Dirasat: Human and Social Sciences, Volume 52, No. 3, 2025, 6397

Deanship of Scientific Research

Attitudes of Academics in Colleges and Media Departments in Jordanian Universities towards the Role of Social Networks in Spreading Disinformation: Survey Study

Ala' Moh'd Kamal Salhab**, Mohamed N. El Sarayrah

Dept. of Journalism & Digital Media, College of Mass Communication, University of Petra

Received: 19/12/2023
Revised: 25/1/2024
Accepted: 3/3/2024
Published online: 2/2/2025

* *Corresponding author:*
Alasalhab66@gmail.com

Citation: Salhab, A. M. K., & El Sarayrah, M. N. (2025). Attitudes of Academics in Colleges and Media Departments in Jordanian Universities towards the Role of Social Networks in Spreading Disinformation: Survey Study. *Dirasat: Human and Social Sciences*, *52*(3), 6397.
https://doi.org/10.35516/hum.v52i3.6397

© 2025 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

Abstract

Objectives: The study aims to assess the attitudes of academics in Jordanian media colleges and departments towards disinformation, including its goals, methods, and common means of dissemination.

Methodology: The study belongs to descriptive studies, and a survey method was used. The questionnaire was a tool for collecting information, and the available sample consisted of 65 individuals.

Results: Regarding the understanding of 'What is meant by disinformation,' the results indicated that "spreading fabricated information, pictures, and drawings" recorded the highest index. With regard to the objectives of disinformation, the results showed that "Destructing the morale of the target party" recorded the highest index. As for the media most used in disinformation, the results showed that "social networks" ranked first, and "Facebook" came in the first place among the social networks most used in spreading disinformation.

Conclusion: Recommendations include establishing websites to monitor disinformation and promoting media literacy to encourage adherence to ethical principles in information sharing.

Keywords: Social Networks, Disinformation, Fabricated information, Misinformation.

اتجاهات الأكاديميين في كليات و أقسام الإعلام في الجامعات الأردنية نحو دور الشبكات الاجتماعية في نشر المعلومات المضللة دراسة مسحية

آلاء "محمد كمال" طاهر سلهب، "محمد نجيب" عبدالله الصرايرة*

قسم الصحافة والإعلام الرقمي، كلية الإعلام، جامعة البترا

ملخّص

الأهداف: التعرف إلى اتجاهات الأكاديميين العاملين في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية نحو مفهوم التضليل وأهدافه، وأساليبه والوسائل الأكثر استخداما في هذا المجال.

المنهجية: تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، واستخدمت منهج المسح، والاستبانة أداة لجمع المعلومات، والعينة المتاحة التي بلغ عددها 65 مفردة.

النتائج: أشارت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المحور الأول "ما المقصود بالتضليل"، إلى أن فقرة "نشر معلومات وصور ورسوم مفبركة" قد سجلت أعلى مؤشر. وفي محور أهداف التضليل أظهرت النتائج أن فقرة "تحطيم الروح المعنوية للجهة المستهدفة" جاءت في المرتبة الأولى وسجلت أعلى مؤشر. أما الوسائل الأكثر استخداما في التضليل فبينت النتائج أن "شبكات التواصل الاجتماعي" قد احتلت المرتبة الأولى، وجاءت "فيسبوك Facebook" بالمرتبة الأولى من بين الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما في مجال التضليل ".

الخلاصة: ضرورة إنشاء مواقع إلكترونية لرصد المعلومات المضللة والتعريف بها، وإنشاء مظلة إعلامية تنشر الوعي بأهمية الالتزام بالمبادئ الأخلاقية عند نشر أو مشاركة المعلومات.

الكلمات الدالة: الشبكات الاجتماعية، التضليل، المعلومات المفبركة، المعلومات الخاطئة.

مقدمة

تعد الشبكات الاجتماعية Social Networks من أكثر الوسائل الإعلامية المستخدمة في عصرنا هذا لنشر الأخبار والمعلومات على نطاق واسع. كما تعد نتاجًا طبيعيًا، بعد ظهور شبكة الإنترنت، لكي يستخدمها الناس للتواصل والتفاعل وتلبية الحاجات في تطوير علاقات إنسانية واجتماعية وثقافية، وتشكيل مناظرات حول قضايا متنوعة. ويمكن تعريف الشبكات الاجتماعية بأنها مواقع تتيح للأشخاص تكوين مجتمعات عبر الإنترنت، ومشاركة المحتويات التي أنشأها المستخدم (Rohani & Hock, 2009). وتُعرف هذه الدراسة الشبكات الاجتماعية بأنها شبكات الويب التي يستخدمها الأشخاص والمؤسسات في آن معا لمشاركة المعلومات والبيانات والصور والفيديوهات لأغراض متعددة اجتماعية وثقافية وسياسية وتجارية أو غيرها. وتسمح بالتواصل بين الأصدقاء والزملاء والأقارب والأشخاص الذين يتشاركون في الاهتمامات نفسها في مجالات مختلفة.

يعد الفيسبوك Facebook من أكثر الشبكات الاجتماعية ازدهارا. خلال عام 2022، واعتلت الشبكة صدارة الشبكات الاجتماعية المستخدمة عالميًا بواقع 2.910 مليار مستخدم نشط شهريا. واحتلت شبكة اليوتيوب YouTube المرتبة الثانية عالميًا بإجمالي 2.562 مليار مستخدم، تبعتها وأتس آب WhatsApp في المركز الثالث بواقع ملياري مستخدم. وجاءت شبكة إنستغرام Instagram بالمرتبة الرابعة باجمالي 1.478 مليار مستخدم، ثم شبكة وي شات WeChat في المرتبة الخامسة بمعدل مليار و263 مليون زائر عالميًا، تلتها في المركز السادس شبكة تيك توك TikTok باجمالي مليار مستخدم. وحلت شبكة ماسينجر Messenger بالمركز السابع باجمالي 988 مليون مستخدم تلتها شبكة دويين Douyin بالمركز الثامن باجمالي 600 مليون مستخدم نشط شهريا (Statista, 2022)). ويوصف تويتر Twitter بأنّه شبكة المدونات الصغيرة، ويتم استخدامه من قبل الكثيرين بسبب ميزة الحدّ الأقصى لعدد أحرف الرسالة وهو 280 حرفا، والطريقة التي يتمّ بها عرض آخر الأخبار على شكل تغريدات. أما الشبكة الأخرى فهي لينكد إن LinkedIn وهي شبكة للمحترفين تستخدم للتقدم إلى وظائف، حيث يتمّ تصميم الملفات الشخصية لتظهر في شكل سير ذاتية مفصلة (قطبي، 2017).

أصبحت الشبكات الاجتماعية أهدافاً للبحث العلمي على نحو متزايد. وبدأ العلماء والباحثون في العديد من المجالات بالتحقق في تأثير هذه الشبكات، والبحث في كيفية تأثيرها على قضايا الهوية والسياسة والخصوصية ورأس المال الاجتماعي وثقافة الشباب والتعليم وغيرها من المجالات الأخرى (Smith, et al, 2019). ساهم استخدام الشبكات الاجتماعية في ظهور أشكال جديد من الاتصال المسيء، وسلطت الأبحاث الأكاديمية الضوء على عدد من التفسيرات الاجتماعية والتكنولوجية لهذا السلوكيات، من بينها تجهيل المصادر التي توفرها الاتصالات بين الأشخاص (Buckels, et al, 2014)، إلى جانب عوامل مرتبطة بالفبركة وانتشار التصيد والعنف السياسي والتنمر والتضليل عبر منصات هذه الشبكات (Ward & Mcloughlin, 2020) .

التضليل: المفهوم والأهداف

تمتلك المعلومات المضللة إرثًا طويلا خلال القرن الماضي، وتشكل بروتوكولات حكماء صهيون (1901) أحد الأمثلة الشهيرة الأولى عليها. وهناك أمثلة عديدة معروفة بين القطبين العالميين الاتحاد السوفيتي والولايات المتحدة الأمريكية تعكس تبادل استخدام التضليل من الجانبين في إطار ما يسمى الحرب الباردة (Vilmer, 2018). ومن أشهر عمليات التضليل الحديثة والمعروفة الحملة التي قادها وزير الخارجية الأمريكي كولن باول في الأمم المتحدة وهو يدافع بحماس عن أدلة قوية تثبت امتلاك العراق لأسلحة دمار شامل. وقامت الحرب ولم يعثر المفتشون على أي أثر لهذه الأسلحة. (الصرايرة، 2014).

يشير تقرير للاتحاد الأوروبي إلى مفهوم التضليل باعتباره معلومات خاطئة أو مخادعة يتم إنشاؤها وعرضها ونشرها لتحقيق مكاسب اقتصادية أو لخداع الجمهور بشكل مقصود، وقد تُسبب أضرارًا متعددة ومؤثر لمفهوم للديمقراطية، والتأثير سلبيا على الصحة والبيئة والأمن وغيرها من المجالات (Cvjeticanin, 2019). ويتمثل الهدف الرئيس للمعلومات المضللة في إثارة الخوف بين عموم الناس (Chen, et al, 2015).

وتشير الأدبيات إلى أن مفهوم "التضليل Disinformation" مرتبط بالنشر المتعمد لمعلومات خاطئة كليًا أو جزئيًا. وهي تختلف عن "المعلومات الخاطئة Misinformation" غير المقصودة. ويمكن النظر لمفهوم المعلومات المضللة باعتباره ضيق للغاية لأن المشاكل التي نواجهها ليست كلها تمثل أشكالا للتضليل. في بعض الأحيان، تكون المعلومات غير خاطئة، ولكنها ببساطة مبالغ فيها أو متحيزة أو مقدمة بطريقة عاطفية للغاية، كما يظهر في الصحف الشعبية التي تعتمد الإثارة في نقل المعلومات (Vilmer, 2018).

