



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة زيان عاشور - الجلفة

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم علم المكتبات والإعلام والاتصال



## انعكاسات الحسابات الوهميّة في مواقع التّواصل الاجتماعي على الوعي الجمعي

### دراسة ميدانيّة على عيّنة من مستخدمي موقع فيسبوك

مذكرة تخرّج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام  
والإتصال ( تخصص : الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة)

إشراف أ. د :

محمد صدارة

إعداد الطالبتين :

سويحي حليلة

بن رحمون سلمى

أمام أعضاء لجنة المناقشة:

اسم ولقب الأستاذ	الصفة	جامعة الانتماء
أ. د: عيسى مزارة	رئيسا	جامعة زيان عاشور بالجلفة
أ. د: محمد صدارة	مشرفا ومقررا	جامعة زيان عاشور بالجلفة
أ. د: البشير محدي	مناقشا	جامعة زيان عاشور بالجلفة

الموسم الجامعي: 2026/2025





وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة زيان عاشور - الجلفة

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم علم المكتبات والإعلام والاتصال



## انعكاسات الحسابات الوهميّة في مواقع التّواصل الاجتماعي على الوعي الجمعي

دراسة ميدانيّة على عيّنة من مستخدمي موقع فيسبوك

مذكرة تخرّج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر أكاديمي في علوم الإعلام  
والإتصال ( تخصص : الإتصال الجماهيريّ والوسائط الجديدة)

إشراف أ. د :

محمدّ صدارة

إعداد الطالبتين:

سويحي حليلة

بن رحمون سلمى

أمام أعضاء لجنة المناقشة:

اسم ولقب الأستاذ	الصفة	جامعة الانتماء
أ. د: عيسى مزارة	رئيسا	جامعة زيان عاشور بالجلفة
أ. د: محمدّ صدارة	مشرفا ومقررا	جامعة زيان عاشور بالجلفة
أ. د: البشير محّدي	مناقشا	جامعة زيان عاشور بالجلفة

الموسم الجامعي: 2026/2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر و عرفان

﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾ المجادلة: 11

الحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل العلمي المتواضع و ما توفيقنا إلا بالله عز و جل  
نتقدم بجزيل الشكر لأستاذنا الفاضل الدكتور صدارة محمد على توجيهه لنا و كل الأساتذة  
الذين قدموا لنا نصائح قيمة ساهمت في انجاز عملنا بقسم الإعلام و الاتصال بكلية العلوم  
الاجتماعية و الإنسانية بجامعة الشهيد زيان عاشور بولاية الجلفة، كما لا ننسى شكر كل  
أعضاء لجنة المناقشة.

أتقدم بجزيل الشكر لزميلتي الطالبة " بن رحمون سلمى " و ذلك لمساندتها لي طوال  
فترة انجاز هذه المذكرة، فبفضل ما بذلته من جهود تمكنا من إتمام هذا العمل على أكمل  
وجه، ممتنة جدا لكل إضافة قدمتها.  
/ الطالبة حليلة سويحي /

مهما تقدمت بعبارات الشكر والامتنان لن أوفيك حقك يا رفيقة دربي قد كنت خير عون  
لي وبفضل الله وبفضلك قد حققنا هذا العمل أتمنى من الله ان يرداك ويحفظك لي

/ الطالبة بن رحمون سلمى /

## الإهداء

نهدي هذا العمل إلى كل من الوالدين الكريمين الذين كانوا نعم السند ، وجميع الإخوة والأخوات ، دون أن ننس زملائنا كل باسمه في قسم الإعلام و الاتصال لتشجيعهم لنا طوال مشوارنا الدراسي.

كما نهدي هذا البحث الى كل من ساهم في انجازه من قريب أو بعيد.

"إلى زوجي الذي كان لي نعم السند، شكرا على ما قدمته لي من تحفيز في لحظات التعب، إليك أهدي هذا العمل اعترافا بدعمك الكبير لي" / **الطالبة سويحي حليلة** /

رجاؤنا أن يكون هذا الجهد المبذول منارة علمية ومرجعا نافعا يستضاء به ويفتح أفاقا جديدة للبحث.

**الطالبتين:**

حليلة سويحي

سلمى بن رحمون

## ملخص الدراسة:

- هدفت الدراسة إلى معرفة آثار الحسابات الوهمية في مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الجمعي، و ذلك بتوضيح الأساليب التي تنتهجها الحسابات الوهمية للتأثير على أفكار و آراء افراد المجتمع في البيئة الرقمية الجديدة "فيسبوك".
  - تدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، باعتمادها على المنهج الوصفي و المسحي، يتمثل مجتمع البحث في كافة مستخدمي موقع فيسبوك "المجتمع المستهدف"، أما المجتمع المتاح فيتمثل في طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الشهيد زيان عاشور بولاية الجلفة بمختلف مستوياتهم " ليسانس، أولى ماستر، ثانية ماستر"، تم في دراستنا الاعتماد على العينة العشوائية القصدية و ذلك بقصد طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الشهيد زيان عاشور بالجلفة و ذلك بالاستعانة باستمارة الاستبيان الموزعة على 100 مجووث و الاعتماد على أداة الملاحظة البسيطة.
  - تم تطبيق نظرية لولب الصمت و نظرية الاستخدامات و الإشباعات و إسقاطهما على موضوع الدراسة.
  - خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:  
إلى وجود تأثير واضح للحسابات الوهمية على الوعي الجمعي لمستخدمي موقع " فيسبوك"، حيث تساهم هذه الحسابات في تضليل الرأي العام و توجيه إدراكات المستخدمين، كما أن النتائج أوضحت أن كثافة التفاعل الرقمي يؤدي إلى خلق رأي عام مصطنع بدلا من المصادقية.
  - خلصت الدراسة إلى أن الفضاء الرقمي يعيد تشكيل الوعي الجمعي بسبب الانتشار السريع، مما جعل الحسابات الوهمية عاملا مؤثرا في بناء التصورات الاجتماعية.
- الكلمات الدالة:** الحسابات الوهمية، مواقع التواصل الاجتماعي، الوعي الجمعي.

## ***Study summary :***

*The study aimed to know the effects of fake accounts on social networking sites on collective awareness, by clarifying the methods used by fake accounts to influence the ideas and opinions of community members in the new digital environment “Facebook”.*

*- This study falls within the descriptive studies, relying on the descriptive and survey approach. The research community is represented by all users of Facebook “the target population”, while the available community is represented by the students of Media and Communication Sciences at the University of Martyr Zian Ashour in Djelfa at their various levels “Bachelor, First Master, Second Master”. The questionnaire was distributed to 100 respondents and reliance on simple observation.*

*- The spiral of silence theory and the uses and gratifications theory were applied and projected onto the subject of the study. The study concluded with a set of results, -the most notable of which are:*

*There is a clear impact of fake accounts on the collective awareness of Facebook users, as these accounts contribute to misleading public opinion and directing users’ perceptions. The results also showed that the intensity of digital interaction leads to the creation of an artificial public opinion instead of credibility.*

*The study concluded that the digital space is reshaping collective consciousness due to rapid spread, making fake accounts an influential factor in building social perceptions.*

*There is a clear impact of fake accounts on the collective awareness of Facebook users, as these accounts contribute to misleading public opinion and directing users’ perceptions. The results also showed that the intensity of digital interaction leads to the creation of an artificial public opinion instead of credibility.*

***Keywords:*** *fake accounts, social networking sites, collective.*

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

	شكر
	اهداء
	ملخص
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول و الأشكال
أ	مقدمة
	<b>الإطار المنهجي</b>
05	تحديد إشكالية الدراسة
05	تساؤلات الدراسة
06	فرضيات الدراسة
06	أهداف الدراسة
07	أهمية الدراسة
07	أسباب اختيار موضوع الدراسة
08	مفاهيم و مصطلحات الدراسة
12	الدراسات السابقة و التعقيب عليها
21	المقاربة النظرية للدراسة
22	منهج الدراسة
24	أدوات جمع البيانات
27	إجراءات الصدق و الثبات
34	مجتمع البحث وعينته
36	حدود الدراسة
38	صعوبات الدراسة
40	خلاصة الفصل
	<b>الإطار النظري</b>
	<b>الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي</b>

## فهرس المحتويات

42	تمهيد
43	1.1 تعريف مواقع التّواصل الاجتماعي
44	1.2 نشأة مواقع التّواصل الاجتماعي
45	1.3 خصائص مواقع التّواصل الاجتماعي
47	1.4 خدمات التي تقدّمها مواقع التّواصل الاجتماعي
48	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: الحسابات الوهميّة</b>	
49	تمهيد
50	2.1 المقاربة النظريّة للدراسة
58	2.2 تعريف الحسابات الوهميّة
60	2.3 أسباب إنشاء الحسابات الوهميّة
62	2.4 معايير التّمييز بين الحساب العادي والوهمي
64	2.5 أهداف إنشاء الحسابات الوهميّة
66	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثالث: الوعي الجمعيّ</b>	
68	تمهيد
69	3.1 تعريف الوعي الجمعيّ
70	3.2 خصائص الوعي الجمعيّ
72	3.3 أشكال الوعي الجمعيّ
74	3.4 دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الجمعيّ
77	خلاصة الفصل
<b>الإطار التّطبيقي للدراسة</b>	
78	تمهيد
79	عرض ومناقشة بيانات الدراسة
85	تحليل نتائج المحاور

## فهرس المحتويات

94	اختبار صحة فرضيات الدراسة
106	عرض آفاق ومقترحات الدراسة
107	خلاصة الفصل
109	خاتمة
112	قائمة المصادر و المراجع
122	الملاحق

## قائمة الجداول و الأشكال

ص	عنوان الجدول	رقم الجدول
26	الجدول رقم (01): جدول توزيع مقياس ليكرث الخماسي	1
26	الجدول رقم (02): يبين فئات مقياس ليكرث ودلالاتها	2
28	الجدول رقم (03): معاملات الارتباط لصدق الاتساق الداخلي لمحور تضليل الرأي العام	3
29	الجدول رقم (04): معاملات الارتباط لصدق الاتساق الداخلي لمحور الحسابات الوهمية تخلق رأياً عاماً مصطنعاً	4
30	الجدول رقم (05): معاملات الارتباط لصدق الاتساق الداخلي لمحور توجيه الوعي الجمعي	5
32	الجدول رقم (06): معاملات الارتباط لصدق الاتساق الداخلي لمحور الحسابات الوهمية والتحرر من ضغط المجتمع	6
33	الجدول رقم (07): معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان	7
79	الجدول رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس.	8
80	الجدول رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب السن	9
81	الجدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	10
82	الجدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة حسب التخصص	11
83	الجدول رقم (12): توزيع عينة الدراسة حسب معدل استخدام فيسبوك	12
84	الجدول رقم (13): توزيع عينة الدراسة حسب أقدمية حساب فيسبوك	13
85	الجدول رقم (14): يبين استجابات أفراد العينة لمحور تضليل الرأي العام	14
87	الجدول رقم (15): يبين استجابات أفراد العينة لمحور الحسابات الوهمية تخلق رأياً عاماً مصطنعاً	15
89	الجدول رقم (16): يبين استجابات أفراد العينة لمحور توجيه الوعي الجمعي	16
91	الجدول رقم (17): يبين استجابات أفراد العينة لمحور الحسابات	17

## قائمة الجداول و الأشكال

	الوهمية والتحرر من ضغط المجتمع	
94	الجدول رقم (18): يبين كيفية اختبار درجة مساهمة متابعة التردد والمصادر غير الموثوقة في تضليل الرأي العام	18
96	الجدول رقم (19): يبين كيفية اختبار مستوى التفاعل وتكوين رأي عام مصطنع لدى مستخدمي فيسبوك	19
98	الجدول رقم (20): يبين كيفية اختبار درجة مساهمة الحسابات الوهمية في توجيه الوعي الجمعي	20
100	الجدول رقم (21): يبين كيفية اختبار درجة مساهمة الحسابات البديلة في التحرر من ضغط المجتمع	21
102	الجدول رقم (22): يبين اختبار تأثير الحسابات الوهمية على الوعي الجمعي	22

## فهرس الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	الشكل (1): مخطط يوضح نموذج الصمت - كسر الصمت	54
2	الشكل رقم (02) نموذج كاتز للاستخدامات والإشباعات	58
3	شكل رقم (03) الفرق بين الحساب الحقيقي والحساب الوهمي	63
4	الشكل رقم (04): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق الجنس.	79
5	الشكل رقم (05): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق السن	80
6	الشكل رقم (06): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق المستوى التعليمي	81
7	الشكل رقم (07): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق التخصص	82
8	الشكل رقم (08): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق معدل استخدام فيسبوك	83
9	الشكل رقم (09): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق أقدمية حساب فيسبوك	84

# مقدمة

## مقدمة

شهد العالم مع مطلع القرن 21 تدفقا واسعا لوسائل التواصل الاجتماعي التي لعبت دور كبير في التأثير على أفراد الجمهور من خلال تقديم خدمات لمستخدمي التكنولوجيا الحديثة في كافة المجالات و تميزها بالخصائص المنفردة كإتاحة التواصل بين مستخدمي الوسائط الجديدة، السرعة العالية لنقل المعلومات ، امكانية الحفظ و تنوع المضامين، ارتبط تطورها تاريخيا بظهور الانترنت التي أحدثت تغيير جذري في تبادل المعلومات و ذلك من خلال الانتقال من فضاء تقليدي يرى أن المتلقي سلبي يتلقى الرسائل من وسائل الاعلام دون رجوع صدى إلى فضاء رقمي افتراضي يقوم على مبدأ التكنولوجيا.

حيث تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الفضاء الأكثر استخداما من قبل الفاعلين في البيئة الرقمية التي تتسم بديناميكية التحول المستمر، فمع التطور التاريخي للوسائط الاتصالية، نشأت علاقة وثيقة بين المستخدم و هذه المنصات، إلا أن الفضاء الافتراضي لا زالت تتخلله بعض العوائق، حيث برزت ظاهرة تعدد الهويات الرقمية التي أثارت العديد من التساؤلات حول طبيعة هذه الحسابات إذا كانت مزيفة أو حقيقية.

أدى هذا التعدد إلى ظهور ظاهرة الحسابات الوهمية (*fake Accounts*)، التي تم إنشاؤها لتحقيق غايات و أهداف معينة، تؤدي لإحداث انعكاسات على الوعي الجمعي في مختلف المستويات "الاجتماعية، السياسية، الثقافية..."

و بالحديث عن الوعي الجمعي، فإنه يمثل أساس تماسك المجتمعات، كونه يشمل مجمل العادات و التقاليد و العواطف المشتركة بين الأفراد التي تؤثر عليهم في كل الجوانب. و عليه، فإن بروز الحسابات الوهمية في الفضاء الرقمي أدى للبحث عن طبيعة دورها في التأثير على الوعي الجمعي كونها تؤثر على المستخدمين في تشكيل أفكارهم و آرائهم، هذا ما دفعنا كباحثين للعمل على ضرورة إثارة هذه الإشكالية التي تتعلق بالانعكاسات التي تحدثها الحسابات الوهمية على الوعي الجمعي في مواقع التواصل الاجتماعي، و على ضوء هذا، تم اللجوء إلى بناء تصور عام لهيكل الدراسة الذي يتمثل فيما يلي:

## مقدمة

### أولاً: الإطار المنهجي:

تتمثل نقطة الانطلاق في هذا الإطار بتحديد إشكالية الدراسة و ذلك بطرح التساؤل الرئيسي و تفكيكه إلى أسئلة فرعية، كما تم تقديم في هذا الإطار فرضيات، أهداف و أهمية الدراسة، إضافة لذكر أسباب اختيار الموضوع، كما تم تحديد المفاهيم و المصطلحات التي تساعد على فهم متغيرات الدراسة، و اللجوء إلى الدراسات السابقة و التعقيب عليها بأنواعها" مقالات بحثية، مذكرات أكاديمية"، و ذكر المقاربة النظرية للدراسة المتمثلة في نظرية لولب الصمت و نظرية الاستخدامات و الإشباعات، كذلك تم التطرق لذكر منهج و أدوات الدراسة، حيث تم استخدام المنهج الوصفي و المسحي و الاعتماد على أداة استمارة الاستبيان و أداة الملاحظة البسيطة، و ذكر إجراءات الصدق و الثبات. إضافة إلى تحديد مجتمع البحث و عينته المتمثلة في طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الشهيد زيان عاشور بولاية الجلفة، و ذلك بالاعتماد على استخدام العينة القصدية، كما تم التحدث عن حدود الدراسة المتمثلة في الحدود الزمانية/ المكانية/ البشرية، و ذكر صعوبات الدراسة، تم اختتام هذا الإطار بذكر خلاصة الفصل.

### ثانياً: الإطار النظري للدراسة:

تم تناول هذا الإطار في ثلاث فصول

**الفصل الأول:** بعنوان: "مواقع التواصل الاجتماعي" و الذي تم التحدث فيه عن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي، نشأتها و خصائصها و التطرق لذكر خدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، و تم اختتام هذا الإطار بخلاصة الفصل.

**الفصل الثاني:** فإن عنوانه "الحسابات الوهمية" استهلنا هذا الفصل بذكر المقاربة النظرية للدراسة "لولب الصمت" و ذلك بالتطرق إلى تعريفها، أفكارها، فروضها، خصائصها، أسسها، نقدها و نظرية الاستخدامات و الإشباعات " تعريفها، عناصرها، فروضها"، ثم التطرق إلى تعريف الحسابات الوهمية، أسباب إنشاء الحسابات الوهمية، معايير التمييز بين

## مقدمة

الحساب العادي و الوهمي، ثم ذكر أهداف إنشاء الحسابات الوهمية، تم ختم هذا الفصل بذكر خلاصة الفصل.

**الفصل الثالث :** أما هذا الفصل فهو معنون ب "الوعي الجمعي" تم في الأول ذكر تعريف الوعي الجمعي، ثم خصائص الوعي الجمعي، أشكال الوعي الجمعي ثم التطرق للتحدث عن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الجمعي، و في الأخير تم ذكر خلاصة الفصل.

### ثالثا: الإطار التطبيقي:

أما فيما يخص الإطار التطبيقي لهذه الدراسة، فإنه ينطلق من عرض و مناقشة بيانات الدراسة، وصولا إلى تحليل نتائج المحاور الأساسية وتفسيرها ، ومن ثم الانتقال إلى اختبار صحة الفرضيات المطروحة للتحقق من مدى تطابقها مع الدراسة الميدانية ، كما يسعى هذا الإطار إلى تقديم الآفاق والمقترحات التي تم التوصل إليها ، ليتم ختم هذا العمل في الأخير بخاتمة تضم الاستنتاجات المتوصل إليها، إضافة إلى إدراج قائمة المراجع، الملاحق، وفهرس المحتويات وجداول وأشكال الدراسة .

## الإطار المنهجي للدراسة

- 1- تحديد إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- فرضيات الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أهمية الدراسة
- 6- أسباب اختيار موضوع الدراسة
- 7- مفاهيم و مصطلحات الدراسة
- 8- الدراسات السابقة و التعقيب عليها
- 9- المقاربة النظرية للدراسة
- 10- منهج الدراسة
- 11- أدوات جمع البيانات
- 12- إجراءات الصدق و الثبات
- 13- مجتمع البحث و العينة
- 14- حدود الدراسة
- 15- صعوبات الدراسة
- 16- خلاصة الفصل

## 1-تحديد إشكالية الدراسة :

يعد العالم الافتراضي مرآة العاكسة للواقع، تتيح للمستخدم التفاعل و المشاركة في اختيار مضامينه الرقمية، متجاوزا بذلك حواجز الزمان و المكان. ففي وسط هذا الكم الهائل من المنافع التي تتاح في هذا العالم الافتراضي ظهر ما يعرف بمصطلح " الحسابات الوهمية " التي اعتبرت من بين الظواهر الأكثر إثارا و التي تشكل تحديا حقيقيا للوعي الجمعي بالنسبة لمستخدمي الوسائط الرقمية بكل أنواعها خاصة موقع فيسبوك ، فهذا الأخير يأتي في مقدمة مواقع التواصل الاجتماعي و ذلك بتميزه بمجموعة من المرتكزات جعلته منفرد عن البقية كونه التطبيق الأكثر استخداما في الوسط الجامعي من قبل طلبة الإعلام و الاتصال، فهذا الأخير يعتبر وسيلة جد هامة للاتصال بين الأشخاص في شتى بقاع العالم.

و بالرغم من هذه المزايا الاتصالية التي يتميز بها فيسبوك إلا أن هذا الانفتاح الزمكاني أدى إلى ظهور حسابات رقمية موازية تجسدت في الحسابات الوهمية أو ما يعرف بالحسابات الاسمية المزيفة، هذه الظاهرة لم تعد محصورة في إطارها التقني لحجب الهوية الرقمية فحسب بل تحولت إلى آلية بنيوية تمتلك القدرة على التأثير على الوعي الجمعي و على الرأي العام .

مع تنامي الدور الذي تؤديه هذه الحسابات الوهمية داخل البيئة الرقمية برزت العديد من التساؤلات المختلفة حول طبيعة الدور الذي تلعبه في صياغة المدركات الجمعية فبالنظر الى ما تنتجه هذه الحسابات من خصائص أصبحت جزءا لا يتجزأ من الفضاء المعلوماتي الرقمي.

و مما سبق ارتأينا طرح التساؤل التالي : ماهي انعكاسات الحسابات الوهمية في مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الجمعي ؟

## 2\_ تحديد تساؤلات الدراسة:

و للإحاطة بزوايا الإشكالية قد تم تحديد كل من التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ماهي العلاقة بين الوعي الجمعي والحسابات البديلة
- 2- ماهي نتائج انعكاسات الحسابات الوهمية على الوعي الجمعي لدى مستخدمي موقع فيسبوك؟.

3- ما الأساليب التي تعتمد عليها الحسابات الوهمية في التأثير على الوعي الجمعي لدى مستخدمي موقع فيسبوك؟.

4- ما معايير تقييم مصداقية المحتوى لدى مستخدمي موقع فيسبوك لمنشورات الحسابات الوهمية؟.

### 3- فرضيات الدراسة:

تنطلق الدراسة من الفرضيات الآتية:

#### الفرضية العامة:

تؤثر الحسابات الوهمية بشكل سلبي على الوعي الجمعي لمستخدمي موقع فيسبوك من خلال تضليل المعلومات و توجيه الآراء.

#### الفرضيات الفرعية:

1- تساهم متابعة الترنند و المصادر الغير موثوقة في تضليل الرأي العام.

2- ضخامة التفاعل يكون اجماعا جماهيريا يخلق رأيا عاما مصطنعا.

3- تتجح الحسابات الوهمية في توجيه الوعي الجمعي.

4- تساعد الحسابات البديلة في التحرر من ضغط المجتمع.

### 4- أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا للوصول إلى مجموعة من النقاط و ذلك من خلال معالجتنا لموضوعنا المعنون بانعكاسات الحسابات الوهمية في مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الجمعي دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك، فدراستنا تسعى لتحقيق الأهداف التي يمكن نكرها في النقاط التالية:

1- معرفة آثار الحسابات البديلة على الوعي الجمعي

2- التعرف على كيفية استخدام الحسابات والتعامل معها داخل المجتمع الجزائري

3- تحديد المفاهيم والمصطلحات الخاصة بالدراسة " الحسابات الوهمية، الوعي الجمعي"...

4- الكشف عن طبيعة انعكاسات الحسابات الوهمية على الوعي الجمعي لدى مستخدمي موقع فيسبوك.

5- السعي لمعرفة أهداف وغايات الحسابات الوهمية .

6- تحديد معايير تبني مستخدمي موقع فيسبوك للقضايا المتداولة

#### 5- أهمية الدراسة :

-تكمّن أهمية الدراسة فيما يلي :

#### 1- الأهمية العلمية :

1- معرفة حجم التأثير الذي تحدثه الحسابات الوهمية على مستخدمي الوسائط الجديدة.

2- أهمية المرتكزات الرئيسية للوعي الجمعي في العصر الرقمي.

3- إثراء الرصيد المعرفي داخل تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة.

5-تساهم الدراسة في دعم المعرفة العلمية في مجال الإعلام و الاتصال من خلال

معرفة انعكاسات الحسابات الوهمية على تشكيل الوعي الجمعي.

#### 2- الأهمية العملية :

1- تساهم هاته الدراسة في بناء فضاء رقمي أكثر اتزاناً من خلال معرفة الآثار الناجمة

عن الحسابات المزيفة.

2- تمكن الطلبة الجامعيين المقبلين على انجاز مذكرة في تخصص اتصال جماهيري و

الوسائط الجديدة الاستناد في جمع معلومات من هذه المذكرة فيما يتعلق بمصطلحات الوعي

الجمعي، الحسابات الوهمية، مواقع التواصل الاجتماعي...و غيرها.

3- تساعد نتائج الدراسة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من التمييز بين الحسابات

الوهمية و الحسابات الحقيقية .

#### 6-أسباب اختيار موضوع الدراسة :

من المعروف ان لكل باحث أسباب تقوده لإنجاز و اختيار موضوع دون اخر، و هذا

راجع لعدة أسباب منها "الذاتية" التي تخص الباحث و "الموضوعية" التي تخص الإثراء

العلمي و المعرفي، من بين الأسباب الذي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع نذكر:

#### أ- أسباب ذاتية :

-أنه يصب في مجال حقل تخصص علوم الاعلام و الاتصال.

- الميول الشخصي و الفضول العلمي الذي دفعنا لدراسة هذا الموضوع الذي يتمحور

حول الحسابات الوهمية كونها موضوع حديث و معاصر.

- التجربة الشخصية.

- ملاحظتنا اليومية لتعرض العديد من مستخدمي موقع فيسبوك للحسابات المزيفة.

ب- أسباب موضوعية :

- قلة الدراسات التي تهتم بالوعي الجمعي و ربطها بالحسابات الوهمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- موضوع حديث و جديد نظرا لأن الحسابات الوهمية أحدثت انتشار واسع في منصات التواصل الاجتماعي نتيجة تطور التكنولوجيا و تأثيرها على الوعي الجمعي.

- تزايد و انتشار عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي " فيسبوك" خاصة لدى الطلبة الجامعيين كونه الوسيلة التي تعمل على تلبية حاجاتهم و رغباتهم المختلفة.

- معرفة انعكاسات الحسابات الوهمية على الوعي الجمعي.

7 - مفاهيم و مصطلحات الدراسة:

- يعد تحديد المفاهيم خطوة أساسية في البحث العلمي، فهي الوسيلة و الأداة التي تضمن إدراك المعاني، مما تتيح للقارئ إعطاء تصور دقيق للإطار النظري، و بناء على ما تقدم تم تخصيص هذا العنصر للتعريف بمصطلحات الدراسة التي تتمثل فيما يلي:

- انعكاسات:

**لغة:** جاءت مادة ( ع ك س) في اللغة بمعنى: عكس الشيء يعكسه عكسا فانعكس: رد آخره على أوله... و العكس هو الجذب و العطف و الكف و الرد، و المعنى نقل الأشياء على حقيقتها.<sup>1</sup>

**التعريف العام:** الانعكاسات هي الأثار الناتجة عن فعل أو ظاهرة معينة، و الانعكاس هو الصدى الذي تتركه الوسائل و الوسائط الإعلامية.

- **التعريف الإجرائي لمصطلح الانعكاسات:** هو مجموع التحولات السلوكية و المعرفية و النفسية التي تظهر نتيجة التعرض المباشر و الغير المباشر من قبل الوسائط الإعلامية.

<sup>1</sup> العلمي احلام، محاضرات في مقياس الدراسات النقدية المعاصرة، المحاضرة السابعة: نظرية الانعكاس، مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، تخصص نقد و مناهج، جامعة ابن خلدون، تيارت، د.س، ص 1

- الحسابات الوهمية :

- لغة: كلمة الوهم قيل :ما يقع في الذهن من الخاطر -و الطريق الواسع .ج (أوهام، و وهم و وهوم و يقال :لا وهم من ذلك :لا بد منه، و هي واهمة.<sup>1</sup>

- اصطلاحاً: هناك العديد من التعريفات نذكر :

- الحسابات الوهمية أو الذباب الإلكتروني كل ها مصطلحات تصدرت المكان الأكبر في السلوكيات المحظورة منذ ظهور الانترنت و انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، حيث عرفت تلك الحسابات الوهمية على أنها حسابات موجهة من قبل فرد واحد أو جماعات إلكترونية مختصة تهدف الى التغريد عن قضية معينة قد تكون تلك القضية اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية.<sup>2</sup>

- تعرف الحسابات الوهمية بأنها كل سلوك أو فعل غير مشروع يعمد إليه الجاني قاصداً انتحال شخصية شخص آخر ،للاستفادة من سمعته أو ماله أو صالحته عبر شبكات الانترنت<sup>3</sup>

- التعريف الاجرائي لمفهوم الحسابات الوهمية: هي مجموعة من الحسابات الرقمية التي تشبه الحسابات الحقيقية يمكن ان تتمثل في صفحة أو مجموعات أو حسابات شخصية لكنها تكون مزيفة تتواجد على منصات التواصل الاجتماعي يقوم بإنشائها فرد أو جماعات قصد تحقيق هدف معين.

- مواقع التواصل الاجتماعي :

تعدد تعريف مواقع التواصل الاجتماعي نذكر منها :

---

<sup>1</sup> مصطفى ابراهيم و آخرون، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية للنشر و التوزيع، ط4 ، مجمع اللغة العربية، مصر، القاهرة، 2008، ص1060

<sup>2</sup> جمعية ديارنا، دراسة تهدف لإطلاق حملة إلكترونية لمحاربة الحسابات الوهمية في لبنان، تقرير الكتروني على الموقع الرسمي للجمعية، لبنان، د.س، ص1

<sup>3</sup> عرس عفن أ.م حيدر، خنجر براء أحمد، التكييف القانوني لجريمة إنشاء الحسابات الوهمية الإلكترونية، مجلة الكوفة للعلوم القانونية و السياسية، مج16 ، ع59 ، كلية القانون /جامعة الكوفة ، العراق، 2004، ص1029

- اصطلاحا:

- عرفت مواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات و الهوايات نفسها.<sup>1</sup>

- مواقع الشبكات الاجتماعية هي خدمات قائمة على الويب تنشئ مجتمعات افتراضية يتواصل فيها الأشخاص و يتفاعلون مع الأصدقاء و العائلة و المعارف، توفر منصة لمشاركة الآراء و الصور و الموسيقى و مقاطع الفيديو حول موضوع معين، كما تعمل على تعزيز الترابط بين الأشخاص المتنوعين ثقافيا الذين يعيشون في أي جزء من العالم، و أيضا تسمح هذه المقاعد للشباب بالتفاعل الاجتماعي و إيصال وجهة نظرهم في الأمور المختلفة.<sup>2</sup>

- مواقع التواصل الاجتماعي هي وسائل إعلام اجتماعية ظهرت في السنوات الأخيرة و انتشرت بشكل واسع جدا و سريع قياسيا بوسائل التواصل التي سبقتها، و تعد هذه الوسائل من أحدث التطورات التي طرأت على الانترنت و التي صاحبها ظهور العديد من وسائل التكنولوجيا الحديثة.<sup>3</sup>

- التعريف الإجرائي لمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

- يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي هي مجموعة من الشبكات الإلكترونية التي تقوم على إرسال المعلومات و تبادل الأفكار و الأخبار من جهة إلى أخرى افتراضيا عبر

<sup>1</sup> المشهداني سعد سلمان، العبيدي فراس حمود، مواقع التواصل الاجتماعي و خصائص البيئة الاعلامية الجديدة، دار أمجد للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2020، ص84

<sup>2</sup> بخوش شيما، مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في إنتاج السلوك الإنحرافي لدى الشباب (التيك توك نموذجا)، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، مج12، ع1، جامعة " يحي فارس"، المدينة، الجزائر، 2022، ص205

<sup>3</sup> عبود حارث، العاني مزهر، الإعلام و الهجرة في العصر الرقمي، دار الحامد للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2014، ص137

إتاحة مجموعة من التقنيات التفاعلية التي تهدف إلى تقريب المسافات بين الأفراد و تقوية الصلات الاجتماعية .

