

اتجاهات بحوث وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية دولياً

ومحلياً: المسارات والاهتمامات

The Trends of the Social Media and Digital Platforms Research Locally and Internationally ... The Directions and the Interests

سحر فاروق*

Drssadek@yahoo.com

الملخص:

شهد الإعلام الرقمي تطوراً ملحوظاً في السنوات القليلة الماضية في مجال اتساع نطاق تداول الأخبار والمعلومات، حيث أصبح مجالاً لتبادل الأخبار والمعلومات بين مستخدمي الإنترنت، دون أن يكون هناك إمكانية في أحيان كثيرة من التحقق من دقة وصحة تلك الأعلام، لمعلومات، فوفقاً لتقرير رويترز لعام 2019 فإن عدد سكان العالم البالغ 7.676 مليار نسمة منهم 4.388 مليار مستخدم للإنترنت، و3.484 مليار مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي، أي ما يقرب من نصف سكان العالم يعتمدون على الإنترنت لمعرفة الأخبار والمعلومات، وأن أكثر من 59% من سكان العالم، يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وتصدر الفيسبوك هذه القائمة في استخدامات الجمهور يليه اليوتيوب ثم تطبيق الواتس آب، وذلك طبقاً للعديد من استطلاعات الرأي الدولية خلال عام 2023. وتهدف هذه الورقة البحثية إلى رصد اتجاهات بحوث وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية دولياً ومحلياً وتحديد مسارات اهتمامها على مستوى المدارس البحثية المختلفة والمقارنة بينها، وذلك من خلال تحليل

* أستاذ ورئيس قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة حلوان.

مجالات اهتمام العشرات من البحوث المرجعية ودراسات التحليل من المستوي الثاني خلال السنوات الخمس الأخيرة على المستويين المحلي والدولي - حيث تبين من مراجعة ما توافر من تلك البحوث التي تتناول وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية وجود ست مسارات أساسية قامت عليها موضوعات تلك الدراسات.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الرقمي؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ الاتجاهات.

Abstract

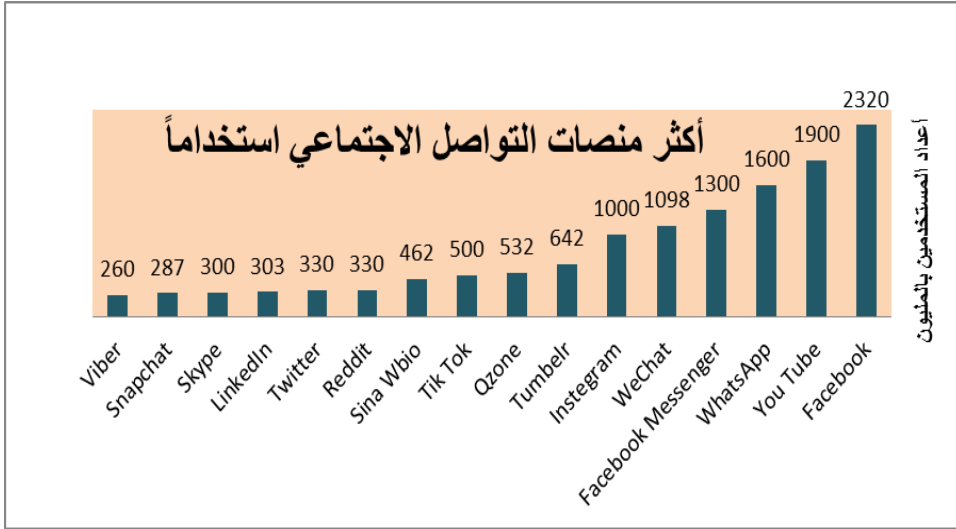
Digital media has witnessed remarkable development in the past few years in the field of expanding the scope of circulation of news and information, as it has become a field for exchanging news and information between Internet users, without there being often the possibility of verifying the accuracy and authenticity of that news and information. According to a Reuters report for the year 2019, The world population is 7.676 billion people, including 4.388 billion Internet users and 3.484 billion social media users.

This research paper aims to monitor “the trends in social media and digital platforms research internationally and locally, and to identify their paths of interest at the level of different research schools and compare them, by analyzing the areas of interest of dozens of reference research and second-level analysis studies during the last five years at the local and international levels.” A review of the available research dealing with social media and digital platforms revealed that there are six basic paths on which the topics of these studies were based.

Keywords: Digital Media, Social Media, Trends.

مقدمة:

شهد الإعلام الرقمي تطوراً ملحوظاً في السنوات القليلة الماضية في مجال اتساع نطاق تداول الأخبار والمعلومات، حيث أصبح مجالاً لتبادل الأخبار والمعلومات بين مستخدمي الإنترنت، دون أن يكون هناك إمكانية في أحيان كثيرة من التحقق من دقة وصحة تلك الأخبار والمعلومات، فوفقاً لتقرير رويترز لعام 2019 فإن عدد سكان العالم البالغ 7.676 مليار نسمة منهم 4.388 مليار مستخدم للإنترنت، و3.484 مليار مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي، أي ما يقرب من نصف سكان العالم يعتمدون على الإنترنت لمعرفة الأخبار والمعلومات (Newman, N., Fletcher, A., & Nielsen, R., 2019) وأن أكثر من 59% من سكان العالم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وتصدر الفيسبوك هذه القائمة في استخدامات الجمهور يليه اليوتيوب ثم تطبيق الواتس آب، وذلك طبقاً للعديد من استطلاعات الرأي الدولية خلال عام 2023.



شكل رقم (1) يوضح أكثر منصات التواصل استخداماً

ومع هذا التزايد الملحوظ في معدلات الاستخدام من أكتوبر 2022 حيث أصبح هناك 4.76 مليار مستخدم نشط لوسائل التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، كما اكتسبت وسائل التواصل الاجتماعي 190 مليون مستخدم جديد خلال العام نفسه وتبين الإحصائيات أن الشخص العادي يقضي يومياً ساعتين و 27 دقيقة على وسائل التواصل الاجتماعي. لذلك أصبحت المنصات الإلكترونية أداة خصبة لإحداث العديد من أشكال التأثير الإيجابي والسلبي، فعلى مستوى التأثيرات الإيجابية تبرز وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة فعالة لتقديم المحتوى ونشر الوعي بين عامة الناس ووسيلة مهمة للتغيير والتنمية حيث توفر لهم الاتصال والمشاركة الفعلية، وبفضل ذلك استطاعت تلك الشبكات أن تتصدر قائمة وسائل الإعلام وتهيمن على تشكيل وتوجيه الرأي العام تجاه مختلف القضايا والموضوعات المجتمعية انطلاقاً من دور وسائل الإعلام في تعزيز الوعي العام وزيادته ولذا بدأت تبرز في المجال الافتراضي التواصلية

