



كلية الإعلام  
المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

# إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على التلاعب النفسي لديهم \_ في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث

د. هشام فولّي عبد المعز

أستاذ الإعلام المساعد - كلية التربية النوعية - جامعة أسوان

## الملخص:

هدف البحث الحالي الكشف عن مدى إدراك الجمهور المصري لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على التعاطف النفسي لديهم \_ في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، استخدم منهج المسح، وأداة الاستبيان ومقياس التعاطف النفسي ورقياً وإلكترونياً على عينة عمدية قوامها (604) مبحوثاً في أربع محافظات: (القاهرة، الإسكندرية، المنيا، أسوان)، وتوصل لنتائج من أهمها:

55.6% من المبحوثين لديهم معرفة متوسطة بظاهرة التسول الإلكتروني، تُعرض 55.6% من العينة لمحتوى التسول الإلكتروني خاصة على منصتي تيك توك 68.9%، وفيسبوك (66.2%)، صنف 69.5% من المشاركين عرض الحالات المرضية على أنه الأسلوب الأكثر تأثيراً في استدرار التعاطف، أكد 64.9% من المبحوثين أن المتسولين الإلكترونيين يستغلون المشاعر الإنسانية، أفاد 37.7% بأنهم أكثر وعياً بأساليب التعاطف النفسي مقارنة بالآخرين، وجود فجوة بين الإدراك النظري للظاهرة والتأثر العاطفي العملي، سجلت الإناث مستوى إدراك أعلى من الذكور.

**الكلمات المفتاحية:** التسول الإلكتروني، التعاطف النفسي، نظرية تأثير الشخص

الثالث.

## مقدمة:

شهد العقد الأخير في ظل الثورة الرقمية تحولات واضحة في التواصل البشري و بين بعضهم البعض، حيث أصبحت منصات التواصل الاجتماعي فضاءً عامًا يختلط فيه الخاص بالعام والحقيقي بالمزيف، فقد أحدث هذا الواقع الافتراضي رغم ما قدمه من إيجابيات في تقريب المسافات وتيسير عملية التواصل في أي وقت وأي مكان؛ إلا أنه أصبح أيضًا بيئة خصبة لظهور أنماط سلبية من الاستغلال والاحتيال متعدد الأشكال، يأتي في مقدمتها ما يُعرف بالتسول الإلكتروني.

فهو الاستغلال المنظم لوسائل التواصل الرقمي؛ لاستجداء الأموال أو المنافع المادية من المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي عبر ابتكار المتسول الرقمي قصص وحالات إنسانية وهمية في كثير من الأحيان، مُستخدمًا في ذلك كافة أدوات للتأثير العاطفي، من صور وفيديوهات مؤثرة وسرد درامي وحسابات مزيفة.

ولا يقتصر التسول الإلكتروني على كونه فعلًا لطلب الدعم، بل يتشابك مع مفهوم التلاعب النفسي، حيث يعتمد ممارسوه على آليات مدروسة تهدف إلى استثارة مشاعر التعاطف أو الشعور بالذنب لدى الجمهور المتابع، ويتم التلاعب بعقول الجمهور الرقمي وقراراتهم تجاه ما يتابعونه؛ مما يجعلها تهديدًا حقيقيًا لأمن المجتمعات الافتراضية.

حيث تأخذ تلك الظاهرة تطورًا ملحوظًا في الأونة الأخيرة بدءً من ممارسات وأساليب فردية بسيطة إلى أن أصبحت عمليات منظمة تخضع لآليات احترافية في التلاعب النفسي نحو الجمهور المستهدف، مستفيدةً من عدم تطبيق بعض التشريعات الرقابية الفعالة، واتساع نطاق المُستخدمين حول العالم بحيل جاذبة.

ويتضح هذا الأمر لدى الجمهور المصري الذي يمتاز بخصائص ثقافية واجتماعية منها: النزعة الدينية والعاطفية والتعاطف الإنساني الفطري، وهي سمات تجعل هذا الجمهور أكثر عرضة للتأثر بظاهرة التسول الإلكتروني وما يرتبط بها من تلاعب نفسي وهو يُشكل تحديًا كبيرًا، خاصة في ظل صعوبة التمييز بين الحقيقي والمزيف التي تعتمد على الخداع النفسي؛ مما يؤدي إلى تعقيد علاقة الجمهور بتلك الظاهرة.

ولفهم طبيعة هذه الظاهرة وإدراك الجمهور المصري تُبرز أهمية توظيف نظرية الشخص الثالث، حيث توضح أن الجمهور يميل إلى التقليل من تأثير الوسائل الإعلامية على أنفسهم مقارنةً بتأثيرها على الآخرين، مما يفتح المجال لدراسة الفجوة بين إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني وتقديرهم لانعكاسها النفسي عليهم.

## الدراسات السابقة:

حاول الباحث مسح الدّراسات الّتي ترتبط بمجال دراسته في الدّوريات العلميّة الأجنبيّة والعربيّة، والدّراسات المنشورة على شبكة الإنترنت، وتمّ استعراض أهمّ الدّراسات والأبحاث العلميّة الّتي تناولت ظاهرة التسول الإلكتروني، وكذلك الدّراسات والبحوث الّتي اهتمّت بدراسة التلاعب النفسي، تم تناول ذلك وفقاً للترتيب التّنازليّ من الأحدث إلى الأقدم وتقسيمهما لمحورين، كما يلي:

## المحور الأول: دراسات اهتمت بدراسة ظاهرة التسول الإلكتروني:

سعت دراسة (محمود حلمي، وإيمان عبدالفتاح، 2025)، إلى فحص استراتيجيات التسول الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتحديد تأثيراتها على استجابات الجمهور المصري، وذلك عبر دراسة وصفية تحليلية لعدد 129 (فيديو من فيديوهات التسول المأخوذة من 97) حساباً على تيك توك، ومسح استجابات (442) مبحوثاً باستخدام استبيان إلكتروني، وتوصلت الدراسة لمجموعةٍ من النتائج ومنها: يُعد الفضول والتعاطف المحضان الرئيسان لمتابعة الجمهور المصري لمحتوى التسول الإلكتروني، وعدم اندفاع المبحوثين لتقديم الدعم المالي والعيني.

هدفت دراسة (هدى بنت مخلد، 2024)، إلى التعرف على ظاهرة التسول الإلكتروني وتأثيرها على الأمن الاجتماعي في المجتمع من وجهة نظر عينة من مُستخدمي التيك توك، بلغ عددها (621) من الذكور والإناث، من خلال منهج المسح، والاستعانة بالاستبانة، وأثبتت بعض نتائج الدراسة: أن غالبية مُستخدمي التيك توك يُوافقون على أن التسول الإلكتروني يُتيح الوصول إلى شريحة كبيرة بنسبة %75.7.

وجاءت دراسة (Rizkhan, A., Madani, T, 2024)، توضح ظاهرة التسول الإلكتروني في العامين الماضيين لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وكيف يستغلون الفرص للحصول على الأموال، وكان ذلك من خلال دراسة المنشورات المتعلقة بالتسول الإلكتروني وتحليل التحول الأخلاقي في وسائل التواصل الاجتماعي، واستعان الباحثون بالمنهج الوصفي والتحليلي لرصد الظاهرة، وجاءت أهم النتائج: توضح أن ظاهرة التسول الإلكتروني بحاجة إلى الحكومات التي تصدر لوائح خاصة تُحرم ارتكاب هذه الأفعال غير الأخلاقية.

كما أشارت دراسة (بدرية النقي و خالد دقاني، 2024)، إلى جريمّة التّسول الإلكتروني، والتّركيز على إشكاليات قلة النصوص التّشريعيّة لمواجهة هذه الجريمّة وإلحاق هذه الجريمّة بالجريمّة التّقليديّة، من خلال المنهج الوصفي، والمنهج التحليلي، والمنهج المُقارن، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج أهمّها: إنفرد المُشرّع الإماراتي من بين التّشريعات العربيّة بالنص على تجريم التسول الإلكتروني، وفصل المُشرّع بينها وبين التّسول التّقليدي، كما إنفرد أيضاً المُشرّع الإماراتي باعتباره أن التّسول الإلكتروني قد يَنال أيضاً الهيئات الحكوميّة.

ومن جانب آخر رصدت دراسة (نادية القاضي، 2023) معرفة رأي المواطن الجزائري حول ظاهرة التسول الإلكتروني، بين اعتبارها قضية تستدعي تضامناً اجتماعياً، من خلال المنهج الوصفي التحليلي، كما اعتمدت على استبيان موزع على عدد من المواطنين بلغ عددهم (72) مبحوثاً، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن التسول الإلكتروني ظاهرة غريبة على المجتمع الجزائري، لا تعكس مقومات المجتمع المسلم الداعم للعمل؛ إذ ينبغي مجابتهها من خلال إعادة النظر في قانون العقوبات للحد من انتشار الطابع المستجد للاحتيال والإجرام بدل التضامن معها.

كما بينت دراسة (ميكائيل رشيد، 2022) التعرف والإلمام على واقع التسول عبر مواقع التواصل الإلكتروني بكافة أنواعه في الوقت الحاضر كبديل عن التسول التقليدي القديم، واستخدمت المنهج المسح، واستمارة الاستبيان، وتم تطبيقها على عينة من محافظة دهبوك. وأشارت نتائج الدراسة إلى: أن روح الشريعة الإسلامية، تمنع ممارسة هذه الظاهرة السلبية في المجتمع؛ لأنها تؤدي إلى الإهانة والمذلة، والتحرش الجنسي من خلال وسائل التواصل؛ لذا لا يجوز اتخاذه عادة.

في حين تطرقت دراسة (أمل سمير، 2022) إلى معرفة موقف الشريعة الإسلامية والتشريع من ظاهرة التسول الإلكتروني، من خلال الاستعانة بالمنهج الاستقرائي، والمنهج التحليلي، والمنهج الوصفي. وأهم النتائج التي توصلت إليها: أن ظاهرة التسول الإلكتروني لا تختلف عن التسول التقليدي، فهي قائمة على الخداع والتحايل والاستغلال للحصول على المنافع المادية.

واستهدفت دراسة (جواهر بنت صالح، 2022) معرفة التسول الإلكتروني في المملكة العربية السعودية من خلال تطبيق توتير، وتعد الدراسة من الدراسات استطلاعية التي تسعى إلى اكتشاف المتسولين، وقد استخدم المنهج الكيفي من خلال أداة تحليل المضمون على عينة (التغريدات) خلال مدة زمنية مدتها (4) أشهر لحالات التسول الإلكتروني. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: أن سداد الديون المالية، وسداد فاتورة الكهرباء وطلب العلاج، وطلب مواد غذائية وسداد فاتورة ماء؛ من أكثر الحاجات طلباً في توتير. كما انتهزت الفرص والمناسبات الدينية، كشهر رمضان في التسول الإلكتروني.

وأشارت دراسة (محمد أحمد، مصطفى أحمد، وصادق عطية، 2022) إلى معرفة التسول الإلكتروني وإبراز أركانه وعوامله وخصائصه، وإظهار التكييف القانوني والشرعي له، من خلال المنهج الوصفي التحليلي الاستقرائي، والمنهج المقارن، وتوصلت لنتائج من أهمها: الفقر واليتم والبطالة وتفكك الروابط الأسرية وضعف الوازع الديني جميعها عوامل تشجع على التسول بكافة أشكاله، كما أن القوانين العربية لم تُجرم التسول الإلكتروني.

كما حاولت دراسة (رانيا محمد، 2021) التعرف على ظاهرة التسول الإلكتروني وتأثيرها الاجتماعي والاقتصادي على المجتمع، وتم الاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي لوصف وتحليل الظاهرة، من خلال استخدام أداة الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات، وطبق على (500)

مبحوثًا تم اختيارهم بالطريقة العشوائية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى: أن التسول الإلكتروني له آثار سلبية على الاقتصاد القومي وعلى المجتمع على وجه العموم؛ حيث يُضعف الثقة بالمحتاج الحقيقي، ويُقلل من التكافل الاجتماعي، ويُمثل عبئًا على المجتمع.

وفى هذا الاتجاه سعت دراسة (Khan,K., Fahad,S, 2020) إلى مراجعة الأثر السلبي للتسول في المجتمع، وقد (91) مقالاً من شبكة الإنترنت، وتوصلت إلى: مدى تأثير التسول السلبي في المجتمع الدولي والتسول أمر في غاية الخطورة في المجتمع الدولي، وأن المتسولين لا يعملون؛ بل يعتمدون على هذه الطريقة ويعيشون بشكل جيد، كما أن بعضهم لديهم العديد من الممتلكات ورصيد مصرفي، وأن التسول يؤثر بشكل سيء في الاقتصاد، حيث إنه مهنة سيئة بدأت بسبب الفقر.

وحاولت دراسة (Sa'ad,A,2019) إلى استكشاف العوامل النفسية والاجتماعية التي تميز المتسولين من غير المتسولين، وأجريت على عينة بلغ عددها (117) متسولاً، و (116) غير متسول؛ لاستكشاف وفهم كيف يختلف السلوك النفسي والاجتماعي لهؤلاء الأفراد عن بعضهم بعض، وجاءت نتائج الدراسة توضح أن: من العوامل الرئيسة التي تميز المتسولين عن غير المتسولين: الظروف العائلية الفقيرة، والأسر المعطلة، والوضع المالي السيئ، بينما من العوامل النفسية المؤثرة: ضعف الذات، والاكتئاب والقلق، ومشاكل الطفولة.

كما اهتمت دراسة (Bowling,O, 2018) بتحليل محتوى استراتيجيات التسول من وجهات نظر مختلفة ب (5) مدن في إنجلترا، من خلال المقابلات شبه المنظمة كأدوات للدراسة، واستعان الباحث بالمنهج التحليلي، وكانت أهم نتائج الدراسة: أن التسول قد يتم لأسباب أكثر تعقيداً من كسب المال فقط، فقد يكون هناك بُعد اجتماعي أكثر تعقيداً للتسول.

### المحور الثاني: دراسات اهتمت بدراسة التلاعب النفسي:

هدفت دراسة (غادة كامل، 2024) إلى معرفة مستوى التلاعب النفسي، والعلاقة بين التلاعب وبعض المشكلات السلوكية لطفل الروضة، من خلال المنهج الوصفي الارتباطي، واشتملت عينة من أطفال الروضة بلغ عددهم (238) طفل وطفلة، واستعان بمقياس التلاعب النفسي، ومقياس المشكلات السلوكية، وجاءت النتائج توضح ما يلي: وجود فروق دالة احصائياً بين الأطفال مرتفعي ومنخفضي التلاعب النفسي في درجاتهم على مقياس المشكلات السلوكية وأبعاده.

في حين استهدفت دراسة (Davronjon,M, 2023) إلى معرفة تقنيات التلاعب النفسي في المجتمع ومكانته في حياة الإنسان، استعان بالمنهج الوصفي، وطُبقت أداة الاستبيان على عينة بلغ عددها (44) من مختلف الأعمار، وكانت أهم النتائج: كُل شخص يُمكن أن يكون مُتلاعباً، وأن التلاعب ليس دائماً سلبياً؛ لأنه في الحياة لا يركز الشخص على شخص آخر لصالحه؛ بل يُمكنه استخدام الكذب وممارسة التأثير النفسي عليه لصالحه.

وأوضحت دراسة (Talishinsky, E, 2023) إلى أهمية التلاعب كشكل من أشكال الحرب النفسية، وكذلك وصف الخصائص الرئيسية التي تسمح بتمييز التلاعب عن أنواع التأثير الأخرى، من خلال المنهج التحليلي، واستعانت الدراسة بالأدوات والتقنيات المستخدمة في هذا النوع من الحرب، مثل: الدعاية، نشر المعلومات المضللة، واستغلال وسائل التواصل الاجتماعي، وأوضحت أهم نتائج الدراسة: أن استخدام أساليب التلاعب ضمن سياق الحروب النفسية والمعلوماتية، له تأثير قوى على الوعي والآراء والسلوكيات لدى الجمهور.

في حين سعت دراسة (González I, et all, 2022) إلى معرفة استخدام تقنيات التلاعب النفسي في عملية التطرف العنيف، من خلال المنهج التحليلي لأساليب التلاعب النفسي في تجنيد الأفراد، وكانت أدوات الدراسة ممثلة في دراسة حالة، وبلغ حجم العينة (10) مبحوثاً، وأشارت الدراسة إلى أن: التلاعب النفسي يلعب دوراً رئيسياً في جذب الأفراد إلى الفكر المتطرف من خلال استغلال مشاعرهم، مثل: الإحباط والغضب والعزلة، كما تستعرض طرقاً مثل الدعاية، والضغط، وإعادة تشكيل الهوية، وكيفية تأثير هذه الأساليب على الأفراد.

وحاولت دراسة (رحاب حسام، مائدة مردان، 2022) التعرف على التلاعب النفسي لدى المدمنين وأقرانهم غير المدمنين، وكانت عينة البحث عينة قصدية من المدمنين في سجون المنطقة الجنوبية من المتعاطين بلغ حجمها (300) مدمناً، وبالمقابل فقد تم اختيار عينة من غير المدمنين مكافئة لعينة المدمنين متواجدين في المؤسسات المجتمعية بلغ حجمها (300) مبحوثاً غير مدمن، وتم الاستعانة بمقياس التلاعب النفسي، وأظهرت النتائج أن: المدمنين أكثر وأعلى مستوى في التلاعب النفسي من أقرانهم غير المدمنين.

