

العوامل المؤثرة في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي

م.م. أزهر سهيل نجم

The factors influencing the reduction of the phenomenon of derogatory media on social media platforms
Asst.Lect. AZHAR SUHAIL NAJM

Abstract:

The research aims to identify the factors influencing the reduction of the phenomenon of misinformation on social media platforms, understand the tools that contribute to reducing the phenomenon of misinformation on social media platforms, determine the role and impact of relevant entities in combating the phenomenon of misinformation on social media platforms, and understand the role of education and media awareness in reducing the spread of misinformation on social media platforms. The researcher relied on a qualitative approach in this study through in-depth interviews with experts and specialists in the field of study, totaling (8) experts and specialists. To answer the research questions, the researcher arrived at the following results: One of the factors influencing the reduction of misinformation on social media platforms is raising awareness among users about the risks of misinformation and its impact on society, educating them on how to recognize fake and misleading news, and encouraging users to develop their skills in evaluating content and verifying information before sharing or relying on it. It also recommends the need to enhance awareness of the dangers of misinformation and its negative impact on society and individuals, which can be achieved through awareness campaigns on social media platforms and other media outlets. Social media platforms should adopt stricter policies to verify the accuracy of published content and combat false and misleading information .

المستخلص :

يهدف البحث الى التعرف على العوامل المؤثرة في الحد من ظاهرة



Article history

Received: 25/2/2024

Accepted: 27/3/2024

Published: 31/3/2024

تواريخ البحث

تاريخ الاستلام: 25/2/2024

تاريخ القبول: 27/3/2024

تاريخ النشر: 31/3/2024

الكلمات المفتاحية: العوامل المؤثرة، ظاهرة، الإعلام الهابط، المحتوى الهابط، مواقع التواصل الاجتماعي.

Keywords: The influential factors, phenomenon, tabloid media, low-quality content, social media sites.

© 2023 THIS IS AN OPEN ACCESS ARTICLE UNDER THE CC BY LICENSE



<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Corresponding author:

azhrnm453@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.61710v8n1128>

الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة الأدوات التي تساهم في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة دور وتأثير الجهات المعنية لمكافحة ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي، ومعرفة دور التعليم والتوعية الإعلامية لتقليل انتشار الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي. واعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج النوعي من خلال أداة المقابلات المعمقة مع الخبراء والمختصين في مجال الدراسة حيث بلغ عددهم (8) خبراء ومختصين، وللإجابة عن تساؤلات البحث توصل الباحث الى النتائج الآتية: من العوامل المؤثرة في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي توعية المستخدمين بمخاطر الإعلام الهابط وتأثيره على المجتمع، وتثقيفهم حول كيفية التعرف على الأخبار المزيفة والمضللة. وتشجيع المستخدمين على تطوير مهاراتهم في تقييم المحتوى والتأكد من صحة المعلومات قبل تداولها أو الاعتماد عليها. كما يوصي بضرورة تعزيز التوعية حول أخطار الإعلام الهابط وتأثيره السلبي على المجتمع والأفراد، ويمكن ذلك من خلال حملات توعية على مواقع التواصل الاجتماعي وفي وسائل الإعلام الأخرى. وينبغي على مواقع التواصل الاجتماعي تبني سياسات أكثر صرامة للتحقق من صحة المحتوى المنشور والتصدي للمعلومات الزائفة والمضللة.

المقدمة:

في العصر الرقمي الحالي، أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي منصة رئيسية لتبادل المعلومات والآراء، مما يجعلها مكانًا مثاليًا لانتشار الإعلام الهابط، ويُعرف الإعلام الهابط بأنه نوع من الإعلام الذي يقوم بنشر معلومات غير صحيحة أو مضللة بهدف التأثير على الرأي العام أو تشويه الحقائق، وتتأثر الجماهير بشكل كبير بما يتم نشره على هذه المنصات، وهذا يجعل التصدي لظاهرة الإعلام الهابط ضرورة ملحة. ويعدّ الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة متنامية تشكل تحديًا كبيرًا في العصر الرقمي الحالي، ويُفهم الإعلام الهابط على أنه نوع من الإعلام الذي ينشر محتوى ضار أو غير صحيح، ويستهدف عادةً فئات معينة من المجتمع. يعتمد هذا النوع من الإعلام على تضليل الجمهور ونشر المعلومات غير الدقيقة أو المغلوطة، ويمكن أن يؤثر سلبيًا على الرأي العام ويشير الانقسامات والتوترات في المجتمع.

وفي العراق، كما في العديد من البلدان، ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بانتشار الصفحات التي تروج لمنشورات تصنف بانها هابطة، والتي تشكل تحديًا كبيرًا للمجتمع والسلامة العامة، ويُعد الإعلام الهابط مشكلة خطيرة تؤثر على الحوار العام والتوجهات السياسية والاجتماعية في البلاد، وتشهد مواقع التواصل الاجتماعي في العراق انتشارًا واسعًا، وهذا يجعلها منبرًا مثاليًا لانتشار الإعلام الهابط والمضلل. يتمثل الإعلام الهابط في نشر المعلومات الزائفة والمضللة، سواء كانت تتعلق بالسياسة، الأمن، الصحة، أو أي

مجال آخر، بهدف التأثير على الرأي العام وتشويه الحقائق. وتتراوح مصادر الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي العراقية من الحسابات الشخصية إلى الصفحات والمجموعات المنظمة، مما يجعل من الصعب تتبع ومراقبة المحتوى المضلل. وتؤثر ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي العراقية على السلم الاجتماعي والسياسي، مما يزيد من التوترات ويقلل من فرص التواصل البناء وحل النزاعات بطرق سلمية. ولمكافحة هذه الظاهرة، يتعين على المجتمع العراقي العمل معاً لتعزيز التوعية والتثقيف حول خطورة الإعلام الهابط وأساليب التحقق من صحة المعلومات، بالإضافة إلى تشديد الرقابة وتطبيق القوانين التي تحمي المجتمع من تأثيراتها السلبية.

المبحث الاول: منهجية البحث

اولاً: مشكلة البحث

تعد مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة فعالة لنشر المحتوى بسرعة فائقة، وهذا يشمل الأخبار والمعلومات الدقيقة والمضللة على حد سواء، والانتشار الواسع للمحتوى الإعلامي الهابط يؤدي إلى تأثيرات سلبية على المجتمع، وغالباً ما يُنشر المحتوى الهابط دون التحقق الدقيق من صحته أو مصداقيته، مما يزيد من انتشار الأخبار المضللة والمزيفة ويزيد من مشكلة الإعلام الهابط، ويُعتبر البعض الإعلام الهابط وسيلة للتعبير عن الرأي الشخصي دون مراعاة الأثر الاجتماعي السلبي الذي قد ينجم عنه، مما يؤدي إلى تقويض القيم الاجتماعية والثقافية، ويتطلب مكافحة ظاهرة الإعلام الهابط جهوداً شاملة من قبل الحكومات والمنظمات والأفراد، ولكن التحدي الرئيسي يكمن في كيفية مواجهة هذه الظاهرة دون المساس بحرية التعبير، ويمكن أن يؤدي الإعلام الهابط إلى تشويه الرؤية العامة للمستخدمين وتشويه فهمهم للقضايا المهمة، مما يؤثر على السلوكيات واتخاذ القرارات بشكل سلبي، وقد يكون الناس غير مدركين للمخاطر المحتملة للاعتماد على المحتوى الهابط، مما يزيد من انتشاره وتأثيره السلبي. لذا تعد ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي مشكلة معقدة ومتعددة الأوجه تتطلب جهوداً مشتركة لمواجهتها وتقليل تأثيرها السلبي على المجتمعات.

ثانياً: تساؤلات البحث

السؤال الرئيسي: ما هي العوامل المؤثرة في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي؟

الأسئلة الفرعية:

- 1- ما هي الأدوات التي تساهم في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما هو دور وتأثير الجهات المعنية لمكافحة ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 3- ما هو دور التعليم والتوعية الإعلامية لتقليل انتشار الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي؟

ثالثاً: أهمية البحث

1- الأهمية العلمية: أن موضوع العوامل المؤثرة في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي من الأمور ذات الأهمية العلمية بشكل كبير. فالإعلام الهابط (الذي يشير إلى نوع من الإعلام يتضمن التحريف والتضليل والمعلومات الزائفة) قد يؤثر بشكل سلبي على المجتمعات والأفراد، ويمكن أن يؤدي إلى تفاقم الانقسامات الاجتماعية ونشر الخطابات الكراهية والتشويش على الرأي العام.

2- الأهمية العملية: موضوع العوامل المؤثرة في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي يحمل أهمية عملية كبيرة نظراً للتأثير الكبير الذي يمكن أن يكون للإعلام الهابط على المجتمعات والأفراد. ومن النقاط التي تبرز أهمية هذا الموضوع بشكل عملي تعزيز الوعي والتثقيف الرقمي، وتطوير سياسات وقوانين فعال، وتحسين جودة المعلومات والمحتوى على الإنترنت، وحماية الأفراد والمجتمعات من التأثيرات السلبية.