### - الوعي الجمعي

- من الصعب إيجاد تعريف محدد للوعي الجمعي نظرا للتعريفات المختلفة له لكن يمكن تلخيصه فيما يلي

**لغة:** الوعي : الحفظ و التقدير و - الفهم و سلامة الادراك) و (في) علم النفس : (شعور الكائن الحي بما في نفسه و ما يحيط به<sup>1</sup> .

### - اصطلاحا :

يعرفه عالم الاجتماع إيميل دوركايم "بأنه مجموعة من المعتقدات و العواطف المشتركة لدى متوسط أعضاء المجتمع الواحد و التي تشكل نظاما اجتماعيا محددًا له حياته الخاصة به<sup>2</sup> .

- يقول دوركايم لكي نستطيع أن نفهم قوة المجتمع يجب أن نعرف أن اجتماع الأفراد ينتج عنه ما يسمى بالضمير الجمعي ينشأ عن اتحاد و تفاعل الضمائر الفردية إلا أن هذا الاتحاد ينتج عنه حقيقة من نوع آخر بصفات لا توجد في العناصر المكونة لها، فالذي يحدث عند تكون المجتمع يمكن تشبيهه تماما بالتركيب الكيميائي..و هكذا نجد الضمير الجمعي للجماعة أو المجتمع يتكون من تفاعل ضمائر الأفراد المكونين للجماعة أو المجتمع و ينتج هذا الضمير الجمعي الذي يعبر عن فكرة و اتجاه متميز عن الضمير الفردي لكل فرد من أفراد الجماعة أو المجتمع<sup>3</sup> .

- **التعريف الإجرائي لمفهوم الوعي الجمعي :** الوعي الجمعي هو ذلك النسق الشامل ل مجموع القيم و السلوك، المعتقدات، الآراء و المدركات الجمعية لدى أعضاء الجماعة،

<sup>1</sup> مصطفى ابراهيم و آخرون ، المرجع السابق، ص1045

<sup>2</sup> فياض محمود حسام الدين، إيميل دوركايم المنهج التفسيري في دراسة الظواهر الاجتماعية كأشياء، دراسة في علم الاجتماع البنائي، مكتبة نحو اجتماع تنويري للنشر و التوزيع، ط1 ، القاهرة، 2018، ص.21

<sup>3</sup> غريب عبد السميع غريب، علم الاجتماع مفهومات-موضوعات-دراسات، مؤسسة شباب الجامعة، ط1، كلية الآداب، جامعة حلوان، الاسكندرية، 2009، ص.44-45

يقوم على علاقة تفاعلية بين هؤلاء الأفراد حيث تعمل هاته العناصر على توجيه السلوك الاجتماعي.

#### - فيسبوك

هناك العديد من التعريفات لموقع فيسبوك نذكر منها:

#### - اصطلاحا:

- هو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، قد عرف موقع ويب أوبديا الموقع الالكتروني الاجتماعي على أنه التعبير المستخدم لوصف أي موقع الكتروني يخول مستخدميه إنشاء ملفات شخصية و نشرها بشكل علني، عبر ذلك الموقع و تكوين علاقات مع مشتركين آخرين على نفس الموقع يكون بإمكانهم الدخول إلى ملفاتهم الشخصية<sup>1</sup>

- موقع فيسبوك: هو أكبر منصة تواصل اجتماعي في العالم، مع أكثر من 2 مليار مستخدم نشط شهريا يسمح للمستخدمين بالتواصل مع الأصدقاء والعائلة، ومشاركة المحتوى، والانضمام إلى المجموعات، وإنشاء الصفحات<sup>2</sup>

- **التعريف الإجرائي لموقع فيسبوك:** هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التابع لشركة "Meta" يتيح للأفراد إمكانية إنشاء ملفات شخصية افتراضية بهدف تبادل المعلومات و التفاعل بين مستخدميه و إمكانية إنشاء المحتوى عبر إتاحة مجموعة من الأدوات التي تشمل مقاطع الفيديو، الصور، البث المباشر... وغيرها.

#### 8- الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة واحدة من أهم العناصر التي يجب أن تحتوي في أي بحث علمي نظرا لأهميتها الكبرى التي تفيد الباحث في عدة جوانب.

يرى محمد عبد الحميد: مراجعة الدراسات السابقة يجنب الباحث التكرار غير المقصود، و يجنبه أيضا أخطاء الباحثين السابقين. كما تعد الدراسات السابقة ذات أهمية علمية في

<sup>1</sup> جرار ليلي أحمد، فيسبوك و الشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، ط1، الكويت، 2012، ص.51

<sup>2</sup> عقوني محمد، وسائل التواصل الاجتماعي، دار الفكر للنشر و التوزيع، ط1، دمشق، سوريا، 2024، ص.11

البحث العلمي لأنها تبصر الباحث بموضوعه و تكشف له الجوانب الغامضة و أوجه التشابه و الاختلاف.<sup>1</sup>

و على ضوء هذا، تم التطرق إلى ذكر مجموعة من الدراسات المتمثلة في " المحلية، العربية، و الأجنبية" التي تناولت سواء متغير أو متغيرين من دراستنا التي تحمل عنوان " انعكاسات الحسابات الوهمية في مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الجمعي". سيتم التطرق إلى ذكر أوجه الاختلاف و التشابه بين دراستنا و الدراسات السابقة، و ذكر أوجه الاستفادة من هذه الدراسات على التسلسل الآتي:

### أولاً- الدراسات المحلية:

**الدراسة الأولى:** دراسة نادية بن ورقلة (2013) بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب الجزائري<sup>2</sup>.

- هدفت في دراستها إلى فحص دور الإعلام الجديد في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي في أوساط الشباب العربي، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي، تمثلت عينتها في الاعتماد على العينة القصدية (العمدية) حيث استهدفت الشباب الجامعي من طلبة جامعة الجلفة، استخدمت أداة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة الدراسة، توصلت النتائج إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي خاصة (فيسبوك) تساهم في تنمية الوعي السياسي و تشكيل آراء حول القضايا الراهنة لدى الشباب الجزائري ، فالوعي المكتسب يظل افتراضيا في الغالب، مع التركيز على البحث عن المعلومات البديلة و تجاوز الرقابة الإعلامية.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2000، ص92-94

<sup>2</sup> بن ورقلة نادية، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات و ابحاث، العدد 11، جامعة الجلفة، الجزائر، 2013

**الدراسة الثانية:** دراسة البشير محمدي ( 2023/2022 ) بعنوان نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها في صناعة الرأي العام ( دراسة تحليلية لأخبار الحراك الجزائري عبر موقع فيسبوك).<sup>1</sup>

- هدفت دراسته للتعرف على واقع استخدام مواقع و شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، و تحديد الأدوار التي مارسها الأخبار الكاذبة في هذه المواقع، و التعرف على نوع المضامين الإعلامية المروجة، حيث اعتمد على المنهج الوصفي التحليلي و المسحي، تمثلت عينتها في الاعتماد على العينة القصدية، استخدم أداة تحليل المضمون و أداة استمارة الاستبيان ، توصلت النتائج إلى أن هناك أثر للأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" أثناء فترة الحراك الشعبي على الرأي العام، استنادا لما تم رصده من حجم الاخبار الكاذبة المنتشرة في هذه الفضاءات.

**الدراسة الثالثة:** دراسة بوعكاز ريان و ثامر أمينة(2023/2024) بعنوان تصميم الوعي الجمعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة مسحية على عينة من طلبة متابعي صفحة معتز عزايذة عبر الانستغرام.<sup>2</sup>

- هدفت في دراستهم لمعرفة مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في تصميم الوعي الجمعي، والتعرف على عادات وأنماط متابعة الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي، و انعكاسات مضامين معتز "الانستغرام" على تصميم الوعي الجمعي اتجاه قضية غزة، حيث اعتمدا على المنهج المسحي ، تمثلت عينتها في الاعتماد على العينة القصدية باختيار مجموعة من طلبة متابعي صفحة معتز عزايذة" طلبة جامعة محمد خيضر-بسكرة، استخدمت أداة الاستبانة لجمع المعلومات، توصلت النتائج بصفة عامة إلى أن مواقع التواصل

---

<sup>1</sup> محمدي البشير، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال، بعنوان نشر الاخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و اثرها في صناعة الرأي العام ( دراسة تحليلية لأخبار الحراك الجزائري عبر موقع فيسبوك)، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2023/2022

<sup>2</sup> بوعكاز ريان، ثامر أمينة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، بعنوان تصميم الوعي الجمعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ( دراسة مسحية على عينة من طلبة متابعي صفحة معتز عزايذة عبر الانستغرام، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، تخصص اتصال و علاقات عامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2024/2023

الاجتماعي تزيد من نسبة الانفصال الاجتماعي، والبعد كل البعد عن العالم الواقعي، و مساهمة "الإنستغرام" في تصميم الوعي الجمعي لدى الطلبة الجامعيين من خلال صفحة "معتز عزايذة".

**الدراسة الرابعة :** دراسة هشام شيتور (2023/2024) بعنوان تداول الأخبار المزيفة وتوظيفها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر :دراسة وصفية على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك.<sup>1</sup>

- هدفت دراسته للتعرف على طرق و أهداف توظيف الأخبار المزيفة عبر فيسبوك في الجزائر و الاتجاهات المحتملة التي ترسمها هذه الأخبار لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، اعتمد الباحث على المنهج المسحي، تمثلت عينتها في الاعتماد على العينة القصدية التي استهدفت مستخدمي موقع فيسبوك في الجزائر ، استخدم أداة الاستبانة و كذا أداة المقابلة المقننة التي وجهت للأساتذة الجامعيين في مجال علوم الاعلام و الاتصال توصلت النتائج بصفة عامة إلى أن أغلب المبحوثين يرون أن التعليم الإعلامي النقدي يعلمهم كيفية التحقق من صحة الحقائق المذكورة في الأخبار ، 100 بالمئة من المبحوثين يكشفون زيف المنشورات و الأخبار الزائفة المنتشرة عبر فيسبوك من خلال رؤية مدى عقلانية المعلومات و مطابقتها للواقع.

### ثانيا : الدراسات العربية:

**الدراسة الأولى:** دراسة نوف عبد اللطيف الحزامي (2020) بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي و العقل الجمعي دراسة استقرائية.<sup>2</sup>

- هدفت دراسته إلى إجراء استقراء منهجي للدراسات والنظريات السابقة حول مفهوم العقل الجمعي، و تقديم رؤية نظرية حول طبيعة العلاقة بين العقل الجمعي وبيئة مواقع التواصل،

---

<sup>1</sup> شيتور هشام، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال، بعنوان تداول الاخبار المزيفة و توظيفها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر( دراسة وصفية على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الفترة الممتدة من فيفري 2019 الى ديسمبر 2023، كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2024/2023

<sup>2</sup> الحزامي نوف عبد اللطيف، ورقة بحثية بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي و العقل الجمعي دراسة استقرائية، مجلة الزرقاء للبحوث و الدراسات الانسانية ، المجلد الواحد و العشرون، العدد الثاني، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، 2021.

حيث اعتمد على المنهج الاستقرائي، تمثلت العينة في المادة العلمية المستخلصة من الأدبيات والنظريات السوسولوجية والنفسية التي تناولت مفهوم العقل الجمعي، بالإضافة إلى الملاحظة الاستقرائية للظواهر السلوكية والمحتوى المتداول في فضاء مواقع التواصل الاجتماعي، استخدم أداة تحليل المضمون و الملاحظة، توصلت النتائج إلى أنه يمكن الاستنتاج- بناء على ما توفر من دراسات تم استقراؤها -بأنها تمثل مناخاً ملائماً، وبيئة محفزة لانتشار العقل الجمعي، فهي تدعم تجمع المستخدمين ومتابعيهم لبعضهم عبر العناقد الرقمية، وتجمعهم بناء على الاهتمامات المشتركة، وتقدم لهم محركات البحث نتائج تعتمد على اختيارات الأغلبية؛ مما يدفعهم لاختيارات تتشابه أساساً مع اختيارات الأغلبية، وغير ذلك من السمات التي تدعم آلية التفكير الجمعية وتحفزها، أو ما يسمى بالعقل الجمعي.

**الدراسة الثانية:** دراسة منى جلال عواد (2020) بعنوان الوعي الجمعي و دوره في مرحلة الأزمات دراسة في ضرورات أزمة فيروس كورونا المستجد (Covid19)<sup>1</sup>

- هدفت دراستها إلى بيان الوعي الجمعي ودوره في سياق التأهب والاستعداد لمواجهة تفشي فيروس كورونا المستجد، و كيف ينتشر و يؤثر على الناس حول العالم، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي، و استخدمت أداة تحليل المضمون، توصلت النتائج بصفة عامة إلى أن الوعي الجمعي أهم جانب من جوانب المجتمع وهو بالأساس ظاهرة أو وحدة فكرية ضرورية في مرحلة الأزمات، و أن كورونا فيروس Covid-19 ألحق الكثير من الضرر بالشعوب والدول، فضلاً عن تداعياته الصحية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

---

<sup>1</sup> عواد جلال منى، ورقة بحثية مقدمة الى المؤتمر الدولي الافتراضي الاول: أثر كوفيد 19 على المستوى الصحي و انعكاساته على البعد السياسي و القانوني في العالم، بعنوان الوعي الجمعي و دوره في مرحلة الازمات: دراسة في ضرورات مواجهة ازمة فيروس كورونا المستجد ( Covid-19 )، كلية العلوم السياسية، جامعة بغداد، 2022.

ثالثاً: الدراسات الأجنبية :

الدراسة الأولى: دراسة *Xiao, c, freeman, david mandell, hwa* (2015), *detecting clusters of fake accounts in online social Theodore networks*<sup>1</sup>

-هدفت دراستهم إلى تطوير نظام قابل للتوسع يمكنه الكشف تلقائياً عن مجموعات (عناقيد) الحسابات الوهمية من خلال البحث عن الأنشطة المنسقة فيما بينها، حيث اعتمدوا على المنهج التجريبي، تمثلت عينتها في اعتماد على بيانات ضخمة من LinkedIn و Facebook لتقييم النظام بالنسبة لـ LinkedIn، و تم استخدام بيانات لأكثر من 100 مليون عملية تسجيل دخول، ولـ Facebook بيانات لأكثر من 500 مليون عملية إعجاب Like"، واستخدموا أدوات تقنية لجمع البيانات مُنشئ المجموعات (Cluster Builder) ومُستخرج خصائص الملف الشخصي (Profile Featurizer)، ومُقيّم الحساب (Account Scorer)، توصلت النتائج إلى أن النظام وجد أكثر من مليوني حساب وهمي، و أن أكثر من 99% من هاته الحسابات كانت وهمية بالفعل، SynchroTrap عبارة عن نظام يمكنه اكتشاف مجموعات من الحسابات الخبيثة التي تقوم بأفعال منسقة، و ان النظام فعال في العثور على أعداد كبيرة من الحسابات الوهمية على كل من LinkedIn و Facebook بدقة عالية جداً".

الدراسة الثانية: دراسة *Harish, R.Naveen Kumar, Dr. J. Briso Becky* (2023) *fake profile detection using machine learning*<sup>2</sup>

<sup>1</sup> *Xiao, c, freeman, david mandell, hwa theodore, detecting clusters of fake accounts in online social networks, in proceedings of the 22nd acm sigsac conference in computer and communications security, usa*

<sup>2</sup> *Harish, R.Naveen Kumar, J. Briso Becky Bell, fake profile detection using machine learning, international journal of scientific research in science, engineering and technology (igsrset),10(2), 2023 2015*

- هدفت دراستهم إلى استخدام تقنيات تعلم الآلة للتمييز بين الحسابات المزيفة و الحقيقية ، و مكافحة الحسابات التي تستخدم لنشر الرسائل المزعجة (spam) حيث اعتمدوا على المنهج التجريبي و المنهج المقارن ، تمثلت عينتها في استخدام عينة بيانات رقمية من نوع (Dataset) مسحوبة من منصة تويتر، واستخدموا أدوات جمع البيانات المتمثلة في برمجيات و خوارزميات التعلم الآلي ، توصلت النتائج إلى أن الحسابات المزيفة تمتلك القدرة على التأثير على الأفكار مثل النفوذ والشعبية، و ان تقنيات التعلم الآلي تتمتع بكفاءة عالية في كشف الحسابات الوهمية التي تدار برمجيا (Bots)

*الدراسة الثالثة: دراسة femi oian, uchitha gayawickrama, Gana suklan Emmanuel ijiemwonyi arakpojun, Shaofenj liu (2024) fake news on social media :the impact on society.<sup>1</sup>*

هدفت دراستهم إلى فهم مدى تأثير الاخبار الكاذبة على المجتمع، و تحليل هذا التأثير باستخدام اطار مفاهيمي، حيث اعتمدوا على المنهج الوصفي و المسحي، شملت عينتها 356 مفردة، استخدموا أداة الاستبيان لجمع المعلومات، توصلت النتائج إلى أن الأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الاجتماعي تساهم في تفكك المجتمع، و وجود انقسام في القيم المجتمعية حيث ان المجتمعات تمتلك القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية من الأخبار الكاذبة.

2- التعقيب على الدراسات السابقة :

- أوجه التشابه و الاختلاف:

- المتغيرات:

- تتفق دراستنا الحالية مع الدراسات المحلية كل من : دراسات نادية بن ورقلة (2013)، و بوعكاز ريان وثامر أمينة(2023/2024) ، وهشام شيتور (2023/2024) من حيث اعتمادها على مواقع التواصل الاجتماعي كفضاء بحثي، كما توجد نقاط تقاطع مع

---

<sup>1</sup> femi oian, uchitha gayawickrama, Gana suklan, Emmanuel ijiemwonyi arakpojun, Shaofenj liu, fake news on social media :the impact on society, information systems frontiers,26(2),2024

دراسة بوعكاز ريان وثامر أمينة فيما يتعلق بموضوع الوعي الجمعي، بينما لا توجد دراسات محلية ركزت بشكل مباشر على الحسابات الوهمية كمتغير مستقل وهذا ما يعزز من أهمية الدراسة الحالية وحاجتها الماسة في البيئة البحثية الجزائرية، أما على مستوى الدراسات العربية فلا نجد هناك تشابه من حيث المتغير المستقل المتمثل في الحسابات الوهمية ، اما من حيث المتغير الوسيط المتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي نجد أنها تتوافق مع دراسات كل من: منى جلال عواد (2020) ونوف عبد اللطيف الحزامي من حيث المتغير التابع المتمثل في الوعي الجمعي.

- أما بالنسبة للدراسات الأجنبية فتتشابه دراستنا الحالية مع دراسات *Harish et al. (2023)* و *Xiao, c, freeman, david mandell, hwa theodore (2015)* و دراسة *femi oian.uchitha gayawickrama. Gana sukhan. Emmanuel (2024)* و *ijiemwonyi arakpojun. Shaofenj liu (2024)* من حيث التركيز على الحسابات الوهمية وتقنيات الكشف عنها، كما تتفق دراسة *Kao Xiao* وآخرون و الدراسة الثانية مع دراستنا الحالية من حيث تناولها لبيئة الشبكات الاجتماعية و تأثيرها على المجتمع كإطار لتحليل الظاهرة.

#### - المنهج المستخدم:

- تتفق دراستنا الحالية مع أغلب الدراسات المحلية في اعتمادها على المنهج الوصفي المسحي، وهو ما يتلاءم مع طبيعة الدراسات الإعلامية التي تهدف إلى وصف الظواهر وتحليلها ميدانياً، أما الدراسات العربية: تتفق الدراسة الحالية مع دراسة منى جلال عواد (2020) من حيث الاعتماد على المنهج الوصفي، والذي يُعد مناسباً لدراسة الظواهر الاجتماعية وتحليلها، في المقابل، تختلف الدراسة الحالية مع: دراسة نوف عبد اللطيف الحزامي (2020) التي اعتمدت على المنهج الاستقرائي أما الدراسات الأجنبية فهناك توافق مع دراسة *femi oian.uchitha gayawickrama. Gana sukhan. Emmanuel (2024)* و *ijiemwonyi arakpojun. Shaofenj liu (2024)* أما الاختلاف فنجده مع دراسة *Harish* وآخرون (2023) حيث اعتمدت هذه الأخيرة على المنهج التجريبي، أما دراسة *Kao Xiao* وآخرون (2014) فاعتمدت على المنهج التجريبي.

### - أدوات جمع البيانات:

- تتفق دراستنا الحالية مع دراسة كل من : هشام شيتور (2023/2024) وبوعكاز ريان وثامر أمينة (2024/2023) و دراسة نادية بن ورقلة (2013) والبشير محدي(2022) من حيث الاعتماد على أداة الاستبيان في جمع البيانات، في المقابل، تختلف الدراسة الحالية مع باقي الدراسات السابقة، حيث اعتمدت كل دراسة على أدوات تتناسب مع طبيعتها المنهجية؛ إذ تم الاعتماد في عدد منها على أداة تحليل المضمون، أما الدراسات الأجنبية فتتفق مع دراسة *femi oian.uchitha gayawickrama. Gana sukhan.* *Emmanuel ijienwonyi arakpojun. Shaofenj liu* (2024) و تختلف مع باقي الدراسات.

### - العينة:

- تتفق الدراسة مع كل الدراسات المحلية من حيث اعتمادها على العينة القصدية، والتركيز على فئة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، لا سيما مستخدمي موقع فيسبوك. في المقابل، تختلف الدراسة الحالية مع بعض الدراسات الأخرى التي اعتمدت عينات قائمة على البيانات الرقمية كما في الدراسات الأجنبية التي اعتمدت على قواعد بيانات ضخمة مستخرجة من منصات التواصل الاجتماعي .

### 3- التعليق على الدراسات السابقة:

#### - جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

مما لا شك فيه أن الدراسة الحالية استفادت كثيرا من الدراسات السابقة و من جوانب الاستفادة العلمية ما يلي:

1- استفادت الدراسة الحالية من جميع الدراسات السابقة للوصول إلى المنهج المناسب لهذه الدراسة.

2- تم الاعتماد على عدد من الدراسات في إثراء الإطار النظري، من بينها دراسة نادية بن

ورقلة (2013) بالإضافة إلى دراسة بوعكاز ريان وثامر أمينة(2023/2024)

3- وظفت الدراسة الحالية توصيات و مقترحات الدراسات السابقة في دعم مشكلة الدراسة و أهميتها

4- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تفسير النتائج .

## 9- المقاربة النظرية للدراسة :

تم الاعتماد على نظرية دوامة الصمت التي تعد من أهم نظريات التي تفسر السلوك الاجتماعي داخل المجتمع، و التي ترى ان الافراد يميلون الى العزلة بدلا من الإبداء بآرائهم حتى و إن كانت صحيحة، و هذا عائد للخوف من الحكم الاجتماعي.

- **نظرية دوامة الصمت:** هي من النظريات التي حللت دور وسائل الاتصال في التأثير على الرأي العام على المدى الطويل و خاصة الحملات السياسية و الانتخابية، و انطلقت هذه النظرية من أفكار عالم الاتصال " نويل نيومان".<sup>1</sup>

- تعد هذه النظرية من أكثر نظريات الاعلام علاقة بتكوين الرأي العام في المجتمع، هذه النظرية طورتها الباحثة الالمانية اليزابيث نويل- نيومان ، و تشير إلى أن عملية تكوين الرأي العام تتداخل فيها عوامل نفسية و اجتماعية و ثقافية و سياسية، بالإضافة الى تأثير وسائل الاعلام في تكوين الاتجاه السائد حول القضايا المثارة في المجتمع.<sup>2</sup>

### - تبريرات استخدامها:

- اعتمدت دراستنا على نظرية لولب الصمت كمقاربة سوسيولوجية، حيث تعد من أبرز النظريات التي يمكن إسقاطها على موضوعنا ذلك لأنها تفسر لماذا الأفراد يميلون إلى الصمت و العزلة أمام سطوة الحسابات الوهمية، حيث أن هذه الحسابات تعمل على تزييف المجال العام الرقمي مما تدفع بالمستخدمين إلى تبني " الصمت " خوفا من العزلة و التهميش الاجتماعي ، فهذه النظرية لها القدرة عن الكشف على الآثار التي تعكسها الحسابات الوهمية في موقع فيسبوك على الوعي الجمعي، و لأن العالم الافتراضي يعكس الواقع الاجتماعي فتغيب الهوية الواقعية للفرد بحيث يتم استبدالها بهوية اخرى يعبر فيها الفرد المستخدم بحرية أكبر بعيدا عن الخوف من حكم المجتمع.

<sup>1</sup> المشاقبة بسام عبد الرحمن، نظريات الاتصال ،دار المسامة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2011، ص 85

<sup>2</sup> بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامية، العبيكات للنشر، ط1، الرياض، 2014، ص141

- كما تم الاعتماد على نظرية الاستخدامات و الإشباعات و التي تعد من النظريات التي احدثت تحولا جذريا في بحوث الاعلام، حيث نقلت التركيز من السؤال التقليدي "ماذا يفعل الإعلام بالناس"؟ الى سؤال اكثر عمقا "ماذا يفعل الناس بالإعلام" ؟
- **نظرية الاستخدامات والإشباعات:** "هي دراسة جمهور وسائل الاعلام الذين يتعرضون لدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة.
- نقلت هذه النظرية حقل الدراسات من المفهوم السلبي للجمهور الإعلامي الى المفهوم الإيجابي القائم على إدراك أن أعضاء هذا الجمهور هم أناس فاعلون، يصطفون من الإعلام المضامين و الوسائل التي يفضلونها<sup>1</sup>.

#### - تبريرات استخدامها:

- تم استخدام نظرية الاستخدامات و الإشباعات في دراستنا كونها ترى أن المستخدم نشط يتفاعل مع الرسائل الإعلامية و يختار لما يتعرض له فهي ترى أن المستخدم ليس سلبيا بل يمتلك إرادة واعية تدفعه لاختيار المضامين التي تخدم أهدافه الشخصية، فإن استخدام هذه النظرية في دراستنا تهدف الى كشف كيف يقوم طلبة الإعلام و الاتصال باستخدام موقع "فيسبوك" كأداة لإشباع حاجاتهم و رغباتهم.

#### 10- منهج الدراسة:

**المنهج في اللغة:** يعني الطريق، بمعنى أبائنه و أوضحه، و نهجه بمعنى سلكه بوضوح و استبانة.<sup>2</sup>

- لا بد على كل باحث الاستعانة بمنهج معين في بحثه وذلك للوصول إلى نتائج علمية وموضوعية، فالمنهج هو الطريقة التي يتعين على الباحث أن يلتزم بها في بحثه ، حيث

---

<sup>1</sup> بوذينة نعيمة، اطروحة شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي و اثرها على الراي العام الجزائري دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي جامعة الجلفة نمونجا 2016/2017، كلية علوم الاعلام و الاتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3، الجلفة، 2017/2018

<sup>2</sup> ابن المنصور أبي الفضل جمال الدين الأنصاري محمد بن مكرم، لسان العرب ، دار صادر، ج،2، بيروت، 1993،

يتقيد بإتباع مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير البحث للوصول إلى الحلول الملائمة لمشكلة البحث.<sup>1</sup>

- أما بالنسبة لدراستنا هاته فقد تم استخدام "المنهج الوصفي" ملائمة لطبيعة الدراسة الميدانية، حيث يستهدف وصف و رصد الواقع من خلال الحث عن انعكاسات الحسابات الوهمية على الوعي الجمعي لدى مستخدمي موقع فيسبوك، فهذا المنهج لا يتوقف على جمع البيانات فحسب بل يمتد إلى تفسير تلك البيانات للوقوف على دلالاتها الإحصائية للتوصل إلى نتائج دقيقة تساهم في معرفة الآثار التي تحدثها الحسابات الوهمية في الفضاء الرقمي.

و هذا ما استلزم علينا استخدام المنهج المسحي في دراستنا و ذلك لتقديم تفسير علمي لتصورات المبحوثين حول انعكاسات الحسابات الوهمية على وعيهم الجمعي، إضافة إلى التعمق أكثر في الظاهرة المدروسة للحصول على معلومات و بيانات من الجمهور تخدم أهداف البحث.

- عرف المنهج الوصفي بأنه "هو ذلك المنهج الذي يهدف إلى وصف و تفسير ظاهرة معاصرة"، كما يعرف المنهج الوصفي "بأنه ذلك المنهج الذي يهدف إلى جمع معلومات و حقائق منفصلة تصف الظواهر المعاصرة و ذلك بغرض : التعرف على الحالة الراهنة لمجتمع البحث حسب المتغير المراد دراسته، التعرف على المشكلات التي يعاني منها مجتمع البحث.<sup>2</sup> ...

---

<sup>1</sup> العاني عبد القهار داود، منهج البحث والتحقيق في الدراسات العلمية والانسانية، دار وحي القلم للنشر و التوزيع، ط1، دمشق، 2014، ص.11

<sup>2</sup> السامرائي نبيهة صالح، محاضرات في مناهج البحث العلمي للدراسات الإنسانية، نموذج لكتابة أطروحة و الدفاع عنها، دار الجنان للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2014، ص61

- أما بالنسبة للمنهج المسحي حسب ما عرفه الباحث ذوقان عبيدات: " بأنه المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي و جوانب قوتها و ضعفها <sup>1</sup> .

### 11- أدوات جمع البيانات:

- تعد أدوات جمع البيانات من المراحل الأساسية في البحث العلمي، و من أبرز الخطوات التي يعتمد عليها الباحث في أي دراسة كانت، فمن المعلوم أنه توجد العديد من الأدوات البحثية و اقتصرنا في بحثنا على أداتين لجمع البيانات نظرا لطبيعة الموضوع وهي: أداة استمارة الاستبيان التي من خلالها تم جمع المعلومات الكافية من قبل طلبة الاعلام و الاتصال بالجلفة ، أما بالنسبة للأداة الثانية فهي أداة الملاحظة البسيطة.

