

أثر ظاهرة التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية دراسة ميدانية

إعداد الطالب/

خالد عبد الرحمن النويس

الرقم الأكاديمي/

إشراف/

د. مهيتاب الرفاعي

العام الدراسي:

2026

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المستخلص

هدفت دراسة إلى التعرف على أثر ظاهرة التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية، الكشف عن تحليل طبيعة العلاقة بين التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني وخصائصه الاتصالية وبين السلوك العام، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع مستخدمي المنصات الرقمية في المجتمعات العربية، واشتملت عينة الدراسة على (121) مفردة، واستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي منهجاً للدراسة، واستعان بالاستبانة كأداة للدراسة، وقد توصل الباحث للعديد من النتائج أهمها وجود تأثير إيجابي لظاهرة التسول الإلكتروني على السلوك العام في المجتمعات العربية، ووجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية بين التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية والسلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، وقد أوصت الدراسة بضرورة نشر الوعي وسن القوانين ورقابة قوية للحد من التسول الإلكتروني، وتوجيه الأفراد للاستخدام الواعي للمنصات الرقمية.

الكلمات المفتاحية: التسول الإلكتروني - المنصات الرقمية - السلوك العام - المجتمعات العربية.

Abstract

This study aimed to identify the impact of the phenomenon of online begging on digital platforms on public behavior in Arab societies. It sought to reveal and analyze the nature of the relationship between exposure to online begging content and its communicative characteristics and public behavior. The study population consisted of all users of digital platforms in Arab societies, and the study sample included (121) individuals. The researcher used the descriptive analytical method as the methodology of the study and used the questionnaire as the data collection tool. The researcher reached several results, the most important of which was the existence of a positive impact of the phenomenon of online begging on public behavior in Arab societies, and the existence of a statistically significant positive correlation between online begging on digital platforms and public behavior towards the phenomenon of online begging. The study recommended the necessity of raising awareness, enacting laws, and implementing strong oversight to reduce online begging, and guiding individuals towards the conscious use of digital platforms.

Keywords: Online begging - Digital platforms - Public behavior - Arab societies.

فهرس المحتويات

المستخلص	2
Abstract	3
فهرس المحتويات	4
فهرس الجداول	9
فهرس الأشكال	11
الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	1
1.1 مقدمة:	1
2.1 مشكلة الدراسة:	2
3.1 تساؤلات الدراسة	3
4.1 أهمية الدراسة:	3
1.4.1 أولاً: الأهمية العلمية	3
1.4.2 ثانياً: الأهمية التطبيقية	4
5.1 أهداف الدراسة:	4
6.1 فرضيات الدراسة:	5
الشكل (1) نموذج الدراسة	6
7.1 الدراسات السابقة:	6
1.7.1 أولاً: الدراسات العربية	6
1.7.2 ثانياً: الدراسات الأجنبية	8
1.7.3 التعليق على الدراسات السابقة	9
1.7.4 الفجوة البحثية	9
8.1 المنطلقات النظرية للدراسة:	10
1.8.1 أولاً: نظرية السلوك المخطط (Theory of Planned Behavior)	10
1.8.2 ثانياً: نظرية تأثير الشخص الثالث (Third-Person Effect)	11
1.8.3 ثالثاً: منطق المنصات واقتصاد الانتباه	11
9.1 النموذج المفاهيمي المقترح للدراسة	12
10.1 المنهجية وطرق البحث:	12
1.10.1 مجتمع الدراسة	12
1.10.2 عينة الدراسة وطريقة اختيارها	12
11.1 متغيرات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية	13
12.1 إجراءات جمع البيانات	13
13.1 الصدق والثبات	13