وظيفة التوعية كاتجاه عالمي بهدف حماية المجتمع البشري، وباتت منصات الإعلام الرقمي من أبرز آليات تشكيل الصورة الذهنية للمتلقي لأن استجابته للعالم الخارجي تكتسب من خلال الخبرات التي تعكسها له مضامين وسائل الإعلام. وعلى مستوى التأثيرات السلبية يبرز نشر الشائعات والأخبار المزيفة والكاذبة بهدف التضليل أو إحداث البلبلة داخل المجتمعات حيث أصبحت المنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي أداة لمؤسسات متخصصة ووسائل إعلام احترفت استثمار التقنية والتلاعب بالمعلومات وتقديمها بهدف إضعاف الجبهة الداخلية في أي دولة تستهدفها، وهنا تركز الأسباب الرئيسية لانتشار الشائعات في ضعف الوعي الفكري للجمهور وغياب الشفافية والوضوح في تناول المعلومات ونقصها مع غياب السياسات الواضحة لمواجهة تلك الشائعات مما يزيد من فعالية التأثيرات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي.

وتهدف هذه الورقة البحثية إلى رصد "اتجاهات بحوث وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية دولياً ومحلياً وتحديد مسارات اهتمامها على مستوى المدارس البحثية المختلفة والمقارنة بينها، وذلك من خلال تحليل مجالات اهتمام العشرات من البحوث المرجعية ودراسات التحليل من المستوى الثاني خلال السنوات الخمس الأخيرة على المستويين المحلي والدولي - حيث تبين من مراجعة ما توافر من تلك البحوث التي تتناول وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية وجود ست مسارات أساسية قامت عليها موضوعات تلك الدراسات وهي على النحو التالي:

- بحوث اهتمت بأنماط ودوافع استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية والإشاعات المتحققة منها.

- بحوث اهتمت باستخدام جمهور النخبة الصحفية (القائم بالاتصال) لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالممارسة المهنية.
- بحوث اهتمت بمجالات استخدام وسائل الإعلام الرقمية المختلفة (النفسية والوجدانية والاجتماعية والسياسية والمعرفية والثقافية والسلوكية والقيمية والتنمية).
- بحوث اهتمت بالمضمون الذي تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية (وعلاقته بكل من: الشائعات والقضايا السياسية).
- بحوث اهتمت بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية.
- بحوث اهتمت باستراتيجيات تسويق المحتوى الرقمي والعلامات التجارية. وسيتم فيما يلي استعراض كل محور من المحاور السابقة تفصيلا من خلال الكشف على مجالات اهتمامه الفرعية، مع المقارنة بين اهتمامات كل من البحوث المصرية والعربية من جانب والبحوث الأوروبية والأمريكية والآسيوية من جانب آخر.

المسار الأول:

بحوث اهتمت بأنماط ودوافع استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية والإشباع المتحققة منها. ركزت هذه البحوث على أنماط ودوافع استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية وعناصرها التفاعلية المختلفة مثل: (التعبيرات غير اللفظية على المنصات الفورية، الرسائل القصيرة وغيرها).

حيث ظهرت ثلاثة اتجاهات فرعية واضحة داخل بحوث هذا المسار:

1- أنماط ودوافع الاستخدام والإشباع المتحققة منها.

2- الاستخدامات الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات.

3- الاستخدامات السلبية لوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية.

- اهتم الأول بأنماط ودوافع استخدام وسائل الإعلام الرقمي وأدواته محليا ودوليا والإشباع المتحققة منها وضم الموضوعات التي ترصد استخدامات الوسائط السمعية البصرية وكذلك فن الإنفوجرافيك على المواقع الإلكترونية، حيث تميزت البحوث العربية بالتركيز على استخدامات خدمات البث التلفزيوني المباشر والمجتمع الافتراضي وتطبيقات الهواتف الذكية وإذاعات الإنترنت والمجتمع الافتراضي ومن أمثلتها دراسة (جمعة ، 2021)⁽¹⁾، وتميزت البحوث الأجنبية بالتركيز على دراسة التعبيرات غير اللفظية على المنصات (الإيموجي)، الرسائل القصيرة، المراسلة الفورية، التلفزيون الجماعي ومقاهي الإنترنت، والدوافع وعلاقتها بالرضا العام ونشر المعاني والأيديولوجيات المدركة لوسائل التواصل واستخدام منصة (لينكد إن) ونشر الأخبار عن الإنتاج الذاتي ومن أمثلتها دراسة (Christiano,2021)⁽²⁾

- **اهتم الثاني** بالاستخدامات الإيجابية لوسائل الإعلام الرقمي محليا ودوليا وضم موضوعات تتناول استخدام وسائل الإعلام الرقمي في مجالات التعليم والتعلم وتنمية المهارات والمعلومات والمعارف وتنمية الوعي والتعبير عن الرأي مع تفوق ملموس للبحوث الدولية في هذا الجانب من حيث العدد، حيث تميزت البحوث العربية برصد استخدام مواقع التواصل في تعليم اللغات وتنمية مهارات الاتصال وتعزيز الوعي الأمني والأمن الفكري مثال دراسة (عبد اللطيف 2021)⁽³⁾، وتميزت البحوث الأجنبية برصد استخدام الإعلام الرقمي في التعليم عبر الفصول الدراسية والدورات التدريبية ومقاطع الفيديو التعليمية على اليوتيوب واستخدام مواقع التواصل في تعليم اللغات و في التواصل بين المراهقين وتنمية مهارة التفكير النقدي والتوعية من استخدام الألعاب العنيفة ومن أمثلة تلك الدراسات دراسة (KU,2019)⁽⁴⁾.
- **اهتم الثالث** بالاستخدامات السلبية لوسائل الإعلام الرقمي محليا ودوليا مع تفوق ملموس للبحوث الأجنبية في هذا الجانب مقارنة بالبحوث العربية من حيث العدد، حيث تميزت البحوث العربية برصد مخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت مثال دراسة (صبري، 2019)⁽⁵⁾، وتميزت البحوث الأجنبية برصد مخاطر الاستخدام السلبي لشبكة الإنترنت عموما وألعاب الفيديو والتقنيات الرقمية المختلفة والمدونات الصغيرة ومواقع التواصل الاجتماعي ومن أمثلتها دراسة (Tobias , 2022)⁽⁶⁾.