هناك شبه إجماع على وجود درجة عالية من المعلومات المضللة عبر الإنترنت؛ ومع ذلك، فمن غير الواضح إلى أي مدى تؤثر هذه المعلومات المضللة على المواقف السياسية للجمهور، وبالتالي النتائج السياسية (Tucker & others, 2018). أتت فكرة انتشار التضليل عبر الإنترنت في الغالب من الصحفيين الاستقصائيين، خلال الانتخابات الأمريكية لعام 2016. وتطرح الفكرة أن شبكة الإنترنت أصبحت مليئَة بغرف الصدى Echo-Chamber، ويقصد بغرف الصدى، اسم استعاري وكناية عن تضخيم حدث أو معلومة أو فكرة أو معتقد أو ظاهرة وتسليط الضوء عليه وإظهارها للعامة، وكذلك مجموعات المعلومات المضللة التي تؤدي إلى مجتمع شديد الاستقطاب وغير واعي (Sunstein, 2017). كما أظهرت العديد من الدراسات أن حملات التضليل نادرًا ما تنجح في تغيير السياسات الخارجية أو المواقف للدول المستهدفة (Lanoszka, 2018).

ووجد باحثون من جامعة أكسفورد أنه خلال فترة ثلاث سنوات، ارتفع عدد الحكومات التي تشارك في التضليل عبر الإنترنت من 28 دولة في عام 2017، إلى 40 دولة في عام 2018، و70 دولة في عام 2019. وقد أظهر فيسبوك وتويتر أكبر نشاط من حملات التضليل الإعلامي النشطة عبر الإنترنت، تشمل استخدام الروبوتات لتضخيم خطاب الكراهية، والجمع غير القانوني للبيانات، والمضايقات المدفوعة لإخافة الصحفيين وتهديدهم (Bradshaw & Howard, 2019).

المدخل النظري للدراسة:

ترتكز هذه الدراسة في مدخلها النظري على نظرية البيئة الإعلامية ونموذج الشبكات الاجتماعية أدوات للحرب:

نظرية البيئة الإعلامية Media Ecology Theory:

جاءت هذه النظرية نتيجة للجهود التي قادها نيل بوستمان Neil Postman، وهي امتداد لنظرية الحتمية التكنولوجية التي وضع أفكارها مارشال ماكلوهان. وتستند نظرية البيئة الإعلامية على دراسة الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام باعتبارها بيئات لها هياكلها ومحتواها وتأثيراتها على الناس. وتشكل البيئة نظام رسائل معقد يفرض على البشر بعض طرق التفكير والشعور والتصرف، فهي تعمل على بناء ما يمكننا رؤيته والبوح به، ومن ثم القيام بممارسته. وهي في الوقت نفسه، تحدد الأدوار التي نقوم عليها وتساعدنا على القيام بها، وتحدد ما يسمح، وما لا يسمح لنا فعله. وفي حالة البيئات الإعلامية، مثل الكتب والصحف والراديو والأفلام والتلفزيون ووسائل الإعلام الرقمي وغيرها، تكون المواصفات في الغالب ضمنية غير ظاهرة بافتراض أن ما نتعامل معه ليس بيئة بل مجرد وسيلة. لذا فان نظرية البيئة الإعلامية تحاول أن تجعل هذه المواصفات واضحة، كما تحاول تعريفنا على الأدوار التي تدفعنا وسائل الإعلام على القيام بها، وكيف تعمل وسائل الإعلام على بناء رؤيتنا للمحيط. فنظرية البيئة الإعلامية تهدف إلى دراسة الإعلام ووسائله باعتباره بيئات وليست وسائط وحسب (الصرايرة وطومار، 2018). ويمكن لهذه الدراسة أن يستفيد من هذه النظرية في التعرف على التحولات التي احدثتها التكنولوجيا على البيئة الإعلامية المعاصرة.

شبكات التواصل الاجتماعي.. أدوات للحرب

خلال السنوات القريبة الماضية برز اتجاه أكاديمي، ينظر إلى الإنترنت بشكل عام، والشبكات الاجتماعية بشكل خاص، على أنها أداة من أدوات الحرب بمختلف مجالاتها، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو ثقافية أو اجتماعية أو أمنية استخباراتية أو غيرها. وبناء على هذا الاتجاه، تطور مفهوم الحرب وأخذ أبعادًا جديدة بحيث مكّن ذلك الدول والشركات والمؤسسات وحتى الأفراد استخدامها والاستفادة من المزايا التي تقدمها. ففي القرن الحادي والعشرين أصبحت مراكز الأبحاث تتحدث عن مفاهيم مرتبطة بالحروب غير النظامية أو التقليدية ومنها الحروب السيبرانية أو حروب الجيل الخامس، وتعد الشبكات الاجتماعية مسرحاً لمثل هذه الحروب (سعود، 2020).

لم تعد شبكات التواصل الاجتماعي مجرد وسيلة لتبادل التحيات، والمشاركات أو نشر صور القطط النائمة، أو تبادل الطرائف. لقد أصبحت هذه الشبكات متاحة لاستخدامها بشكل متزايد كسلاح فعّال من قبل أعداد كبيرة من البشر في العديد من جوانب النزاعات المختلفة. فقد أصبحت المؤسسات العسكرية والمدنية تدرس كيفية استخدام خصومهم لشبكات التواصل الاجتماعي، واتخاذ خطوات لمجابهة هذه الهجمات باستخدام هذه الشبكات نفسها، كسلاح لتحقيق أهدافها الخاصة. ويرى أربشلو (Erbschloe, 2017) أن المقصود بحرب شبكات التواصل الاجتماعي هو استخدام هذه الشبكات كنوع من الأسلحة بهدف إحداث ضرر دائم لبعض الجهات الفاعلة مثل الحكومات أو الشركات أو غيرها. كما أصبحت جزءًا منتشرًا في النظام البيئي للمعلومات الرقمية. ويتم استخدامها لقمع حقوق الإنسان الأساسية، وتشويه سمعة المعارضة السياسية (Matthews, 2021). وبناء على هذا المدخل فان هذه الدراسة ستحاول البحث في اتجاهات عينة الدراسة من هذه الزاوية، وما إذا كانت ترى هذه الشبكات ضمن هذا التصور أم لا.

الدراسات السابقة:

هدفت دراسة الشمري والصرايرة (2023) **اتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين نحو أساليب التضليل الإعلامي ووسائله**، التعرف إلى اتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين، نحو مفهوم التضليل وأهدافه ووسائله وأساليبه المختلفة. استخدمت هذه الدراسة الوصفية التحليلية المنهج المسحي، والاستبانة أداة لجمع المعلومات. واعتمدت العينة المتاحة التي بلغ عددها 142 مفردة موزعة بين الصحفيين والأكاديميين القطريين. وبينت النتائج أن الفقرة التي تنص على أنه: "يقصد بالتضليل نشر معلومات خاطئة بقصد أو بغير قصد"، قد سجلت أعلى مؤشر، تلتها الفقرة التي تنص على: "يقصد بالتضليل نشر معلومات صحيحة وغير صحيحة وأنصاف حقائق بهدف خداع الطرف المستهدف". كما أظهرت النتائج وجود درجة موافقة مرتفعة جدا بشكل عام على مواقف أفراد عينة الدراسة من أهداف التضليل، وسجلت فقرة "تحويل الأنظار أو جذبها عن قضايا معينة" أعلى مؤشر للوسط الحسابي. وبينت النتائج أن "شبكات التواصل الاجتماعي" قد احتلت المرتبة الأولى من بين الوسائل التي تستخدم في التضليل.

وعالجت دراسة فضيلة (2021) "**الأخبار الكاذبة واضطراب المجال العام الرقمي: العوامل والأثر**، وهي دراسة كيفية تحليلية، إشكالية الأخبار الكاذبة وعلاقتها باضطراب المجال العام الرقمي وبخاصة ما يتعلق بدوافع هذه الظاهرة وأثارها على المستوى المحلي والدولي والإقليمي، فضلا عن مستوى العلاقات بين الأفراد والمؤسسات والدول. وتوصلت الدراسة إلى أن هذه الظاهرة قد شكلت مصدر قلق اجتماعي أدى إلى اضطراب في السلوكيات والعلاقات التي تحكم المجال العام، وذلك جراء سطوة التزييف والتضليل والأخبار الكاذبة التي تعد من أدوات الدعاية وأخطرها. وعليه وجب تبني نهج واضح في توعية الجمهور حول خطورة هذه الظاهرة وأهدافها من خلال تعميم مفهوم التربية الإعلامية والرقمية وتطوير نظرة نقدية في التعامل معها.

أما دراسة ميتزجر وآخرون (Metzger, et al, 2021) المعنونة: **Dark to Light: The Many Shades of Sharing Misinformation Online**، **من الظلام إلى النور: الظلال العديدة لمشاركة المعلومات المضللة عبر الإنترنت**، فقد بحثت في الافتراضات التي تقدمت بها دراسات سابقة من بينها أن الناس يؤمنون بالمعلومات الخاطئة وينشرونها عبر شبكاتهم الاجتماعية. ومع ذلك، قد تؤثر مجموعة كبيرة من الدوافع على مشاركة المعلومات المضللة وانتشارها، بالإضافة إلى اعتقاد الناس بها. وتُظهر نتائج التحليلات التي أجرتها الدراسة على أكثر من 2.5 مليون تعليق، أن المعلومات المضللة على شبكات التواصل الاجتماعي غالبًا ما تكون غير مصدق عليها. ويتم الاستفادة من هذه الأفكار لاقتراح اتجاهات للبحث المستقبلي تتضمن فهمًا أكثر شمولاً للدوافع والاستراتيجيات المختلفة لمشاركة المعلومات المضللة اجتماعيًا في شبكات الإنترنت واسعة الانتشار.

