

الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني

"دراسة ميدانية على عينة من قطاع غزة"

Fake news in Social Media Networks and It's Tmpact On Palestinian Youth's Political Awareness "Field Study of a Sample of the Gaza Strip"



ط.د/ فارس سلمان عبد المنعم أبو شيحة

¹جامعة عبد الحميد بن باديس (الجزائر)

fares.saabushiha.etu@univ-mosta.dz

تاريخ النشر: 2024/06/15

تاريخ القبول: 2024/06/08

تاريخ الارسال: 2023/06/07

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، بالإضافة إلى معرفة مدى تعرض ودوافع الشباب الفلسطيني لتلك الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتنتهي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي استخدم فيها منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره استخدم تم توظيف جمهور وسائل الإعلام. واعتمد الباحث على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتم جميع بيانات الدراسة باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء كأداة لجمع المعلومات، وقام الباحث بتوزيع عينة صحيفة الاستقصاء على عينة عشوائية بسيطة قوامها (400) مفردة من فئة الشباب الفلسطيني المقيمين في قطاع غزة.

الكلمات المفتاحية: شبكات التواصل الاجتماعي، الأخبار الكاذبة، الشباب الفلسطيني، الوعي السياسي.

Abstract:

The study aimed to identify fake news in social networks and its impact on Palestinian youth's political awareness, as well as the vulnerability and motivation of Palestinian youth to such news through social media networks. The study was based on descriptive research in which the survey curriculum was used, under which media audiences were employed. The researcher relied on media dependence theory, and all the study data was made using the survey paper tool as a tool for gathering information. The researcher distributed the survey newspaper's sample to a simple random of 400 Palestinian youth residing in the Gaza Strip.

key words: Social networks ,Fake news, Palestinian youth, Political awareness.

مقدمة:

تزايدت نشر الأخبار الكاذبة بشكل ملحوظ مع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، التي أصبحت العنصر المهم والأكثر متابعة وفعالية من قبل الجمهور في التزود بالمعلومات والأخبار على مدار الوقت. لكن الحصول على الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة، أصبحت محل شك لدى الجمهور، من خلال اكتشاف العديد من تلك الأخبار بعدم مصداقيتها في ظل بيئة رقمية تمتاز بالذكاء الاصطناعي والسرعة والمرونة في نقل المعلومات.

وأصبح نشر الأخبار الكاذبة وتداولها تشكل خطراً متزايداً على مستوى الوعي السياسي لدى الشباب داخل المجتمع الفلسطيني.

وفي هذه الورقة البحثية سنتعرف على الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها ودوافع تعرضهم ومدى انعكاس ذلك على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني.

مشكلة الدراسة: تتبلور مشكلة الدراسة في التعرف على الأخبار الكاذبة المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وكذلك مدى تأثير تلك الأخبار على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في الأمور الآتية:

1. انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، من أجل خداع الشباب كونه الفئة الأكثر استخداماً لشبكات التواصل الاجتماعي.
2. دور شبكات التواصل الاجتماعي في نقل الأفكار متجاوز الحدود الزمانية والمكانية، مع إمكانية التواصل والتفاعل والسرعة في توصيل المعلومة.
3. تأثير الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني بالأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
4. الأوضاع السياسية التي تشهدها فلسطين، وكيفية تناول شبكات التواصل الاجتماعي لتلك الأخبار.
5. قلة الدراسات التي تناولت مدى تأثير الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى التعرف على الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، وذلك من خلال الأهداف الفرعية الآتية:

1. معرفة عادات استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي.
2. التعرف على أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني في قطاع غزة.
3. التعرف على مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
4. فهم دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي.
5. معرفة مدى انعكاس الأخبار الكاذبة على الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل.

تساؤلات الدراسة: تجيب الورقة البحثية على التساؤل الرئيسي المتمثل في ما هو تأثير الأخبار الكاذبة

عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني؟، ويندرج تحت هذا

التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

1. ما هي عادات استخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي؟
2. ما أبرز شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني في قطاع غزة؟
3. ما مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟
4. ما هي دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على شبكات مواقع التواصل الاجتماعي؟
5. ما هي انعكاسات الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي؟

مجتمع وعينة الدراسة:

أ. مجتمع الدراسة: ويقصد بمجتمع الدراسة: "كامل الأفراد أو الأحداث أو المشاهدات موضوع البحث أو الدراسة". (الطويسى، مجتمع الدراسة والعينات، ص3)، ويتكون مجتمع الدراسة من جميع فئة الشباب الفلسطيني المقيمين في قطاع غزة.

