحقق التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية بالاعتماد على هذه الوسائل، وقد استخدم الباحث منهج المسح على عينة قوامها (٣٠٠) مفردة من مستخدمي المواقع الالكترونية الإخبارية.

وأظهرت الدراسة أن القنوات الإخبارية كالجريدة والعربية جاءت في مقدمة الوسائل التي تعرض لها أفراد العينة أثناء الثورة، تلتها الصحف الخاصة كالمصري واليوم السابع، ثم القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية مثل بي بي سي العربية والحررة، تلتها المواقع الالكترونية الإخبارية، ثم الصحف القومية المصرية في المرتبة الأخيرة.

وأكدت الدراسة أن العديد من التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية، قد تحققت نتيجة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام أثناء الثورة.

- Sheedy, Caroline S. (2011). Social Media for Social Change: A Case Study of Social Media Use in the 2011 Egyptian Revolution.

تهدف هذه الدراسة الى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ابان الثورة المصرية عام ٢٠١١. كذلك تناقش العديد من القضايا الرئيسية المتعلقة باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي بهدف التغيير الاجتماعي مثل سياسة وسائل التواصل الاجتماعي، وتعدد الثقافات في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والآثار المترتبة على قوة تحفيز العمل السياسي، والفجوة الرقمية. وتخلص هذه الدراسة الى عددا من النتائج من أهمها:

١. تستطيع وسائل التواصل الاجتماعي زيادة الوعي بقضايا العالمية.
٢. تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين مساعدة بعضهم البعض بغض النظر عن موقعهم.
٣. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي من أجل التغيير الاجتماعي يمكن أن تؤدي الى نتائج خطيرة.

- Selwyn, Neil (2012). SOCIAL MEDIA IN HIGHER EDUCATION.

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على اساسيات وسائل التواصل الاجتماعي واثره على التعليم العالي وذلك من خلال دراسة إمكانية استخدام تطبيقات الرقمية لوسائل التواصل الاجتماعي في التعليم العالي كذلك تهدف الدراسة الى التعرف على الاجراءات الواجب اتخاذها لمواكبة العصر الرقمي في التعليم. وخلصت الدراسة الى ان الكادر الاكاديمي في مؤسسات التعليم العالي واجب عليها ضرورة مواكبة التطورات السريعة واستخدامها في التعليم.

ثانياً: دراسات متعلقة بنتائج وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب

- دراسة ابو خطوة السيد عبد المولى/ الباز احمد نصحي. (٢٠١٤)، "شبكة التواصل الاجتماعي واثارها

على الامن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين".

هدفت الدراسة الى التعرف الى شبكة التواصل الاجتماعي واستخداماتها لدى الشباب البحريني وانعكاسات هذه الاستخدامات على الامن الفكري لدى طلبة الجامعات كذلك الى مقومات الامن الفكري. واستخدام الباحثان المنهج الوصفي واستبانة في تطبيق الدراسة على عينة قوامها (١٠٤) طالب وطالبة في الجامعة الخليجية، مملكة البحرين. وقد خلصت الدراسة الى عدداً من النتائج اهمها: ان اثر شبكات التواصل الاجتماعي على الامن الفكري لدى الطلبة بصفة عامة بدرجة متوسط مما اكد ضرورة العمل على توعية الطلبة في المراحل التعليمية المختلفة باستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي وعدم الانسياق وراء الدعوات الهدامة التي تضر باستقرار وامن المجتمع.

- دراسة عبد الصادق ، حسن عبد الصادق. (٢٠١٤). تأثير استخدام الشباب الجامعي في

الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال

التقليدية.

هدفت الدراسة إلى تعرف استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بوسائل الاتصال التقليدية " التلفزيون، الإذاعة، التلفزيون"، وذلك من خلال تعرف عادات وأنماط ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الاتصال التقليدية والإشباع

المرتتبة على هذا الاستخدام وقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي بالعينه بالتطبيق على عينه قوامها عمدية قوامها 452 مفردة من الشباب الجامعي في الجامعة الأهلية وجامعة دلمون وجامعة المملكة في مملكة البحرين. وقد خلصت الدراسة الى عدد من النتائج اهمها:

زيادة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بالمقارنة مع وسائل الاتصال التقليدية، حيث تتعرض نسبة % 79.42 لمواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بالمقارنة بنسبة 52.21 % للتلفزيون، ونسبة % 50.44 للإذاعة، ونسبة % 16.81 للصحف. كذلك تفضيل الشباب الجامعي لموقعي اليوتيوب والفيس بوك، وموقع تويتر بصفة أساسية، وتتنوع العلاقات التي يقيمها هؤلاء الشباب ما بين الصداقة، والعلاقات العاطفية، والد ارسه والبحث العلمي، ويتمثل الاستخدام الرئيس لهذه المواقع في الصداقة، حيث يفضل حوالي ثلاثة أرباع العينه الدخول إلى هذه المواقع بغرض إقامة صداقات مع الآخرين.

- دراسة حمودة، أحمدى ونس محمد. (٢٠١٣) "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية"

تهدف الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي، في تحفيز الشباب الفلسطيني للمشاركة في القضايا المجتمعية كهدف رئيس، وذلك من خلال الشباب الفلسطيني في شتى أرجاء الوطن ، كذلك بيان دور التفاعل مع شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني تجاه قضاياهم المجتمعية وتحديد مدى الاستفادة منها. وقد استخدم الباحث منهج المسح الاجتماعي بتطبيق الدراسة على عينه قوامها (٤١٠) مبحوثاً من الشباب الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس الشريف.

وقد خلصت الدراسة الى عدداً من النتائج من اهمها:

- أن المبحوثين يثقون بدرجة متوسطة بالمعلومات التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي إذ جاءت بنسبة % ٥٠,٦٠ ، ويثقون بدرجة قليلة وكبيرة بنفس المستوى بنسبة % ٢,٢٠ لكل منهما، وبنسبة % ٢,١ % للذين لا يثقون بها.

- أن المبحوثين يعتبرون المعلومات المقدمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي هادفة بنسبة % ٤,٥٥ ، ثم منوعة بنسبة % ٦,٣٦ ، يليها مسلية بنسبة % ٦,٥٥.

- أن المبحوثين يسجلون إعجابهم بالمنشورات على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة % ٣٨ ، والتعليق على المنشورات بنسبة % ٢٥ ، وتمريرها للآخرين بنسبة % ٢٢ ، ويخبرون بها معارفهم خارج نطاق الإنترنت بنسبة % ١٠ .

- أن الحصول على الأخبار من أكثر الفوائد التي تعود على المبحوثين من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، يليها التواصل مع الآخرين، ثم قضاء وقت الفراغ، يتبعها المعرفة في التخصص، ثم تكوين صداقات جديدة، وأخيراً البحث العلمي.

- أن أكثر الصفات التي يتمتع بها نشطاء شبكات التواصل الاجتماعي الذين يتفاعلون مع القضايا المجتمعية حسب آراء المبحوثين هي صفات حميدة

- دراسة سكيك (٢٠١٤). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية.

هدفت الدراسة الى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية وقد استخدم الباحث في دراسته النهج المسحي واعتمد ثلاثة أدوات وهي تحليل المضمون واداة الاستقصاء الالكترونية (الاستبيان) واداة المقابلة، حيث حلل الباحث مضمون صفحتي شبكتي قدس الإخبارية وعزة الان على موقع الفيس بوك بعينة الأسبوع الصناعي من تاريخ ١-٦-٢٠١٣ وحتى تاريخ ٣١-٨-٢٠١٣ واستمارة (الاستبيان) التي تم توزيعها على ٤٢٦ شاباً وشابة فلسطينية واستخدم الباحث اداة المقابلة الشخصية حيث قابل الباحث عدد من نشطاء الاعلام الجديد والاكاديميين والسياسيين. وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج من أهمها:

- تنصدر الاخبار المتعلقة بالقضايا الوطنية صفحات التواصل الاجتماعي الفلسطينية حيث حصلت نسبة تناول الاخبار على صفحات التواصل الاجتماعي ما نسبته ٩٦.٩% تلاها بفارق معدوم تناول القضايا بشكل غير اخباري بنسبة ١.٩% تلا ذلك بنسبة مقاربة هي نشر التقارير الإخبارية بنسبة ١.١%.

- بلغت نسبة ثقة الشباب الفلسطيني بشبكات التواصل الاجتماعي ٦٤.٨% وهي نسبة متوسطة.
- جاءت ا اخبار التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي بدون مصدر في مقدمة المصادر بنسبة كبيرة بلغت ٦٣.٧% تلاها تناول الصفحات للمصادر العامة بنسبة بلغت ١٩%، تلاها تناول ا اخبار بمصادر خاصة بنسبة مقاربة لما قبلها بلغت ١٧.٣%.

- دراسة عابد، زهير. (٢٠١٢). " دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعبئة الراي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي.

تهدف الدراسة الى الوقوف على المتغيرات التي تتعلق بدور وسائل التواصل الاجتماعي في تعبئة الراي العام حيث كان من اهم اهدافها الفرعية معرفة دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الراي العام لدى جمهور الطلبة في الجامعات الفلسطينية كذلك هدفت الدراسة الى التعرف على الفضايا السياسية والاجتماعية التي يتداولها الطلبة في هذه الشبكات وتوضيح السلبيات والايجابيات وتأثيرها على تشكيل الاي العام لدى المبحوثين. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي في هذه الدراسة وطبقها على عينة قوامها (٥٠٠) مفردة من طلبة الجامعات الفلسطينية . وقد خلصت الدراسة الى عدداً من النتائج من ابرزها:
ان دوافع استخدام الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي كان منخفضاً وان ما يدفعهم لاستخدامها بالمرتبة الاولى انها " وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الشباب على اختلف توجهاتهم وانهم لا يهتمون كثيراً بمناقشة القضايا السياسية والاجتماعية.

- دراسة محمد المنصور (٢٠١٢) بعنوان " تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين:دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية.

شملت الدراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية. وهدف الباحث الى الكشف عن شكل المواقع الاجتماعية "الفييس بوك أنموذجاً" الخاص بقناة العربية. وما هي أوجه التشابه والاختلاف بين شكل الموقع الاجتماعي (الفييس بوك) وبين شكل الموقع الإلكتروني (العربية.نت) لقناة العربية؟. وقد استخدم الباحث منهج المسح الوصفي، لاقترب هذا المنهج من دراسة البحث الحالية. كذلك إعداد قائمة بموقع العربية الاجتماعي (الفييس بوك) وقائمة بموقع العربية الإلكتروني (العربية.نت)، واستمارة تحليل الشكل واستمارة تحليل المضمون. وقد توصل الباحث النتائج من أهمها:

- تبين من خلال الدراسة مكانة وأهمية الإعلام الجديد أو البديل مقارنة بالإعلام القديم، والدور المتميز الذي تلعبه المواقع الاجتماعية كوسيلة إعلامية متطورة، قياساً بما تقوم به المواقع الإلكترونية من دور إعلامي بارز على حساب الصحف الورقية.
- خلصت الدراسة إلى نتيجة توضح مدى تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، وإنه لم يعد بإمكان متصفح الإنترنت الاستغناء عنها، لما توفره من أخبار وتغطية شاملة وعاجلة ومعلومات ومعارف مفيدة ومتنوعة، ومحادثة (درشة) مع الأهل والأصدقاء وزملاء الدراسة والعمل وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو، إضافة إلى أنها مجالاً مفتوحاً لتبادل الآراء والتعليقات على الآراء والردود على تلك التعليقات، وخلق صداقات افتراضية جديدة واستراحة وثقافة وترفيه.