13	14.1 أساليب تحليل البيانات.....
14	15.1 أدوات الدراسة:.....
14	16.1 حدود الدراسة:.....
15	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة.....
15	أولاً: الإطار النظري.....
15	2.1 المحور الأول: التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية.....
15	2.1.1 تمهيد:.....
16	2.1.2 ماهية التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية:.....
17	2.1.3 عناصر التَّسَوُّل الإلكتروني:.....
19	2.1.4 أنماط التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية:.....
20	2.1.5 الآثار الفردية والاجتماعية للتَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية:.....
21	2.1.6 خصائص التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية:.....
22	2.1.7 سمات المحتوى الرقمي الاحتياطي:.....
22	2.1.8 الوساطة الرقمية:.....
26	2.1.9 أساليب مواجهة التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية:.....
28	2.2 المحور الثاني: السلوك العام الرقمي.....
28	2.2.1 تمهيد:.....
28	2.2.2 تعريف السلوك العام الرقمي:.....
29	2.2.3 مؤشرات السلوك العام الرقمي تجاه التَّسَوُّل الإلكتروني:.....
33	2.2.4 العوامل المؤثرة على الثقة العامة في المحتوى الرقمي:.....
34	2.2.5 أنماط التفاعل مع المحتويات الرقمية الاحتياطية:.....
35	2.2.6 أساليب إدراك المحتويات الرقمية الاحتياطية:.....
38	2.3 المحور الثالث: التَّسَوُّل الإلكتروني الرقمي والسلوك العام في المجتمعات العربية والنظريات المفسرة.....
38	2.3.1 تمهيد:.....
38	2.3.2 أثر التَّسَوُّل الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية: ...
40	2.3.3 مدى انتشار التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية في المجتمعات العربية:.....
41	2.3.4 مستوى السلوك العام تجاه التَّسَوُّل الإلكتروني "الاستجابة، والرفض، والثقة، والحكم القيمي" في المجتمعات العربية:.....
42	2.3.5 العلاقة بين التعرُّض للتَّسَوُّل الإلكتروني والسلوك العام في المجتمعات العربية:.....
44	2.3.6 النظريات المفسرة:.....
48	ثانياً: الدراسات السابقة:.....
48	2.4 الدراسات العربية:.....

53.....	2.5 الدراسات الأجنبية:
58	2.6 التعليق على الدراسات السابقة:
61.....	الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة
61	3.1 تمهيد:
61	3.2 منهج الدراسة:
61	3.3 مجتمع وعينة الدراسة:
62	3.4 خصائص عينة الدراسة:
62.....	الجدول رقم (1-3) توزيع أفراد العينة حسب الجنس
62.....	الشكل رقم (1-3) توزيع أفراد العينة حسب الجنس
63.....	الجدول رقم (2-3) توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية
63.....	الشكل رقم (2-3) توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية
63.....	الجدول رقم (3-3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي
64.....	الشكل رقم (3-3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي
64.....	الجدول رقم (4-3) توزيع أفراد العينة حسب بلد الإقامة
64.....	الشكل رقم (4-3) توزيع أفراد العينة حسب بلد الإقامة
65.....	الجدول رقم (5-3) توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً
65.....	الشكل رقم (5-3) توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً
66.....	الجدول رقم (6-3) توزيع أفراد العينة حسب المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك
66.....	الشكل رقم (6-3) توزيع أفراد العينة حسب المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك
66	3.5 أداة الدراسة وإجراءات التأكد من خصائصها السيكمترية:
67.....	3.5.1 وصف أداة الدراسة (الاستبانة):
67.....	الجدول رقم (7-3) يوضح المعلومات الديموغرافية للاستبانة
68.....	3.5.2 صدق الأداة وثباتها:
70.....	الجدول رقم (8-3) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة في المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية
71.....	الجدول رقم (9-3) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والمتوسط العام للمحور الأول:
71.....	الجدول رقم (10-3) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة في المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني
72.....	الجدول رقم (11-3) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والمتوسط العام للمحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني
73.....	الجدول رقم (12-3) معاملات ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المحور الأول والمتوسط العام للمحور الأول بالاستبانة
73.....	الجدول رقم (13-3) معاملات ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المحور الثاني والمتوسط العام للمحور الثاني بالاستبانة
74	3.6 الأساليب الإحصائية:
75.....	الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها
75	4.1 معيار الحكم على النتائج:
75.....	جدول (1-4) معيار الحكم على استجابات فقرات الاستبانة حسب مدى المتوسط الحسابي