وتؤكد دراسة ساليشيا (Salecha, 2021) المعنونة: **Misinformation: A Big Data Approach Empirical Study of the Spread of** **دراسة تجريبية لانتشار المعلومات المضللة: منهج البيانات الضخمة**، أن منصات الوسائط الاجتماعية مثل تويتر Twitter وفيسبوك Facebook قد جعلت العالم مكانًا أكثر ارتباطًا، وأصبحت حالة لا غنى عنها في حياة الناس. ومع ذلك، فقد أصبحت هذه الشبكات أيضًا بيئات مواتية لنشر المعلومات المضللة على نطاق واسع، وتولد هذه المنصات كميات هائلة من البيانات، يتكون جزء كبير منها مما أصبح يُعرف عمومًا بالأخبار المزيفة. واستخدمت الدراسة فكرة بناء مجموعة بيانات ضخمة للأخبار المزيفة كانت غنية بما يكفي لالتقاط الأنماط السلوكية المعقدة. بعد ذلك، استخدمت الدراسة بناء نماذج للتعلم الآلي لاكتشاف ناشري المعلومات الخاطئة على تويتر وتقييم التحقق التجريبي لهذه النماذج التي حققت دقة تزيد عن 90٪. واقترحت الدراسة تصورا لتصفية الروبوتات من مجموعات البيانات هذه من خلال البناء على أحدث تقنيات اكتشاف الروبوتات الحالية.

وهدفت دراسة يسعد، زهية (2020) **الأخبار المزيفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين، دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا**، إلى معرفة نسب انتشار الأخبار المزيفة بين جمهور المستخدمين، وتم استخدام المنهج المسحي واعتمدت الدراسة الاستبانة الإلكترونية لجمع المعلومات. وتوصلت الدراسة إلى أن 78% من المبحوثين يعتقدون أن الأخبار التي يتعرضون لها على شبكات التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا وبشكل خاص على الفيس بوك مزيفة، ويعتقد حوالي 51% من المبحوثين أن تلك الأخبار المزيفة تؤثر سلبا على نفسيتهم.

وتشير دراسة كولينمز وآخرون (Collins, et al, 2020) **Combating Fake News on Social Media – A Survey** **الاتجاهات في مكافحة الأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي**، إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي شهدت اهتماما أكاديميا في السنوات الأخيرة نظرًا لشعبيتها المتزايدة. وعلى الرغم من أن هذه الشبكات قد تم تطويرها لتحسين حياة الناس، إلا أنه يُنظر إليها على أنها ملائكية وشريرة في آن معا. لم يتسبب تزايد المعلومات الخاطئة والمحتوى الوهمي من قبل المستخدمين الخبثاء في إحداث فوضى في النظام الإيكولوجي لشبكات التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت فحسب، بل أدى أيضًا إلى معاناة لا توصف للبشرية. وتستكشف هذه الدراسة الطرائق المختلفة لمكافحة الأخبار المزيفة على شبكات التواصل الاجتماعي مثل عمليات اللغة الطبيعية Natural Language Processing والنموذج الهجين. لقد ساد الاعتقاد أن الكشف عن الأخبار المزيفة يمثل مشكلة صعبة ومعقدة، ومع ذلك، فإنها تظل مهمة قابلة للتطبيق.

أظهرت الدراسات السابقة خطورة التضليل وانتشاره. وأكدت بعضها على دور الشبكات الاجتماعية في نشر التضليل على نطاق واسع. استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في تحديد مدخلها النظري وخطواتها المنهجية، إلى جانب تحديد المفاهيم والمصطلحات ومقارنة النتائج.

مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة الدراسة في البحث في اتجاهات الأكاديميين العاملين في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية نحو مفهوم التضليل وأهدافه، وأساليبه والوسائل الأكثر استخداما في هذا المجال.

أهمية الدراسة

تنبثق أهمية الدراسة من خلال توجهين اثنين هما:

- **اولاً:** وفرت هذه الدراسة معلومات وبيانات جديدة حول الظاهرة التي تمت دراستها، وهذا بالطبع ساهم في إثراء الدراسات والبحوث العلمية في هذا المجال.

- **ثانياً:** توفر الدراسة إطاراً معرفيًا يساعد على مواجهة ظاهرة التضليل وصياغة محتوى إعلامي متعدد المصادر، وتقديم مقترحات لمواجهة الظاهرة عبر الشبكات الاجتماعية.

هدف الدراسة وتساؤلاتها

تهدف هذه الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيس الآتي: ما اتجاهات الأكاديميين العاملين في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية نحو ظاهرة التضليل عبر الشبكات الاجتماعية. وتتمحور أسئلتها فيما يأتي:

1.ما المقصود بالتضليل من وجهة نظر الأكاديميين العاملين في كليات وأقسام الإعلام بالجامعات الأردنية؟

2.ما أهداف التضليل من وجهة نظر عينة الدراسة؟

3.ما الوسائل الإعلامية الأكثر استخداما في نشر التضليل من وجهة نظر عينة الدراسة؟

4.ما مدى متابعة عينة الدراسة لشبكات التواصل الاجتماعي؟

5.ما الأسباب التي تدفعهم لمتابعة هذه الشبكات؟

6.ما أبرز المجالات التي يمارس بها التضليل عبر الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر عينة الدراسة؟

7.ما الجهات التي تمارس التضليل عبر الشبكات الاجتماعية بحسب عينة الدراسة؟

8. ما الأساليب الأكثر استخداما في نشر التضليل عبر الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر عينة الدراسة.

9. ما مستوى الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار ظاهرة التضليل؟

10. ما الأسباب وراء مساهمة الشبكات الاجتماعية في انتشار التضليل من وجهة نظر عينة الدراسة؟

11. ما الشبكات الاجتماعية الأكثر استخداما للتضليل الإعلامي من وجهة نظر عينة الدراسة؟

12. ما العوامل التي تسهم في انتشار التضليل عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

13. ما العوامل التي تحد من ظاهرة التضليل الإعلامي عبر الشبكات الاجتماعية من وجهة نظر عينة الدراسة؟

14. ما الأدوار الفعلية التي تقوم بها هذه الشبكات في الوقت الحالي.

فرضية الدراسة: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التضليل وأهدافه وأسباب انتشاره عبر الشبكات الاجتماعية بحسب اتجاهات الأكاديميين تعزى لمتغيرات الجنس، والعمر، والتخصص، والرتبة الأكاديمية والخبرة.

نوع الدراسة ومنهجها: تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، التي تبحث في وصف الأحداث الآراء والاتجاهات والمعتقدات والقيم والأهداف والتفضيل والاهتمام، ومختلف الأنماط السلوكية المشابهة (عبدالحميد، 2000). وتنتمي هذه الدراسة إلى المنهج المسحي الذي يعد من أهم المناهج التي يتم اعتمادها في مثل هذا النوع من الدراسات التي تعنى بدراسة اتجاهات ومواقف الجمهور.

مجتمع الدراسة وعينتها وأداة جمع البيانات: يتكون مجتمع الدراسة من كافة الأكاديميين العاملين في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية. وتبنت العينة المتاحة، حيث تم توزيع الاستبانة على 75 عضو هيئة تدريس في أماكن عملهم، وتمكنت الدراسة من الحصول على 65 استبانة مكتملة في حين استبعدت 10 استبانات لعدم صلاحيتها، واعتبر العدد 65 عينة متاحة مناسبة كونها تغطي 63% من مجتمع الدراسة. واعتمدت الدراسة على الاستبانة أداة لجمع البيانات، وراعت أن تغطي أسئلتها محاور تستجيب للإجابة عن أسئلة الدراسة.

قياس الصدق والثبات:

تم تطبيق اختبارات الصدق من خلال عرض الاستبانة على محكّمين خبراء للنظر في شموليتها ومطابقة أسئلتها مع أهداف الدراسة وتساؤلاتها، وقد وردت مجموعة من التعديلات تم أخذها بعين الاعتبار، بالإضافة إلى الاختبار القبلي لصحيفة الاستبانة على عينة محدودة من مجتمع البحث، حيث لم تظهر أية عقبات أمام الإجابة عن الأسئلة. وللتأكد من ثبات أداة الدراسة تم احتساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من الفقرات في الاستبانة عن طريق استخدام معادلة كرونباخ ألفا يوضح الجدول رقم (1) أدناه نتائج تحليل الاعتمادية (Reliability Analysis).

الجدول رقم (1): قيم معامل كرونباخ ألفا لمحاور أداة القياس وللأداة ككل

الرقم	محاور أداة الدراسة	قيمة معامل كرونباخ ألفا
1	ماذا يقصد بالتضليل	0.729
2	الهدف من عملية التضليل	0.921
3	الوسائل الاتصالية الأكثر استخداما في مجال التضليل	0.726
4	المجالات التي تكثر فيها ممارسة التضليل عبر وسائل التواصل الاجتماعي	0.801
5	الجهات الأكثر استخداما للتضليل عبر وسائل التواصل الاجتماعي	0.781
6	الأساليب الأكثر استخداما في مجال التضليل عبر وسائل التواصل الاجتماعي	0.882
7	شبكات التواصل الاجتماعي ومساهمتها بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التضليل	0.944
8	شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في مجال التضليل	0.834
9	العوامل التي تسهم في انتشار التضليل عبر شبكات التواصل الاجتماعي	0.857
10	الأساليب التي يمكن أن تسهم في خفض مستويات التضليل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بصورة عامة	0.861
11	الأدوار الفعلية التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي	0.867
جميع محاور الدراسة مجتمعة		0.952

يتبين من نتائج تحليل الاعتمادية في الجدول أعلاه أن قيمة معامل كرونباخ ألفا لكل محور من محاور الدراسة كانت أعلى من 70%، كما بلغت قيمة معامل كرونباخ ألفا لجميع فقرات أداة القياس في جميع المحاور95.2% وهي نسبة ممتازة جدا، وهذا يدل على ثبات الاتساق الداخلي لفقرات كل محور ووضوح هذه الفقرات ومفرداتها لمن سوف تشملهم الدراسة وكذلك صالحة لقياس الهدف المراد منها وصالحة للتحليل الإحصائي. حيث أنه إذا بلغت قيمة معامل كرونباخ ألفا 70% أو أكثر، فإن أداة القياس تعتبر مقبولة في معظم الدراسات الاجتماعية (DeVellis, 2012).