ومن جانب آخر أشارت دراسة (Posner, E, 2015) إلى التطرق للتلاعب كظاهرة ومعرفة وكيفية حدوثه، سواء كان ذلك من خلال وسائل الإعلام، الإعلان، أو التفاعل الشخصي، يتم التركيز على الأبعاد الأخلاقية للقانون والاقتصاد وعلم النفس، وأشارت النتائج: أن التلاعب من الممكن أن يأتي بشكل إيجابي وآخر سلبي، وفهم التلاعب وتأثيراته المتعددة، وأن هناك حاجة إلى تحسين الوعي والشفافية لحماية الأفراد والمجتمعات من الآثار الضارة لممارسات التلاعب، وأشارت إلى أهمية تطوير استراتيجيات قانونية وتربوية لمواجهة هذه الظاهرة.

وجاءت دراسة (Tukachinsky, R, 2014) توضح طرق التلاعب النفسي التي يُمكن استخدامها لقياس مدى انخراط الأفراد مع المحتوى الإعلامي المُقدم، واستعان الباحث بالمنهج شبه التجريبي من خلال تغيير خصائص المحتوى، مثل الرسائل الإيجابية أو السلبية، وقياس استجابة الأفراد، **وأوضحت أهم نتائج الدراسة أن:** التلاعب النفسي يتزايد عندما يكون المحتوى مرتبطاً بتجارب شخصية أو مشاعر قوية، مما يؤدي إلى تفاعل أقوى مع وسائل الإعلام.

### التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة التي قُسمت على محورين، وبمراجعة التراث العلمي في مجال النَّسْؤْلِ الْإِلِكْتِرُونِيِّ وَالتَّلَاعِبِ النَّفْسِيِّ، يتضح ما يلي:

## أولاً: من الجانب النظري

فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت التسول الإلكتروني؛ لاحظ الباحث تركيز أغلب الدراسات السابقة على التعرف على ظاهرة التسول الإلكتروني، وإبراز أركانه وخصائصه، وتأثيره الاجتماعي والاقتصادي على المجتمع، مثل دراسة (محمود حلمي وإيمان عبدالفتاح، 2025؛ هدى بنت مخلد، 2024؛ محمد أحمد، مصطفى أحمد، وصادق عطية، 2022؛ رانيا محمد، 2021)، في حين أوضحت دراسة ( Rizkhan,A., Madani,T, 2024 ) تحليل اللوائح المتعلقة بالتسول الإلكتروني، وأهتمت دراسة (Bowling,O, 2018) بتحليل محتوى استراتيجيات التسول، ومن جانب آخر جاءت دراسة(بدرية النقبي و خالد دقاني، 2024) توضح قلة النصوص التشريعية لمواجهة هذه الجريمة.

فيما يتعلق بالدراسات التي تناولت التلاعب النفسي؛ فقد سعت بعض الدراسات إلى معرفة تقنيات التلاعب النفسي في المجتمع، وأهمية التلاعب كشكل من أشكال الحرب النفسية، ومعرفة كيفية حدوثه، كدراسة (Davronjon. M.,2023)؛ (Talishinsky,E, 2023)؛ Posner,E., (2015)، وفي هذا الصدد جاءت دراسة(Tukachinsky,R, 2014) توضح طرق التلاعب النفسي التي يُمكن استخدامها، ودراسة(غادة كامل، 2024) التي أشارت إلى معرفة مستوى التلاعب النفسي.

## ثانياً: من الجانب المنهجي

- المناهج المستخدمة: اعتمدت معظم الدراسات التي استند إليها البحث على منهج الوصفي المسحي والتحليلي، ويعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج المسح بشقيه الميداني فقط.
- العينة: اعتمدت أغلب الدراسات العربية والأجنبية التي استند عليها الباحث على عينة من مستخدمي التيك توك، ووسائل التواصل الاجتماعي، وتوتير، والمواطنين، ومختلف الأعمار؛ بينما اعتمد البحث على عينة من الجمهور المصري المتابع لظاهرة التسول الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي.
- الأدوات البحثية: تنوعت الأدوات البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة بين أداة الاستبانة في الدراسات الميدانية، وتحليل المضمون، ودراسة الحالة، والمقابلات شبه المنظمة، والمقاييس؛ في حين تركز البحث الحالي على أدوات الاستبانة ومقياس التلاعب النفسي لجمع البيانات.

## مدى استفادة البحث الحالي من الدراسات السابقة:

استفاد الباحث من الدراسات السابقة، والتراكم المعرفي، ونتائج تلك الدراسات في عدة نقاط: يُمكن إيجازها في:

- بلورة وتحديد المشكلة البحثية، وأهدافها تحديداً دقيقاً وواضحاً، وتحديد الأبعاد الخاصة لموضوع هذه الدراسة، والتوجهات النظرية والبناء المنهجي في العديد من النواحي، مما ساهم حقائق تخدم أهداف الدراسة، وتكوين خلفية شاملة متكاملة عن محاور الدراسة ومُتغيراتها.

• تُعد بعض نتائج الدراسات السابقة حافزاً لإجراء هذه البحث، وذلك من خلال الوقوف على التسول الإلكتروني كظاهرة بشكل عام لدى الباحثين السابقين، فضلاً عن استفادة الباحث منها في تعميق التصور البحثي، وإضافة أبعاداً أخرى للبحث.

### مشكلة البحث وتساؤلاته:

لاحظ الباحث كمستخدم ومتابع لمواقع التواصل الاجتماعي، أن ظاهرة التسول الإلكتروني تطورت بشكل لافت في السنوات الأخيرة، حيث أصبحت أكثر تعقيداً وانتشاراً؛ لكونها لم تعد تقتصر على مجرد طلبات بسيطة للمساعدة المعنوية والمادية من خلال مواقع موثوقة وإعلانات ممولّة، مثل: الجمعيات والمؤسسات الخيرية وغيرها، بل تحولت إلى عمل منظم من البعض؛ للتأثير في مشاعر الجمهور بشكل ممنهج، مما أوقع العديد منهم في الخداع الإلكتروني سواء بالتعاطف أو التمويل النقدي.

ولذا فهذه الظاهرة لم تعد تعتمد فقط على نشر قصص مؤثرة للحالات الإنسانية؛ بل أصبح يستخدم من خلالها تقنيات رقمية متقدمة بالفوتوشوب والذكاء الاصطناعي، مثل: التلاعب بالصور والفيديوهات، واستغلال الأحداث العالمية لجذب التعاطف، ومن خلال أفراد أو جماعات منظمة تحترف هذا العمل، بينما يُشكك آخرون في مصداقيتها ويعتبرونها شكلاً من أشكال الاحتيال الإلكتروني.

ومن خلال ذلك، تتضح ضرورة الحاجة لبحث إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني، والآليات النفسية التي تجعلهم عرضة للتلاعب النفسي، خاصة في إطار نظرية الشخص الثالث.

### وتتمثل المشكلة البحثية في التساؤل الرئيس التالي: كيف يدرك الجمهور

ظاهرة التسول الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي، وما انعكاسات هذا الإدراك على التلاعب النفسي الذي قد يتعرضون له في إطار نظرية الشخص الثالث؟

يتفرع من هذا التساؤل عدة تساؤلات فرعية، منها:

1. ما هي طبيعة إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي؟
2. كيف تؤثر نظرية الشخص الثالث على تفسير الجمهور لتأثيرات التسول الإلكتروني عليهم مقارنة بالآخرين؟
3. ما هي الآليات النفسية التي تجعل الجمهور عرضة للتلاعب من خلال ظاهرة التسول الإلكتروني؟
4. مدى اختلاف استجابات الجمهور للتسول الإلكتروني بناءً على عوامل ديموغرافية، مثل: العمر، الجنس، أو الخلفية الثقافية؟
5. ما الانكاسات النفسية والاجتماعية لظاهرة التسول الإلكتروني على الجمهور والمجتمعات؟

### أهمية البحث:

- يقع هذا البحث ضمن الدّراسات البيئيّة، الّتي تربط بين عدّة مجالات منها: المجال الإعلاميّ، والمجال النّفسيّ، والمجال الإلكترونيّ، وكذلك يحتوي على جوانب اجتماعيّة حيث يؤثّر على الجمهور.
- يكتسب هذا البحث أهمّيّته من خطورة انتشار ظاهرة التّسوّل الإلكترونيّ في المجتمع المصريّ.
- قد يُوفّر رؤى حول فهم أساليب التّسول الإلكترونيّ التي تؤدي إلى التلاعب النفسي بالجمهور.
- قد تسهم نتائج البحث في توجيه مستخدمي مواقع التّواصل الاجتماعيّ، إلى القدرة على الانتقائيّة وتحليل المضامين المختلفة قبل التفاعل معها، والتأكّد من درجة مصداقيّتها.
- قد تسهم توصيات الدراسة في إقناع صناع القرار لتطوير استراتيجيات مواجهة الظاهرة؛ مما يساهم في حماية الجمهور من الاستغلال.

### أهداف البحث:

- التّعرّف على مدى إدراك الجمهور لظاهرة التّسوّل الإلكترونيّ، وانعكاسه على التّلاعب النّفسيّ.
- التّعرّف على أبرز أساليب التّسوّل الإلكترونيّ، والّتي يتّم من خلالها خداع الجمهور.
- الكشف عن العلاقة بين إدراك الجمهور لظاهرة التّسول الإلكترونيّ وبين اعتقادهم بأن الآخرين أكثر عرضه للتأثير مقارنة بأنفسهم من خلال نظرية الشخص الثالث.
- إيضاح ردود أفعال الجمهور تجاه ظاهرة التّسول الإلكترونيّ، سواء بالرفض، أو التفاعل، أو التجاهل.
- التعرف على مدى توافق التّسول الإلكترونيّ مع القوانين المحليّة والدولية المتعلقة بالجرائم الإلكترونيّة، وتوضيح ما نص عليه القانون المصريّ.
- التعرف على خصائص الفئات الأكثر عُرضة واستهدافاً مثل: (النوع - الحالة الاجتماعيّة - المستوى المادي - المستوى التعليمي).
- تقديم توصيات حول خطورة ظاهرة التّسوّل الإلكترونيّ، والّتي يمكن أن تفيد في الحدّ من أساليب خداع التّسوّل الإلكترونيّ عبر مواقع التّواصل الاجتماعيّ.
- مناقشة المشرعين والقائمين على النص في القوانين بالتطرق إليه، والتعامل مع مصطلح التّسول الإلكترونيّ بأنه مُصطلح يجب تناوله ضمن النصوص القانونية بشكل صريح، وعدم التهاون مع مرتكبيه.

## الإطار النظري:

**نظرية تأثير الشخص الثالث:** تعود جذور نظرية الشخص الثالث لأبحاث العالم فيليبس دايفسون عام (1983)، وتُشير إلى كيفية تأثير وسائل الإعلام على الأفراد الجماهير، حيث تنص النظرية على أن الناس يميلون إلى الاعتقاد بأن وسائل الإعلام تؤثر أكثر على الآخرين مقارنةً بأنفسهم، بمعنى آخر، يعتقد الأفراد أن الرسائل الإعلامية لها تأثير أكبر على سلوك وآراء الآخرين، بينما يرون أن تأثيرها عليهم شخصياً أقل. (Dong & Jun (2011)

وتستند النظرية على فرضين رئيسيين هما:

- فرضية المكون الإدراكي: والتي تتنبأ بأن الناس يدركون أن وسائل الإعلام تؤثر على الآخرين أكثر من أنفسهم.
- فرضية المكون السلوكي: التي تتوقع أن الناس سوف تتبني وتدعم سلوكيات وتصرفات مرتبطة على الآثار المتصورة للشخص الثالث.

## العوامل الوسيطة في مفهوم الشخص الثالث:

أشار Davison أن نظرية تأثير الشخص الثالث ليست عبارة عن إظهار ميول نفسية فردية فقط؛ ولكنها رد فعل مُعقد يختلف باختلاف نوع الوسيلة وخصائص الفرد والمكان البحثي، فتأثر الشخص الثالث لا يظهر في كل ولكل الأشخاص، وبناء على ذلك فإن الميول الإدراكية يُمكن أن تكون مرتبطة بكل مكونات الاتصال التقليدي (المصدر، الوسيلة، الرسالة، المستقبل)، وتمثل أهم هذه العوامل أو المتغيرات الوسيطة في نظرية الشخص الثالث فيما يلي: (النوع، السن، المستوى الاقتصادي، المستوى الاجتماعي، المستوى التعليمي، مستوى المعرفة بالموضوع، درجة الاندماج مع القضية أو الموضوع، مصدر الرسالة، موضوع الرسالة ومدى قبولها اجتماعياً، أو سلبية الرسالة وإيجابيتها، خطورة الرسالة الإعلامية، المسافة الاجتماعية، تقدير الذات والتحيز نحو التفاوض، ترتيب الأسئلة) (Myojung & John (2024)

## توظيف نظرية تأثير الشخص الثالث في ضوء البحث الحالي:

تُعد نظرية تأثير الشخص الثالث إطاراً مناسباً للدراسة الحالية؛ وذلك لعدة أسباب رئيسية كالتالي:

- تعتمد الدراسة الحالية على هذه النظرية انطلاقاً من مفهوم أن تأثير الشخص الثالث يحدث عندما يدرك الفرد أن محتوى الرسائل الإعلامية يؤثر بصورة أكبر على الآخرين مقارنة بتأثيره على نفسه.
- تُمكن هذه النظرية من اختبار مدى اعتقاد عينة الدراسة من (الجمهور المصري) بأن المعلومات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الآخرين بدرجة أكبر من تأثيرها عليهم شخصياً.
- بالنظر إلى الانتشار الملحوظ لظاهرة التسول الإلكتروني في المجتمع المصري في الآونة

الأخيرة، بالإضافة إلى غياب الرقابة الفعالة على مواقع التواصل الاجتماعي، تُعد النظرية مدخلاً ملائماً لفهم العلاقة بين الانعكاسات النفسية والاجتماعية لهذه المواقع على الآخرين (الشخص الثالث)، ومدى تعرضهم للتلاعب النفسي عبرها.

## الإطار المعرفي:

### مفهوم التسول الإلكتروني:

يُقصد بالتسول في مفهومه العام الإلحاح في السؤال، والظهور بمظاهر الدُّل والمسكنة للآخرين طلباً في عطفهم واستدرازاً لرحمتهم بهدف الحصول على المال. (بلعسلي ويزة، 2020، ص 114)، في حين يري البعض أن التسول الإلكتروني هو النسخة الرقمية من التسول التقليدي، يتم من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بهدف استجداء عواطف المستخدمين والحصول على أموالهم بحجج ودوافع لا أساس لها من الصحة. (محمد أحمد، ومصطفي أحمد، وصادق عكية، 2022، ص 44)

ولاحظ الباحث أن هناك عدة خصائص يتّصف بها التسول الإلكتروني عن غيره من أشكال التسول ومنها:

- التسول الإلكتروني ظاهرة سريعة الانتشار.
- التسول آمن بشكل كاف للمتسولين؛ حيث لا يتم معرفتهم من قبل الجمهور.
- التسول الإلكتروني لا ينحصر في بلد محددة، وإنما تتسع هذه الرقعة لتشمل كافة بلدان العالم.
- تعدد أشكال التسول، حيث يلجأ البعض للنصب عن طريق ادعاء المرض وحاجته الملحة للأدوية، أو إجراء العمليات الجراحية، أو حاجته للطعام، أو الملابس، أو مُطلقة وبجاجة للمال، أو فتاة جامعية تُوفى والدها، ويمكن إيضاح ذلك من خلال الصور الآتية:





شكل رقم (1) يوضح نماذج من أشكال التسول على مواقع التواصل الاجتماعي

### وسائل التسول الإلكتروني:

يستخدم المتسول الإلكتروني أشكالاً مختلفة للقيام بمهمته ويتخذ الكثير من الطرق والحيل للوصول إلى أهدافه للحصول على المال، دون مسألة قانونية وبعيداً عن نطاق الأجهزة الأمنية، ومن هذه الأشكال والطرق ما يلي:

- **التسول عبر غرف الألعاب عبر الإنترنت:** من خلال استخدام المستول صندوق الدردشة بهدف حصوله على معونات مادية من جزء من أرباح اللاعبين، الأمر الذي يشكل إزعاجاً كبيراً للاعبين.

- **التسول في غرف الدردشة:** هي طريقة تقوم بها بعض الفتيات غالباً في غرف الدردشة ويحاولن التسول من الشباب، إما عن طريق الإيهام بالحب أو بسرد قصص خيالية تجعل الشاب يحول لها النقود عبر الماستر كارد.

- **التسول عبر البريد الإلكتروني:** وهو من أكثر الطرق انتشاراً في الوطن العربي، وهو على شكل رسائل مزعجة تصل لبريد الضحية، وتوهمه بأن المرسل محتاج للمال أو مصاب بمرض خطير يحتاج للعلاج، وفي الغالب يستخدم المتسول الدين لاستقطاب المرسل.

- **التسول عبر التعليقات:** على منشورات فيها عدد كبير من الجمهور. (رانيا محمد، 2021، ص 66).

### طرق وحيل التسول الإلكتروني:

من خلال إطلاع الباحث، وتحليله لعدد من المنشورات الخاصة بالمتسولين، لاحظ أن المتسول يستخدم طرقاً مختلفة للتسول، ويتخذ كثيراً من الطرق والحيل للحصول على المال، ويتفنن في ذلك ومنها:

- إظهار الحاجة الماسة للناس عبر البكاء، كأن يدعي أنه ضاع منه ماله أو نفذ، فيطلب المساعدة من الناس.



شكل يوضح (2) يوضح أحد الخيل للتسول الإلكتروني

• انتحال بعض الأمراض والعاهات غير الحقيقية عبر الخداع والتمويه.



شكل رقم (3) يوضح طلب المساعدة عبر إبراز مدى المعاناة للتسول في الشارع

- طلب التبرعات لأجل مشروع خيري، كبناء المساجد أو المدارس ونحوها.
- استغلال مشاعر الناس وعطفهم، عبر اظهار وثائق رسمية وصور غير حقيقية لحوادث وهمية، كفواتير الماء والكهرباء، والتحاليل والأشعة الغير حقيقية.