3- الأهمية الاجتماعية: موضوع العوامل المؤثرة في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي يحمل أهمية اجتماعية كبيرة نظراً لتأثيره على العديد من جوانب الحياة الاجتماعية. ومن النقاط التي تبرز أهمية هذا الموضوع من الناحية الاجتماعية تعزيز الثقة والمصادقية في المعلومات، وتقليل الانقسامات والصراعات الاجتماعية، وتحسين جودة الحوار الاجتماعي، تعزيز الوعي والمسؤولية الاجتماعية.

رابعاً: أهداف البحث

الهدف الرئيسي: التعرف على العوامل المؤثرة في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي.

الأهداف الفرعية:

- 1- معرفة الأدوات التي تساهم في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي.
- 2- معرفة دور وتأثير الجهات المعنية لمكافحة ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي.
- 3- معرفة دور التعليم والتوعية الإعلامية لتقليل انتشار الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي.

خامساً: الدراسات السابقة

1- دراسة عثمان محمد مالا (2020)

بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات وسط الشباب (دراسة تطبيقية على موقع الفيس بوك) في الفترة 2019م - 2020م، يتناول هذا البحث موضوع مهم جداً ودراسة إمام المجتمع والشباب بالإشاعات وكيفية التعامل معها والحد من انتشارها. استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي من أجل جمع وتحليل وتفسير المعلومات والبيانات المتعلقة بالبحث من أجل تحقيق النتائج

المتوقعة في نهاية البحث. واعتمد الباحث على الاستبيان كأداة رئيسية والملاحظة كأداة إضافية. وحقق البحث عدة نتائج منها: أن الفيس بوك هو الأكثر استخدامًا بين الشباب لسهولة استخدامه. وأن الفيس بوك هو الموقع الأكثر شيوعًا للقليل والقال وأغلبية مستخدميهم من الطلاب الشباب. وخرج الباحث بعدد من التوصيات منها: ضرورة الرقابة الصارمة على مواقع التواصل وعدم نشر الشائعات دون التحقق من صحتها. وأنشئ مواقع ويب رسمية لمحاربة الشائعات ومكافحتها والحد من انتشارها.

2- دراسة عبد الخالق إبراهيم (2020)

بعنوان: الأثر الخيرية للشائعات بالمواقع الإلكترونية وتأثيرها على الأمن القومي المصري (دراسة تحليلية مقارنة). أجريت هذه الدراسة بهدف التعرف على كيفية تعامل إدارات الأخبار مع الشائعات على المواقع الإلكترونية وتأثيرها على أمن مصر من حيث الشكل والمحتوى. وتم استخدام أسبوع الصناعة المجمع للمواقع الإلكترونية من يناير 2016 إلى يناير 2020 لإظهار أكثر من مرحلة من المراحل التي مرت بها الأزمة. عينة البحث الكلية هي رقم كل صحيفة (192). وخلصت نتائج الدراسة إلى أن التغطية الصحفية للصحف المدروسة ذات أهمية كبيرة لطبيعة التغطية السطحية وبعيدا عن التغطية العميقة للأزمة. عدم الحاجة إلى التحليل والتفسير لفهم موضوع الشائعات وأثرها على الأمن القومي. الغرض من هذا العلاج هو وضع الأحداث في سياقها وربطها بسياقاتها السياسية، مما يجعل السلوك يبدو جزئياً ومقطوعاً ومعزولاً عن سياقه. وتوصي هذه الدراسة بما يلي: أطر المبادئ الأخلاقية يجب إعطاء أهمية أكبر في عرض الأحداث والقضايا وتفسيرها وتقديم الحلول لها.

3- دراسة حسن الفاتح الحسين محمد المبارك (2020)

بعنوان: مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم الاجتماعية لدى طلاب الجامعة "الفيس بوك أنموذجاً". تم إجراء هذا البحث بهدف معرفة تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لطلاب "فيسبوك كنموذج" من خلال التعرف على تأثير الشبكات الاجتماعية على تغير القيم الاجتماعية لدى الطلاب، ومعرفة السلبيات. ثم تم التعرف على الآثار الإيجابية للشبكات الاجتماعية على القيم الاجتماعية للطلاب. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي والتحليلي وكانت عينة البحث من طلاب السنة الثالثة بكلية العلوم التربوية بجامعة الإمام المهدي (ع) بتوجهات مختلفة. وتم اختيار العينة بشكل عشوائي ويشكل عدد (100) طالب وطالبة. للمعالجة الإحصائية للبيانات استخدم الباحث برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) من خلال الأساليب الإحصائية. النتائج وهي: تم الحصول على تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على تغير القيم الاجتماعية لدى الطلاب بمتوسط عام (2.60) وبدرجة عالية من التقدير، والآثار السلبية للشبكات الاجتماعية على القيم الاجتماعية بين الطلاب. طلاب الجامعة الحاصلين على معدل تراكمي (2.43) مع مرتبة الشرف العالية. ثم تتحقق الآثار الإيجابية

للشبكات الاجتماعية على القيم الاجتماعية للطلاب بمتوسط عام (2.58) ودرجة عالية من التقدير. ومن أهم توصيات البحث: توجيه الطلاب للجوانب الإيجابية لتأثير الشبكات الاجتماعية على المجتمع وتعليم أثرها السلبي. قدمت هذه الدراسة عددا من الاقتراحات للدراسات المستقبلية.

4- دراسة بلال وكال (2018)

بعنوان: الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري دراسة ميدانية مجتمع المسيلة. تم إجراء هذه الدراسة بهدف التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات من منظور المجتمع الجزائري (مجتمع المسيلة) للتعرف على حجم الشائعات المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة الشبكة الأكثر اضطرابا لنشر الشائعات. لتحقيق أهداف البحث تم استخدام المنهج الوصفي وأداة الاستبيان للبحث. توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها انتشار الشائعات على مواقع التواصل الاجتماعي بمعدل متوسط، وتحتل شبكة فيسبوك المرتبة الأولى بين الشبكات الأكثر شعبية التي تشغلها العينة. وتظهر نتائج الدراسة من أهم أسباب انتشار الشائعات في الشبكات الاجتماعية سهولة إنتاج ونشر المعلومات في تلك الشبكات.

5- دراسة بخوش وليد (2017)

بعنوان: تأثير الفيس بوك على القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي. تم إجراء هذا المقال البحثي بهدف التحقق من تأثير الفيسبوك على القيم الاجتماعية للطلاب، وشملت عينة البحث 50 طالبا من كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية بجامعة ليربي بن المهدي - أم البواقي. وتم تصميم استبيان يحتوي على 23 فقرة، وبعد التحليل الإحصائي توصلنا إلى استنتاج مفاده أن فيسبوك يؤثر في كل من قيم المشاركة والتواصل وقيم الوعي الاجتماعي وحس الطالب الأخلاقي. في ضوء هذه النتائج، تم تقديم عدد من التوصيات للمساعدة في حل المشكلة المطروحة.

التعليق على الدراسات السابقة:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في الموضوع الرئيسي الذي تم تناوله في الدراسة الحالية وهو المحتوى الهابط، لكنها تتشابه في الموضوع الرئيسي الثاني الذي تم تناوله في الدراسة الحالية وهو مواقع التواصل الاجتماعي، كما تختلف الدراسة الحالية في المنهج المتبع حيث استخدم الباحث المنهج النوعي من خلال عمل مقابلات معمقة مع الخبراء والمختصين في مجال الدراسة، أما الدراسات السابقة استخدمت المنهج الكمي المسحي على عينة من الطلبة أو الجمهور أو الدراسات الميدانية، كما سعى الباحث في الدراسة الحالية إلى إيجاد الحلول للحد من ظاهرة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي، أما الدراسات السابقة سعت إلى التعرف على تأثير انتشار الشائعات والمعلومات المغلوطة على مواقع التواصل الاجتماعي.

سادساً: منهج البحث

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج النوعي من خلال الأداة البحثية المقابلات المعمقة مع الخبراء والمختصين في مجال الدراسة، والمنهج النوعي هو نهج بحثي يُستخدم في العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية لفهم وتفسير الظواهر والظواهر الاجتماعية والثقافية، ويركز المنهج النوعي على فهم السياق والمعاني التي تعطيها الأفراد والمجموعات لتجاربهم وممارساتهم، ويعتمد هذا النهج على البحث الميداني وجمع البيانات من خلال المقابلات الشخصية والملاحظات والتحليل النصية، بحيث يمكن للباحثين فهم الخصوصيات والتفاصيل الدقيقة للظواهر الاجتماعية. ومن خلال المنهج النوعي، يُسلط الضوء على الاختلافات الفردية والثقافية والاجتماعية، ويُسمح بتفسير السلوك البشري والتفاعلات الاجتماعية من منظور شامل، ويهدف المنهج النوعي إلى إثراء الفهم العميق للثقافات والمجتمعات والعلاقات الاجتماعية، ويعد أحد الأساليب الرئيسية للبحث في العلوم الاجتماعية. (السامرائي والقنديلجي، 2001، ص125).