- دراسة العلونة، حاتم سليم. (٢٠١٢). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري.

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على طبيعة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في الحراك الجماهيري، المطالب بالإصلاح السياسي والإقتصادي والاجتماعي، كذلك الى التعرف على دوافع مشاركة النقابيين في موضوعات الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد استخدم الباحث المنهج المسحي، حيث طبق الدراسة على عينة من النقابيين الاردنيين في مدينة إربد وهي سبع نقابات (الأطباء، أطباء الأسنان، الصيادلة، المهندسون، المهندسون الزراعيون، المحامون، الأطباء البيطريون) حيث اختير الباحث (٣٠٠) مفردة من النقابيين، موزعة بالتساوي بين النقابات السبع، استناداً إلى عدد أعضاء كل نقابة، وذلك وفق أسلوب العينة الطبقية وخلصت الدراسة الى عدة نتائج من أهمها:

- بينت النتائج أن دوافع استخدام النقابيين لمواقع التواصل الاجتماعي كانت متقاربة، وجاء في مقدمتها الدافع المتعلق بأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية بما نسبته (٢٤.٣%) تلاه الدافع المتعلق بالاتصال مع الاصدقاء والمجتمع والتعرف على أصدقاء جدد بنسبة (٢٠.١%).
- أكدت نتائج الدراسة أن جمهور النقابيين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن الاعتماد عليها أكثر من الوسائل التقليدية في تكوين الآراء تجاه موضوعات الحراك الجماهيري لأنها تقدم الحقيقة، فضلاً عن أنها تسمح بحشد الجماهير وراء موقف معين.

- دراسة منصور، تحسين منصور. (٢٠١٢). شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني.

تهدف الدراسة الى التعرف الحاجات/ الإشباعات التي يحققها الشباب الأردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي ، وفي إطاره تقوم الدراسة بشكل رئيسي على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، حيث طبق الباحث على عينة قوامها (٢٨٦) مفردة من الشباب الجامعي الأردني في جامعة اليرموك حيث انه من المتوقع أن يكونوا الأكثر استخداماً وتفاعلية وتأثراً بشبكات التواصل الاجتماعي. وتم سحب العينة من (٥) كليات هي: الآداب والعلوم والتربية والاقتصاد والعلوم الإدارية وكلية الحجوي للهندسة بواقع (٥٧) شاباً وشابة لكل كلية بمختلف السنوات الدراسية حسب نسبتهم. وخلصت الدراسة الى عدداً من النتائج أبرزها:

- ارتفاع نسبة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب الاردني بنسبة ٩٣.٧%.
- هناك خمس حاجات/ إشباعات يحققها الشباب الجامعي الاردني من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي، وهذه الحاجات مرتبة حسب اولويات استخدامها وهي: ١. حاجات معرفية/ معلومات ٢. حاجات وجدانية/سيكولوجية ٣. حاجات شخصية/براغماتية ٤. حاجات اجتماعية/ تواصل ٥. حاجات الهروب من الواقع/ملء الفراغ.

ثالثاً: دراسات متعلقة بتشكيل اتجاهات الراي العام

- دراسة الصوفي و البريهي (٢٠١٤) وعنوانها دور الاعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الاكاديمية العربية في اليمن نحو "الربيع العربي"

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الأكاديمية العربية في اليمن نحو ما عرف إعلامياً بثورات "الربيع العربي" من خلال قياس اتجاهات هذه النخبة نحو وطنية الثورات، واتجاهاتها نحو أسباب قيام الثورات، واتجاهاتها نحو محركات الثورات، واتجاهاتها نحو الأنظمة العربية، وخاصة التي قامت ضدها الثورات وقامت الدراسة الميدانية بتطبيق استبيان بأسلوب عشوائي، في خمس جامعات يمنية حكومية، وعلى عينة حجمها 120 مبحوثاً من الأكاديميين العرب العاملين في هذه الجامعات، ممن يحملون الدرجات العلمية (أستاذ مساعد وأستاذ مشارك وأستاذ).

وخلصت الدراسة الى نتائج عدة، أهمها % 73.3 من النخبة الأكاديمية العربية يهتمون بمتابعة أخبار ثورات "الربيع العربي" وتطوراتها، و % 20.3 منهم يبدون اهتماماً متوسطاً، و % 5.8 لا يهتمون. وجاءت القنوات الفضائية الإخبارية كأهم مصدر في ترتيب المصادر الإعلامية التي تتابعها النخبة الأكاديمية العربية في اليمن وتستقي من خلالها الأخبار والمعلومات عن ثورات "الربيع العربي". "وقد جاء على رأس هذه القنوات تفضيلاً لدى المبحوثين قنوات الجزيرة، ثم العربية، ثم ال"بي بي سي"، ثم قناة الحرة. وجاءت الفضائيات اليمنية الخاصة في الترتيب الثاني؛ وفي الترتيب الثالث جاءت وسائل التواصل الاجتماعي. وجاء اتجاه الأكاديميين العرب نحو ثورات "الربيع العربي" إيجابياً بنسبة % 52.5 ، وسلبياً بنسبة % 34.2 ، وجاء محايداً بنسبة % 13.3.

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي

ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

- دراسة البلوشي، علي، (٢٠١٣) وعنوانها اتجاهات طلبة الجامعات نحو القضايا السياسية المقدمة عبر وسائل الإعلام.

تهدف الدراسة إلى التعرف على المعرفة السياسية لدى طلبة قسم الإعلام بجامعة الكويت ، ومدى اهتمامهم بما يدور من حولهم، وماهية مصادر المعلومات التي يعتمدون عليها أكثر لاكتساب تلك المعرفة. ويمثل مجتمع البحث جامعة الكويت / قسم الإعلام، حيث يبلغ عدد طلبة قسم الإعلام المبحوثين في جامعة الكويت نحو (١٥٠) طالب وطالبة. وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي وذلك لمناسبته لطبيعة البحث

وقد توصل الباحث الى نتائج عدة نتائج اهمها:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دوافع متابعة البرامج السياسية الإذاعية التليفزيونية، وتشكيل اتجاهات طلبة قسم الإعلام بجامعة الكويت نحو القضايا السياسية في دولة الكويت.
- أن مستوى المعرفة لدى طلبة قسم الإعلام بجامعة الكويت ، ومدى اهتمامهم بما يدور من أحداث سياسية على الساحة المحلية متوسط، وأن من مصادر المعلومات التي يعتمدون عليها أكثر لاكتساب تلك المعرفة هي التلفزيون والصحافة الالكترونية على وجه التحديد.

- القعابده، موسى (٢٠١٠) دور وسائل الإعلام في توعية الشباب الجامعي العربي بالتحديات الثقافية التي تواجه الأمة العربية في عصر العولمة

تهدف الدراسة على التعرف على جوانب القصور في الدور الذي تضطلع به وسائل الإعلام في توعية الشباب بالتحديات الثقافية التي تحملها العولمة وسبل تلافيتها... وجوانب القوة في هذا الدور و سبل تدعيمها و تعظيمها. تتمثل مشكلة الدراسة في الغياب الملحوظ للدور الذي ينبغي أن تقوم به و وسائل الإعلام العربية في التصدي لهيمنة ثقافة العولمة عبر توعية شعوب الأمة بمخاطر هذه الثقافة على هويتهم وعبر السعي الدؤوب لتدعيم هذه الهوية.

يتمثل مجتمع الدراسة في الشباب الجامعي الأردني والعربي الدارسين في جامعة اليرموك كممثلين للشباب العربي في المرحلة الجامعية و قد طبق الباحث عينة طبقية قوامها (١٠٠مفردة) تضمن تمثيل البلدان العربية التي يدرس بجامعة اليرموك طلاب. وخلص الدراسة الى عدة نتائج اهمها:

١. ثمة نسبة لا يستهان بها (٣٦.٦% من الإناث و ١٧% من الذكور) من الشباب ليس لديها أية خلفية عن طبيعة المخاطر الثقافية للعولمة وهو مؤشر خطر على أن ثمة قصور كبير في الدور الذي ينبغي أن تلعبه المؤسسات المنوط بها توعية هؤلاء الشباب بالمخاطر التي تحيق بهويتهم و تأتي في مقدمة هذه المؤسسات وسائل الإعلام.

٢. إن نسبة الذين يرون أن وسائل الإعلام العربية تقوم بدور كاف في توعية الشباب بمخاطر ثقافة العولمة لم تبلغ إلا ٢.١% لدى الذكور و ٣.٥% لدى الإناث وأن الذين ذهبوا إلى أنها تقوم بدور إلى حد ما أيضا نسبة ضئيلة من مجموع أفراد العينة حيث لم تبلغ إلا ٣٦ مفردة أي ٣٦% من مجموع العينة .. ولا مرأء أن في ذلك دليلاً على وعي الشباب العربي بالغياب الكبير لدور وسائل الإعلام العربية في توعية الشباب العربي بمخاطر ثقافة العولمة على هويتهم.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة يلاحظ الباحث ندرة البحوث التي تجمع ما بين دور الإعلام في كل من تشكيل الاتجاهات وإشباع الحاجات المتعددة لدى الشباب من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. وتظهر نتائج المراجعة لدراسات السابقة تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهات الشباب. في حين لم تتعرض الدراسات السابقة وفي شكل مباشر الى دور وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على اتجاهات الشباب البحريني من خلال الاعلام التضييقي. والذي يهتم بها البحث الحالي. ومن جانب اخر اسهمت الدراسات السابقة في تمكين الباحث من تحديد القضايا المحلية التي تهم الشباب البحريني كذلك صياغة مقياس البحث.

٨- الإطار النظري

تناولت هذه الدراسة موضوع تأثير الاعلام المضلل في وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهات الشباب نحو القضايا المحلية في مملكة البحرين. وقد اشتملت الدراسة على الأطر النظرية التالية:

أولاً: النظرية المفسرة للحاجات والإشباعات.