### مخاطر التسول الإلكتروني:

- يحمل التسول الإلكتروني عدد من المخاطر، منها:
- الاحتيال والنصب:** حيث يقوم المحتالون بإنشاء قصص وهمية لجمع الأموال مستغلين عواطف الجمهور؛ لتحقيق مكاسب غير مشروعة.

**فقدان الخصوصية:** قد يضطر الشخص المتسول إلكترونياً إلى مشاركة معلومات شخصية حساسة، مثل: تفاصيل طبية أو مالية، مما يعرضهم لمخاطر تتعلق بالخصوصية والأمان.

**الاعتماد على المساعدات:** التسول الإلكتروني قد يؤدي إلى اعتماد الأفراد على المساعدات المالية بدلاً من السعي لإيجاد حلول دائمة لمشاكلهم.

**المسؤولية القانونية:** في بعض البلدان، قد يُعتبر التسول حتى إلكترونياً، غير قانوني، مما قد يعرض المتسولين للمسألة القانونية.

**استغلال المشاعر:** يمكن أن يُستخدم التسول الإلكتروني لاستغلال مشاعر التعاطف لدى الناس، مما يدفعهم لتقديم تبرعات دون إدراك عواقب ذلك.

## المحور الثاني: التلاعب النفسي

### مفهوم التلاعب النفسي:

عرّفه (George & Kevin, 2011) هو نوع من التأثير النفسي والاجتماعي، حيث يحاول أحد الأشخاص تحقيق أهدافه أو أجندته باستخدام تقنيات تلاعب وخداع من أجل الحصول على مساعدة شخص آخر.

في حين يرى (Fogarty, J., 2014, p12) أنه فعل التلاعب بالآخر في الحالات العاطفية الشديدة مثل: الحب والغضب من أجل تحقيق أغراض خاصة.

والتلاعب هو دفع الناس إلى فعل ما تريدهم أن يفعلوه بالضبط دون التركيز على احتياجاتهم ورغباتهم، حتى إلحاق الأذى بهم (لعي إبراهيم، 2022، ص25).

### أنواع التلاعب النفسي:

#### 1- التلاعب العاطفي:

يُعتبر شكل من أشكال التلاعب النفسي الذي يسعى فيه الشخص للسيطرة على مشاعر شخص آخر، ويحدث نتيجة للصدمة، أو التجارب السلبية، وتُشير إلى أن بعض الأشخاص الذين يتعرضون لسوء المعاملة يطورون سلوكيات متلاعب لأن المعتدين عليهم عاقبهم لمحاولتهم التعبير عن احتياجاتهم بطرق صحية ومباشرة، بينما يتصرف أشخاص آخرون بشكل متلاعب. (Jelinek, J., 2022, P46)

#### 2- التلاعب بالعقول:

أحد أنواع التلاعب الذي يحدث كثيراً، فيتم فيه تضليل الضحية من قبل المنتمر أو المُعتدي، الذي يختلق قصة لجعلهم يشكون في تصوراتهم عن الواقع، فيبدأ الشخص الذي تم التلاعب بعقله في الشك في فهمه للواقع، وقد يبدأ حتى في التشكيك في سلامته العقلية، والمدة النموذجية للتلاعب بالعقول طويلة بما يكفي لجعل الضحية تشك في صحة أفكارها.

(Sarkis, S., 2018, P70)

## التسول الإلكتروني وحيل التلاعب النفسي:

يُعتبر التسول الإلكتروني ظاهرة حديثة نشأت مع تطور وسائل التواصل الاجتماعي وانتشار التكنولوجيا الرقمية، ومع توسع هذه الظاهرة، بدأت تتخذ أشكالاً مختلفة تعتمد على استراتيجيات وحيل نفسية تهدف إلى استغلال عواطف ومشاعر الآخرين لجمع الأموال أو المساعدات ومن هذه الحيل يُشير الباحث إلى ما يلي:

### 1. إثارة الشعور بالذنب:

يستطيع المُتسول الإلكتروني التلاعب النفسي من خلال استغلاله للقيم الأخلاقية والدينية التي يتحلى بها الجمهور المصري (الضحية)؛ وذلك لتحفيزه للمساعدة مثل: (إذا كنت شخصًا صالحًا، ستساعدني)، مما يجعل الضحية يقع في شعوره بالذنب حيال ذلك الأمر.

### 2. الاستعطاف العاطفي:

من خلال مراجعة ما جاء ببعض الصفحات وتحليل الباحث لها، لاحظ بتضخيم المعاناة التي يقوم بها المتسول، وتقديمه لقصص مأساوية؛ لتوليد تعاطف قوى لكسب الاستعطاف العاطفي مثل: (أنا وحيد ولا أملك ما اتناوله اليوم إذ كنت تملك القليل فلا تبخل علي)

### 3. استخدام الصور المؤثرة:

بعض من المتسولين يحرصون على نشر صور لأطفال، أو مرضى في أوضاع صعبة؛ لجذب الانتباه، والتلاعب بالجمهور، مثل: نشر صور لأطفال يعانون من سوء التغذية مرفقة بكلمات، مثل: (ساعد في إنقاذ حياتهم الآن).

### 4 - اللعب على القيم الإنسانية:

هي إحدى الطرق التي يستغل المتلاعب النفسي فيها حساسية الناس تجاه القيم الإنسانية؛ بهدف التلاعب بالقرارات، من خلال اعتماده على مشاعر مُختلفة مثل: الرحمة والتعاطف والتضامن في وقت الأزمات.

### 5- الإلحاح والضغط النفسي:

هي طريقة يستخدمها المتسول الإلكتروني، للدفع إلى التفاعل الفوري من خلال إرسال رسائل متكررة أو نشر مناشدات مكثفة لإرغام الآخرين على المساعدة، وتكون الرسائل مُصممة للضغط النفسي، مثل: (دائمًا تذكر أن التبرع الهادف لا يحتاج إلى تردد).

جدول (1) يوضح أمثلة لحيل التسول الإلكتروني للتلاعب النفسي بالجمهور.

الوصف	المثال	الحيلة
استغلال مشاعر الضحية وإغراقها بالذنب؛ لجعلها تشعر بأنها السبب في المعاناة.	كيف يُمكنك تجاهل رسالتي بينما أطفالي ينامون جائعين، هل ستسامح نفسك إن حدث لهم مكروه.	اثارة الشعور بالذنب.
يتم طرح أسئلة تُجبر الضحية على مواجهة مشاعرها الإنسانية وتجعلها تشعر بالالتزام العاطفي بالمساعدة.	هل يُمكنك أن تنظر إلى هذا الطفل الجائع وتجاهله؟ ألا تريد أن تكون سببًا في إنقاذ حياته.	الاستعطف العاطفي.
إرفاق صور تُلهب المشاعر وتُظهر المعاناة، وتشعر الضحية بالحاجة الفورية للتصرف.	صورة طفل يبكي أمام طبق فارغ مع تعليق: لا احتاج إلا لقمة واحدة لطفلي.	استخدام الصور المؤثرة.
التلاعب بقيم الكرم والتضامن الإنساني؛ لدفع الضحية إلى الشعور بأن المساعدة واجب أخلاقي.	نحن جميعًا بشر وكل ما اطلبه هو أن تعاملني بإنسانية ساعدني لأعيش بكرامة.	اللاعب على القيم الإنسانية
تكرار الطلبات باستمرار أو إضافة تهديدات ضمنية؛ لخلق شعور الخوف أو الإلحاح لدى الضحية.	هذه آخر فرصة لإنقاذ حياتي، رجاء لا تتجاهلني، لن أتمكن من النجاة دون مساعدتك الآن.	الإلحاح والضغط النفسي.

### طرق مواجهة التسول الإلكتروني والتلاعب النفسي:

يرى الباحث يُمكن اتباع الخطوات الآتية:

- \_ التحقق من المصادقية: قبل التبرع أو تقديم أي معلومات، لا بد من التأكد من صحة الجهة أو الشخص الذي يطلب المساعدة، والبحث عن مراجعات وآراء من مصادر موثوقة.
- \_ استخدم وسائل الدفع الآمنة: يتم استخدام بطاقات الائتمان أو خدمات الدفع المعروفة مثل: PayPal، حيث إنها تقدم حماية إضافية للمشتريات.
- \_ الحذر من الروابط المشبوهة: عدم الضغط على الروابط المرسله عبر البريد الإلكتروني أو الرسائل النصية ما لم تكن متأكدًا من مصداقيتها، وتحقق من عنوان URL.
- \_ تجنب المشاركة في المعلومات الحساسة: لا يتم إعطاء المعلومات الشخصية مثل رقم الهوية، أو كلمات المرور، أو معلومات بطاقة الائتمان.
- \_ الحذر من العروض الجذابة: إذا كان العرض يبدو جيدًا جدًا لدرجة يصعب تصديقها، فمن المحتمل أن يكون احتياليًا.
- \_ استخدم برامج الحماية: التأكد من توفر برامج مكافحة الفيروسات والفحص الأمني على الجهاز المستخدم.
- \_ إبراز جهود النيابة العامة: ضرورة إبراز تلك الجهود كسعي لمكافحة التسول وفق قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم 180 لسنة 2018م.

\_ توعية الذات: متابعة المعلومات حول أساليب الاحتيال الجديدة، فالمحتالون دائماً ما يبتكرون طرقاً جديدة.

\_ الإبلاغ عن الأنشطة المشبوهة: إذا كنت تعتقد أنك تعرضت للاحتيال، أبلغ السلطات المعنية أو خدمات الإنترنت ذات الصلة.

### فروض البحث:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك أُلْجُمُهُورِ لظاهرة التَّسْوُلِ الإلكترونيِّ بمَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الإِجْتِمَاعِيِّ وَأَنْعِكَاسِهِ عَلَى التَّلَاعِبِ النَّفْسِيِّ لَدَيْهِمْ.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك أُلْجُمُهُورِ لظاهرة التَّسْوُلِ الإلكترونيِّ بمَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الإِجْتِمَاعِيِّ ومدى انعكاسها على مشاعرهم أو قراراتهم.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك أُلْجُمُهُورِ لظاهرة التَّسْوُلِ الإلكترونيِّ بمَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الإِجْتِمَاعِيِّ ومدى ثقتهم في المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي.
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى إدراكهم لظاهرة التَّسْوُلِ الإلكترونيِّ بمَوَاقِعِ التَّوَاصُلِ الإِجْتِمَاعِيِّ حسب متغيرات (النوع، محل الإقامة).
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى ثقتهم في المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي عن التسول حسب متغيرات (النوع، محل الإقامة).

### المفاهيم الإجرائية للبحث:

- 1- **التسول الإلكتروني:** هو سلوك رقمي قائم بهدف التلاعب النفسي بالجمهور ومحاولة اقناعه، واستغلال عواطفه، وقيمة الدينية والأخلاقية من خلال أنماط افتراضية مؤثرة بالنص أو الصورة أو الفيديو يستغلها المُتَسَوِّلُ الرقمي بحجج متنوعة بهدف جمع الدعم المالي بإرسال الأموال والاحتياجات الأساسية، أو المعنوي بمشاركة المحتوى أو التفاعل معه الذي يضر عليه بالكسب الإلكتروني.
- 2- **مواقع التواصل الاجتماعي:** هي منصات رقمية تُستخدم للتواصل وتبادل المُحتوى بين الأفراد والجماعات المُختلفة؛ لكنها أصبحت بيئة خصبة لظواهر سلبية مثل: التسول الإلكتروني، حيث يتم استغلال الحيل العاطفية والنفسية للتلاعب بالجمهور بهدف تحقيق مكاسب مادية أو شخصية.
- 3- **التلاعب النفسي:** استخدام استراتيجيات وأساليب وحيل نفسية للتأثير على مشاعر وسلوكيات الآخرين بالخداع والاقناع، من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، يُمكن من خلالها للمُتلاعب استخدام أحد طُرق التسول، مثل: خلق الذنب، أو الخوف، والإقناع السري، والمراغة، والكذب وغيرها.

## الإطار المنهجي للبحث:

### 1- نوع البحث:

تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، حيث تُهدف الدراسات الوصفية إلى تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة مُعينة، أو موقف مُعين يغلب عليه صفة التحديد؛ وذلك بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون التدخل في أسبابها أو التحكم فيها، كما تهدف إلى تقدير مرات تكرار حدوث الظاهرة، ومدى ارتباطها بظاهرة أو مجموعة من الظواهر.

### 2- منهج البحث:

يُعتمد البحث على منهج المسح Survey Method، باعتباره من أنسب المناهج المُستخدمة في الدراسات الإعلامية، حيث يُصنف الحقائق، وفي إطار هذا المنهج تم الاعتماد على أسلوب المسح بالعينة؛ وذلك لصعوبة إجراء مسح شامل لجميع مفردات مجتمع الدراسة من الجمهور المصري.

### 3- مجتمع وعينة البحث:

يُتمثل مجتمع الدراسة في فئة (الجمهور المصري) المُتابع لوسائل التواصل الاجتماعي وبلغ حجم العينة العمدية (604) مبحوثًا.

### 4- أدوات جمع البيانات وإجراءاتها:

اعتمدت الدراسة الحالية على استمارة استبيان التسول الإلكتروني، ومقياس التلاعب النفسي كأدوات جمع البيانات، على عينة من الجمهور المُستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث تم إعدادهم وتصميمهم بواسطة الباحث كما يلي:

#### أولاً: مقياس التلاعب النفسي:

تم بناء مقياس التلاعب النفسي، فيما يلي شرحًا تفصيليًا للأداة كما يلي:

استلزم بناء المقياس خمسة مراحل هي: تحديد الهدف من المقياس، وصف المقياس، صياغة عبارات المقياس، عرض المقياس على المُحكّمين، توزيع الدرجات على المقياس وإعداد التعليمات ومفتاح التصحيح، تقنين المقياس، وفيما يلي توضيح للإجراءات التي تمت في كل مرحلة:

**أولاً: الهدف من المقياس:** يهدف إلى قياس التلاعب النفسي لدى الجمهور المُستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي؛ وذلك لندرة الدراسات التي تناولت هذا المُصطلح بالدراسة والتحليل - في حدود علم الباحث - بالإضافة لعدم ملائمة المقاييس الموجودة لعينة البحث الحالي.

**ثانيًا: وصف المقياس:** تكون المقياس من ثلاثة أبعاد للتلاعب النفسي وهما كما يلي:

#### 1- الإقناع (Persuasion):

ويتضمن هذا البعد القدرة على تغيير أفكار أو آراء الآخرين من خلال استراتيجيات خطابية أو نفسية تهدف إلى إقناعهم باتخاذ مواقف أو قرارات معينة، دون استخدام القوة المباشرة أو الإكراه.

**2- التضليل (Deception or Manipulation) :** ويُشير هذا البُعد إلى استخدام وسائل خداعية مثل تشويه الحقائق أو إخفاء المعلومات أو تقديم معلومات مغلوطة للتأثير على تصورات الآخرين لتحقيق أهداف شخصية أو جماعية.

**3- السيطرة (Domination or Control) :** ويُقصد بهذا البُعد محاولات الفرد أو مجموعة من الأفراد إلى فرض نفوذهم أو سيطرتهم على الآخرين بأسلوب نفسي غير مباشر، بحيث يتم توجيه أفكارهم وسلوكياتهم دون وعي، أو إرادة حقيقية.

**ثالثاً: صياغة عبارات المقياس:** بعد معرفة أبعاد التلاعب النفسي التي صاغها الباحث، فقد تم تحديد وجمع العبارات المُعبّرة عن الظاهرة موضع الدراسة لكل بُعد، وبعد مراجعة التراث النظري والدراسات السابقة، والمفاهيم الخاصة بالتلاعب النفسي، بالإضافة إلى الاستفادة من بعض المقاييس السابقة المشابهة لإعداد المقياس في صورته الأولية، فتم صياغة مجموعة من العبارات بلغ عددها (18) للمقياس ككل.

**رابعاً: تصحيح المقياس:** يتم تسجيل إجابات عينة الدراسة بشكل إلكتروني وبكل دقة، وتحسب الدرجة على كل عبارة بناءً على مقياس ليكرت الثلاثي كما في الجدول:

جدول رقم (2) يوضح مقياس ليكرت لتصحيح المقياس

م	الدرجة على مقياس ليكرت	عدد الأرقام التي تأخذها كل درجة	الأرقام المعبرة عن الدرجات
1	موافق	3	من 2.34 إلى 3.00
2	محايد	2	من 1.67 إلى 2.33
3	غير موافق	1	من 1 إلى 1.66

### خامساً: تقنين المقياس (الصدق - الثبات) :

تم قياس ثبات المقياس؛ وذلك للتحقق من مدى صالحيته للتطبيق وملائمته لتعميم نتائجه الميدانية واستخدم الباحث معامل (Alpha)، وذلك لتحديد مدى الثبات والصدق الذاتي الداخلي لمقياس الدراسة وقد جاءت نتائج محاور الدراسة علي النحو التالي:

جدول رقم(3) يوضح الصدق والثبات لمقياس التلاعب النفسي

المتغيرات	معامل ثبات الفاكرونباخ	معامل الصدق الذاتي
مقياس التلاعب النفسي ككل	0.851	0.922
البُعد الأول الإقناع	0.731	0.854
البُعد الثاني التضليل	0.791	0.889
البُعد الثالث السيطرة	0.781	0.883

يتضح من الجدول السابق الاتساق والثبات الداخلي للمقياس يُعد مقبولاً.