نتائج الدراسة وتحليلها

الجدول رقم (2): (ماذا يقصد بالتضليل؟)

رقم الفقرة	مفهوم التضليل	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
5	نشر معلومات وصور ورسوم مفبركة	4.51	0.71	%90.2	مرتفع جدا	1
3	نشر معلومات بعضها صحيح وبعضها خاطئ بهدف خداع الطرف المستهدف	4.45	0.952	%89	مرتفع جدا	2
4	نشر أنصاف حقائق وحسب	4.29	0.964	%85.8	مرتفع جدا	3
2	نشر معلومات مجهولة المصادر	4.06	0.998	%81.2	مرتفع	4
1	نشر معلومات خاطئة	4.05	1.124	%81	مرتفع	5
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	4.2708	0.66467	85.4%	مرتفع جدا	

وصف الوسط الحسابي (1-1.8 منخفض جدا، 1.81-2.60 منخفض، 2.61-3.40 متوسط، 3.41-4.20 مرتفع، 4.21-5 مرتفع جدا)

تظهر نتائج الجدول رقم (2) وجود درجة موافقة مرتفعة بشكل عام على مفهوم التضليل من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بوسط إجابات كلي بلغ (4.2708) وانحراف معياري (0.66467)، وهذا يدل على مؤشر مرتفع جدا من الموافقة.

وعلى مستوى محاور المقياس نلاحظ أن الفقرة رقم (5) التي تنص على: "نشر معلومات وصور ورسوم مفبركة" قد سجلت أعلى مؤشر بين فقرات هذا المحور بمتوسط حسابي بلغ 4.51 وانحاف معياري بلغ 0.71، وجاءت الفقرة رقم (3): "نشر معلومات بعضها صحيح وبعضها خاطئ بهدف خداع الطرف المستهدف" في المرتبة الثانية، وبمعدل موافقة مرتفع جدا أيضا. وأظهرت النتائج أن أدنى درجات الموافقة التي سجلت في الفقرة رقم (1) التي تنص على: "نشر معلومات خاطئة" وبمؤشر مرتفع من الموافقة. وبالنظر إلى هذه النتائج، فهي تتفق مع الدراسات التي أجرها الاتحاد الأوروبي حول مفهوم التضليل الذي يؤشر إلى نشر معلومات مفبركة وغير صحيحة بقصد الخداع ولأهداف محددة.

الجدول رقم (3): (ما الهدف من عملية التضليل؟)

رقم الفقرة	الأهداف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
2	تحطيم الروح المعنوية للجهة المستهدفة	4.49	0.664	%89.8	مرتفع جدا	1
4	تحويل الأنظار عن قضايا معينة	4.48	0.64	%89.6	مرتفع جدا	2
1	إثارة الفوضى والاضطرابات لدى الطرف المستهدف	4.42	0.635	%88.4	مرتفع جدا	3
3	توليد الصراعات السياسية والاقتصادية والاجتماعية	4.42	0.808	%88.4	مرتفع جدا	4
10	التعتيم على الأخبار الحقيقية	4.4	0.844	%88	مرتفع جدا	5
7	تشويه أو تحسين صورة شخصية أو مؤسسة أو دولة مستهدفة	4.38	0.784	%87.6	مرتفع جدا	6
9	زرع الفتن بين فئات المجتمع الواحد	4.38	0.913	%87.6	مرتفع جدا	7
5	إخفاء جرائم أو تبريرها والتنصل منها	4.28	0.91	%85.6	مرتفع جدا	8
12	توجيه الثقافات أو تغييرها	4.11	0.986	%82.2	مرتفع	9
8	التمهيد لشن حروب ومواجهات مسلحة	4.03	0.968	%80.6	مرتفع	10
6	كسب المشروعية للقيام بأفعال محددة	4.02	0.875	%80.4	مرتفع	11
11	إخفاء جرائم الحروب	3.95	1.037	%79	مرتفع	12
13	تفريغ الانفعالات	3.77	1.057	%75.4	مرتفع	13
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	4.2402	0.62099	84.8%	مرتفع جدا	

وصف الوسط الحسابي (1-1.8 منخفض جدا، 1.81-2.60 منخفض، 2.61-3.40 متوسط، 3.41-4.20 مرتفع، 4.21-5 مرتفع جدا)

تظهر نتائج الجدول رقم (3) وجود درجة موافقة مرتفعة بشكل عام على الهدف من عملية التضليل من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بوسط إجابات كلي بلغ (4.2402) وانحراف معياري (0.62099). وعلى مستوى محاور المقياس نلاحظ أن ثمان فقرات جاءت بدرجة موافقة مرتفعة جدا وخمس فقرات بدرجة موافقة مرتفعة، واحتلت الفقرة رقم (2) التي تنص على: "تحطيم الروح المعنوية للجهة المستهدفة" قد سجلت أعلى مؤشر بمتوسط حسابي بلغ 4.49 وانحراف معياري بلغ 0.664، تلتها الفقرة رقم (4) التي تشير إلى "تحويل الأنظار عن قضايا معينة" وبمؤشر مرتفع جدا أيضاً.

وأظهرت النتائج أن أدنى درجات الموافقة التي سجلت في الفقرة رقم (13) والتي تنص على: "تفريغ الانفعالات" وهذا يدل على مؤشر مرتفع من الموافقة. هذه النتائج تؤشر إلى أن أهداف التضليل متعددة، وأن أبرزها هو تحطيم الروح المعنوية للطرف الآخر، وهو هدف استراتيجي مهم لمن يريد أن يحقق النصر في مختلف جوانبه السياسية والاقتصادية والاجتماعية.

الجدول رقم (4) : (ما الوسائل الاتصالية الأكثر استخداما في مجال التضليل؟)

رقم الفقرة	الوسائل	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
6	شبكات التواصل الاجتماعي	4.86	0.429	%97.2	مرتفع جدا	1
8	المواقع الإلكترونية	4.60	0.703	%92	مرتفع جدا	2
9	المواقع الإخبارية الرقمية	4.55	0.662	%91	مرتفع جدا	3
7	المدونات	4.23	0.806	%84.6	مرتفع جدا	4
2	التلفزيون	4.08	0.853	%81.6	مرتفع	5
5	الاتصال المباشر	3.72	0.976	%74.4	مرتفع	6
3	الصحف	3.66	0.906	%73.2	مرتفع	7
1	الراديو	3.60	0.825	%72	مرتفع	8
4	المجلات	3.38	0.86	%67.6	متوسط	9
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	4.0769	0.44528	81.5%	مرتفع	

وصف الوسط الحسابي (1-1.8 منخفض جدا، 1.81-2.60 منخفض، 2.61-3.40 متوسط، 3.41-4.20 مرتفع، 4.21-5 مرتفع جدا)

تشير نتائج الجدول رقم 4 أن الفقرة رقم (6) "شبكات التواصل الاجتماعي" قد سجلت أعلى مؤشر بين فقرات هذا المحور بمتوسط حسابي بلغ 4.86 وانحراف معياري بلغ 0.429 وبمؤشر موافقة مرتفع جدا. وجاءت الفقرة رقم (8) "المواقع الإلكترونية" في المرتبة الثانية وبمعدل موافقة مرتفع جدا أيضا، والفقرة رقم (9) "المواقع الإخبارية الرقمية" في المرتبة الثالثة وبمعدل موافقة مرتفع جدا. وأظهرت النتائج أن أدنى درجات الموافقة التي سجلت في الفقرة رقم (4) "المجلات" وهذا يدل على مؤشر متوسط من الموافقة. وقد أظهرت النتائج أن الوسائل الرقمية قد تصدرت قائمة الوسائل الأكثر استخداما في مجال التضليل، ربما بسبب سهولة النشر من خلالها واتساع دائرة مستخدميها.

الجدول رقم (5): (ما مستوى متابعتك لشبكات التواصل الاجتماعي؟)

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ما مستوى متابعتك لشبكات التواصل الاجتماعي؟	دائما	38	%58.5	4.46	0.731
	غالبا	20	%30.8		
	أحيانا	6	%9.2		
	نادرا	1	%1.5		
	أبدا	0	0		
	المجموع	65	%100		

تشير نتائج الجدول رقم (5) إلى أن النسبة الأكبر (58.5%) من الأكاديميين في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية الذين شملتهم عينة الدراسة دائما يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي، وما نسبتهم (30.8%) غالبا ما يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أن (9.2%) من المستجيبين يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي أحيانا، ومستجيب واحد فقط نادرا ما يتابع شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة مئوية بلغت (1.5%)، وبلغت قيمة الوسط الحسابي (4.46) والانحراف المعياري (0.731). وتاليا ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الأكاديميين في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية التي يتابعونها من (1 - 13)، بحيث تحتل الأكثر تفضيلا رقم (1) والأقل تفضيلا رقم (13).