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات والإشباعات في الدراسات الإعلامية والتي تعد من انسب المداخل للتعرف على طبيعة استخدام عينة الدراسة لمواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت والدوافع والتأثيرات الناجمة عنه. وقد نشأ هذا المدخل على يد كاتز (Katz) والذي اصبح نقطة تحول مهمة في الدراسات الاعلامية. (شقيير ٢٠٠٩: ٤٥٧)

ويفترض مدخل الاستخدامات والإشباعات أن حاجات الأفراد يمكن إشباعها عن طريق وسائل الاتصال ومصادر أخرى غير اتصالية، حيث يتوقع الأفراد أن تحقق لهم المصادر الإعلامية وغير الإعلامية إشباعاً لهذه الحاجات، وفي ضوء هذا الافتراض يقوم مدخل الإشباعات على مجموعة فرضيات - حددها كاتز Katz وبلوميلر Blomiler وجورفتش Gorfitch- تشمل اتصاف الجمهور بالإيجابية في التعامل مع وسائل الإعلام، واستخدام الجمهور لوسائل الاتصال ليصبح لديهم الاحتياجات التي يرغبون في إشباعها، وتتنافس وسائل الإعلام مع غيرها من المصادر في محاولة إشباع هذه الاحتياجات. (الفريخ ٢٠١٢: ٦١)

ويتمثل تطوير المدخل في دراسة الاعلام الجديد التي تعد شبكات التواصل الاجتماعي احدى صورته منها تحديد دوافع وإشباعات خاصة بالإعلام الجديد، مثل استكشاف كل ما هو جديد في العالم الخارجي والتفاعل والحضور الافتراضي. (منصور ٢٠١٢: ٥)

وحدد هيلوتون وليدنبرج خمسة عناصر للنموذج، وهي:

- ١- يعتبر جمهور وسائل الاتصال إيجابياً ونشطاً، كما أنه يلعب دوراً كبيراً في استخدام وسائل الاتصال، وهذا يعني أن جمهور وسائل الاتصال له هدف من التجربة الاتصالية.
- ٢- يقوم الجمهور بالدور الرئيسي في إشباع حاجاته في عملية الاتصال الجماهيري حيث يربط بين إشباع حاجاته واختياره للوسائل التي تشبع حاجاته.
- ٣- تتنافس وسائل الاتصال مع مصادر أخرى لإشباع احتياجات الجمهور والحاجات التي تشبعها وسائل الاتصال محددة، ولكنها جزء من الاحتياجات الإنسانية.

- ٤- من الناحية المنهجية يمكن التعرف على أهداف الجمهور عن طريق استخدام وسائل الاتصال وذلك من خلال سؤال يوجه للجمهور الواعي بدوافعه واهتماماته.
- ٥- يجب أن تؤجل الأحكام الخاصة بالمغزى الثقافي لوسائل الاتصال إلى أن تستكشف توجهات الأفراد بمصطلحاتهم؛ فيجب دراسة الجمهور في ظل دوافعه واحتياجاته. (البدر ٢٠١٣: ٥٨)

ثانياً: دوافع التعرض لوسائل الإعلام:

- يعد تصنيف روبن وويندهل من أشهر تصنيفات دوافع استخدام وسائل الإعلام، حيث صنف هذه الدوافع إلى:
١. الدوافع النفسية: ويقصد بها: اختيار وسيلة إعلامية مناسبة لإشباع الحاجة إلى المعرفة، واختيار الجمهور لنوع معين من المضمون والوسيلة لإشباع حاجات من المعلومات والمعرفة.
 ٢. الدوافع الطقوسية: وتهدف إلى تمضية الوقت والتفيس والاسترخاء، والهروب من الروتين اليومي والمشكلات، وقضاء وقت الفراغ ويكون الجمهور - بصفة عامة - أقل نشاطاً في أثناء التعرض لوسائل الإعلام بدوافع طقوسية، فضلاً عن أنه تكون لديه أهداف أقل في أثناء هذا التعرض، في حين تمثل الدوافع النفسية الاستخدام الهادف للمحتوى المقدم الذي يرتبط بإشباع الحاجة للمعرفة، واكتساب المعلومات، وارتفاع إدراك واقعية المضامين المقدمة.
- وقد أضاف بعض الباحثين نوعين من الدوافع يتعلقان بدوافع استخدام الأفراد لمواقع التواصل الاجتماعي، هما:
١. الدوافع الاجتماعية: وتتمثل في السعي إلى إقامة علاقات جيدة، والحرص على التفاعل الاجتماعي والمشاركة الاجتماعية مع أفراد الأسرة والأصدقاء، فضلاً عن حرية التعبير عن الرأي في الموضوعات والقضايا المختلفة.
 ٢. الدوافع المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام الجديدة: مثل الرغبة في الاختيار والسيطرة على المضمون التي ترجع إلى خاصية التفاعلية التي تتميز بها هذه الوسائل. (عبد الصادق ٢٠١٤: ٣٥)

ثالثاً: أشكال وأساليب التضليل الإعلامي.

أولاً: الدعاية

وتعرف على أنها " الاستخدام المقصود القائم على التخطيط لأي صورة من صور الاتصال بهدف التأثير في عواطف الناس واتجاهاتهم النفسية على بقية العناصر العقلية وفي سلوكهم لتحقيق أغراض محددة تخدم مصالح القائم بالدعاية " (عثمان ٢٠١٥: ٣١)

أساليب الدعاية: تعدد أساليب الدعاية وذلك للوصول إلى أهدافها وتتمثل أهم أساليب الدعاية في الآتي:

- ١- التكرار: ان استمرارية تكرار فقرة أو جملة يؤدي إلى تصديقها حتى لو كان تليفياً والكذباً ويستخدم هذا الأسلوب عادةً لتغيير آراء الناس نحو اتجاه معين مثل الإعلانات وهو من أنجح أساليب الدعاية. (العساف 2012: ١٨١)
- ٢- الاختلاق والتحريف: وهو ترويح الكذب عبر وسائل الاعلام لتغيير حقيقة موضوع ما من خلال تحريفه أو حذفه حتى ينسى.
- ٣- الأسلوب الديني: وفيه يقوم الخطباء والدعاة بالوقوف إلى جانب أصحاب القضية المراد إبرازها.

- ٤- أسلوب النكتة: وهي الأكثر الأساليب تأثيراً وذلك لسرعة انتشارها بين الناس
 - ٥- أسلوب التضخيم والتهويل: ويعد هذا الأسلوب ذو تأثير ضعيف بين الناس وذلك لتعدد مصادر الخبر والتي تكشف الحجم الحقيقي للخبر المراد تضخيمه. (بركة ٢٠٠٨: ٣٨-٣٩)
- أهداف الدعاية :** تتلخص اهداف الدعاية في الاتي:
- ١- السيطرة على الراي العام والتحكم في السلوك الاجتماعي للجماهير.
 - ٢- السيطرة على الاتجاهات باستخدام وسائل الاتصال
 - ٣- تهيئة نفسيات الافراد لقبول وجهات النظر التي يدعو لها القائم على الدعاية والتشبع بها.
 - ٤- نشر أفكار واتجاهات معينة وتحريفها من حيث الشكل والمضمون بطريقة تخدم اهداف القائم على الدعاية. (العبد ٢٠٠٧: ٢١-٢٧).

ثانياً: الاشاعة (الشائعة)

وتعتبر الاشاعة من اكثر أساليب التضليل الإعلامي ترويحاً للباطل ونشر الأكاذيب وهي " ترويح لخبر مختلق لا ساس له من الواقع وهي تعتمد في المبالغة والتهويل أو التشويه حين تسرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة وذلك بهدف التأثير النفسي في الراي العام المحلي أو الراي العام الإقليمي". (الحربي ٢٠١٢: ٧٨)

بغض النظر عن وأنواع الاشاعة الا انها إدارة للحرب النفسية فهي تثير مشاعر الاضطراب والقلق والخوف والرعب والكرهية والشك لدى الجمهور المستهدف خاصة عند وجود موقف غامض في أوقات الكوارث والأزمات

وتستخدم الاشاعة عدد من الأساليب تبعاً لأنواعها ومنها:

- ١- التشهير والتشويش: ويهدف هذا الأسلوب الى اثاره الفتن بين الأطراف وتشويه السمعة.
- ٢- الكذب: ترويح الكذب وهو الأساس التي تقوم عليه الاشاعة وتعتبر هذا الأسلوب الأكثر رواجاً.
- ٣- النكتة: يعمد البعض أسلوب النكتة حتى يستطيع الخروج من أي إشكاليات أو مسؤولية قد تحدث عند اكتشاف. (العصيمي ٢٠١٤: ٨٤)

ومن اهم الأهداف التي تسعى الاشاعة الى تحقيقها: (الحربي ٢٠١٢: 83)

- ١- نشر الخصومة والبغضاء بين افراد المجتمع الواحد تمهيدا لتدمير استقراره النفسي.
- ٢- تدمير القوى المعنوية لدى الخصم من خلال بث الفرقة والرعب والإرهاب.
- ٣- اثاره عواطف الجماهير والعمل على بلبلة الأفكار.
- ٤- احداث القطيعة بين الجماهير وحكوماتهم وتشكيكهم في عدالة قضيتهم.

ثالثاً: الحرب النفسية:

في هذا السياق تعددت تعريفات الحرب النفسية الا ان الجميع اتفق على انها حرب بين طرفين تهدف الى تحقيق المصالح وتستخدم فيها الأسلحة الفكرية والعاطفية وقد عرفت سميسم الحرب النفسية على انها "نوع من القتال النفسي لا يتجه إلا للعدو ويسعى إلا لتحطيم النواحي المعنوية له بجميع الوسائل للقضاء

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي

ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

على أية صورة من صور الثقة بالنفس التي قد تولد فيه المقاومة أو عدم الاذعان والاستسلام، وتهدف الى تحطيم الارادة الفردية وتحطيم الثقة بالذات. (الافرنجي ٢٠١٤: ٦٥)

من أساليب الحرب النفسية

- ١- افتعال الازمات: من خلال التحريض على اعمال التخريب والتدمير وصناعة الاخبار المزيفة.
- ٢- اثاره الرعب: وهو استغلال حاجة الانسان الى الامن وبث الرعب والمخاوف في نفوس الناس
- ٣- غسيل الدماغ: وتعتمد هذا الاسلوب الى تغيير قناعات الافراد أو الجهات من خلال إعادة تكوينها على نحو يخدم الجهة التي تقوم بذلك.
- ٤- تحريف الحقائق: وهو الاسلوب الأكثر استخداماً في الحرب النفسية حيث انه يرسم صورة إيجابية عن القائم بالحرب ويستخدم أسلوب التكرار للكلمات والعبارات حتى تتحول الى حقائق لا تقبل الجدل. (بركة ٢٠٠٨: ٤٣)

اهداف الحرب النفسية

- ١- العمل على إضعاف الروح المعنوية للعدو وبث اليأس من النصر في صفوفه عن طريق المبالغة في وصف القوة وهزائم العدو لبث الرعب في قلب العدو.
- ٢- اضعاف الجبهة الداخلية للعدو واحداث ثغرات داخلها من خلال:
 - أ. الضغط الاقتصادي على نظام العدو العمل على انهياره.
 - ب. تشجيع الطوائف على مقاومة الأهداف القومية.
 - ج. تشكيك الجماهير بقيادتها السياسية وزعزعة ثقتها بإمكانية صمود الجيش.
 - د. والفس وأثاره الفتن بين الطوائف الشعب المختلفة
 - هـ. التشجيع على الأحقاد والضغائن بين الشعب والجيش.
 - و. احداث الفوضى والبلبله.