سابعاً: عينة البحث

عينة البحث هي جزء محدد من السكان أو العناصر التي تم اختيارها من مجموعة أو جماعة أكبر بغرض الدراسة والتحليل، ويتم استخدام عينات البحث في العديد من الدراسات العلمية لتمثيل السكان الأكبر بطريقة تسمح بالتحليل والاستنتاجات دون الحاجة إلى استهلاك الوقت والجهد والموارد اللازمة لدراسة السكان بأكملهم، وتكون عينات البحث مختارة بطرق عشوائية أو غير عشوائية ويجب أن تكون ممثلة للسكان الأصليين بشكل معقول لضمان صحة النتائج وقابليتها للتعميم. (العوفي، 2002، ص43). وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على عينة من الخبراء والمختصين في مجال الدراسة حيث بلغ عدد العينة (8) خبراء ومختصين.

ثامناً: أداة جمع بيانات البحث

المقابلات المعمقة هي أسلوب في البحث النوعي يستخدم لجمع المعلومات والبيانات من الأفراد من خلال محادثات مفصلة ومنظمة، وتهدف هذه المقابلات إلى فهم أعمق لآراء الأفراد ومشاعرهم وتجاربهم فيما يتعلق بموضوع معين، ويتميز هذا النوع من المقابلات بطبيعته الحوارية والمفتوحة التي تتيح للمشاركين التعبير بحرية وبشكل مفصل حول مواضيع متنوعة. وتُجرى المقابلات المعمقة عادةً وجهًا لوجه بين الباحث والمشارك، وتتضمن أسئلة مفتوحة وتشجيعًا على الحوار لفهم أعمق للموضوع المدروس، ويسعى الباحث في هذا السياق إلى الوصول إلى آراء وأفكار ومعتقدات المشاركين، وفهم دوافعهم وتجاربهم من خلال استكشاف الموضوعات بشكل شامل. (عبد العزيز، 2012، ص502).

المبحث الثاني: الإطار النظري للبحث

أولاً: مواقع التواصل الاجتماعي

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

مواقع التواصل الاجتماعي هي منصات عبر الإنترنت تهدف إلى تسهيل التواصل والتفاعل بين الأشخاص والمجتمعات عبر الشبكة العالمية، وتتيح هذه المنصات للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية ومشاركة المحتوى بمختلف أشكاله مثل النصوص والصور والفيديوهات والروابط، وتتضمن مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة متنوعة من الخدمات مثل الدردشة، والتعليق، والإعجاب، والمشاركة، ومتابعة أو تتبع أنشطة الآخرين. وتشمل بعض أبرز مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك، تويتر، إنستغرام، سناب شات، لينكدان، يوتيوب، Tik Tok وغيرها. (قاسمي، 2019، ص13).

وتعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية لبناء العلاقات الاجتماعية وتبادل المعرفة والتجارب والآراء، كما تستخدم أيضاً في ترويج المنتجات والخدمات التجارية عبر الإعلانات والتسويق الرقمي، ومن المهم أيضاً الإشارة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير كبير على الثقافة والسلوكيات الاجتماعية، حيث يمكن أن تؤثر على وجهات نظر الناس وتشكل آراءهم وسلوكهم. وفي السنوات الأخيرة، شهدت مواقع التواصل الاجتماعي تزايداً في استخدامها لنشر الأخبار والمعلومات، مما يجعلها أداة مهمة في نقل الأحداث وتوعية الجمهور. ومع ذلك، فإن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يثير بعض التحديات والمخاوف، مثل انتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة والتتمر الإلكتروني وانتهاكات الخصوصية. ومن هنا، يتطلب استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وعياً ومسؤولية من المستخدمين للحفاظ على بيئة تواصل صحية وآمنة. (السويدي، 2013، ص:20).

أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

تُعتبر مواقع التواصل الاجتماعي ذات أهمية كبيرة في العصر الحالي لعدة أسباب:

- 1- التواصل والتواصل الاجتماعي حيث تمكن مواقع التواصل الاجتماعي الأفراد والمجتمعات من التواصل بسهولة وفعالية مع بعضهم البعض، سواء كان ذلك من خلال مشاركة الأفكار والآراء أو التواصل المباشر عبر الرسائل والتعليقات.
- 2- بناء العلاقات والشبكات الاجتماعية حيث تُمكن مواقع التواصل الاجتماعي الأفراد من بناء وتوسيع دوائرهم الاجتماعية والمهنية، وتقديم الفرص للتعرف على أشخاص جدد ومشاركة الاهتمامات المشتركة.
- 3- الترويج والتسويق حيث تُعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منصة قوية للترويج للمنتجات والخدمات التجارية، حيث يمكن للشركات والعلامات التجارية بناء جمهورها وتفاعله معه عبر هذه المنصات.

- 4- نقل الأخبار والمعلومات حيث يُستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واسع لنقل الأخبار والمعلومات الهامة، ويمكن للمستخدمين الحصول على أحدث المستجدات في الوقت الفعلي.
- 5- تشكيل الرأي العام حيث تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورًا هامًا في تشكيل الرأي العام وتوجيه الانتباه إلى قضايا معينة، ويمكن أن تساهم في تغيير السياسات والممارسات الاجتماعية.
- 6- التعلم والتواصل الثقافي حيث تتيح مواقع التواصل الاجتماعي للمستخدمين فرصة التعلم والتواصل مع ثقافات مختلفة من جميع أنحاء العالم، مما يساهم في تعزيز التفاهم الثقافي والتعايش السلمي. (شقرة، 2014، ص:58)

وتُعتبر مواقع التواصل الاجتماعي جزءًا لا يتجزأ من حياة الكثيرين في العصر الحالي، وتمتلك أهمية كبيرة في تسهيل التواصل والتفاعل بين الأفراد والمجتمعات على مستوى عالمي.

سلبيات وإيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي

لكل شيء فوائد وسلبيات، ومواقع التواصل الاجتماعي ليست استثناءً. ومن الإيجابيات والسلبيات:

1- الإيجابيات:

- تواصل مع العالم حيث تتيح للأشخاص التواصل مع الأصدقاء والعائلة والمجتمع بشكل فوري وسهل، بغض النظر عن المسافات الجغرافية.
- بناء شبكات اجتماعية حيث توفر فرصًا للتواصل وبناء العلاقات الاجتماعية والمهنية، مما يمكن من تبادل الأفكار والخبرات.
- تبادل المعرفة والمعلومات حيث تسمح بمشاركة الأخبار والمعلومات بسرعة وسهولة، مما يساهم في نقل المعرفة وتوعية الناس.
- الترويج للأعمال التجارية حيث توفر فرصًا للشركات والأفراد للتسويق لمنتجاتهم وخدماتهم وبناء العلامة التجارية.
- التواصل السياسي حيث تُستخدم للتعبير عن الآراء السياسية والمشاركة في الحوار العام والتأثير على السياسات. (الكرخي، 2017، ص:48).

2- السلبيات:

- انتشار الإشاعات والأخبار الكاذبة قد تؤدي إلى نشر المعلومات غير الصحيحة والإشاعات، مما يؤثر على الثقة في الأخبار ويزيد من التوتر الاجتماعي.
- التأثير السلبي على الصحة النفسية حيث يمكن أن تؤدي إلى الإدمان على الإنترنت وزيادة مستويات القلق والتوتر والاكتئاب، بالإضافة إلى التنمر الإلكتروني.

- انتهاك الخصوصية حيث يمكن للمعلومات الشخصية أن تتعرض للاستغلال أو السرقة، وقد تُشكل التسريبات الخصوصية خطرًا على الأفراد.
- التأثير على العلاقات الحقيقية قد يؤدي الاعتماد الزائد على التواصل عبر الإنترنت إلى تقليل جودة العلاقات الواقعية.
- تأثير على الإنتاجية حيث يمكن أن تشتت الانتباه والوقت الذي يقضيه الأفراد على وسائل التواصل الاجتماعي إلى تقليل الإنتاجية في العمل أو في الدراسة. (باشا، 2020، ص76).
- من الأهمية بمكان أن يكون للأفراد والمجتمعات وعي بالتأثيرات الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، واستخدامها بشكل مسؤول ومتوازن.

ثانياً: المحتوى الإعلامي الهابط

مفهوم المحتوى الإعلامي الهابط

المحتوى الهابط يشير عمومًا إلى المحتوى الذي لا يضيف قيمة حقيقية أو مفيدة للقارئ أو المشاهد، ويمكن أن يكون المحتوى الهابط مواد غير متناسبة أو غير مفيدة أو معلومات سطحية أو تكرار للمحتوى الموجود بالفعل بشكل كبير. في سياق الإنترنت، قد يشمل المحتوى الهابط العناوين الزائفة لجذب الانتباه دون أي محتوى فعلي، أو المواد ذات الجودة المنخفضة التي تملأ صفحات الويب دون قيمة مضافة، وعادة ما يؤدي المحتوى الهابط إلى تجربة مستخدم سلبية وقد يؤدي إلى فقدان مصداقية المصدر الذي ينشره. (الغمري، 2016).