- المسار الثاني:

بحوث اهتمت باستخدام القائم بالاتصال (الصحفيين والإعلاميين) لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالممارسة المهنية، حيث تشير نتائج إحدى الدراسات المصرية الحديثة - تحت النشر - إلى أن 55.7% من الصحفيين كتاب المقالات يقضون في تصفح مواقع التواصل أكثر من 3 ساعات يوميا وأن 40% منهم يعتبر متابعة التردد عاملاً محفزاً بشدة للكتابة عنه وهو ما يكشف عن أهمية دراسات هذا المسار المهتم بجمهور الصفوة من الإعلاميين واستخداماتهم لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة في مجال الممارسة المهنية. حيث ظهرت ثلاثة اتجاهات فرعية واضحة داخل بحوث هذا المسار:

1- بحوث تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الإعلامي من وجهة نظر القائمين بالاتصال

2- بحوث الأدوار الوظيفية والمهنية للصحفيين في ظل البيئة الاتصالية الرقمية

3- بحوث استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي

اهتم الأول بأنماط تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الإعلامي من وجهة نظر القائمين بالاتصال من الصحفيين وصناع المحتوى حيث التقت بحوث تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي محليا ودوليا حول الموضوعات التي ترصد تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي وجودته من وجهة نظر القائمين

بالإتصال من الصحفيين وصناع المحتوى، وتميزت البحوث العربية بالتركيز على طرق توظيف تكنولوجيا الإعلام الرقمي بشكل إيجابي في الممارسة الصحفية وكيفية تأثير التطبيقات المختلفة على المنتج الإعلامي شكلا ومضمونا باعتبارها مصدرا للأخبار، ومن أمثلتها دراسة (سمباوه، 2022)⁽⁷⁾، بينما تميزت البحوث الأجنبية بالتركيز على تأثير الوسائل التقنية على جودة الكتابة الصحفية، ومن أمثلتها دراسة (M., Liang, (2016)⁽⁸⁾

اهتم الثاني بالأدوار الوظيفية والمهنية للصحفيين في ظل البيئة الاتصالية الرقمية حيث التقت موضوعات بحوث هذا المسار محليا ودوليا حول تأثيرات البيئة الاتصالية الرقمية في العمل الإعلامي، حيث اهتمت البحوث العربية برصد أهم التغيرات التي أحدثتها البيئة الاتصالية الرقمية في طبيعة عمل الإعلامي، ومن أمثلتها دراسة (عبد الباقي، عيسي والصبيحي، محمد، 2020)⁽⁹⁾، في حين ركزت البحوث الأجنبية على تبني الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في دورهم المهني، ومن أمثلتها دراسة (Zhang, Li (2016)⁽¹⁰⁾

اهتم الثالث باستخدامات الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث التقت بحوث هذا المسار محليا ودوليا حول الموضوعات التي ترصد طبيعة استخدامات القائمين بالاتصال لمواقع التواصل الاجتماعي، و تميزت البحوث العربية بالتركيز على أسباب استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على أدائهم المهني، ودوافع تعرض الصحفيين لتلك المواقع، وحجم الدور الذي تؤديه مواقع التواصل الاجتماعي من خلال توجيه القائم بالاتصال لقضايا وأحداث معينة، وأهم الانعكاسات الناجمة عن استخدامات كتاب المقالات لمواقع التواصل الاجتماعي على كتابة مقالاتهم الصحفية، ومن أمثلتها دراسة (أمجد

السافوري (2018)⁽¹¹⁾، بينما تميزت البحوث الأجنبية بالتركيز على استخدام الصحفيين لوسائل التواصل الاجتماعي لفهم الرأي العام وتمثيله في الأخبار وتأثير استخدامهم لوسائل التواصل على تشكيل الرأي العام، ومن أمثلتها دراسة (McGregor , 2019)⁽¹²⁾

المسار الثالث:

بحوث اهتمت بمجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية (السياسية، والنفسية والوجدانية، والسلوكية والقيمية، والمعرفية والثقافية، والتنمية، والاجتماعية والتفاعلية).

وظهرت دراسات في الاتجاهات الفرعية المذكورة داخل بحوث هذا المسار

على النحو التالي:

1- بحوث مجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية وتأثيراتها في الموضوعات السياسية

2- بحوث مجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية وتأثيراتها في الموضوعات النفسية

3- بحوث مجالات استخدام وسائل التواصل والمنصات الرقمية وتأثيراتها في الموضوعات السلوكية والقيمية

4- بحوث مجالات استخدام وسائل التواصل والمنصات الرقمية وتأثيراتها في الموضوعات المعرفية والثقافية

5- بحوث مجالات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي
والمنصات الرقمية وتأثيراتها في الموضوعات التنموية

6- بحوث مجالات استخدام وسائل التواصل والمنصات
الرقمية في الموضوعات الاجتماعية والتفاعلية

اهتم الأول باستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الموضوعات السياسية محليا ودوليا وركزت البحوث على موضوعات تربط بين الإعلام الرقمي بأشكاله والمشاركة السياسية مثل دراسة كل من (اللهيبي، 2019) (13) و(Ndlela,2020)⁽¹⁴⁾، بينما تميزت البحوث المصرية والعربية بالربط بين الإعلام الرقمي وكل من التنوير والوعي السياسي لدى الشباب وتنمية الحوار السياسي وحرية التعبير وتشكيل الاتجاهات السياسية مثل (دراسة خليفة 2019)⁽¹⁵⁾، وتميزت البحوث الأجنبية بالربط بين الإعلام الرقمي وكل من بناء القدرات والفعالية والتعبئة السياسية والديموقراطية التشاركية، وإحداث التغيير السياسي ومن أمثلتها دراسة (Ida,R.,2020)⁽¹⁶⁾.