وبناء على ما تقدم فان أساليب التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي تحدد في الاتي:

التلاعب بالأخبار ومن أبرزها: وذلك من خلال التالي:

- أ. اختيار العناوين المضللة بهدف جذب القراء وعادتا ما يختلف العنوان عن مضمون الرسالة الإعلامية التي تحمل الفبركة والتلفيق والتضليل.
- ب. التكتم عن ذكر مصدر الخبر في وسائل الاعلام بهدف تقديم تسريبات مغلوبة والتشويش وتضليل الراي العام مستغلين النافذة التي اتاحة العمل الإعلامي في إمكانية التكتم عن مصدر الاخبار إذا اقتضت الضرورة ذلك كعدم رغبة المصدر في الكشف عن هوية لأسباب أمنية أو سياسية.

ت. الحوار المشوه الذي يتم في التغيب الكلي المتعمد للقضية الجوهرية

- التضليل بالكذب: وهو نقل اخبار غير صحيحة ومكذوبة سواء كان عن طريق الخطأ أو بهدف تضليل القارئ. ويرى العصيمي ان الاعلام لا يلجأ الى الكذب الا اذا فشلت كل وسائله وذلك لأنه دائماً يحاول الى يحافظ على مصداقته وحتى لا يفقد ثقة القارئ والمشاهد به. (العصيمي ٢٠١٤: ٩٤)
 - ويستخدم في هذا الأسلوب التضليل بالتلاعب بالمعلومات وإعادة ترتيب الحقائق وتزييف الانطباعات واطلاق التفسيرات الغير مطابقة للواقع وقلب الصورة لجعل المجرم ضحية وإصدار الاحكام على المواقف والأشخاص والجماعات المنافية للحقيقة.
 - التضليل باستخدام المصطلحات: وهو إطلاق مصطلحات مغايرة لما هو متعارف عليه بهدف خلق واقع جديد مثل (الأراضي المتنازع عليها بدل الأراضي المحتلة، قتل استهدافي بدل اغتيال حرب الغفران بدل حرب أكتوبر).
- 1 - التضليل عن طريق التلاعب بالصورة: مع ان الصورة تعتبر من اصدق الوسائل الإعلامية الا ان هناك وسائل وطرق للتضليل بالصورة ومنها:
- أ- اختيار الناشر للصورة: وهي عملية اختيار صورة لموضوع ما من بين عشرات الصور لتخدم وجهة نظر معينة يتبناها الناشر مثل اختيار صورة لطفل يلقي الحجارة على جنود الاحتلال الإسرائيلي، وإظهار الجندي بصورة الضحية من بين عشرات الصور التي تصور قمع وقتل الجنود للمتظاهرين.
 - ب- اختيار زاوية التصوير: ويعمد من خلالها القائمون على التضليل الإعلامي باستبعاد عناصر لا تخدم وجهة نظرهم والابقاء على أخرى يراد من خلالها التأكيد على وجه نظرهم بحجة احداث التوازن في الصورة. كان تلتقط صورة لمظاهرة من خلال زاوية محددة تظهر الآلاف المشاركين وزاوية أخرى تظهر العشرات فقط.
 - ت- استخدام برامج التحرير في تزييف الصور: تستخدم هذه البرامج في تزييف الصور بهدف التأثير على الراي العام وقلب الحقائق ويكون من خلال تزييف مكان النقاط الصورة أو زمانها من خلال دمج أكثر من صورة وإضافة شخصيات ليست موجودة في الحدث اصلاً.
 - ٥- التضليل بالإثارة: ويستخدم اسلوب الإثارة في بث الاخبار من خلال اطلاق الشائعات المثيرة للخوف والقلق والرعب وتشويه السمعة للشخصيات العامة من خلال استخدام معلومات الافتراء والقذف وكذلك يستخدم أسلوب الشخصية المهزوزة على قضية لتشويها.
 - ٥- التضليل باستطلاعات الراي: وتستخدم بعض استطلاعات الراي في استغلال المستطلع آرائه في مصالحه بعض القوى دون غيرها مثل الاعن عن نتائج استباقية لتوجهات الراي العام والراد منها الإيحاء للراي العام بفوز حزب ما وان الخيارات الأخرى قد تكون خاسر. ويستخدم في تحقيق ذلك التهويل أو التهوين باستخدام الأرقام.

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

١٠- فروض البحث:

الفرض الاول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمستوى تعرض الشباب البحريني لوسائل التواصل الاجتماعي.
الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى التضليل الإعلامي لوسائل التواصل الاجتماعي والاتجاهات السلبية لطلبة الجامعات الخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي.
الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغيرات الخصائص الديموغرافية والتي تتضمن النوع، العمر، الحالة الاجتماعية، الدخل والمستوى التعليمي.

١١- حدود الدراسة

- الحدود البشرية: تتمثل الحدود البشرية في طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين.
- الحدود الزمنية: يمتد البحث خلال العام الأكاديمي ٢٠١٥-٢٠١٦.
- الحدود المكانية: الجامعات الخاصة في مملكة البحرين .
- الحدود الموضوعية : ينحصر موضوع البحث في التعرف على اثر الاعلام المضلل في وسائل التواصل الاجتماعي على تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات في مملكة البحرين

١٢- الدراسة الإحصائية

التحليل الوصفي

- الخصائص الديموغرافية لعينة البحث:-

تكونت عينة الدراسة من (١٤٩) طالباً وطالبة من طلبة الجامعات في مملكة البحرين تم اختيارهم بطريقة عشوائية، منهم (٦٥) من الطلاب، و(٨٤) من الطالبات والجدول التالي توضح خصائص عينة الدراسة

- توزيع العينة حسب متغير النوع

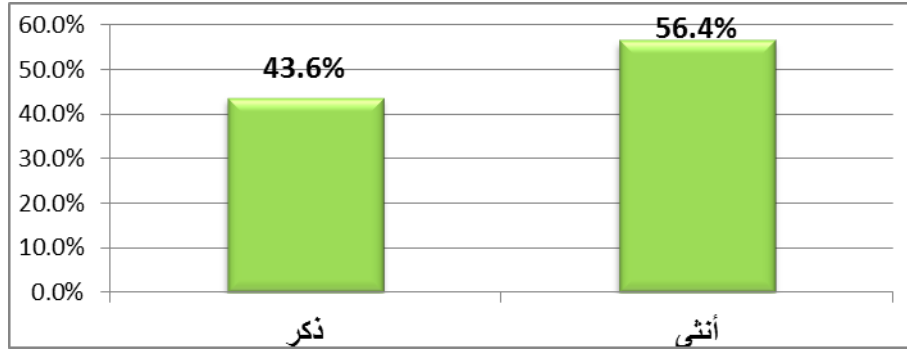
جدول (١)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	65	43.6%
أنثى	84	56.4%
المجموع	149	100 %

يتبين من الجدول السابق ارتفاع نسبة الإناث في عينة الدراسة والتي بلغت (56.4%) للذكور، وبلغت نسبة الإناث (43.6%)، والشكل التالي يوضح هذه النتائج:

شكل (1)
توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع



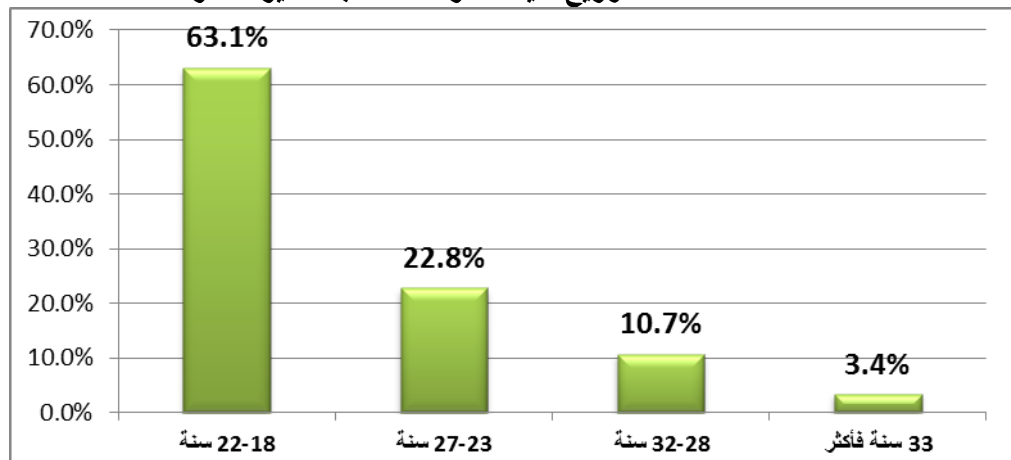
• توزيع العينة حسب متغير العمر

جدول (2)
توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

النسبة المئوية	العدد	العمر
63.1%	94	٢٢-١٨ سنة
22.8%	34	٢٧-٢٣ سنة
10.7%	16	٣٢-٢٨ سنة
3.4%	5	٣٣ سنة فأكثر
100 %	149	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن نسبة العمر " من ٢٢-١٨ سنة" شكلت (63.1%) من العينة، ونسبة العمر من ٢٧-٢٣ سنة مقدارها (22.8%) من العينة، وبلغت نسبة العمر من ٣٢-٢٨ سنة (10.7%)، وكانت نسبة العمر ٣٣ سنة فأكثر (3.4%)، والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل (2)
توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر



التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي
ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

• توزيع العينة حسب متغير الحالة الاجتماعية

جدول (3)

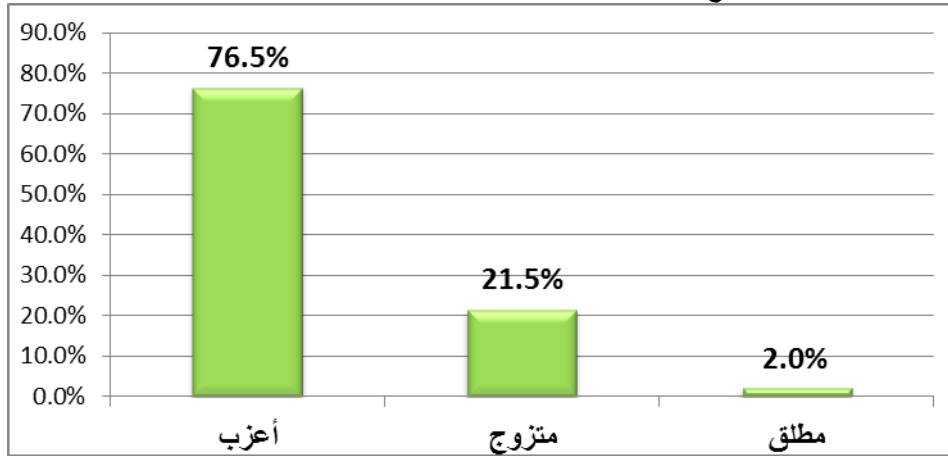
توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	العدد	الحالة الاجتماعية
76.5%	114	أعزب
21.5%	32	متزوج
2.0%	3	مطلق
100 %	149	المجموع