والإعلام الهابط هو نوع من وسائل الإعلام الذي يهدف إلى جذب الانتباه والمشاهدة دون أن يقدم قيمة فعلية أو معرفة عميقة، ويميل الإعلام الهابط إلى التركيز على القضايا السطحية والعناوين الصادمة بدلاً من التحقيق العميق أو تقديم المعلومات الشاملة والمتوازنة، وقد يشمل الإعلام الهابط استخدام العناوين الزائفة أو المبالغة لجذب الانتباه دون الالتزام بالدقة والصدق الصحفي، ويمكن أن يؤدي الإعلام الهابط إلى تشويه الرأي العام وتقليل مستوى التوعية والتفكير النقدي لدى الجمهور. (الطائي، 2023).

ويمكن أن يسهم الإعلام الهابط في زيادة التوتر والتوتر الاجتماعي من خلال تضخيم القضايا السلبية وتشويه الصورة الحقيقية للأحداث والشخصيات. كما يمكن أن يؤدي الإعلام الهابط إلى تقليل الثقة في وسائل الإعلام بشكل عام، حيث يتساءل الجمهور عن مدى موثوقية المعلومات التي يتم تقديمها. وبالتالي، يعد مكافحة الإعلام الهابط وتعزيز المعلوماتية والتحقق من الحقائق أمرًا مهمًا لصون النقاش العام والديمقراطية وتعزيز الوعي الجماهيري. بالإضافة إلى ذلك، قد يؤدي الإعلام الهابط إلى تضليل الجمهور وتشويه انتباهه عن القضايا الحقيقية والمهمة التي تستحق الانتباه والتفكير الجاد، ويعزز الإعلام الهابط غالبًا ثقافة السطحية والاهتمام بالأمر الدنيئة على حساب المواضيع ذات الأهمية

الحقيقية التي تؤثر في حياة الناس والمجتمع. لذا، يجب تعزيز وسائل الإعلام التي تسعى إلى تقديم محتوى ذو قيمة مضافة وتعزيز التوعية والفهم العميق للمواضيع المختلفة. (عباس، 2023).

يتطلب مكافحة الإعلام الهابط تعاونًا مشتركًا بين الجمهور ووسائل الإعلام والمنصات الرقمية، حيث يمكن للأفراد أن يصبحوا أكثر وعيًا ونقدًا تجاه المحتوى الذي يتلقونه، وأن يلتزموا بالتحقق من الحقائق والبحث عن مصادر موثوقة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمؤسسات الإعلامية والمنصات الرقمية تعزيز المعايير الصحفية والتحقق من الحقائق وتوفير محتوى ذو جودة عالية يساهم في تعزيز التوعية والتفكير النقدي. وفي النهاية، يجب على الحكومات والمجتمع الدولي أن يعملوا على تطوير سياسات وقوانين تنظم محتوى الإعلام وتحمي من الإساءة والتضليل الإعلامي. (فاره، 2024/1/18).

أهداف المحتوى الإعلامي الهابط

الإعلام الهابط عادة ما يسعى إلى تحقيق أهداف معينة تركز على جذب الانتباه وزيادة الربحية، دون النظر إلى الأثر السلبي الذي يمكن أن يترتب عنها على المجتمع والفرد. من بين أهداف الإعلام الهابط:

- 1- زيادة النقرات والمشاهدات حيث يهدف الإعلام الهابط إلى جذب الانتباه وزيادة عدد المشاهدات والنقرات على المحتوى، سواء عبر الإنترنت أو الوسائط التقليدية، من خلال استخدام عناوين جذابة ومثيرة.

- 2- تحقيق الربحية بشكل عام يهتم الإعلام الهابط بزيادة الإيرادات الإعلانية عبر زيادة التفاعل مع المحتوى، دون النظر إلى جودة المحتوى أو تأثيره السلبي.

- 3- التشويش والتوجيه حيث يمكن للإعلام الهابط أن يستخدم كأداة لتشتيت انتباه الجمهور عن القضايا الهامة أو لتوجيه الرأي العام في اتجاه معين بغض النظر عن الحقائق أو السياق.

- 4- إثارة المشاعر حيث يهدف الإعلام الهابط إلى إثارة المشاعر السلبية مثل الغضب أو الخوف أو القلق من أجل الحصول على انتباه أكبر وتفاعل أعلى مع المحتوى.

- 5- تحقيق الشهرة والانتشار السريع حيث يمكن للإعلام الهابط أن يستخدم لزيادة شهرة المنصة أو المؤسسة الإعلامية التي تنشره، وذلك عبر استخدام العناوين الجذابة والمحتوى السطحي الذي ينتشر بسرعة في وسائط التواصل الاجتماعي وغيرها من القنوات. (الغمري، 2016).

عناصر المحتوى الإعلامي الهابط

الإعلام الهابط يعتمد على عدة عناصر لتحقيق أهدافه في جذب الانتباه والمشاهدة دون تقديم قيمة حقيقية للمستخدمين. ومن بين عناصر الإعلام الهابط:

- 1- العناوين المثيرة حيث تتضمن استخدام عناوين مبالغ فيها أو مثيرة للجدل لجذب الانتباه دون الالتزام بالدقة أو الصدق الصحفي.

- 2- المحتوى السطحي حيث يتميز الإعلام الهابط بتقديم محتوى سطحي وغير عميق يفتقر إلى تحليل متعمق أو معرفة مفصلة.
- 3- التكرار الزائد حيث يميل الإعلام الهابط إلى تكرار المحتوى بدون تقديم جوانب جديدة أو معلومات مفيدة.
- 4- التشويش على الحقائق قد يقوم الإعلام الهابط بتضليل الجمهور عبر تشويه الحقائق أو تقديم معلومات غير دقيقة لتحقيق أهداف معينة.
- 5- استخدام الصور والعناصر البصرية بشكل مبالغ فيه حيث يتم تضخيم الصور أو استخدام عناصر بصرية مبالغ فيها لجذب الانتباه بدون تقديم محتوى فعال أو مفيد.
- 6- الانحياز الإيديولوجي حيث يمكن أن يظهر الإعلام الهابط انحيازًا إيديولوجيًا واضحًا، حيث يسعى لنشر آراء محددة دون تقديم وجهات نظر متعددة أو متوازنة.
- 7- تأثير العواطف بشكل مفرط حيث يستغل الإعلام الهابط العواطف بشكل مفرط لجذب الانتباه، دون الركيزة على الحقائق والمعلومات الصحيحة. (حياوي، 2024/2/5).
- تلك العناصر تشكل جزءًا من استراتيجيات الإعلام الهابط التي تهدف إلى تحقيق أهدافه في جذب الانتباه بدون تقديم قيمة مضافة للمستخدمين.
- الآثار السلبية للمحتوى الإعلامي الهابط
- الإعلام الهابط يمكن أن يؤدي إلى عدة آثار سلبية على الفرد والمجتمع، من بينها:
 - 1- تشويش الرأي العام حيث يمكن أن يشوش الإعلام الهابط على الرأي العام عن طريق تقديم معلومات مشوهة أو مبالغ فيها، مما يجعل الناس يصعب عليهم تحديد الحقائق واتخاذ القرارات المناسبة.
 - 2- زيادة التوتر والانقسام الاجتماعي من خلال تضخيم القضايا السلبية وتشويه الصورة، يمكن أن يزيد الإعلام الهابط من التوتر والانقسامات داخل المجتمع.
 - 3- تقليل الثقة في وسائل الإعلام حيث يؤدي تقديم الإعلام الهابط لمحتوى غير دقيق أو مشوه إلى تقليل ثقة الجمهور في وسائل الإعلام بشكل عام.
 - 4- تأثير سلبي على الصحة النفسية قد يؤدي التعرض المستمر للمحتوى الهابط إلى زيادة مستويات التوتر والقلق لدى الأفراد، ويمكن أن يسهم في زيادة حالات الاكتئاب والضغط النفسي.
 - 5- تشجيع السلوكيات الضارة حيث يمكن أن يؤدي الإعلام الهابط إلى تشجيع سلوكيات سلبية مثل العنف أو التمييز أو السلوكيات الضارة الأخرى.

6- تقليل الاهتمام بالقضايا الهامة من خلال تشويش الانتباه بالعناوين الزائفة أو القضايا غير الهامة، يمكن أن يؤدي الإعلام الهابط إلى تقليل الاهتمام بالقضايا الحقيقية والمهمة التي تستحق الانتباه والتفكير الجاد. (حسوني، 2024/1/23).