ب. عينة الدراسة: نظراً لصعوبة إجراء الدراسة الشاملة لجميع أفراد عينة الدراسة، تم اختيار العينة العشوائية البسيطة، وهي العينة التي يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع الإحصائي الذي أخذت منه، نفس الفرصة بأن تكون ممثلة في هذه العينة، كما وتستخدم عندما يكون المجتمع الإحصائي متجانساً. (أبو ظاهر، العينات الإحصائية، 2017).

شكل رقم 01: التوزيع النسبي لعينة الدراسة وفقاً لمتغيراتها

المتغير	التصنيف	العدد	(%) النسبة المئوية
النوع الاجتماعي	ذكر	135	33.7
	أنثى	265	66.3
العمر	من 18- أقل من 22	102	25.5
	من 22- أقل من 27	130	32.5
	من 27 سنة فما فوق	168	42.0
المستوى التعليمي	ابتدائي	0	0
	اعدادي	15	3.8
	ثانوية عامة	85	21.3
	جامعي	300	75.0
المحافظة	الشمال	79	19.7
	غزة	104	26.0
	الوسطى	79	19.7
	خانيونس	75	18.8
	رفح	63	15.8
المجموع		400	100

مناقشة نتائج الدراسة:

يستعرض هذا المبحث نتائج الدراسة الميدانية التي أجراها الباحث على عينة الدراسة والتي بلغت (400) مبحوثاً، وذلك من خلال استعراض أسئلة الدراسة وإجاباتها ومناقشتها والتعليق عليها. نتائج الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

1. إلى أي حد تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم 1: طبيعة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

طبيعة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
دائماً	280	70
غالباً	100	25
أحياناً	20	5
نادراً	0	0
المجموع	400	100

يتضح من الجدول (1) السابق أن الشباب الفلسطيني دائماً يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي (70%)، وأن ما نسبته (25%) غالباً يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي، وأحياناً يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة (5%).

2. ما عدد الساعات التي تقضيها يومياً في استخدامك لشبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول رقم 2: الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي بالساعة

الاستخدام اليومي لشبكات التواصل الاجتماعي بالساعة	ك	%*
أقل من ساعة	0	0
من ساعة إلى أقل من ساعتين	20	5
من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات	59	14.7
ثلاث ساعات فأكثر	321	80.3
المجموع	400	100

تبين من الجدول أعلاه أن ما نسبته (80.3%) من المتابعين لشبكات التواصل الاجتماعي يومياً عدد ساعات متابعتهم ثلاث ساعات فأكثر، بينما ما نسبته (14.7%) عدد ساعات متابعتهم من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات، بينما ما نسبته (5%) عدد ساعات متابعتهم من ساعة إلى أقل من ساعتين.

3. ما أبرز المواقع التي تعتمد عليها في التصفح عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (3): أبرز المواقع التي تعتمد عليها في التصفح عبر شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	%*	ك	مواقع شبكات التواصل الاجتماعي
1	70.5	282	الفيس بوك
3	33.8	135	تويتر
7	23.8	95	انستغرام
2	45.5	182	واتس أب
4	38.8	155	يوتيوب
5	20	80	تلجرام
6	27.5	110	تيك توك
8	10	40	لينكد إن
		1079	المجموع*

*الاجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 400

يتضح من نتائج الجدول أن أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد العينة في التصفح هي "فيسبوك" التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (70.5%)، في حين جاءت "واتس أب" في المرتبة الثانية بنسبة (45.5%)، بينما جاءت "لينكد إن" في المرتبة الأخيرة بنسبة (10%).

ويرى الباحث بأن موقع الفيس بوك، يتصدر أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني في قطاع غزة، نظراً لأنها الأكثر شعبية ومتابعة من قبل الجمهور.

4. ما أنسب الفترات لديك لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (4): أنسب الفترات لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي

%	ك	أنسب الفترات لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي
2.2	9	صباحاً
3.4	14	وقت الظهيرة
11.8	47	مساءً
15.8	63	ليلاً
66.8	267	لا يوجد وقت محدد
100	400	المجموع

تبين من الجدول أعلاه أن أنسب الفترات لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي في وقت غير محدد بنسبة (66.8%)، بينما ما نسبته (15.8%) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي ليلاً، وأن ما نسبته (11.8%) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي مساءً، يليه ما نسبته (3.4%) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي وقت الظهيرة، ثم ما نسبته (2.25%) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي صباحاً.