يوضح الجدول السابق أن غالبية العينة كانت من العزاب بنسبة بلغت (76.5%)، وكانت نسبة المتزوجين (21.5%)، في حين أن (2.0%) من العينة من المطلقين، والشكل التالي يوضح هذه النتائج:

شكل (3)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية



• توزيع العينة حسب متغير نوع الدراسة

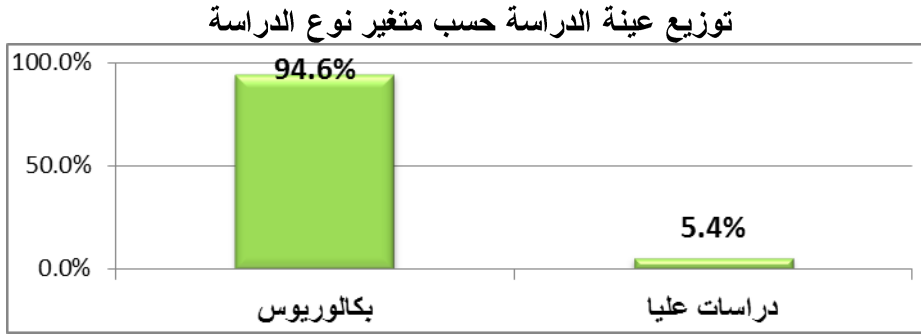
جدول (4)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير نوع الدراسة

النسبة المئوية	العدد	نوع الدراسة
94.6%	141	بكالوريوس
5.4%	8	دراسات عليا
100 %	149	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن معظم عينة الدراسة كانت من مرحلة البكالوريوس بنسبة (94.6%) من العينة، وبلغت نسبة طلبة دراسات عليا (5.4%) من العينة، والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل (4)



• توزيع العينة حسب متغير المستوى المعيشي

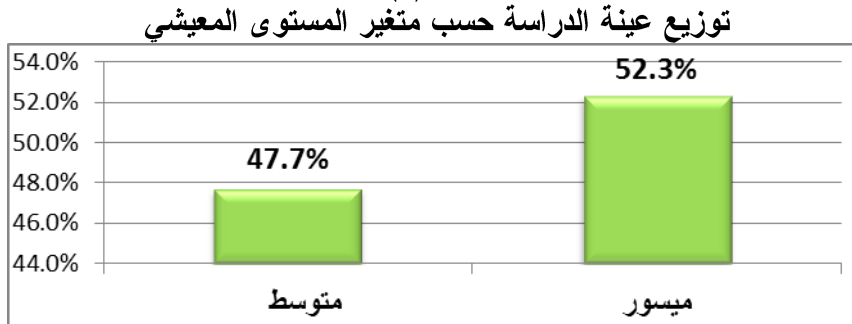
جدول (5)

توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى المعيشي

النسبة المئوية	العدد	المستوى المعيشي
0%	0	ضعيف
47.7%	71	متوسط
52.3%	78	ميسور
100 %	149	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن عينة الدراسة توزعت ما بين المستوى المعيشي المتوسط والميسور بنسب متقاربة، بنسبة (47.7%) من المستوى المعيشي المتوسط ، و(52.3%) من المستوى المعيشي الميسور، والشكل التالي يوضح ذلك:

شكل (5)



مؤشرات صدق وثبات المقياس

صدق الاتساق الداخلي

تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي للمقياس من خلال حساب العلاقة بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمحور من خلال معاملات ارتباط بيرسون كما هو موضح تاليا:

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي
ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

جدول رقم (٦)

مؤشرات صدق الاتساق الداخلي لعبارات محور تقييم الخبر في وسائل التواصل الاجتماعي

الرقم	العبرة	معامل ارتباط بيرسون
١	الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة وقيمة	.338(**)
٢	الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي تثير اهتمامي	.283(*)
٣	محتوى الخبر يراعي العادات والتقاليد والقيم الأخلاقية	.431(**)
٤	الخبر عادة محرر بمهنية عالية	.408(**)
٥	الخبر محرر بالغة سليمة ويخلو من الأخطاء	.523(**)
٦	دائماً ما يكون الخبر واضح المصدر	.561(**)
٧	غالباً ما أتقصى صحة الخبر من مصادر أخرى	.268(*)
٨	أتفاعل مع الخبر من خلال التعليق	.388(**)
٩	أتفاعل مع الخبر من خلال المشاركة	.443(**)
١٠	أثق بالخبر الوارد عبر وسائل التواصل الاجتماعي	.367(**)
١١	افهم وسائل التضليل الإعلامي في الخبر	.300(*)
١٢	يميز الخبر بالتهويل	.296(*)
١٣	يستخدم الخبر الأرقام والإحصائيات بهدف التضخيم	.327(**)
١٤	يحجب الخبر الحقائق ويتجاهلها	.387(**)
١٥	الصورة المصاحبة للخبر مفبركة	.360(**)
١٦	غالباً ما يشوه الخبر الأحداث	.494(**)
١٧	يستخدم الخبر مصطلحات حقيقة في سياق خاطئ	.654(**)
١٨	عنوان الخبر لا يتطابق مع مضمونه	.349(**)
١٩	يثير الخبر الشائعات والرعب والخوف	.493(**)
٢٠	يسقط الخبر الشخصية المهزوزة علي قضية ما لتشويهها	.566(**)
٢١	يقلب الخبر الصورة لجعل المجرم ضحية	.659(**)
٢٢	يتجه الخبر إلى تشوه صورة أو سمعة نظام أو فكر أو عقيدة	.641(**)
٢٣	تحت بعض الأخبار على الطائفية	.670(**)
٢٤	تحت بعض الأخبار على العنصرية	.595(**)
٢٥	تركز الأخبار بشكل عام في وسائل التواصل الاجتماعي على الحدث المحلي	.341(**)

* الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.05)$.

** الارتباط دال إحصائياً عند $(\alpha = 0.01)$.

يتضح من نتائج الجدول السابق أن جميع قيم معاملات ارتباط بيرسون للعبارات كانت ذات دلالة إحصائية عند $(\alpha \geq 0.05)$ ، وهي قيم مرتفعة ومناسبة لأغراض تحقيق أهداف الدراسة الحالية.

ثبات الاتساق الداخلي للمقياس

تم حساب مؤشرات ثبات الاتساق الداخلي للمقياس من خلال معادلة كرونباخ- ألفا والتي بلغت قيمتها (0.82) ، وهي قيمة مقبولة لأغراض الدراسة الحالية.

إحصاءات الدراسة:

استخدمت الدراسة الحالية الإحصاءات التالية للإجابة عن أسئلة الدراسة:

- معاملات ارتباط بيرسون.
- معادلة كرونباخ ألفا .
- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسطات الحسابية.
- الانحرافات المعيارية
- اختبار ت.
- اختبار ف.
- اختبار شافيه.

نتائج الدراسة

تم التوصل إلى هذه النتائج بعد تحليل البيانات باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS:

أولاً: عادات وأنماط تعرض الشباب لوسائل التواصل الاجتماعي

١. متابعة المبحوثين للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (7)

التكرارات والنسب المئوية لمدى الاهتمام بمتابعة الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الرقم	الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	نعم	112	75.2%
2	لا	37	24.8%
	المجموع	149	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (75.2%) من عينة الطلبة يتابعون الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وما نسبته (24.8%) منهم غير متابعين للأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

٢. أشكال وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة لدى المبحوثين:-

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي
ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

جدول (8)

التكرارات والنسب المئوية لوسائل التواصل الاجتماعي المفضلة

النسبة المئوية	التكرارات	الاستجابة	الرقم
15.4%	23	فيس بوك	1
32.9%	49	تويتير	2
26.8%	40	يوتيوب	3
44.3%	66	واتس اب	4
53.7%	80	انستغرام	5
6.0%	9	أخرى	6

يتبين من الجدول السابق أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي المفضلة لدى عينة الطلبة هو "انستغرام" ويفضله ما نسبته (53.7%) منهم، تلاها في المرتبة الثانية "واتس اب" ويفضله ما نسبته (44.3%) من عينة الجمهور البحريني، ثم في المرتبة الثالثة "تويتير" ويفضله ما نسبته (32.9%) من عينة الطلبة، وفي المرتبة الرابعة "يوتيوب" ويفضله ما نسبته (26.8%) من عينة الطلبة، تبعه في المرتبة الخامسة "فيس بوك" ويفضله ما نسبته (15.4%) من عينة الطلبة.

٣. معدل تعرض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي:-

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (9)

التكرارات والنسب المئوية لمعدل التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرارات	الاستجابة	الرقم
63.7%	95	دائماً	1
30.2%	45	أحيانا	2
5.4%	8	نادراً	3
0.7%	1	ضعيف	4
100%	149	المجموع	

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (63.7%) من عينة الطلبة دائماً يتعرضون لوسائل التواصل الاجتماعي، وما نسبته (30.2%) منهم أحيانا يتعرضون لها، كما أن (5.4%) منهم نادراً ما يتعرضون لوسائل التواصل الاجتماعي.

٤. كثافة تعرض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي يومياً:-

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (10)

التكرارات والنسب المئوية لحجم التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي يومياً

الرقم	الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	أقل من ساعة	32	21.5%
2	من ساعة إلى ثلاث ساعات	63	42.3%
3	من ثلاث ساعات إلى ست ساعات	24	16.1%
4	أكثر من ست ساعات	30	20.1%
	المجموع	149	100%

تظهر نتائج الجدول السابق أن ما نسبته (20.1%) من عينة الطلبة يتعرضون لوسائل التواصل الاجتماعي أكثر من ست ساعات يومياً، وما نسبته (16.1%) منهم يتعرضون لها من ثلاث ساعات إلى ست ساعات يومياً، كما أن (42.3%) منهم يتعرضون لوسائل التواصل الاجتماعي من ساعة إلى ثلاث ساعات يومياً، و(21.5%) من العينة يتعرضون لوسائل التواصل الاجتماعي أقل من ساعة يومياً.