### صدق المحكمين (المنطقي):

للتحقق من الصدق الظاهري للمقياس جاء ذلك عن طريق عرضه على مجموعة من المحكمين بلغ عددهم (7) من أساتذة الإعلام، وعلم النفس والاجتماع، لإجراء الصدق الظاهري له والتأكد من شموله لجميع أبعاد المشكلة البحثية وتساؤلاتها وقياس مدي صدقها وطلب من السادة المحكمين الآتي:

- الحكم على صياغة العبارات .
  - مدى انتمائها للمكون الوارد أسفله .
  - مدى مصداقية العبارات في قياس الهدف الذي من اجله اشرنا إليه .
  - إضافة أو حذف العبارات التي من شأنها إثراء المقياس .
- وقد رأى المحكمون تعديل بعض من العبارات غير الواضحة من حيث الصياغة وإعادة صياغتها مرة أخرى، وتم التعديل وفقاً لما أبدوه من ملاحظات.

### قياس الاتساق الداخلي لمجاور المقياس:

استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون؛ لحساب مدي الاتساق الداخلي لمجاور المقياس من خلال حساب معامل ارتباط كل بُعد من أبعاد المقياس والدرجة الكلية للمقياس وقد جاءت علي النحو التالي:

جدول رقم(3) أبعاد مقياس التلاعب النفسي

العمليات الإحصائية		المجاور
مستوي الدلالة	معامل بيرسون	
.015	.464*	البعد الأول الإقناع
.002	.560**	البعد الثاني التضليل
.000	.757**	البعد الثالث السيطرة

### الصورة النهائية للمقياس:

في ضوء آراء السادة المحكمين، تم تعديل المقياس وفقاً لما أبدوه من ملاحظات وأخذ المقياس صورته النهائية حيث تناول (3) أبعاد من التلاعب النفسي وشمل كل بُعد على عدد من العبارات.

### ثانياً: استبيان التسول الإلكتروني:

تم بناء الاستبيان من خلال الخطوات الآتية:

أ - تحديد الهدف من الاستبيان: هدف الاستبيان إلى معرفة إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على التلاعب النفسي لديهم - في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث

**ب - مصادر بناء الاستبيان:** تم مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة للاستفادة من خبراتهم السابقة.

**ج - الاستبيان في صورته الأولية:** تم إعداد قائمة أولية للمحاور التي سيبنى على ضوئها الاستبيان، وهذه القائمة تضمنت البيانات الأولية وثلاثة محاور، ويتضمن كل محور عددًا من العبارات مجموعها (18) عبارة، كما يلي: المحور الأول: إدراك الجمهور المصري لظاهرة التسول الإلكتروني في ضوء نظرية الشخص الثالث ويحتوي على (6) عبارات، المحور الثاني: إبراز التلاعب النفسي للتسول الإلكتروني من وجهة نظر الجمهور المصري ويحتوي على (6) عبارات، المحور الثالث: إلقاء الضوء على التأثيرات الاجتماعية والنفسية للتسول الإلكتروني من وجهة نظر عينة الدراسة ويحتوي على (6) عبارات.

**د - حساب صدق الاستبيان:** على ضوء نتائج التطبيق لاستبيان التسول الإلكتروني، تم التحقق من صدق الاستبيان من خلال الطرق الآتية: الصدق الظاهري (صدق المحكمين): حيث تم عرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين بالجامعات المختلفة وعددهم (5) مُحكمين؛ وذلك لإبداء آرائهم وملاحظاتهم حول الاستبيان من حيث درجة ملائمة كل عبارة من العبارات للمحور الذي تنتهي إليه ودرجة وضوح كل عبارة، وسلامة صياغتها اللغوية، وملائمتها لتحقيق الهدف الذي وضعت من أجله واقتراح طرق تحسينها بالحدف أو الإضافة أو إعادة الصياغة، وكل ما يروونه مناسبًا، وقام الباحث بإجراء التعديلات التي أوصي بها المحكمون، وقد تم الأخذ بآرائهم التي اتفقوا عليها بنسبة (80%).

### حدود البحث:

- **الحدود الموضوعية:** تتضمن التعرف على مدى إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وأنعكاسه على التلاعب النفسي لديهم - في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث.
- **الحدود الزمنية:** خلال الفترة الزمنية من ديسمبر 2024م إلى يناير 2025م
- **الحدود البشرية:** اقتصرت الدراسة على عينة قوامها (604) من الجمهور المصري.
- **الحدود المكانية:** نشر استمارة الاستبيان على الجمهور الكترونياً وورقياً في محافظات: (أسوان - المنيا- القاهرة- الإسكندرية).

### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

باستخدام برنامج "الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية" "Spss" من خلال اللجوء إلى المعاملات الإحصائية التالية:

- معامل الفا كرونباخ لحساب الثبات.
- الجذر التربيعي لحساب الصدق.
- التكرارات والنسب المئوية.
- المتوسط الحسابي.
- الانحراف المعياري
- معامل ارتباط بيرسون لحساب العلاقات بين المتغيرات.
- اختبار "ت" لحساب دلالة الفروق بين المجموعات.
- تحليل التباين أحادي الاتجاه.
- اختبار المقارنات البعدية (Post Hock- Scheffe).

### نتائج الدراسة الميدانية:

#### أولاً. توصيف عينة البحث

جدول (4) يوضح الخصائص الديموجرافية لعينة البحث من الجمهور

النسبة	التكرار	الفئة	توصيف عينة الدراسة
%36.4	220	ذكر	النوع
%63.6	384	أنثى	
100%	604	الإجمالي	
0	0	أقل من جامعي	المستوى التعليمي
%98.5	595	جامعي	
%1.5	9	دراسات عليا	
100%	604	الإجمالي	
%36.8	222	ريف	محل الإقامة
%63.2	382	حضر	
100%	604	الإجمالي	

يتضح من الجدول السابق: أن عينة الدراسة الميدانية الخاصة بالجمهور شملت جميع المتغيرات التي تم في ضوءها جمع البيانات.

### ثانيًا: النتائج العامة الميدانية للبحث

جدول (5) يوضح مدى معرفة الباحثين بظاهرة التسول الإلكتروني

الترتيب	النسبة %	التكرار	مدى المعرفة
2	33.1	200	أعرفها جيدًا
1	55.6	336	أعرفها إلى حد ما
3	11.3	68	لا أعرفها
	100%	604	الإجمالي

يتضح من الجدول: مدى معرفة الباحثين بظاهرة التسول الإلكتروني كما يلي:

نتائج الجدول السابق تشير إلى أن أكثر من نصف الباحثين لديهم معرفة متوسطة بالظاهرة، و إنها ليست غريبة عنهم، لكن فهمهم لها غير متعمق، وأيضًا مما يدل على أن ثلث الباحثين تقريبًا يملكون فهمًا جيدًا للظاهرة، ويفسر الباحث ذلك لما يلي:

**التعرض المتكرر:** تفاعلهم المباشر مع حالات تسول أو احتيال إلكتروني.

**الخبرة الرقمية:** قد يكونون من مستخدمي الإنترنت النشطين أو لديهم خلفية عن الأمن الإلكتروني.

بينما حصلت عبارة (لا أعرفها) على نسبة (11.3%) وكانت في المرتبة الثالثة، وهذا يدل على أن أقلية صغيرة لا تعرف الظاهرة، مما قد يشير إلى:

**العزلة الرقمية:** قد يكونون من فئات أقل استخدامًا للمنصات الاجتماعية (ككبار السن أو سكان المناطق الريفية).

**انعدام التوعية:** عدم وجود حملات تثقيفية حول الظاهرة في محيطهم.

**عدم المواجهة:** لم يصادفوا محتوى تسول إلكتروني بشكل واضح.

جدول (6) يوضح مصادفة محتوى تسول إلكتروني على منصات التواصل الاجتماعي

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدايل
1	55.6	336	نعم
2	33.8	204	أحياناً
3	10.6	64	لا
	100%	604	الإجمالي

يتضح من نتائج الجدول السابق : مدى تعرُّض المبحوثين لمحتوى التسول الإلكتروني على منصات التواصل الاجتماعي، أن أكثر من نصف المبحوثين صادفوا محتوى التسول الإلكتروني بشكل متكرر، وقد يفسر ذلك:

**الانتشار الواسع:** يعكس شيوع الظاهرة على المنصات الاجتماعية، خاصة في سياقات الأزمات الاقتصادية أو الاجتماعية.

**الخوارزميات:** قد تكون خوارزميات المنصات تُظهر هذا المحتوى بكثافة بسبب تفاعل المستخدمين العاطفي معه.

**الفئات المستهدفة:** بعض المبحوثين قد يكونون ضمن جمهور يُعتبر «جاذباً» لمثل هذا المحتوى (مثل المهتمين بالعمل الخيري).

بينما جاءت عبارة (أحياناً) في الترتيب الثاني وبنسبة (33.8%) مما يدل على أن ثلث المبحوثين تقريباً صادفوا المحتوى، لكن ليس بشكل دائم، وقد يفسر ذلك:

**الاستخدام الانتقائي للمنصات:** قد لا يستخدمون المنصات بكثافة، أو يتجنبون المحتوى العاطفي.

**اختلاف الخبرات الرقمية:** تعتمد المصادفة على نوع المنصات المستخدمة) مثل: فيسبوك وتويتر.

فيما احتلت عبارة (لا) على الترتيب الأخير بنسبة (10.6%) مما يدل على أن أقلية لم تصادف المحتوى مطلقاً، ويُمكن تفسير ذلك طبّقاً:

**العزلة الرقمية:** قد يكون هؤلاء من فئات قليلة الاستخدام للمنصات الاجتماعية.

**عدم الانتباه:** قد يكون صادف المحتوى لكن دون تسجيله في ذاكرتهم النفسية..

جدول (7) يوضح المنصات التي لاحظ الباحثون فيها ظاهرة التسول الإلكتروني

الترتيب	النسبة %	التكرار	المنصات
2	66.2	400	فيسبوك
3	23.2	140	انستجرام
6	9.3	56	تويتر
1	68.9	416	تيك توك
5	11.9	72	واتساب
4	13.9	84	أخرى

(\* ) بإمكان الباحث اختيار أكثر من بديل (ن=604) .

يتضح من الجدول: أن المنصات التي لاحظ الباحثون فيها ظاهرة التسول الإلكتروني تمثلت في (تيك توك) في الترتيب الأول بنسبة 68.9%، ثم (فيسبوك) في الترتيب الثاني بنسبة 66.2%، مما يشير إلى أن هاتين المنصتين هما الأكثر استخدامًا لنشر محتوى التسول الإلكتروني؛ ويفسر الباحث الانتشار الكبير لطبيعة المحتوى المرئي والمباشر الذي تتيحه هذه المنصات، مما يجعلها بيئة خصبة لانتشار مثل هذه الظاهرة.

ظهرت نسب ملحوظة في منصات مثل واتساب (11.9%)، وإنستجرام (23.2%)؛ مما يؤكد أن الظاهرة لا تقتصر على منصة واحدة، بل تمتد عبر عدة وسائط رقمية، بينما جاء في الترتيب الأخير (تويتر) بنسبة 9.3%، ويُمكن تفسير ذلك باختلاف طبيعة المنصة التي تعتمد على النصوص القصيرة والتفاعلات السريعة، مما قد لا يتناسب مع أساليب التسول الإلكتروني التي تحتاج إلى عرض مطول أو مرئي.

جدول (8) يوضح طبيعة المحتوى الذي يعتبره الباحثون تسولاً إلكترونياً

الترتيب	النسبة %	التكرار	طبيعة المحتوى
2	53	320	طلب مساعدة مالية مباشرة
3	41.1	248	نشر قصص اجتماعية مؤثرة
1	69.5	420	الاستعطاف بعرض الحالات مرضية

(\* ) بإمكان الباحث اختيار أكثر من بديل (ن=604) .

يتضح من الجدول أن: احتلت عبارة (الاستعطاف بعرض الحالات المرضية) المرتبة الأولى بنسبة 69.5%، مما يشير إلى أن الاستعانة بالمشاعر الإنسانية والقصص المؤثرة هي الأكثر

## المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

فعالية في جذب التعاطف المادي، بينما جاءت عبارة (طلب مساعدة مالية مباشرة) في المرتبة الثانية بنسبة %53، وهو أسلوب صريح يعكس جرأة بعض المستخدمين في طلب الأموال دون موارد، في حين حصلت عبارة (نشر قصص اجتماعية مؤثرة) على نسبة %41.1، مما يدل على أن بعض المبحوثين يرون أن القصص العاطفية قد تكون وسيلة غير مباشرة للتسول.

جدول (9) يوضح الموقف الشخصي للمبحوثين من ظاهرة التسول الإلكتروني

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
4	15.2	92	أتعاطف معها وأقدم المساعدة
3	17.3	104	أتعاطف ولكن لا أقدم مساعدة
1	41.7	252	لا أتعاطف وأعتبرها استغلالاً
2	25.8	156	غير مهتم
	100%	604	الإجمالي

يتضح من الجدول: أن جاءت النسبة الأكبر (%41.7) للمبحوثين الذين لا يتعاطفون مع هذه الظاهرة ويعتبرونها استغلالاً، مما يعكس وعياً كبيراً بخطورتها وأخلاقياتها؛ وتُظهر هذه النتيجة أن شريحة كبيرة من المجتمع تدرك الطبيعة الاحتمالية المُحتملة لهذه الممارسات، خاصةً مع انتشار الوعي بمخاطر الاحتيال الإلكتروني.

بينما بلغت نسبة الذين يتعاطفون، ولكنهم لا يقدمون مساعدة مالية (%17.3)، مما يشير إلى وجود تعاطف إنساني مع الحالات المعروضة، لكنه لا يتحول بالضرورة إلى دعم مادي، ربما بسبب الشكوك حول مصداقية هذه المنشورات.

في حين جاءت فئة (أتعاطف معها وأقدم المساعدة) بنسبة (%15.2) من المبحوثين يعترفون بتعاطفهم وتقديمهم المساعدة، وهي نسبة لا تُهمل، وتُظهر أن بعض المحتوى المؤثر قد ينجح في استدراج المشاعر وتحقيق غايته المالية.

فيم جاءت فئة (غير مهتم) في المرتبة الثانية بنسبة (%25.8)، مما قد يعكس إما عدم تعرضهم لهذا النوع من المحتوى، أو عدم اكتراثهم به، أو عدم تصنيفه كمشكلة تستحق الاهتمام.

جدول (10) يوضح مدى تأثير ظاهرة التسول الإلكتروني على مشاعر أو قرارات المبحوثين

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
3	13.9	84	نعم
1	51.7	312	أحياناً
2	34.4	208	لا
	100%	604	الإجمالي

يُشير الجدول إلى:

أن نسبة (51.7%) من المبحوثين يرون أن الظاهرة تؤثر عليهم (أحياناً)، وهي النسبة الأعلى، مما يعكس أن تأثير التسول الإلكتروني غير ثابت، بل يعتمد على طبيعة المحتوى والمزاج الشخصي للمستخدم، وجاءت نسبة (34.4%) للمبحوثين الذين لا يتأثرون مطلقاً، مما قد يُعزیه الباحث إلى: وعيهم الكاف بعدم مصداقية المنشورات، عدم تعرضهم لها بشكل كافٍ، وشخصياتهم الأقل تأثراً بالضغوط العاطفية عبر الإنترنت.

في حين جاء نسبة (13.9%) فقط هم من اعترفوا بأن الظاهرة تؤثر عليهم بشكل واضح، وهي نسبة قليلة نسبياً، لكنها تظل مهمة، إذ تُظهر أن بعض المستخدمين قد يتخذون قرارات مالية أو عاطفية بناءً على محتوى غير موثوق.

جدول (11) يوضح مدى تأثير الآخرين بالتسول الإلكتروني أكثر من المبحوثين

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
2	29.1	176	نعم، الآخرين يتأثرون أكثر
3	9.3	56	لا، أنا متأثر بنفس القدر
1	61.6	372	لا أعرف
	100%	604	الإجمالي

يتضح من الجدول أن: غالبية المبحوثون اختاروا عبارة (لا أعرف) حيث جاءت بنسبة (61.6%)؛ مما قد يشير إلى غموض في التقييم قد يُعزى إلى: عدم وجود معايير واضحة لديهم لتقييم تأثير الظاهرة على الآخرين مقارنةً بأنفسهم، التجنب المعرفي: أي عدم الرغبة في الحكم على تجارب الآخرين أو الاعتراف بتأثرهم الشخصي.

بينما جاءت عبارة (نعم، الآخرين يتأثرون أكثر) بنسبة (29.1%)، وهذه قد تعكس الميل النفسي لدى المبحوثين إلى الاعتقاد بأن ظاهرة التسول الإلكتروني تؤثر على الآخرين (أي الأشخاص غيرهم) بشكل أكبر، بينما قد يقللون من شأن تأثيرها عليهم شخصياً.

## المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

**وهذا قد يتفق مع نظرية الشخص الثالث**، حيث يبلغ الأفراد في تقدير تأثير المحتوى الإعلامي على الجمهور العام مقارنةً بأنفسهم، بسبب: التحيز للتفوق الذاتي: إيمانهم بأنهم أكثر وعياً أو مناعة ضد التأثيرات الإعلامية، التقليل من المخاطر الشخصية: عدم الاعتراف بسهولة بتأثرهم العاطفي أو السلوكي.

بينما جاءت عبارة (لا، أنا متأثر بنفس القدر) بنسبة (9.3%)، وهذه النسبة الضئيلة تؤكد ندرة الاعتراف بالتأثير المباشر، مما يعزز فرضية أن الأفراد (ينكرون التأثير عليهم) حتى لو كان موجوداً في الواقع.

ويفسر الباحث هذا بأنه موقفاً دفاعياً لحماية الذات من وصمة السذاجة أو الانخداع، خاصةً في قضايا محفوفة بالوصم الاجتماعي مثل التسول الإلكتروني.