### أ- أداة استمارة الاستبيان:

- تم الاعتماد على أداة استمارة الاستبيان كمرحلة أولى في جمع البيانات و تم هذا عن طريق إعدادها بتأسيس محاورها التي تقوم على أساس التساؤلات الرئيسية للدراسة، حيث أن كل تساؤل رئيسي يشكل محورا من محاور الاستبيان ، بحيث تحتوي على عدة تساؤلات أساسية تتدرج ضمن المحاور لقياس متغيرات الدراسة، و السبب الراجع لاختيار هاته الأداة لجمع البيانات يرجع لنوع الدراسة " ميدانية " حيث أن أغلب الدراسات الميدانية يتم فيها الاعتماد على أداة استمارة الاستبيان لأن طبيعة الدراسة كمية، و نظرا لطبيعة مجتمع البحث و الذي يتمثل في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك"، الأمر الذي جعل استمارة الاستبيان أداة أساسية للاعتماد عليها في جمع البيانات لهذه الدراسة.

- يعرف الاستبيان بأنه: مجموعة من الأسئلة المصممة للتوصل من خلالها إلى حقائق يهدف إليها البحث.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> بن مرسلني أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010، ص 286.

<sup>2</sup> بن محمود الجرجاوي زياد بن علي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح، ط1، فلسطين، 2010، ص16

- يعد الاستبيان من أكثر أدوات البحث الكمي شيوعاً في الاستخدام في ميادين الدراسة المتعلقة بعلوم الاجتماع، التربية، الإعلام<sup>1</sup>

- تم استخدام أداة استمارة استبيان بتوزيعها على عينة من مستخدمي موقع "فيسبوك" المتمثلة في كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية قسم الإعلام و الاتصال بجامعة الشهيد زيان عاشور بالجلفة تحديداً طلبة السنة الثالثة ليسانس تخصص إعلام و طلبة أولى ماستر بكلا تخصصيه لجمع معلومات عن موضوع الدراسة، كما قد تم إعداد و توزيع استمارة استبيان إلكترونية على طلبة السنة الثانية ماستر تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة و تخصص سمعي بصري بدل التوزيع الورقي نظراً لعدم وجود دراسة خلال السداسي الثاني و انشغالهم بإعداد مذكرة تخرج وقد استعملنا الإستبيان المغلق والمفتوح باستخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة استجابة المبحوثين، حيث ضم الاستبيان 34 سؤال وعبارة موزعة على قسمين:

**القسم الأول: البيانات الشخصية:** يتضمن المعلومات الشخصية لأفراد العينة والمتمثلة في:

الجنس، السن، المستوى التعليمي، التخصص، معدل استخدام فايسبوك، أقدمية حساب فايسبوك.

**القسم الثاني:** يضم هذا الجزء 4 محاور لقياس انعكاسات الحسابات الوهمية في مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الجمعي

- المحور الأول: يضم هذا المحور 8 عبارات (1-8) لقياس تضليل الرأي العام
- المحور الثاني: يضم هذا المحور 9 عبارات (9-17) لقياس رأي عام مصطنع تخلقه الحسابات الوهمية
- المحور الثالث: يضم هذا المحور 6 عبارات (18-23) لقياس توجيه الوعي الجمعي

<sup>1</sup> قنديلجي عامر ابراهيم، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، ط1، عمان، 2007، ص205

○ **المحور الرابع:** يضم هذا المحور 4 عبارات (24-27) لقياس الحسابات الوهمية والتحرر من ضغط المجتمع ومن أجل قياس درجة استجابة أفراد عينة الدراسة حول فقرات الاستبيان تم استخدام مقياس ليكرث الخماسي كما هو موضح في الجدول التالي:

**الجدول رقم (01):** جدول توزيع مقياس ليكرث الخماسي

درجة الموافقة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الوزن	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطالبتين

تم تحديد مجال المتوسط الحسابي المرجح من خلال حساب المدى بالفرق بين أعلى وأقل درجة بمقياس ليكرث الخماسي (4=1-5) ثم تقسيمه على 5 للحصول على طول الخلية (0.8=4/5) ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (1) وذلك لتحديد الحد الأدنى لهذه الخلية وهكذا أصبح طول الخلايا ودرجتها كما يلي:

**الجدول رقم (02):** يبين فئات مقياس ليكرث ودلالاتها

الإجابة	مجال المتوسط الحسابي	الدرجة
لا أوافق بشدة	من 1 إلى 1,79	منخفضة جدا
لا أوافق	من 1,80 إلى 2,59	منخفضة
محايد	من 2,60 إلى 3,39	متوسطة
أوافق	من 3,40 إلى 4,19	مرتفعة
أوافق بشدة	من 4,20 إلى 5	مرتفعة جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على الدراسات السابقة

**ب-الملاحظة:**

- **تعرف الملاحظة بأنها:** التركيز المتوقع على سلوك فرد معين أو مجموعة معينة فهو تتبع و رصد التغيرات بحيث يمكن للباحثين فقط وصف السلوك و تحليله و تقييمه.

- **الملاحظة البسيطة:** هي الملاحظة الغير منضبطة و التي تشمل المراقبة و الاستماع الى صور مبسطة للظواهر و الأحداث التي تحدث تلقائيا في ظل الظروف الطبيعية دون الحاجة إلى رقابة علمية.<sup>1</sup>

- لقد اعتمدنا في دراستنا على أداة الملاحظة البسيطة، من خلال مراقبة و ملاحظة البيئة المحيطة و طريقة تعامل المبحوثين أثناء الإجابة من خلال ملاحظة سلوكهم أثناء الإجابة على استمارة الاستبيان مثل: مدى جديتهم، لغة الجسد، التساؤلات المطروحة المباشرة و الغير مباشرة من قبلهم، و قد أتاح لنا هذا الدمج المقارنة بين الآراء المعلنة في الاستبيان و السلوكيات الفعلية الملاحظة في الميدان.

## 12- إجراءات الصدق و الثبات:

- **إجراءات الصدق:** نظرا للإجراءات المعمول فيها في الأبحاث المتعلقة بدراسة الجمهور، تم تصميم استمارة الاستبيان و عرضها على الأستاذ المشرف، و تم عرضها كذلك على مجموعة من محكمين "أساتذة تخصص الإعلام و الاتصال" ( انظر الى الملحق الخاص بجدول المحكمين لاستمارة الاستبيان)، حيث تم توثيق كافة الملحوظات التي أبدتها الأساتذة و أخذها بعين الاعتبار من أجل تعديل الاستبيان في نسخته النهائية.

- قبل الشروع في الاختبارات و جب التأكد فيما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا ولأن حجم العينة 100، فحسب نظرية النهاية المركزية أنه عند أخذ عينات عشوائية كبيرة كفاية مع إرجاع، من مجتمع إحصائي ذي متوسط حسابي وانحراف معياري، فإن التوزيع الاحتمالي لأوساط هذه العينات يقترب من التوزيع الطبيعي. هذا صحيح بغض النظر عن نوع التوزيع الاحتمالي للمجتمع سواء كان طبيعيا أو لا.

---

<sup>1</sup> مزروع السعيد، محاضرة في مقياس تصميم و بناء ادوات البحث العلمي، بعنوان ( الاستبيان - المقابلة-الملاحظة-الاجتبار)، موجهة لطلبة السنة الاولى ماستر نشاط بدني رياضي مدرسي، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2023/2024، 4

وبالتالي فإنه يمكن إجراء الاختبارات المعلمية خلال المراحل القادمة من الدراسة والتي تتعلق بدراسة الفرضيات والتأكد من مدى صحتها.

### أ- صدق الاتساق الداخلي للأداة

تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي لأداة الاستبيان من خلال احتساب معامل ارتباط بيرسون بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وذلك باستخدام برنامج SPSS. ويُعد هذا الإجراء ضرورياً للتأكد من صلاحية العبارات في قياس محاور الدراسة.

### 1- المحور الأول: مساهمة الترنند في تضليل الرأي العام

الجدول رقم (03): معاملات الارتباط لصدق الاتساق الداخلي لمحور تضليل الرأي العام

القرار	مسد توى الدلالة Sig	م عامل الارتباط	العبارات	لرقم
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,617	أقضي وقتا طويلا في تصفح موقع فيسبوك	1
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,427	أعتقد أن القضايا التي تشكل ترند هي الأكثر أهمية	2
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,475	أثق في المعلومات المتداولة من طرف عدد كبير من المستخدمين حتى ولو كانت من مصادر غير موثوقة	3
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,570	عندما أرى تفاعلا كبيرا أصدق الخبر	4
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,560	أعتمد على الأخبار الشائعة كمصدر لمعلوماتي	5
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,418	يؤثر حجم الاعجابات والتعليقات على وجهة نظري اتجاه القضايا	6
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,410	أجد نفسي أعطي أهمية للقضايا التي يكثر حولها الآراء	7
دال عند 0.05	0,0 29	0 ,219	أدرك أن هناك حسابات وهمية تروج لقضايا تخدمها	8

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن جميع عبارات محور تضليل الرأي العام قد حققت معاملات ارتباط موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) أو (0.05)، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.219) و(0.617)، وهي قيم تفوق الحد الأدنى المقبول إحصائياً في الدراسات الاجتماعية، مما يدل على وجود اتساق داخلي جيد بين العبارات والدرجة الكلية للمحور.

كما تشير النتائج إلى أن جميع العبارات تسهم بشكل فعال في قياس البعد المراد دراسته، دون وجود عبارات ضعيفة أو غير مرتبطة بشكل جوهري بالمحور، رغم أن العبارة رقم (08) " أدرك أن هناك حسابات وهمية تروج لقضايا تخدمها" سجلت أقل قيمة ارتباط (0.219)، إلا أنها تبقى دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، مما يبرر الإبقاء عليها ضمن المحور وعدم حذفها.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن محور تضليل الرأي العام يتمتع بصدق اتساق داخلي مقبول إلى جيد، ويُعد صالحاً للتطبيق الميداني والتحليل الإحصائي في الدراسة الحالية.

## 2- المحور الثاني: تأثير ضخامة التفاعل في خلق الرأي العام المصطنع

الجدول رقم ( 04): معاملات الارتباط لصدق الاتساق الداخلي لمحور الحسابات الوهمية تخلق رأياً عاماً مصطنعاً

الرقم	العبارات	م عامل الارتباط	مسد توى الدلالة Sig	القرار
9	ينجذب انتباهي إلى المنشورات التي تحظى بتفاعل ضخم	0,604	0,000	دال عند 0.01
0	أجد نفسي أهتم بموضوعات هامشية لأن الحسابات الوهمية ضخمتها	0,290	0,003	دال عند 0.01
1	أحيانا أجد نفسي أتبنى نفس ما تروج له الصفحات من أخبار	0,446	0,000	دال عند 0.01
2	عندما أرى تفاعلاً ضخماً أشعر أن الجميع مؤيد	0,412	0,000	دال عند 0.01
3	عند تكرار الخبر أجد نفسي أبتلعه أو أهضمه	0,513	0,000	دال عند 0.01
	كثرة الحسابات التي تدعم فكرة واحدة تجعلها تبدو حقيقية	0	0,000	دال عند

0.01	06	,274		4
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,629	أصدق كل الأخبار المروج لها في فترة الأزمات على موقع فيسبوك	5
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,482	التدفق الكثيف للمعلومات من قبل الحسابات الوهمية الى تظليلي مما يجعلني عاجزا عن تمييز الحقيقة	6
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,389	أصدق الشائعات المنشورة في موقع فيسبوك	7

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن جميع عبارات محور الحسابات الوهمية تخلق رأياً عاماً مصطنعاً قد حققت معاملات ارتباط موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.274) و(0.629)، وهو ما يشير إلى وجود اتساق داخلي مقبول إلى جيد بين فقرات المحور والدرجة الكلية له.

كما تُظهر النتائج أن أغلب العبارات ترتبط بشكل واضح بالمحور، حيث سجلت العبارة رقم (15) "أصدق كل الأخبار المروج لها في فترة الأزمات على موقع فيسبوك" أعلى معامل ارتباط (0.629)، مما يعكس دورها القوي في قياس تأثير الحسابات الوهمية خلال فترات الأزمات، في حين سجلت العبارة رقم (14) "كثرة الحسابات التي تدعم فكرة واحدة تجعلها تبدو حقيقية" أقل قيمة ارتباط (0.274)، ومع ذلك تبقى دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يبرر الإبقاء عليها ضمن بناء المحور.

وبناءً على ذلك يمكن الاستنتاج أن هذا المحور يتمتع بصدق اتساق داخلي مقبول إحصائياً، ويعكس قدرة عبارات الاستبيان على قياس مفهوم تشكيل رأي عام مصطنع الناتج عن تأثير الحسابات الوهمية على موقع فيسبوك.

### 3- المحور الثالث: الحسابات الوهمية و توجيه الوعي الجمعي

الجدول رقم (05): معاملات الارتباط لصدق الاتساق الداخلي لمحور توجيه الوعي الجمعي

القرار	مسد توى الدلالة Sig	م عامل الارتباط	العبارات	لرقم
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,534	تطرح القضايا دائما بشكل "إما مع أو ضد" مما يجعلني محاصرا	8

دال عند 0.05	0,0 48	0 ,198	ألجأ إلى قيمي الأخلاقية للحكم على بعض القضايا	9
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,612	لا أعلق في حسابي الأصلي بسبب الخوف من الرقابة الاجتماعية المباشرة	0
دال عند 0.01	0,0 05	0 ,719	أهرب من التمر الذي يطالني في حسابي الأصلي	1
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,780	أتبنى الصمت خوفاً من العزلة الاجتماعية	2
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,662	تفرض المكانة الاجتماعية البقاء مشاهداً فقط	3

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن عبارات محور توجيه الوعي الجمعي قد حققت معاملات ارتباط موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) و (0.05)، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.198) و (0.780)، وهو ما يعكس وجود اتساق داخلي مقبول إلى قوي بين فقرات المحور والدرجة الكلية له.

كما تشير النتائج إلى أن معظم العبارات تمتلك قوة ارتباط جيدة مع المحور، حيث سجلت العبارة رقم (22) "أتبنى الصمت خوفاً من العزلة الاجتماعية" أعلى معامل ارتباط (0.780)، مما يدل على دورها البارز في قياس جانب الصمت الاجتماعي والخوف من العزلة، في حين سجلت العبارة رقم (19) "ألجأ إلى قيمي الأخلاقية للحكم على بعض القضايا" أدنى قيمة ارتباط (0.198)، وهي قيمة ضعيفة نسبياً مقارنة ببقية الفقرات، لكنها تبقى دالة إحصائياً عند مستوى (0.05)، مما يبرر الإبقاء عليها مع ضرورة التنبيه إلى محدودية قوتها التفسيرية داخل المحور.

وبناءً على ذلك يمكن القول إن محور توجيه الوعي الجمعي يتمتع بصدق اتساق داخلي مقبول إجمالاً، مع وجود تفاوت في قوة ارتباط بعض العبارات، دون أن يؤثر ذلك على صلاحية المحور للاستخدام في الدراسة الميدانية.

#### 4-المحور الرابع:دوافع استخدام الحسابات البديلة في التحرر من ضغط المجتمع

الجدول رقم ( 06): معاملات الارتباط لصدق الاتساق الداخلي لمحور الحسابات الوهمية والتحرر من ضغط المجتمع

القرار	مسد توى الدلالة Sig	م عامل الارتباط	العبارات	لرقم
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,482	شكل نشاط الحسابات الوهمية ضغطا نفسيا يدفعني للصمت تجنباً لمعارضة الرأي السائد	4
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,616	تساهم الحسابات البديلة في الهروب أو التحرر من الضغط الإجتماعي	5
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,719	ألجأ إلى إنشاء حساب آخر للتعبير عن رأيي بحرية على مختلف الموضوعات	6
دال عند 0.01	0,0 00	0 ,644	استخدم ميزة مجهول الهوية لمناقشة قضايا حساسة لا أجرأ على طرحها باسمي	7

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين أن عبارات محور الحسابات الوهمية والتحرر من ضغط المجتمع قد حققت معاملات ارتباط موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، حيث تراوحت قيم معاملات الارتباط بين (0.482) و(0.719)، وهو ما يدل على وجود اتساق داخلي جيد بين فقرات المحور والدرجة الكلية له.

كما تشير النتائج إلى أن جميع العبارات مرتبطة بشكل قوي نسبياً بالمحور، حيث سجلت العبارة رقم (26) " ألجأ إلى إنشاء حساب آخر للتعبير عن رأيي بحرية على مختلف الموضوعات" أعلى معامل ارتباط (0.719)، مما يعكس أهميتها في قياس سلوك إنشاء حسابات بديلة للتعبير عن الرأي بحرية، في حين سجلت العبارة رقم (24) " شكل نشاط الحسابات الوهمية ضغطا نفسيا يدفعني للصمت تجنباً لمعارضة الرأي السائد" أقل قيمة ارتباط (0.482)، لكنها تبقى ضمن المستوى المقبول إحصائياً ودالة عند (0.01)، مما يؤكد صلاحيتها ضمن بناء المحور.

وبناءً على ذلك يمكن الاستنتاج أن محور الحسابات الوهمية والتحرر من ضغط المجتمع يتمتع بصدق اتساق داخلي مقبول إلى جيد، ويعكس قدرة فقراته على قياس البعد الذي صُمم من أجله في الدراسة الميدانية.

#### ب- اختبار الثبات

تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة، وهو مؤشر يُستخدم لتقدير درجة ثبات الاستبيان، مما يعكس مدى دقة النتائج وقابليتها للتكرار من قبل باحثين آخرين في ظروف مشابهة، وبالتالي يُعد أداة أساسية للحكم على قابلية تعميم نتائج الدراسة. تتراوح قيمة معامل ألفا كرونباخ بين 0 و 1، وتُفسر كما يلي:

- إذا كانت القيمة أقل من 0.60: ثبات ضعيف، ويتطلب تعديل الأداة.
- من 0.60 إلى أقل من 0.70: ثبات مقبول.
- من 0.70 إلى أقل من 0.80: ثبات جيد.
- من 0.80 فما فوق: ثبات ممتاز.

تم احتساب معامل الثبات باستخدام برنامج SPSS إصدار 27، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول رقم (07): معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان

المحاور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
الاستبيان ككل	27	0,777

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة معامل ألفا كرونباخ للاستبيان ككل (0.777)، وهي قيمة مرتفعة تؤكد أن الأداة تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي والثبات العام، مما يعزز موثوقية النتائج وقابليتها للتفسير العلمي.

وبناءً على هذه النتائج يمكن الحكم بأن الاستبيان صالح من حيث الثبات، ويمكن الاعتماد عليه في اختبار فرضيات الدراسة وتحليل البيانات الميدانية بثقة علمية مقبولة.

### 13- مجتمع البحث وعينته:

- يعد تحديد مجتمع البحث خطوة أساسية و من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية حيث يتوقف عليها إجراء البحث و تصميمه و أيضا النتائج مما يتطلب دقة بالغة في اختيار مجتمع البحث.

- "يقصد بمجتمع الدراسة جميع الأحداث أو الأفراد أو المؤسسات التي يمكن أن يكونوا أعضاء في عينة الدراسة و مجتمع الدراسة جمع طبيعي أو جغرافي أو سياسي من الأفراد أو الحيوانات أو النباتات أو المواضيع".<sup>1</sup>

- يعرف أيضا بأنه المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة<sup>2</sup>

- ففي ضوء أهداف دراستنا تم التمييز بين مستويين لمجتمع البحث: المجتمع المستهدف يتمثل المجتمع في دراستنا الحالية على كافة مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي "موقع فيسبوك" بولاية الجلفة باعتبارهم الكتلة البشرية الحيوية التي تعكس ديناميكيات تشكل الوعي الجمعي في الفضاء الرقمي و نظرا لصعوبة الحصر الشامل لكافة مفردات المجتمع المستهدف تم حصر المجتمع المتاح في طلبة كلية علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الشهيد زيان عاشور بولاية الجلفة بمستوياتهم "إعلام(ليسانس)، أولى ماستر(اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة، سمعي بصري) و طلبة السنة ثانية ماستر بكلا تخصصيه، كون أن الشريحة الجامعية تمثل الفئة الأكثر استخداما لمنصات التواصل الاجتماعي و الأكثر تأهيلا لاستيعاب أبعاد إشكالية الدراسة المتعلقة بانعكاسات الحسابات الوهمية على الوعي الجمعي علاوة على ما يتيح هذا المجتمع من إمكانية الوصول الميداني لهم و دقة في الضبط الإحصائي.

<sup>1</sup> بن حاج جيلالي سماعيل، المحاضرة العاشرة في مقياس طرق و تقنيات البحث العلمي، بعنوان مجتمع و عينة البحث،

موجهة للسنة أولى ليسانس، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، جامعة خميس مليانة، 2023، ص3

<sup>2</sup> بن مرسللي احمد، مرجع سابق، ص286

- العينة:

- تعتبر اختيار العينة خطوة من أهم الخطوات التي تشغل تفكير الباحث خلال انجازه لأي بحث علمي، إذ لا يوجد دراسة تخلو من مجتمع البحث و العينة، فالعينة تمثل الكل بالجزء شرط ان تتوفر فيهم معايير اختيار العينة، فاختيار العينة يغني الباحث عن التكاليف المادية و الجهد، الوقت.

**تعرف العينة:** على أنها طريقة جمع البيانات و المعلومات من وعن عناصر و حالات مجددة، يتم اختيارها بأسلوب معين من جميع عناصر مفردات مجتمع الدراسة.<sup>1</sup>

- اعتمدنا في دراستنا هذه على أسلوب المعاينة غير الاحتمالية و تم اختيار العينة القصدية التي تتدرج ضمنها، بحيث قمنا باختيار مجموعة من طلبة كلية علوم الاعلام و الاتصال بجامعة الشهيد زيان عاشور بولاية الجلفة و اجراء الدراسة عليها نظرا لأنهم يستوفون جميع جوانب دراستنا التي نرغب في القيام بها، و لكون مجتمع الدراسة مجتمعا غير محدود.

- **المعاينة هي:** الطريقة العلمية التي تعتمد لغرض اختيار مفردات من المجتمع و اخضاعها للعمل الإحصائي، بحيث تصلح النتائج التي تم التوصل إليها من معطيات العينة لتمثيل مؤشرات المجتمع.<sup>2</sup>

- **تعرف العينة الغرضية على أنها:** سميت بهذا الاسم نظرا لأن الباحث يقوم باختيارها طبقا للغرض الذي يستهدف تحقيقه من خلال البحث، و يتم اختيارها على أساس توفر صفات محددة في مفردات العينة تكون هي الصفات التي تتصف بها مفردات المجتمع محل البحث، تسمى هذه العينة بالعينة الغرضية أو الهادفة، أو القصدية أو الحكمية.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> يونس عيسى، شينار سامية، عماري عائشة، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية و الانسانية، بعنوان العينة واسس

المعاينة في البحوث الاجتماعية، المجلد 07، العدد 02، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2021، ص530

<sup>2</sup> جميل احمد، مطبوعة بيداغوجية بعنوان أساليب المعاينة، القياس و تحليل البيانات، المركز الجامعي، البويرة، 2014، ص191

<sup>3</sup> السعدي الغول السعدي، العينات و أنواعها، مذكرة ضمن مقرر مناهج البحث، الدبلوم الخاص في التربية، كلية التربية، جامعة طنطا، 2016، ص9

- تم توزيع استمارة الاستبيان إلكترونياً عبر منصات التواصل الاجتماعي، وذلك إلى غاية بلوغ حجم العينة (100 مفردة)، وبعد جمع الاستبيانات، تم تفرغ وتحليل بيانات الاستبيان باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS نسخة (27)، وسوف يتم الاستعانة ببعض الأدوات الإحصائية:

- **النسب المئوية والتكرارات:** للتعرف على الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة وتحليل اتجاهاتهم نحو فقرات الاستبيان.

- **المتوسطات الحسابية:** لقياس درجة الموافقة أو الرفض لكل عبارة أو بعد من أبعاد الدراسة.

- **الانحراف المعياري:** لتحديد مدى تباين استجابات العينة حول كل عبارة مقارنة بالمتوسط.

- **معامل ارتباط بيرسون: Pearson** لقياس قوة واتجاه العلاقة بين فقرات المحاور المختلفة وبين المحاور والأبعاد.

- **معامل الثبات ألفا كرونباخ: Cronbach's Alpha** للتحقق من اتساق وثبات فقرات الاستبيان.

- **اختبار T لعينة واحدة: (One-Sample T-Test)** لمعرفة دلالة الفرق بين المتوسط الفرضي والمتوسط الفعلي للإجابات.

- **اختبار الانحدار الخطي البسيط: (Simple Linear Regression Test)** لقياس تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.

#### 14- حدود الدراسة:

تنقسم بطبعتها الى حدود موضوعية/ زمانية/ مكانية/ و بشرية، يمكن ذكرها فيما يلي:

1- **الإطار الموضوعي:** يتحدد النطاق الموضوعي لهذه الدراسة في حقل علوم الإعلام و

الاتصال ( تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة)، حيث يقتصر البحث على

دراسة" انعكاسات الحسابات الوهمية في مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي

الجمعي لدى مستخدمي موقع فيسبوك".

2- **الإطار الزمني** : يتم تحديد الفترة الزمانية وفقا لما استغرقته مراحل البحث العلمي و هي كالاتي:

- **مرحلة جمع المعطيات النظرية و تدوينها**: كان موضوع المذكرة متداول في أذهاننا منذ فترات طويلة لكن الشروع في انجاز المذكرة من خلال جمع المعلومات النظرية من كافة المراجع و المصادر المختلفة و تدوينها كانت في شهر فيفري الى غاية شهر أفريل من نفس السنة يعني حوالي ( شهرين).

- **مرحلة جمع المادة الميدانية**: استغرقت حوالي أربع اشهر تقريبا من بداية الشهر فيفري الى بداية الشهر ماي ذلك للحصول على المادة العلمية المناسبة التي تخدم موضوعنا في كل الجوانب خاصة الإطار المنهجي " ضبط المفاهيم و المصطلحات، الفرضيات ...و غيره.

- **مرحلة تفرغ الجداول و تحليل البيانات**: استغرقت هذه المرحلة حوالي شهر تقريبا من اواخر الشهر "أفريل" إلى أواخر الشهر "ماي" 2026، و ذلك بما تضمنه من تحليل إحصائي للجداول باستخدام برنامج و تفرغ البيانات للتوصل إلى النتائج النهائية التي تخدم موضوعنا.

- **مرحلة التقرير النهائي للبحث** : استغرقت شهرا كاملا و هو من نهاية الشهر "أفريل" إلى بداية الشهر " جوان" 2026 ، و ذلك لمراجعة المذكرة شكلا و مضمونا لتجنب القدر الممكن من الأخطاء الشكلية و الضمنية للمذكرة قبل تسليمها.

3- **الإطار المكاني** : يتمثل الاطار المكاني للدراسة في جامعة زيان عاشور بولاية الجلفة ( الجزائر)، حيث تم اختيارها نظرا لما توفره من عينة تمثيلية واسعة من مستخدمي موقع فيسبوك و الأكثر عرضة لتأثيرات الحسابات الوهمية.

4- **الإطار البشري**: تقتصر الدراسة على جميع طلبة جامعة زيان عاشور بولاية الجلفة بمختلف مستوياتهم و تخصصاتهم، حيث تم اختيار عينة من طلبة بلغت حوالي 100 مفردة، حيث تم تطبيق العينة القصدية و الأخذ بعين الاعتبار وجوب توزيع استمارة الاستبيان على من يستخدمون موقع فيسبوك بشكل نشط لضمان القدرة على الإجابة للأسئلة المطروحة.

## 15- صعوبات الدراسة:

- مما لا شك فيه أن أي بحث علمي لا يخلو من وجود عقبات و صعوبات تواجه الباحث خلال انجازه لموضوع البحث و من بين الصعوبات التي واجهناها ما يلي:  
**أولاً: صعوبات ذاتية:**

- 1- صعوبة في التنسيق المستمر و توحيد أوقات العمل الميداني و النظري نظرا لاختلاف الظروف الشخصية لكاتا الطالبين.
- 2- التوفيق بين الدراسة و العمل في البحث ليس بالأمر الهين تحقيقه لأن كلاهما يكتسي من الأهمية ما يستدعي الالتزام و المسؤولية.
- 3- مواجهة بعض من الظروف الصحية أدى إلى تشكل ضغط زمني اضافي استلزم مضاعفة الجهد في المراحل الاخيرة من انجاز المذكرة.
- 4- بذل جهد كبير في توضيح أهداف الدراسة لأفراد العينة و تحفيزهم على المشاركة بجدية.
- 5- عائق التنقل الميداني بين الأقطاب الجامعية و الكليات المختلفة، و ما صاحبه من جهد لاستقطاب المبحوثين من شتى التخصصات لتعزيز موضوعية النتائج.

## ثانياً: صعوبات موضوعية:

- 1- قلة المصادر العلمية الموثوقة المتعلقة بالحسابات الوهمية مما جعلنا نبذل جهد أكبر في البحث عن المعلومات الدقيقة التي تخدم موضوعنا.
- 2- صعوبة العثور على برمجيات آلية موثوقة قادرة على نقل مضامين المراجع الأجنبية بدقة مما اضطررنا الى التدقيق و المراجعة المستمرة للوصول إلى ترجمة أكاديمية دقيقة تخدم سياق البحث.
- 3- صعوبة الوصول إلى تمثيلية دقيقة للعينة القصدية بجامعة الجلفة بسبب تحفظ بعض المبحوثين اتجاه موضوع الحسابات الوهمية.
- 4- الضغط الناجم عن طول مسار الدراسة الميدانية، حيث تطلب النزول للميدان و جمع معلومات و بيانات و اخضاعها للتحليل الاحصائي وقتا طويلا ناس الفترة الزمنية المحددة لإنهاء المذكرة بصفة عامة.

5- ضخامة عدد مستخدمي موقع فيسبوك في الوسط الجامعي، مما جعل من الصعب إجراء حصر شامل على العينة.

## خلاصة الفصل:

جاء هذا الفصل ليعين سيرورة الدراسة الحالية، بدءاً بتحديد إشكالية الدراسة التي تتضمن التساؤل الرئيسي و الأسئلة الفرعية، إضافة للتطرق إلى ذكر فرضيات الدراسة، كما تم توضيح كل من أهداف و أهمية الدراسة، وكذا عرض أسباب اختيار موضوع الدراسة، كما قد تم التطرق إلى ذكر المفاهيم و المصطلحات التي تم بناء دراستنا عليها و اللجوء لعرض الدراسات السابقة التي تخدم موضوع دراستنا، كما تم ذكر المقاربة النظرية للدراسة و التي تتمثل في نظرية لولب الصمت و نظرية الاستخدامات و الإشباعات.

تم الاعتماد في دراستنا على المنهج الوصفي و المسحي، و أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستمارة الاستبائية و الاعتماد على الملاحظة البسيطة، كما قد تم ذكر إجراءات الصدق و الثبات، تمثل مجتمع البحث في مستخدمي موقع "فيسبوك" أما عينة الدراسة فتمثلت في طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الشهيد زيان عاشور بولاية الجلفة، إضافة إلى توضيح حدود و صعوبات الدراسة.