٥. الفترات المفضلة لتعرض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي:-

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (11)

التكرارات والنسب المئوية للفترات المفضلة للتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي

الرقم	الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	الفترة صباحية	14	9.4%
2	فترة الظهر	13	8.7%
3	الفترة المسائية	77	51.7%
4	ما بعد منتصف الليل	45	30.2%
	المجموع	149	100%

يتبين من الجدول السابق أن الفترة المسائية هي الفترات المفضلة لدى (51.7%) من عينة الطلبة للتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي، وما نسبته (30.2%) منهم يفضلون فترة ما بعد منتصف الليل للتعرض لها، في حين أن (9.4%) من العينة يفضلون الفترة صباحية ، و(8.7%) منهم يفضلون فترة الظهر.

٦. طرق تعرض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي:-

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي
ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

جدول (12)

التكرارات والنسب المئوية لطرق التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي

الرقم	الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	جهاز كمبيوتر	6	4.0%
2	جهاز الهاتف الذكي	130	87.2%
3	الكمبيوتر اللوحي	2	1.3%
4	جميع الأجهزة	11	7.4%
	المجموع	149	100%

يتبين من الجدول السابق أن جهاز الهاتف الذكي هو الوسيلة المفضلة لدى (87.2%) من عينة الطلبة للتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي، وما نسبته (4.0%) منهم يستخدمون جهاز كمبيوتر للتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي، في حين أن (1.3%) من العينة يستخدمون الكمبيوتر اللوحي، و(7.4%) منهم يستخدمون مختلف الأجهزة للتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي.

٧. أماكن تعرض المبحوثين لوسائل التواصل الاجتماعي:-

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (13)

التكرارات والنسب المئوية لأماكن التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي

الرقم	الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	البيت	58	38.9%
2	العمل	4	3.4%
4	المقهى	11	7.4%
٥	السيارة	6	4.0%
6	جميع ما ذكر	69	46.3%
	المجموع	149	100%

يتضح من الجدول السابق أن ما نسبته (46.3%) من عينة الطلبة يتعرضون لوسائل التواصل الاجتماعي في مختلف الأماكن، وما نسبته (38.9%) يفضلون التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي في البيت، ونسبة (7.4%) من العينة أنهم يتعرضون لوسائل التواصل الاجتماعي في المقهى ، و(4.0%) في السيارة، و(3.4%) في العمل.

٨. دوافع تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي:-

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (14)

التكرارات والنسب المئوية لدوافع التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي

الرقم	الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	معرفة ما هو جديد	102	68.5%
2	قتل الملل	86	57.7%
3	نقد الأعمال وتقييمها	18	12.1%
4	تنمية المعلومات الثقافية	72	48.3%
5	للتسلية والترفيه	97	65.1%
6	التعبير عن الرأي	46	30.9%
7	التفاعل والمشاركة	43	28.9%
8	أخرى	8	5.4%

يتبين من الجدول السابق تعدد دوافع تعرض الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، وأكثرها هو معرفة ما هو جديد بنسبة (68.5%)، تلاه في المرتبة الثانية للتسلية والترفيه بنسبة (65.1%)، وفي المرتبة الثالثة يتعرض الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي لقتل الملل بنسبة (57.7%)، ثم لتنمية المعلومات الثقافية في المرتبة الرابعة بنسبة (48.3%)، وفي المرتبة الخامسة يتعرض الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن الرأي بنسبة (30.9%).

ثانياً: تقييم اتجاهات الشباب

٩. هل تقدم وسائل التواصل الاجتماعي موضوعات تهم الشباب ؟

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (15)

التكرارات والنسب المئوية لتقديم وسائل التواصل الاجتماعي موضوعات تهم الشباب

الرقم	الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	نعم	133	89.3%
2	لا	16	10.7%
	المجموع	149	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (89.3%) من عينة الطلبة أكدوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي تقدم موضوعات تهمهم، مقابل (10.7%) منهم أكدوا على أن وسائل التواصل الاجتماعي لا تقدم موضوعات تهمهم.

١٠. أنواع القضايا التي تهم المبحوثين.

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي
ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

جدول (16)

التكرارات والنسب المئوية لنوع القضايا التي تهم الشباب البحريني

الرقم	أنواع القضايا	التكرارات	النسبة المئوية / تنازلياً
6	الموضوعات الدينية	45	55.7%
8	الصحة	71	47.7%
12	الرياضة	50	33.6%
11	الترابط الأسري	43	28.9%
7	الموضوعات السياسية	37	24.8%
2	الفساد	33	22.1%
1	الزواج والطلاق	28	18.8%
5	العنف	28	18.8%
3	العلاقات الجنسية	25	16.8%
9	الإدمان والمخدرات	20	13.4%
10	السحر والشعوذة	16	10.7%

تظهر نتائج الجدول السابق وجود العديد من القضايا التي تهم الشباب البحريني وكانت أكثر القضايا التي تهمهم هي الصحة بنسبة (47.7%)، تلاها في المرتبة الثانية القضايا الأخرى بنسبة (33.6%)، وجاء بعدها في المرتبة الثالثة الموضوعات الدينية بنسبة (30.2%)، ثم في المرتبة الرابعة قضايا الترابط الأسري بنسبة (28.9%)، تبعها في المرتبة الخامسة قضايا الدين بنسبة (25.5%)، تلاها في المرتبة السادسة الموضوعات السياسية بنسبة (24.8%)، وفي المرتبة السابعة قضايا الفساد بنسبة (22.1%).

11 - مناقشة القضايا عبر وسائل التواصل الاجتماعي

أ. مدى مشاركة الآخرين في مناقشة القضايا المطروحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي:-
تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (17)

التكرارات والنسب المئوية لمشاركة الآخرين في مناقشة القضايا المطروحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الرقم	الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	نعم	99	66.4%
2	لا	50	33.6%
	المجموع	149	100%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (66.4%) من عينة الطلبة يشاركون الآخرين في مناقشة القضايا المطروحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مقابل (33.6%) منهم أكدوا أنهم لا يشاركون الآخرين في مناقشة القضايا المطروحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ب- الفئة المستهدفة في المشاركة

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (18)

التكرارات والنسب المئوية للأشخاص الذين يتم معهم مشاركة القضايا المطروحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الرقم	الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	الأسرة	51	34.2%
2	الجيران	3	2.0%
3	الزملاء في الجامعة	23	15.4%
4	الأصدقاء	67	45.0%
5	الأساتذة	12	8.1%
6	أخرى	4	2.7%

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (45.0%) من عينة الطلبة يشاركون الأصدقاء في مناقشة القضايا المطروحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، و(34.2%) منهم يشاركون الأسرة في مناقشة القضايا المطروحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، كما أن (15.4%) منهم يشاركون الزملاء في الجامعة، و(8.1%) من عينة الطلبة يشاركون الأساتذة في مناقشة القضايا المطروحة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، و(2.0%) فقط يشاركون الجيران.

١٢. الإشباع الاجتماعي التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين. تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (19)

التكرارات والنسب المئوية للإشباع الاجتماعي التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي

الرقم	الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	ربط علاقات جديدة	72	48.3%
2	مناقشة القضايا المحلية الساخنة	55	36.9%
3	إيجاد حلول للقضايا المحلية	22	14.8%
	المجموع	149	100%

يتبين من الجدول السابق أن أهم الإشباع الاجتماعي التي تحققها مواقع التواصل الاجتماعي لعينة الطلبة هي ربط علاقات جديدة بنسبة (48.3%)، ومناقشة القضايا المحلية الساخنة بنسبة (36.9%) منهم، ثم إيجاد حلول للقضايا المحلية بنسبة (14.8%).

١٣. تأثير وسائل الإعلام على السلوكيات والأخلاق.

تم حساب التكرارات والنسب المئوية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (20)

التكرارات والنسب المئوية لطبيعة تأثير وسائل الإعلام على السلوكيات والأخلاق

الرقم	الاستجابة	التكرارات	النسبة المئوية
1	تأثير إيجابي	72	48.3%
2	تأثير سلبي	26	17.4%
3	لا اعرف	51	34.2%
	المجموع	149	100%

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي

ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

يتبين من الجدول السابق أن ما نسبته (48.3%) من عينة الطلبة ترى أن لوسائل الإعلام تأثيراً إيجابياً على السلوكيات والأخلاق، وما نسبته (17.4%) منهم ترى أن لوسائل الإعلام تأثيراً سلبياً على السلوكيات والأخلاق، في حين قال (34.2%) من العينة أنهم لا يعرفون طبيعة تأثيرها.

١٤. أثر وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني.

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات لاستجابات العينة، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (21)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأثر وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني

الترتيب	الأهمية النسبية	الانحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	العبارة	الرقم
١	81.9%	0.729	4.094	الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة وقيمة	١
٢	78.1%	0.968	3.906	الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي تثير اهتمامي	٢
٣	77.2%	0.870	3.859	يستخدم الخبر الأرقام والإحصائيات بهدف التضخيم	١٣
٤	74.1%	1.030	3.705	تحت بعض الأخبار على الطائفية	٢٣
٥	74.0%	1.089	3.698	تحت بعض الأخبار على العنصرية	٢٤
٦	72.9%	0.855	3.644	يحبب الخبر الحقائق ويتجاهلها	١٤
٧	72.5%	0.997	3.624	يتجه الخبر إلى تشويه صورة أو سمعة نظام أو فكر أو عقيدة	٢٢
٨	71.4%	0.880	3.570	يستخدم الخبر مصطلحات حقيقة في سياق خاطئ	١٧
٩	70.5%	1.037	3.523	يثير الخبر الشائعات والرعب والخوف	١٩
١٠	69.7%	1.088	3.483	غالباً ما أتقصى صحة الخبر من مصادر أخرى	٧
١١	69.1%	1.017	3.456	تركز الأخبار بشكل عام في وسائل التواصل الاجتماعي على الحدث المحلي	٢٥
١٢	69.1%	0.826	3.456	غالباً ما يشوه الخبر الأحداث	١٦
١٣	68.9%	1.003	3.443	افهم وسائل التضليل الإعلامي في الخبر	١١
١٤	68.7%	1.022	3.436	يقلب الخبر الصورة لجعل المجرم ضحية	٢١
١٥	68.5%	0.848	3.423	يميز الخبر بالتهويل	١٢
١٦	67.2%	1.002	3.362	يسقط الخبر الشخصية المهزوزة علي قضية ما لتثويها	٢٠
١٧	67.2%	0.790	3.362	الصورة المصاحبة للخبر مفبركة	١٥
١٨	65.8%	1.009	3.289	عنوان الخبر لا يتطابق مع مضمونه	١٨
١٩	65.2%	0.833	3.262	محتوى الخبر يراعي العادات والتقاليد والقيم الأخلاقية	٣
٢٠	62.6%	1.199	3.128	أنفاعل مع الخبر من خلال التعليق	٨
٢١	62.3%	0.983	3.114	الخبر عادة محرر بمهنية عاليه	٤
٢٢	59.7%	1.103	2.987	أنفاعل مع الخبر من خلال المشاركة	٩
٢٣	59.5%	0.915	2.973	الخبر محرر بالغة سليمة ويخلو من الأخطاء	٥
٢٤	54.5%	1.114	2.725	دائماً ما يكون الخبر واضح المصدر	٦
٢٥	49.4%	1.088	2.470	أثق بالخبر الوارد عبر وسائل التواصل الاجتماعي	١٠
	63.9%	0.393	3.193	المتوسط ككل	

يتبين من الجدول السابق أن المتوسط حسابي لأثر وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني بلغ (3.193) والأهمية النسبية (63.9%)، مما يشير إلى أن أثر وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني جاء بدرجة متوسطة.