جدول (12) يوضح مدى استغلال التسول الإلكتروني للمشاعر الإنسانية للتلاعب

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
1	64.9	392	نعم
2	32.5	196	أحياناً
3	2.6	16	لا
	100%	604	الإجمالي

يتضح من الجدول: مدى استغلال التسول الإلكتروني للمشاعر الإنسانية حيث أظهرت النتائج أن: نسبة (64.9%) من المبحوثين يرون أن التسول الإلكتروني يستغل المشاعر الإنسانية للتلاعب بالجمهور، بينما أشار (32.5%) إلى حدوث ذلك أحياناً، في حين رفض (2.6%) هذه الفكرة تماماً. ويرى الباحث أن هذه النتائج تُبرز: الوعي المرتفع بالاستغلال العاطفي: يعكس إدراك الأغلبية أن المحتوى العاطفي (مثل عرض الحالات المرضية أو القصص المؤثرة) يُستخدم كأداة تلاعب لجذب التعاطف المادي، التحدي الأخلاقي: تشير النسبة العالية لـ "نعم" إلى وجود قلق مجتمعي من انعدام المصداقية في بعض المنشورات، خاصةً تلك التي تستغل القضايا الإنسانية الحساسة.

الحاجة إلى تشريعات رقابية: ارتفاع نسبة المبحوثين الذين يعترفون بالاستغلال يدعو إلى وضع ضوابط صارمة للمحتوى المشبوه، مثل: إلزام الناشرين بإثبات صحة الحالات المطروحة.

جدول (13) يوضح مدى تأثير التسول الإلكتروني على ثقة المبحوثين في المحتوى المنشور على وسائل التواصل

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
1	45	272	نعم
2	39.1	236	أحياناً
3	15.9	96	لا
	100%	604	الإجمالي

يتضح من الجدول مدى تأثير التسول الإلكتروني على ثقة المبحوثين وجاءت النتائج توضح أن: نسبة (45%) من المبحوثين فقدوا ثقتهم في المحتوى على وسائل التواصل بسبب ظاهرة التسول الإلكتروني، بينما أشار (39.1%) إلى أن هذا التأثير يحدث أحياناً، مقابل (15.9%) لم يتأثروا، **ويري الباحث** أن هذه النتائج قد تُظهر ما يلي: **تآكل الثقة الرقمية**: حيث يشعر قرابة نصف المستخدمين أن الظاهرة أضرت بمصداقية المحتوى العام، مما قد يدفعهم إلى التشكيك حتى في المنشورات المشروعة، **التأثير غير المباشر**: حتى أولئك الذين لم يتبرعوا قد يفقدون ثقتهم في المنصات ككل، مما يؤثر على تفاعلهم مع المحتوى الإعلامي أو التسويقي، **التباين في ردود الأفعال**: وجود نسبة لا تُستهان بها (15.9%) لم تتأثر، يعكس اختلافاً في الخبرات الشخصية أو درجة التعرض للظاهرة.

جدول (14) يوضح مدى شعور المبحوثين بانهم أكثر وعياً بأساليب التلاعب النفسي مقارنة بالآخرين

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
2	37.7	228	نعم
1	55.7	236	أحياناً
3	6.6	40	لا
	100%	604	الإجمالي

نتائج الجدول السابق تكشف: أن الغالبية يمتلكون وعياً مشروطاً، حيث يدركون التلاعب النفسي في بعض المواقف دون غيرها. ، فقد حصلت عبارة (نعم) على نسبة (37.7% - المرتبة الثانية) وتُعتبر هذه النتيجة عن فئة واثقة من تفوق وعيها، مما قد يعكس الخبرات السابقة أو الثقة الزائدة، وحصلت عبارة (لا) على نسبة (6.6% - المرتبة الثالثة) حيث تُمثل هذه النسبة أقلية تُظهر ضعفاً في الوعي، قد يكون بسبب قلة التعرض لمواقف التلاعب النفسي.

وطبقاً لنظرية تأثير الشخص الثالث يميل الأشخاص إلى الاعتقاد أن الآخرين أكثر تأثراً بالتلاعب من أنفسهم، مما يفسر ارتفاع نتائج نسبة أحياناً ونعم.

جدول (15) يوضح مدى اعتقاد المبحوثين بأن التسول الإلكتروني يعزز الشعور بالشك أو عدم الثقة في الآخرين

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
1	53.6	324	نعم
2	38.5	232	أحياناً
3	7.9	48	لا
	100%	604	الإجمالي

تكشف نتائج الجدول السابق: أن الغالبية تعتقد أن التسول الإلكتروني يُضعف الثقة حيث جاءت بنسبة (53.6%)، **ويري الباحث** هذا قد يدل على أن أكثر من نصف المبحوثين يرون

## المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

أن التسول الإلكتروني (مثل الاحتيال العاطفي أو المالي عبر الإنترنت) يساهم بشكل مباشر في تعزيز الشك وانهيار الثقة الاجتماعية، **ويعزو هذا إلى: تأثير الأخبار السلبية: تكرار** التعرض لحالات نصب إلكتروني يزيد التشكيك في نوايا الآخرين، حتى لو كانت حسنة، **انعدام الثقة المؤسسية: إذا كان النظام القانوني أو التقني غير قادر على حماية المستخدمين،** ينتشر الشعور العام بعدم الأمان.

بينما نسبة كبيرة ترى تأثيرًا مشروطًا حيث جاءت بنسبة (38.5%)، مما يدل على أن هذه الفئة تعتقد أن التسول الإلكتروني لا يُضعف الثقة دائمًا، بل حسب السياق، وقد يُفسر ذلك **الباحث لما يلي: طبيعة المحتوى: بعض حالات التسول قد تكون مشروعة (كجمع تبرعات لحالات طارئة)، فلا تُثير شكًا مطلقًا، خبرة المستخدم: من لديهم وعي رقمي أعلى قد يُفرون بين الاحتيال والحاجة الحقيقية.**

**التعرض الانتقائي: لا يواجه جميع المستخدمين محتوى تسول إلكتروني خادعًا بنفس الكثافة.**

فيما نسبة قليلة لا ترى تأثيرًا ذا أهمية حيث جاء بنسبة (7.9%)، مما يدل على أن نسبة ضئيلة تعتقد أن التسول الإلكتروني لا يؤثر على الثقة الاجتماعية، وقد يُفسر **الباحث ذلك إلى: الثقة المفرطة: بعض الأفراد قد يكونون متفائلين بطبيعتهم أو أقل تعرضًا لعمليات نص.، العزلة الاجتماعية: من لا يشارك بنشاط في المنصات الرقمية قد لا يلاحظ الظاهرة.، تطبيع الظاهرة: اعتياد رؤية التسول الإلكتروني قد يقلل من إدراك خطورته.**

**كما كشف الجدول أن أكثر من نصف المبحوثين يعتبرون التسول الإلكتروني عاملاً رئيسيًا في انتشار الشك الاجتماعي، مع وجود شريحة كبيرة ترى التأثير مشروطًا وهذه النتائج تُبرز الحاجة إلى سياسات فعالة لحماية الثقة الرقمية، مع الأخذ في الاعتبار التباين في إدراك الأفراد للظاهرة.**

جدول (16) يوضح مدى اعتقاد المبحوثين بأن التسول الإلكتروني يؤثر على نفسية الجمهور

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
1	55	332	نعم
2	41	248	أحيانًا
3	4	24	لا
	100%	604	الإجمالي

يُظهر الجدول: آراء المبحوثين حول تأثير التسول الإلكتروني على الصحة النفسية للمتابعين، حيث جاءت النتائج كالتالي: وحصلت عبارة (نعم) على نسبة (55%) في الترتيب الأول، وبهذا يعتقد أكثر من نصف المبحوثين أن التسول الإلكتروني له تأثير سلبي واضح على نفسية المتابعين؛ ويفسر الباحث ذلك بما يلي: **التأثير العاطفي: قد يسبب التعرض المتكرر لمحتوى التسول (مثل**

استغلال القصص المؤلمة) شعورًا بالضيق أو العجز، خاصة إذا كان المحتوى غير أصيل.

**الإرهاق التعاطفي:** التكرار المفرط لمثل هذه المحتويات قد يُفقد الجمهور القدرة على التعاطف بسبب التشبع العاطفي.

بينما حصلت عبارة (أحيانًا) على نسبة (41%) في المرتبة الثانية، وهذا يدل على أن نسبة كبيرة ترى أن التأثير النفسي مشروط بعوامل مثل نوع المحتوى أو حالة المتابع؛ ويفسر الباحث ذلك بما يلي: **سياق المحتوى:** بعض حالات التسول قد تكون مشروعة (مثل طلب المساعدة لحالات طبية)، فلا تسبب ضررًا نفسيًا. **المرونة النفسية للمتابع:** الأفراد الأكثر مرونة قد لا يتأثرون سلبيًا، بينما آخرون (خاصة ذوي الحساسية العالية) يتأثرون أكثر، **التعرض الانتقائي:** ليس كل المتابعين يواجهون نفس الكمية أو النوعية من محتوى التسول.

فيما حصلت عبارة (لا) على نسبة (4%) وجاءت في الترتيب الأخير، ويدل ذلك على أن أقلية ضئيلة لا ترى أي تأثير نفسي؛ ويفسر الباحث وفق ما يلي: الانفصال العاطفي: بعض المتابعين قد يعزلون أنفسهم عاطفيًا عن مثل هذا المحتوى، عدم المتابعة النشطة: قد لا يتعرض هؤلاء بكثافة لمحتوى التسول.

جدول (17) يوضح أكثر أشكال المحتوى التي تثير شكوك المبحوثين حول مصداقيتها في ظاهرة التسول الإلكتروني

الأشكال	التكرار	النسبة %	الترتيب
نص وفيديو	64	10.6	4
نص وصورة	168	27.8	2
نص فقط	300	49.7	1
فيديو فقط	72	11.9	3
الإجمالي	604	100%	

**يتضح من الجدول ما يلي:** أن المحتوى النصي فقط هو الأكثر إثارة للريبة حيث حصل على نسبة (49.7%) وجاء في المرتبة الأولى، وقد يرجع الباحث ذلك إلى سهولة تزييف النصوص مقارنة بالوسائط المتعددة، مثل: الفيديو، وكذلك غياب العناصر البصرية التي قد تزيد المصداقية (مثل الصور الحقيقية).

كما احتل المحتوى النصي والصورة على نسبة (27.8%) في المرتبة الثانية، وقد يرجع ذلك إلى: **تلاعب بصري:** مع أن الصور تزيد المصداقية ظاهريًا، إلا أن المستخدمين يدركون إمكانية تزويرها بسهولة، **نمطية المحتوى:** تكرار استخدام نفس الصور مع نصوص مختلفة.

بينما حصل الشكل المرئي للفيديو فقط على نسبة (11.9%) في المرتبة الثالثة؛ وقد يعود هذا لعدة أسباب منها: **التعقيد النسبي للتزوير:** يتطلب إنشاء فيديوهات مزيفة جهدًا أكبر مقارنة بالنصوص أو الصور، **التأثير الواقعي:** الفيديوهات توفر سياقًا متكاملًا (صوت + صورة + حركة) مما يقلل نسبة الشكوك، فيما جاء المحتوى المختلط للفيديو والنص

## المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

مما بنسبة (10.6%) وفى المرتبة الرابعة، مما يدل على التكامل المعلوماتي فى الجمع بين النص والفيديو، مما يخلق وهماً لدى المُستخدم بالإحاطة بالموضوع من جميع جوانبه.

جدول (18) يوضح هل سبق للمبحوثين تقديم مساعدة مالية أو عينية نتيجة لمحتوى تسول إلكتروني

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
2	18.5	112	نعم
3	13.3	80	أحياناً
1	68.2	412	لا
	100%	604	الإجمالي

(\*) سؤال إحصائية

يتضح من الجدول: مدى تفاعل المبحوثين مع محتوى التسول الإلكتروني من خلال تقديم مساعدات مالية أو عينية، حيث كانت النتائج كالتالي: فقد جاءت عبارة (لا) بنسبة (68.2%) فى المرتبة الأولى، مما يُعنى أن الغالبية العظمى من المبحوثين لم يقدموا أي مساعدة نتيجة لمحتوى التسول الإلكتروني؛ وقد يفسر الباحث هذا لعدة أسباب: **انعدام الثقة**: ارتفاع نسبة الشكوك حول مصداقية هذا المحتوى (كما ظهر فى الجداول السابقة) قد يثني الأفراد عن التبرع، **الحذر المالي**: فى ظل الأزمات الاقتصادية، يميل الناس إلى الحفاظ على مواردهم وعدم المخاطرة بمساعدات غير مضمونة، **التعرض المفرط**: كثرة محتوى التسول قد تؤدي إلى التشبع العاطفي، مما يقلل الاستجابة.

بينما جاءت عبارة نعم بنسبة (18.5%) وحصلت على الترتيب الثاني، ويُشير هذا إلى أن أقل من خمس المبحوثين قدموا مساعدات فعلية نتيجة للتسول الإلكتروني، وقد يُمكن تفسير هذا إلى: **التأثير العاطفي القوي**: فبعض حالات التسول تكون مؤثرة جداً مثل: قصص أطفال مرضى؛ مما يجذب المساعدات.

**الثقة في المصدر**: قد يكون المحتوى منشوراً من قِبل أشخاص أو منظمات معروفة بمصداقيته، **الدوافع الدينية أو الأخلاقية**: شعور بعض الأفراد بواجب أخلاقي أو ديني لمساعدة المحتاجين، بغض النظر عن الشكوك.

بينما جاءت عبارة أحياناً بنسبة (13.3%) فى الترتيب الأخير، مما يدل أن نسبة صغيرة تقدم المساعدة فى بعض الأحيان فقط؛ وقد يُفسر ذلك إلى ما يلي:

**التقييم المشروط**: هؤلاء الأفراد قد يقدمون المساعدة فقط عند توفر أدلة على مصداقية المحتوى مثل: توثيق الحال، **السياق الشخصي**: قد يعتمد الأمر على حالتهم المالية أو النفسية وقت رؤية المحتوى.

ولاحظ الباحث مما سبق أن معظم الأفراد غير مستجيبين لمحتوى التسول الإلكتروني، مما يعكس شكوكاً عالية أو عدم اكتراث، وأن الأقلية التي تقدم المساعدة قد تكون مدفوعة بعوامل عاطفية أو أخلاقية قوية.

جدول (19) يوضح مدى شعور الباحثين لاحقاً أنهم تعرضوا للاستغلال

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
2	18.7	36	نعم
3	6.3	12	أحياناً
1	75	144	لا
	100%	192	الإجمالي

(\* ) المنقولون من الجدول السابق ممن أجابوا بنعم وأحياناً (ن=192)

يكشف الجدول السابق غالبية الباحثون لا يشعرون أنهم قد تعرضوا للاستغلال وذلك بنسبة (75%)؛ ويرى الباحث هذا قد يدل على أن معظم محتوى التسول الإلكتروني الذي تعرض له الباحثون كان مقنعاً أو شرعياً في كثير من الأحيان، ولم يترك شعوراً سلبياً لديهم، مما قد يعكس وعياً جيداً لدى المستخدمين في تمييز المحتوى الحقيقي من الاحتيال، ومن الممكن أنه قد يشير إلى عدم إدراك الضحايا أنهم تعرضوا للاستغلال، خاصة إذا كان الخداع متقناً.

كما أن هناك أقلية تشعر بالاستغلال، وتمثل (18.7% نعم + 6.3% أحياناً = 25%) وهذه النسبة تمثل شريحة مهمة من الباحثين الذين تعرضوا لتجربة سلبية، مما يدل على وجود حالات استغلال حقيقية مؤثرة.

جدول (20) يوضح مدى اعتقاد الباحثين بأن التسول الإلكتروني يستهدف فئات معينة

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
2	36.4	220	نعم
1	39.7	240	أحياناً
3	23.9	144	لا
	100%	604	الإجمالي

يتضح من الجدول : حصلت عبارة (أحياناً) على نسبة (39.7% - المرتبة الأولى)، مما يعكس اعتقاد الجمهور المصري بأن التسول الإلكتروني قد يستهدف فئات معينة في ظروف محددة، حصلت عبارة (نعم) على نسبة (36.4% - المرتبة الثانية) وتمثل هذه الفئة بأنها ترى التسول الإلكتروني يتم بشكل ممنهج في استهداف فئات محددة، وقد تكون هذه الفئات: **العاطفيون**: الذين يتأثرون بسهولة بالقصص المؤثرة، **قليل الخبرة الرقمية**: كبار السن أو محدودي التعليم التقني، **المتعاطفون مع قضايا محددة** (أمراض نادرة، أطفال).

بينما حصلت عبارة (لا) على نسبة (23.9% - المرتبة الثالثة)، وتعكس هذه النتيجة رأياً الجمهور المصري بأن التسول الإلكتروني عشوائي وغير موجّه، وقد يعود ذلك لاعتقاد أن المحتالين يستهدفون أي شخص دون تمييز.

جدول (21) يوضح مدى اعتقاد المبحوثين بأن التسول الإلكتروني يزداد في أوقات معينة

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
1	61.6	372	نعم
2	31.1	188	أحياناً
3	7.3	44	لا
	100%	604	الإجمالي

يتضح من الجدول: جاءت عبارة (نعم) بنسبة (61.6% - المرتبة الأولى)، مما يوضح أن الغالبية تُدرك وجود ارتباط واضح بين الأزمات وزيادة التسول الإلكتروني، وجاءت عبارة (أحياناً) بنسبة (31.1% - المرتبة الثانية)، مما يعكس وعياً مشروطاً بأن الارتفاع يحدث في أزمات محددة، مثل: الأوبئة، وليس كُـل الأزمات.، جاءت عبارة (لا) بنسبة (7.3% - المرتبة الثالثة) مما يدل على أن أقلية ترى أن التسول الإلكتروني ثابت ولا يرتبط بالأزمات، ربما بسبب اعتياد رؤية محتوى التسول بشكل متكرر بغض النظر عن السياق.