تم التطرق لهذا الفصل بغية توضيح الخطة المنهجية المعتمدة في الدراسة بشكل متسلسل و مترابط تمهيدا لعرض بقية الفصول الأخرى.

# الإطار النظري للدراسة

## الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

### تمهيد

- 1.1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
- 1.2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- 1.3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- 1.4. خدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

### خلاصة الفصل

**تمهيد:**

أدت النهضة التكنولوجية الحديثة، التي تبلورت ملامحها منذ منتصف تسعينيات القرن الماضي، إلى تحول جذري في بنية المجتمعات الإنسانية. فقد شكل ظهور شبكة الإنترنت المصدر الرئيسي لتدفق المعلومات، حيث اعتمد عليها المستخدمون لتلبية احتياجاتهم المتنوعة؛ من متابعة الأخبار، التواصل مع الأصدقاء و الأقارب، الترفيه و التسلية...و غيرها. انبثق مفهوم "مواقع التواصل الاجتماعي" من هذه الأخيرة التي اكتسبت مكانة مرموقة وأهمية استراتيجية على كافة المستويات، بفضل تنوع أشكالها وخصائصها الفريدة التي جعلت منها المنبر الأساسي في العالم الافتراضي، و في ظل هذا التنوع لم تعد مواقع التواصل الاجتماعي مجرد وسائط تقنية لنقل المعلومات فحسب، بل أصبحت فاعلا اجتماعيا يساهم في إعادة تشكيل أنماط التفاعل الانساني في البيئة الرقمية.

## 1.1. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي

إن مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي مثير للجدل،، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته. بعد أن عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ عمى استخدام التكنولوجيا، و أُطلقت هذه التسمية على كل ما يمكن استخدامه من قِبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة، و تشير أيضا إلى: "الطرق الجديدة في الاتصالي في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى عالم أجمع.<sup>1</sup>

- يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "مواقع تتشكل عبر الانترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، و إتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، و التعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال، و تختلف عملية التواصل من موقع لآخر، و لعل من أبرز هذه المواقع: ال "فيس بوك"، و "تويتر" و "جوجل بلي"، و "لينكد إن"، و غيرها من المواقع المتخصصة مثل "يوتيوب" و "انستغرام".<sup>2</sup>

- يعرفها لينهارت و مادون: هي مساحات افتراضية في شبكة الانترنت ، يستطيع بواسطتها المستخدمون إنشاء صفحات شخصية، و استخدام الأدوات المتنوعة للتفاعل و التواصل مع من يعرفونهم من ذوي الاهتمامات المشتركة ، و طرح الموضوعات و الأفكار و مناقشتها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> بن ورقلة نادية، المرجع السابق، ص 202

<sup>2</sup> خليفة إيهاب، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2016، ص 42

<sup>3</sup> الدليمي عثمان محمد، مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2019، ص

- **التعريف الإجرائي لمواقع التواصل الاجتماعي:** هي مواقع إلكترونية و منظومة من الشبكات الاجتماعية تعتمد على الاستفادة من تفاعلية شبكة الانترنت ، حيث تسمح لأعضائها بإمكانية التواصل و التعبير عن أفكارهم و آرائهم.

- مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مجموع المواقع الالكترونية الشبكية التي تستخدم الانترنت للربط بين وسائطها التفاعلية، حيث تقدم خدمات لمستخدميها و تربطهم ببعضهم البعض بطرق أقرب صوتا و صورة، آنية و مباشرة.

## 1.2. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

لم تظهر الشبكات الاجتماعية في عصر الإنترنت، ولكنها بدأت من أزمنة بعيدة، ذلك لأن الإنسان بطبيعته كائن اجتماعي يحتاج إلى العلاقات الاجتماعية مع الآخرين من أجل البقاء. وقد أسهمت شبكة الإنترنت في دفع العلاقات الاجتماعية من الواقع المعاش إلي العالم الافتراضي بفضل تقنيات الجيل الثاني لشبكة الإنترنت الذي يعتمد على مساهمة المستخدمين بالمحتويات في موقع الإنترنت.<sup>1</sup>

- بدأت شبكات التواصل عام 1995م، حيث ظهرت شبكة classmatesn.com والتي أسسها (رانوي كونرادز) وبلغ عدد مستخدميها خمسون مليوناً في الولايات المتحدة وكندا ينتمون إلى 200 ألف مؤسسة تعليمية تمثل مراحل التعليم من الحضانة وحتى الجامعة وتتبع ذلك محاولة ناجحة لموقع تواصل آخر، وهو موقع (sixdegrees.com) عام 1997م، وركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص، بغض النظر عن انتماءاتهم العرقية أو العلمية أو الدينية، وأتاح الفرصة للمشاركين بوضع ملفاتهم الشخصية، وإمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على الموقع، وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الدليمي عثمان محمد، مرجع سابق، ص 127

<sup>2</sup> عثمان عبد التواب محمد، أخلاقيات التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي في الكتاب والسنة، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، جامعة الأزهر، القاهرة، (د.ت)، ص 30

- و مع بداية عام 2005م، ظهر موقع ماي سبايس الأمريكي الشهير الذي تفوق على (غوغل) في عدد مشاهدات صفحاته، ويعد من أوائل الشبكات الاجتماعية وأكبرها على مستوى العالم، ومعه منافسه الشهير فيسبوك facebook والذي كان قد بدأ في الانتشار المتوازي معه .

- ثم ظهر تويتر Twitter: فشكّل قفزة هائلة في البنية الاتصالية، وأنماط التأثير الاجتماعي في المجتمعات الإنسانية، وأصبح من أهم وسائل تحقيق التواصل الإنساني، والاستكشاف المعرفي، والنقاش، ممهداً لنشأة واقع جديد تتغير فيه صورة التواصل والتفاعل، والتأثير.<sup>1</sup>

### 1.3. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

مرت مواقع التواصل الاجتماعي بعدد المراحل لمواكبة التطور و السير مع التكنولوجيات الحديثة و التسارع الرقمي الذي خلق مستخدماً و منتجاً في آن واحد بعدما كان مستخدماً فقط، و نتطرق لخصائصه:

1- **التفاعلية:** قد تم حصر وسائل الإعلام القديمة كونها توصل المعلومة في اتجاه أحادي لا يستطيع الجمهور التدخل فيها أو إبداء آرائهم اتجاه الرسالة الموجهة فيكون الخير هو استقبالها و الاحتفاظ بالنقد أو الثناء، و لكن في ظل التطور أصبحت ميزة التفاعلية هي أهم ميزات مواقع التواصل فتفتح الابواب أمام المستخدمين للمشاركة في الآراء السياسية و الاقتصادية و الدينية و الثقافية و الاجتماعية جاعلة إياه طرفاً مشكلاً لصناعة القرار لا مستهدفاً فقط.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> سيد إسماعيل علي، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المرفوضة، دار التعليم الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2020، ص 37-38

<sup>2</sup> سليمان فؤاد أحمد، الأداء البرلماني في ظل مواقع التواصل الاجتماعي، المركز العربي للدراسات والبحوث، ط1، القاهرة، 2026، ص 81

2- **السهولة** : تتميز المواقع الاتصالية بالسهولة لكونها مبسطة في الاستخدام لكل الشرائح العمرية، بل و تتوفر على امكانية التحكم في اللغة مما يجعلها عالمية <sup>1</sup>.

3- **متعددة الوسائط**: يعد استخدام الوسائط المتعددة في الشبكات الاجتماعية ميزة جديدة، زادت من قوة هذا النوع في الوسائط، إذ أنها أحدثت ثورة نوعية في المحتوى الاتصالي الذي يتضمن مزيجا من النصوص و الصور و ملفات الصوت و لقطات الفيديو <sup>2</sup>.

- كان الاعتماد في الوسائل التقليدية قائما على حاسة واحدة، إذ كان الراديو موجها للاستماع، أما التلفاز فيخاطب المشاهدين ، و مع تطور الوسائل تعددت الوسائط فأصبحت تخاطب جميع الحواس بما تميزت به من صوت، صورة، فيديو... فأصبح المستخدم جزء من التجربة بدلا من مجرد المشاهدة.

4- **المرونة**: و تتمثل في امكانية فتح أحد المواقع من أي جهاز آخر كالهواتف الجواله دون شرط وجود الحاسب المحمول، فالأجهزة المحمولة أصبحت تتضمن أجهزة تشغيل خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعي <sup>3</sup>.

أصبح استخدام المواقع أكثر سلاسة بسبب القدرة على تحميل و فتح المواقع من أي جهاز كان سواء هاتف او حاسوب في أي وقت او مكان فقد تضمنت هذه الاجهزة آليات تشغيل خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعي.

<sup>1</sup> عبد المرسومي عمر صابر سالم، مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي، دار غيداء للنشر، ط1، عمان، 2021، ص 193

<sup>2</sup> سليمان فؤاد أحمد، مرجع سابق ، ص 82-83

<sup>3</sup> الدليمي عثمان محمد، مرجع سابق، ص 140

#### 1.4. خدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

توفر مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من الخدمات و الميزات التي تخدم المستخدمين، نستعرض أبرز هذه الخدمات فيما يلي:

1- تتيح شبكات التواصل الاجتماعي خدمات التواصل وإمكاناته في بناء العلاقات والوصول إلى الآخرين ومعرفة الأخبار والتخلص من متاعب الواقع المجتمعي إلى المجتمع الافتراضي الممتلئ بالسعادة والسرور.<sup>1</sup>

2- **ألبومات الصور:** تتيح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور، وإتاحة المشاركات لهذه الصور للاطلاع عليها وتحويلها أيضاً .

3- **المجموعات:** تتيح الشبكات الاجتماعية فرص تكوين مجموعات الاهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بهدف معين أو أهداف محددة، ويوفر موقع الشبكات لمؤسس المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها مساحة من الحرية أشبه بمنتهى حوار مصغر، كما تتيح فرصة التنسيق بين الأعضاء في الاجتماعات من خلال ما يعرف باسم Events ودعوة الأعضاء لتلك المجموعات، ومعرفة عدد الحاضرين وأعداد غير الحاضرين.<sup>2</sup>

4- **التسويق:** حيث يستخدم الأفراد و الشركات هذه المواقع للإعلان عن منتجاتهم، مما يحقق سهولة التواصل بين المعلن و المتسوق.

5- تعمل على " انتشار التعلم الذاتي عن طريق هذه المواقع، و سرعة الوصول إلى المعلومة و تبادلها مع الآخرين.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> السعدي مؤيد نصيف جاسم، الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي: دراسة في الفيسبوك، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، 2016، ص 156

<sup>2</sup> عبد الغفار فيصل محمد، شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015، ص 10-13 .

<sup>3</sup> عثمان عبد التواب محمد، مرجع سابق، ص 38.

## خلاصة الفصل:

نستخلص من هذا الفصل أن مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مساحات افتراضية مرتبطة بشبكة الانترنت تسمح لمستخدمي هاته الوسائط الرقمية بإنشاء مواقع و حسابات تخصصهم تمكنهم من تحقيق التواصل مع الأفراد، المشاركة، التفاعل، التعليقات.. و غيره حيث أن خاصية التواصل تختلف من موقع لغيره، أحدثت هاته الأخيرة ثورة في البيئة الاتصالية من خلال الانتقال بالإنسان من كونه متلقي للرسائل الاعلامية إلى متفاعل نشط حتى أن الفضاء انتقل من التقليدي إلى الحديث، إذ اصبح للأفراد حرية في التعبير و هنا نلاحظ أهمية مواقع التواصل الاجتماعي و دورها الفعال في التأثير على الرأي العام ، باعتبارها منصات تعمل على تبادل الافكار و المعلومات خارج الفضاء التقليدي، مما أدى إلى ظهور خصائص جديدة غيرت من نمط التفاعل بين الافراد ادى ذلك إلى أن تصبح هذه المواقع بنية اجتماعية تساهم في بناء المواقف.

## الفصل الثاني

# الحسابات الوهمية

### تمهيد

2.1. المقاربة النظرية للدراسة

2.2. تعريف الحسابات الوهمية

2.3. أسباب إنشاء الحسابات الوهمية

2.4. معايير التمييز بين الحساب العادي و الوهمي

2.5. أهداف إنشاء الحسابات الوهمية

خلاصة الفصل

## تمهيد:

مع ظهور شبكات التّواصل الاجتماعي و تطوّر العصر الرّقمي الذي يعتمد بالدرجة الأولى على " الانترنت" في العالم الافتراضي الذي يعمل على بناء العلاقات الاجتماعية ، برزت ظاهرة الحسابات الوهمية أو ما يعرف بالحسابات المزيفة كأحد أبرز ملامح هذا التّحول ، تعدّ هذه الظّاهرة نتاجا حاسما لخصائص الانترنت التي تسمح بسهولة إنشاء الحسابات و بتعدّد الهويّات، و هذا ما أدّى إلى خلق نوعا ما من الغموض الرّقمي ، إنّ هذا التّحول جعل من الحسابات الوهميّة جزءاً لا يتجزّأ من بنية التّواصل الافتراضي، إذ أن هناك من ينشأ الحسابات الوهميّة بغرض الخصوصية و التّعبير المطلق، و هناك بعض من الحسابات غير الحقيقيّة تعمل وفق خوارزميّات محدّدة للتأثير على مستخدمي الوسائط الجديدة كاستخدام فيسبوك ، يوتيوب.... و غيره و هذا الاختلاف في الوظائف يفرض ضرورة الوقوف على ماهيّة هذه الحسابات، ليس فقط من منظور تقني بل من خلال مقارنة سوسيلوجية و نفسية تفسر كيف تساهم هذه الحسابات في اعادة تشكيل الوعي الجمعي، هذا ما يستلزم تناولها عبر مقاربات نظرية معينة.

## 2.1. المقاربة النظرية للدراسة

أولاً: نظرية لولب الصمت:

## 1- تعريف نظرية لولب الصمت :

**لغة:** النَّظَرِيَّةُ مُؤَنَّثُ النَّظَرِيِّ. و. من القضايا في الرياضيات: ما تشتمل على حكم يُطلب إثباته بالبرهان<sup>1</sup>، أما الصمت يقال: صمتا و صموتا و صماتا المتكلم: سكت.<sup>2</sup>

- **اصطلاحاً:** تعتبر نظرية لولب الصمت التي طورتها الباحثة الألمانية اليزابيث نويل نيومان سنة 1974 من أحد النظريات التي تدرس كيف تكون وسائل الإعلام الرأي العام من خلال دراستها آثارها على المجتمع، حيث أن الرأي العام تتدخل في تشكيله عوامل متعددة نفسية، اجتماعية و ثقافية و سياسية، حيث ترى أن وسائل الإعلام لها دور هام في تكوين الاتجاهات البارزة حول القضايا في المجتمع<sup>3</sup>.

- تعرف الباحثة مصطلح دوامة الصمت "بأنه تعبير عن التوتر الذي يشعر به الفرد عندما يبوح برأيه أو وجهة نظره خوفاً من أن يكون من الأقلية المخالفة للاتجاه السائد الذي تتبناه وسائل الإعلام"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> أبو عبد الرحمن محمد عبد الله قاسم، قاموس المعتمد، دار صادر للنشر و التوزيع، ط2، بيروت لبنان، 2000، ص 705

<sup>2</sup> أبو عبد الرحمان محمد عبد الله قاسم ، المرجع نفسه، ص 346

<sup>3</sup> شواف صفاء، محاضرات في مقياس نظريات الإعلام و الاتصال 02، بعنوان نظرية دوامة الصمت، مطبوعة موجهة للسنة الثالثة ليسانس ، قسم العلوم الانسانية ، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، الجزائر ، 2009، ص 3

<sup>4</sup> بورنودة ليليا، الصحافة المكتوبة الجزائرية في سياق نظرية دوامة الصمت تعزيز أم مقاومة؟، مجلة الباحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية ، المجلد 17، العدد 02، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة (الجزائر)، 2025، ص 12

**- التعريف الإجرائي لنظرية لولب الصمت:**

يمكن القول أن نظرية دوامة الصمت تتمثل في استجابة مستخدمي موقع فيسبوك للبيئة الاتصالية الرقمية التي تفرضها الحسابات الوهمية حيث يميل الأفراد إلى الصمت حيال القضايا المطروحة هروبا من العزلة الاجتماعية.

**2- أفكارها:**

- تعد هذه النظرية من النظريات التي تؤكد على قوة وسائل الإعلام في تكوين الرأي العام، و قد طورت هذه النظرية الباحثة الألمانية "إليزابيث نويل-نيومان" عام 1974 وترى "نيومان أن عملية تكوين الرأي العام باعتبارها عملية ديناميكية ، تتداخل فيها عوامل نفسية واجتماعية وثقافية وسياسية ، بالإضافة إلى دور وسائل الإعلام كدور محوري في تكوين الاتجاه السائد حول القضايا المثارة في المجتمع ، وكانت تتحرى عن ثلاث متغيرات أساسية تساهم في تأثير وسائل الإعلام وهي:<sup>1</sup>

**- التأثير الكمي من خلال التكرار:** حيث تقوم وسائل الإعلام بتقديم رسائل إعلامية متشابهة ومتكررة حول قضية ما أو موضوع ما أو شخصية محددة بحيث يؤدي هذا العرض التراكمي إلى التأثير على المتلقي على المدى البعيد، دون إرادة منه، شاء أم أبى، ومهما كانت قوة حصانة المتلقي ضد الرسالة الإعلامية.

**- التسيير اللاإرادي للمتلقي والتأثير الشامل عليه:** ومعناه: إن وسائل الاعلام تسيطر على الانسان وتحاصره في كل مكان، في الشارع، ومكان العمل، والبيت، وتهيمن على بيئة المعلومات المتاحة له، وعلى مصادر المعلومات، مما ينتج عنه تأثيرات شاملة على الفرد يصعب عليه الخلاص منها، بحيث تشكل دون إرادة منه، كل نظرتة ورأيه للعالم والأشياء.

<sup>1</sup> عبدش صونية، مطبوعة بيداغوجية في مقياس مدخل إلى علوم الاعلام و الاتصال، موجهة للسنة الثانية ليسانس ،

قسم علوم الاعلام، كلية علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر 3، 2023/2022، ص 70

- **التجانس والهيمنة الإعلامية**<sup>1</sup>: يعني أن بين القائمين بالاتصال اتفاقاً و انسجاماً مع المؤسسات التي ينتمون إليها مما يؤدي الى تشابه توجهاتهم و القيم الإعلامية التي تحكمهم و تؤدي هذه العوامل السابقة الى تقليل فرصة الفرد المتلقي في أن يكون له رأي مستقلاً حول القضايا المثارة، و بالتالي تزداد فرصة وسائل الإعلام في تكوين الأفكار و الاتجاهات المؤثرة في الرأي العام، و تقترح نيومان لاكتشاف قوة وسائل الإعلام استخدام مجموعة من مناهج الأبحاث تجمع بين المقاييس الميدانية و المسحي للجمهور و القائمين بالاتصال فضلاً عن استخدام أسلوب تحليل المحتوى و يمكن استخدام هذه الأساليب البحثية على فترات ممتدة للكشف عن التأثير التراكمي لوسائل الإعلام.<sup>2</sup>

### 3- الفروض الأساسية لنظرية دوامة الصمت:

طورت الباحثة الألمانية "اليزابيث نويل نويمان" نظرية أثارت جدلاً في مجال تأثيرات وسائل الاعلام وفي تشكيل آراء الجمهور، تبدأ هذه النظرية من فكرة أساسية مفادها أن معظم الناس يخافون العزلة بطبيعتهم وخوفهم هذا يجعلهم يتبعون الأغلبية في محاولة للتوحد معهم حتى لو كان ذلك على حساب آرائهم ووجهات نظرهم التي تختلف مع رأي الأغلبية، ومن ثم التزام الصمت حولها، فالفئة الصامتة تفضل الصمت بدل الإحساس بالعزلة عن الآخرين الذين يمثلون رأي الأغلبية، وتملك وسائل الإعلام القدرة على تحديد ما يتصوره الناس أنه الرأي الشائع في زمن معين تجاه قضية ما.<sup>3</sup>

1- لكل فرد حاسة سادسة تمكنه من التعرف على الرأي العام السائد.

2- يوجد لدى الإنسان العادي خوف طبيعي من العزلة الاجتماعية، ويعرف نوع

السلوك الذي يمكن أن يتسبب في حدوث هذه العزلة.

<sup>1</sup> الدليمي عبد الرزاق، نظريات الاتصال في القرن الحادي و العشرين، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2016، ص334

<sup>2</sup> عواجي صلوي عبد الحافظ، نظريات التأثير الإعلامية، معهد العلوم و الاعلام للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2012، ص22.

<sup>3</sup> الحجامي عمار محمد، نظريات الاتصال، ط1، كلية الاعلام، جامعة ذي قار، 2024/2023، ص62.

- 3- يتجنب الأفراد التعبير عن آرائهم إذا كانت مخالفة لرأي الأغلبية، خوفاً من العزلة الاجتماعية التي قد تترتب على ذلك.<sup>1</sup>
- 4- يرى نويل نيومان أن الأشخاص الذين يعتقدون أنهم يمثلون وجهة نظر قلة من الناس عادة ما يميلون إلى أن يلتزموا الصمت في المناظرات العامة، بينما هؤلاء الذين يرون أنهم يمثلون وجهة نظر الأغلبية فإنهم يميلون إلى أن يعلنوا عن آرائهم و نظراً لأن معظم المناظرات العامة تكون عن طريق وساطة وسيلة و نادراً ما تتم بصورة الاتصال الشخصي في المجتمعات الحديثة فإن معظم الناس لا يجدون وسيلة لمعرفة أفكار الأغلبية، و من ثم يعتمدون على اقتراحات الرأي العام أو على تقديرات أخرى لمعرفة ما يفكر فيه الآخرون يصدر الناس أحكامهم عن ما إذا كانوا ينتمون للأغلبية أو الأقلية في قضية ما فإذا اعتقدوا أنهم ينتمون للأقلية فإنهم يلتزمون الصمت خوفاً من أن يعزلوا اجتماعياً.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الحاج كمال، نظريات الإعلام و الاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، ط1، سوريا، دمشق، 2020، ص 121

<sup>2</sup> بالنافز مارك، هيميلرمك ستيفاني، نظريات و مناهج الاعلام، ترجمة عاطف حطيبية، دار النشر للجامعات، ط1،

القاهرة، 2017، ص.99



شكل رقم (01) نموذج الصمت - كسر - الصمت<sup>1</sup>

### 5- أسس نظرية لولب الصمت:

يلخص اليهود كاتز فكرة نظرية دوامة الصمت في العبارات التالية:

- كل الأفراد لهم آراء.
- الخوف من العزلة الاجتماعية يجعل الأفراد لا يعلنون عن آرائهم إذا ما أدركوا أن هذه الآراء لا تحظى بتأييد الآخرين.
- يقوم كل فرد بعمل استطلاعات سريعة لمعرفة مدى التأييد أو المعارضة للرأي الذي يتبناه.
- تعد وسائل الإعلام من المصادر الرئيسية لنشر المعلومات و عرض الآراء و نقل مناخ التأييد أو المعارضة.
- تقوم الأطر المرجعية الأخرى بعملها.

<sup>1</sup> بوعجيمي جمال، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، بعنوان صحافة المواطن و الرأي العام، كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017/2018، ص 87

- تميل وسائل الإعلام للتحدث بصوت واحد غالبا ما يكون محتكرا.

- تميل وسائل الإعلام إلى التحيز في عرض الآراء مما يؤدي إلى تشويه الرأي العام.

- يدرك بعض الأفراد أو الجماعات أنهم مختلفين و غير مسايرين لرأي الأغلبية مما يجعلهم أما يغيرون آرائهم لتنسق مع رأي وسائل الإعلام أو يؤثرون الصمت تجنباً للضغوط الاجتماعية.<sup>1</sup>

## 6- الانتقادات الموجهة لنظرية لوب الصمت:

1- **قلة صدقها الإمبريقي:** حيث أثبتت بعض الدراسات الميدانية أن مفهوم الأقلية الصامتة غير دقيق و لا يمكن تعميمه، فبعض هذه الأقليات يرفض الصمت بل قد يكون "صاخبا" و مؤثرا، كما قد يصمت بعضها الآخر لعدم إمامه بالموضوع و ليس بدافع الخوف.

2- التشكيك في صحة افتراض اتساق و تكرار المضامين الإعلامية للوسائل، و في حاسمية هذه الأخيرة بمعزل عن المؤثرات الأخرى، و في كونها تعبر دائما عن رأي الأغلبية الحقيقية لأنها تعكس رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها .

3- وسائل الإعلام لا تعبر بالضرورة عن رأي الأغلبية، بل تعكس أحيانا رأي الأغلبية المزيفة التي تروج لها.

## ثانيا: نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

### 1- تعريف نظرية الاستخدامات و الإشباعات

**لغة:** يشير التأصيل اللغوي لكلمة " استخدام " إلى معاني و دلالات متعددة منها: الاستعمال، الاستغلال، التوظيف، و التسخير، الاستثمار، فاستخدمه، و اختمه، فخدمه:

<sup>1</sup> زروق عدلان، محاضرات في مقياس نظريات الإعلام و الاتصال ، مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، كلية علوم الاعلام و الاتصال ،جامعة الجزائر3 ، الجزائر ،2019/2020، ص.67

استوهمه خادما فوهبه له<sup>1</sup> جاء في المعجم العربي الأساسي لاروس: أشبع يشبع إشباعا، أشبع الشيء: بالغ فيه، اشبع الطفل ضربيا: بالغ في ضربه، اشبع نهمة العلمي: أكثر من البحث و القراءة، أشبع الشيء وفاه.<sup>2</sup>

- اصطلاحا: نجد العديد من التعريفات لهذه النظرية و نذكر منها:

- وصف إيهو كاتز و بول لازار سفيلد في بحوثه، و زملاؤه أن الأفراد يلجؤون لاستخدام وسائل الاتصال بغية تحقيق حاجاتهم وأهدافهم وانهم اعتمدوا مصادر اخرى لتلبية رغباتهم.<sup>3</sup>

- تعني النظرية باختصار تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة و استجابة للدوافع و الحاجات.<sup>4</sup>

- التعريف الإجرائي لنظرية الاستخدامات و الإشباعات:

- سمحت وسائل الاتصال للأفراد "المستخدمين" باختيار المضامين التي تخدمهم في إشباع رغباتهم عكس وسائل الإعلام التقليدية التي فرضت في السابق خطأ افتتاحيا موحدا يمكن أن يهتم به الجمهور فلا يشبع حاجياتهم، فبتعدد مزاياها و خصائصها أصبح المستخدم متفاعلا إيجابيا منتجا و مستهلكا، مقررا لما يريد وقت ما يريد بعيدا عن القيود.

<sup>1</sup> مصطفى ابراهيم و آخرون، المرجع السابق، مكتبة المكتبة الدولية، ط4، القاهرة، 2004، ص225

<sup>2</sup> جماعة من الكبار اللغويين، المعجم العربي الاساسي: لاروس، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، ط1، تونس، 1989، ص661

<sup>3</sup> لعياضي نصر الدين، التفكير في عدة التفكير: مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات و الاشباعات في البيئة الرقمية،

سلسلة دراسات اعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2020، ص3

<sup>4</sup> رشدي خير الله هشام، محاضرات في نظريات الاعلام، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية و الاعلام جامعة المنوفية، القاهرة، دت، 155

### 3-عناصر بناء نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

1-الاستخدام: يعني أن الجمهور هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية، و ليس العكس، فهو الذي يشاهد المضمون الإعلامي، أو يقرأه، أو يسمعه، و كل ذلك يتم بإرادته و اختياره.

2-الفروق الفردية: نقصد بالفروق الفردية هي جميع الاختلافات التي تكون بين الجمهور، و التي تتمثل في : الفروق الشخصية، مثل العمر و الجنس، و المستوى الاجتماعي، و التفاوت الاقتصادي، و التباين التعليمي، و وجود فروق تشمل الميول و الاتجاهات بين الجمهور، كالفروق السياسية، و الثقافية، الرياضية، و الترفيهية و غيرها، فهذه الفروق تؤثر بدرجة كبيرة في طبيعة اهدافهم التي يريدون تلبيتها فتختلف المضامين الاعلامية بحسب كل توجه.

3-الإشباعات: هي كل ما يتلقاه الجمهور من مضامين تخدمه من قبل وسائل الإعلام سواء حققت له حاجاته كاملة أو جزء منها.<sup>1</sup>

### 4-فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعات:

من المعروف أن لكل نظرية فروض خاصة بها، و من الافتراضات الخمس الذي حددها بلومر، ماكويل و براون لهذه النظرية ما يلي:

- مشاهدة التلفزيون موجهة نحو هدف معين.

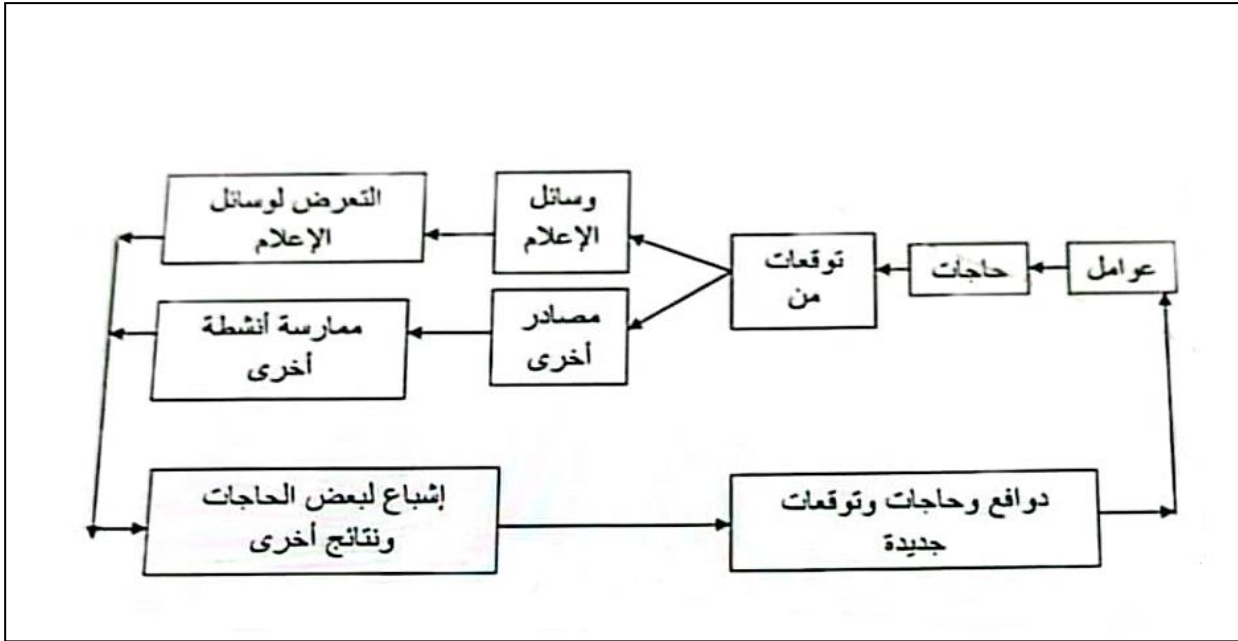
- وحده المشاهد يمكنه الكشف عن هذه أهدافه و اهتماماته و دوافعه، كونه مشارك نشيط و فعال في العملية الاتصالية.