ويتبين من الجدول السابق أن أكثر تأثيرات لوسائل التواصل الاجتماعي على الشباب البحريني هي الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي مفيدة وقيمة بمتوسط حسابي (4.094) وأهمية نسبية (81.9%)، وهي من التأثيرات الإيجابية. تلاها في المرتبة الثانية "الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي تثير اهتمامي" بمتوسط حسابي (3.906) وأهمية نسبية (78.1%)، وهي من التأثيرات الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي. وجاءت في المرتبة الثالثة "يستخدم الخبر الأرقام والإحصائيات بهدف التضخيم" بمتوسط حسابي (3.859) وأهمية نسبية (77.2%)، وهي من التأثيرات السلبية. ثم في المرتبة الرابعة "تحت بعض الأخبار على الطائفية" بمتوسط حسابي (3.705) وأهمية نسبية (74.1%)، وهي من التأثيرات السلبية. وجاءت في المرتبة الخامسة من حيث تأثيرات لوسائل التواصل الاجتماعي على الشباب البحريني "تحت بعض الأخبار على العنصرية"، بمتوسط حسابي (3.698) وأهمية نسبية (74.0%)، وهي من التأثيرات السلبية.

ويتبين من الجدول السابق أن أقل تأثيرات لوسائل التواصل الاجتماعي على الشباب البحريني هي أثق بالخبر الوارد عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي (2.470) وأهمية نسبية (49.4%). تلاها "دائماً ما يكون الخبر واضح المصدر" بمتوسط حسابي (2.725) وأهمية نسبية (54.5%). ثم "الخبر محرر بالغة سليمة ويخلو من الأخطاء" بمتوسط حسابي (2.973) وأهمية نسبية (59.5%). ثم "أفاعل مع الخبر من خلال المشاركة" بمتوسط حسابي (2.987) وأهمية نسبية (59.7%).

ثانياً: اختبار فروض البحث

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمستوى تعرض الشباب البحريني لوسائل التواصل الاجتماعي. تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب مستوى تعرض الشباب البحريني لوسائل التواصل الاجتماعي، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٢)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني حسب مستوى تعرض الشباب البحريني لوسائل التواصل الاجتماعي

الانحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	مستوى تعرض الشباب البحريني لوسائل التواصل الاجتماعي
0.263	2.902	منخفض
0.396	3.188	متوسط
0.526	3.346	مرتفع

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي

ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمستوى تعرض الشباب البحريني لوسائل التواصل الاجتماعي ، وللتعرف على دلالة الفروق بين هذه المتوسطات تم استخدام تحليل التباين الأحادي، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٣)

دلالة الفروق في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمستوى تعرض الشباب البحريني لوسائل التواصل الاجتماعي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	1.917	2	0.958	5.124	0.007
داخل المجموعات	27.307	146	0.187		
الكلية	29.223	148			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمستوى تعرض الشباب البحريني لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث أظهرت نتائج اختبار شافيهيه أن الشباب البحريني الذي يتعرض بدرجة متوسطة لوسائل التواصل الاجتماعي يتأثر بالتضليل الإعلامي لهذه الوسائل بدرجة أكبر وبشكل دال من مستوى تأثر الشباب البحريني الذي يتعرض بدرجة منخفضة لوسائل التواصل الاجتماعي، وأن الشباب البحريني الذي يتعرض بدرجة مرتفعة لوسائل التواصل الاجتماعي يتأثر بالتضليل الإعلامي لهذه الوسائل بدرجة أكبر وبشكل دال من مستوى تأثر الشباب البحريني الذي يتعرض بدرجة منخفضة وبدرجة متوسطة لوسائل التواصل الاجتماعي.

من خلال النتيجة السابقة نستنتج أن التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي يزداد كلما زاد تعرض الشباب البحريني لهذه الوسائل.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى التضليل الإعلامي لوسائل التواصل الاجتماعي والاتجاهات السلبية لطلبة الجامعات الخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي.

تم التحقق من صحة الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٢)

دلالة العلاقة الارتباطية بين مستوى التضليل الإعلامي لوسائل التواصل الاجتماعي والاتجاهات السلبية

لطلبة الجامعات الخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي

قيمة معامل الارتباط	ن	مستوى الدلالة
0.42	150	0.01

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً (0.01) بين التضليل الإعلامي لوسائل التواصل الاجتماعي والاتجاهات السلبية لطلبة الجامعات الخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي، فكلما زاد

مستوى التضليل الإعلامي لوسائل التواصل الاجتماعي زادت، الاتجاهات السلبية لطلبة الجامعات الخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغيرات الخصائص الديموغرافية والتي تتضمن النوع، العمر، الحالة الاجتماعية والمستوى التعليمي

• متغير النوع:

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ت، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٣)

دلالة الفروق في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني حسب متغير النوع

النوع	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
ذكر	3.0880	.31090	-2.940	147	.004
أنثى	3.2743	.43131			

يتبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغير النوع لصالح الإناث.

• متغير العمر

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب متغير العمر، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني حسب متغير العمر

العمر	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية
١٨-٢٢ سنة	3.1817	.35486
٢٣-٢٧ سنة	3.1412	.40136
٢٨-٣٢ سنة	3.1120	.40733
٣٣ سنة فأكثر	3.3950	.54276

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغير العمر، وللتعرف على دلالة الفروق بين هذه المتوسطات تم استخدام تحليل التباين الأحادي، كما هو موضح في الجدول التالي:

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي
ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

جدول (٢٥)

دلالة الفروق في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحرينى حسب متغير العمر

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	.789	3	.263	1.725	.165
داخل المجموعات	22.109	145	.152		
الكلية	22.898	148			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحرينى تعزى لمتغير العمر.

• متغير الحالة الاجتماعية

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية حسب متغير الحالة الاجتماعية، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٦)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحرينى حسب متغير الحالة الاجتماعية

الانحرافات المعيارية	المتوسطات الحسابية	الحالة الاجتماعية
.38526	3.1625	أعزب
.42696	3.3000	متزوج
.02309	3.2133	مطلق

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية لدور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحرينى تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية، وللتعرف على دلالة الفروق بين هذه المتوسطات تم استخدام تحليل التباين الأحادي، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٧)

دلالة الفروق في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحرينى حسب متغير الحالة الاجتماعية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بين المجموعات	.474	2	.237	1.543	.217
داخل المجموعات	22.424	146	.154		
الكلية	22.898	148			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضييل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

• متغير مستوى التعليم

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ت، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٨)

دلالة الفروق في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضييل الإعلامي للشباب البحريني حسب متغير نوع الدراسة

نوع الدراسة	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
بكالوريوس	3.1915	.40434	-0.199	147	.843
دراسات عليا	3.2200	.02138			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضييل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغير نوع الدراسة.

• متغير الدخل

تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واستخدام اختبار ت، كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٢٩)

دلالة الفروق في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضييل الإعلامي للشباب البحريني حسب متغير الدخل

المستوى المعيشي	المتوسطات الحسابية	الانحرافات المعيارية	قيمة ت	درجات الحرية	مستوى الدلالة
متوسط	3.1876	.43982	-0.160	147	.873
ميسور	3.1979	.34853			

يتبين من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ($\alpha \leq 0.05$) في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضييل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغير الدخل.

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي
ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

13- النتائج والتوصيات

ملخص النتائج

- اظهرت الدراسة ان المتابعون للأخبار في لوسائل التواصل الاجتماعي شكلت نسبة عالية بلغت 75%
- كشفت الدراسة الى ان الوسيلة الأكثر استخداماً من وسائل التواصل الاجتماعي والمفضلة لدى طلبة الجامعات الخاصة في البحرين هي الانستغرام حيث بلغت النسبة %53.7.
- بينت الدراسة ان ما نسبة %63 من عينة الدراسة تعرضون لوسائل التواصل الاجتماعي بشكل دائم حيث يقضون أكثر من ثلاثة ساعات يومياً في الفترة المسائية.
- توصلت الدراسة الى ان الهاتف الذكي هو الوسيلة الأكثر شيوعاً بين المبحوثين للتعرض الى وسائل التواصل الاجتماعي حيث بلغت النسبة %87.2.
- كشفت الدراسة الى ان الدافع الأكبر من وراء التعرض لوسائل التواصل الاجتماعي هو المعرفة والاطلاع وخاصة ما هو جديد حيث بلغت النسبة %68.5
- اجمع المبحوثين ان وسائل التواصل الاجتماعي تقدم موضوعات تهم الشباب وذلك بنسبة بلغت %89.3.
- بينت الدراسة ان الموضوعات الدنية كانت على راس قائمة اهتمامات القضايا التي تهم الطلبة بنسبة %55.7
- خلصت الدراسة الى استجابة ما نسبة %٦٦.٤ الى الاخبار في وسائل التواصل الاجتماعي والتفاعل معها من خلال المشاركة أو التعليق ومشاركتهم لها مع الاخرين.
- انتهت الدراسة الى ان الإشباع الأساسي التي تحققه وسائل التواصل الاجتماعي للمبحوثين وهو مناقشة القضايا المحلية الساخنة حيث جاء في المرتبة الثانية ونسبة بلغت %36.9 بينما حل في المرتبة الاولى ربط علاقات جديدة حيث بلغت النسبة %48.3.
- انتهت الدراسة الى ان الشباب البحريني الذي يتعرض لوسائل التواصل الاجتماعي يتأثر بالتضليل الإعلامي بزيادة مستوى التعريض
- كشف اختبار فرض البحث الاول " توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمستوى تعرض الشباب البحريني لوسائل التواصل الاجتماعي." باستخدام تحليل التباين الأحادي عن صحة الفرض، والذي يبين أن الشباب البحريني الذي يتعرض بدرجة مرتفعة لوسائل التواصل الاجتماعي يتأثر بالتضليل الإعلامي لهذه الوسائل بدرجة أكبر وبشكل دال من مستوى تأثر الشباب البحريني الذي يتعرض بدرجة منخفضة وبدرجة متوسطة لوسائل التواصل الاجتماعي. نستنتج أن التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي يزداد كلما زاد تعرض الشباب البحريني لهذه الوسائل.
- انتهت الدراسة الى صحة الفرض الثاني "توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مستوى التضليل الإعلامي لوسائل التواصل الاجتماعي والاتجاهات السلبية لطلبة الجامعات الخاصة في وسائل التواصل الاجتماعي". حيث أثبت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين التضليل الإعلامي لوسائل

التواصل الاجتماعي والاتجاهات السلبية لطلبة الجامعات الخاصة، فكلما زاد مستوى التضليل الإعلامي لوسائل التواصل الاجتماعي زادت الاتجاهات السلبية للطلبة.