يجب التفريق هنا بين المحتوى الهابط الذي تروج له بعض الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك والأنستغرام والذي يُدار من قبل أشخاص أو مجموعة أشخاص لأجل تحقيق أهداف مختلفة وهذا لا يُعد إعلاماً، وبين الصفحات التي تعود إلى مؤسسات صحفية وإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي وقد تقوم بنشر بعض المعلومات الغير دقيقة أو غير الموثقة بهدف الحصول على متابعات أو نشر بعض الأخبار المزيفة لأهداف معينة.

المبحث الثالث: عرض نتائج المقابلات المعمقة

الإطار العملي للبحث

1) استخراج الرمز من نص مقابلة الدكتور حامد مجيد فاره - تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة ذي قار.

رقم السؤال	نص المقابلة	استخراج المفاهيم	كود المفاهيم
Q1	من الأدوات التي تساهم في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي مراقبة وتحليل البيانات حيث يمكن استخدام أدوات تحليل البيانات لمراقبة وفهم كيفية انتشار الإعلام الهابط وتأثيره على جمهورك.	مراقبة وتحليل البيانات	A1
Q2	هناك الطرق التي يمكن من خلالها تعزيز التوعية بين المستخدمين حول أخطار الإعلام الهابط على وسائل التواصل الاجتماعي منها إنشاء موارد تعليمية مثل مقاطع فيديو، ورش عمل، ومقالات توعوية تشرح مفهوم الإعلام الهابط وكيفية التعرف عليه والتعامل معه بشكل فعال.	توفير موارد تعليمية	A2
Q3	من السياسات والقواعد التي تطبقها المنصات لتحديد وحذف المحتوى الهابط تضع معظم المنصات والخدمات الرقمية سياسات استخدام محددة يجب على المستخدمين الموافقة عليها قبل استخدام الخدمة. وتتضمن هذه السياسات عادةً قواعد وشروط تحكم سلوك المستخدمين على المنصة، بما في ذلك السلوكيات المرفوضة مثل	سياسات الاستخدام	A3

		الإساءة أو الكراهية أو النشر غير المناسب. عندما ينتهك المستخدمون هذه السياسات، يمكن للمنصة اتخاذ إجراءات تأديبية، مثل حظر الحسابات أو حذف المحتوى الضار.	
A4	وضع التشريعات والقوانين	أن دور الحكومات والسلطات التنظيمية في مكافحة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إقرار تشريعات وقوانين تهدف إلى مكافحة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل فرض عقوبات على نشر المعلومات الزائفة أو التضليلية.	Q4
A5	البحث والتحليل	أن دور المؤسسات الأكاديمية والبحثية في تقديم الدراسات والأبحاث حول ظاهرة الإعلام الهابط من خلال تنفيذ الأبحاث والدراسات العلمية حول ظاهرة الإعلام الهابط، حيث يتم تحليل مختلف جوانبها بشكل موضوعي وعلمي. ويتضمن ذلك فهم دينامياتها، وتحديد الآثار السلبية على المجتمع والفرد، وتحديد العوامل التي تسهم في انتشارها.	Q5
A6	التحليل والتقارير الصحفية	أن دور وسائل الإعلام التقليدية والصحافة في توجيه الضوء على الإعلام الهابط وتوعية الجمهور بأخطاره من خلال قيام الصحفيين والمحللون في وسائل الإعلام التقليدية بتحليل محتوى الإعلام الهابط وتقديم تقارير توضح الأخطار والتأثيرات السلبية لهذا النوع من الإعلام على المجتمع والفرد.	Q6
A7	تعليم مهارات التفكير النقدي	يمكن أن يساهم التعليم في تمكين الأفراد من تطوير مهارات التحليل النقدي للمعلومات والتمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تعليم الطلاب كيفية التفكير بشكل نقدي وتحليل الأدلة والحجج المقدمة في المحتوى. يمكن أن تتضمن هذه المهارات القدرة على تحديد الخلفيات والمصادر والتأكد من مصداقيتها.	Q7
A8	ورش عمل وندوات	من أدوات التوعية الإعلامية التي يمكن استخدامها لتثقيف الطلاب والمجتمع بشكل عام حول خطورة	Q8

		الإعلام الهابط تنظيم ورش عمل وندوات توعوية تشمل عروض تقديمية ومناقشات حول مفهوم الإعلام الهابط وأساليب التعرف عليه والتصدي له.	
--	--	--	--

(2) استخراج الرمز من نص مقابلة الدكتور آياد حياوي - تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة ذي قار.

رقم السؤال	نص المقابلة	استخراج المفاهيم	كود المفاهيم
Q1	من الأدوات التي تساهم في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي منصات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي مثل Hootsuite و Buffer توفر أدوات لجدولة المحتوى ورصد التعليقات، مما يساعد في متابعة المحتوى الهابط والرد عليه بشكل فعال.	منصات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي	B1
Q2	هناك الطرق التي يمكن من خلالها تعزيز التوعية بين المستخدمين حول أخطار الإعلام الهابط على وسائل التواصل الاجتماعي منها عقد جلسات تثقيفية وورش عمل في المدارس، والجامعات، والمؤسسات، والمجتمعات المحلية لتعريف الناس بأنواع الإعلام الهابط وأثره على المجتمع.	التدريب والتثقيف	B2
Q3	من السياسات والقواعد التي تطبقها المنصات لتحديد وحذف المحتوى الهابط قوانين تنظم السلوك الرقمي والإعلام الهابط، وتحدد العقوبات لمن ينتهكها. على سبيل المثال، يمكن للقوانين أن تحظر الإساءة أو التشهير على الإنترنت، وتفرض غرامات مالية أو عقوبات قانونية على المخالفين.	القوانين الوطنية والدولية	B3
Q4	أن دور الحكومات والسلطات التنظيمية في مكافحة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال مراقبة مدى امتثال شركات التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي للقوانين والتشريعات المعمول بها، وفرض عقوبات على المخالفين.	مراقبة الامتثال	B4
Q5	أن دور المؤسسات الأكاديمية والبحثية في تقديم الدراسات والأبحاث حول ظاهرة الإعلام الهابط من	تطوير السياسات والإرشاد	B5

		خلال تطوير سياسات وإرشادات تهدف إلى مكافحة الإعلام الهابط. وهذه السياسات قد تتضمن توجيهات للمنظمات الإعلامية، وتطوير قوانين وتشريعات جديدة، وتوجيهات للمستهلكين لزيادة وعيهم بمخاطر الإعلام الهابط.	
B6	البحث الصحفي	أن دور وسائل الإعلام التقليدية والصحافة في توجيه الضوء على الإعلام الهابط وتوعية الجمهور بأخطاره من خلال إجراء البحث والتحقق من المعلومات والأخبار قبل نشرها، وبالتالي يمكن للصحفيين أن يسلطوا الضوء على الأخبار الزائفة والمضللة التي تنتشر في وسائل الإعلام الهابط.	Q6
B7	تدريب على التحقق من المعلومات	يمكن أن يساهم التعليم في تمكين الأفراد من تطوير مهارات التحليل النقدي للمعلومات والتمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تعليم الطلاب كيفية التحقق من صحة المعلومات عبر التحقق من مصادرها والتحقق من الحقائق والأرقام المقدمة.	Q7
B8	إنتاج مواد توعوية	من أدوات التوعية الإعلامية التي يمكن استخدامها لتثقيف الطلاب والمجتمع بشكل عام حول خطورة الإعلام الهابط إنشاء مواد توعوية مثل ملصقات، مطويات، فيديوهات توضيحية، ومقاطع فيديو تعليمية قصيرة تشرح مخاطر الإعلام الهابط وطرق التعرف عليه.	Q8

3) استخراج الرمز من نص مقابلة الدكتور حسين عبد الأمير حسوني - تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة ذي قار.