- توجد أنماط متعددة للدوافع و الحاجات و الإشباعات.

<sup>1</sup> بن سعود البشر محمد، نظريات التأثير الاعلامي، مكتبة العبيكات للنشر و التوزيع، ط1، الرياض، 2014، ص 133

- يمكن معالجة اشباع الرغبات و الاهتمامات كوحدات مختلفة للتحليل.

- يمكن وصف استخدام وسائل الإعلام بأنه عملية تفاعلية تربط المحتوى و التفاعل و الإدراكات و الوظائف بالسياق الاجتماعي الذي يكون فيه الشخص.<sup>1</sup>



الشكل رقم (02) نموذج كاتز للاستخدامات والإشباع<sup>2</sup>

## 2.2. تعريف الحسابات الوهمية

**لغة:** يقال: " (وهم): فلان في الشيء، و إليه (يهم) وهما : ذهب وهمه إليه و هو يريد سواه، و- في الصلاة سها و - الشيء : دار في خاطره، (وهم) في الحساب و غيره-(يوهم) (أوهم) / (وهمه) غيره: أوقعه في الوهم.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عواطي ابو بكر، رسالة ماجستير بعنوان استخدامات طلبة جامعة سطيف للبرامج الثقافية التلفزيونية و الاشباع المحققة: دراسة ميدانية، كلية اصول الدين و الحضارة الاسلامية، قسم الدعوة و الاعلام، جامعة الامير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2010/2011، ص59

<sup>2</sup> يوسف محمد محمد، النظريات النفسية و الاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة و الالكترونية، ط2، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2015، ص94

<sup>3</sup> مصطفى ابراهيم و آخرون، المرجع السابق، ص1060

- اصطلاحاً: الحسابات الوهمية حسابات تنشأ لغرض سياسي اقتصادي اجتماعي، موجّهة لتحقيق أهداف محدّدة ومعينة، وتكون متنوّعة المضامين إخباري تحذيري توعوي استفزازي، تُدار من قبل فرد أو جماعات مختصّة، تحاول لفت أنظار المجتمع حول قضية معينة، وقد تكون هذه الحسابات خارجيّة أو داخلية تُدار من قبل جهات في دول مختلفة؛ تهدف إلى التأثير على الرأي العام بطريقة إيجابية أو سلبية.<sup>1</sup>

- الحسابات الوهمية في مواقع التواصل الاجتماعيّ مثل: فيسبوك أو تويتر أو الانستغرام، حسابات تحمل أسماء غير حقيقية وتستخدم من قبل شخص واحد أو مجموعة من الأشخاص أو جهة، فمثلاً يقوم «س» بإنشاء حسابات تحمل أسماء «ص، م، ع» هذه الحسابات تكون وهمية لأنّ لا وجود لهؤلاء الأشخاص في الواقع، وتتعدّد الأغراض وراء هذه الحسابات الوهمية فقد يكون الغرض زيادة عدد المتابعين (الفلورز) لحساب ما، وقد يكون الهدف من ورائها الترويج لشخص أو منتج معيّن، وقد يكون الهدف الإساءة إلى دولة أو شخص أو مؤسسة، وتعمل الحسابات الوهمية لسبب شخصي أو من أجل المال.<sup>2</sup>

- تُعرّف الحسابات الوهمية بأنها حسابات يتمّ إنشاؤها لارتكاب أعمال احتيالية، مثل نشر معلومات مضلّة، برامج ضارة، أو بهدف زيادة عدد المتابعين والحصول على تعليقات و إعجابات وهمية لتصبح مشهورة. وعادة ما تستخدم هذه الحسابات برامج تلقائية (Bots) لتبدو كأنّها حسابات لمستخدمين حقيقيين.<sup>3</sup>

- هي هويّات رقميّة مزيفة تنشأ على منصات التواصل الاجتماعيّ، وغالبًا ما تستخدم لأغراض خادعة؛ مثل التضليل الإعلامي أو إثارة الانقسام أو التلاعب بالرأي العام. لا تعود هذه الحسابات إلى أشخاص حقيقيين، بل قد تُدار من أفراد أو مجموعات،

<sup>1</sup> الجزاف أنور عبد الوهاب مساعد، دور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتر" في عملية تشكيل الرأي العام ، مجلة دراسات الخليج و الجزيرة العربية، المجلد46 ، العدد177، الجامعة اللبنانية، لبنان، 2017، ص167

<sup>2</sup> الحسابات الوهمية على مواقع التواصل ، جريدة أنفاس، المجلد45، العدد 15467، الكويت، 2016، ص14

<sup>3</sup> k.Bhavya, K. Nikhitha, Detecting fake accounts on social media Instagram, Bachelor's project report, Dept. of Computer Science and Engineering, Sathyabama Institute of Science and Technology, Chennai, 2023. P12.

أو حتى عبر برامج الآلية، وتُصمَّم بعناية لتبدو حقيقية من حيث الاسم، والصورة، والسيرة الذاتية.<sup>1</sup>

- **التعريف الإجرائي للحسابات الوهمية:** الحسابات الوهمية هي هويات رقمية تنشأ من قبل مجموعة من الأفراد أو جماعات معينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كموقع فيسبوك... وغيره بغرض تحقيق أهداف متنوعة كالتلاعب، التأثير على الرأي العام يكون سواء بطريقة ايجابية أو سلبية .

### 2.3. أسباب انشاء الحسابات الوهمية

- بحسب تقرير نشرته مجموعة "Bosco Legal Services" للخدمات القانونية في الولايات المتحدة، يقدم المحتالون على إنشاء الحسابات الوهمية لأسباب مختلفة منها:
- انتحال الشخصية لابتزاز الأموال من المتابعين عبر عمليات الاحتيال (عادةً عن طريق التظاهر بأن المالك الأصلي للحساب في مشكلة ويحتاج إلى تبرعات).
- مضايقة الأشخاص عبر الإنترنت.
- تدمير سمعة شخص معين.
- نشر معلومات "كاذبة" سياسية عادة - والترويج لخطاب الكراهية.

<sup>1</sup> مجتمع التحقق العربي: "المنهجية والأدوات: كيف تميّز الحسابات الحقيقية من الوهمية؟"، شبكة الصحفيين الدوليين (IJNet)، 30 يوليو 2025، متاح على الرابط

<https://ijnet.org/ar/story/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D9%87%D8%AC%D9%8A-%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AF%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%AA%D9%85%D9%8A%D9%91%D8%B2-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B3%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D9%86->

تاريخ الاطلاع: %D8%A7%D9%84%D9%88%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9%D8%9F 07

- ترك تعليقات أو شكاوى كاذبة للإضرار بالعلامات التجارية، وتعاني معظم منصات التواصل الاجتماعي الرئيسية- إن لم يكن جميعها- مثل فيسبوك وإكس و إنستغرام و”لينكدإن” وبنتريست ويوتيوب وسناب شات من وجود حسابات وهمية مجهولة الهوية، وتحتوي على القليل من المعلومات<sup>1</sup>.

- **الدوافع الذاتية:** تتخذ أشكال عدة، مثل الرغبة في إثبات الذات والتغلب على تقنية الأنظمة الحاسوبية وتحقيق الانتصار عليها، وذلك بدافع التحدي لإثبات القدرات الذاتية، وإشباع شعور البحث عن القوة دون وجود دافع الحقد أو التخريب، وكذلك الرغبة في الحصول على المعلومات الجديدة عن التطور التكنولوجي وكل ما يحتويه عالم الكمبيوتر والشبكات الإلكترونية من أسرار، والتي تدفع الكثير من الأشخاص إلى ارتكاب جرائم إلكترونية للبحث واكتشاف الأنظمة التقنية، تحت دعاوى ضرورة عدم وجود قيود في سبيل الحصول على أي نوع من المعلومات.<sup>2</sup>

- يتم إنشاء حسابات وهمية بغرض أنشطة خبيثة مربحة مثل البريد العشوائي، والاحتتيال، و توزيع البرامج الضارة ، يتم انشاء بعض المنتجات المزيفة للاحتيال و الهوية و المشاركات، زيادة وضوح المحتوى المخصص و المنتدى لدى صفحات

<sup>1</sup> مركز القرار للدراسات الاعلامية، تقرير بعنوان كيفية التصدي لخطر الحسابات الوهمية على منصات التواصل الاجتماعي، المملكة العربية السعودية، 2024،

<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://alqarar.sa/7975&ved=2ahUKEwii08qCnL6TAxUEAvsDHbp->

[FFgQFnoECEQQAQ&sqi=2&usg=AOvVaw0vHEAjU07fCCsyVlbigwx2](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://alqarar.sa/7975&ved=2ahUKEwii08qCnL6TAxUEAvsDHbp-) اطلع عليه يوم

2026/03/28، الساعة 19:44.

<sup>2</sup> مركز القرار للدراسات الاعلامية، انتحال الشخصيات السعودية في تويتر الدوافع و الآليات و أساليب المواجهة"دراسة تحليلية"، 2020، ص7 <https://alqarar.sa/1274> أطلع عليه يوم 2026/04/20 ، الساعة 21:21.

المعجبين عن طريق التلاعب بالأصوات أو عدد مشاهدات الملفات الشخصية لأسباب اجتماعية.<sup>1</sup>

#### 2.4. معايير التمييز بين الحساب العادي و الوهمي

الحساب الوهمي حساب مشكوك به و أنه صادر عن شخص غير متزن نفسيا أما الحساب العادي فهو حساب واضح من حيث التفاصيل والمعلومات كالاسم الشخصي، رقم الهاتف، صورة شخصية، الايميل وغيرها. فالفرق بينهم هو أن الأول يكون باسم حقيقي وواقعي، بينما الآخر يكون الاسم مستعار ومزيف ويكون هذا الحساب لديه متابعين ولا يحمل بطاقة تعريفية واضحة عنه. الحساب العادي لديه هدف واضح، بينما الحساب الوهمي لديه هدف غير واضح يستخدم لأهداف خاصة أو أهداف غير أخلاقية، كما أن الحساب العادي يستخدم فترة طويلة بينما الحساب الوهمي يُستخدم لمدة محددة. أما الحساب العادي يكون موثق، حقيقي وواقعي وأخباره صادقة ومسجل بشكل طبيعي، بينما الحساب الوهمي يقوم بنشر أخبار كاذبة وغير حقيقية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Aiding the Detection of Fake .Cao, Q., Sirivianos, M., Yang, X., & Pogueiro, T

xiaowei sirivianos, Duke ,Accounts in Large Scale Social Online Services

University, 2012, p 2

<sup>2</sup> جمعية ديارنا، مرجع سابق، ص 14

العنصر	الحساب الحقيقي	الحساب الوهمي
الصور والمنشورات	أصلية ومتنوعة	منسوخة أو محدودة
التفاعل	طبيعي ومتناسق	منخفض أو مزيف
اللغة المستخدمة	طبيعية وواقعية	متكررة وغريبة
الأصدقاء/ المتابعون	حقيقيون ومتفاعلون	مجهولون أو وهميون
الهدف من الحساب	تواصل أو عمل حقيقي	تلاعب أو تجسس أو احتيال

شكل رقم (03) الفرق بين الحساب الحقيقي والحساب الوهمي<sup>1</sup><sup>1</sup> مجتمع التحقق العربي، مرجع سابق

## 2.5. أهداف إنشاء الحسابات الوهمية

تسعى الحسابات الوهمية إلى تحقيق أهداف و غايات عديدة يمكن ذكرها فيما يلي:

- تسعى الحسابات الوهمية إلى إثارة الفتنة بين المجتمعات العربية والإسلامية، من خلال إثارة الجدل وزيادة التعصب حول قضية دينية أو قبلية أو رياضية أو سياسية أو اقتصادية، وذلك لنشر الفوضى وزعزعة الثقة بين أفراد المجتمعات لتحقيق المصالح لتلك الجهات التي تدير وتنظم هذه الحملات...تستهدف العاطفة قبل العقل؛ فهي توظف مشاعر الغضب والخوف والانتماء الديني أو الوطني لدفع الناس إلى التفاعل السريع والمشاركة، دون أن يمنحوا أنفسهم فرصة للتأكد من صحة ما يقرؤون، ومع الانتشار السريع، تتحول الأكاذيب إلى قناعات لدى البعض، ما يجعل المجتمع عرضة للتأثر السلبي والتلاعب الخارجي.<sup>1</sup>

- الحسابات الوهمية هي حسابات تدار من قبل فرد أو جماعات معينة إلكترونية تهدف إلى انتحال شخصية شخص آخر، للاستفادة من سمعته أو ماله أو صلاحياته، قاصداً إيذاء الطرف الآخر بشتى الوسائل والطرق غير المشروعة .. الغرض من إنشاء الحساب الوهمي هو أن يبقى مجهولاً لا يمكن التعرف على منشئه.<sup>2</sup>

- تسعى الحسابات الوهمية إلى توجيه الرأي العام نحو النقاش في هاشتاغات قضايا معينة تطرحها الحسابات الوهمية بما يوحي أن هناك أعدادا كبيرة تناقش هذا الموضوع ،

<sup>1</sup> بن علي العويس راكان ، "الحسابات الوهمية وخطرها على المجتمع"، صحيفة مال الإلكترونية، 10 سبتمبر 2025، متاح على الرابط

<https://maaal.com/articles/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B3%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AE%D8%B7%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9/>

أطلع عليه يوم 07 مارس 2026، الساعة 18:03

<sup>2</sup> عرس عفن أ.م حيدر، مرجع سابق، ص 1029

وذلك لصرف المغردين عن هاشتاغات القضايا الأخرى. أو لإيهامهم بأن ما طرحه وتتبناه عبر تغريداتها هو الرأي الصحيح و المقبول.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> بن مساعد المحيا أسامة، الحسابات الوهمية و إغراق الهاشتاق عبر تويتر دراسة تحليلية في التأيير و صناعة الرأي، ورقة بحثية مقدمة لكلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 2013، ص 8

## خلاصة الفصل :

نستنتج مما سبق أن الحسابات الوهمية عبارة عن هويات رقمية غير حقيقية لا تمثل أشخاصا حقيقيين في الواقع تدار من قبل أفراد أو تتم آليا حيث يرتبط مفهومها بالوهم يقوم مستخدمي هاته الحسابات بانتحال الشخصيات من خلال بعض من معدات كالصور ، أسماء مستعارة، فيديوهات... وغيرها ، تهدف هاته الحسابات الوهمية لتحقيق غايات متعددة منها السياسية و الاجتماعية عن طريق التلاعب بالرأي العام ، إثارة المشاكل داخل المجتمع ، هناك أهداف اقتصادية تتمثل مثلا في الاحتيال المالي، الترويج الاقتصادي لمنتوج معين ... و غيره، بصفة عامة نستخلص أن الحسابات الوهمية عبارة عن سلاح في الفضاء الرقمي حيث أنها تؤثر على مستخدمي الوسائط الجديدة من خلال جعل المستخدم لا يثق في أي حساب موجود كان في الواقع الافتراضي، كما تمثل هذه الحسابات أدوات محورية في عملية اشباع حاجات الجمهور و محركا فاعلا في تشكيل لولب الصمت، مما ينعكس بشكل مباشر على طبيعة الوعي الجمعي في الفضاء الافتراضي.

الفصل الثالث:

## الوعي الجمعي

تمهيد

3.1. تعريف الوعي الجمعي

3.2. خصائص الوعي الجمعي

3.3. أشكال الوعي الجمعي

3.4. دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الجمعي

خلاصة الفصل

## تمهيد:

يعتبر الوعي الجمعي أساس تماسك المجتمعات و استمراريتها كونه يقوم بتفسير السلوك البشري داخل الجماعة و يحدد المواقف، فالإنسان كائن عقلائي اجتماعي بطبعه لا يستطيع العزلة مدى الحياة عن البيئة التي يعيش فيها، إذ عرف الوعي الجمعي بأنه ذلك الضمير الذي يشمل العادات، المعتقدات، العواطف...و غيره التي مكنت من جعل المجتمع مميز عن غيره، و من هذا المنطلق أصبح للوعي الجمعي أهمية كبيرة لدى الكثير من الفلاسفة و الأفراد بصفة عامة نظرا لتنوع أشكاله و خصائصه التي أضحت تعكس لنا واقع المجتمع و أحداثه، و مع ظهور الفضاء الرقمي تغير الوعي الجمعي من خلال انتقاله من حيز مكاني إلى مجال افتراضي غير محدود تتشكل فيه القضايا و الآراء المتعددة بسرعة فائقة.

## 3.1. تعريف الوعي الجمعي

**لغة:** الوعي في اللغة: ورد في لسان العرب: " الوعي: حفظ القلب الشيء، ووعي الشيء والحديث يعيه وعياً، وأوعاه: حفظه وفهمه وقبله، فهو واع، وفلان أوعى من فلان: أي أحفظ وأفهم، والواعي: الحافظ الكيس الفقيه.<sup>1</sup>

- **الوعي في القرآن الكريم:** جاء لفظ الوعي في قوله سبحانه وتعالى: " لنجعلها لكن تذكرة و تعيها أذن واقعية: " {سورة الحاقة، الآية 12} .<sup>2</sup>

- **الوعي الجمعي اصطلاحاً :** هو مجموعة من المعتقدات والعواطف المشتركة لدى متوسط أعضاء المجتمع الواحد والتي تشكل نظاماً اجتماعياً محدداً له حياته الخاصة به<sup>3</sup> .

- عُرِف الوعي على أنه المجلد الكلي للعمليات العقلية التي تشترك إيجاباً في فهم الإنسان للعالم الموضوعي ولوجوده الشخصي من خلال العملية الذهنية التي تتفاعل مع مجموع الأفكار والمعتقدات التي تحدد موقف الإنسان من الحياة الاجتماعية والسياسية والأخلاقية والجمالية وتحدد سلوكه ضمن وجوده الاجتماعي.<sup>4</sup>

- **الوعي الجمعي** هو مجموعة من المفاهيم والتصورات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة، والتي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم تم تبنيها الآخرون؛ لإقناعهم بأنها تعبر عن موقفهم.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> ابن منظور جمال الدين محمد بن مكرم أبي الفضل ، مرجع سابق، ص 954.

<sup>2</sup> قرآن كريم، سورة الحاقة، الآية 12 .

<sup>3</sup> غريب حسين، فطوم حوة، الوعي الجمعي لدى دوركايم اللاوعي الجمعي لدى كارل يونغ علاقة تكامل أم تضاد؟، مجلة حقائق للدراسات النفسية و الاجتماعية، العدد السادس، جامعة الجلفة، قسم علم النفس و الفلسفة، ص258.

<sup>4</sup> جبار عبد الجبار ، اختراق الوعي الجمعي ...و استدامة الاستبداد في الوطن العربي، مركز المجدد للبحوث و الدراسات، ط1، اسطنبول، تركيا، 2021، ص4.

<sup>5</sup> شحادة علي عاصم، تشكيل الوعي الجمعي الاجتماعي في لغة الاعلام المعاصر، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 48، كلية معارف الوحي و العلوم الانسانية، الجامعة العالمية الاسلامية، ماليزيا، ص4.

- يعتبر أحد المفاهيم الكبرى لدى دوركايم أما من حيث القانون و الأخلاق و الضبط الاجتماعي فهناك ولاء ملحوظ للضمير الجمعي الذي يعني: " مجموعة من المعتقدات و العواطف العامة بين أعضاء المجتمع و التي تكون نسقا خاصا و مثل هذا الضمير له وجوده الخاص المتميز فهو يدوم عبر الزمن و يعمل على توجيه الأجيال"، و الضمير الجمعي يعيش بين الأفراد و لكنه يتميز بالقوة و الاستقلال و بخاصة عندما تزداد درجة التشابه بين الأفراد<sup>1</sup> .

- الوعي الجمعي للجماعة أو المجتمع يتكون من تفاعل ضمائر الأفراد المكونين للجماعة أو المجتمع و يتكون هذا الضمير الجمعي الذي يعبر عن فكرة أو اتجاه متميز عن الضمير الفردي لكل فرد من أفراد الجماعة أو المجتمع<sup>2</sup> .

- **التعريف الإجرائي للوعي الجمعي:** يمكن تعريف الوعي الجمعي بأنه المحرك القيمي للمجتمع، و هو عبارة عن منظومة متكاملة من المعتقدات و الآراء و المشاعر و القيم المشتركة لدى الأفراد، التي تؤسس كيان اجتماعي يتمتع بالاستمرارية والقدرة على توجيه السلوك العام.

- **الوعي الجمعي:** هو السلطة الضابطة للمجتمع المكونة من مجموع القيم ، العادات، التقاليد، السلوك، الآراء... و غيره و الذي يفرض معايير محددة على الأفراد فيتم إعادة توجيهه من خلال نشر الأفكار عبر وسائل الإعلام و منصات التواصل الاجتماعي.

### 3.2. خصائص الوعي الجمعي

للوعي الجمعي مجموعة من الخصائص و المميزات يتجلى ذلك فيما يلي:

<sup>1</sup> فياض محمود حسام الدين، مرجع سابق، ص22

<sup>2</sup> غريب عبد السميع غريب، مرجع سابق، ص45.

**1- "القهر (Constraint)** يمارس العقل الجمعي قوة قهرية على الأفراد، حيث يوجه سلوكهم ويفرض عليهم معايير وقيم معينة. هذا القهر ليس بالضرورة سلبياً، بل هو ضروري للحفاظ على النظام الاجتماعي .

- يشكل الوعي الجمعي سلطة الزامية على سلوك الافراد، حيث يفرض عليهم نمطا معيناً من المعايير و القيم السائدة، ليس بالضرورة أن يكون القهر ذو دلالة سلبية بل ممكن أن ينظر إليه كركيزة اساسية تعمل على حفاظ و تماسك النظام الاجتماعي.

**2- الاستقلالية (Independence)** له وجود مستقل عن الظروف الفردية، ويستمر عبر الأجيال حتى مع تغير الأفراد.

-يمتاز الوعي الجمعي بكيان مستقل بذاته عن الظروف الفردية حيث أنه مستمر عبر تعاقب الأجيال و ليس وعي ثابت، حتى مع تغير أفراد المجتمع.

**3- الشمولية:** الوعي الجمعي يشمل جميع أفراد المجتمع أو المجموعة، حيث ينشأ من خلال التفاعلات الاجتماعية ويعكس القيم والمعتقدات المشتركة بينهم.

-من خصائص الوعي الجمعي الشمولية حيث أنه يشمل كافة افراد المجتمع ينشأ هذا الوعي من خلال مجموع التفاعلات الاجتماعية التي تنعكس بطبعها على القيم و المعتقدات المشتركة بينهم.

**4- القوة المؤثرة:** يشكل الوعي الجمعي قوة توجيهية تؤثر على الأفراد وتجعلهم يلتزمون بنمط معين من السلوك الاجتماعي. هذا التأثير يكون عادةً غير مرئي، لكنه يؤثر بعمق في تشكيل العادات والتقاليد.

- يمثل الوعي الجمعي قوة توجيهية فعالة تساهم في التأثير على أفراد المجتمع حيث تدفعهم الى الالتزام بنمط معين من السلوك الاجتماعي، غير أن هذا التأثير غالباً يبدو غير ملموس إلا أنه يلعب دوراً هاماً في تشكيل العادات و التقاليد بأشكالها المختلفة.

5- التوارث والاستمرارية: ينتقل الوعي الجمعي من جيل إلى جيل، مما يعزز استمرارية القيم والتقاليد بين الأجيال".<sup>1</sup>

- ينتقل الوعي الجمعي بطريقة تسلسلية من جيل إلى آخر، يؤدي هذا إلى ضمان ديمومة القيم و التقاليد الاجتماعية مما يساهم في تماسك الهيكل الثقافي للمجتمع و الحفاظ عليه عبر التاريخ.

6- المساءلة الاجتماعية: الأفراد الذين لا يلتزمون بما يفرضه الوعي الجمعي غالباً ما يتعرضون للانتقاد أو العقاب الاجتماعي، حيث يمارس المجتمع ضغطاً عليهم للالتزام بالمعتقدات المشتركة.<sup>2</sup>

### 3.3. أشكال الوعي الجمعي

هناك عدة أشكال و أنواع للوعي الجمعي نذكرها فيما يلي :

1/ **الوعي السياسي:** يعرف " شيببتولين Sheptolin " الوعي السياسي بأنه " مجموعة من الآراء تجسد نظرياً السياسة التي تنتهجها طبقة معينة أو جماعة اجتماعية والتي تعتبر نمط خاص من العلاقات بين الطبقات والأمم والأحزاب ، وهي تحدد أيضاً - أي السياسة - مضمون وأشكال الحكومات ، وتشابكها مع الطبقات والجماعات الاجتماعية . وتمارس الأيديولوجيات السياسية تأثيراً مباشراً في حياة الناس والمجتمع بصورة عامة عن

<sup>1</sup> الصعيدي أحمد مجدي، نظرية العقل الجمعي لإميل دوركهايم وأثرها في التماسك الاجتماعي، النظريات الاجتماعية، قسم نظريات اجتماعية، "موقع وفكر"، الرابط: <https://www.mojtamaafikr.com/2025/06/emile-durkheim-collective-conscience-theory-social-cohesion.html?m=1> اطلع عليه يوم

2036/03/2 الساعة 14:16

<sup>2</sup> مهلهل الياسين محمد، الوعي الجمعي ، الرابط:

<https://x.com/Alyaseenk/status/1853441925208277460> اطلع عليه يوم 2026/03/5،

الساعة 16:35 .

طريق تأثيرها في العلاقات بين الطبقات ، وتحديد بنية الدولة ومضمون نشاطات أجهزة الدولة ومؤسساتها<sup>1</sup>.

**2/ الوعي الاجتماعي:** هو ظاهرة معقدة ومركبة من ظواهر الحياة الاجتماعية وليس بوسع المرء دراستها على مستوى واحد وتحت صورة واحدة من أجل كشف بنيتها الفعلية ، كما لا يستطيع المرء دراسة المكان خلال التركيز على بعد واحد من أبعاده وتعتبر معالجة هذه الظاهرة ودراستها من وجوه مختلفة مبدأ منهجيا هاما نظرا لتنوع روابطها وعلاقتها مع غيرها من الظواهر كموضوع الانعكاس والظروف الاجتماعية التي يحدث الانعكاس في ظلها والشروط التاريخية للتعبير عن الوعي ونشاط الوعي نفسه الخ<sup>2</sup>.

**3/ الوعي الثقافي:** الثقافة في مجملها هي المعرفة والتعليم والوعي الثقافي يمكن الفرد من إدراك مجتمعه وقضايا من منظور تاريخي شامل، وتحليل هذه القضايا على مستوى ونظري متماسك والقيام بدوره الاجتماعي الملموس في الحفاظ على تراث المجتمع الفكري ومبادئه الأصيلة مستعينا بقدراته ومهاراته وكفاءاته العلمية والفكرية، لذا يعد الوعي الثقافي من أهم أشكال الوعي الجمعي إن لم يكن أهمها جميعا نظرا لدوره الجوهري في إعداد الشباب لمواجهة الغزو الثقافي الذي يحاول بسط سيطرته على فكر الأمة وثقافتها ويعني أيضا الوعي بالحياة اليومية بما يشمل من عادات وتقاليد وأعراف وأحكام وصور النشاط العام التلقائي المنظم<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> الحسيني صبرى بديع عبد المطلب، الوعي السياسي في الريف المصري، اصدارات المركز الديمقراطي العربي، ط1، برلين، ألمانيا، 2017، ص7

<sup>2</sup> أ، ك أوليدوف، الوعي الاجتماعي، ترجمة ميشيل كيلو، دار ابن خلدون، ط1، بيروت، لبنان، 1978، ص21

<sup>3</sup> بوعكاز ريان ، ثامر أمينة، مرجع سابق ، ص23

4/ **الوعي الاقتصادي:** يعبر الوعي الاقتصادي عن نفسه في التصورات النظرية واليومية مثل: تنظيم وإدارة وسائل الإنتاج على المستوى، وفاعلية البشر وروابطهم في عملية الإنتاج، والتوزيع، والتبادل، والاستهلاك<sup>1</sup>.

5/ **الوعي الديني:** يمثل الدين جزءاً لا يتجزأ من السلوك الاجتماعي وينظر إليه باعتباره مجموعة من المعتقدات الإلهية والشعائر، والثواب والعقاب التي تؤثر في أشكال ودرجات ومستويات الوعي الفردي والجماعي<sup>2</sup>.

### 3.4. دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الجمعي

تلعب وسائل الإعلام بمختلف أشكالها دوراً هاماً جداً في توجيه الوعي الاجتماعي لدى المجتمعات، بما تحمله من أهداف كانت تخدم أولاً تخدم المجتمع، فتشكل أو تقضي على المعتقدات السائدة و المتبناة من طرف مجتمع ما، فتعيد أو تعزز منطلقاتها، فما هو دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الجمعي؟

**الإعلام و عملية صناعة الرأي العام:** تعد صياغة و تشكيل الرأي العام في المجتمعات من الأدوار الرئيسية التي تقوم بها وسائل الإعلام، و يتضاعف ذلك مع التطورات النوعية المتزايدة في الثورة التقنية في عالم الإعلام و الاتصال و المعلومات، و التي منحت وسائل الإعلام امكانيات و قدرات هائلة في التأثير على الآخرين، الأمر الذي جعل من وسائل الإعلام عاملاً رئيسياً من العوامل المؤثرة على الرأي العام، إن لم يكن أهم تلك العوامل<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> بني ياسين سجاد عمر، شحاتة علي عاصم، التداولية و أثرها في تشكيل الوعي الجمعي الاجتماعي ، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات ، المجلد 10، العدد2، الأردن، 2022، ص 4

<sup>2</sup> عبد المعطي، عبد الباسط، الاعلام وتزييف الوعي، دار الثقافة الجديدة، القاهرة، 1979، ص 7-8

<sup>3</sup> الخضر عبد الباقي محمد، دور الاعلام في تشكيل الوعي العام، ورقة علمية مقدمة للمؤتمر الدولي السابع عشر للمنظمة الاسلامية للعلوم الطبية، بعنوان البصمة الوراثية و تحرير الجينات في عصر الذكاء الاصطناعي - رؤية اسلامية، الكويت، 2025، ص8

بما يريد من خلال تسليط الضوء على القضايا المعينة في فترات معينة ويهمش أخرى فهنا يرتب القضايا التي تحتل أهمية لدى المجتمع.

**ترتيب الأولويات:** يعمل الإعلام كحارس بوابة للمعلومات فهو لا يخبر الناس بماذا يفكرون بل يجبرهم في التفكير و تعزيز التماسك الاجتماعي والهوية وهذا يتم عبر تثبيت القيم المشتركة بالاحتفاء بالنجاحات الوطنية والاعتزاز بالتراث واللغة.