خلصت الدراسة باستخدام تحليل التباين الأحادي واختبار "ت" الى صحة الفرض جزئياً والقائل "توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغيرات الخصائص الديموغرافية والتي تتضمن النوع، العمر، الحالة الاجتماعية، الدخل والمستوى التعليمي.

حيث تبين :

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغير النوع". حيث تعزى لمتغير النوع لصالح الإناث.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغير العمر.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغير نوع الدراسة.
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور وسائل التواصل الاجتماعي في التضليل الإعلامي للشباب البحريني تعزى لمتغير الدخل.

توصيات الدراسة

بعد استعراض الباحث لنتائج الدراسة يوصي الباحث بمجموعة من التوصيات والتي تهتم بالدرجة الاولى المؤسسات التعليمية والإعلامية والتشريعية في مملكة البحرين والمهتمين بشكل عام وهي كما يلي:

١- ضرورة توعية وتثقيف جيل الشباب البحريني من إمكانية التضليل في مواقع التواصل الاجتماعي. من خلال:

- تحصين النشء الجديد من سموم التضليل الإعلامي الموجه من خلال اعداد الخطط قبل المؤسسات التعليمية في مملكة البحرين.
- تدريس مقرر الثقافة الإعلامية كمتطلب أساسي في الجامعات.
- ٢- تعزيز دور المؤسسات الإعلامية في مواجهة التضليل في وسائل التواصل الاجتماعي وذلك من خلال:
- تعزيز دور الاعلام شبابي في وسائل الاعلام المختلفة الهادف الذي يعالج قضايا الشباب ومشكلاتهم.
- بايجاد مصادر إخبارية بديلة موثوقة على شبكات التواصل الاجتماعي.
- تعزيز انتاج مجموعة من المواد الإعلامية المرئية والمسموعة والمطبوعة والكترونية ضمن حملة إعلامية تهدف الى إيضاح مدى خطورة التضليل الإعلامي على المجتمع وخاصة فئة الشباب منهم.
- التصدي لحملة المضللة الخارجية والداخلية والتي تستهدف المورث الثقافي والديني للإنسان.

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

- ٣- إيجاد اليه واضحة لمحاسبة الجهات التي تقوم بالتضليل الإعلامي ضمن الإطار القانوني.
- ٤- تعميم نتائج هذه الدراسة على القطاعات ذات الصلة.
- ٥- العمل على تطوير التشريعات التي تعمل على تنظيم العمل الصحفي.

المصادر والمراجع

أولاً: التقارير

- تقرير الاعلام الاجتماعي العربي، مايو (٢٠١١). كلية دبي للإدارة الحكومية ، الاصدار الثاني، الامارات العربية المتحدة.
- تقرير الاعلام الاجتماعي العربي، مايو (٢٠١٣). كلية دبي للإدارة الحكومية ، الاصدار الرابع، الامارات العربية المتحدة.
- نظرة على الاعلام الاجتماعي في العالم العربي ٢٠١٤ . (٢٠١٤). كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية. الامارات العربية المتحدة.

ثانياً: الكتب العربية

- الحربي، هباس، (٢٠١٢). الشائعات ودور وسائل الاعلام في عصر المعلومات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن.
- محمود، خالد وليد، (٢٠١١). شبكات التواصل الاجتماعي وديناميكية التغيير في العالم العربي. مدارك ابداع. بيروت.
- الخيلي، شمسان ناجي. (٢٠٠٩). الجرائم المستخدمة بطرق غير مشروعة لشبكة الانترنت، دار النهضة العربية - القاهرة
- شيللر، هربرت أ.، (١٩٩٩)، المتلاعبون بالعقول، عالم المعرفة، الكويت.
- العبد، عاطف عدلي. (٢٠٠٧). الدعاية والاقناع الأسس النظرية والنماذج التطبيقية، دار الفكر العربي. القاهرة - جمهورية مصر العربية.
- دعوش، احمد. (٢٠١٤). المغالطات المنطقية في وسائل الاعلام، دار نشري للنشر الالكتروني. الكويت.
- حمود، عبد الحليم. (٢٠١٠). الاعلام التضليلي دور الدعاية والاعلان الغربية في تشويه صورة الإسلام. اون اوف مركز الدراسات والترجمة. بيروت.
- كابفيرير، جان نويل. (٢٠٠٧). الشائعات والوسيلة الإعلامية الاقدم في العالم. ترجمة تانيا ناجيا. دار الساقى، بيروت.
- النجار، فهمي. (٢٠٠٥). الحرب النفسية (أضواء إسلامية). دار الفضيلة للنشر والتوزيع، الرياض.

ثالثاً: الدوريات العلمية

- عبد الصادق، حسن عبد الصادق.. "تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية". المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد ٧ العدد ١ (عمان: ٢٠١٤).
- ابو خطوة، السيد عبد المولى و الباز، احمد نصحي. (٢٠١٤). "شبكة التواصل الاجتماعي واثارها على الامن الفكري لدى طلبة التعليم الجامعي بمملكة البحرين"، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، الامانة العامة لاتحاد الجامعات العربية، ٧(١٥)، ١٨٧-٢٢٥.

- حسين، بدر ناصر. (٢٠١١). "مفهوم الاتصال (communication) البعد النفسي والاجتماعي انموذجاً". مجلة مركز بابل للدراسات الحضارية والتاريخية، جامعة بابل، العدد الثاني، كانون الاول، ١٩٩-١٩٠.
- الصوفي، خالد، البريهي، علي ، (٢٠١٤)، دور الاعلام في تشكيل اتجاهات النخبة الاكاديمية العربية في اليمن نحو "الربيع العربي"، مجلة رؤى استراتيجية يناير ٢٠١٤، الامارات.
- عابد، زهير. (٢٠١٢). "دراسة عابد، زهير. (٢٠١٢). " دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعبئة الراي العام الفلسطيني نحو التغيير الاجتماعي والسياسي". مجلة جامعة النجاح للابحاث (العلوم الانسانية)، جامعة النجاح، ٢٦(٦)، ١٣٨٧-١٤٢٨.
- العساف، فانز عبدالله، (٢٠١٢). أساليب الادارة المتقدمة للدعاية الإعلامية الدولية. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد ٢٩. بغداد.
- الهمص، عبد الفتاح وشلدان، فايز. (٢٠١٠). "الأبعاد النفسية والاجتماعية في ترويج الإشاعات عبر وسائل الإعلام وسبل علاجها من منظور إسلامي" ، مجلة الجامعة الإسلامية، سلسلة الدراسات الإنسانية، ١٨ (٢)، ١٤٥ - ١٧٤.
- شقير، بارعة حمزة. (٢٠٠٩). "استخدام اساتذة جامعة دمشق للانترنت والإشاعات المحققة منها". مجلة جامعة دمشق، المجلد ٢٥ العدد ١ كلية الآداب والعلوم الانسانية، جامعة دمشق، جمهورية سوريا العربية. ٤٥٥ - ٤٩٨.

رابعاً: الرسائل الجامعية

- حمودة، أحمد وونس محمد. (٢٠١٣). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية مشاركة الشباب الفلسطيني في القضايا المجتمعية، رسالة ماجستير، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، جامعة الدول العربية. القاهرة.
- عثمان، مجد نبيل. (٢٠١٥). الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الامريكية، رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة البترا، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية.
- العصيمي، علي بن محمد. (٢٠١٤). تجريم التضليل الاعلامي، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- الحسن، نديم ربحي. (٢٠٠٨). اتجاهات طلبة الجامعة الاردنية نحو المحطات الفضائية العربية. رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية، جماعة الشرق الاوسط. المملكة الاردنية الهاشمية.
- البلوشي، علي (٢٠١٣). اتجاهات طلبة الجامعات نحو القضايا السياسية المقدمة عبر وسائل الإعلام - دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الخليجية. مملكة البحرين.
- سكيك، هشام احمد. (٢٠١٤). دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية، رسالة ماجستير، كلية الآداب - قسم الصحافة والاعلام، الجامعة الإسلامية، غزة.
- المنصور، محمد. (٢٠١٢). تأثير شبكات التواصل على جمهور المتلقين: دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، رسالة ماجستير، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية، الدانمارك .
- اكيل، رضا عيد حمودة. (٢٠١٥). الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الاخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. رسالة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية.
- الفريج، خالد عبد الكريم. (٢٠١٢). "اثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على تطوير الاداء الوظيفي لموظفي العلاقات العامة في البنوك الكويتية"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الادارية والمالية، الجامعة الخليجية، مملكة البحرين.

التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي

ودوره في تشكيل اتجاهات طلبة الجامعات الخاصة في مملكة البحرين

- البدر، موزة راشد. (٢٠١٣). " دور الاعلان التوعوي في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو قواعد وانظمة المرور - دراسة ميداني في دولة قطر"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الادارية والمالية، الجامعة الخليجية، مملكة البحرين.
- بركة، ايمان محمد، (٢٠٠٨). الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي. رسالة ماجستير، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الإسلامية. غزة.
- الأفرنجي، زهير محمد اسعد، (٢٠١٤). إدارة شبكة الأقصى للحرب النفسية وسبل تطويرها - دراسة حالة : "العدوان على غزة عام ٢٠١٤. رسالة ماجستير، البرنامج المشترك بين جامعة الأقصى واكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، غزة.

خامساً: المؤتمرات العلمية

- القشعان، فهد، (٢٠١١)، "مدى تلبية التكنولوجيا الالكترونية لحاجة المراهقين"، ندوة مستجدات الفكر الاسلامي التاسعة: الاعلام القيمي بين الفكر والتجربة، الكويت.
- منصور، تحسين منصور. (٢٠١٢). شبكات التواصل الاجتماعي في تحقيق احتياجات الشباب الأردني. المنتدى السنوي السادس للجمعية السعودية للإعلام والاتصال، "الاعلام الجديد. التحديات النظرية والتطبيقية"، ١٤-١٥ ابريل، جامعة الملك سعود. المملكة العربية السعودية.

سادساً: الكتب والمراجع الأجنبية

- A. Серов. О роли дезинформации в современных конфликтах и войнах (окончание). // Зарубежное военное обозрение. – 2011. - №8
- Касымов П. А. (2012), "Система противодействия дезинформации в науке" XVII, международная научно-практическая конференция «современные техника и технологи», Томский политехнический университет, Россия.
- Sheedy, Caroline S. (2011). Social Media for Social Change: A Case Study of Social Media Use in the 2011 Egyptian Revolution. Capstone Project, Degree of Masters of Arts in Public Communication, American University
- Selwyn, N. (2012). Social media in higher education. The Europa world of learning.