رقم السؤال	نص المقابلة	استخراج المفاهيم	كود المفاهيم
Q1	من الأدوات التي تساهم في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي استخدام محركات البحث لمراقبة الأخبار الزائفة والإشاعات، مثل Google Alert و Talkwalker Alerts، لتلقي إشعارات فورية حول الكلمات الرئيسية ذات الصلة بعملك.	محركات البحث لمراقبة الأخبار الزائفة والإشاعات	C1

C2	الحوار والمناقشة	هناك الطرق التي يمكن من خلالها تعزيز التوعية بين المستخدمين حول أخطار الإعلام الهابط على وسائل التواصل الاجتماعي منها تشجيع المناقشات العامة والحوارات البناءة حول مواضيع الإعلام الهابط على منصات التواصل الاجتماعي وفي الأحداث الاجتماعية والثقافية.	Q2
C3	توعية المستخدمين	من السياسات والقواعد التي تطبقها المنصات لتحديد وحذف المحتوى الهابط توفير التوجيه والتثقيف للمستخدمين حول السلوكيات السليمة والغير مقبولة على الإنترنت يمكن أن يساهم في تقليل الإعلام الهابط. عبر توعية المستخدمين بمخاطر السلوكيات الضارة وعواقبها، يمكن تشجيعهم على التصرف بشكل أكثر مسؤولية.	Q3
C4	التوعية والتثقيف	أن دور الحكومات والسلطات التنظيمية في مكافحة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تطوير حملات توعية وتثقيف حول أهمية التحقق من مصداقية المعلومات والحد من انتشار الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي.	Q4
C5	الشراكات مع القطاعين العام والخاص	أن دور المؤسسات الأكاديمية والبحثية في تقديم الدراسات والأبحاث حول ظاهرة الإعلام الهابط من خلال تعزيز المؤسسات الأكاديمية والبحثية التعاون مع الحكومات والشركات والمنظمات غير الربحية لتطوير حلول فعالة لمكافحة الإعلام الهابط. ويمكن أن تشمل هذه الشراكات تبادل المعلومات والخبرات، وتطوير تقنيات جديدة لتحديد الإعلام الهابط، وتنفيذ حملات توعية مشتركة.	Q5
C6	إطلاق الحوارات والنقاشات	أن دور وسائل الإعلام التقليدية والصحافة في توجيه الضوء على الإعلام الهابط وتوعية الجمهور بأخطاره من خلال تنظيم حوارات ونقاشات عامة حول موضوع الإعلام الهابط، مما يساعد في تسليط الضوء على مخاطره وفتح باب للتوعية والتثقيف.	Q6
C7	تعزيز الوعي بالإعلام	يمكن أن يساهم التعليم في تمكين الأفراد من	Q7

		تطوير مهارات التحليل النقدي للمعلومات والتمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تعريف الطلاب بأساليب الإعلام المختلفة وأنواع التأثير الذي قد تمارسه على المستخدمين.	
C8	منصات التواصل الاجتماعي	من أدوات التوعية الإعلامية التي يمكن استخدامها لتثقيف الطلاب والمجتمع بشكل عام حول خطورة الإعلام الهابط استخدام منصات التواصل الاجتماعي لنشر معلومات ونصائح حول كيفية التعرف على الإعلام الهابط وتجنب الوقوع في فخه.	Q8

4) استخراج الرمز من نص مقابلة الدكتور طالب عبد المجيد ذياب - تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة

بغداد

رقم السؤال	نص المقابلة	استخراج المفاهيم	كود المفاهيم
Q1	من الأدوات التي تساهم في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي إطلاق حملات توعية للتعريف بمخاطر الإعلام الهابط وكيفية التعامل معه، ويمكن استخدام الفيديوهات التوعوية والمواد التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر هذه الرسائل.	تعزيز التوعية	D1
Q2	هناك الطرق التي يمكن من خلالها تعزيز التوعية بين المستخدمين حول أخطار الإعلام الهابط على وسائل التواصل الاجتماعي منها تعزيز مهارات التفكير النقدي والتحليلية بين المستخدمين للمساعدة في تمييز المعلومات الصحيحة من الخاطئة والتعامل مع الإعلام الهابط بحكمة.	تشجيع التفكير النقدي	D2
Q3	من السياسات والقواعد التي تطبقها المنصات لتحديد وحذف المحتوى الهابط استخدام تقنيات التصفية والمراقبة للكشف عن المحتوى الضار والعمل على إزالته أو تقييده. وهذا يتطلب استخدام تقنيات متقدمة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لتحديد المحتوى الضار بشكل فعال.	تقنيات التصفية والمراقبة	D3

D4	دعم البحث والتطوير	أن دور الحكومات والسلطات التنظيمية في مكافحة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تقديم الدعم المالي والموارد للبحث والتطوير في مجال التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي لتطوير أدوات تساعد في اكتشاف ومكافحة الإعلام الهابط.	Q4
D5	التثقيف والتوعية	أن دور المؤسسات الأكاديمية والبحثية في تقديم الدراسات والأبحاث حول ظاهرة الإعلام الهابط من خلال توعية الجمهور بمخاطر الإعلام الهابط وكيفية التعرف عليه والتصدي له. ويمكن أن تقوم هذه المؤسسات بتنظيم ورش عمل وندوات، وإنتاج مواد توعوية متعددة الوسائط، وتقديم دورات تدريبية للمهتمين بالموضوع.	Q5
D6	الإبلاغ عن التجارب الناجحة	أن دور وسائل الإعلام التقليدية والصحافة في توجيه الضوء على الإعلام الهابط وتوعية الجمهور بأخطاره من خلال تسليط الضوء على التجارب الناجحة في مكافحة الإعلام الهابط وتوعية الجمهور بطرق فعالة للتعامل معه، مما يمكن أن يلهم الجمهور والسلطات المختصة لتبني حلول مماثلة وفعالة.	Q6
D7	تنمية مهارات البحث والتحقق	يمكن أن يساهم التعليم في تمكين الأفراد من تطوير مهارات التحليل النقدي للمعلومات والتمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تعليم الطلاب كيفية البحث عن المعلومات بطريقة فعالة وكيفية التحقق من مصادرها وموثوقيتها.	Q7
D8	حملات توعية عامة	من أدوات التوعية الإعلامية التي يمكن استخدامها لتثقيف الطلاب والمجتمع بشكل عام حول خطورة الإعلام الهابط تنظيم حملات توعية عامة عبر وسائل الإعلام المختلفة تسلط الضوء على أهمية التعرف على الإعلام الهابط وتأثيره السلبي على المجتمع.	Q8

(5) استخراج الرمز من نص مقابلة الدكتور علي عباس فاضل - تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة بغداد

رقم السؤال	نص المقابلة	استخراج المفاهيم	كود المفاهيم
Q1	من الأدوات التي تساهم في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي التعاون مع منظمات ومؤسسات موثوقة لمكافحة الإعلام الهابط، مثل مراكز البحوث والجامعات والوكالات الحكومية، لتبادل المعرفة وتطوير استراتيجيات مشتركة.	الشراكات مع الجهات المعترف بها	E1
Q2	هناك الطرق التي يمكن من خلالها تعزيز التوعية بين المستخدمين حول أخطار الإعلام الهابط على وسائل التواصل الاجتماعي منها دعم المستخدمين للمشاركة بمحتوى موثوق والتفاعل بشكل إيجابي مع المحتوى على وسائل التواصل الاجتماعي.	تشجيع المشاركة المسؤولة	E2
Q3	من السياسات والقواعد التي تطبقها المنصات لتحديد وحذف المحتوى الهابط المسؤولة الاجتماعية الرقمية أن تتحمل مسؤولية تقديم بيئة آمنة وصحية للمستخدمين. ويمكنها تطوير سياسات داخلية أكثر صرامة من السياسات العامة لمكافحة الإعلام الهابط وتعزيز السلوكيات الإيجابية.	المسؤولية الاجتماعية للمنصات	E3
Q4	أن دور الحكومات والسلطات التنظيمية في مكافحة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال العمل على تعزيز الشفافية وضمان حرية التعبير، مع الحفاظ في الوقت نفسه على المعايير الأخلاقية والقانونية. ويجب أن تكون أي جهود لمكافحة الإعلام الهابط متوازنة مع حقوق الأفراد وحياتهم.	تعزيز الشفافية والحرية	E4
Q5	تلعب المؤسسات الأكاديمية والبحثية دوراً أساسياً في فهم ومكافحة ظاهرة الإعلام الهابط، وتطوير استراتيجيات فعالة للتصدي لها والحد من تأثيراتها السلبية على المجتمع والفرد.	تطوير استراتيجيات فعالة	E5
Q6	أن دور وسائل الإعلام التقليدية والصحافة في	التوجيه والتنقيف	E6

	المستمر	توجيه الضوء على الإعلام الهابط وتوعية الجمهور بأخطاره من خلال توجيه الضوء على الإعلام الهابط وتوعية الجمهور مستمرة ومتواصلة، من خلال إطلاق حملات توعية مستمرة وتكثيف الجهود الرقابية والتحقق من صحة المعلومات المنشورة.	
E7	التركيز على التعليم الرقمي	يمكن أن يساهم التعليم في تمكين الأفراد من تطوير مهارات التحليل النقدي للمعلومات والتمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تضمين دروس حول الأخطار والتحديات التي تواجه الأفراد على الإنترنت وكيفية التعامل معها بشكل آمن ومسؤول.	Q7
E8	برامج تعليمية في المدارس والجامعات	من أدوات التوعية الإعلامية التي يمكن استخدامها لتثقيف الطلاب والمجتمع بشكل عام حول خطورة الإعلام الهابط دمج مواضيع الإعلام الهابط وطرق التعرف عليه في مناهج الدراسة، مما يساعد في تثقيف الطلاب منذ صغرهم وتجهيزهم بالمهارات اللازمة للتعامل مع الإعلام بشكل نقدي.	Q8

6) استخراج الرمز من نص مقابلة الدكتور فاضل جتي سلمان - تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة بغداد