**التنشئة الاجتماعية:** نقل القيم يساهم الإعلام في غرس القيم والعادات والمعايير الأخلاقية لدى الأفراد منذ الصغر عبر المحتوى الدرامي أو البرامج الثقافية وحتى عبر الإعلانات فيتم رسم صورة نمطية لما هو مقبول وما هو مرفوض اجتماعيا مما يؤدي إلى تجانس في المفاهيم مستهلكة ومرسخة من قبل أفراد المجتمع الواحد والتضامن في الأزمات وهذا عبر تعزيز تواصل التلاحم الشعبي في ظل الازمات بأنواعها.

**الرقابة الاجتماعية السلطة الرابعة:** يمارس الإعلام دور العين الساهرة التي تحمي المجتمع وذلك عبر كشف الفساد تغطية القضايا الدولية والسياسية تسليط الضوء على الفئات المهمشة .

يمكن القول بأن الإعلام يمكن أن يكون له وجهين فهو يعتبر وسيطا محوريا يدفع المجتمع نحو التطور والاستقلال وفي نفس الوقت يكون له دورا اخر يؤدي إلى نتائج عكسية تخدم جهات ما وهذه أبرز النقاط السلبية للتأثير على الوعي الجمعي.

**التضليل وصناعة الوعي الجمعي:** يمكن للإعلام أن يحجب الحقائق أو يشوهها لخدمة أجنداث معينة مما يؤدي لظهور وعي لا يعكس الواقع.

**التلاعب بالحقائق:** عبر حصر وتعديل الأخبار لتوجيه الرأي العام نحو اتجاه معين التعقيم المتعمد تجاه قضايا جوهرية ومصيرية متعمدة.

**السيطرة على الخوارزميات:** أولا التحيز الخوارزمي، المنصات تعرض لك فقط ما

يعجبك ،

إدمان المحتوى السريع ، تشتت الانتباه وضعف القدرة على التحليل العميق بسبب استهلاك المحتوى القصير والسطحي مما ينتج وعيا جمعيا لحظيا.

## خلاصة الفصل:

نستنتج من هذا الفصل أن الوعي الجمعي هو الطاقة المشتركة بين الناس، من المعتقدات، القيم، الأفكار التي نتبادلها، المشاعر التي تنتقل بين الأشخاص دون الشعور بها... و غيره هذا الأخير لا يحدد فقط ما يجده المجتمع صحيحا أو خاطئا، بل تمارس كذلك قوة ضغط أخلاقية على الأفراد تدفعهم إلى الامتثال لما تعتبره، الجماعة ضروريا لبقائها، حظي الوعي الجمعي بأهمية كبيرة خاصة لدى علماء الاجتماع على رأسهم " ايميل دوركايم " نظرا لتعدد خصائصه كالشمولية، الاستمرارية، المساءلة الاجتماعية... الخ، عرف العقل الجمعي مجموعة من الأقسام التي تتمثل في الوعي الثقافي المرتبط بالثقافة، الوعي السياسي له علاقة بالسياسة، عدا وجود الوعي الديني و الاقتصادي كذلك، يمكن القول أن الوعي الجمعي هو امتلاك المجتمع اتجاها عقلانيا يمكنهم من إدراك البيئة المحيطة بهم، حيث يستطيع الأفراد فهم كل ما يؤثر في المجتمع سواء بشكل إيجابي أو سلبي في كل المجالات " الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، الدينية... "

# الإطار التطبيقي

## للدراسة

### تمهيد

عرض ومناقشة بيانات الدراسة

تحليل نتائج المحاور

اختبار صحة فرضيات الدراسة

عرض آفاق ومقترحات الدراسة

خلاصة الفصل

**تمهيد:**

سيتم التطرق في هذا الفصل إلى الدراسة الميدانية التي أُجريت على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك، وذلك بهدف اختبار مدى توافق المعطيات النظرية التي تم تناولها في الفصل السابق مع الواقع الميداني. ويتم ذلك من خلال جمع البيانات وتحليلها إحصائياً بهدف الكشف عن انعكاسات الحسابات الوهمية في مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الجمعي.

كما يهدف هذا الفصل إلى معالجة البيانات الميدانية وتفسير نتائجها في ضوء فرضيات الدراسة، وذلك بغرض الوقوف على طبيعة العلاقة بين متغيرات البحث، وتحديد مدى تأثير الحسابات الوهمية على تشكيل الوعي الجمعي لدى أفراد العينة المدروسة، اعتماداً على الأساليب الإحصائية المناسبة.

## 1\_ عرض ومناقشة بيانات الدراسة

### نتائج الدراسة

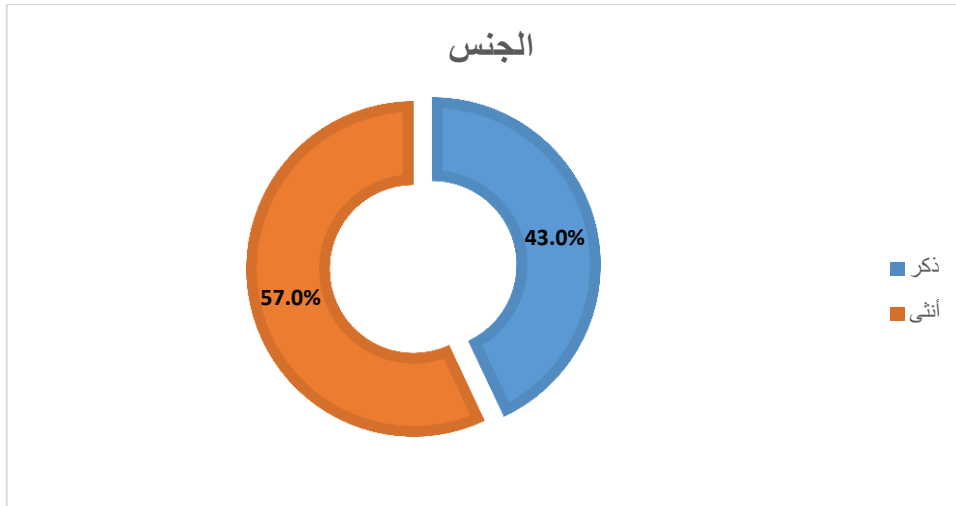
#### أ- خصائص عينة الدراسة حسب الجنس

الجدول رقم (08): توزيع عينة الدراسة حسب الجنس.

متغير الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	43	43,0%
أنثى	57	57,0%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

الشكل رقم (04): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات EXCEL

من خلال نتائج الجدول والشكل السابقين، نلاحظ أن عينة الدراسة تتكون من 100 طالبا جامعيًا من كلية الإعلام والاتصال بجامعة زيان عاشور -الجلقة-، حيث بلغت نسبة الذكور (43.0%)، في حين بلغت نسبة الإناث (57.0%)

يظهر من هذه النتائج وجود تقارب في الجانب نسبي للجنسين مع غلبة طفيفة لفئة الإناث ضمن العينة المدروسة. ويعكس هذا التنوع في العينة تمثيلاً مقبولاً لفئتي الذكور والإناث داخل الوسط الجامعي محل الدراسة، مما يتيح فهماً أفضل لآراء واتجاهات الطلبة حول موضوع الحسابات الوهمية على موقع فيسبوك وانعكاساتها على الوعي الجمعي، دون

وجود انحياز واضح لصالح أحد الجنسين، الأمر الذي يعزز من موضوعية النتائج المتوصل إليها.

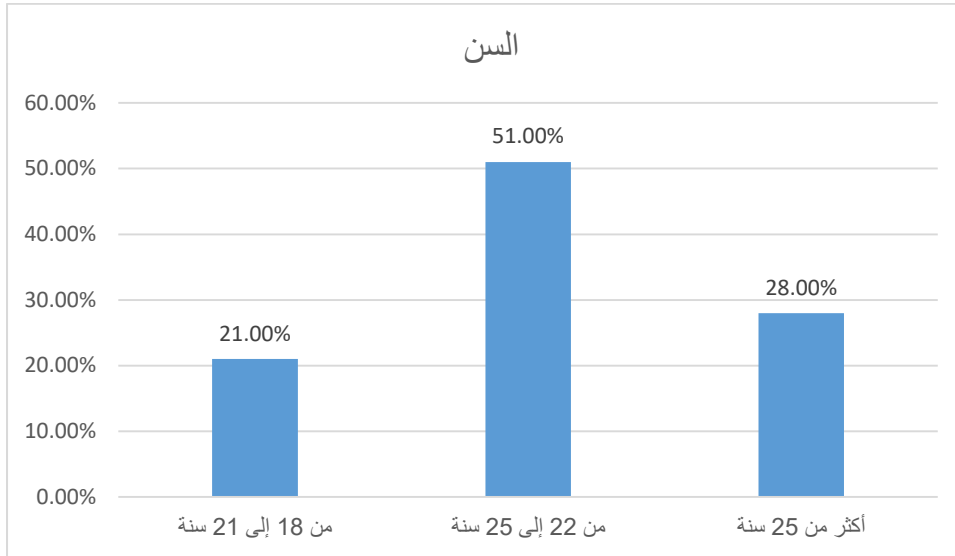
### ب- خصائص عينة الدراسة حسب السن

الجدول رقم ( 09): توزيع عينة الدراسة حسب السن

متغير السن	التكرار	النسبة المئوية
من 18 إلى 21 سنة	21	21,0%
من 22 إلى 25 سنة	51	51,0%
أكثر من 25 سنة	28	28,0%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

الشكل رقم ( 05): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق السن



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات EXCEL

من خلال نتائج الجدول والشكل السابقين، نلاحظ أن الفئة العمرية من 22 إلى 25 سنة تمثل النسبة الأكبر بـ (51.0%) ، تليها الفئة العمرية أكثر من 25 سنة بنسبة (28.0%) ، بينما تمثل الفئة العمرية من 18 إلى 21 سنة النسبة الأقل بـ (21.0%). يظهر هذا التوزيع أن أغلب أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية المتوسطة داخل الوسط الجامعي، وهو ما يعكس طبيعة الطلبة في مرحلة الماستر غالبا، حيث تتسم هذه الفئة بقدر أكبر من الخبرة الرقمية والتفاعل المستمر مع مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة

موقع فيسبوك. كما أن هذا التركيب العمري يساهم في تقديم إجابات أكثر وعياً وتحليلاً لموضوع الحسابات الوهمية وانعكاساتها على الوعي الجمعي.

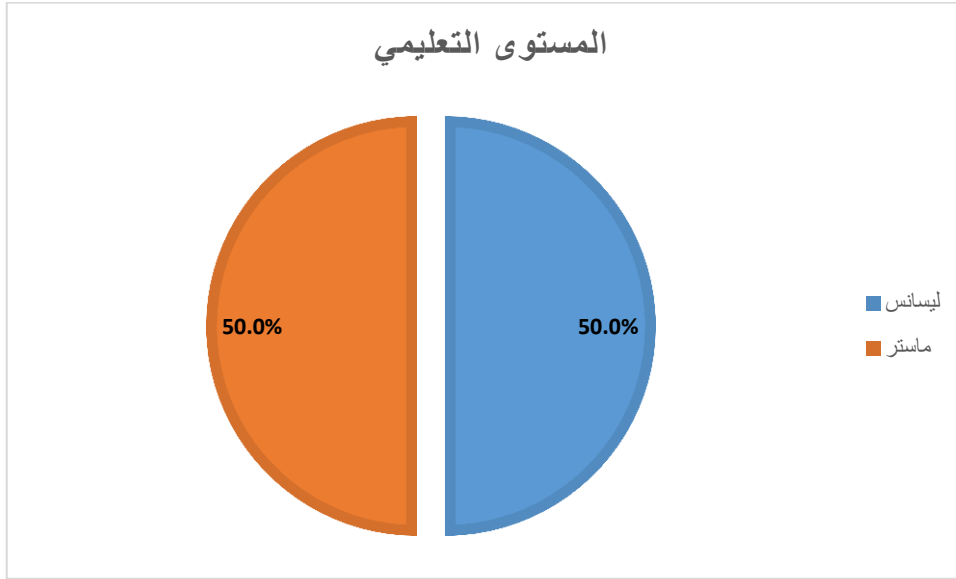
### ج- خصائص عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

الجدول رقم ( 10): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

متغير المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	50	%50,0
ماستر	50	%50,0
المجموع	100	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

الشكل رقم ( 06): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات EXCEL

نلاحظ من خلال نتائج الجدول والشكل السابقين أن عينة الدراسة تتوزع بشكل متساوٍ حسب المستوى التعليمي، حيث بلغت نسبة طلبة الليسانس 50% مقابل 50% لطلبة الماستر.

ويُظهر هذا التوزيع توازناً تاماً في العينة من حيث المستوى التعليمي، مما يحد من التحيز الإحصائي المرتبط بهذا المتغير، ويُعزز من قدرة الدراسة على المقارنة بين الفئتين بشكل أكثر موضوعية، خاصة عند تحليل تأثير الحسابات الوهمية على الوعي الجمعي.

كما يساهم هذا التوزيع المتكافئ في رفع درجة المصادقية الداخلية للنتائج، كونه يضمن تمثيلاً متساوياً لمستويين أكاديميين داخل نفس المجال التكويني، مما يسمح بتفسير أكثر دقة للفروق أو التشابهات المحتملة بين أفراد العينة.

#### د- خصائص عينة الدراسة حسب التخصص

الجدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة حسب التخصص

متغير التخصص	التكرار	النسبة المئوية
إعلام	49	49,0%
إتصال جماهيري والوسائط الجديدة	34	34,0%
سمعي بصري	17	17,0%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

الشكل رقم (07): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق التخصص



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات EXCEL

من خلال نتائج الجدول والشكل السابقين، نلاحظ أن توزيع عينة الدراسة حسب التخصص غير متساوٍ بشكل تام، حيث جاءت نسبة تخصص الإعلام في المرتبة الأولى بـ(49%)، يليه تخصص الإتصال الجماهيري والوسائط الجديدة بنسبة (34%)، ثم تخصص السمعي البصري بنسبة (17%).

ويعكس هذا التوزيع هيمنة نسبية لطلبة تخصص الإعلام ضمن أفراد العينة، وهو ما قد يُفسَّر بكون هذا التخصص أكثر حضوراً في المجال المرتبط بالدراسة أو أكثر تفاعلاً مع موضوعات مواقع التواصل الاجتماعي والحسابات الوهمية. كما أن وجود فئتين أخريين بنسب متفاوتة يضمن تنوعاً في الخلفيات الأكاديمية للمبحوثين، مما يسمح بإثراء النتائج من حيث تعدد وجهات النظر.

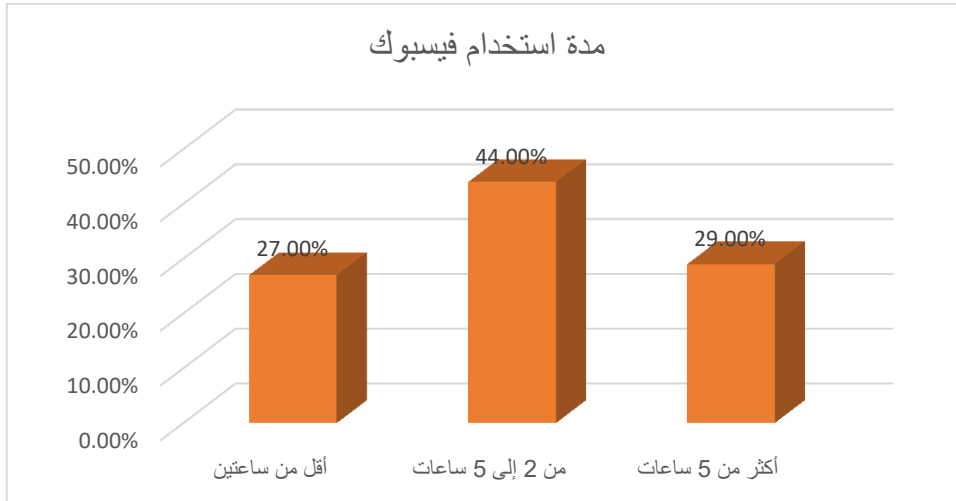
#### هـ- خصائص عينة الدراسة حسب معدل استخدام فيسبوك

الجدول رقم (12): توزيع عينة الدراسة حسب معدل استخدام فيسبوك

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ساعتين	27	27,0%
من 2 إلى 5 ساعات	44	44,0%
أكثر من 5 ساعات	29	29,0%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

الشكل رقم (08): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق معدل استخدام فيسبوك



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات EXCEL

من خلال نتائج الجدول والشكل السابقين، نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة يتوزعون حسب معدل استخدام فيسبوك بشكل متفاوت نسبياً، حيث تمثل الفئة الأكثر استخداماً (من 2 إلى 5 ساعات) النسبة الأعلى بـ(44%)، تليها فئة الاستخدام المرتفع (أكثر من 5 ساعات) بنسبة (29%)، ثم فئة الاستخدام المنخفض (أقل من ساعتين) بنسبة (27%).

## الإطار التطبيقي للدراسة

يشير هذا التوزيع إلى أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى فئة الاستخدام المتوسط إلى المرتفع، وهو ما يعزز ملاءمة العينة لموضوع الدراسة، نظرا لأن كثافة الاستخدام تعد عاملا مؤثرا في درجة التعرض للحسابات الوهمية والتفاعل مع محتوى مواقع التواصل الاجتماعي. كما يعكس هذا التباين وجود مستويات مختلفة من التعرض اليومي لمنصة فيسبوك، مما يسمح بتحليل تأثيرات الحسابات الوهمية على الوعي الجمعي عبر فئات استخدام متعددة، ويسهم في تعزيز قوة التفسير الإحصائي للنتائج النهائية.

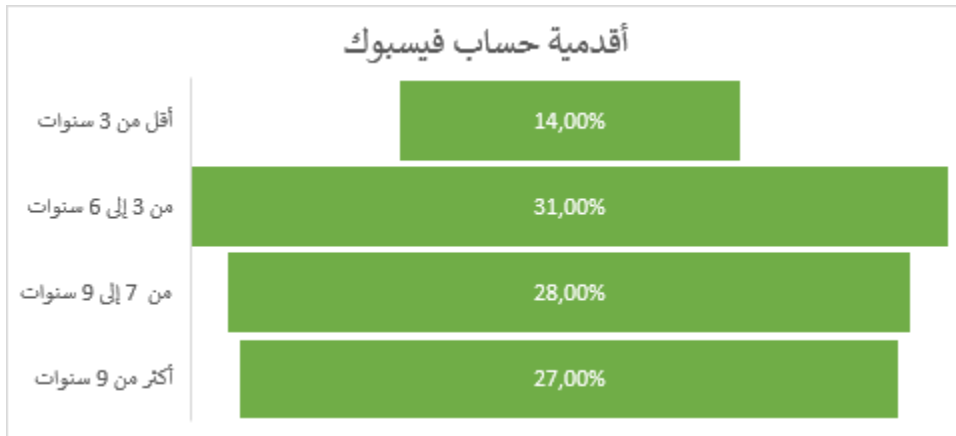
### و- خصائص عينة الدراسة حسب أقدمية حساب فيسبوك

الجدول رقم ( 13 ): توزيع عينة الدراسة حسب أقدمية حساب فيسبوك

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 3 سنوات	14	14,0%
من 3 إلى 6 سنوات	31	31,0%
من 7 إلى 9 سنوات	28	28,0%
أكثر من 9 سنوات	27	27,0%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

### الشكل رقم ( 9 ): التوزيع البياني لعينة الدراسة وفق أقدمية حساب فيسبوك



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات EXCEL

من خلال نتائج الجدول والشكل السابقين، نلاحظ أن أفراد عينة الدراسة يتوزعون حسب أقدمية حساب فيسبوك بشكل متدرج، حيث تمثل الفئة (من 3 إلى 6 سنوات) النسبة الأعلى بـ(31%)، تليها فئة (7 إلى 9 سنوات) بنسبة (28%)، ثم فئة أكثر من 9 سنوات بنسبة (27%)، في حين جاءت فئة أقل من 3 سنوات بأدنى نسبة بلغت (14%) .

يظهر هذا التوزيع أن أغلب أفراد العينة يمتلكون خبرة متوسطة إلى طويلة في استخدام منصة فيسبوك، وهو ما يعكس درجة عالية من التفاعل المستمر مع بيئة التواصل الاجتماعي، بما يسمح لهم بالتعرض المتكرر للمحتوى الرقمي بما فيه الحسابات الوهمية. كما أن هذا التوزيع يعزز من موثوقية النتائج، باعتبار أن طول مدة الاستخدام يتيح للمبحوثين تكوين تصورات أكثر استقراراً حول طبيعة المحتوى المتداول، وبالتالي تقديم إجابات أكثر دقة وارتباطاً بواقع الاستخدام الفعلي لمنصة فيسبوك.

## 2- تحليل نتائج المحاور

### تحليل استجابات أفراد العينة لمحاور الاستبيان

الجدول رقم ( 14 ): يبين استجابات أفراد العينة لمحور تضليل الرأي العام

رقم العبارة	التكرار النسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
	%	3,0	28,0	12,0	47,0				
ع2	ك	5	25	12	39	3,42	1,199	3	مرتفعة
	%	5,0	25,0	12,0	39,0				
ع3	ك	6	65	12	16	2,41	0,865	8	منخفضة
	%	6,0	65,0	12,0	16,0				
ع4	ك	5	38	13	37	3,03	1,114	6	متوسطة
	%	5,0	38,0	13,0	37,0				
ع5	ك	11	52	11	25	2,53	1,019	7	منخفضة
	%	11,0	52,0	11,0	25,0				
ع6	ك	4	27	16	47	3,24	1,045	5	متوسطة
	%	4,0	27,0	16,0	47,0				
ع7	ك	1	15	11	62	3,67	0,899	2	مرتفعة
	%	1,0	15,0	11,0	62,0				
ع8	ك	/	8	3	41	4,29	0,868	1	مرتفعة جدا
	%	/	8,0	3,0	41,0				
تضليل الرأي العام									
						3,24	0,473	متوسطة	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

- من الجدول أعلاه نلاحظ أن استجابات أفراد العينة حول محور تضليل الرأي العام جاءت بدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (3.24) بانحراف معياري قدره (0.473)، مما يدل على وجود اتجاه متوسط لدى المبحوثين نحو الإقرار بتأثير الحسابات الوهمية في تضليل الرأي العام عبر موقع فيسبوك. حيث:
- يتضح أن العبارة (ع8) "أدرك أن هناك حسابات وهمية تروج لقضايا تخدمها" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.29) وانحراف معياري (0.868) وبدرجة موافقة مرتفعة جدًا، وهو ما يعكس إدراكًا واضحًا لدى أفراد العينة لوجود حسابات وهمية تسعى إلى الترويج لقضايا وأفكار تخدم أهدافًا معينة.
  - وجاءت العبارة (ع7) "أجد نفسي أعطي أهمية للقضايا التي يكثر حولها الآراء" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (3.67) وانحراف معياري (0.899) وبدرجة موافقة مرتفعة، مما يشير إلى تأثر المبحوثين نسبيًا بكثافة النقاشات والآراء المتداولة حول بعض القضايا.
  - أما العبارة (ع2) "أعتقد أن القضايا التي تشكل ترند هي الأكثر أهمية" فقد احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (3.42) وانحراف معياري (1.199) وبدرجة موافقة مرتفعة، وهو ما يدل على أن انتشار القضية ورواجها قد يؤثر في تقدير أهميتها لدى بعض أفراد العينة.
  - في المقابل، جاءت العبارة (ع3) "أثق في المعلومات المتداولة من طرف عدد كبير من المستخدمين حتى ولو كانت من مصادر غير موثوقة" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.41) وانحراف معياري (0.865) وبدرجة موافقة منخفضة، مما يعكس وجود درجة من الوعي لدى المبحوثين بأهمية التحقق من مصادر المعلومات وعدم الاعتماد فقط على كثرة تداولها.
  - كما سجلت العبارة (ع5) "أعتمد على الأخبار الشائعة كمصدر لمعلوماتي" متوسطًا حسابيًا قدره (2.53) وبدرجة موافقة منخفضة، وهو ما يؤكد أن أغلبية المبحوثين لا يعتمدون بشكل كامل على الأخبار الرائجة كمصدر أساسي للمعلومات.
- وبصفة عامة، تشير هذه النتائج إلى أن أفراد العينة يدركون وجود دور للحسابات الوهمية في التأثير على الرأي العام والترويج لبعض القضايا، إلا أنهم لا يظهرون مستوى

## الإطار التطبيقي للدراسة

مرتفعًا من الانسياق وراء الأخبار أو المعلومات غير الموثوقة، وهو ما يفسر حصول المحور ككل على درجة موافقة متوسطة.

**الجدول رقم (15):** يبين استجابات أفراد العينة لمحور الحسابات الوهمية تخلق رأياً عاماً مصطنعاً

رقم العبارة	التكرار النسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
	%	/	24,0	18,0	49,0				
ع10	ك	1	27	25	43	3,22	0,927	6	متوسطة
	%	1,0	27,0	25,0	43,0				
ع11	ك	1	21	14	53	3,52	0,979	4	مرتفعة
	%	1,0	21,0	14,0	53,0				
ع12	ك	1	14	6	65	3,77	0,897	1	مرتفعة
	%	1,0	14,0	6,0	65,0				
ع13	ك	1	14	10	65	3,69	0,872	2	مرتفعة
	%	1,0	14,0	10,0	65,0				
ع14	ك	/	20	18	47	3,57	0,977	3	مرتفعة
	%	/	20,0	18,0	47,0				
ع15	ك	8	46	18	23	2,71	1,066	8	متوسطة
	%	8,0	46,0	18,0	23,0				
ع16	ك	2	39	13	36	3,13	1,106	7	متوسطة
	%	2,0	39,0	13,0	36,0				
ع17	ك	18	52	12	13	2,35	1,076	9	منخفضة
	%	18,0	52,0	12,0	13,0				
						<b>3,26</b>	<b>0,443</b>	<b>متوسطة</b>	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن استجابات أفراد العينة حول محور الحسابات الوهمية تخلق رأياً عاماً مصطنعاً جاءت بدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (3.26) بانحراف معياري قدره (0.443)، مما يشير إلى وجود اتجاه متوسط لدى

المبحوثين نحو الاعتقاد بأن الحسابات الوهمية تسهم في تشكيل رأي عام مصطنع والتأثير على إدراك المستخدمين للقضايا المتداولة عبر موقع فيسبوك، حيث:

- جاءت العبارة (ع12) "عندما أرى تفاعلاً ضخماً أشعر أن الجميع مؤيد" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.77) وانحراف معياري (0.897) وبدرجة موافقة مرتفعة، وهو ما يدل على أن كثافة التفاعل قد تولد لدى المستخدمين انطباعاتاً بوجود إجماع أو تأييد واسع لقضية معينة.

- وجاءت العبارة (ع13) "عند تكرار الخبر أجد نفسي أبتلعه أو أهضمه" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (3.69) وانحراف معياري (0.872) وبدرجة موافقة مرتفعة، مما يعكس تأثير تكرار الرسائل والمعلومات في تعزيز قابلية تقبلها لدى بعض المستخدمين.

- أما العبارة (ع14) "كثرة الحسابات التي تدعم فكرة واحدة تجعلها تبدو حقيقية" فقد احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (3.57) وانحراف معياري (0.977) وبدرجة موافقة مرتفعة، وهو ما يؤكد إدراك المبحوثين للدور الذي يمكن أن تلعبه الحسابات الوهمية في إضفاء قدر من المصداقية على الأفكار المطروحة من خلال تكرارها ودعمها بشكل مكثف.

- في المقابل، جاءت العبارة (ع17) "أصدق الشائعات المنشورة في موقع فيسبوك" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.35) وانحراف معياري (1.076) وبدرجة موافقة منخفضة، مما يدل على أن أغلبية أفراد العينة لا يميلون إلى تصديق الشائعات المتداولة عبر المنصة.

- كما سجلت العبارة (ع15) "أصدق كل الأخبار المروج لها في فترة الأزمات على موقع فيسبوك" متوسطاً حسابياً قدره (2.71) وبدرجة موافقة متوسطة تميل إلى الانخفاض، وهو ما يعكس نوعاً من الحذر لدى المبحوثين تجاه الأخبار المتداولة خلال الأزمات.

وبصفة عامة، تشير النتائج إلى أن أفراد العينة يدركون قدرة الحسابات الوهمية على التأثير في تشكيل الانطباعات العامة وإعطاء صورة زائفة عن حجم التأييد أو الإجماع حول بعض القضايا، من خلال التفاعل المكثف وتكرار الرسائل، إلا أن هذا التأثير لا يصل إلى

## الإطار التطبيقي للدراسة

درجة التصديق المطلق للشائعات أو الأخبار غير الموثوقة، وهو ما يفسر حصول المحور على درجة موافقة متوسطة.

**الجدول رقم (16):** يبين استجابات أفراد العينة لمحور توجيه الوعي الجمعي

رقم العبارة	التكرار النسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة	توجيه الوعي الجمعي	
										ك	%
ع18	ك	2	30	22	38	3,20	1,024	3	متوسطة		
	%	2,0	30,0	22,0	38,0						
ع19	ك	/	6	7	50	4,18	0,808	1	مرتفعة		
	%	/	6,0	7,0	50,0						
ع20	ك	5	27	14	43	3,28	1,128	2	متوسطة		
	%	5,0	27,0	14,0	43,0						
ع21	ك	13	40	16	27	2,69	1,125	6	متوسطة		
	%	13,0	40,0	16,0	27,0						
ع22	ك	9	38	16	31	2,87	1,134	5	متوسطة		
	%	9,0	38,0	16,0	31,0						
ع23	ك	5	36	17	35	3,03	1,095	4	متوسطة		
	%	5,0	36,0	17,0	35,0						
						<b>3,20</b>	<b>0,636</b>		متوسطة	توجيه الوعي الجمعي	

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أن استجابات أفراد العينة حول محور توجيه الوعي الجمعي جاءت بدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (3.20) بانحراف معياري قدره (0.636)، مما يشير إلى وجود اتجاه متوسط لدى المبحوثين نحو تأثير الحسابات الوهمية وما يرتبط بها من ضغوط اجتماعية وإعلامية في توجيه الوعي الجمعي، حيث:

- جاءت العبارة (ع19) "ألجأ إلى قيمي الأخلاقية للحكم على بعض القضايا" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.18) وانحراف معياري (0.808) وبدرجة موافقة مرتفعة، وهو ما يدل على أن أفراد العينة يعتمدون بدرجة كبيرة على

- منظومتهم القيمية والأخلاقية عند تقييم القضايا المطروحة، بدل الاعتماد الكلي على ما يتم تداوله عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- وجاءت العبارة (ع20) "لا أعلق في حسابي الأصلي بسبب الخوف من الرقابة الاجتماعية المباشرة" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (3.28) وانحراف معياري (1.128) وبدرجة موافقة متوسطة، مما يعكس وجود قدر من التخوف لدى بعض المبحوثين من التعبير العلني عن آرائهم عبر حساباتهم الحقيقية.
- أما العبارة (ع18) "تطرح القضايا دائماً بشكل إما مع أو ضد مما يجعلني محاصراً" فقد احتلت المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (3.20) وانحراف معياري (1.024) وبدرجة موافقة متوسطة، وهو ما يشير إلى شعور بعض أفراد العينة بأن النقاشات الرقمية تُقدّم أحياناً بصورة استقطابية تحد من تعدد وجهات النظر.
- في المقابل، جاءت العبارة (ع21) "أتبنى الصمت خوفاً من العزلة الاجتماعية" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (2.69) وانحراف معياري (1.125)، تلتها العبارة (ع22) "تفرض المكانة الاجتماعية البقاء مشاهداً فقط" بمتوسط حسابي (2.87)، وكلاهما بدرجة موافقة متوسطة تميل إلى الانخفاض، مما يدل على أن أغلبية المبحوثين لا يرون أن الخوف من العزلة الاجتماعية أو المكانة الاجتماعية يمثلان عائقاً كبيراً يمنعهم من التفاعل أو التعبير عن آرائهم.
- وبصفة عامة، تشير النتائج إلى أن توجيه الوعي الجمعي لا يتحقق فقط من خلال التأثيرات الرقمية، بل يتأثر أيضاً بالعوامل الشخصية والاجتماعية، حيث أظهرت النتائج تمسك أفراد العينة بقيمهم الأخلاقية عند الحكم على القضايا، مع وجود تأثير متوسط لبعض أشكال الضغط الاجتماعي والرقابة غير المباشرة على ممارساتهم التواصلية داخل الفضاء الرقمي.