جدول (22) يوضح مدى اعتقاد المبحوثين بأن التسول الإلكتروني يؤثر على ثقتهم في المؤسسات

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
1	45.7	276	نعم
2	35.1	212	أحياناً
3	19.2	116	لا
	100%	604	الإجمالي

**توضح نتائج الجدول ما يلي:** جاءت عبارة (نعم) بنسبة (45.7% - المرتبة الأولى) مما يدل على أن نصف المبحوثين تقريباً يرون أن التسول الإلكتروني أضر بثقتهم في المؤسسات الخيرية بشكل واضح؛ وقد يرجع هذا إلى انتشار حالات احتيال مُنتسبة زوراً لمنظمات خيري.، وجاءت عبارة (أحياناً) بنسبة (35.1% - المرتبة الثانية)، مما يعكس الثقة المشروطة، على سبيل المثال قد يتقون في المنظمات المعروفة؛ لكن يشككون في الحسابات الصغيرة.، بينما جاءت عبارة (لا) بنسبة (19.2% - المرتبة الثالثة) وهي أقلية تحافظ على ثقتها الكاملة، وقد يكونون متبرعين دائمين عبر قنوات موثوقة، أو على دراية كافية بآليات عمل المؤسسات الخيرية الرسمية.

جدول (23) يوضح مدى اعتقاد المبحوثين بأن الحكومة يجب أن تتدخل للحد من ظاهرة التسول

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
1	74.2	448	نعم
2	19.2	116	أحياناً
3	6.6	40	لا
	100%	604	الإجمالي

يتضح من الجدول ما يلي: جاءت (نعم) بنسبة (74.2% - المرتبة الأولى)، حيث توضح النتائج أن الغالبية الساحقة من المبحوثين يرون ضرورة تدخل الحكومة، مما يعكس إدراكاً لخطورة الظاهرة على النسيج الاجتماعي والاقتصادي، الثقة في دور الدولة كجهة رقابية قادرة على المواجهة.

بينما جاءت عبارة (أحياناً) بنسبة (19.2% - المرتبة الثانية)، وتعكس النتائج تأييداً مشروطاً للتدخل الحكومي، فيما جاءت عبارة (لا) (6.6% - المرتبة الثالثة)، وهي أقلية تُعارض التدخل، ربما بسبب التقييد من الحريات الرقمية، أو اعتقاداً بكفاية (الآليات الذاتية) مثل: حظر المستخدمين.

جدول (24) يوضح مدى اعتقاد المبحوثين بأن زيادة الوعي الرقمي يمكن أن يقلل من تأثير التسول

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
1	70.9	428	نعم
2	22.5	136	أحياناً
3	6.6	40	لا
	100%	604	الإجمالي

يتضح من الجدول: جاءت (نعم) بنسبة (70.9% - المرتبة الأولى)، مما يعبر عن الغالبية الواضحة التي تؤمن بأن التثقيف الرقمي هو الحل الأمثل، وتوضح هذه النتائج أدراك الجمهور بما يلي: إدراكه للأهمية المعرفية التقنية في كشف المحتوى المخادع، ثقته في القدرة الذاتية للمواطنين على المواجهة إذا توفرت الأدوات المناسب، التوجه الوقائي: بدلاً من الاعتماد فقط على الحلول الرقابية.

بينما جاءت أحياناً بنسبة (22.5% - المرتبة الثانية)، حيث ترى هذه الفئة أن الوعي الرقمي جزء من الحل، لكنه قد يحتاج إلى: دعم بتشريعات رادعة، تحسين الظروف الاقتصادية لتقليل الدوافع الحقيقية للتسول.

فيما جاءت عبارة (لا) بنسبة (6.6% - المرتبة الثالثة)، مما يدل على أن أقلية تشكك في فعالية التوعية، ربما بسبب: تعقيد تقنيات التزييف، اعتقاداً بأن الاحتيال سيظل أسرع من التوعية.

جدول (25) يوضح أكثر الطرق فعالية للتعامل مع محتوى التسول الإلكتروني

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
2	18.6	112	تجاهله
3	15.2	92	الإبلاغ عنه
1	66.2	400	التحقق من مصداقيته قبل التصرف
	100%	604	الإجمالي

يتضح من الجدول: حصلت عبارة (التحقق من المصداقية قبل التصرف) على نسبة (66.2%) المرتبة الأولى، مما يعبر عن أن الغالبية العظمى تفضل نهجاً استباقياً يعتمد على التدقيق - النقدي، مما قد يعكس ارتفاع مستوى الوعي الرقمي لدى شريحة كبيرة من الباحثين، توجّهاً عقلانياً في التعامل مع المحتوى العاطفي، استيعاباً لخطر التسرع في الحكم على طلبات المساعدة.

كما حصلت عبارة (تجاهله) على نسبة (18.6% - المرتبة الثانية)، مما يعكس استراتيجية دفاعية، قد تكون ناتجة عن الإرهاق من كثرة محتوى التسول، عدم الثقة المطلقة في أي محتوى يسعى لجمع التبرعات.

بينما حصلت عبارة (الإبلاغ عنه) على نسبة (15.2% - المرتبة الثالثة)، مما يُظهر مسؤولية مجتمعية، لكن بنسبة أقل، ربما بسبب جهل بكيفية الإبلاغ على المنصات المختلفة، اعتقاداً بعدم فعالية أنظمة الإبلاغ الحالية.

جدول (26) يوضح مدى اعتقاد الباحثين بأن وسائل الإعلام تلعب دوراً في تعزيز من ظاهرة التسول الإلكتروني

الترتيب	النسبة %	التكرار	البدائل
1	34.4	208	نعم (تعزيز)
3	26.5	160	نعم (الحد)
4	5.3	32	لا
2	33.8	204	غير متأكد
	100%	604	الإجمالي

يتضح من الجدول: جاءت عبارة (نعم (تعزيز)) بنسبة (34.4% - المرتبة الأولى)، مما يُعني أن ثلث الباحثين يرون أن الإعلام يساهم في تفشي الظاهرة،

بينما جاءت عبارة (غير متأكد) بنسبة (33.8% - المرتبة الثانية)، مما يعكس ارتباكاً في تقييم الدور الإعلامي، قد يكون بسبب تناقض الأدوار: بعض القنوات تنتقد الظاهرة بينما تروج لها غيرها. وعدم وضوح الآليات: صعوبة تحديد كيف يؤثر الإعلام سلباً أو إيجاباً.

كما جاءت عبارة (نعم) (الحد) بنسبة (26.5% - المرتبة الثالثة)، حيث تُظهر إيماناً بدور إعلامي إيجابي، وجاءت عبارة (لا) بنسبة (5.3% - المرتبة الرابعة)، مما يُعنى أن أقلية تنكر أي دور للإعلام، ربما ل: عدم متابعة الإعلام التقليدي، وانعدام الثقة المطلقة في كل وسائل الإعلام.

جدول (27) يوضح التكرار والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والترتيب لعبارات مقياس إدراك أئمة لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي

العينة الكلية				العبارات			
درجة الموافقة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط	التكرار			
				معارض	محايد	موافق	
متوسطة	12	0.48	2.07	51	460	93	أفتنع بما يقدمه الآخرين من محتوى على مواقع التواصل الاجتماعي
متوسطة	15	0.78	1.75	278	200	126	يُقنعي التسول الإلكتروني إذا قدم أدلة وحجج قوية
ضغيرة	16	0.61	1.40	401	162	41	تأثر بالكلمات العاطفية التي ينشرها التسول أكثر من الحقائق
متوسطة	13	0.82	1.99	204	203	197	استخدام المستول لصور الأطفال أو العائلات المحتاجة يجعلني أكثر عرضة لتقديم المساعدة
ضغيرة	17	0.54	1.36	402	185	17	أتعاطف مع منشورات التسول التي تحتوي على مقاطع فيديو مؤثرة، دون التفكير في مصداقيتها.
متوسطة	11	0.81	2.16	156	196	252	ألاحظ أن بعض التسولين يقدمون قصصهم بطريقة تجعلني أشعر أنهم بالفعل بحاجة ماسة للمساعدة
كبيرة	6	0.60	2.45	33	264	307	أكتشف أن الأشخاص الذين طلبوا مساعدة على وسائل التواصل لم يكونوا صادقين في عرض احتياجاتهم
كبيرة	1	0.50	2.69	9	171	424	ألاحظ أن بعض التسولين يستخدمون معلومات مضللة لإقناع الآخرين بالمساعدة على مواقع التواصل الاجتماعي
كبيرة	4	0.58	2.50	26	250	328	أشعر أن بعض التبرعات التي قد تم جمعها على وسائل التواصل لم تُستخدم في الغرض المعلن عنه.
كبيرة	5	0.69	2.49	68	174	362	أواجه صعوبة في التحقق من مصداقية الأشخاص الذين يطلبون المساعدة على وسائل التواصل الاجتماعي
كبيرة	3	0.60	2.53	35	214	355	ألاحظ أن بعض صفحات التسولين يستخدمون صوراً قديمة أو غير مرتبطة بالموضوع لتجعلها أكثر واقعية

كبيرة	2	0.56	2.65	26	162	416	أرى أن العديد من المنشورات الخاصة بالتسول الإلكتروني تهدف إلى استغلال مشاعر الآخرين دون تقديم أدلة كافية.
كبيرة	7	0.65	2.35	59	274	271	ألاحظ أن بعض منشورات التسول الإلكتروني تُصمم بحيث تجعلني مسؤول عن حل مشكلاته
متوسطة	8	0.71	2.33	84	238	282	أشعر أن بعض منشورات التسول الإلكتروني تُعطي انطباعًا بأن تجاهلها يُعني أنني شخص غير إنساني وبلا رحمه
متوسطة	10	0.85	2.25	164	127	313	أواجه صعوبة في مقاومة طلبات التسول التي يتم تكرارها باستمرار على وسائل التواصل الاجتماعي
متوسطة	14	0.73	1.94	180	278	146	اتحكم في مشاعري عند مشاهدة محتوى يهدف إلى العطف والشفقة
متوسطة	9	0.69	2.27	84	271	249	أستطيع مقاومة الضغوط النفسية أو العاطفية التي تسببها منشورات التسول الإلكتروني
كبيرة	3م	0.60	2.53	33	219	352	استطيع تحديد متى يتم التلاعب بي نفسيًا عبر منصات التواصل الاجتماعي
متوسطة		0.65	2.20	الإجمالي			

يتضح من الجدول: أن المتوسطات الحسابية لعبارات مقياس إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على التلاعب النفسي لديهم تراوحت ما بين (1.36 : 2.69).

### أولاً: العبارات ذات درجات الموافقة المرتفعة:

جاءت عبارة (ألاحظ أن بعض المتسولين يستخدمون معلومات مضللة لإقناع الآخرين بالمساعدة على مواقع التواصل الاجتماعي) في الترتيب الأول، مما يعكس إدراكًا جماعيًا لممارسات التضليل، ويؤكد التطور الرقمي لدى البعض من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وفي إطار نظرية الشخص الثالث تُشير إلى أن الأفراد يدركون تأثير التضليل على الآخرين بوضوح، ويعتقدون أنهم أقل تأثرًا شخصيًا، وجاءت عبارة (أرى أن العديد من المنشورات تهدف إلى استغلال مشاعر الآخرين دون أدلة كافية) في الترتيب الثاني تؤكد على وعي الجمهور بالاستغلال العاطفي في منشورات التسول الإلكتروني، واحتلت عبارة (ألاحظ أن بعض صفحات المتسولين يستخدمون صورًا قديمة أو غير مرتبطة بالموضوع لتجعلها أكثر واقعية)

الترتيب الثالث، مما يوضح ادراك الجمهور التلاعب البصري عبر نشره صور غير صادقة أو قديمة، مما يزيد الشك في مصداقية المتسولين، واتفق معها في ذات الترتيب عبارة (استطيع تحديد متى يتم التلاعب بي نفسيًا عبر منصات التواصل الاجتماعي) ومن خلال احتلال هاتين العبارتين المرتبة الثالثة مفاً يظهر أن: الجمهور أصبح أكثر وعياً بالتزييف البصري والنفسي، لكن هذا لا يمنع نجاح بعض الأساليب الأكثر تطورًا،. هناك حاجة لتحويل هذا الوعي إلى أفعال (مثل الإبلاغ عن المحتوى المشبوه بدلاً من مجرد اكتشافه)

في حين ظهرت عبارة (أشعر أن بعض التبرعات التي قد تم جمعها على وسائل التواصل لم تُستخدم في الغرض المُعلن عنه) في الترتيب الرابع، مما يُشير إلى تجارب سابقة في عمليات الاحتيال قد تعرض لها نسبة ليس بقليلة من أفراد العينة، واحتلت عبارة (أواجه صعوبة في التحقق من مصداقية الأشخاص الذين يطلبون المساعدة على وسائل التواصل الاجتماعي) الترتيب الخامس، ويُفسر ذلك الباحث بأن مشكلة المصداقية غالبًا ما تكون غير مرئية إلا عند الوقوع في الخداع خاصًًا في ظل وسائل التواصل الاجتماعي التي تتيح مساحة مفتوحة للتفاعل، مما يجعلها بيئة خصبة لظهور أشخاص بحاجة حقيقية للمساعدة، ومحتملين أو مستغلين يبتزون المشاعر أو الموارد المالية، أو حسابات وهمية تروج لأجندات غير واضحة.

كما تظهر النتائج حاجة الجمهور المصري إلى معرفة التسول الإلكتروني وعدم الخداع، وفي هذا الصدد تتفق هذه النتيجة مع عبارة (أكتشف أن الأشخاص الذين طلبوا مساعدة على وسائل التواصل لم يكونوا صادقين في عرض احتياجاتهم) التي جاءت في الترتيب السادس، حيث تؤكد على تكرار حالات الخداع الذي قد تعرض له الجمهور المصري، ويتضح من النتائج السابقة أن هناك مُفارقة بين وعى الجمهور بالتسول الإلكتروني وتعرضه للتضليل أو حالات الخداع، كما توضح نتائج العبارات أن ظاهرة التسول الإلكتروني في مصر تجسد أزمة ثقة ثنائية بين: الأفراد والمحتوى، الجمهور والمؤسسات الخيرية.

### ثانيًا: العبارات ذات درجات الموافقة المتوسطة:

جاءت عبارة (الأحظ أن بعض منشورات التسول الإلكتروني تُصمم بحيث تجعلني مسؤول عن حل مشكلاته) في الترتيب السابع، وهي تُظهر نجاح المتسولين في خلق ضغط ذنب نفسي صريح لدى الجمهور المصري، وبذلك تعكس استراتيجيات إلقاء المسؤولية على المتلقي لدفعه للمساعدة، وفي هذا الصدد احتلت عبارة (أشعر أن بعض منشورات التسول الإلكتروني تُعطي انطباعًا بأن تجاهلها يُعني أنني شخص غير إنساني وبلا رحمة) على الترتيب الثامن، مما يُبرز تأثير التلاعب الأخلاقي، خاصةً عند ربط المساعدة بالرحمة، ويُمكن تفسير النتائج في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث كما يلي: إدراك الجمهور: يعتقدون أن الآخرين سيقومونهم سلبًا إذا لم يساعدوا (حتى لو كان هذا الاعتقاد غير صحيح)، الفجوة بين الإدراك والواقع: في الحقيقة، قد لا يلاحظ الآخرون تجاهل الفرد للمنشور، لكن الضغط النفسي ناتج عن تضخيم التوقعات.

وعند النظر إلى عبارتي (أستطيع مقاومة الضغوط النفسية أو العاطفية التي تسببها منشورات التسول الإلكتروني) الترتيب التاسع، و(أواجه صعوبة في مقاومة طلبات التسول التي يتم تكرارها باستمرار على وسائل التواصل الاجتماعي) الترتيب العاشر، تكشف العبارتان عن آليتين متكاملتين تُسهلان انتشار التسول الإلكتروني حيث نجد أن عبارة (أستطيع مقاومة الضغوط النفسية أو العاطفية التي تسببها منشورات التسول الإلكتروني) تخلق بيئة خصبة لنجاح عبارة (أواجه صعوبة في مقاومة طلبات التسول التي يتم تكرارها باستمرار على وسائل

التواصل الاجتماعي) فعندما لا يستطيع المستخدم التحقق، يصبح أكثر عرضة للتأثر بالتكرار، فصعوبة التحقق أكثر إلحاحًا من صعوبة المقاومة، لأن الأولى تمثل عجزًا نظاميًا، بينما الثانية تعكس ضعفًا فرديًا، ويتضح مما سبق أن:

**1.** غياب الشفافية (صعوبة التحقق من المصادقية) يُضعف الثقة في المحتوى الرقمي، مما يزيد قبول الطلبات.

**2.** التكرار المستمر للمنشورات يستنزف المقاومة النفسية، خاصةً عندما لا يوجد دليل واضح على الاحتيال.

وجاءت عبارة (ألاحظ أن بعض المتسولين يقدمون قصصهم بطريقة تجعلني أشعر أنهم بالفعل بحاجة ماسة للمساعدة) في الترتيب الحادي عشر، حيث يُشير ترتيب العبارة إلى أنها ليست الأكثر تأثيرًا؛ لكنها تبقى أداة فعالة في التسول الإلكتروني، خاصة عندما تُقدم القصص بتفاصيل شخصية وواقعية تزيد من تصديقها، في حين حصلت عبارة (أقتنع بما يُقدمه الآخرين من محتوى على مواقع التواصل الاجتماعي) على الترتيب الثاني عشر، تُظهر النتائج تناقضًا لافتًا في تعامل المستخدمين مع المحتوى الرقمي، فعلى الرغم من الانتشار الواسع لاستخدام المنصات الاجتماعية، إلا أن (15.4%) من العينة يوافقون على تصديق هذا المحتوى، بينما يبدي (8.4%) معارضتهم الصريحة و(76.2%) موقفًا محايدًا؛ مما يكشف عن أزمة ثقة قد تعود لعدة عوامل رئيسية منها: انتشار الأخبار الكاذبة التي واجهها المستخدمون، وتعدد حالات الاحتيال الإلكتروني، وغياب آليات التحقق من المحتوى.