اهتم الثاني باستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الموضوعات النفسية محليا ودوليا وضمت بحوثه موضوعات تربط بين الإعلام الرقمي وكل من النوموفوبيا (اضطراب الخوف من فقدان الهاتف المحمول) والعلاقات العاطفية الافتراضية، والتتمر الإلكتروني وإدمان الشبكات الاجتماعية، بينما تميزت البحوث المصرية والعربية بالربط بين الإعلام الرقمي وكل من الزواج العرفي الإلكتروني والانحراف السلوكي مثل دراسة (صادق، 2020)⁽¹⁷⁾ وتميزت البحوث الأجنبية بالربط بين الإعلام الرقمي والشباب في إطار الصحة النفسية والعقلية والمراقبة الرقمية والرفاهية النفسية والخدمات للعابرين جنسيا

وإدمان الإنترنت والضيق العاطفي وصورة الجسد وإضرابات الأكل وإدمان الهواتف الذكية مثل دراسة (Marengo,2022).⁽¹⁸⁾

اهتم الثالث باستخدامات وسائل التواصل الإجتماعي في مجال الموضوعات السلوكية والقيمية محليا ودوليا وضمت بحوثه موضوعات تربط بين الإعلام الرقمي وكل من التتمر الإلكتروني، والسلوك الانحرافي والتربية الإعلامية، بينما تميزت البحوث المصرية والعربية بالربط بين الإعلام الرقمي وكل من الزواج العرفي عبر وسائل التواصل، ومبادئ التربية والرقمية وسلوك استخدام الإنترنت، وقيم المواطنة والانتماء لدى الشباب مثل دراسة (رمضان، 2022)⁽¹⁹⁾. وتميزت البحوث الأجنبية بالربط بين الإعلام الرقمي والسلوك الشرائي والتأهب وتعدد المهام الإلكترونية والسلوك العدواني والسلوك الصديق للبيئة والصحة الإيجابية ونشر البيانات الشخصية وإيذاء الذات والتسويق غير الصحي مثل دراسة (Yang, 2020).⁽²⁰⁾

اهتم الرابع باستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الموضوعات المعرفية والثقافية محليا ودوليا وضم موضوعات تربط بين الإعلام الرقمي وكل من اختلاف الثقافات والقيم المجتمعية والتعليم والتعلم، وتميزت البحوث المصرية والعربية بالربط بين الإعلام الرقمي وكل من الأبعاد الثقافية وأنماط التحصيل الثقافي والهوية الثقافية وتشكيل المعارف والإمداد بالمعلومات من أمثلة دراسة (عربي 2019)⁽²¹⁾، بينما تميزت البحوث الأجنبية بالربط بين الإعلام الرقمي وإطار الفروق الثقافية وإنتاج الفيديوهات ومحو الأمية الرقمية وتدفق المعرفة وملاحق التفاعلات الورقية والرقمية والتعلم غير الرسمي عبر راديو الإنترنت مثل دراسة (HABES, 2022).⁽²²⁾

اهتم الخامس باستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الموضوعات التنموية محليا ودوليا وضم موضوعات متشابهة تربط بين الإعلام الرقمي وكل من التنمية الذاتية والمجتمعية، بينما تميزت البحوث المصرية والعربية بالربط بين الإعلام الرقمي وكل من تنمية القدرات الإبداعية وتنمية المجتمع والوعي والتخطيط وفهم قضايا التنمية مثل دراسة (محمود 2018) (23)، وتميزت البحوث الأجنبية بالربط بين الإعلام الرقمي وجوانب التنمية الذاتية ومنها التعلم الذاتي ومحو الأمية في المساحات الرقمية وألعاب تنمية العقل والأخلاق مثل دراسة (JIMENEZ,A., 2020). (24)

اهتم السادس باستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في مجال الموضوعات الاجتماعية والتفاعلية محليا ودوليا وغطت بحوثها موضوعات تربط بين وسائل الإعلام الرقمي وكل من جوانب الحماية الأسرية والمشاركة الاجتماعية والعزلة، بينما تميزت البحوث العربية بالربط بين الإعلام الرقمي وكل من الوعي الاجتماعي والقضايا المجتمعية والتفاعل الأسري وأنماط التفاعلية وأشكالها لدى كل من: مستخدمي الشبكات ومستخدمي الهواتف الذكية، ومن أمثلتها دراسة (عياشي، 2019) (25)، بينما تميزت البحوث الأجنبية بالربط بين الإعلام الرقمي وصحافة المواطن والصحافة التشاركية والأعمال الخيرية ومن أمثلة تلك الدراسات دراسة (Marc A,2020) (26).

المسار الرابع:

- بحوث اهتمت بمضمون وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية (وخاصة ما يتصل منها بالشائعات والقضايا السياسية)، حيث ظهرت خمسة اتجاهات فرعية داخل بحوث هذا المسار على النحو الآتي:

1- بحوث نماذج نشر الشائعات وآليات التعامل معها عبر المنصات الإلكترونية.

2- بحوث تأثيرات نشر الشائعات عبر المنصات الإلكترونية.

3- بحوث تعامل المنصات الإلكترونية مع الشائعات.

4- بحوث استراتيجيات وسيناريوهات مواجهة نشر الشائعات عبر المنصات الإلكترونية.

5- بحوث تعامل الجمهور مع المنصات الإلكترونية أثناء نشر الشائعات.

اهتم الأول بالربط بين نماذج نشر الشائعات وآليات التعامل معها عبر المنصات الإلكترونية واقتصرت بحوثه على الدراسات الدولية الأجنبية والتي رصدت موضوعاتها نماذج مختلفة ومتعددة لدراسة السمات الدقيقة الخاصة بشبكة الإنترنت في التعامل مع الشائعات، وتقديم وصف لعملية نشر الشائعات

على نطاق واسع حيث اهتمت برصد السمات البارزة لانتشار الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت و تقديم نماذج دقيقة لاستراتيجيات السيطرة على انتشار الشائعات عبر الشبكات الاجتماعية، واستكشاف مصادر الشائعات بالتطبيق التجريبي على بعض المواقع و اختبار نماذج المعلومات القائمة على الخداع لما يتم تداوله من أخبار زائفة وشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومن أمثلة تلك الدراسات دراسة (Hosni. A, I., Li,) (Kan, Ahmad S., 2020) (27) و (Kopp , 2018) (28)

اهتم الثاني ببحوث تأثيرات نشر الشائعات عبر المنصات الإلكترونية محليا ودوليا التي انفتحت حول موضوعات قياس تأثيرات نشر الشائعات ورصد العوامل التي تؤثر على انتشار معلومات زائفة على الشبكات الاجتماعية، حيث اهتمت البحوث العربية برصد آثار الجرائم المعلوماتية وآليات مواجهتها، والمسئولية المترتبة على نشر الشائعات عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي وسبل التصدي لها وتأثيرها على الرأي العام والاستقرار الأمني والسياسي للدولة ودورها في أحداث العنف والصراع السياسي، ومن أمثلتها دراسة (حربي، 2019) (29)، بينما ركزت البحوث الأجنبية على انتشار الشائعات في الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت، ووضع استراتيجية لرفع مستوى الوعي لدى الأفراد ومنع اعتماد الشائعات للحد من تأثيرها، ومن أمثلتها دراسة (Liu, T., Zhang,) (H., & Zhang, H., 2020) (30).