ويعزو الباحث بأن عدم وجود وقت محدد من قبل الشباب الفلسطيني كأنسب الفترات لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي، لأنهم تلك الفئة تتصفح شبكات التواصل على مدار الوقت.

6. أين تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بكثرة؟

جدول (5): مكان استخدام تصفح شبكات التواصل الاجتماعي

مكان استخدام تصفح شبكات التواصل الاجتماعي	ك	%
المنزى	220	55.0
المقهى	16	4.0
الجامعة	0	0
مكان العمل	34	8.5
حسب الظروف	130	32.5
المجموع	400	100

تبين من الجدول أعلاه الذي يبين مكان استخدام تصفح شبكات التواصل الاجتماعي أن أعلى نسبة كانت في المنزى بنسبة (66.8%)، بينما ما نسبته (32.5%) مكان تصفحهم لشبكات التواصل الاجتماعي حسب الظروف، وأن ما نسبته (8.5%) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي في مكان العمل، ثم ما نسبته (4%) يتصفحون شبكات التواصل الاجتماعي في المقهى.

6. ما نوع الأخبار التي تشد انتباهك عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (6): نوع الأخبار التي تشد انتباه الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل الاجتماعي

نوع الأخبار	ك	%*	الترتيب
سياسية	66	16.6	5
اقتصادية	95	23.8	4
ثقافية	120	30	3
رياضية	245	61.2	2
اجتماعية	275	68.8	1
فنية	42	10.6	6
المجموع*	1079		

*الاجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 400

يتضح من نتائج الجدول أن نوع الأخبار التي تشد انتباه الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي "اجتماعية" التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (68.8%)، في حين جاءت الأخبار "الرياضية" في المرتبة الثانية بنسبة (61.2%)، بينما جاءت الأخبار "الفنية" في المرتبة الأخيرة بنسبة (10.6%). ويرى الباحث بأن نوع الأخبار التي تشد انتباه الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل هي المواضيع الاجتماعية، نظراً لأنها تستخدم العواطف الإنسانية، وتسلب الضوء على المواضيع الأكثر قرباً ومعاناة من قبل الجمهور.

7. لماذا تفضل شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار؟

جدول (7): سبب تفضيل الشباب الفلسطيني شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار

الترتيب	الدرجة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	المجموع	معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة
5	كبيرة	0.75	1.227	3.77	400	25	40	86	99	150	ك
					100	6.2	10.0	21.5	24.8	37.5	%
2	كبيرة	0.77	1.113	3.87	400	19	26	85	129	141	ك
					100	4.7	6.4	21.3	32.3	35.3	%
4	كبيرة	0.76	1.119	3.78	400	17	32	107	112	132	ك
					100	4.2	8.0	26.8	28.0	33.0	%
1	كبيرة	0.78	1.099	3.88	400	14	32	88	120	146	ك
					100	3.5	8.0	22.0	30.0	36.5	%
6	كبيرة	0.70	1.274	3.51	400	34	61	82	112	111	ك
					100	8.2	15.3	20.5	28.0	27.8	%
3	كبيرة	0.76	1.108	3.81	400	16	34	93	125	132	ك
					100	4.0	8.4	23.3	31.3	33.0	%

يوضح الجدول سبب تفضيل الشباب الفلسطيني شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حيث جاءت الفقرة " تتيح الاطلاع على مستجدات الأخبار في كل وقت وفي كل مكان " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.88) ووزن نسبي (78%)، تلتها الفقرة " توفر أخبار شاملة وجديدة " حيث شغلت المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.87) ووزن نسبي (77%)، ثم "الاستفادة من آراء الآخرين" بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3.81) ووزن نسبي (76%)، ثم الحصول على "تنوع المحتوى" بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.78) ووزن نسبي (76%)، ثم "الإمام بكل المستجدات في وقت قصير" بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3.77) ووزن نسبي (75%)، وجاءت في المرتبة الأخيرة وهي السادسة فقرة "التواصل مع (%الآخرين" بمتوسط حسابي (3.51) ووزن نسبي (70).