الجدول رقم (17): يبين استجابات أفراد العينة لمحور الحسابات الوهمية والتحرر من ضغط المجتمع

رقم العبارة	التكرار النسبة	لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الموافقة
ع24	ك	/	18	15	54	3,62	0,929	2	مرتفعة
	%	/	18,0	15,0	54,0				
ع25	ك	1	13	8	56	3,85	0,946	1	مرتفعة
	%	1,0	13,0	8,0	56,0				
ع26	ك	10	28	14	35	3,13	1,244	4	متوسطة
	%	10,0	28,0	14,0	35,0				
ع27	ك	9	30	10	35	3,19	1,276	3	متوسطة
	%	9,0	30,0	10,0	35,0				
الحسابات الوهمية والتحرر من ضغط المجتمع									
						3,44	0,687		مرتفعة

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

من الجدول أعلاه يتضح أن استجابات أفراد العينة حول محور الحسابات الوهمية والتحرر من ضغط المجتمع جاءت بدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام للمحور (3.44) بانحراف معياري قدره (0.687)، مما يشير إلى وجود اتجاه متوسط يميل إلى الارتفاع لدى المبحوثين نحو الاعتقاد بأن الحسابات الوهمية قد تمثل وسيلة للتحرر من بعض الضغوط الاجتماعية المرتبطة بالتعبير عن الرأي، حيث:

- جاءت العبارة (ع25) "تساهم الحسابات البديلة في الهروب أو التحرر من الضغط الاجتماعي" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.85) وانحراف معياري (0.946) وبدرجة موافقة مرتفعة، مما يدل على أن أغلبية أفراد العينة يرون أن الحسابات البديلة توفر مساحة أكبر للتعبير بعيداً عن القيود والضغوط الاجتماعية.
- كما جاءت العبارة (ع24) "شكل نشاط الحسابات الوهمية ضغطاً نفسياً يدفعني للصمت تجنباً لمعارضة الرأي السائد" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره (3.62) وانحراف معياري (0.929) وبدرجة موافقة مرتفعة، وهو ما يعكس إدراك

المبحوثين للتأثير النفسي الذي قد تمارسه الحسابات الوهمية في توجيه النقاشات وفرض رأي يبدو وكأنه الرأي الغالب.

- أما العبارة (ع27) "استخدم ميزة مجهول الهوية لمناقشة قضايا حساسة لا أجراً على طرحها باسمي" فقد جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (3.19) وانحراف معياري (1.276) وبدرجة موافقة متوسطة، مما يشير إلى أن بعض المبحوثين يلجؤون إلى إخفاء هويتهم عند مناقشة موضوعات حساسة أو مثيرة للجدل.

- في حين جاءت العبارة (ع26) "ألجأ إلى إنشاء حساب آخر للتعبير عن رأيي بحرية على مختلف الموضوعات" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره (3.13) وانحراف معياري (1.244) وبدرجة موافقة متوسطة، وهو ما يدل على أن اللجوء الفعلي إلى إنشاء حسابات بديلة ليس سلوكاً شائعاً لدى جميع أفراد العينة رغم إقرارهم بأهميتها في توفير مساحة أكبر للتعبير.

وبصفة عامة، تشير النتائج إلى أن أفراد العينة ينظرون إلى الحسابات الوهمية والحسابات البديلة باعتبارها وسيلة يمكن أن تساعد على التحرر من بعض أشكال الضغط الاجتماعي والرقابة غير المباشرة، وتوفر هامشاً أوسع للتعبير عن الآراء، إلا أن هذا لا يعني بالضرورة أن جميع المستخدمين يلجؤون فعلياً إلى إنشاء حسابات بديلة أو استخدام الهوية المجهولة بصورة مستمرة.

### تحليل السؤال المفتوح(28)

بعد تحليل إجابات المشاركين، يمكن تصنيفها إلى أربع اتجاهات رئيسية:

#### أولاً: الحسابات الوهمية أداة لتضليل الرأي العام

تمثل هذه الفئة الرأي الأكثر تكراراً، حيث يرى أصحابها أن الحسابات الوهمية تُستخدم أساساً في:

✚ نشر الأخبار الزائفة

✚ توجيه الرأي العام

✚ صناعة الترددات بشكل مصطنع

✚ خدمة مصالح جهات معينة (مثل الذباب الإلكتروني)

هذا الاتجاه يعكس وعياً مرتفعاً بخطورة الحسابات الوهمية ودورها في التأثير غير المباشر على الإدراك الجماعي.

## ثانياً: الحسابات الوهمية وسيلة للتعبير عن الرأي بحرية:

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الحسابات الوهمية توفر:

✚ حرية التعبير دون خوف

✚ حماية من الرقابة الاجتماعية

✚ مساحة لطرح الآراء الحساسة

هذا الاتجاه يعكس وظيفة إيجابية للحسابات الوهمية باعتبارها فضاء بديلاً للتعبير

الحر.

## ثالثاً: رؤية مزدوجة (سلاح ذو حدين)

يرى هذا الاتجاه أن الحسابات الوهمية ليست إيجابية أو سلبية بشكل مطلق، بل:

✚ قد تضليل الرأي العام

✚ وقد تتيح حرية التعبير

هذا الاتجاه يعكس فهماً متوازناً وظيفياً لوسائل التواصل الاجتماعي.

## رابعاً: موقف نقدي رافض للحسابات الوهمية

يرى أصحاب هذا الاتجاه أن الحسابات الوهمية:

✚ لا تمثل وسيلة تعبير حقيقية

✚ ترتبط أساساً بالتضليل والتزييف

✚ تفقد المصداقية بطبيعتها

من خلال تحليل الإجابات، يمكن القول إن تصور المبحوثين للحسابات الوهمية يتسم

بالتنوع وعدم الحسم، حيث لم يتم حصرها في وظيفة واحدة، بل تم النظر إليها باعتبارها:

○ أداة للتأثير والتضليل

○ وفي الوقت نفسه وسيلة للتعبير الحر

○ مع إدراك أن أثرها يعتمد على النية وطريقة الاستخدام

هذا التعدد في التصورات يعكس ما تشير إليه دراسات الاتصال الحديثة حول بيئة

الشبكات الاجتماعية، حيث لم تعد الوسائل الرقمية مجرد أدوات نقل معلومات، بل أصبحت

فضاءات لصناعة الرأي العام، بما في ذلك ظواهر التضليل الإعلامي والتعبير غير المقيد.

### 3- اختبار صحة فرضيات الدراسة (حسب الدراسات السابقة والنظرية)

#### 1- مناقشة الفرضية الفرعية الأولى

تنص الفرضية الفرعية الأولى على أنه " تساهم متابعة التردد والمصادر غير الموثوقة في تضليل الرأي العام.".

• **الفرضية الصفرية:** لا تساهم متابعة التردد والمصادر غير الموثوقة في تضليل الرأي العام. من وجهة نظر الطلبة الجامعيين عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

• **الفرضية البديلة:** تساهم متابعة التردد والمصادر غير الموثوقة في تضليل الرأي العام. من وجهة نظر الطلبة الجامعيين عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .  
تم تطبيق اختبار "T" لعينة واحدة لمقارنة المتوسط العام للإجابات مع القيمة المحايدة (3).

**الجدول رقم (18):** يبين كيفية اختبار درجة مساهمة متابعة التردد والمصادر غير الموثوقة في تضليل الرأي العام

المحور	T	مستوى المعنوية Sig	مستوى دلالة	متوسط الفرضي	المتوسط الحسابي	انحراف المعياري	درجة الحرية
تضليل الرأي العام	5,064	0,000	0,05	3	3,24	0,473	9

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لمحور تضليل الرأي العام بلغ (3.24) وهو أكبر قليلا من المتوسط الفرضي (3)، ما يشير إلى وجود ميل إيجابي في استجابات أفراد العينة نحو الموافقة على عبارات المحور.

كما بلغت قيمة اختبار "T" المحسوبة (5.064) عند درجة حرية (99)، مع مستوى دلالة إحصائية (Sig = 0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد  $(\alpha \leq 0.05)$ ، مما يدل على وجود فرق دال إحصائياً بين المتوسط الفعلي والمتوسط الفرضي.

وبناء على هذه النتائج يتم رفض الفرضية الصفريّة وقبول الفرضية البديلة، أي أن متابعة الترنادات والاعتماد على المصادر غير الموثوقة تساهم في تضليل الرأي العام لدى الطلبة الجامعيين.

فالترنادات على مواقع التواصل الاجتماعي غالباً ما تعتمد على التفاعل والانتشار السريع أكثر من اعتمادها على المصداقية، مما قد يؤدي إلى تضخيم بعض القضايا أو إعادة نشر معلومات غير دقيقة، وبالتالي التأثير في إدراك الأفراد وتوجيه آرائهم.

يمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء نظرية دوامة الصمت التي ترى أن البيئة الإعلامية السائدة تؤثر في إدراك الأفراد لما هو "رأي عام"، حيث يؤدي تكرار المحتوى وانتشاره داخل الفضاء الرقمي إلى خلق انطباع زائف حول حقيقة القضايا، ما يدفع الأفراد إلى تبني مواقف مبنية على ما يبدو أنه رأي الأغلبية لا على مصادر موثوقة، وهو ما يعزز قابلية التضليل.

كما تتقاطع هذه النتيجة مع نظرية الاستخدامات والإشباع، إذ إن المستخدمين في مواقع التواصل لا يتلقون المحتوى بشكل سلبي فقط، بل يختارون ويتفاعلون مع الترنادات بحثاً عن الإشباع السريع للمعلومات أو التفاعل الاجتماعي، ما يجعلهم أكثر عرضة للمحتوى غير الموثوق في ظل ضعف آليات التحقق من المصدر.

وتتوافق هذه النتيجة مع دراسة نادية بن ورقلة (2013) التي أكدت أن شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في تشكيل الآراء حول القضايا الراهنة لدى الشباب، مع اعتماد كبير على مصادر بديلة للمعلومة.

كما تدعمها دراسة البشير مجدي (2023/2022) التي توصلت إلى أن الأخبار الكاذبة عبر فيسبوك كان لها أثر واضح في تشكيل الرأي العام خلال الحراك الجزائري. إضافة إلى دراسة هشام شيتور (2024/2023) التي أبرزت انتشار الأخبار الزائفة وتوظيفها في التأثير على اتجاهات المستخدمين.

بناءً على ذلك يمكن القول إن الترنادات والمحتويات غير الموثوقة داخل الفضاء الرقمي تمثل عاملاً مؤثراً في إعادة تشكيل إدراك الجمهور للواقع، بما يؤدي إلى تضليل نسبي للرأي العام عبر آليات الانتشار السريع والتفاعل الجمعي.

## 2- مناقشة الفرضية الفرعية الثانية

تنص الفرضية الفرعية الثانية على أنه "ضخامة التفاعل يكون اجماعاً جماهيرياً يخلق رأياً عاماً مصطنعاً..".

يوجد مستوى تفاعل (إعجابات، تعليقات، مشاركات) مرتفع يؤدي إلى تكوين رأي عام مصطنع لدى مستخدمي فيسبوك.

• الفرضية الصفرية: لا يوجد مستوى تفاعل مرتفع يؤدي إلى تكوين رأي عام مصطنع لدى مستخدمي فيسبوك عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

• الفرضية البديلة: يوجد مستوى تفاعل مرتفع يؤدي إلى تكوين رأي عام مصطنع لدى مستخدمي فيسبوك عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

تم تطبيق اختبار "T" لعينة واحدة لمقارنة المتوسط العام للإجابات مع القيمة المحايدة (3).

الجدول رقم (19): يبين كيفية اختبار مستوى التفاعل وتكوين رأي عام مصطنع لدى مستخدمي فيسبوك

المحور	T	مستوى المعنوية Sig	مستوى دلالة	متوسط الفرضي	المتوسط الحسابي	الإحاراف المعياري	درجة الحرية
الحسابات الوهمية تخلق رأيا عاما مصطنعا	5,987	0,000	0,05	3	3,26	0,443	9

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لمحور "الحسابات الوهمية تخلق رأيا عاما مصطنعا" بلغ (3.33)، وهو أكبر من المتوسط الفرضي (3)، مما يدل على وجود اتجاه إيجابي لدى أفراد العينة نحو الموافقة على عبارات هذا المحور.

كما بلغت قيمة اختبار "T" المحسوبة (5.987) عند درجة حرية (99)، مع مستوى دلالة إحصائية (Sig = 0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد ( $\alpha \leq 0.05$ )، مما يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسط الفعلي والمتوسط الفرضي.

وبناءً على هذه النتائج، يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، أي أن مستوى التفاعل المرتفع (الإعجابات، التعليقات، المشاركات) يساهم في تكوين رأي عام مصطنع لدى مستخدمي فيسبوك.

ويُفسّر ذلك بأن ارتفاع حجم التفاعل على المنشورات قد يُعطي انطباعاً زائفاً بوجود إجماع اجتماعي حول فكرة معينة، مما يدفع بعض المستخدمين إلى تبني هذا الرأي أو

اعتباره أكثر مصداقية، خاصة في ظل تأثير الحسابات الوهمية التي تعمل على تضخيم هذا التفاعل بشكل غير حقيقي.

تفسر هذه النتيجة في ضوء نظرية دوامة الصمت، حيث إن ارتفاع التفاعل حول محتوى معين يمنح انطباعاً اجتماعياً بأنه الرأي السائد، حتى وإن كان هذا التفاعل موجهاً أو غير عفوي، مما يدفع المستخدمين إلى تبني نفس الاتجاه أو الامتناع عن معارضته، وهو ما يخلق "وهماً اجتماعياً" حول الرأي العام.

كما تدعم نظرية الاستخدامات والإشباعات هذا التفسير، إذ يميل المستخدمون إلى التفاعل مع المحتوى الذي يحقق لهم الإشباع الاجتماعي (الانتماء، القبول، التقدير)، ما يجعلهم يشاركون في تعزيز المحتوى الأكثر انتشاراً دون التحقق من مصداقيته، وبالتالي تتضخم التفاعلات وتنتج صورة مصطنعة للرأي العام.

وتتسق هذه النتيجة مع دراسة بوعكاز ريان وثامر أمينة (2024/2023) التي توصلت إلى أن التفاعل داخل منصات التواصل الاجتماعي يسهم في تشكيل الوعي الجمعي لدى الطلبة.

كما تتوافق مع دراسة Xiao et al (2015) التي بينت أن الأنشطة المنسقة داخل الشبكات الاجتماعية يمكن أن تنتج "عناقيد" من الحسابات أو التفاعلات التي تعطي انطباعاً مضللاً عن الانتشار الحقيقي للرأي.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن ارتفاع مستوى التفاعل داخل منصة فيسبوك لا يعكس بالضرورة رأياً عاماً حقيقياً بقدر ما يساهم في بناء انطباع اجتماعي مضخم وموجه، مما يؤدي إلى تشكل رأي عام مصطنع يتأسس على كثافة التفاعل أكثر من اعتماده على صحة المضمون أو مصداقيته.

### 3- مناقشة الفرضية الفرعية الثالثة

تنص الفرضية الفرعية الثالثة على أنه "تنجح الحسابات الوهمية في توجيه الوعي الجمعي".

- الفرضية الصفرية: لا تساهم الحسابات الوهمية في توجيه الوعي الجمعي نحو تبني مواقف محددة تجاه القضايا المطروحة عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

- **الفرضية البديلة:** تساهم الحسابات الوهمية في توجيه الوعي الجمعي نحو تبني مواقف محددة تجاه القضايا المطروحة عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).  
تم تطبيق اختبار "T" لعينة واحدة لمقارنة المتوسط العام للإجابات مع القيمة المحايدة (3).

**الجدول رقم (20):** يبين كيفية اختبار درجة مساهمة الحسابات الوهمية في توجيه الوعي الجمعي

المحور	T	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	المتوسط الفرضي	المتوسط الحسابي	الإحرف المعياري	درجة الحرية
توجيه الوعي الجمعي	3,274	0,001	0,05	3	3,20	0,636	9

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لمحور "توجيه الوعي الجمعي" بلغ (3.20)، وهو أعلى من المتوسط الفرضي (3)، مما يشير إلى وجود اتجاه إيجابي واضح لدى أفراد العينة نحو الموافقة على عبارات هذا المحور.

كما بلغت قيمة اختبار "T" المحسوبة (3.274) عند درجة حرية (99)، مع مستوى دلالة إحصائية ( $\text{Sig} = 0.001$ )، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد ( $\alpha \leq 0.05$ )، مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسط الفعلي والمتوسط الفرضي.

وبناءً على هذه النتائج، يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، أي أن الحسابات الوهمية تساهم في توجيه الوعي الجمعي نحو تبني مواقف محددة تجاه القضايا المطروحة لدى مستخدمي فيسبوك.

فتكرار المحتوى وتضخيمه عبر الحسابات الوهمية، إضافة إلى تأثير التفاعل الاجتماعي الظاهري، قد يؤدي إلى تشكيل تصورات موجهة لدى المستخدمين حول القضايا المختلفة، مما ينعكس على اتجاهاتهم وسلوكهم في الفضاء الرقمي.

تُفسّر هذه النتيجة في ضوء نظرية دوامة الصمت، حيث تسهم الحسابات الوهمية في خلق انطباع زائف حول اتجاه الرأي العام من خلال تضخيم مواقف معينة أو إظهارها على أنها رأي الأغلبية، مما يدفع المستخدمين إلى تبني هذه الاتجاهات أو الامتناع عن

معارضتها خوفاً من العزلة أو عدم القبول الاجتماعي، وهو ما يعزز توجيه الوعي الجمعي بشكل غير مباشر.

كما تدعم نظرية الاستخدامات والإشباع هذا الاتجاه، إذ يتفاعل المستخدمون مع المحتوى الرقمي وفق دوافع الإشباع الاجتماعي والمعرفي، ما يجعلهم أكثر قابلية للتأثر بالمضامين التي تنتجها الحسابات الوهمية خاصة عندما تبدو هذه الأخيرة ذات انتشار واسع أو تفاعل كبير.

تتوافق هذه النتائج مع دراسة **Xiao et al. (2015)** التي أكدت قدرة الأنظمة والحسابات المنسقة على خلق أنماط تفاعل واسعة تعطي انطباعاً مضللاً عن الرأي العام. كما تتقاطع مع دراسة **Harish et al. (2023)** التي أوضحت أن الحسابات المزيفة قادرة على التأثير في النفوذ والشعبية وتوجيه التصورات العامة.

وتتنجم أيضاً مع دراسة **نوف عبد اللطيف الحزامي (2020)** التي بينت أن بيئة الشبكات الاجتماعية تسهم في تشكيل أنماط تفكير جمعي قائم على محاكاة الأغلبية. بناءً عليه يمكن القول إن الحسابات الوهمية تلعب دوراً محورياً في توجيه الوعي الجمعي من خلال إعادة تشكيل إدراك المستخدمين لما يبدو أنه اتجاه الأغلبية داخل الفضاء الرقمي.

#### 4- مناقشة الفرضية الفرعية الرابعة

تنص الفرضية الفرعية الرابعة على أنه "تساعد الحسابات البديلة في التحرر من ضغط المجتمع".

• **الفرضية الصفرية:** لا تساهم الحسابات البديلة/المجهولة في تعزيز حرية التعبير والتخفيف من ضغط الرقابة الاجتماعية عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

• **الفرضية البديلة:** تساهم الحسابات البديلة/المجهولة في تعزيز حرية التعبير والتخفيف من ضغط الرقابة الاجتماعية عند مستوى دلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

تم تطبيق اختبار "T" لعينة واحدة لمقارنة المتوسط العام للإجابات مع القيمة المحايدة (3).

الجدول رقم (21): يبين كيفية اختبار درجة مساهمة الحسابات البديلة في التحرر من ضغط المجتمع

المحور	T	مستوى المعنوية Sig	مستوى الدلالة	متوسط الفرضي	متوسط الحسابي	انحراف المعياري	درجة الحرية
الحسابات الوهمية والتحرر من ضغط المجتمع	6,510	0,000	0,05	3	3,44	0,686	9

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي لمحور الحسابات الوهمية والتحرر من ضغط المجتمع بلغ (3.44)، وهو أعلى من المتوسط الفرضي المعتمد في الاختبار والبالغ (3)، كما بلغت قيمة اختبار (T) المحسوبة (6.510)، وهي قيمة موجبة ودالة إحصائياً، في حين بلغ مستوى المعنوية (Sig = 0.000)، وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ( $\alpha = 0.05$ ).

وتشير هذه النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسط الحسابي للمحور والمتوسط الفرضي لصالح المتوسط الحسابي، مما يدل على أن أفراد العينة يميلون إلى الموافقة على أن الحسابات البديلة أو المجهولة تسهم في التحرر من بعض أشكال الضغط الاجتماعي وتوفر هامشاً أكبر للتعبير عن الرأي. وعليه يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أن الحسابات البديلة أو المجهولة تساهم في تعزيز حرية التعبير والتخفيف من ضغط الرقابة الاجتماعية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن العديد من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يلجؤون إلى الحسابات البديلة أو المجهولة للتعبير عن آرائهم ومناقشة القضايا الحساسة بعيداً عن الضغوط الاجتماعية والأحكام المسبقة والرقابة التي قد يفرضها المحيط الاجتماعي، مما يمنحهم شعوراً أكبر بالأمان والحرية في طرح أفكارهم ومواقفهم.

من منظور نظرية دوامة الصمت، يمكن تفسير هذه النتيجة بأن الأفراد الذين يشعرون بضغط اجتماعي أو خوف من العزلة يميلون إلى تجنب التعبير العلني عن آرائهم داخل حساباتهم الحقيقية، بينما يلجؤون إلى حسابات بديلة لتجاوز هذا الضغط، مما يقلل من حالة

الصمت داخل الفضاء الرقمي ويعيد توزيع فرص التعبير، ولكن بشكل غير مباشر وغير مكشوف الهوية. ويؤكد ذلك أن آليات الضغط الاجتماعي لا تختفي، بل يتم تجاوزها عبر وسائط رقمية بديلة.

أما وفق نظرية الاستخدامات والإشباع، فإن النتائج تعكس أن المستخدمين يتجهون إلى الحسابات البديلة لإشباع حاجات محددة، أهمها: حرية التعبير، وتجنب الرقابة الاجتماعية، والتخفيف من القلق المرتبط بردود فعل الآخرين. وبذلك فإن الحسابات المجهولة تُوظف كأداة وظيفية يختارها المستخدم لتحقيق إشباع نفسي واجتماعية مرتبطة بالتححرر من القيود الاجتماعية.

وتتنفق هذه النتيجة مع دراسة بوعكاز وزبان وتامر أمينة (2024/2023) أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم في توفير فضاءات بديلة للتعبير، خاصة لدى الفئات الشبابية. كما أشارت دراسة نوف عبد اللطيف الخزامي (2020) إلى أن البيئة الرقمية تعزز أشكالاً جديدة من التفاعل تقل فيها القيود الاجتماعية التقليدية، مما يسمح بظهور أنماط مختلفة من التعبير عن الرأي.

وبناءً على ذلك، يمكن استنتاج أن الحسابات البديلة لا تُعد مجرد أدوات تقنية للتخفي، بل تمثل آلية اجتماعية لإعادة توزيع حرية التعبير داخل الفضاء الرقمي، وفق توازنات بين الخوف من المجتمع والرغبة في المشاركة في النقاش العام.

## 5- مناقشة الفرضية العامة

تنص الفرضية العامة على أنه "تؤثر الحسابات الوهمية بشكل سلبي على الوعي الجمعي لمستخدمي موقع فيسبوك من خلال تضليل المعلومات وتوجيه الآراء."

• الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للحسابات الوهمية على الوعي الجمعي لدى مستخدمي موقع فيسبوك عند مستوى المعنوية الإحصائية 0.05.

• الفرضية البديلة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للحسابات الوهمية على الوعي الجمعي لدى مستخدمي موقع فيسبوك. عند مستوى المعنوية الإحصائية 0.05.

الأسلوب الإحصائي المستخدم في اختبار الفرضية هو اختبار الإنحدار الخطي البسيط

الجدول رقم ( 22): يبين اختبار تأثير الحسابات الوهمية على الوعي الجمعي

معنوية التأثير لمعاملات الانحدار بين المتغيرين				معنوية العلاقة بين المتغيرين			
				معامل التحديد	معامل الارتباط	معنوية الكلية لنموذج ANOVA الانحدار	قيمة المحسوبة
(SIG)	T	B	معاملات نموذج الانحدار	R <sup>2</sup>	R	(SIG)	F
0,000	4,742	1,393	B <sub>0</sub> الثابت	0,288	0,536	0,000	39,606
0,000	6,293	0,546	B <sub>1</sub> الحسابات الوهمية				

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS

- تشير نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط إلى وجود علاقة وتأثير ذي دلالة إحصائية بين الحسابات الوهمية والوعي الجمعي لدى مستخدمي موقع فيسبوك، حيث:
- بلغت قيمة اختبار (F = 39.606) بمستوى دلالة (Sig = 0.000) ، وهي أقل من 0.05، مما يؤكد أن نموذج الانحدار معنوي إحصائياً وصالح للتفسير.
  - بلغت قيمة معامل الارتباط (R = 0.536) ، وهو ما يدل على وجود علاقة طردية متوسطة إلى قوية بين المتغيرين.
  - كما بلغ معامل التحديد (R<sup>2</sup> = 0.288) ، مما يعني أن الحسابات الوهمية تفسر ما نسبته (28.8%) من التغيرات الحاصلة في مستوى الوعي الجمعي لدى أفراد العينة، بينما تعود النسبة المتبقية إلى عوامل أخرى غير مدرجة في النموذج.
  - أما على مستوى معاملات الانحدار، فقد تبين أن معامل الحسابات الوهمية (B = 0.546) جاء دالاً إحصائياً (T = 6.293) ، (Sig = 0.000)، وهو ما يدل على وجود تأثير إيجابي للحسابات الوهمية على الوعي الجمعي، أي أنه كلما زاد التعرض للحسابات الوهمية زاد مستوى التأثير على الوعي الجمعي لدى أفراد العينة. وبناءً على هذه النتائج، يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للحسابات الوهمية على الوعي الجمعي لدى مستخدمي فيسبوك، يتمثل في تأثيرها على تشكيل وتوجيه الآراء عبر التضييل والتفاعل الرقمي.

ويُفسّر ذلك بأن الحسابات الوهمية لا تعمل فقط على نشر معلومات مضللة، بل تسهم أيضاً في خلق بيئة تفاعلية رقمية قد تؤثر في إدراك الأفراد واتجاهاتهم نحو القضايا المطروحة، خاصة في ظل ارتفاع الاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات.

وفيما يلي نموذج الانحدار الخطي البسيط الممثل للعلاقة بين ( الحسابات الوهمية والوعي الجمعي) حسب المعادلة التالية:

$$y = B_0 + B_1(X_1) + \varepsilon_i$$

y: الوعي الجمعي

$B_0$ : معامل الانحدار الثابت

$B_1$ : معامل الانحدار للمتغير المستقل (الحسابات الوهمية) ( $X_1$ )

$\varepsilon_i$ : قيمة الخطأ العشوائي

$$y = \varepsilon_i + (الحسابات الوهمية) 0,546 + 1,393 = \text{الوعي الجمعي}$$

وعليه يمكن القول أن نموذج الانحدار الخطي البسيط يبين وجود تأثير للحسابات الوهمية على الوعي الجمعي لدى أفراد العينة، حيث تشير قيمة معامل الانحدار (0.546) إلى أنه كلما ارتفع مستوى التعرض أو التأثير بالحسابات الوهمية بمقدار وحدة واحدة، ارتفع مستوى التأثير على الوعي الجمعي بمقدار (0.546) وحدة، مع ثبات العوامل الأخرى. وبناءً على ذلك، يمكن تأكيد أن العلاقة بين المتغيرين علاقة طردية ذات دلالة إحصائية، مما يدعم نتائج الاختبارات السابقة ويؤكد دور الحسابات الوهمية في التأثير على الوعي الجمعي لدى مستخدمي موقع فيسبوك.

تُفسّر هذه النتيجة في إطار نظرية دوامة الصمت التي تؤكد أن إدراك الفرد للرأي السائد يؤثر في مواقفه وسلوكه، حيث تعمل الحسابات الوهمية على تضخيم اتجاهات معينة وإظهارها كأنها رأي الأغلبية، مما يدفع الأفراد إلى تعديل مواقفهم أو الامتناع عن التعبير عن آرائهم المخالفة.

كما تدعم نظرية الاستخدامات والإشباعات هذا التفسير من خلال اعتبار أن المستخدمين يتفاعلون مع المحتوى الرقمي وفق دوافع اجتماعية ومعرفية، ما يجعلهم أكثر عرضة لتبني مضامين الحسابات الوهمية عندما تبدو منتشرة ومقبولة اجتماعياً.

تتسق هذه النتائج مع دراسة **Xiao et al. (2015)** التي أوضحت أن الأنظمة والحسابات المنسقة داخل الشبكات الاجتماعية قادرة على خلق انطباعات زائفة حول الرأي العام،

وتتفق أيضاً مع دراسة **Harish et al. (2023)** التي أبرزت قدرة الحسابات المزيفة على التأثير في النفوذ والشعبية وتوجيه التصورات، إضافة إلى دراسة **femi et al. (2024)** التي بينت أن الأخبار والمحتويات الزائفة تسهم في إعادة تشكيل البنية الاجتماعية والانقسامات داخل المجتمع الرقمي.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن الحسابات الوهمية تمثل عاملاً مؤثراً في تشكيل الوعي الجمعي عبر التأثير في إدراك الأفراد لما يُعتبر رأياً عاماً داخل الفضاء الرقمي، مما يؤدي إلى إعادة توجيه مواقفهم وسلوكهم الاجتماعي بشكل غير مباشر.