الجدول رقم (6) : (ما الأسباب التي تدفعك لمتابعة شبكات التواصل الاجتماعي؟)

الرقم	الأسباب	التكرار	النسبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	لمتابعة قضايا ومشكلات المجتمع	49	%75.4	0.75	0.434
2	للتعرف على آخر التطورات المحلية والإقليمية والدولية	49	%75.4	0.75	0.434
3	للتواصل مع الزملاء والأصدقاء والأقارب	56	%86.2	0.86	0.348
4	للتعرف إلى الآراء المختلفة حول القضايا المطروحة	43	%66.2	0.66	0.477
5	للتعبير عن رأيي بكل صراحة	26	%40	0.40	0.494
6	للاطلاع على ما هو جديد فيما يثير اهتمامي	38	%58.5	0.58	0.497
7	تعرض معلومات وقضايا لا تعرضها وسائل الإعلام الأخرى	33	%50.8	0.51	0.504
8	تُطرح القضايا فيها بجرأة أكبر من وسائل الإعلام الأخرى	34	%52.3	0.52	0.503
9	للتسلية وإضاعة الوقت	24	%36.9	0.37	0.486

تشير نتائج الجدول رقم (6) إلى أن (86.2%) من عينة الدراسة يتابعون شبكات التواصل الاجتماعي من أجل (التواصل مع الزملاء والأصدقاء والأقارب)، بينما (75.4%) يتابعونها لإغراض (متابعة قضايا ومشكلات المجتمع، وللتعرف إلى آخر التطورات المحلية والإقليمية والدولية)، لكل منهما. ويتابعها (66.2%) من أجل (التعرف على الآراء المختلفة حول القضايا المطروحة)، في حين أن (40%) من المستجيبين يتابعونها من أجل (التعبير عن آرائهم بكل صراحة)، ويرى (58.5%) من المستجيبين أن من أسباب متابعتهم لشبكات التواصل الاجتماعي هو (الاطلاع على ما هو جديد فيما يثير اهتمامهم)، ويعتقد (50.8%) منهم أن شبكات التواصل الاجتماعي (تعرض معلومات وقضايا لا تعرضها وسائل الإعلام الأخرى). ويرى (52.3%) أنها (تطرح القضايا بجرأة أكبر من وسائل الإعلام الأخرى). فيما يرى (36.9%) أنهم يتابعونها لإغراض (التسلية وإضاعة الوقت). وهذا يشير إلى تنوع الأسباب التي تدفع باتجاه متابعة وسائل التواصل الاجتماعي مع تباين درجات المتابعة.

الجدول رقم (7): (ما المجالات التي تكثرفيها ممارسة التضليل عبروسائل التواصل الاجتماعي؟)

رقم الفقرة	مجالات التضليل	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
1	السياسية والعلاقات الدولية	4.580	0.583	%91.6	مرتفع جدا	1
7	الصراعات والحروب	4.290	0.805	%85.8	مرتفع جدا	2
6	الدينية والعقائدية	4.140	0.95	%82.8	مرتفع	3
2	العسكرية والأمنية	4.030	0.809	%80.6	مرتفع	4
3	الاقتصادية والمالية	4.000	0.848	%80	مرتفع	5
4	الاجتماعية والثقافية	3.780	1.038	%75.6	مرتفع	6
5	العلمية والصحية والبيئية	3.580	1.014	%71.6	مرتفع	7
8	الكوارث الطبيعية	3.350	1.138	%67	متوسط	8
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	3.9712	0.58994	79.4%	مرتفع	

وصف الوسط الحسابي (1-1.8 منخفض جدا، 1.81-2.60 منخفض، 2.61-3.40 متوسط، 3.41-4.20 مرتفع، 4.21-5 مرتفع جدا)

تظهر نتائج الجدول رقم (7) وجود درجة موافقة مرتفعة بشكل عام على المجالات التي تكثر فيها ممارسة التضليل عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بوسط إجابات كلي بلغ (3.9712) وانحراف معياري (0.58994)، وهذا يدل على مؤشر مرتفع من الموافقة. وعلى مستوى محاور المقياس نلاحظ وكما تشير المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية إلى أن الفقرة رقم (1) "السياسية والعلاقات الدولية" قد سجلت أعلى مؤشر بين فقرات هذا المحور بمتوسط حسابي بلغ 4.580 وانحاف معياري بلغ 0.583 وهذا يدل على مؤشر موافقة مرتفع جدا.

وجاءت الفقرة رقم (7) "الصراعات والحروب" في المرتبة الثانية وبمؤشر موافقة مرتفع جدا أيضا، وأظهرت النتائج أن أدنى درجات الموافقة التي سجلت في الفقرة رقم (8) "الكوارث الطبيعية" وبمؤشر متوسط من الموافقة. ربما تعكس هذه النتائج طبيعة المجالات التي يكثر فيها التضليل بسبب مستوى الاهتمام بها من قبل المستجيبين، إلى جانب أن هذه المجالات السياسية والعلاقات الدولية والصراعات والحروب هي بطبيعتها تستقطب فرصا أكبر للتضليل الذي في الأغلب ينتشر أوقات الحروب والأزمات.

الجدول رقم (8) : (ما الجهات الأكثر استخداما للتضليل عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟)

رقم الفقرة	الجهات الأكثر استخداما للتضليل	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
9	الذباب الإلكتروني	4.400	0.844	%88	مرتفع جدا	1
8	الحسابات الوهمية	4.260	0.889	%85.2	مرتفع جدا	2
3	جماعات الضغط والمصالح	4.220	0.838	%84.4	مرتفع جدا	3
5	الطابور الخامس	4.200	0.971	%84	مرتفع جدا	4
4	المؤسسات الاستخباراتية	4.050	1.022	%81	مرتفع	5
2	الأحزاب السياسية	3.890	0.793	%77.8	مرتفع	6
1	الحكومات	3.880	0.960	%77.6	مرتفع	7
7	المؤسسات التجارية	3.480	0.954	%69.6	مرتفع	8
6	الأفراد	3.400	0.898	%68	متوسط	9
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	3.9744	0.54919	79.5%	مرتفع	

وصف الوسط الحسابي (1-1.8 منخفض جدا، 1.81-2.60 منخفض، 2.61-3.40 متوسط، 3.41-4.20 مرتفع، 4.21-5 مرتفع جدا)

تشير نتائج الجدول رقم (8) أن الفقرة رقم (9) "الذباب الإلكتروني" قد سجلت أعلى مؤشر بين فقرات هذا المحور من حيث الجهات الأكثر استخداما للتضليل عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمتوسط حسابي بلغ 4.400 وانحراف معياري بلغ 0.844. وجاءت الفقرة رقم (8) "الحسابات الوهمية" في المرتبة الثانية، واحتلت الفقرة رقم (3) "جماعات الضغط والمصالح" المرتبة الثالثة، ثم "الطابور الخامس" في المرتبة الرابعة وجميعها بمعدل موافقة مرتفع جدا. وجاءت الفقرة رقم (4) "المؤسسات الاستخباراتية" في المرتبة الخامسة، بينما جاءت الفقرة رقم (2) "الأحزاب السياسية" في المرتبة السادسة وجاءت الفقرة رقم (1) "الحكومات" في المرتبة السابعة تلتها الفقرة رقم (7) "المؤسسات التجارية" في المرتبة الثامنة وجميعها بمعدل موافقة مرتفع. وأظهرت النتائج أن أدنى درجات الموافقة التي سجلت في الفقرة رقم (1) "الأفراد" وبمؤشر متوسط من الموافقة. تؤشر هذه النتائج إلى أن الذباب الإلكتروني والحسابات الوهمية هي الأكثر استخداما للتضليل عبر وسائل التواصل الاجتماعي ربما لأن وجودها مرتبط بشكل أساسي بوظيفة التضليل بصورة عامة. فالذباب الإلكتروني والحسابات الوهمية له دور ووظيفة أساسها نشر التضليل على نطاق واسع، فهذه الجهات أنشئت للقيام بهذه المهمة.

الجدول رقم (9): (ما الأساليب الأكثر استخداما في مجال التضليل عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟)

رقم الفقرة	الأساليب	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
3	استخدام التهويل والمبالغة	4.520	0.589	%90.4	مرتفع جدا	1
6	استخدام الشائعات	4.510	0.732	%90.2	مرتفع جدا	2
7	مخاطبة العواطف	4.460	0.709	%89.2	مرتفع جدا	3
10	فبركة الصور والفيديوهات	4.460	0.663	%89.2	مرتفع جدا	4
4	عرض معلومات وأدلة غير موثوقة	4.430	0.684	%88.6	مرتفع جدا	5
2	استخدام أنصاف الحقائق	4.400	0.607	%88	مرتفع جدا	6
8	استخدام معلومات في غير سياقها الصحيح	4.380	0.744	%87.6	مرتفع جدا	7
9	الربط المزيف بين حقائق أو أحداث بشكل تعسفي	4.350	0.779	%87	مرتفع جدا	8

رقم الفقرة	الأساليب	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
12	استخدام معلومات مجهلة المصادر	4.230	0.932	%84.6	مرتفع جدا	9
13	استخدام التكرار	4.170	0.802	%83.4	مرتفع	10
5	قرصنة المواقع الإلكترونية	3.970	0.790	%79.4	مرتفع	11
11	استخدام الروبوتات لنشر معلومات زائفة	3.950	0.959	%79	مرتفع	12
1	مخاطبة العقول	3.770	1.027	%75.4	مرتفع	13
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	4.2781	0.50234	85.6%	مرتفع جدا	

وصف الوسط الحسابي (1-1.8 منخفض جدا، 1.81-2.60 منخفض، 2.61-3.40 متوسط، 3.41-4.20 مرتفع، 4.21-5 مرتفع جدا)

تظهر نتائج الجدول رقم (9) أن الفقرة رقم (3) التي تشير إلى: "استخدام التهويل والمبالغة" قد سجلت أعلى مؤشر بمتوسط حسابي بلغ 4.520 وبانحراف معياري بلغ 0.589 وهو مؤشر مرتفع جدا. وتظهر النتائج أن أدنى مستوى موافقة كان للفقرة رقم (1) التي تشير إلى: "مخاطبة العقول" وهو مؤشر مرتفع من الموافقة. نلاحظ من نتائج الجدول أعلاه أن جميع الأساليب المذكورة كانت تستخدم في مجال التضليل عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الأكاديميين في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية وبمستويات متباينة، لكنها سجلة مؤشرات عالية بين مرتفع ومرتفع جدا.

الجدول رقم (10): (هل تعتقد أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التضليل؟)

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
شبكات التواصل الاجتماعي	نعم	62	%95.4	1.09	0.423
	لا	0	0		
	لا أعرف	3	%4.6		
	المجموع	65	%100		

تشير نتائج الجدول رقم (10) إلى أن (95.4%) من الأكاديميين في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية ممن شملتهم عينة الدراسة يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التضليل، بينما (4.6%) أجابوا بلا أعرف وعددهم (3)، وبلغت قيمة الوسط الحسابي (1.09) والانحراف المعياري (0.423).