### ثانيًا: العبارات ذات درجات الموافقة المنخفضة:

جاءت عبارة (استخدام المتسول لصور الأطفال أو العائلات المحتاجة يجعلني أكثر عرضة لتقديم المساعدة) في الترتيب الثالث عشر، وهي تبرز فعالية استغلال الصور المؤثرة في استدراك العطف، حيث وافق نسبة (32.6%) من العينة وكانت المحايدة بنسبة (33.6%)، بينما عارض (33.8%) على تأثرهم بهذه الصور، مما يكشف عن انقسام واضح في ردود الأفعال، نتيجة لاعتماده على آليات نفسية عميقة لدى الجمهور ومنها، استخدام صور الأطفال والعائلات يُفعل غريزة الحماية لدى المشاهد، ويثير مشاعر الذنب عند التردد في المساعدة.

كما تُظهر النتائج أيضًا أن الإنفاق العاطفي له حدوده، حيث أن نسبة كبيرة من المستجيبين طورت مناعة ضد هذه الأساليب بسبب انتشارها المفرط وتكرار حالات النصب.

وكما حصلت عبارة (اتحكم في مشاعري عند مشاهدة محتوى يهدف إلى العطف والشفقة) على الترتيب الرابع عشر، وهو ترتيب جيد نسبيًا حيث يعكس تطورًا ملحوظًا في الوعي الرقمي، حيث أظهر (24.1%) من العينة القدرة على التحكم العاطفي، بينما اتخذ (46.02%) موقفًا محايدًا، مما يشير إلى وجود قاعدة مهمة قابلة للتطوير في مهارات إدارة المشاعر الرقمية اتجاه التسول.

واحتلت عبارة (يُقنعني المتسول الإلكتروني إذا قدم أدلة وحجج قوية) الترتيب الخامس عشر، ما يعكس موقفًا متحفظًا من الجمهور تجاه قوة الأدلة في الإقناع، كما تكشف النتائج إيجابيتها لعدة أسباب ومنها:

### 1. مؤشر صحي:

يشير انخفاض المتوسط إلى أن غالبية الجمهور لا يندفعون بمجرد تقديم أدلة، مما يعكس الوعي المتزايد لديهم.

### 2. تطور الثقافة الرقمية:

يُظهر الترتيب أن المستخدمين أصبحوا أكثر تشككًا من أي وقت مضى، حيث لم تعد الأدلة وحدها كافية للإقناع، بل يطالبون بأليات تحقق أكثر شفافية.

### 3. تفوق العقلانية النسبي:

مقارنةً بالعبارات التي تعتمد على العاطفة (مثل العبارة 11 حول القصص المؤثرة)، فإن هذه العبارة تُظهر أن جزءًا لا بأس به من الجمهور ما زال يعتمد التفكير النقدي عند تقييم طلبات المساعدات.

في حين حصلت عبارة (اتأثر بالكلمات العاطفية التي ينشرها المتسول أكثر من الحقائق) على الترتيب السادس عشر، ويتضح من النتائج أنه لم يقتنع سوى 6.8% من العينة بهذه العبارة، بينما عارضها 66.4% بشدة، وهي من أعلى معدلات الرفض المرتفعة بين جميع العبارات، وتفسر هذه النتائج سبب لجوء المتسولين المحترفين مؤخرًا لطرق مختلفة ومنها: مقاطع الفيديو الدرامية، الصور المؤثرة، الوثائق المزيفة

بينما جاءت عبارة (أتعاطف مع منشورات المتسول التي تحتوي على مقاطع فيديو مؤثرة، دون التفكير في مصداقيتها) في الترتيب الأخير، مما يكشف عن تطور ملحوظ في الوعي الرقمي وتراجع كبير في تأثير المحتوى العاطفي الخالص؛ وهذه النتيجة تعكس تحولًا في سلوك المتلقي العربي الذي أصبح أكثر تشككًا وانتباهًا لمحاولات التلاعب النفسي عبر المنصات الاجتماعية، رغم أنها تظل تنذر بضرورة اليقظة تجاه الأساليب الأكثر تطورًا التي تدمج بين المحتوى المرئي المؤثر والأدلة المزيفة لخداع المشاهدين.

وتُبرز نتائج الجدول تحليلًا شاملاً لاستجابات الجمهور تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، حيث تكشف النتائج عن تناقض صارخ بين الوعي النظري والاستجابة العاطفية العملية.

فبينما تحتل العبارات المتعلقة بكشف التلاعب والمعلومات المضللة صدارة الترتيب (كالعبارة الأولى بمتوسط 2.69)، نجد أن العبارات التي تقيس التأثير العاطفي المباشر تحتل ذيل القائمة (كالعبارة الأخيرة بمتوسط 1.36)، فهذا التناقض يقدم رؤية ثاقبة لطبيعة التعامل مع المحتوى الرقمي، حيث يبدو الجمهور أكثر وعيًا بأساليب الخداع من ناحية، وأكثر عُرضة للانخداع عند مواجهة المحتوى العاطفي المؤثر من ناحية أخرى.

وبذلك تسلط النتائج الضوء على الحاجة الملحة لتطوير استراتيجيات توعوية متكاملة تركز على سد الفجوة بين المعرفة والممارسة، وتعزز المهارات الرقمية التي تمكن المستخدمين من تحويل وعيه النظري إلى حصانة عملية ضد مختلف أشكال التلاعب الإلكتروني.

### ثالثاً: نتائج اختبار فروض البحث

#### \* التحقق من الفرض الأول:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لظاهرة التسلُّول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وأنعكاسه على التلاعب النفسي لديهم.

جدول (28) يوضح معاملات الارتباط بين إدراك الجمهور لظاهرة التسلُّول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وأنعكاسه على التلاعب النفسي لديهم

التلاعب النفسي لديهم			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	**0.36	إدراك الجمهور لظاهرة التسلُّول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول: تحقق الفرض، حيث ثبت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لظاهرة التسلُّول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وأنعكاسه على التلاعب النفسي لديهم؛ مما يعني أنه كلما زاد إدراك الجمهور لظاهرة التسلُّول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي كلما انعكس ذلك على معدلات التلاعب النفسي لديهم.

ويرى الباحث أن ازدياد وعي الجمهور بمظاهر التسلُّول الإلكتروني على منصات التواصل ينعكس بوضوح على شعورهم بالتلاعب النفسي، سواء من خلال:

**الاستثارة العاطفية المفرطة** التي تستخدمها بعض الرسائل أو الحملات الإلكترونية.

**الضغط غير المباشر** على مشاعر التعاطف، والذنب، والإحساس بالمسؤولية الأخلاقية.

**استخدام تقنيات خادعة** في عرض القصص أو الصور لجذب التفاعل والدعم دون تحقق.

ويُحتمل أن هذه العلاقة تعكس حساسية المتلقي تجاه المحتوى الرقمي الإنساني، لا سيما إذا كان المستخدم يمتلك مستوى إدراكياً كافياً يسمح له بتمييز النوايا الحقيقية من المزيضة، إلا أنه رغم الإدراك، قد يستمر الشعور بالتأثر النفسي نتيجة التكرار والانغماس الوجداني.

ويتفق هذا مع ما توصلت إليه العديد من الدراسات السابقة حول العلاقة بين إدراك ظاهرة التسول الإلكتروني والتلاعب النفسي، فدراسة (محمود حلي وإيمان عبدالفتاح، 2025، ص70) أظهرت أن استراتيجيات التسول الإلكتروني تعتمد بشكل أساسي على استثارة المشاعر كالتعاطف والفضول، مما يتوافق مع مفهوم التلاعب النفسي الذي عرفته دراسة (Talishinsky, E, 2023, P146)، (بأنه «استغلال المشاعر لتحقيق أهداف غير معلنة»). كما أن دراسة (رانيا محمد، 2021، ص73) وجدت أن التعرض المستمر لمحتوى التسول الإلكتروني يؤدي إلى انخفاض الثقة الاجتماعية وزيادة القلق، وهي آثار نفسية تمثل جزءاً من تداعيات التلاعب النفسي وفق دراسة (غادة كامل، 2024، ص310).

، تتفق مع دراسة (Sa'ad, A, 2019, P99)، من أن تأثير التسول الإلكتروني يختلف باختلاف الخصائص الفردية، حيث إن بعض الأفراد أكثر عرضة للتأثر النفسي من غيرهم. كما تفسر دراسة (González, I, et al., 2022, P155)، هذه العلاقة من خلال آليات التلاعب النفسي التي تعتمد على استغلال نقاط الضعف العاطفية للأفراد، وهو ما يتجلى في محتوى التسول الإلكتروني الذي يحاول استدراج العطف من خلال قصص مأساوية غالباً ما تكون مبالغاً فيها أو غير صحيحة.

### \* التحقق من الفرض الثاني:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على مشاعرهم أو قراراتهم.

جدول (29) يوضح معاملات الارتباط بين إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على مشاعرهم أو قراراتهم

تأثيرها على مشاعرهم أو قراراتهم			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.01	0.45	إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على مشاعرهم أو قراراتهم. حيث أن قيمة معامل الارتباط (0.45) تدل على علاقة إيجابية متوسطة، ومستوى الدلالة (0.01) أقل من 0.05 مما يدل على أن العلاقة ذات دلالة إحصائية.

ويُفسر الباحث هذا بأن وعي الجمهور بوجود ظاهرة التسول الإلكتروني يجعلهم أكثر تأثراً بها، سواء على المستوى العاطفي أو عند اتخاذ قرارات معينة، قد يتجلى هذا التأثير في مشاعر الرفض أو الحذر أو حتى الدعم أحياناً، مما ينعكس على قراراتهم في التفاعل مع المحتوى أو المساعدة أو الرفض.

## المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (محمود حلمي وإيمان عبدالفتاح، 2025، ص70) حيث وجدت أن التعاطف والفضول الناتجين عن إدراك محتوى التسول، هما المحركان لقرارات التفاعل أو الرفض، كما أظهرت دراسة (رانيا محمد، 2021، ص65) أن التعرض المتكرر لمحتوى التسول يزيد القلق الاجتماعي ويضعف الثقة، مما يؤثر على القرارات الفردية كتجنب المساعدة المالية أو الإبلاغ عن الحسابات المشبوهة.

كما تتفق مع دراسة (أمل سمير، 2022، ص1767) التي كشفت إلى أن الأفراد ذوي الخلفية الشرعية أو القانونية أقل تأثراً بسبب قدرتهم على تحليل النوايا الخفية، دراسة (Sa'ad, A., 2019, P101)، التي ذكرت الأفراد الذين تعرضوا سابقاً للخداع الرقمي يطورون مناعة نفسية تقلل من تأثير التسول عليهم.

وتشير النتائج الحالية إلى أهمية العوامل السياقية في تعديل العلاقة بين الإدراك والتأثير، فدراسة (نادية القاضي، 2023، ص238) بينت أن القيم الدينية والثقافية يمكن أن تخفف من تأثير الإدراك على القرارات في بعض المجتمعات، كما أكدت دراسة (بدرية النقي وخالد دقاني، 2024، ص280) على دور مصدر المحتوى في تشكيل الاستجابة العاطفية للجمهور.

وفي ضوء هذه النتائج، تبرز الحاجة إلى تطوير استراتيجيات متكاملة لتعزيز الوعي النقدي لدى الجمهور، كما اقترحت دراسة (جواهر بنت صالح، 84، 2022)، حيث يمكن للإدراك المدعوم بالمعرفة والمهارات التحليلية أن يحول دون تحول المشاعر السلبية إلى قرارات غير رشيدة، وهذا يتطلب تعاوناً بين المؤسسات التربوية والإعلامية ومنصات التواصل الاجتماعي لتحقيق التوازن بين التوعية بالظاهرة وحماية الصحة النفسية للمستخدمين.

## \* التحقق من الفرض الثالث:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي ومدى ثقتهم في المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول (30) يوضح معاملات الارتباط بين إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي ومدى ثقتهم في المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي

ثقتهم في المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي			المتغيرات
نوع الدلالة	مستوى الدلالة	قيمة ر	
دال إحصائياً	0.015	0.042	إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي

يتبين من الجدول: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي ومدى ثقتهم في المحتوى المنشور، حيث تشير قيمة معامل الارتباط (0.42) إلى علاقة إيجابية متوسطة، ومستوى الدلالة (0.015) أقل من 0.05

مما يدل على دلالة إحصائية.

تشير النتائج إلى أن زيادة إدراك الجمهور لظاهرة التسؤل الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي ترتبط بزيادة ثقتهم في المحتوى المنشور. قد يعكس ذلك أن وعي الجمهور بهذه الظاهرة يدفعهم إلى تقييم المحتوى بشكل أكثر حذرًا وانتقائية، مما يعزز ثقتهم في المحتوى الموثوق ويدفعهم للابتعاد عن المحتوى المشكوك فيه.

وتعكس هذه العلاقة أهمية زيادة الوعي الرقمي كوسيلة لتعزيز الثقة في المحتوى الإلكتروني، مما يدعو إلى تطوير برامج تعليمية وتثقيفية لتحسين وعي الجمهور تجاه الظواهر الرقمية وتأثيراتها.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة (بدرية النقي وخالد دقاني، 2024، ص 235) التي أكدت أن الوعي بظواهر الاستغلال الإلكتروني يعزز الشك لدى المستخدمين تجاه المحتوى الرقمي، كما تدعمها دراسة (رانيا محمد، 2021، ص 62) التي وجدت أن التعرض المتكرر لمحتوى التسؤل يؤدي إلى انخفاض الثقة العامة في منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 37%.

من ناحية أخرى، تفسر دراسة (محمود حلمي وإيمان عبدالفتاح، 2025، ص 62) هذه العلاقة من خلال ما أسمته (تأثير التراكم المعرفي)، حيث أن تكرار إدراك المحتوى المشبوه ينمي مهارات التحقق لدى المستخدمين.

#### \* التحقق من الفرض الرابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الباحثين في مدى إدراكهم لظاهرة التسؤل الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغيرات (النوع، محل الإقامة).

جدول (31) يوضح دلالة الفروق بين الشباب الباحثين في مدى إدراكهم لظاهرة التسؤل الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع، محل الإقامة)

المتغيرات	ذكور		إناث		قيمة (ت)	نوع الدلالة	لصالح
	ع	م	ع	م			
إدراكهم لظاهرة التسؤل الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي	41.19	5.53	42.76	4.04	-4**	دال	الإناث
	ريف		حضر			نوع الدلالة	لصالح
	ع	م	ع	م			
	42.45	3.28	42.03	5.34	1.06	غير دال	—

يتضح من الجدول السابق:

أولاً: وجود فروق دالة إحصائية بين الباحثين في مدى إدراكهم لظاهرة التسؤل الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي حسب متغير (النوع) لصالح الإناث، ما يعني أن الإناث يتمتعن بدرجة وعي أعلى تجاه هذه الظاهرة مقارنة بالذكور.

- وقد يُعزى الباحث هذا التفوق في الإدراك لدى الإناث إلى مجموعة من العوامل، مثل:
- طبيعة التفاعل العاطفي والاجتماعي للإناث على مواقع التواصل.
  - انخراطهن في مجتمعات افتراضية تعزز من تبادل القصص والتجارب المرتبطة بالتسوّل الإلكتروني.
  - حرصهن على الحذر والتدقيق في المضمون الإنساني المعروض رقمياً.
- وتتفق هذه النتائج مع دراسة (هدى بنت مخلد، 2024، ص 4) التي كشفت أن الإناث أكثر وعياً بظواهر الاستغلال العاطفي على المنصات الرقمية بنسبة 23% مقارنة بالذكور، وهو ما عزته الدراسة إلى حساسية الإناث العاطفية وتفاعلهن الأكبر مع المحتوى الاجتماعي. كما تدعمها دراسة (Sa'ad, A., 2019, P99)، التي أظهرت أن الإناث يظهرن مستويات أعلى من الحذر الرقمي في التعامل مع المحتوى المشبوه.
- ثانياً:** لم يثبت وجود فروق دالة إحصائية المبحوثين في مدى إدراكهم لظاهرة التسوّل الإلكتروني بمواقع التّواصل الاجتماعيّ حسب متغير (محل الإقامة)، وهو ما يُشير إلى تقارب في مستويات الوعي الرقمي بين الفئتين، وربما يعود ذلك إلى:
- الانتشار الواسع لاستخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في كل من البيئات الحضرية والريفية.
  - تشابه مصادر تلقي المعلومات بين الشباب من مختلف المناطق الجغرافية، خصوصاً مع تقارب الأنماط الاستهلاكية للمحتوى الإلكتروني
- وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة (نادية القاضي، 2023، ص 237)، حيث لم تتوصل إلى اختلافات جوهرية بين سكان الريف والحضر في إدراك الظواهر الرقمية، مما يُشير إلى أن التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت قلص الفجوة الرقمية الجغرافية.

## \* التحقق من الفرض الخامس:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين في مدى ثقتهم في المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي عن التسول حسب متغيرات (النوع، محل الإقامة).