اهتم الثالث ببحوث تعامل المنصات الإلكترونية مع الشائعات والتي التقت محليا ودوليا حول الموضوعات التي ترصد طبيعة الأخبار الزائفة Fake News بين الإعلام التقليدي والرقمي ودور شبكات التواصل في نشر الشائعات وترويجها في المجتمعات، وتميزت البحوث العربية بالتركيز على السياق التي

تعمل فيه الأخبار الزائفة، مثل النظام الاجتماعي والثقافي والتاريخي، وكذلك النظام السياسي، وكيفية تعامل المواقع الإلكترونية الحكومية مع ما يشهده المجتمع المصري من شائعات وأخبار زائفة، ومن أمثلتها دراسة (درويش، ريهام محمود، 2020)⁽³¹⁾، و(مكاوي، 2020)⁽³²⁾، بينما تميزت البحوث الأجنبية بالتركيز على كيفية تعامل المنصات الإلكترونية بصفة عامة ومواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة مع الشائعات المنشورة عبر وسائلها المختلفة، على مستويات تأطير الشائعات وتحليل المنتشر منها على تويتر، ورصد كيفية التعامل مع الشائعات في ضوء نموذج تتبع الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أمثلتها دراسة (Patil, R. A., Gawande, K., & Alkhodair, S. A., Ding, S. H., Dhage, S. N., 2020)⁽³³⁾ ودراسة (Fung, B. C., & Liu, J. (2020)⁽³⁴⁾.

اهتم الرابع ببحوث استراتيجيات وسيناريوهات مواجهة نشر الشائعات عبر المنصات الإلكترونية محليا ودوليا، حيث اهتمت البحوث العربية برصد أهم أدوار الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها، ومن أمثلتها دراسة (عثمان، 2019)⁽³⁵⁾، كما ركزت البحوث الأجنبية على كشف الشائعات على وسائل التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها، ومن أمثلتها دراسة (Elizabeth, 2021)⁽³⁶⁾

اهتم الخامس ببحوث تعامل الجمهور مع المنصات الإلكترونية أثناء نشر الشائعات وانتقلت اهتمامات البحوث محليا ودوليا حول رصد آليات تعامل الجمهور مع المنصات الرقمية أثناء نشر الشائعات، حيث اهتمت البحوث العربية برصد تعامل الشباب مع شائعات مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الحروب والعمليات الرهابية والثورات وغيرها، ومن أمثلتها دراسة (شتيه، 2017)

كمية المعلومات لدى الرأي العام وتحليل كيفية توجيه الناس إلى الشائعات ونشرها في وسائل التواصل الاجتماعي.

المسار الخامس:

- بحوث اهتمت بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، حيث ظهر اتجاهان فرعيان داخل بحوث هذا المسار على النحو التالي:

1- بحوث التأثيرات المعرفية لشبكة الإنترنت والمعلومات والمعارف المستمدة من المنصات الإلكترونية وتأثيراتها على القيم والمدرجات.

2- بحوث التأثيرات الوجدانية لشبكة الإنترنت على المستهدين، النفس، والسلوك..

اهتم الأول بالتأثيرات المعرفية لشبكة الإنترنت والمعلومات والمعارف المستمدة من المنصات الإلكترونية وتأثيراتها على القيم والمدرجات بحوثه محليا ودوليا حول دور وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية الإيجابية في مجال التعليم ورفع مستوى التحصيل وتميز الأداء ونشر أساليب التعليم التعاوني والتفاعلي وتدريب المواهب والتأثير السلبي للعولمة الرقمية والتبعية الثقافية والفكرية وإشكالية الممارسات الأخلاقية، حيث اهتمت البحوث العربية برصد التأثيرات الإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي على المستوى المعرفي في الحصول على المعلومات حول الموضوعات المجتمعية المحيطة بهم، وعلى

مستوى التأثيرات السلبية جاءت المعارف التي تؤدي إلى تهديد الأمن الفكري، مثال دراسة (أبو سنة، 2021)⁽³⁹⁾، واهتمت البحوث الأجنبية بالتركيز على رصد دور وسائل التواصل الاجتماعي الإيجابي في تبادل المعلومات السريع عبر المنصات وتشكيل أفكارهم تجاه القضايا المجتمعية وكذلك اختياراتهم المختلفة والتأثير الإيجابي للمنصات التعليمية الرقمية كحافز للتعلم مثل دراسة (Bulic, 2020).⁽⁴⁰⁾

اهتم الثاني بالتأثيرات الوجدانية لشبكة الإنترنت على المستويين النفسي والسلوكي، حيث التقت بحوث هذا المحور محليا ودوليا حول دور وسائل التواصل الاجتماعي الإيجابي في تعزيز المشاركة المجتمعية الفعالة والتعبئة الاجتماعية المدنية وطبيعة العلاقات الاجتماعية التي تنشأ على شبكات التواصل الاجتماعي، كما التقت حول دورها السلبي في اضطراب الحياة الأسرية وزيادة المخاطر والاضطرابات الاجتماعية والوجدانية، بينما اهتمت البحوث العربية برصد التأثيرات الاجتماعية والمجتمعية لوسائل التواصل الاجتماعي على المستوى الإيجابي في: الانفتاح على العالم وتعزيز الصداقات والهوية الثقافية ودعم الحوار وتقبل الآخر ودعم التحولات المستقبلية نحو التطور التقني، وتعزيز مفهوم المساواة الاجتماعية، وعلى المستوى السلبي: حيث تؤدي إلى انحراف الشباب وضياع وقت المستخدمين واختراق الخصوصية وانتشار بعض الأمراض الاجتماعية، مثال دراسة (أبو الحسن، 2021)⁽⁴¹⁾، بينما اهتمت البحوث الأجنبية بالتركيز على رصد دور وسائل التواصل الاجتماعي الإيجابي في تعزيز مستويات التواصل بين الناس في جميع أنحاء العالم، وزيادة الذكاء الاجتماعي والمشاركة الفعالة مع المجتمع وتنمية الوعي الاجتماعي، وكذلك إبراز تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي السلبية وأبرزها إيجاد هويات مزيفة وصلات

اجتماعية سطحية وشعور المستخدمين بالاكنتاب والإحباط وزيادة تعرضهم لمخاطر إيذاء الذات والسلوكيات الإنتحارية، ومن أمثلتها دراسة (NEE,2021).⁽⁴²⁾

المسار السادس:

بحوث اهتمت باستراتيجيات تسويق المحتوى الرقمي والعلامات التجارية، حيث تبين اهتمام كل من الدراسات العربية والأجنبية بهذا المحور في إطار استراتيجيات استثمار المنصات العالمية للدراما وكيفية الحصول على الأفلام والمسلسلات العالمية وكيفية توزيعها والتسويق لها عبر المنصات الرقمية وكذلك تسويق المحتوى الرقمي والعلامات التجارية والإعلانات المعروضة، حيث التقت بحوث استراتيجيات تسويق المحتوى الرقمي والعلامات التجارية محليا ودوليا حول تأثيرات المنصات التجارية على جمهور المستخدمين وأداء المؤسسات، وتبين اهتمام البحوث العربية برصد تأثيرات المنصات التجارية على السلوك الشرائي لجمهور المستخدمين وتأثيراتها على أداء مؤسسات الأعمال وخلق بيئة تنافسية جديدة قائمة على التكنولوجيا الرقمية وتطوير الخدمة وترويجها وتلبية احتياجات العملاء، مثال دراسة (غبريال ، 2020)⁽⁴³⁾، بينما اهتمت البحوث الأجنبية بالتركيز على دور منصات وسائل التواصل الاجتماعي في مساعدة الشركات الصغيرة في خلق وعي أفضل بالعلامة التجارية وترويج المنتجات الرقمية والاستراتيجيات المختلفة التي تتبعها المنصات للاستثمار في السوق ورصد العوامل المؤثرة في استخدام الجمهور للمنصات الرقمية التجارية، واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي وجودة تصميم موقع المؤسسات التجارية، والربط بين الأعمال الدرامية والعلامات التجارية، ومن أمثلتها دراسة (khan, 2022).⁽⁴⁴⁾

النتائج النهائية:

من خلال العرض السابق تم التوصل إلى عدد من المؤشرات الجديدة بالاهتمام وهي:

1- أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية تحتل مساحة كبيرة وتفرض نفسها على خريطة اهتمام البحث العلمي على الصعيد المحلي والدولي.

2- تنوعت مسارات اهتمام البحث العلمي بدراسة الموضوعات ذات الصلة بوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية حيث كشفت الورقة وجود ست مسارات أساسية ارتكزت عليها موضوعات الدراسات العربية والأجنبية وتضمنت البحوث المهمة بأنماط ودوافع استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية والإشباع المتحققة - والمهمة باستخدامات جمهور النخبة الصحفية (القائم بالاتصال) لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالممارسة المهنية، والمهمة بمجالات استخدام وسائل الإعلام الرقمية المختلفة (النفسية والوجدانية والاجتماعية والسياسية والمعرفية والثقافية والسلوكية والقيمية والتنموية)، وكذلك التي اهتمت بالمضمون الذي تتيحه وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية (وعلاقته بكل من: الشائعات والقضايا السياسية)، والبحاث المهمة بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية ، وأخيرًا البحوث التي اهتمت باستراتيجيات تسويق المحتوى الرقمي والعلامات التجارية.

3- استأثرت الدراسات الأجنبية ببعض مسارات اهتمام بحوث وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية ولم تتمكن البحوث العربية من الدخول معها في المنافسة، أما بحوث نماذج نشر الشائعات عبر الفضاء الرقمي فقدمت نماذج مختلفة ومتعددة لدراسة ووصف عملية نشر الشائعات عبر الشبكات الاجتماعية، واستكشاف مصادر الشائعات.

4- اهتمت الدراسات العربية والأجنبية على السواء بتناول التأثيرات السلبية والإيجابية لوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية وإن بدت الدراسات الأجنبية أكثر تركيزاً في موضوعاتها على إبراز التأثيرات الإيجابية بشكل أكبر وخاصة في الدورات التدريبية الرقمية وزيادة التواصل بين المراهقين وهو اتجاه منطقي داعم لكون الولايات المتحدة ودول أوروبا هي المصدر والمستفيد الأول من انتشار تلك الوسائل.

5- جاءت اهتمامات البحوث الأجنبية في مسار (أنماط ودوافع استخدام الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية) أكثر اهتماماً بالأدوات المتاحة للجمهور عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية وكيف تساعد على زيادة اهتمامه بالوسيلة فركزت تلك الدراسات على استخدامات التعبيرات غير اللفظية على المنصات (الإيموجي) وعلى الرسائل القصيرة والمراسلة الفورية، وغيرها من تلك الأدوات بينما ما زالت الدراسات العربية تقف عند استخدامات الجمهور للوسيلة ذاتها دون أدواتها الجاذبة سواء تركيزاً على خدمات البث التلفزيوني المباشر أو تطبيقات الهواتف الذكية أو إذاعات الإنترنت.

6- ركزت الدراسات الأجنبية في مسار تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الإعلامي على مجال جودة الكتابة الصحفية وكانت الدراسات العربية أكثر عمومية في تناولها لهذا الجانب حيث ركزت على كيفية تأثير التطبيقات المختلفة على المنتج الإعلامي بشكل عام شكلا ومضمونا.

7- رصدت الدراسات العربية في مسار الأدوار الوظيفية والمهنية للصحفيين، أهم التغيرات التي أحدثتها البيئة الاتصالية الرقمية في طبيعة عمل الإعلامي فاهتمت بأسباب ودوافع استخدام الصحفيين وسائل التواصل الاجتماعي ومدى اعتمادهم عليها، بينما قدمت البحوث الأجنبية دراسات متعمقة حول تبني الصحفيين وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في أدوارهم المهنية لفهم الرأي العام وتشكيله الرأي وتمثيله في الأخبار.

8- اتفقت مرتكزات اهتمام البحوث العربية والأجنبية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية في المجالات السياسية والمعرفية والثقافية والتنمية بشكل عام، بينما اختلفت نقاط اهتمام الجانبين فيما يخص استخدامها في المجالات النفسية والسلوكية القيمية والاجتماعية التفاعلية وذلك انطلاقا من السياق المجتمعي الذي يلعب دورا في توجيه الموضوعات البحثية داخل المجتمعات طبقا لطبيعتها وأولوياتها.

9- تزايدت الفجوة بين البحوث العربية والأجنبية في محور تأثيرات نشر الشائعات عبر الفضاء الخارجي حيث اهتمت الموضوعات العربية بالمجالات والمسارات الرسمية لهذا الجانب فاهتمت بأثار الجرائم المعلوماتية وآليات مواجهتها والمسئولية المترتبة على نشر الشائعات

وتأثيرها على الرأي العام، بينما اهتمت الدراسات الأجنبية بالجانب المجتمعي غير الرسمي فركزت على استراتيجيات رفع مستوى وعي الأفراد بعدم الاعتماد على الشائعات والحد من تأثيرها.