ويعزو الباحث بأن النسبة الكبيرة في الاطلاع على مستجدات الأخبار في كل وقت وفي كل مكان، كأبرز أسباب تفضيل الشباب الفلسطيني شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، كونها الأكثر سرعة وانتشاراً ومتابعة من قبل الجمهور.

8. ما الذي يدفعك/ك إلى متابعة الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (8): دوافع الشباب الفلسطيني لمتابعة الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	%*	ك	دوافع الشباب الفلسطيني لمتابعة الأخبار
2	63.0	252	الاطلاع على المستجدات.
1	68.3	273	معرفة الأخبار المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
3	58.8	235	الترفيه والتسلية.

4	56.8	227	تكوين صداقات جديدة.
5	47.8	191	التنفيس عن الذات.
6	11.5	46	الهروب من مشكلات وضغوط الحياة.
			المجموع*

*الاجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 400

يوضح الجدول (8) أعلاه دوافع الشباب الفلسطيني لمتابعة الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاءت الفقرة " معرفة الأخبار المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي " في المرتبة الأولى بنسبة (68.3%)، تلتها الفقرة " الاطلاع على المستجدات " حيث شغلت المرتبة الثانية بنسبة (63%)، ثم " الترفيه والتسلية " بالمرتبة الثالثة بنسبة (58.8%) ثم "تكوين صداقات جديدة" بالمرتبة الرابعة بنسبة (56.8%)، ثم "التنفيس عن الذات" بالمرتبة الخامسة بنسبة (47.8%) وجاءت في المرتبة الأخيرة وهي السادسة فقرة "الهروب من مشكلات وضغوط الحياة" بنسبة (11.5%). وتختلف هذه النتائج مع دراسة رانيا ومنال (2022)، التي أظهرت بأن معرفة الأخبار المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة 83.13%.

9. أتقبل الأخبار الكاذبة التي تصلي / تصلك عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (9): مدى تقبل الأخبار الكاذبة التي تصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي

مدى تقبل الأخبار الكاذبة	ك	%
نعم	44	11
لا	356	89
المجموع	400	100

يتضح من الجدول (9) أعلاه أن أفراد العينة لا يتقبلون الأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة إجاباتهم (89%)، وأن ما نسبته (11%) يتقبلون الأخبار الزائفة. ويرى الباحث بأن الشباب الفلسطيني في قطاع غزة لا يتقبلون الأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي، نظراً لمعرفتهم عواقب تقبل الأخبار الكاذبة ومدى تأثيرها على المجتمع.

10. هل تعيد نشر الأخبار الكاذبة المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (11): دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي

الترتيب	*%	ك	دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة
4	39.3	157	تأخير إصدار البيانات من الجهات الرسمية تجاه الأحداث والقضايا المثارة.
6	1.5	6	انخفاض نسبة الوعي لدى الشباب.
2	56.8	227	تراجع دور الإعلام الرسمي في توضيح الحقائق.
3	49.8	199	توفير البيئة الخصبة لترويج الأخبار الكاذبة في أوقات الأزمات.
1	71.3	285	سرعة نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
5	21.3	85	ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل.
			المجموع*

*الاجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 400

يوضح الجدول (11) أعلاه دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث جاءت الفقرة "سرعة نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي" في المرتبة الأولى بنسبة (71.3%)، تلتها الفقرة "تراجع دور الإعلام الرسمي في توضيح الحقائق" حيث شغلت المرتبة الثانية بنسبة (56.8%)، ثم "توفير البيئة الخصبة لترويج الأخبار الكاذبة في أوقات الأزمات" بالمرتبة الثالثة بنسبة (49.8%) ثم "تأخير إصدار البيانات من الجهات الرسمية تجاه الأحداث والقضايا المثارة" بالمرتبة الرابعة بنسبة (39.3%)، ثم "ملء وقت الفراغ والتخلص من الملل" بالمرتبة الخامسة بنسبة (21.3%) وجاءت في المرتبة الأخيرة وهي السادسة فقرة "انخفاض نسبة الوعي لدى الشباب" بنسبة (1.5%).

ويعزو الباحث بأن سرعة نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، كأبرز دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة، نظراً لأن شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخدام ومتابعة وتفاعل من قبل الجمهور.

12. مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (12): مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل

الاجتماعي

مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة	ك	%
مرتفع التعرض	148	37.0
أعرض دائماً	72	18.0
متوسط التعرض	96	24.0
أعرض أحياناً	68	17.0
منخفض التعرض	10	2.5
نادراً	6	1.5
المجموع	400	100

تبين من الجدول أعلاه الذي يبين مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة أن أعلى نسبة كانت مرتفع التعرض بنسبة (37%)، بينما ما نسبته (24%) مدى تعرضهم للأخبار الكاذبة متوسط التعرض، وأن ما نسبته (18%) يتعرضون دائماً للأخبار الكاذبة، ثم ما نسبته (17%) أحياناً ما يتعرضون للأخبار الكاذبة، وأن ما نسبته (2.5%) مدى تعرضهم للأخبار الكاذبة منخفض التعرض، وأن ما نسبته (1.5%) نادراً يتعرضون للأخبار الكاذبة. ويرى الباحث بأن مدى تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة جاء مرتفع التعرض في المرتبة الأولى، نظراً لسهولة نشر الأخبار من قبل الجمهور عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

13. هل تؤثر الأخبار الكاذبة على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي؟

جدول (13): مدى تأثير الأخبار الكاذبة على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي

مدى تأثير الأخبار الكاذبة	ك	%
نعم	333	83.2
لا	67	16.8
المجموع	400	100

يتضح من الجدول (13) أعلاه أن أفراد العينة يتأثرون بالأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث بلغت نسبة إجاباتهم (83.2%)، وأن ما نسبته (16.8%) لا يتأثرون بالأخبار الكاذبة.

ويرى الباحث بأن الشباب الفلسطيني يرون بأن الأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي يتأثرون بها، كونها تستخدم الأسلوب المضلل الذي جذب القراء لها.

14. هل ساهمت الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني؟

جدول (14): مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير

على الوعي السياسي

مساهمة الأخبار الكاذبة في التأثير على الوعي السياسي	ك	%
نعم	350	87.5
لا	50	12.5
المجموع	400	100

يتضح من الجدول (14) السابق أن أغلب الشباب الفلسطيني يرون أن مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على الوعي السياسي بنسبة (87.5%)، وأن ما نسبته (12.5%) من مساهمة الأخبار الكاذبة لا تؤثر على الوعي السياسي.

ويعزو الباحث بأن أغلب الشباب الفلسطيني يرون بأن مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على الوعي السياسي بنسبة كبيرة، نظراً لأنها تساهم في تشكيل وعي سياسي مزيف من خلال نشر المعلومات المضللة.

15. ما تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني

جدول (15): كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني

الترتيب	%*	ك	كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني
1	61.4	215	تشكيل وعي سياسي مبني على الكذب والتزييف.
2	56.6	198	التأثير على مصداقية الأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي.
6	27.1	95	التأثير على نفسية المتلقي وإثارة السخط لدى الرأي العام وغضبه.
4	45.1	158	التشكيك في كل محتوى منشور على شبكات التواصل الاجتماعي.
5	37.7	132	زيادة عدد المتابعين عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لهذه الأخبار.
3	50.0	175	اكتساب شهرة لأصحاب الأخبار الكاذبة سواء الشخصية والعامية.
7	21.1	74	تشكيل نخبة سياسية مؤثرة على الوعي لدى الشباب الفلسطيني.
			المجموع*

*الاجابات من اختيار متعدد وقد تم احتساب النسبة من 350

يوضح الجدول (15) أعلاه كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، حيث جاءت الفقرة "تشكيل وعي سياسي مبني على الكذب والتزييف" في المرتبة الأولى بنسبة (61.4%)، تلتها الفقرة "التأثير على مصداقية الأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي" حيث شغلت المرتبة الثانية بنسبة (56.6%)، ثم "اكتساب شهرة لأصحاب

الأخبار الكاذبة سواء الشخصية والعامة " بالمرتبة الثالثة بنسبة (50%)، ثم " التشكيك في كل محتوى منشور على شبكات التواصل الاجتماعي" بالمرتبة الرابعة بنسبة (45.1%)، ثم " زيادة عدد المتابعين عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي لهذه الأخبار" بالمرتبة الخامسة بنسبة (37.7%)، ثم " التأثير على نفسية المتلقي وإثارة السخط لدى الرأي العام وغضبه " بالمرتبة السادسة بنسبة (27.1%)، وجاءت في المرتبة الأخيرة وهي السابعة فقرة " تشكيل نخبة سياسية مؤثرة على الوعي لدى الشباب الفلسطيني " بنسبة (21.1%).