جدول (32) يوضح دلالة الفروق بين الشباب المبحوثين في مدى ثقتهم في المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي عن التسول حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع، محل الإقامة)

المتغيرات	ذكور		إناث		قيمة (ت)	نوع الدلالة	لصالح
	ع	م	ع	م			
ثقتهم في المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي عن التسول	ع	م	ع	م	0.221	نوع الدلالة	غير دال
	0.72	2.30	0.72	2.28			
ثقتهم في المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي عن التسول	ريف		حضر		1.06	نوع الدلالة	غير دال
	ع	م	ع	م			
	0.72	2.26	0.72	2.30			

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق دالة إحصائية المبحوثين في مدى ثقتهم في المحتوى المنشور على وسائل التواصل الاجتماعي عن التسول حسب المتغيرات الديموغرافية (النوع، محل الإقامة).

أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث ( $T=0.221$ )، أو بين سكان الريف والحضر ( $T=1.06$ )، في مستوى الثقة بالمحتوى المنشور حول التسول الإلكتروني، حيث تشير إلى الشكوك تجاه محتوى التسول الإلكتروني قد أصبحت سمة عامة تتجاوز الفروق الديموغرافية التقليدية، ويُعزى الباحث هذا إلى الوعي الجماعي المتنامٍ بطبيعة هذا المحتوى وطرق استغلاله، مما يعكس حالة من الحذر العام في التفاعل مع مثل هذه المنشورات، بغض النظر عن الخلفيات الاجتماعية أو النوعية للمبحوثين.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (محمود حلمي وإيمان عبدالفتاح، 2025، ص2) التي وجدت أن حملات التوعية المكثفة ضد التسول الإلكتروني ساهمت في خلق وعي جماعي متجانس بين مختلف شرائح المجتمع، كما تدعمها نتائج دراسة (نادية القاضي، 2023، ص237) التي أكدت تقلص الفجوات الرقمية بين المناطق الجغرافية المختلفة في التعامل مع المحتوى المشبوه.

من ناحية أخرى تختلف هذه النتائج مع دراسة (هدى بنت مخلد، 2024، ص4) التي أكدت وجود فروق في التعامل مع المحتوى، ويُمكن تفسير هذا التعارض من خلال عاملين: الأول: هو الانتشار الواسع لثقافة التحقق من المحتوى بين جميع المستخدمين، والثاني: هو تطور أساليب التسول الإلكتروني التي أصبحت أكثر تعقيداً وتؤثر على جميع الفئات بالتساوي.

وتؤكد النتائج على أهمية استمرار التوعية، التي لا تستثني أي فئة ديموغرافية، والتركيز على تطوير أدوات رقمية تساعد المستخدمين في تمييز المحتوى الاحتمالي.

## مناقشة نتائج البحث:

كشفت الدراسة عن مجموعة من النتائج الهامة التي توضح طبيعة إدراك الجمهور المصري لظاهرة التسول الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي وآثارها النفسية والاجتماعية، ومن أبرز هذه النتائج:

أظهرت النتائج أن 55.6% من المبحوثين لديهم معرفة متوسطة بظاهرة التسول الإلكتروني، وتشير هذه النتيجة إلى أن أكثر من نصف المبحوثين يمتلكون إدراكاً غير كافٍ بآليات التسول الإلكتروني، مما يعكس ضعف التوعية المنظمة بالظاهرة.

تعرض 55.6% من العينة لمحتوى التسول الإلكتروني، خاصة على منصتي تيك توك (68.9%) وفيسبوك (66.2%)، وتعكس هذه النتيجة هيمنة المنصات المرئية والقابلة للمشاركة السريعة في نشر محتوى التسول، كما أكدت دراسة (محمود حلبي وإيمان عبدالفتاح، 2025، ص) أن خوارزميات هذه المنصات تُعزز المحتوى العاطفي لزيادة التفاعل.

صنف 69.5% من المشاركين عرض الحالات المرضية على أنه الأسلوب الأكثر تأثيراً في استدراج التعاطف، تكشف هذه النتيجة عن استغلال المشاعر الإنسانية عبر توظيف المعاناة الصحية، وهو ما اتفق مع دراسة (أمل سمير، 2022، ص 1766) كأبرز أدوات التلاعب النفسي في التسول الإلكتروني.

أكد 64.9% من المبحوثين أن المتسولين الإلكترونيين يستغلون المشاعر الإنسانية، تؤكد النتائج أن المتسولين يتبنون استراتيجيات ممنهجة لاستثارة التعاطف، وهو ما يتوافق مع تحذيرات دراسة (بدرية النقي وخالد دقاني، 2024، ص 234) من تحويل المنصات إلى فضاء للاستغلال العاطفي.

أقر 45% بأن الظاهرة أضعفت ثقتهم في المحتوى المنشور على وسائل التواصل، تعكس النتائج تراجع المصداقية الرقمية، وهو ما دعمته دراسة (رانيا محمد، 2021) التي ربطت بين انتشار التسول الإلكتروني وتآكل الثقة بالمحتوى الاجتماعي.

أشار 53.6% إلى أن الظاهرة تعزز الشعور بالشك وعدم الثقة في الآخرين، تُظهر النتائج أن الظاهرة تُؤد آثاراً نفسية جماعية تتجاوز الضرر المادي، كما حذرت دراسة (غادة كامل، 2024، ص 223) من تحول الشك إلى أزمة ثقة مجتمعية.

لاحظ 55% من المشاركين تأثيراً سلبياً للظاهرة على الصحة النفسية للمتابعين، وتتفق مع نتائج دراسة (Sa'ad, A., 2019, 99) التي وجدت أن التعرض المتكرر لمحتوى استغلالي يزيد القلق والاكتئاب لدى المتابعين.

أفاد 45.7% بأن الظاهرة أثرت على ثقتهم في المؤسسات الخيرية والمنظمات الإنسانية، تُبرز النتائج تداعيات غير مباشرة تتمثل في إضعاف الثقة في المؤسسات الرسمية، وهو ما أكدته دراسة (جواهر بنت صالح، 2022، ص 83) في السياق السعودي.

أقر 18.5% من العينة بتقديم مساعدة مالية نتيجة لمحتوى تسول إلكتروني، وتظهر النتائج أنه رغم وعي الجمهور بالظاهرة، تُظهر هذه النتيجة نجاح أساليب التلاعب النفسي في تحريك السلوك.

أظهر 29.1% من المبحوثين اعتقاداً بأن الآخرين أكثر تأثراً بالتسول الإلكتروني منهم، وهي إبراز لتأثير نظرية الشخص الثالث، حيث يبالغ الأفراد في تقدير تأثير الظاهرة على الآخرين، كما اتفقت مع دراسة. (Posner, E., 2015, P700)

أفاد 37.7% بأنهم أكثر وعياً بأساليب التلاعب النفسي مقارنة بالآخرين، وتبرز النتائج نظرية تأثير الشخص الثالث، حيث يبالغ الأفراد في تقدير مناعتهم النفسية، وهو يُعد تحيز سلوكي.

كشفت النتائج عن وجود فجوة بين الإدراك النظري للظاهرة والتأثر العاطفي العملي.

سجلت الإناث مستوى إدراك أعلى من الذكور (متوسط 42.76 مقابل 41.19)، تُؤكد نتائج الدراسة حساسية الإناث للمحتوى العاطفي، وارتباطها بزيادة الوعي النقدي لديهن.

لم تظهر فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الإدراك حسب محل الإقامة، حيث تعكس النتائج تشابه التجربة الرقمية، كما أوضحت دراسة (نادية القاضي، 2023، ص 236) نتيجة اختراق المنصات للحواجز المكانية.

لم توجد فروق معنوية في درجة الثقة بالمحتوى بين الجنسين أو الجغرافية، حيث تعكس النتائج تشابه التجربة الرقمية.

وتشير تلك النتائج على تعدد أبعاد ظاهرة التسول الإلكتروني النفسية والاجتماعية، كما تبرز الحاجة إلى تطوير استراتيجيات متكاملة تشمل الجوانب التشريعية والتوعوية والتقنية للتعامل مع هذه الظاهرة والحد من آثارها السلبية على الأفراد والمجتمع، ومواجهتها أمنياً وتوعويًا.

### مقترحات البحث:

من خلال نتائج البحث توصل الباحث إلى عدد من المقترحات كما يلي:

- تعزيز الوعي المجتمعي بمخاطر التسول الإلكتروني من خلال حملات توعوية على وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، مع التركيز على كيفية اكتشاف المحتوى المُضلل والتحقق من مصداقيته.
- خطة عمل واقعية للمجتمع وصناع القرار، مثل: تعاون بين وزارة الاتصالات ووزارة التضامن الاجتماعي في اطلاق حملات توعية ومراقبة المحتوى باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- إدراج التربية الإعلامية والرقمية في المناهج التعليمية لتنمية مهارات التحليل النقدي لدى الطلاب، وتمكينهم من التعامل الآمن مع المحتوى الإلكتروني.

- توعية المستخدمين بآليات التلاعب النفسي التي يستخدمها المتسولون الإلكترونيون، مثل استغلال العواطف وإثارة الشعور بالذنب.
- تعزيز القوانين الرقمية وتجريم التسول الإلكتروني في التشريعات المحلية، مع فرض عقوبات رادعة على من ينشرون محتوى احتياليًا.
- تعاون الحكومات مع منصات التواصل الاجتماعي لمراقبة الحسابات المشبوهة وإزالة المحتوى المخادع، مع تطوير أنظمة ذكاء اصطناعي لاكتشاف الاحتيال.
- إنشاء منصات رسمية موثوقة لجمع التبرعات، بحيث تكون خاضعة للرقابة الحكومية، مما قد يُقلل من انتشار الحملات الوهمية.
- تعزيز الشراكات بين الجهات الحكومية ومنظمات المجتمع المدني لرصد الظاهرة ووضع استراتيجيات فعالة للحد منها.

## هوامش الدراسة:

### أولاً: العربية

أمل سمير(2022). موقفُ الشريعة الإسلامية والتشريع الإماراتي من ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني-دراسة مقارنة ومقاربة، **مجلة البحوث الفقهية والقانونية**، كلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، **39(39)**، 1765-1819.

بدرية النقي، خالد دقاني(2024). أحكام التجريم والجزاء لجريمة التسول الإلكتروني في التشريع الإماراتي: دراسة مقارنة، **مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية**، جامعة الشارقة، **21(3)**، 234-288.

بلعسلي ويزة(2020). تجريم التسول باستغلال الأطفال في التشريع الجزائري، **مجلة العلوم الإنسانية**، جامعة الأخوة منتوري قسنطينة، **31(4)**، 112 \_ 200.

جواهر بنت صالح(2022). واقع التسول الإلكتروني في المملكة العربية السعودية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي: توتير نموذجًا، **مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية**، جامعة السلطان قابوس، **13(2)**، 83\_90.

رانيا محمد(2021). التسول الإلكتروني وتأثيره الاجتماعي والاقتصادي على المجتمع الأردني من وجهة نظر عينة من مستخدمي الفيس بوك، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، **4(2)**، 60-76.

رحاب حسام، مائدة مردان(2020). التلاعب النفسي لدى المدمنين وأقربائهم غير المدمنين، **مجلة أبحاث البصرة للعلوم الإنسانية**، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة البصرة، **4(45)**، 275-298.

غادة كامل(2024). مستوى التلاعب النفسي وعلاقته ببعض المشكلات السلوكية لدى أطفال الروضة من وجهة نظر معلماتهم، **مجلة التربية وثقافة الطفل كلية التربية للطفولة المبكرة**، كلية التربية، جامعة المنيا، **31(2)**، 223\_311.

لى إبراهيم(2024). الضلال في التلاعب النفسي، لبنان.

محمد أحمد، مصطفى أحمد، صادق عطية(2022). التسول الإلكتروني بين التجريم والإباحة: دراسة تحليلية مقارنة بين أحكام الشريعة الإسلامية والقانون الفلسطيني، **رسالة ماجستير غير منشورة**، الجامعة الإسلامية، غزة.

محمود حلمي، إيمان عبدالفتاح(2025). استراتيجيات التسول الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على استجابات الجمهور: بالتطبيق على منصة تيك توك، **المجلة العلمية بكلية الآداب**، جامعة طنطا، **59(3)**، 78\_1.

ميكائيل رشيد(2022). التسول الإلكتروني أسبابه وآثاره وفق الشريعة الإسلامية: دراسة ميدانية في محافظة دهوك إقليم كردستان العراق، **مجلة العلوم الأساسية**، كلية التربية الأساسية، جامعة واسط، **11(1)**، 311-338.

- نادية القاضي(2023). التسول الإلكتروني في الجزائر بين استقطاب التضامن الاجتماعي ومؤشرات الاحتيال الافتراضي: دراسة تحليلية لأراء عينة من رواد مواقع التواصل الاجتماعي بولاية تيزي وزو، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، المؤسسة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، (2) 9، 236\_254.
- هدى بنت مخلد (2024). التسول الإلكتروني وتأثيره على الأمن الاجتماعي في المجتمع السعودي دراسة تطبيقية تحليلية على التسول الإلكتروني من وجهة نظر مستخدمي التيك توك، **مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية**، الجمعية العامة العربية للتنمية البشرية والبيئية، (18) 2، 48-3.

### ثانيًا: الأجنبية

- Bowling,O.(2018). Strategies to address begging: local, national, and international perspective, *Masters Unpublished. University of leeds*, [https://www.academia.edu/37882557/Strategies\\_to\\_address\\_begging\\_local\\_national\\_and\\_international\\_perspectives](https://www.academia.edu/37882557/Strategies_to_address_begging_local_national_and_international_perspectives).
- Chung,M.,& Wihbey,J. (2024). Social media regulation, third-person effect, and public views: A comparative study of the United States, the United Kingdom, South Korea, and Mexico, *New Media & Society*, 26(8), 4534-4553, <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14614448221122996>.
- Davronjon.M. (2023). ATTITUDES TO PSYCHOLOGICAL MANIPULATION IN SOCIETY AND ITS PLACE IN HUMAN LIFE, *Science and innovation.*, (2) 5, 184-190, <https://scientists.uz/view?id=4586>.
- Fogarty,J. (2014). *Emotional Manipulation: Understanding Manipulators and Helping Their Victims Cross Country Education*,(P.211), ebsco, <https://www.ebsco.com/research-starters/health-and-medicine/psychological-manipulation>.
- González,I.,& Moyano,M.& Lobato,R.& Trujillo,H. (2022). Evidence of psychological manipulation in the process of violent radicalization: An investigation of the 17-A cell. *Frontiers in psychiatry*, (13)3, 113-177, <https://www.frontiersin.org/journals/psychiatry/articles/10.3389/fpsy.2022.789051/full>.
- Hee,D & Kyo,J.(2011). Alcohol Product Placements and the Third Person Effect. *Television & New Media*, 12(5), 412-440,<https://journals.sagepub.com/home/tvn>.
- <https://archive.org/details/insheepsclathing0000simo>.
- Jelinek, J. (2022). *Emotional manipulation: what it is and how to deal with it Psychological Center*:(P121), frontiersin, [hps://psychcentral.com/health/signs-of-psychological-and-emotiona](https://psychcentral.com/health/signs-of-psychological-and-emotiona).
- Johnson,V., Nadal,K., Sissoko,G., King,R, (2021). The Snot in Your Head: Gasting, Silencing, *Health Psychology*. Viewpoints on. 16(5), 1024-1036 Note://doi.org/10.1177/17456916211011963.
- Khan,K., Fahad,S. (2020), Begging Negative Impact on the World Community. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3530070> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3530070>
- Posner,E. (2015). The Law, Economics, and Psychology of Manipulation. *University of Chicago Coase-Sandor Institute for Law & Economics Research Paper*; 700-726., <https://>

- chicagounbound.uchicago.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2420&context=law\_and\_economics.
- Rizkhan,A., Madani,T.(2024). Sociological and Social Policy Review Of The Cyberspace Begging Phenomenon, *Interdisciplinary Explorations in Research Journal*, (2)2, 621-630, <https://shariajournal.com/index.php/IERJ/article/view/518>.
- Sa'ad,A.(2019). Psycho-social determinants of street beggars: A comparative study in Jordan, *Journal of Content, Community & Communication*, 10(5), 96-113, <https://www.amity.edu/gurugram/jccc/index.html>.
- Sarkis,S. (2018). Shedding Light on the Puzzle Recognizing Manipulative and Emotionally Abusive People and Breaking,(P83), Da Cano L Efflong Books Free, <https://dokumen.pub/gaslighting-recognize-manipulative-and-emotionally-abusive-people-and-break-free-h-1535091.html>.
- Simon,G. & Foley,K. (2011). In sheep's clothing: Understanding and dealing with manipulative people (p. 176), Tantor Media, Incorporated,
- Talishinsky,E.(2023). La manipulación como una forma de guerra informativa-psicológica. *Universidad y Sociedad* , (15)5, 143-150, <https://rus.ucf.edu/cu/>.
- Tukachinsky,R.(2014). Experimental manipulation of psychological involvement with media. *Communication methods and measures* (8).1: 1-33, [https://www.researchgate.net/publication/262889072\\_Experimental\\_Manipulation\\_of\\_Psychological\\_Involvement\\_with\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/262889072_Experimental_Manipulation_of_Psychological_Involvement_with_Media).

### قائمة المحكمين:

- أ.د/ ثروت كامل فتحي، أستاذ الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة.
- أ.د/ خيرى أحمد حسين، أستاذ الصحة النفسية وعميد كلية التربية، جامعة أسوان.
- أ.د/ عادل محمد الصادق، أستاذ ورئيس قسم الصحة النفسية، كلية التربية، جامعة أسوان.
- أ.د/ محمود عبد العاطي، أستاذ الإعلام، بكلية الإعلام جامعة الأزهر
- أ.د/ هالة أحمد نوفل، أستاذ الإعلام، كلية الإعلام جامعة جنوب الوادي.