وتاليا تحليل الأسباب وراء اعتقاد (95.4%) من الأكاديميين في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التضليل.

الجدول رقم (11): (الأسباب وراء اعتقاد غالبية عينة الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي ساهمت بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التضليل)

الرقم	الأسباب	التكرار	النسبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تنوع الأساليب التي تظهر فيها رسائل التضليل	56	%90.3	4.229	0.772
2	عدم التحقق من المعلومات قبل نشرها أو مشاركتها	60	%96.8		
3	التباطؤ في التعامل مع المعلومات المضللة ودحضها	52	%83.9		
4	تباين المستويات التعليمية والثقافية لأصحاب الحسابات على الشبكات	55	%88.7		
5	سهولة تمرير المعلومات المضللة ومشاركتها عبر هذه الشبكات	57	%92		
6	سرعة تناقل المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعي	57	%92		
7	سهولة قرصنة المواقع وتغيير محتواها	42	%67.7		
8	سهولة فبركة الصور والفيديو والتلاعب بمضامينها	53	%85.5		
9	انتشار الذباب الإلكتروني	54	%87.1		

تشير نتائج الجدول رقم (11) إلى أن "عدم التحقق من المعلومات قبل نشرها أو مشاركتها" هو من أكثر الأسباب وراء اعتقاد عينة الدراسة بأن "شبكات التواصل الاجتماعي" قد ساهمت بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التضليل وبنسبة مئوية (96.8%)، تلتها "سهولة تمرير المعلومات المضللة ومشاركتها عبر هذه الشبكات" و"سرعة تناقل المعلومات عبرها" بنسبة (92%) لكل منهما، ثم "تنوع الأساليب التي تظهر فيها رسائل التضليل" بنسبة مئوية (90.3%)، تلتها "تباين المستويات التعليمية والثقافية لأصحاب الحسابات على الشبكات" بنسبة بلغت (88.7%).

ويرى (87.1%) أن "انتشار الذباب الإلكتروني" من أسباب مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار ظاهرة التضليل، ويوافق ما نسبتهم (85.5%) من عينة الدراسة على أن السبب يعود "لسهولة فبركة الصور والفيديو والتلاعب بمضامينها" ويعتقد (83.9%) من المستجيبين أن السبب يعود إلى "التباطؤ في التعامل مع المعلومات المضللة ودحضها"، بينما كانت نسبة من يعتقدون أن "سهولة قرصنة المواقع وتغيير محتواها" من أسباب مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار ظاهرة التضليل قد بلغت (67.7%). وبلغ الوسط الحسابي لأسباب مساهمة شبكات التواصل الاجتماعي في انتشار ظاهرة التضليل من وجهة نظر المستجيبين (4.229) وهذا يدل على مستوى موافقة مرتفع جدا بشكل عام، كما بلغ الانحراف المعياري (0.772).

هذه النتائج تشير إلى عدد من الأسباب وراء اعتقاد غالبية عينة الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التضليل، إذ لا يعود الأمر لسبب واحد.

الجدول رقم (12): (شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداما في مجال التضليل)

رقم الفقرة	من يمارس التضليل	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
1	الفيسبوك	4.42	0.768	%88.4	مرتفع جدا	1
4	الواتس أب	3.95	0.975	%79	مرتفع	2
2	توتير	3.89	0.904	%77.8	مرتفع	3
6	يوتيوب	3.86	0.882	%77.2	مرتفع	4
3	انستجرام	3.6	0.965	%72	مرتفع	5
8	تيك توك	3.51	1.048	%70.2	مرتفع	6
7	ماسينجر	3.43	0.918	%68.6	مرتفع	7
9	سناب شات	3.18	0.967	%63.6	متوسط	8
5	لينكد ان	2.97	1.172	%59.4	متوسط	9
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	3.6462	0.62943	72.9%	مرتفع	

وصف الوسط الحسابي (1-1.8 منخفض جدا، 1.81-2.60 منخفض، 2.61-3.40 متوسط، 3.41-4.20 مرتفع، 4.21-5 مرتفع جدا)

تشير نتائج الجدول رقم (12) إلى وجود درجة موافقة مرتفعة بشكل عام على شبكات التواصل الاجتماعي المذكورة في الجدول أعلاه الأكثر استخداما في مجال التضليل من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بوسط إجابات كلي بلغ (3.6462) وانحراف معياري (0.62943). وعلى مستوى محاور المقياس نلاحظ أن "الفيسبوك" قد سجل أعلى مؤشر بين شبكات التواصل الاجتماعي من حيث الأكثر استخداما في مجال التضليل وبمؤشر موافقة مرتفع جدا. وجاء "الواتس أب" في المرتبة الثانية ثم "توتير" في المرتبة الثالثة، بينما جاء "يوتيوب" في المرتبة الرابعة. وأظهرت النتائج أن أدنى درجات الموافقة التي سجلت كانت من نصيب "لينكد ان" وبمؤشر متوسط من الموافقة. هذه النتائج تتفق مع نتائج بعض الدراسات في أن الفيسبوك هو الأكثر استخداما في هذا المجال ربما بسبب الأعداد الكبيرة لمستخدميه التي وصلت إلى ما يقارب ثلاث مليارات مستخدم، في حين ترى بعض الدراسات أن الواتس أب هو من يتسيد في هذا المجال.

الجدول رقم (13): (ما العوامل التي تسهم في انتشار التضليل عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟)

رقم الفقرة	عوامل انتشار التضليل	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
5	استخدام أساليب تضليل مخططة ومدروسة يصعب اكتشافها	4.46	0.663	%89.2	مرتفع جدا	1
3	عدم التحقق من المعلومات قبل تداولها	4.45	0.685	%89	مرتفع جدا	2
7	غياب الشفافية والمصداقية	4.45	0.751	%89	مرتفع جدا	3
9	التعتيم الرسمي وامتصاص المعلومات	4.4	0.766	%88	مرتفع جدا	4
1	الاختلالات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية في المجتمع	4.37	0.741	%87.4	مرتفع جدا	5
4	فقدان الثقة بمصادر المعلومات الوطنية	4.37	0.782	%87.4	مرتفع جدا	6
8	غياب حرية الصحافة والإعلام	4.35	0.799	%87	مرتفع جدا	7
10	غياب المصادر الموثوقة	4.32	0.752	%86.4	مرتفع جدا	8
2	الحروب والأزمات	4.28	0.781	%85.6	مرتفع جدا	9
6	انتشار الأمية وانخفاض مستوى التعليم	3.92	0.973	%78.4	مرتفع	10
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	4.3369	0.51161	86.7%	مرتفع جدا	

وصف الوسط الحسابي (1-1.8 منخفض جدا، 1.81-2.60 منخفض، 2.61-3.40 متوسط، 3.41-4.20 مرتفع، 4.21-5 مرتفع جدا)

تظهر نتائج الجدول رقم (13) أن الوسط الحسابي لجميع فقرات هذا المحور قد بلغ (4.3369) وبانحراف معياري (0.51161) وهذا يدل على مؤشر مرتفع جدا من الموافقة بشكل عام للعوامل التي تسهم في انتشار التضليل عبر شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر عينة الدراسة.

وعلى مستوى محاور المقياس كانت الفقرة رقم (5) التي تشير إلى: "استخدام أساليب تضليل مخططة ومدروسة يصعب اكتشافها" قد سجلت أعلى مؤشر بمتوسط حسابي بلغ 4.46 وانحراف معياري بلغ 0.663. من جهة أخرى، تظهر النتائج أن أدنى مستوى موافقة كان للفقرة رقم (6) التي تشير إلى: "انتشار الأمية وانخفاض مستوى التعليم" وهو مؤشر مرتفع من الموافقة. نلاحظ من نتائج الجدول أعلاه أن جميع العوامل المذكورة في الجدول أعلاه كانت سببا في انتشار التضليل عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومعظمها سجل درجة مرتفعة جدا.

الجدول رقم (14): (ما الأساليب التي يمكن أن تسهم في خفض مستويات التضليل عبر شبكات التواصل الاجتماعي بصورة عامة؟)

رقم الفقرة	الأساليب	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
1	التحقق من مصادر المعلومات قبل تمريرها أو مشاركتها	4.78	0.484	%95.6	مرتفع جدا	1
2	الحصول على المعلومات من أكثر من مصدر	4.51	0.71	%90.2	مرتفع جدا	2
8	استخدام تقنيات للكشف عن صحة الصور والفيديوهات	4.51	0.732	%90.2	مرتفع جدا	3
5	التوعية بمفهوم التضليل ووسائله وأساليبه	4.48	0.664	%89.6	مرتفع جدا	4
9	التعامل مع التضليل بصورة فورية ودحض روايته	4.48	0.687	%89.6	مرتفع جدا	5
6	إنشاء مواقع إلكترونية لرصد حالات التضليل وكشفها	4.42	0.748	%88.4	مرتفع جدا	6
7	إنتاج برمجيات تساعد على التحقق من صدقية المعلومات	4.37	0.802	%87.4	مرتفع جدا	7
3	بناء ثقافة إيجابية في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي	4.26	0.853	%85.2	مرتفع جدا	8
4	سن قوانين تعاقب على ارتكاب الجرائم الإلكترونية	4.2	1.034	%84	مرتفع	9
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	4.4444	0.52264	88.9%	مرتفع جدا	

وصف الوسط الحسابي (1-1.8 منخفض جدا، 1.81-2.60 منخفض، 2.61-3.40 متوسط، 3.41-4.20 مرتفع، 4.21-5 مرتفع جدا)

تشير نتائج الجدول رقم (14) إلى وجود درجة موافقة مرتفعة جدا بشكل عام على الأساليب المذكورة في الجدول أعلاه التي يمكن أن تسهم في خفض مستويات التضليل عبر شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. وعلى مستوى محاور المقياس كانت الفقرة رقم (1) التي تشير إلى: "التحقق من مصادر المعلومات قبل تمريرها أو مشاركتها" قد سجلت أعلى مؤشر للوسط الحسابي بين فقرات هذا المحور وبمؤشر مرتفع جدا من الموافقة على أنه من أهم الأساليب التي يمكن أن تسهم في خفض مستويات التضليل عبر شبكات التواصل الاجتماعي. من جهة أخرى، تظهر النتائج أن أدنى مستوى موافقة كان للفقرة رقم (4) التي تشير إلى: "سن قوانين تعاقب على ارتكاب الجرائم الإلكترونية" وبمؤشر مرتفع من الموافقة أيضا. نلاحظ من نتائج الجدول أعلاه أن جميع الأساليب المذكورة في الجدول أعلاه يمكن أن تسهم في خفض مستويات التضليل عبر شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الأكاديميين في كليات وأقسام الإعلام في الجامعات الأردنية وبدرجة مرتفعة جدا.