ويرى الباحث بأن تشكيل وعي سياسي مبني على الكذب والتزييف، الأبرز في كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، كونها تستخدم المعلومات المضللة والمزيفة في مخاطبة الجمهور.

17. ما مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي

السياسي؟

جدول (16): مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على الوعي السياسي

ك	%	مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة على الوعي السياسي
167	41.8	كبير جداً
146	36.5	كبير
58	14.5	متوسط
9	2.2	ضعيف
20	5.0	ضعيف جداً
400	100	المجموع

تبين من الجدول أعلاه الذي يبين مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي أن أعلى نسبة كانت كبير جداً بنسبة (41.8%)، بينما ما نسبته (36.5%) مدى انعكاسهم للأخبار الكاذبة كان كبيراً، وأن ما نسبته (14.5%) جاء متوسطاً، ثم ما نسبته (2.2%) أتى ضعيفاً، وأن ما نسبته (5%) ضعيف جداً. ويعزو الباحث بأن مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي جاء بدرجة كبيرة جداً في المرتبة الأولى، نظراً لأنها تقوم على تزويد الجمهور بالمعلومات المضللة مما يؤدي إلى بناء وعي سياسي مزيف.

17. ما مقترحاتك لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي

السياسي لدى الشباب الفلسطيني؟

جدول (17): أهم المقترحات لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب

الفلسطيني

الترتيب	%	ك	أهم المقترحات لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي
3	14.0	56	عقد الندوات وورش العمل للحد من مخاطر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني.
2	21.5	86	الاعتماد على المصادر الموثوقة في استقصاء الأخبار.
4	11.0	44	تعزيز دور الإعلام الرسمي في توعية الشباب نحو مخاطر نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

1	53.5	214	عدم التسرع في نشر الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتأكد من مصداقيتها.
		400	المجموع

يوضح الجدول (17) أعلاه أهم المقترحات لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني، حيث جاءت الفقرة "عدم التسرع في نشر الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتأكد من مصداقيتها" في المرتبة الأولى بنسبة (53.5%)، تلتها الفقرة "الاعتماد على المصادر الموثوقة في استقصاء الأخبار" حيث شغلت المرتبة الثانية بنسبة (21.5%)، ثم "عقد الندوات وورش العمل للحد من مخاطر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني" بالمرتبة الثالثة بنسبة (14%)، وجاءت في المرتبة الأخيرة وهي الرابعة فقرة "تعزيز دور الإعلام الرسمي في توعية الشباب نحو مخاطر نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي" بنسبة (11%).

ويرى الباحث بأن عدم التسرع في نشر الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتأكد من مصداقيتها، جاءت كأهم المقترحات لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب، لأن التسرع دون مصداقية أو مصدر للرجوع إليه تساهم نشر الشائعات.

الخاتمة:

1. أظهرت الدراسة بأن الشباب الفلسطيني دائماً يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى بنسبة 70%.
2. بينت الدراسة بأن المتابعين لشبكات التواصل الاجتماعي يومياً، يزيد عن ثلاثة ساعات فأكثر يقضونها في المرتبة الأولى بنسبة 80.3%.
3. جاءت أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها الشباب الفلسطيني في التصفح هو موقع الفيس بوك في المرتبة الأولى بنسبة 70.5%، ويليه الواتساب في المرتبة الثانية بنسبة 70.5%، بينما في المرتبة الأخيرة جاء موقع لينكد إن بنسبة 10%.
4. أظهرت الدراسة بأن أنسب الفترات لتصفح شبكات التواصل الاجتماعي في وقت غير محدد حسب الظروف في المرتبة الأولى بنسبة 66.8%.
5. أوضحت الدراسة بأن مكان استخدام تصفح شبكات التواصل الاجتماعي هو المنزل في المرتبة الأولى بنسبة 66.8%، بينما جاء في المرتبة الأخيرة المقهى بنسبة 4%.
6. بينت الدراسة بأن نوع الأخبار التي تشد انتباه الشباب الفلسطيني عبر شبكات التواصل الاجتماعي هي الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 68.8%، وفي المرتبة الأخيرة جاءت الفنية بنسبة 10.6%.
7. حظي تفضيل الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار في إتاحة الاطلاع على مستجدات الأخبار في كل وقت وفي كل مكان في المرتبة الأولى بنسبة 78%.
8. تمثلت دوافع الشباب الفلسطيني لمتابعة الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، في معرفة الأخبار المنتشرة عبر تلك الشبكات في المرتبة الأولى بنسبة 68.3%.
9. إن الشباب الفلسطيني الذين لا يتقبلون الأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 89%، مقابل 11% يتقبلون الأخبار الزائفة.