4.2 أسئلة الدراسة..... 76

- الجدول رقم (2-4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة لأبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية..... 76
- الشكل رقم (1-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول أبعاد التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية.. 76
- الجدول رقم (3-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الأول: الإلحاح..... 78
- الشكل رقم (2-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الأول: الإلحاح..... 78
- الجدول رقم (4-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثاني: السرد العاطفي..... 80
- الشكل رقم (3-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثاني: السرد العاطفي..... 80
- الجدول رقم (5-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية..... 82
- الشكل رقم (4-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية..... 82
- الجدول رقم (6-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الرابع: البث المباشر..... 84
- الشكل رقم (5-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الرابع: البث المباشر..... 84
- الجدول رقم (7-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الخامس: طلب التحويل..... 86
- الشكل رقم (6-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الخامس: طلب التحويل..... 86
- الجدول رقم (8-4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني..... 87
- الشكل رقم (7-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول أبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني..... 88
- الجدول رقم (9-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الأول: الاستجابة..... 89
- الشكل رقم (8-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الأول: الاستجابة..... 90
- الجدول رقم (10-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ..... 91
- الشكل رقم (9-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ..... 91
- الجدول رقم (11-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي..... 93
- الشكل رقم (10-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي..... 93
- الجدول رقم (12-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة..... 94
- الشكل رقم (11-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة..... 95
- الجدول رقم (13-4) معامل ارتباط بيرسون بين تطبيق التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، والسلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني..... 96
- الجدول رقم (14-4) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وقيم (ت)، لدلالة الفروق بين آراء أفراد العينة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير الجنس..... 98

الجدول رقم (4-15) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي	100
الجدول رقم (4-16) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير بلد الإقامة	101
الجدول رقم (4-17) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك	102
الجدول رقم (4-18) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً	103
الجدول رقم (4-19) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وقيم (ت)، لدلالة الفروق بين آراء أفراد العينة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير الجنس	105
الجدول رقم (4-20) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير الفئة العمرية	106
الجدول رقم (4-21) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير المستوى التعليمي	107
الجدول رقم (4-22) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير بلد الإقامة	108
الجدول رقم (4-23) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً	109
الجدول رقم (4-24) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك	110
الفصل الخامس: ملخص نتائج الدراسة والتوصيات والمقترحات	112
5.1 ملخص نتائج أسئلة الدراسة	112
5.2 توصيات الدراسة:	113
5.3 مقترحات الدراسة: عمل دراسات مستقبلية عن:	114
قائمة المراجع	115
أولاً: المراجع العربية:	115
ثانياً: المراجع الأجنبية:	121
الملاحق	126
ملحق (1) الاستبانة	126

فهرس الجداول

الجدول رقم (1-3) توزيع أفراد العينة حسب الجنس	62
الجدول رقم (2-3) توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية.....	63
الجدول رقم (3-3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	63
الجدول رقم (4-3) توزيع أفراد العينة حسب بلد الإقامة	64
الجدول رقم (5-3) توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً	65
الجدول رقم (6-3) توزيع أفراد العينة حسب المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك.....	66
الجدول رقم (7-3) يوضح المعلومات الديموغرافية للاستبانة.....	67
الجدول رقم (8-3) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة في المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية.....	70
الجدول رقم (9-3) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والمتوسط العام للمحور الأول:	71
الجدول رقم (10-3) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة في المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني.....	71
الجدول رقم (11-3) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والمتوسط العام للمحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني	72
الجدول رقم (12-3) معاملات ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المحور الأول والمتوسط العام للمحور الأول بالاستبانة	73
الجدول رقم (13-3) معاملات ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المحور الثاني والمتوسط العام للمحور الثاني بالاستبانة.....	73
جدول (1-4) معيار الحكم على استجابات فقرات الاستبانة حسب مدى المتوسط الحسابي	75
الجدول رقم (2-4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة لأبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية	76
الجدول رقم (3-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الأول: الإلحاح	78
الجدول رقم (4-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثاني: السرد العاطفي.....	80
الجدول رقم (5-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية	82
الجدول رقم (6-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الرابع: البث المباشر	84
الجدول رقم (7-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الخامس: طلب التحويل	86
الجدول رقم (8-4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني.....	87
الجدول رقم (9-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الأول: الاستجابة	89