الجدول رقم (15): (ما الأدوار الفعلية التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي؟)

رقم الفقرة	الأدوار	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
3	ساحات لتعددية الآراء	4.23	0.553	%84.6	مرتفع جدا	1
11	ساحات للاستعراض الاجتماعي	4.22	0.91	%84.4	مرتفع جدا	2
12	ساحات للترويج بأنواعه	4.2	0.814	%84	مرتفع	3
5	ساحات للذباب الإلكتروني	4.17	0.84	%83.4	مرتفع	4
6	ساحات لحرية التعبير	4.17	0.651	%83.4	مرتفع	5
2	ساحات واسعة لنشر التضليل	4.12	0.927	%82.4	مرتفع	6
4	ساحات للآراء الأكثر جراءة	4.09	0.678	%81.8	مرتفع	7
7	ساحات للمعلومات المجهلة	4	0.75	%80	مرتفع	8
1	ساحات للحرب بين المتنازعين	3.95	0.909	%79	مرتفع	9
9	ساحات للحرب الباردة	3.75	0.884	%75	مرتفع	10
10	ساحات لنشر الحقيقة الغائبة	3.69	0.883	%73.8	مرتفع	11
8	ساحات للمعلومات الدقيقة	3.37	1.14	%67.4	متوسط	12
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	3.9972	0.54331	79.9%	مرتفع	

وصف الوسط الحسابي (1-1.8 منخفض جدا، 1.81-2.60 منخفض، 2.61-3.40 متوسط، 3.41-4.20 مرتفع، 4.21-5 مرتفع جدا)

تشير نتائج الجدول رقم (15) إلى وجود درجة تأييد مرتفعة بشكل عام على الأدوار الفعلية المذكورة في الجدول أعلاه التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بوسط إجابات كلي بلغ (3.9972) وانحراف معياري (0.54331).

وعلى مستوى محاور المقياس نلاحظ أن الفقرة رقم (3) "ساحات لتعددية الآراء" قد سجلت أعلى مؤشر بين فقرات هذا المحور من حيث الأدوار التي تقوم بها شبكات التواصل الاجتماعي وبدرجة تأييد مرتفعة جدا. واحتلت الفقرة رقم (11) "ساحات للاستعراض الاجتماعي" المرتبة الثانية وبدرجة تأييد مرتفعة جدا أيضا، وجاءت الفقرة رقم (12) "ساحات للترويج بأنواعه" في المرتبة الثالثة وبدرجة تأييد مرتفعة. وجاءت الفقرتين رقم (5، 6) "ساحات للذباب الإلكتروني" و "ساحات لحرية التعبير" في المرتبة الرابعة على التوالي، وبدرجة تأييد مرتفعة.

واحتلت الفقرة رقم (2) "ساحات واسعة لنشر التضليل" المرتبة الخامسة بينما جاءت الفقرة رقم (4) "ساحات للآراء الأكثر جراءة" في المرتبة السادسة وبدرجة تأييد مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (7) "ساحات للمعلومات المجهلة" في المرتبة السابعة وبدرجة تأييد مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (1) "ساحات للحرب بين المتنازعين" في المرتبة الثامنة وبدرجة تأييد مرتفعة.

وجاءت الفقرة رقم (9) "ساحات للحرب الباردة" في المرتبة التاسعة وبدرجة تأييد مرتفعة، وجاءت الفقرة رقم (10) "ساحات لنشر الحقيقة الغائبة" في المرتبة العاشرة وبدرجة تأييد مرتفعة. وأظهرت النتائج أن أدنى درجات الموافقة التي سجلت في الفقرة رقم (8) "ساحات للمعلومات الدقيقة" بدرجة تأييد متوسطة. هذه النتائج تؤشر إلى أن هذه الشبكات ليست ساحات للحرب وحسب بل أيضا تقوم بأدوار مختلفة.

تحليل فرضية الدراسة

الفرضية:

- الفرضية العدمية H01: لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التضليل وأهدافه وأسباب انتشاره عبر الشبكات الاجتماعية بحسب اتجاهات الأكاديميين تعزى لمتغيرات الجنس، والعمر، والتخصص، والرتبة الأكاديمية والخبرة.
- الفرضية البديلة Ha1: توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التضليل وأهدافه وأسباب انتشاره عبر الشبكات الاجتماعية بحسب اتجاهات الأكاديميين تعزى لمتغيرات الجنس، والعمر، والتخصص، والرتبة الأكاديمية والخبرة.

الجدول رقم (18): نتائج تحليل فرضية الدراسة

المتغير	نوع التحليل	قيمة T	قيمة F	مستوى الدلالة الإحصائية (Sig.)	النتيجة
الجنس	T	-1.709	-	0.092	نرفض الفرضية البديلة
العمر	ANOVA	-	0.167	0.847	نرفض الفرضية البديلة
التخصص	ANOVA	-	0.737	0.642	نرفض الفرضية البديلة
الرتبة الأكاديمية	ANOVA	-	2.019	0.121	نرفض الفرضية البديلة
الخبرة	ANOVA	-	1.220	0.310	نرفض الفرضية البديلة

- بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية بالنسبة للجنس 0.092 وهي أكبر من 0.05 وهذا يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التضليل وأهدافه وأسباب انتشاره عبر الشبكات الاجتماعية بحسب اتجاهات الأكاديميين تعزى لمتغير الجنس.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التضليل وأهدافه وأسباب انتشاره عبر الشبكات الاجتماعية بحسب اتجاهات الأكاديميين تعزى لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية 0.847 وهي أكبر من 0.05 لذلك نرفض الفرضية البديلة.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التضليل وأهدافه وأسباب انتشاره عبر الشبكات الاجتماعية بحسب اتجاهات الأكاديميين تعزى لمتغير التخصص حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية 0.642 وهي أكبر من 0.05 لذلك نرفض الفرضية البديلة.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التضليل وأهدافه وأسباب انتشاره عبر الشبكات الاجتماعية بحسب اتجاهات الأكاديميين تعزى لمتغير الرتبة الأكاديمية حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية 0.121 وهي أكبر من 0.05 لذلك نرفض الفرضية البديلة.
- لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التضليل وأهدافه وأسباب انتشاره عبر الشبكات الاجتماعية بحسب اتجاهات الأكاديميين تعزى لمتغير الخبرة، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية 0.310 وهي أكبر من 0.05 لذلك نرفض الفرضية البديلة.

خلاصة:

بالنظر إلى نتائج الدراسة يمكن استخلاص ما يلي:

1. بيّنت نتائج الدراسة أن مفهوم التضليل من وجهت نظر عينة الدراسة يقوم على نشر معلومات وصور ورسوم مفبركة في المرتبة الأولى، ونشر معلومات بعضها صحيح وبعضها خاطئ بهدف خداع الطرف المستهدف بالدرجة الثانية. هذه النتائج تتوافق إلى حد بعيد مع ما ذهبت إليه دراسات أخرى من بينها دراسة الإتحاد الأوروبي التي ترى أن التضليل هو معلومات خاطئة أو مخادعة يتم إنشاؤها وعرضها ونشرها لتحقيق مكاسب اقتصادية أو لخداع الجمهور بشكل مقصود (Cvjeticanin, 2019)، كما تتفق نتائج الدراسة مع دراسة الشمري والصرايرة (2023) التي أظهرت أن مفهوم التضليل مرتبط بنشر معلومات خاطئة بقصد أو بغير قصد، إلى جانب نشر معلومات صحيحة وغير صحيحة وأنصاف حقائق بهدف خداع الطرف المستهدف". وعليه، فإن الدراسات المشار إليها تربط بين عملية التضليل وهدف الخداع.
2. أشارت نتائج الدراسة إلى أن ضرب الروح المعنوية للطرف المستهدف يمثل أبرز أهداف عملية التضليل من وجهة نظر الأكاديميين العاملين في أقسام وكليات الإعلام في الأردن، وفي دراسة الشمري والصرايرة (2023) كان الهدف الرئيس من التضليل هو "تحويل الأنظار أو جذبها عن قضايا معينة" وذلك بحسب عينة الدراسة التي تكونت من الصحفيين والأكاديميين القطريين. وهذا يؤكد أن أبرز أهداف التضليل مرتبط بضرب الروح المعنوية للطرف المستهدف إلى جانب تحويل الأنظار أو جذبها عن قضايا محددة، فضلا عن أهداف متعددة أخرى يرغب القائم بالتضليل على تحقيقها.
3. بينّت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد من أبرز الوسائل التي يمكن استخدامها في مجال التضليل، فقد اتفقت نتائج العديد

من الدراسات على هذه النتيجة ومن بينها دراسة الشمري والصرايرة (2023) إلى جانب دراسة يسعد (2020) التي تشير إلى أن غالبية المبحوثين يعتقدون أن الأخبار التي يتعرضون لها على شبكات التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا وبشكل خاص على الفيس بوك مزيفة، وهي تؤثر سلبا على نفسيتهم. وهذا يتفق مع ما ذهبت إليه دراسة كولينمز وآخرون (Collins, et al, 2020) التي بينت أنه وعلى الرغم من أن هذه الشبكات قد تم تطويرها لتحسين حياة الناس، إلا أنه يُنظر إليها على أنها ملائكية وشريرة في آن معا، إذ لا يتسبب تزايد المحتوى الوهمي في إحداث فوضى في النظام الإيكولوجي لهذه الشبكات فحسب، بل أدى أيضًا إلى معاناة لا توصف للبشر.