رقم السؤال	نص المقابلة	استخراج المفاهيم	كود المفاهيم
Q1	من الأدوات التي تساهم في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي تقديم دورات تدريبية وورش عمل للموظفين والجمهور حول كيفية التعرف على الإعلام الهابط والتصدي له على مواقع التواصل الاجتماعي.	التدريب والتعليم	G1
Q2	هناك الطرق التي يمكن من خلالها تعزيز التوعية بين المستخدمين حول أخطار الإعلام الهابط على وسائل التواصل الاجتماعي منها إطلاق حملات إعلامية متعددة الوسائط تستهدف شرائح مختلفة من المجتمع لنشر الوعي حول خطورة الإعلام الهابط وكيفية التصدي له.	تنظيم حملات إعلامية	G2
Q3	من السياسات والقواعد التي تطبقها المنصات	الإساءة والكراهية	G3

		لتحديد وحذف المحتوى الهابط تحظر معظم المنصات الاجتماعية المحتوى الذي يحتوي على إساءة أو كراهية تجاه فئات معينة من الأشخاص بناءً على عوامل مثل العرق والديانة والجنس والجنسانية والهوية الجنسية والإعاقة.	
G4	تعزيز التعليم والتثقيف الرقمي	أن دور الحكومات والسلطات التنظيمية في مكافحة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال دعم برامج التعليم والتثقيف الرقمي التي تهدف إلى تمكين المواطنين من تطوير مهارات النقد والتحليل الرقمي، والتعرف على الأخبار المزيفة والإعلام الهابط، وكيفية التعامل معها بشكل فعال.	Q4
G5	تطوير التقنيات للكشف عن الإعلام الهابط	أحد الجوانب المهمة التي يمكن للمؤسسات الأكاديمية والبحثية التركيز عليها هو تطوير التقنيات والأدوات للكشف عن الإعلام الهابط وتحليله. ويمكن أن تشمل هذه الجهود تطوير خوارزميات التعرف على النصوص والصور والفيديوهات الهابطة، بالإضافة إلى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة للكشف عن أنماط السلوك الغير مشروع على الإنترنت.	Q5
G6	التعاون مع المؤسسات الأكاديمية والمجتمع المدني	أن دور وسائل الإعلام التقليدية والصحافة في توجيه الضوء على الإعلام الهابط وتوعية الجمهور بأخطاره من خلال التعاون مع المؤسسات الأكاديمية والمجتمع المدني لتبادل المعرفة والخبرات في مجال مكافحة الإعلام الهابط، وتنظيم ورش عمل وندوات لتوعية الجمهور وتبادل الآراء حول هذا الموضوع.	Q6
G7	التحيز على النقاش والتفاعل	يمكن أن يساهم التعليم في تمكين الأفراد من تطوير مهارات التحليل النقدي للمعلومات والتمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال إدراج نقاشات حول مواضيع الإعلام الاجتماعي والمعلومات المتداولة بها، مما يشجع الطلاب على التفكير النقدي	Q7

		وتبادل الآراء .	
G8	إنتاج محتوى تفاعلي	من أدوات التوعية الإعلامية التي يمكن استخدامها لتثقيف الطلاب والمجتمع بشكل عام حول خطورة الإعلام الهابط تطوير تطبيقات ومواقع ويب توفر محتوى تفاعلي يمكن الجمهور من التعرف على الإعلام الهابط من خلال حالات واقعية وتجارب تفاعلية.	Q8

7) استخراج الرمز من نص مقابلة الدكتور نوح عز الدين عبد الرزاق - تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة بغداد

رقم السؤال	نص المقابلة	استخراج المفاهيم	كود المفاهيم
Q1	من الأدوات التي تساهم في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي التعاون مع منصات التواصل الاجتماعي حيث يمكن التعاون مع منصات التواصل الاجتماعي نفسها لتطوير سياسات وأدوات لمكافحة الإعلام الهابط، بما في ذلك تحديد وحذف المحتوى الزائف والمضلل، وتعزيز الشفافية في الإعلانات والمعلومات.	التعاون مع منصات التواصل الاجتماعي	H1
Q2	هناك الطرق التي يمكن من خلالها تعزيز التوعية بين المستخدمين حول أخطار الإعلام الهابط على وسائل التواصل الاجتماعي منها توفير دورات تدريبية وورش عمل للمستخدمين لتعلم مهارات التحليل الإعلامي والتفكير النقدي الضرورية للتمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة.	تطوير القدرات	H2
Q3	من السياسات والقواعد التي تطبقها المنصات لتحديد وحذف المحتوى الهابط تمنع المنصات المحتوى الذي يحرض على العنف أو يروج للإصابة الجسدية للأفراد أو الجماعات.	العنف والترويج للأذى الجسدي	H3
Q4	أن دور الحكومات والسلطات التنظيمية في مكافحة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تشجيع وتعزيز الشراكات الاستراتيجية مع الشركات التكنولوجية ووسائل الإعلام الاجتماعية.	تشجيع الشراكات الاستراتيجية	H4

		ويمكن أن تشمل هذه الشراكات تبادل المعلومات، وتطوير الأدوات التكنولوجية لمكافحة الإعلام الهابط، وتنفيذ مبادرات مشتركة للتوعية والتثقيف.	
H5	تطوير وتعزيز المهارات الرقمية	يمكن للمؤسسات الأكاديمية والبحثية أن تلعب دوراً مهماً في تطوير وتعزيز المهارات الرقمية والقدرة على التفكير النقدي بين الطلاب والمجتمع بشكل عام، حيث يمكن أن تسهم هذه المهارات في تمكين الأفراد من التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة.	Q5
H6	تقديم المثال الإيجابي	أن دور وسائل الإعلام التقليدية والصحافة في توجيه الضوء على الإعلام الهابط وتوعية الجمهور بأخطاره من خلال تكوين نموذجاً يحتذى به في ممارسة الصحافة الأخلاقية والمسؤولة، من خلال الالتزام بمعايير النزاهة والدقة في التحقق من الأخبار وعدم ترويح الإشاعات والأخبار المضللة.	Q6
H7	تشجيع الوعي بالخطر	يمكن أن يساهم التعليم في تمكين الأفراد من تطوير مهارات التحليل النقدي للمعلومات والتمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تعزيز فهم الطلاب للمخاطر المحتملة على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل انتشار الأخبار الكاذبة والتضليل الرقمي والتلاعب بالمعلومات. ومن خلال التعريف بهذه الخطورة، يمكن للأفراد أن يكونوا أكثر وعياً واستعداداً للتعامل معها بشكل فعال.	Q7
H8	دورات تدريبية للمجتمع	من أدوات التوعية الإعلامية التي يمكن استخدامها لتثقيف الطلاب والمجتمع بشكل عام حول خطورة الإعلام الهابط تنظيم دورات تدريبية للمجتمع المحلي تشمل تعليم كيفية التعرف على الإعلام الهابط وتقديم الأدوات اللازمة للتصدي له.	Q8

8) استخراج الرمز من نص مقابلة الدكتور حيدر احمد القطبي - تدريسي في كلية الإعلام/ جامعة

بغداد

رقم السؤال	نص المقابلة	استخراج المفاهيم	كود المفاهيم
Q1	من الأدوات التي تساهم في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي تطوير ودعم منصات التحقق من الحقائق والمواقع المعتمدة التي تعمل على فحص وتحليل الأخبار والمعلومات للتأكد من دقتها، وتوفير موارد للجمهور للتحقق من المعلومات قبل مشاركتها.	التحقق من الحقائق	J1
Q2	هناك الطرق التي يمكن من خلالها تعزيز التوعية بين المستخدمين حول أخطار الإعلام الهابط على وسائل التواصل الاجتماعي منها توجيه الاهتمام والتمويل للأبحاث والدراسات التي تهدف إلى فهم أعمق لظاهرة الإعلام الهابط وتأثيراتها وتطوراتها على المستوى العالمي والمحلي.	دعم الأبحاث والدراسات	J2
Q3	من السياسات والقواعد التي تطبقها المنصات لتحديد وحذف المحتوى الهابط تمنع المنصات نشر المحتوى الذي يستهدف الأفراد بشكل شخصي، مثل التشهير والافتراء، وذلك لحماية خصوصية المستخدمين وسمعتهم.	الإساءة الشخصية والتشهير	J3
Q4	أن دور الحكومات والسلطات التنظيمية في مكافحة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تعزيز الشفافية والمساءلة فيما يتعلق بجهود مكافحة الإعلام الهابط. ينبغي على الجهات المعنية أن تكون مفتوحة حول الإجراءات التي تتخذها والنتائج التي تحقها، وأن تكون عرضة للمراجعة العامة والتقييم المستمر.	تعزيز الشفافية والمساءلة	J4
Q5	أن المؤسسات الأكاديمية والبحثية تلعب دوراً حيوياً في مكافحة الإعلام الهابط من خلال تقديم الأبحاث والتحليلات وتطوير السياسات والتوعية والتعاون مع القطاعين الآخرين، بالإضافة إلى تطوير التقنيات وتعزيز المهارات الرقمية لدى الجمهور.	تقديم الأبحاث والتحليلات	J5
Q6	أن دور وسائل الإعلام التقليدية والصحافة في توجيه الضوء على الإعلام الهابط وتوعية الجمهور	تشجيع المشاركة المجتمعية	J6