#### تحليل نتائج الملاحظة:

أظهرت الملاحظة الميدانية مجموعة من المؤشرات، من أبرزها:

- وجود تمايز نسبي بين الطلبة من حيث فهم واستيعاب مفهوم الحسابات الوهمية، حيث بدا أن طلبة الذكور في تخصص علوم الإعلام والاتصال أكثر إدراكاً لهذا المفهوم مقارنة بالإناث، خاصة لدى طالبات السنة الثانية والثالثة ليسانس.
- تبين من خلال الملاحظة أثناء عملية ملء الاستبيان أن فئة الذكور تُظهر تحكماً أكبر في إدارة واستخدام الحسابات الوهمية على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بالإناث.
- لوحظ تردد لدى بعض أفراد العينة في الإجابة عن بعض الأسئلة، وهو ما يمكن ربطه بالحساسية المرتبطة بامتلاك حسابات وهمية والخوف من الكشف غير المباشر عن هويتهم الرقمية.
- سُجلت بعض حالات عدم الاتساق في إجابات عدد من طالبات طور الليسانس، مع مؤشرات على الاستعانة بأدوات مساعدة خارجية في صياغة الإجابات، مما قد يعكس تفاوتاً في مستوى الاستيعاب أو الاعتماد على التكوين الذاتي في الإجابة.
- في المقابل، أظهر طلبة السنة الأولى والثانية ماستر مستوى أعلى من الجدية والانضباط في التعامل مع الاستبيان مقارنة بطلبة الليسانس، سواء من حيث دقة الإجابة أو فهم الأسئلة.

ويُفسّر هذا التباين السلوكي بوجود فروق في مستوى النضج الأكاديمي والمعرفي بين فئات العينة، حيث يبدو أن طلبة الماستر يمتلكون وعياً معرفياً ومنهجياً أكبر بموضوع الدراسة، في حين قد يعكس مستوى الليسانس فجوة نسبية في إدراك بعض المفاهيم المرتبطة بمتغيرات البحث.

### الإستنتاج العام

بناءً على تحليل البيانات الميدانية واختبار الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، يمكن استخلاص مايلي:

- أظهرت النتائج وجود تأثير للحسابات الوهمية على الوعي الجمعي لدى مستخدمي فيسبوك.
  - تسهم الحسابات الوهمية في تضليل الرأي العام عبر نشر وترويج محتوى غير موثوق أو مضلل.
  - تؤدي كثافة التفاعل المرتبط بالمحتوى الرقمي إلى خلق رأي عام مصطنع يعتمد على الانطباع لا على المصادقية.
  - تساهم الحسابات الوهمية في توجيه إدراكات المستخدمين نحو تبني مواقف محددة تجاه القضايا المطروحة.
  - تختلف درجة التأثير حسب البعد المدروس، حيث يكون أقوى في التضليل والتوجيه، وأضعف في مسألة التحرر من ضغط المجتمع.
  - تؤكد النتائج أن الفضاء الرقمي يسمح بإعادة تشكيل الوعي الجمعي من خلال الانتشار السريع للمحتوى والتفاعل الجماعي.
- بشكل عام، تمثل الحسابات الوهمية عاملاً مؤثراً في بناء التصورات الاجتماعية داخل بيئة التواصل الاجتماعي.

## عرض آفاق و مقترحات الدراسة

- استنادًا إلى النتائج التي خلصت إليها الدراسة من خلال تحليل البيانات الإحصائية واختبار الفرضيات، تقترح الدراسة مجموعة من التوصيات:
- تعزيز التوعية الإعلامية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول مخاطر الحسابات الوهمية وأساليب التضليل الرقمي.
  - إدراج برامج للتربية الإعلامية والرقمية داخل المؤسسات التعليمية لتنمية مهارات التحقق من المعلومات.
  - تشجيع المستخدمين على الاعتماد على المصادر الموثوقة وعدم الانسياق وراء الترندات غير المدعمة بمراجع دقيقة.
  - تفعيل دور الجهات المختصة في مراقبة المحتوى الرقمي ومكافحة الأخبار الزائفة دون المساس بحرية التعبير.
  - إجراء مزيد من الدراسات المستقبلية حول تأثير الحسابات الوهمية على فئات مختلفة مثل المراهقين أو الطلبة الجامعيين في مجتمعات أخرى.
  - كما توصي الدراسة بضرورة تعزيز الوعي الإعلامي والرقمي لدى الطلبة، وتفعيل آليات التحقق من الحسابات داخل منصة فيسبوك، للحد من تأثير الحسابات الوهمية على تشكيل الرأي العام ، كما تفتح هذه الدراسة المجال أمام الباحثين المستقبليين لدراسة دور الذكاء الاصطناعي في كشف الحسابات الوهمية وآليات مواجهتها.

## خلاصة الفصل

تم في هذا الفصل عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بالحسابات الوهمية وأثرها على الوعي الجمعي لدى مستخدمي موقع فيسبوك، وذلك بالاعتماد على الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضيات.

بينت النتائج وجود تأثير واضح للحسابات الوهمية في بعض الأبعاد، خاصة ما يتعلق بتضليل الرأي العام، وتشكيل رأي عام مصطنع، وتوجيه إدراكات المستخدمين نحو تبني مواقف معينة، في حين أظهرت بعض الأبعاد الأخرى، مثل التحرر من ضغط المجتمع عبر الحسابات المجهولة، نتائج غير دالة إحصائياً.

خلصت الدراسة إلى أن الحسابات الوهمية تمثل عاملاً مؤثراً في بناء الوعي الجمعي وتوجيهه داخل بيئة مواقع التواصل الاجتماعي.

خاتمة

لم تعد الحسابات الوهمية مجرد هويات عابرة في الفضاء السيبراني بل تحولت إلى أدوات اتصالية وظيفية قادرة على تشكيل الوعي الجمعي وتوجيه الاتجاهات وصناعة الرأي العام الافتراضي، فهي تعمل على عزل الآراء الحقيقية خلف آراء بديلة مصاغة لأغراض مختلفة. ومن خلال دراستنا التي تناولت موضوع انعكاسات الحسابات الوهمية على الوعي الجمعي لمستخدمي موقع فيسبوك لعينة من طلبة الإعلام والاتصال بجامعة الشهيد زيان عاشور، حيث حاولنا معرفة التأثير السلبي للحسابات الوهمية على الوعي الجمعي من خلال توجيه الآراء وتضليلها، نستنتج أنه كلما زاد التعرض لهذه الحسابات كلما زادت نسبة التأثير على الوعي الجمعي.

تحولت الحسابات الوهمية إلى أدوات اتصالية وظيفية قادرة على تشكيل الوعي الجمعي وتوجيه الاتجاهات وصناعة الرأي العام الافتراضي، فهي تعمل على عزل الآراء الحقيقية خلف آراء بديلة مصاغة لأغراض مختلفة.

ومن خلال بحثنا توصلنا إلى مجموعة من النتائج:

وهي أن التزند يساهم بشكل مباشر في تضليل الرأي العام من خلال إبراز قضايا هامشية وإخفاء قضايا جوهرية، كما أن ضخامة التفاعل الاصطناعي المتمثل في الإعجابات والتعليقات والمشاركات يخلق رأياً عاماً مصطنعاً يضغط على المستخدم لتبني اتجاهات لا تعبر عنه. كما كشفت المعطيات أن الحسابات الوهمية تلعب دوراً محورياً في توجيه الوعي الجمعي وتشكيله وفق أجندات محددة عبر التكرار والتضخيم. بالإضافة إلى ذلك، تبين أن من أبرز دوافع استخدام الحسابات البديلة هو التحرر من ضغط المجتمع والرقابة الاجتماعية، مما يمنح المستخدم مساحة للتعبير دون كشف هويته الحقيقية.

وعليه، نستنتج أنه كلما زاد التعرض لهذه الحسابات زادت نسبة التأثير على الوعي الجمعي. وبناءً على ذلك، فإن بحثنا يوصي بضرورة تعزيز الوعي الإعلامي والرقمي لدى الطلبة،

وتفعيل آليات التحقق من الحسابات داخل منصة فيسبوك، للحد من تأثير الحسابات الوهمية على تشكيل الرأي العام. كما يفتح هذا البحث المجال أمام الباحثين المستقبليين لدراسة دور الذكاء الاصطناعي في كشف الحسابات الوهمية وآليات مواجهتها.

## قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع:

أولاً: باللغة العربية:

المصادر:

القرآن الكريم:

القرآن الكريم، سورة الحاقة، الآية 12

المراجع:

1- القواميس و المعاجم:

1-أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، مج15، دار الصادر، ط1، بيروت، 1993

2-جماعة من الكبار اللغويين، المعجم العربي الأساسي: لاروس، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم، ط1، تونس، 1989

3-محمد عبد الله قاسم أبو عبد الرحمن، قاموس المعتمد، دار صادر للنشر و التوزيع، ط2، بيروت لبنان، 2000

4-مصطفى ابراهيم و آخرون، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية للنشر و التوزيع، ط4، مجمع اللغة العربية، مصر، القاهرة، 2008

2- الكتب:

1-أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010

2-إسماعيل علي سيد، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة، دار التعليم الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2020

3-أوليدوف أ، ك ، الوعي الاجتماعي، ترجمة ميشيل كيلو، دار ابن خلدون، ط1، بيروت، لبنان، 1978

- 4- إيهاب خليفة، حروب مواقع التواصل الاجتماعي، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2016
- 5- بسام عبد الرحمن المشاقبة، نظريات الاتصال، دار المسامة للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2011
- 6- البشر محمد بن سعود، نظريات التأثير الإعلامي، مكتبة العبيكات للنشر و التوزيع، ط1، الرياض، 2014
- 7- حارث عبود، العاني مزهر، الاعلام و الهجرة في العصر الرقمي، دار الحامد للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2014
- 8- زياد بن علي بن محمود الجرجاوي ، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح، ط1، فلسطين، 2010
- 9- سعد سلمان المشهداني، العبيدي فراس حمود، مواقع التواصل الاجتماعي و خصائص البيئة الاعلامية الجديدة، دار أمجد للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2020
- 10- صبرى بديع عبد المطلب الحسيني، الوعي السياسي في الريف المصري، اصدارات المركز الديمقراطي العربي، ط1، برلين، ألمانيا، 2017
- 11- صلوي عبد الحافظ عواجي، نظريات التأثير الإعلامية، معهد العلوم و الاعلام للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2012
- 12- عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية و الإلكترونية، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2007
- 13- عبد التواب محمد عثمان، أخلاقيات التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي في الكتاب والسنة، كلية الدراسات الإسلامية والعربية، جامعة الأزهر، القاهرة، (د.ت)
- 14- عبد الجبار جبار ، اختراق الوعي الجمعي ... و استدامة الاستبداد في الوطن العربي، مركز المجدد للبحوث و الدراسات، ط1، اسطنبول، تركيا، 2021.
- 15- عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي و العشرين، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2016
- 16- عبد القهار داود العاني، منهج البحث والتحقيق في الدراسات العلمية والانسانية، دار وحي القلم للنشر و التوزيع، ط1، دمشق، 2014
- 17- عبد المعطي، عبد الباسط، الإعلام وتزييف الوعي، دار الثقافة الجديدة، القاهرة، 1997

- 18- عثمان محمد الدليمي، مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2019
- 19- عمار محمد الحجامي، نظريات الاتصال، ط1، كلية الاعلام، جامعة ذي قار، 2024/2023.
- 20- عمر صابر سالم عبد المرسومي ، مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي، دار غيداء للنشر، ط1، عمان، 2021
- 21- غريب عبد السميع غريب، علم الاجتماع مفهومات-موضوعات-دراسات، مؤسسة شباب الجامعة، ط1، كلية الآداب، جامعة حلوان، الاسكندرية، 2009
- 22- فؤاد أحمد سليمان، الأداء البرلماني في ظل مواقع التواصل الاجتماعي، المركز العربي للدراسات والبحوث، ط1، القاهرة، 2026
- 23- فياض حسام الدين محمود ، إيميل دوركايم المنهج التفسيري في دراسة الظواهر الاجتماعية كأشياء - دراسة في علم الاجتماع البنائي، مكتبة نحو اجتماع تنويري للنشر و التوزيع، ط1 ، القاهرة، 2018
- 24- فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الجنادرية للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015
- 25- كمال الحاج، نظريات الإعلام و الاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، ط1، سوريا، دمشق، 2020
- 26- ليلي أحمد جرار، فيسبوك و الشباب العربي، مكتبة الفلاح للنشر و التوزيع، ط1، الكويت، 2012 .
- 27- مارك بالنافز ، هيميلرمك ستيفاني، نظريات و مناهج الإعلام، ترجمة عاطف حطبية، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة، 2017.
- 28- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2000
- 29- محمد عقوني، وسائل التواصل الاجتماعي ، دار الفكر للنشر و التوزيع، ط1، دمشق، سوريا، 2024 .

- 30- مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لموقع التواصل الاجتماعي: دراسة في الفيسبوك، ألفا للوثائق، ط1، قسنطينة، 2016
- 31- يوسف محمد محمد، النظريات النفسية و الاجتماعية في وسائل الاتصال المعاصرة و الإلكترونية، ط2، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2015
- 3- الأطروحات و الرسائل:

1- أبو بكر عواطي، رسالة ماجستير بعنوان استخدامات طلبة جامعة سطيف للبرامج الثقافية التلفزيونية و الإشباع المحققة: دراسة ميدانية، كلية اصول الدين و الحضارة الاسلامية، قسم الدعوة و الاعلام، جامعة الامير عبد القادر، قسنطينة، الجزائر، 2010/2011

2- البشير محمي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علوم الاعلام و الاتصال، بعنوان نشر الاخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي و أثرها في صناعة الرأي العام ( دراسة تحليلية لأخبار الحراك الجزائري عبر موقع فيسبوك)، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2022/2023

3- جمال بوعجمي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، بعنوان صحافة المواطن و الرأي العام، كلية علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2017/2018

4- ريان بوعكاز، أمينة ثامر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، بعنوان تصميم الوعي الجمعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ( دراسة مسحية على عينة من طلبة متابعي صفحة معتز عزيزة عبر الانستغرام، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، تخصص اتصال و علاقات عامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2023/2024

5- نعيمة بوزينة، أطروحة شهادة دكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، بعنوان شبكات التواصل الاجتماعي و أثرها على الرأي العام الجزائري دراسة مسحية لعينة من الشباب الجامعي جامعة الجلفة نمونجا 2016/2017، كلية علوم الاعلام و الاتصال، قسم علوم الاتصال، جامعة الجزائر 3، الجلفة، 2017/2018

6- هشام شيتور، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام و الاتصال، بعنوان تداول الأخبار المزيفة و توظيفها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر)

دراسة وصفية على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك في الفترة الممتدة من فيفري 2019 الى ديسمبر 2023، كلية علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2024/2023

#### 4- الدوريات و المجلات العلمية :

1-أنور عبد الوهاب مساعد الجزاف، دور الحسابات الوهمية لتطبيق "تويتر" في عملية تشكيل الرأي العام ، مجلة دراسات الخليج و الجزيرة العربية، المجلد46 ، العدد177، الجامعة اللبنانية، لبنان، 2017

2-حسين غريب، فطوم حوة، الوعي الجمعي لدى دوركايم اللاوعي الجمعي لدى كارل يونغ علاقة تكامل أم تضاد؟، مجلة حقائق للدراسات النفسية و الاجتماعية، العدد السادس، جامعة الجلفة، قسم علم النفس و الفلسفة.

3-سجود عمر بني ياسين ، شحاتة علي عاصم، التداولية و أثرها في تشكيل الوعي الجمعي الاجتماعي ، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات ، المجلد 10، العدد2، الأردن، 2022

4-شيماء بخوش، مواقع التواصل الاجتماعي و دورها في إنتاج السلوك الانحرافي لدى الشباب (التيك توك نموذجا)، مجلة آفاق لعلم الاجتماع، مج12 ، ع1 ، جامعة يحي فارس"، المدينة، الجزائر، 2022

5-عفن عرس أم حيدر، براء أحمد خنجر، التكييف القانوني لجريمة إنشاء الحسابات الوهمية الإلكترونية، مجلة الكوفة للعلوم القانونية والسياسية، مج 16، ع 59، كلية القانون/ جامعة الكوفة، العراق، 2004

6-علي عاصم شحادة، تشكيل الوعي الجمعي الاجتماعي في لغة الاعلام المعاصر، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 48، كلية معارف الوحي و العلوم الانسانية، الجامعة العالمية الاسلامية، ماليزيا.

7-عيسى يونس، سامية شينار، عائشة عماري، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية و الإنسانية، بعنوان العينة وأسس المعاينة في البحوث الاجتماعية، المجلد 07، العدد 02، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2021

- 8- ليليا بورنودة، الصحافة المكتوبة الجزائرية في سياق نظرية دوامة الصمت تعزيز أم مقاومة؟، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، المجلد 17، العدد 02، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة (الجزائر)، 2025
- 9-نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي و الاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات و أبحاث، العدد 11، جامعة الجلفة، الجزائر، 2013
- 10- نصر الدين لعياضي، " التفكير في عدة التفكير: مراجعة نقدية لنظرية الاستخدامات و الإشباعات في البيئة الرقمية"، سلسلة دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2020
- 11-نوف عبد اللطيف الحزامي، ورقة بحثية بعنوان مواقع التواصل الاجتماعي و العقل الجمعي دراسة استقرائية، مجلة الزرقاء للبحوث و الدراسات الإنسانية ، المجلد الواحد و العشرون، العدد الثاني، كلية الآداب، جامعة الملك سعود، 2021.
- المحاضرات و المطبوعات البيداغوجية:**
- 1-أحلام العلمي، محاضرات في مقياس الدراسات النقدية المعاصرة، المحاضرة السابعة: نظرية الانعكاس، مطبوعة بيداغوجية موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، تخصص نقد و مناهج، جامعة ابن خلدون، تيارت، د.س
- 2-أحمد بن مرسللي، مناهج البحث في علوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط2، الجزائر، 2005
- 3-أحمد جميل، مطبوعة بيداغوجية بعنوان اساليب المعاينة، القياس و تحليل البيانات، المركز الجامعي، البويرة، 2014
- 4-جيلالي سماعيل بن حاج، المحاضرة العاشرة في مقياس طرق و تقنيات البحث العلمي، بعنوان مجتمع و عينة البحث، موجهة للسنة اولى ليسانس، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، جامعة خميس مليانة، 2023
- 5-خير الله هشام رشدي، محاضرات في نظريات الاعلام، كلية التربية النوعية، قسم العلوم الاجتماعية و الاعلام جامعة المنوفية، القاهرة، د،
- 6-السعيد مزروع، محاضرة في مقياس تصميم و بناء ادوات البحث العلمي، بعنوان ( الاستبيان - المقابلة-الملاحظة-الاختبار)، موجهة لطلبة السنة الاولى ماستر نشاط بدني

رياضي مدرسي، معهد علوم و تقنيات النشاطات البدنية و الرياضية، جامعة محمد خيضر،  
بسكرة، 2024/2023

7\_ السعدي الغول السعدي، العينات و أنواعها، مذكرة ضمن مقرر مناهج البحث، الدبلوم  
الخاص في التربية، كلية التربية، جامعة طنطا، 2016

8-صفاء شواف، محاضرات في مقياس نظريات الإعلام و الاتصال 02، بعنوان نظرية  
دوامة الصمت، مطبوعة موجهة للسنة الثالثة ليسانس ، قسم العلوم الانسانية ، كلية العلوم  
الاجتماعية و الانسانية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، الجزائر ، 2009

9-صونية عديش، مطبوعة بيداغوجية في مقياس مدخل إلى علوم الاعلام و الاتصال،  
موجهة للسنة الثانية ليسانس ، قسم علوم الاعلام، كلية علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة  
الجزائر 3، 2023/2022

10-عدلان زروق، محاضرات في مقياس نظريات الإعلام و الاتصال ، مطبوعة بيداغوجية  
موجهة لطلبة السنة الثالثة ليسانس، كلية علوم الاعلام و الاتصال ،جامعة الجزائر3 ،  
الجزائر 2021/2020

11-نبهة صالح السامرائي ، محاضرات في مناهج البحث العلمي للدراسات الإنسانية،  
نموذج لكتابة أطروحة و الدفاع عنها، دار الجنان للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2014  
6- المؤتمرات و الملتقيات العلمية:

1- أسامة بن مساعد المحيا، الحسابات الوهمية و اغراق الهاشفاق عبر تويتر دراسة تحليلية  
في التأطير و صناعة الرأي، ورقة بحثية مقدمة لكلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد  
بن سعود الإسلامية، الرياض، 2013

2- عبد الباقي محمد الخضر، دور الاعلام في تشكيل الوعي العام، ورقة علمية مقدمة  
للمؤتمر الدولي السابع عشر للمنظمة الاسلامية للعلوم الطبية، بعنوان البصمة الوراثية و  
تحرير الجينات في عصر الذكاء الاصطناعي- رؤية اسلامية، الكويت، 2025

3-عواد منى جلال، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الدولي الافتراضي الاول: اثر كوفيد  
19 على المستوى الصحي و انعكاساته على البعد السياسي و القانوني في العالم، بعنوان  
الوعي الجمعي و دوره في مرحلة الازمات: دراسة في ضرورات مواجهة ازمة فيروس  
كورونا المستجد ( covid-19 )، كلية العلوم السياسية ،جامعة بغداد، 2022.

7- التقارير و البيانات:

- 1-جمعية ديارنا، دراسة تهدف لإطلاق حملة إلكترونية لمحاربة الحسابات الوهمية في لبنان، تقرير الكتروني على الموقع الرسمي للجمعية، لبنان، د س.
- 2-مركز القرار للدراسات الإعلامية، تقرير بعنوان انتحال الشخصيات السعودية في تويتر الدوافع و الآليات و أساليب المواجهة "دراسة تحليلية"، 2020. الرابط:  
<https://alqarar.sa/1274> أطلع عليه يوم 2026/04/20 ، الساعة 21:21.
- 3-مركز القرار للدراسات الإعلامية، تقرير بعنوان كيفية التصدي لخطر الحسابات الوهمية على منصات التواصل الاجتماعي، المملكة العربية السعودية ،2024.الرابط:  
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://alqarar.sa/7975&ved=2ahUKEwii08qCnL6TAXUEAvsDHbp-FFgQFnoECEQQAQ&sqi=2&usg=AOvVaw0vHEAjU07fCCsyVIbigwx2> اطلع عليه يوم 2026/03/28، الساعة 19:44.
- 8- الجرائد و الصحف:
- 1-الحسابات الوهمية على مواقع التواصل ، جريدة أنفاس،المجلد45، العدد 15467، الكويت، 2016
- 2-راكان بن علي العويس ، "الحسابات الوهمية وخطرها على المجتمع"، صحيفة مال الإلكترونية، 10 سبتمبر 2025، متاح على الرابط:  
<https://maaal.com/articles/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B3%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%AE%D8%B7%D8%B1%D9%87%D8%A7-%D8%B9/>
- أطلع عليه يوم 07 مارس 2026 ، الساعة 18:03
- 9- المواقع الإلكترونية:
- 1-أحمد مجدي الصعيدي، نظرية العقل الجمعي لإميل دوركهايم وأثرها في التماسك الاجتماعي، النظريات الاجتماعية، قسم نظريات اجتماعية، "موقع مجتمع وفكر"،  
<https://www.mojtamaafikr.com/2025/06/emile-durkheim-collective-conscience-theory-social-cohesion.html?m=1> اطلع عليه يوم 2036/03/2، الساعة 14:16
- 2- محمد المهلهل الياسين، الوعي الجمعي، تدوينة رقمية على منصة X، نوفمبر 2024 متاح على الرابط:

اطلع عليه يوم <https://x.com/Alyaseenk/status/1853441925208277460>

. الساعة 16:35، 2026/03/5

3-مجتمع التحقق العربي: "المنهجية والأدوات: كيف تميز الحسابات الحقيقية من الوهمية؟"، شبكة

الصحفيين الدوليين (IJNet)، 30 يوليو 2025، متاح على الرابط

<https://ijnet.org/ar/story/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D9%87%D8%AC%D9%8A%D8%A9-%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AF%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D9%83%D9%8A%D9%81-%D8%AA%D9%85%D9%8A%D9%91%D8%B2-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B3%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%82%D9%8A%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D9%88%D9%87%D9%85%D9%8A%D8%A9%D8%9F>

أطلع عليه يوم 07 مارس 2026، الساعة 13:07

ثانياً: باللغة الأجنبية:

1-Bhavya. k ,K. Nikhitha, *Detecting fake accounts on social media Instagram*, Bachelor's project report, Dept. of Computer Science and Engineering, Sathyabama Institute of Science and Technology, Chennai, 2023.

2-Cao, Q., Sirivianos, M., Yang, X., & Pregueiro, T *Aiding the Detection of Fake Accounts in Large Scale Social Online Services* xiaowei sirivianos, Duke University, 2012

3-Femi oian, uchitha gayawickrama , Gana suklan, Emmanuel ijiekwonyi arakpojun. Shaofenj liu, *fake news on social media :the impact on society*, information systems frontiers,26(2),2024

4-Harish, R.Naveen Kumar, J. Briso Becky Bell, *fake profile detection using machine learning*, international journal of scientific research in science, engineering and technology (igsrset),10(2), 2023

5-Xiao, c, freeman, david mandell, hwa theodore, *detecting clusters of fake accounts in online social networks*, in proceedings of the 22nd acm sigsac conference in computer and communications security, usa,2015



الرقم	اسم ولقب الأستاذ المحكّم	الدرجة العلميّة	جامعة الانتماء
01	أ د نعيمة بثينة	أستاذة محاضرة "أ"	جامعة زيّان عاشور بالجلفة
02	أ د محمّد رقّاب	أستاذ محاضر "أ"	جامعة زيّان عاشور بالجلفة
03	أ د البشير محمّدي	أستاذ	جامعة زيّان عاشور بالجلفة

ملحق رقم (1) : جدول الأساتذة المحكّمين لاستمارة الاستبيان

ملحق رقم (2) : نموذج لاستمارة استبيان



جامعة زيان عاشور بالجلفة  
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية  
قسم علم المكتبات والإعلام والاتصال



استمارة استبيان

انعكاسات الحسابات الوهمية في مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي الجمعي

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي موقع فيسبوك

تحت اشراف الأستاذ الدكتور:

محمد صدارة

إعداد الطالبتين:

حليمة سويحي

سلمى بن رحمون

أعدت هذه الاستمارة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة، و من هنا ركزت هذه الدراسة الميدانية على استهداف مجتمع البحث المتمثل في طلبة علوم الإعلام و الاتصال بجامعة الشهيد زيان عاشور بولاية الجلفة، و ذلك بهدف التعرف على انعكاسات الحسابات الوهمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" على الوعي الجمعي، و عليه نرجو من الطلبة الكرام المساهمة في تقديم الإجابة على مجموع الأسئلة المتواجدة في استمارة الاستبيان، مع العلم أن إجاباتكم ستكون في سرية تامة و لا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

شكرا على المساعدة

الموسم الجامعي: 2026/2025

ضع علامة (x) على الإجابة المناسبة:

البيانات الشخصية:

الجنس : ذكر  أنثى

السّن : [ 21-18 ]  [ 25-22 ]  [ أكثر من 25 ]

المستوى التعليمي:

ليسانس  ماجستير

التخصص:

إعلام  اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة  سمعي بصري

ساعات استخدام فيسبوك:

أقل من ساعتين  من 2 الى 5 ساعات  أكثر من 5 ساعات

تاريخ فتح حساب فيسبوك:

أقل من 3 سنوات  من 3 إلى 6 سنوات  من 6 إلى 9 سنوات  أكثر من 9 سنوات

					المحور الأول: مساهمة الترنند في تضليل الرأي العام	
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارة	
					أقضي وقتا طويلا في تصفح موقع فيسبوك	1
					أعتقد أن القضايا التي تشكل ترند هي الأكثر أهمية	2
					أثق في المعلومات المتداولة من طرف عدد كبير من المستخدمين حتى ولو كانت من مصادر غير موثوقة	3
					عندما أرى تفاعلا كبيرا أصدق الخبر	4
					أعتمد على الأخبار الشائعة كمصدر لمعلوماتي	5
					يؤثر حجم الإعجابات و التعليقات على وجهة نظري اتجاه القضايا	6
					أجد نفسي أعطي أهمية للقضايا التي يكثر حولها الآراء	7
					أدرك أن هناك حسابات وهمية تروج لقضايا تخدمها	8
					المحور الثاني: تأثير ضخامة التفاعل في خلق الرأي العام المصطنع	
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارة	
					ينجذب انتباهي إلى المنشورات التي تحظى بتفاعل ضخم	9
					أجد نفسي أهتم بموضوعات هامشية لأن الحسابات الوهمية ضخمتها	10
					أحيانا أجد نفسي أتبنى ما تروج له الصفحات من أخبار	11
					عندما أرى تفاعلا ضخما اشعر أن الجميع مؤيدا	12
					عند تكرار الخبر أجد نفسي أبتلعه أو أهضمه	13
					كثرة الحسابات التي تدعم فكرة واحدة تجعلها تبدو حقيقية	14
					أصدق كل الأخبار المروج لها في فترة الأزمات على موقع فيسبوك	15
					يؤدي التدفق الكثيف للمعلومات من قبل الحسابات الوهمية إلى تضليلي مما يجعلني عاجزا عن تمييز الحقيقة	16
					أصدق كل الشائعات المنشورة في موقع فيسبوك	17

					المحور الثالث: الحسابات الوهمية و توجيه الوعي الجمعي	
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارة	
					18	تطرح القضايا دائما بشكل "إما مع أو ضد" مما يجعلني محاصرا
					19	ألجأ إلى قيمي الأخلاقية للحكم على بعض القضايا
					20	لا أعلق في حسابي الأصلي بسبب الخوف من الرقابة الاجتماعية المباشرة
					21	أهرب من التمر الذي يطالني في حسابي الاصيلي
					22	أتبنى الصمت خوفا من العزلة الاجتماعية
					23	تفرض المكانة الاجتماعية البقاء مشاهدا فقط

					المحور الرابع: دوافع استخدام الحسابات البديلة في التحرر من ضغط المجتمع	
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارة	
					24	يشكل نشاط الحسابات الوهمية ضغطا نفسيا يدفعني للصمت تجنبنا لمعارضة الرأي السائد
					25	تساهم الحسابات البديلة في الهروب أو التحرر من الضغط الاجتماعي
					26	ألجأ إلى إنشاء حساب آخر للتعبير عن رأبي بحرية على مختلف الموضوعات
					27	أستخدم ميزة مجهول الهوية لمناقشة قضايا حساسة لا أجرأ على طرحها باسمي

-28

بحسب رأيك هل ترى أن الحسابات الوهمية تستخدم دائما لتضليل الراي العام أم أنها قد تكون وسيلة حتمية للتعبير عن الراي بحرية ؟ لماذا ؟

.....

.....

.....