4. أشارت نتائج هذه الدراسة إلى أن الفيسبوك Facebook قد احتل المرتبة الأولى بين الشبكات التي يمكن أن تستخدم في مجال التضليل، واتفقت هذه النتيجة مع ما قدمته دراسة يسعد (2020) التي أظهرت أن الفيسبوك تأتي في المرتبة الأولى في هذا المجال. في حين أشارت نتائج دراسة الشمري والصرايرة (2023) إلى شبكة الواتس أب WhatsApp باعتبارها الأولى في نشر التضليل. وتؤكد دراسة ساليشيا أن الشبكات الاجتماعية مثل تويتر Twitter وفيسبوك Facebook قد جعلت العالم مكانًا أكثر ارتباطًا، وأصبحت حالة لا غنى عنها في حياة الناس. ومع ذلك، فقد أصبحت هذه الشبكات أيضًا بيئات مواتية لنشر المعلومات المضللة على نطاق واسع، وتولد هذه المنصات كميات هائلة من البيانات، يتكون جزء كبير منها مما أصبح يُعرف عمومًا بالأخبار المزيفة (Salecha, 2021).

5. أظهرت نتائج الدراسة أن شبكات التواصل الاجتماعي تعد "ساحات لتعددية الآراء" أكثر منها "ساحات للحرب" من وجهة نظر المبحوثين، فالأولى احتلت الترتيب الأول للأدوار التي تقوم بها هذه الشبكات، والثانية احتلت المركز الثامن، غير أن العديد من الدراسات قد أشارت إلى أن الشبكات تقوم بأدوار مختلفة بعضها يصنف بأنه مفيد والآخر مضر، وقد يمتد ضرره ليشمل النظام السياسي والأمن والاقتصاد والبيئة والصحة وغير ذلك، كما أشارت دراسة الاتحاد الأوروبي (Cvjeticanin, 2019).

6. بينت نتائج الدراسة بأن "استخدام أساليب تضليل مخططة ومدروسة يصعب اكتشافها" يعد السبب الرئيس وراء انتشار عملية التضليل وفق عينة الدراسة، ويبدو أن هذا السبب ليس الوحيد، بل هناك أسباب كثيرة ومتعددة لانتشار التضليل. إذ تشير دراسة ميتزجر وآخرون إلى أن الناس يؤمنون بالمعلومات الخاطئة، وينشرونها عبر شبكاتهم الاجتماعية، وهناك العديد من الدوافع التي قد تؤثر على مشاركة هذه المعلومات المضللة وانتشارها (Metzger, et al, 2021).

7. تشير نتائج الدراسة إلى إمكانية خفض مستويات التضليل من خلال التأكد من صحة المعلومات قبل نشرها بالإضافة إلى أساليب أخرى عديدة حددتها الدراسة، بحسب اتجاهات عينة الدراسة. ومن المهم هنا الإشارة إلى دراسة ساليشيا التي اقترحت تصورا لتصفية الروبوتات التي تساهم في نشر التضليل والمعلومات المفبركة والمزيفة من مجموعات البيانات من خلال البناء على أحدث تقنيات اكتشاف الروبوتات الحالية (Salecha, 2021).

التوصيات:

توصي الدراسة بما يلي:

- تبني مناهج تربوية تعزز عناصر التربية الإعلامية خلال مراحل التعليم المختلفة لتوعية الطلبة بالمفاهيم الإعلامية ومنها كيفية التصدي للتضليل الإعلامي.
- إنشاء مواقع اليكترونية لرصد الشائعات والمعلومات المضللة والتعريف بها.
- إنشاء مظلة إعلامية تنشر الوعي والمعرفة بأهمية الالتزام بمبادئ أخلاقية وقيمية عند التعامل مع نشر أو مشاركة المعلومات.
- تكثيف الدراسات في مجال الإعلام والتكنولوجيا لإنتاج خوارزميات تساهم في الحد من التضليل.

المصادر والمراجع

سعود، ا. (2020). *تحليل مضمون الدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية عبر شبكات التواصل الاجتماعي: صفحة إسرائيل باللهجة العراقية عبر فيسبوك نموذجاً. رسالة ماجستير غير منشورة*، كلية الإعلام، جامعة البترا.

الشمري، خ.، و الصرايرة، م. (2023). اتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين نحو أساليب التضليل الإعلامي ووسائله دراسة مسحية. *مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس*، 1(14 14(1). https://journals.squ.edu.om/index.php/jass/article/view/5931/3741

الصرايرة، م. (2014). *قضايا في الإعلام الدولي*. عمّان، الأردن: مكتبة الرائد العلمية.

الصرايرة، م.، طومار، ش. (2018). *صناعة صحافة الروبوت وتحدياتها المهنية والأخلاقية*. قطر: مركز الجزيرة للدراسات، الجزيرة، قطر.

عبد الحميد، م. (2000). *البحث العلمي في الدراسات الإعلامية*. القاهرة: عالم الكتب.

فضيلة، ت. (2021). الأخبار الكاذبة واضطراب المجال العام الرقمي: العوامل والأثر. *مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية*، 9(3).

قطبي، ر. (2017) شبكات التواصل الاجتماعي والمشاركة السياسية للشباب المغربي في الانتخابات الجماعية والجهوية لسنة 2015 دراسة ميدانية على عينة من الشباب الجامعي. *مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، فلسطين*، 3(1).

يسعد، ز. (2021)، الأخبار المزيفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين: دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، 3(1).

References

Bradshaw, S., & Howard, Ph. (2019). The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation, Oxford Internet Institute, University of Oxford, UK, P.1-23 https://demtech.oii.ox.ac.uk/wpcontent/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf

Chen, X., Joanna Sin, S., Leng Theng, Y., & Lee, Ch. (2015). Why Students Share Misinformation on the Social Media: Motivation, Gender, and Study-level Differences. The Journal of Academic Librarianship, 41, 583-592. https://daneshyari.com/article/preview/358221.pdf

Collins, B., Hoang, T., Nguyen, Th., & Hwang, D. (2020). Trends in Combating Fake News on Social Media – a Survey. Journal of Information and Telecommunication, 5(1), 1-20. https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/24751839.2020.1847379?needAccess=true

Cvjetićanin, T., Zulejhić, E., Brkan, D., & Livančić-Milić, B. (2019). Disinformation in the online sphere: The case of BiH, Citizens, Citizens' Association Why Not Publisher. https://zastone.ba/app/uploads/2019/05/Disinformation_in_the_online_sphere_The_case_of_BiH_ENG.pdf

DeVellis, R.F. (2012). *Scale development: Theory and applications*. Los Angeles: Sage.

Erbschole, M. (2017). *Social Media Warfare: Equal Weapons for All*. CRC Press. http://www.ittoday.info/Excerpts/Social-Media-Warfare.pdf

Lanoszka, Ale. (2018). Disinformation in international politics. *European Journal of International Security*, 4(2), 227 – 248. https://sci-hub.hkvisa.net/10.1017/eis.2019.6

Matthews, H. (2021). Social media as Information Warfare. The College of William & Mary, 7-8. https://nsiteam.com/social/wpcontent/uploads/2021/08/IIJO_eIntern-IP_Social-Media-as-IW_Matthews_FINAL.pdf

Metzger, M., Flanagin, A., Mena, P., Jiang, Sh., & Wilson, Ch. (2021). From Dark to Light: The Many Shades of Sharing Misinformation Online. *Media and Communication Journal*, 9(1), 134-143. https://www.cogitatiopress.com/mediaandcommunication/article/view/3409/3409

Salecha, A. (2021). Empirical Study of the Spread of Misinformation: A Big Data Approach. University of Minnesota, USA, 1-34. https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/222250/Honors%20Thesis%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Smith, A., Silver, L., Johnson, C.,Taylor, K., & Jiang, J. (2019). Publics in Emerging Economies Worry Social Media Sow Division, even as They Offer New Chances for Political Engagement, Pew Research Center, P.1-70

Statista. (2022). Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users, https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/

Sunstein, C. (2017), Republic: Divided Democracy in the Age of social media, Princeton University Press, ISBN: 0691175519. https://www.worldcat.org/title/republic-divided-democracy-in-the-age-of-social-media/oclc/958799819

Rohani, V., & Ow Siew, H. (2009). On Social Network Web Sites: Definition, Features, Architectures and Analysis Tools. *Journal of Computer Engineering*, (1) 3-1141. https://www.researchgate.net/publication/233927861_On_Social_Network_Web_Sites_Definition_Features_Architectures_and_Analysis_Tools#fullTextFileContent

Tucker, J., Guess, A., Barbera, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018).Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature, SSRN, P.1-95.

https://www.hewlett.org/wp-content/uploads/2018/03/Social-Media-Political-Polarization-and-Political-Disinformation-Literature-Review.pdf

Vilmer, J., Escorcia, A., Guillaume, M., & Herrera, J. (2018). Information Manipulation: A Challenge for Our Democracies, report by the Policy Planning Staff (CAPS) of the Ministry for Europe and Foreign Affairs and the Institute for Strategic Research (IRSEM) of the Ministry for the Armed Forces, Paris, France. https://www.diplomatie.gouv.fr/IMG/pdf/information_manipulation_rvb_cle838736.pdf

Ward, S., & McLoughlin, L. (2020), Turds, Traitors and Tossers: the abuse of UK MPs via Twitter. The Journal of Legislative Studies, 26(1), 47-73. http://usir.salford.ac.uk/id/eprint/47069/3/MPs%20abuse%20v6.pdf