10. إن أغلب الشباب الفلسطيني الذي لا يقومون بإعادة نشر الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 91%، مقابل 9% يقومون بإعادة نشر الأخبار الكاذبة.
11. بينت بأن دوافع تعرض الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، في سرعة نشر الأخبار الكاذبة عبر تلك الشبكات في المرتبة الأولى بنسبة 71.3%.
12. أظهرت بأن الشباب الفلسطيني الذين يتأثرون بالأخبار الكاذبة التي تصلهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 83.2%، مقابل 16.8% لا يتأثرون بالأخبار الكاذبة.
13. إن أغلب الشباب الفلسطيني يرون بأن مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر شبكات التواصل الاجتماعي تؤثر على الوعي السياسي بنسبة 87%، مقابل 12.5% لا يرون ذلك.
14. جاء تشكيل الوعي السياسي المبني على الكذب والتزييف في كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني في المرتبة الأولى بنسبة 61.4%.
15. بينت الدراسة بأن مدى انعكاس الشباب الفلسطيني للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي جاءت بدرجة كبيرة جداً في المرتبة الأولى بنسبة 41.8%.
16. جاء عدم التسرع في نشر الأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي والتأكد من مصداقيتها، كأهم المقترحات لتجنب تأثير الأخبار الكاذبة على الوعي السياسي لدى الشباب الفلسطيني في المرتبة الأولى بنسبة 53.5%.

قائمة المراجع:

- أبو ظاهر، كامل. (2017). *العينات الاحصائية*. محاضرات علمية. الجامعة الإسلامية، غزة.
- حجاب، محمد. (2010). *نظريات الاتصال*. ط1. القاهرة: دار فجر للنشر والتوزيع، ص321.
- الحديدي، فضل. (2009). *نظريات الاعلام: اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام*. ط1. مصر: مكتبة نانسي دمياط، ص176.
- رانيا، ذيب، منال، طلبة. (2022). *الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الوعي السياسي لدى الشباب الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة أم البواقي*. (رسالة ماجستير منشورة). جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر.
- السويدي، سعاد، العموش، أحمد. (2022). *استخدام الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الأمن المجتمعي من وجهة نظر الشباب الجامعي في مجتمع الإمارات*. ورقة علمية منشورة. مجلة الآداب، (141)، ص488.
- صلوي، عبد الحافظ. *نظريات التأثيرات الإعلامية*. محاضرات في مناهج البحث الإعلامي. تاريخ الاطلاع (2023/2/18)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3zuh8Dw>.
- الطويسي، زياد. (2001). *مجتمع الدراسة والعيّنات*. مديرية تربية لواء البتراء. العراق، ص3.

- عبد الحميد، محمد. (2004). *نظريات الاعلام واتجاهات التأثير*. ط2. القاهرة: عالم الكتب للتوزيع والنشر.
- المشهداني، شهد. (2017). *مناهج البحث الإعلامي*. ط1. العين: دار الكتاب الجامعي.
- مكاوي، ممدوح، جوده، هيثم، أحمد، إسلام. (2021). *آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية*. ورقة علمية منشورة. مجلة البحوث الإعلامية، (56)، ص (528-584).
- موصلي، أماني. (2020). *دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين الفيس بوك أنموذجا: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال*. (رسالة ماجستير منشورة). جامعة جيجل، الجزائر، ص16.
- موقع الأمم المتحدة. *ما هم الشباب*، تاريخ الاطلاع (2023/2/20)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3EiOOZi>
- موقع إي عربي. (2021، 1 يوليو). *مفهوم التأثير في علم النفس الاجتماعي*. تاريخ الاطلاع (2023/2/21)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3YIBC8c>
- موقع دويتشه فيله. (2022، 1 أيلول). *الأخبار الكاذبة*. تاريخ الاطلاع (2023/2/19)، رابط الموقع: <https://bit.ly/3Z2S6rF>
- موقع موضوع. (2018، 18 أكتوبر). *مفهوم الشبكات الاجتماعية*. تاريخ الاطلاع (2023/2/23)، رابط الموقع: <https://bit.ly/2K5718R>