10- وعلى مستوى تعامل المنصات الإلكترونية مع الشائعات اهتمت الدراسات الأجنبية بالجانب الفني فرصت نماذج تتبع الشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وسبل تأطير الشائعات وتحليل المنتشر منها على تويتر للوقوف على مساراتها وآليات كشفها وتتبع انتشارها بينما اهتمت الدراسات العربية بدور الإعلام الرقمي في الترويج للشائعات والسياق التي تعمل فيه الأخبار الزائفة وكيفية تعامل المواقع الإلكترونية الحكومية تحديدا معها.

المراجع

1. جمعة، زينب وحيد (2021) "استخدام المراهقين للتطبيقات الإخبارية بالهواتف الذكية والإشباع المتحققة منها، مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا، جامعة عين شمس، مج 24، العدد 1، ص ص 110-150.
2. Christian ,Montag, Haibo, Yang & Jon D. Elha, (2021) " on the Psychology of Tik tok use", A first Glimps from empirical findings, public health (<https://doi.org/10.3389/fpubh>).
3. عبد اللطيف، آلاء عبد المنصف، (2021)، "استخدام المراهقين لمواقع التواصل الاجتماعي في تعلم اللغات الأجنبية والبرمجة وعلاقته بتطوير الذات لديهم"، مجلة دراسات الطفولة، كلية الدراسات العليا، جامعة عين شمس، مج 24، العدد 93، ص ص 21-71 .
4. KU.K.Y.LET AL. (2019), WHAT PREDICTS ADOLESCENTS: CRITICAL THINKING ABOUT REAL – LIFE NEWS? THE ROLES OF SOCIAL MEDIA NEWS CONSUMPTION AND NEWS MEDIA LITRACY, THINKING SKILLS AND CREATIVITY NO.33, PP 100-170.
5. صبري، محمد سامي، (2019) "اعتماد المراهقين على الصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في توعيتهم بمخاطر انتهاك الخصوصية على شبكة الإنترنت"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مج 18، العدد 4، ص ص 165-242.

6. Tobias DIENLIN, NIKLAS JOHANNESB INSTITUTE OF NEUR. (2022) ,THE IMPACT OF DIGITAL TECHNOLOGY USE IN ADOLESCENT WELL-BEING EL IMPACTO DEL EMPLEO DE LA TECNOLOGIA DIGITAL EN EL BIENESTAR DE LOS ADOLESCENTS IMPACT DE L'USAGE DES TECNOLOGIES NUME"RIQUES SURE LA BIEN-ETREDEL ADOLESCENT , PP135-142.

7. سمباوه، مياسر وليد ، (2022) ، "تأثير تكنولوجيا الإعلام الرقمي على صناعة المحتوى الصحفي: دراسة ميدانية على القائم بالاتصال"، المركز القومي للبحوث بغزة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد 6، عدد 5، ص 119 - 155.
متاح على:

<https://0810gcn4m-1105-y-https-search-mandumah-com.mplbci.ekb.eg/Record/1275690>

8. M., Liang, (2016). Factors Affecting Journalistic Writing: An Examination of Influences on Article Quality. Journalism & Mass Communication Quarterly, 93(4), 1014-1034. doi: 10.1177/1077699016630257
متاح على:
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1077699016630257>

9. عبد الباقي، عيسى موسى، الصبيحي، محمد بن سليمان، " التحولات في بيئة الاتصال الرقمي وعلاقتها بإدراك القائمين بالاتصال في الصحافة العربية لأدوارهم الوظيفية والمهنية، دراسة على عينة من الصحفيين المصريين والسعوديين، حولية الآداب والعلوم الاجتماعية، العدد 41، ص 9 - 1346.

- 10.Zhang, Li, B, X, &, W. Ran, (2016). Journalists' social media adoption and its effect professional roles: A study of Chinese journalists. *Journalism Practice*, 10(3), 328-342. doi: 10.1080/17512786.2015.1059887.
11. Safori, Amjad Omar (2018), Social Media's Impact on a Journalist's role, *Journal of Science Education*, 19 (1), pp. 148- 162.
- 12.McGregor, Shannon C,(2019), “ Social media as public opinion: How journalists use social media to represent public opinion” , *Journalism*, Vol. 20(8), pp. 1070–1086.
13. اللهيبى ليث عبد الستار 2019، "اعتماد الشباب الجامعي العراقي على إعلام الهواتف الذكية ودورها في مشاركتهم في الإنتخابات البرلمانية"، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والإجتماعية، مج 46، عمادة البحث العلمي - الجامعة الأردنية ص ص 11 - 40.
14. Ndlela, M.2020 “ YOUNG PEOPLE, SOCIAL MEDIA AND POLITICAL PARTICIPATION:THE LIMITS OF DISCURSIVE,(IN) CIVILITY IN THE KENYAN CNTEXT, SOCIAL MEDIA AND ELECTIONS IN AFRICA, VOL.2 , PP 77-94 .
15. خليفة، محمد احمد 2019، الإعلام الجديد بين التضليل والتتوير السياسي: دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات المصرية، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، ع 22، الجمعية المصرية للعلاقات العامة ص ص 273 - 315.
- 16.Ida,R,Saud, M& Mashud, M. (2020),” AN EMPIRICAL ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA USAGE, POLITICAL LEARNING AND PARTICIPATION AMONG YOUTH: COMPARATIVE STUDY OF IDONESIA

AND PAKISTAN, QUAL.-QANT,NOM.54,PP1285-1297.

17. صادق، إيمان صابر (2020)، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والميل للانتماء لدى المراهقين والشباب بالمجتمع المصري: دراسة ميدانية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، الجزء الثاني، العدد 45، ص ص 883-928.

18. Marengo, D.M, Fabris, M. A, Longobardi, C, & Settanni, M. (2022), "SMARTPHONE AND SOCIAL MEDIA USE CONTRIBUTED TO INDIVIDUAL TENDENCIES TOWARDS SOCIAL MEDIA ADDICTION IN ITALIAN ADOLESCENTS DURING THE COVID-19 PANDEMIC, ADDICTIVE BEHAVIORS, NO 126 , PP 107-204.

19. رمضان، أميمة أحمد (2022)، اتجاهات المراهقين نحو الفيديوهات المقدمة عبر تطبيق التيك توك وعلاقته بإدراكهم لمعايير التربية الإعلامية، مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنيا مج 8، العدد 39 ص ص 1939 - 2002.

20. Yang, Yuxin (2020), understanding young Adults: TIK TOK USAGE, UNDERGRADUATE HONORS THESIS. UCSD DEPARTMENT OF COMMUNICATION. UCSD.EDU/_FILES/_UNDERGRAD/_Yang- Yuxin, understanding- young- Adults-TIK TOK- USAGE.PDF.