		بأخطاره من خلال تشجيع المشاركة المجتمعية في مكافحة الإعلام الهابط من خلال دعم حملات التوعية والمبادرات المجتمعية التي تهدف إلى رفع الوعي بخطورة هذا النوع من الإعلام وتعزيز الوعي بأهمية الاعتماد على مصادر موثوقة وتحقق المعلومات قبل نشرها.	
J7	تقديم الأدوات العملية	يمكن أن يساهم التعليم في تمكين الأفراد من تطوير مهارات التحليل النقدي للمعلومات والتمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال تزويد الطلاب بأدوات واستراتيجيات عملية للتعامل مع المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل كيفية تقييم المصادر وتحليل الأدلة وتطبيق المعايير الصحفية على المعلومات المقدمة.	Q7
J8	دعم الأبحاث الأكاديمية	من أدوات التوعية الإعلامية التي يمكن استخدامها لتثقيف الطلاب والمجتمع بشكل عام حول خطورة الإعلام الهابط دعم الأبحاث العلمية التي تركز على دراسة ظاهرة الإعلام الهابط وتأثيرها على المجتمع، مما يساهم في تطوير استراتيجيات فعالة لمكافحتها.	Q8

النتائج العامة للبحث

فيما يلي مناقشة نتائج الدراسة العامة لعنوان "العوامل المؤثرة في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط في مواقع التواصل الاجتماعي"، وتوصلت الدراسة لمجموعة من النتائج المهمة التي من الممكن إن تثري وتعزز الأدبيات النظرية ذات العلاقة بموضوع الدراسة:

1. من العوامل المؤثرة في الحد من ظاهرة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي توعية المستخدمين بمخاطر الإعلام الهابط وتأثيره على المجتمع، وثقافتهم حول كيفية التعرف على الأخبار المزيفة والمضللة.
2. تشجيع المستخدمين على تطوير مهاراتهم في تقييم المحتوى والتأكد من صحة المعلومات قبل تداولها أو الاعتماد عليها.
3. فرض قوانين صارمة على منصات التواصل الاجتماعي لمنع انتشار المحتوى الضار والمضلل، ومعاينة المسؤولين عن إنتاجه.

4. وضع التشريعات والسياسات اللازمة لمكافحة الإعلام الهابط وتطبيقها، وتشجيع الشفافية والمساءلة فيما يتعلق بممارسات مواقع التواصل الاجتماعي، وتقديم الدعم المالي والتقني للأبحاث والحملات المتعلقة بمكافحة الإعلام الهابط.
5. تطوير وتنفيذ سياسات صارمة تحظر نشر الإعلام الهابط وتعاقب المخالفين، وتطوير تقنيات التحقق من الحقائق ومكافحة السلوكيات الضارة، وتقديم أدوات وموارد للمستخدمين للمساعدة في التحقق من صحة المعلومات والإبلاغ عن المحتوى الضار.
6. العمل على زيادة الوعي وتوعية الجمهور بمخاطر الإعلام الهابط وكيفية التعامل معه، وتنظيم حملات تثقيفية وتدريبية للمستخدمين حول القراءة النقدية وتحقيق الحقائق، والضغط على منصات التواصل الاجتماعي والحكومات لاتخاذ إجراءات أكثر فعالية في مكافحة الإعلام الهابط.
7. تقديم تغطية إخبارية موضوعية وموثوقة لمكافحة الإعلام الهابط، وتحليل وتوثيق الأخبار لتوضيح الحقائق وتصحيح المعلومات الخاطئة.
8. تعزيز المناهج المدرسية من خلال تضمين مواضيع الإعلام والتوعية الإعلامية في المناهج المدرسية، وتوفير تعليم شامل حول كيفية التعامل مع الإعلام الهابط والمعلومات المضللة.
9. تقديم الأدوات والموارد اللازمة من خلال توفير الأدوات والموارد التي تمكن الأفراد من التحقق من صحة المعلومات، مثل أدوات التحقق من الحقائق ومواقع التحقق من المعلومات.

التوصيات العامة للبحث

1. ضرورة تعزيز التوعية حول أخطار الإعلام الهابط وتأثيره السلبي على المجتمع والأفراد، ويمكن ذلك من خلال حملات توعية على مواقع التواصل الاجتماعي وفي وسائل الإعلام الأخرى.
2. ينبغي على مواقع التواصل الاجتماعي تبني سياسات أكثر صرامة للتحقق من صحة المحتوى المنشور والتصدي للمعلومات الزائفة والمضللة.
3. يجب على المنصات الاجتماعية زيادة مستوى الشفافية بشأن كيفية عرض المحتوى وكيفية تحديد الخوارزميات لعرض المحتوى للمستخدمين.
4. ضرورة تعزيز مهارات القراءة النقدية والتحليلية لدى المستخدمين، حتى يتمكنوا من التمييز بين المعلومات الصحيحة والمضللة.
5. يجب أن تعمل الحكومات والمنظمات الدولية ومنصات التواصل الاجتماعي سويًا لتطوير حلول شاملة لمكافحة ظاهرة الإعلام الهابط.
6. ينبغي دعم البحث والابتكار في مجال تطوير تقنيات وأدوات تساعد في تحديد ومكافحة الإعلام الهابط، بما في ذلك استخدام الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لتحديد المحتوى الضار.
7. يجب على الحكومات تطبيق التشريعات والقوانين التي تنظم مواقع التواصل الاجتماعي وتفرض عليها المسؤولية في مكافحة الإعلام الهابط، وتحملها المسؤولية عن المحتوى المنشور على منصاتها.

المصادر والمراجع

الكتب العربية

- باشا، إحسان شمسي (2020). وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق. ط1. دار القلم.
- السامرائي، إيمان، والقنديلجي، عامر (2001). البحث العلمي الكمي والنوعي. ط1. دار اليازوري.
- السويدي، جمال سند (2013). وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية. ط1. مجموعة النيل العربية.
- شقرة، علي خليل (2014). الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي. ط1. دار أسامة للنشر والتوزيع.
- عبد العزيز، بركات (2012). مناهج البحث الإعلامي: الأصول النظرية ومهارات التطبيق. ط1. دار الكتب الحديث.
- العوفي، عبد اللطيف بن دبيان (2002). البحوث النوعية في الدراسات الإعلامية. ط1. دار أمجد للنشر والتوزيع.
- قاسمي، احمد (2019). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الأمن المجتمعي للدول الخليجية. ط1. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية.

الكرخي، علي عبد الهادي (2017). الإعلام الجديد. ط1. دار أمجد للنشر والتوزيع.

المواقع الإلكترونية

- الطائي، حسام (2023/02/05). تحليل ظاهرة المحتوى الهابط لمواقع التواصل الاجتماعي، مقال نشر على الرابط: <https://husamaltaeeblog.com/2023/02/05>
- عباس، عقيل (2023/2 /13). المحتوى الهابط في العراق: الدولة عندما تهرب نحو الأخلاق، مقال نشر على الرابط: <https://www.skynewsarabia.com/blog/1596677>
- الغمري، منال (2016/4/26). الإعلام الهابط مسئولية من. مقال منشور في مجلة الأهرام. 140(47258). <https://gate.ahram.org.eg/daily/News/161885/12/504256>

المقابلات الشخصية

- حسوني، حسين عبد الأمير. (مقابلة خاصة، 2024/1/23).
- حياوي، أياد. (مقابلة خاصة، 2024/2/5).
- فاره، حامد مجيد. (مقابلة خاصة، 2024/1/18).

الملاحق

أسئلة المقابلات

1. ما هي أبرز الأدوات التقنية التي يمكن استخدامها للتصدي للإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي؟
2. ما هي الطرق التي يمكن من خلالها تعزيز التوعية بين المستخدمين حول أخطار الإعلام الهابط على وسائل التواصل الاجتماعي؟
3. ما هي السياسات والقواعد التي تطبقها المنصات لتحديد وحذف المحتوى الهابط؟
4. ما هو دور الحكومات والسلطات التنظيمية في مكافحة الإعلام الهابط على مواقع التواصل الاجتماعي؟
5. ما هو دور المؤسسات الأكاديمية والبحثية في تقديم الدراسات والأبحاث حول ظاهرة الإعلام الهابط وكيفية مكافحتها؟
6. ما هو دور وسائل الإعلام التقليدية والصحافة في توجيه الضوء على الإعلام الهابط وتوعية الجمهور بأخطاره؟

7. كيف يمكن أن يساهم التعليم في تمكين الأفراد من تطوير مهارات التحليل النقدي للمعلومات والتميز بين المحتوى الصحيح والمضلل على مواقع التواصل الاجتماعي؟
8. ما هي أدوات التوعية الإعلامية التي يمكن استخدامها لتثقيف الطلاب والمجتمع بشكل عام حول خطورة الإعلام الهابط وكيفية التعرف عليه؟