21. عرابي، دينا (2019)، العلاقة بين استخدام الإنستجرام والأبعاد الثقافية للشباب في المجتمع المصري، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، مج 18، خريف 2019، ص ص 605-632.

22.Habes, M, Salous, M.H&AL Jwaniat, M,(2022), “ APPLYING THE USES AND GRATIFICATION THEORY TO COLLEGE MAJOR CHOICE USING SOCIAL NETWORKS ONLINE VEDEO“, INTERNATIONAL CONFERENCE ON ADVANCED MACHINE LEARNING TECHNOLOGIES AND APPLICATIONS, PP388-400.

23.محمود، مروة (2018)، استخدام الشباب الجامعي للإعلام الجديد لفهم قضايا التنمية في المجتمع المصري، المؤتمر الدولي السنوي لكلية الآداب: الشباب وصناعة المستقبل، جامعة عين شمس، كلية الآداب، كتاب المؤتمر ص ص 140 - 165.

24. JIMENEZ, A, & VOZMEDIANO, M. (2020) ,” SUBJECT MATTER OF VEDIOS FOR TEENS ON YOUTUBE, INTERNATIONAL JOURNAL OF ADOLESCENCE AND YOUTH, ISS.25, PP 63-78.

25. عياشي، العنود بنت هادي موسى (2019) تأثير الإعلام الجديد في رفع الوعي الاجتماعي لدى الشباب السعودي: دراسة لعينة من الشباب بمنطقة جازان، مجلة الأطروحة للعلوم الإنسانية، س4 ع 2، دار الأطروحة للنشر العلمي، ص ص 61 - 97.

26.Marc A, SESTIR. (2020), “THIS IS THE WAY THE WORLD” FIENDS”: SOCIAL NETWORK SITE USAGE AND CULTIVATION EFFECTS THE JOURNAL OF SOCIAL MEDIA IN SOCEITY VOL9, NO.1, PP1-21.

- 27.Hosni, A. I. E., Li, K., & Ahmad, S. (2020). Minimizing rumor influence in multiplex online social networks based on human individual and social behaviors. *Information Sciences*, 512, 1458-1480.
- 28.Kopp, C, Korb, K B, & Mills, B. I. (2018). Information-theoretic models of deception: Modelling cooperation and diffusion in populations exposed to " fake news". *PloS one*, 13(11), e0207383.
29. حربي، نصر رمضان سعدالله (2019). الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (آثارها- المسؤولية المترتبة عليها- سبل التصدي لها)، ورقة بحثية مقدمة للمؤتمر العلمي السادس المنعقد بعنوان القانون والشائعات. جامعة طنطا: كلية الحقوق.
- 30.Liu, T., Zhang, H., & Zhang, H. (2020). The Impact of Social Media on Risk Communication of Disasters—A Comparative Study Based on Sina Weibo Blogs Related to Tianjin Explosion and Typhoon Pigeon. *International journal of environmental research and public health*, 17(3), 883.
31. درويش، ريهام محمود (2020). تعامل المواقع الإلكترونية الحكومية مع الشائعات في ظل مبادرات البيانات المفتوحة، جامعة الأهرام الكندية، كلية الإعلام، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 28.
32. مكاوي، ممدوح عبدالله (2020). "الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي: دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من (2016م - 2020م). المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد 19. العدد 2.
- 33.Patil, R. A., Gawande, K., & Dhage, S. N. (2020). Identification of Rumors on Twitter. In *Recent Trends in*

- Communication and Intelligent Systems (pp. 219-226). Springer, Singapore.
34. Alkhodair, S. A., Ding, S. H., Fung, B. C., & Liu, J. (2020). Detecting breaking News Rumors of Emerging Topics in social media. *Information Processing & Management*, 57(2), 102018.
35. عثمان، نصر الدين عبد القادر، (2019). دور الإعلام الجديد في الترويج للشائعات وآليات التصدي لها: دراسة ميدانية على أساتذة الإعلام والإعلاميين، الجمعية المصرية للعلاقات العامة: مجلة بحوث العلاقات العامة.
36. Elizabeth Stewart (2021). Detecting Fake News: Two Problems for Content Moderation Philosophy & Technology. Available at: <https://doi.org/10.1007/s13347-021-00442-x> Accessed: 25/ 3/2021.
37. شتيه، ممدوح السيد عبد الهادي "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في أحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي: دراسة ميدانية"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، عدد 16، 2017.
38. Vu D. T., Jung J. J. (2020). Detecting Emerging Rumors by Embedding Propagation Graphs. In: Wang F. et al. (eds) *Information Retrieval Technology. AIRS 2019. Lecture Notes in Computer Science*, vol 12004, https://doi.org/10.1007/978-3-030-42835-8_15.
39. أبو سنة، نورة حمدي (2021) التماس الطفل السعودي المعلومات من الإعلام التقليدي والرقمي عن جائحة كورونا المستجد وإدراكهم لها"، المجلة

المصرية لبحوث الإعلام ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، عدد 74، ص
ص 291 – 346.

40. Bulic, M &Blazervic, I (2020),” THE IMPACT OF ONLINE LEARNING ON STUDENT MOTIVATION IN SCIENCE AND BIOLOGY CLASSES” ,JOURNAL OF ELEMENTARY SCIENCE EDUCATION,VOL.13 , NO.1 .

41. أبو الحسن، شريهان محمود (2021) "معالجة الصحف لقضية التنمر الإلكتروني وانعكاساتها على تعرض طلاب المدارس الفنية لمواقع التواصل الاجتماعي: دراسته مسحية"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بني سويف، كلية الإعلام، عدد2، ص ص 196 -238.

42. NEE, R. C. (2021),” WILD,STRESSFULL, OR STUPID :QUEES BANDERSNATCH?EXPLORING USER OUTCOMES OF NETFLIX’ INTERACTIVE BLACK MIRROR EPISODE “, CONVERGENCE: THE INTERNATIONAL JOURNAL OF RESEARCH INTO NEW MEDIA TECHNOLOGIES.

43. غبريال، رزق (2020) "أثر التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء: تحليل الدور الوسيط للوعي بالعلامة والكلمة المنطوقة إلكترونيا: دراسة تطبيقية على خدمات شركات الهاتف المحمول في مصر"، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، كلية التجارة، جامعة عين شمس، عدد1، مج. 50، ص ص 441 – 486.

44.khan, JASHIM, PELET, JEAN-ERIK& ZAMANI, SOMAYEH. (2022). “TICKLE ME ON WECHAT MOMENTS: THE ROLE OF BRAND LOVE”, JOURNAL OF PRODUCT& BRAND MANAGEMENT, VOL. 31, ISSUE1.