الجدول رقم (4-10) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ	91
الجدول رقم (4-11) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي	93
الجدول رقم (4-12) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة.....	94
الجدول رقم (4-13) معامل ارتباط بيرسون بين تطبيق التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، والسلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني	96
الجدول رقم (4-14) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وقيم (ت)، لدلالة الفروق بين آراء أفراد العينة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير الجنس	98
الجدول رقم (4-15) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي	100
الجدول رقم (4-16) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير بلد الإقامة	101
الجدول رقم (4-17) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك	102
الجدول رقم (4-18) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً	103
الجدول رقم (4-19) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وقيم (ت)، لدلالة الفروق بين آراء أفراد العينة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير الجنس	105
الجدول رقم (4-20) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير الفئة العمرية	106
الجدول رقم (4-21) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير المستوى التعليمي	107
الجدول رقم (4-22) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير بلد الإقامة	108
الجدول رقم (4-23) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً	109
الجدول رقم (4-24) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك	110

فهرس الأشكال

6	الشكل (1) نموذج الدراسة.....
62	الشكل رقم (1-3) توزيع أفراد العينة حسب الجنس.....
63	الشكل رقم (2-3) توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية.....
64	الشكل رقم (3-3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.....
64	الشكل رقم (4-3) توزيع أفراد العينة حسب بلد الإقامة.....
65	الشكل رقم (5-3) توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً.....
66	الشكل رقم (6-3) توزيع أفراد العينة حسب المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك.....
76	الشكل رقم (1-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول أبعاد التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية.....
78	الشكل رقم (2-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الأول: الإلحاح.....
80	الشكل رقم (3-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثاني: السرد العاطفي.....
82	الشكل رقم (4-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية ...
84	الشكل رقم (5-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الرابع: البث المباشر.....
86	الشكل رقم (6-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الخامس: طلب التحويل.....
86	الشكل رقم (7-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول أبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني.....
90	الشكل رقم (8-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الأول: الاستجابة.....
91	الشكل رقم (9-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ..
93	الشكل رقم (10-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي.....
95	الشكل رقم (11-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة:

تُعَدُّ التحوّلات الرقمية المتسارعة من أبرز سمات العقد الأخير في المجتمعات العربية ، إذ لم تعد التقنيات الرقمية أدواتٍ مساعدة فحسب ، بل أصبحت بيئةً اجتماعيةً تُنتِج أنماطاً جديدة للتواصل والتأثير وصناعة الرأي العام ، وتعيد تشكيل العلاقة بين الأفراد والمؤسسات والقيم السائدة ، وفي هذا السياق يبرز أن التحول الرقمي يُحدث آثاراً مركّبة على البنى الاجتماعية والاقتصادية ، ويُعيد ترتيب أولويات الفاعلين الاجتماعيين وحدود الفعل المقبول ، كما يوسّع نطاق “الفضاء العام” ليشمل المنصات الرقمية بوصفها مجالاً للتفاعل والتفاوض القيمي. (اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا [الإسكوا]، 2022).

ومع اتساع هذا الفضاء انتقلت ممارسات اجتماعية تقليدية إلى المنصات الرقمية ، ليس على هيئة نقلٍ آلي بل عبر إعادة تشكيلها وفق منطق المنصة القائم على سرعة الانتشار واقتصاد الانتباه والخوارزميات وقياسات التفاعل ، وبذلك يصبح السلوك الاجتماعي معروضاً وقابلًا للتداول والتقييم الجماعي ، وتتحول الاستجابات العامة—تعاطفاً أو رفضاً أو تشكيكاً—إلى جزء من “ديناميكية السلوك العام” داخل المجتمع الرقمي ، ومن هنا تتشكل بيئة تسمح بتكاثر أنماط سلوكية جديدة أو مُهجنة تجمع بين الحاجة الواقعية وأدوات العرض والإقناع الرقمي .

ومن بين هذه الظواهر تبرز ظاهرة التسوّل الإلكتروني بوصفها ممارسة تستهدف استدرار المساعدة أو طلب المال عبر شبكات التواصل ، من خلال سرد أحداث مؤثرة ونداءات عاجلة واقتباسات دينية/إنسانية ، وأحياناً أساليب احتيال ، وقد رصدت دراسة الخمشي (2022) واقع التسول الإلكتروني في السعودية عبر “تويتر” موضحةً أن التفاعل (الرد وإعادة التغريد والإعجاب) يُعَدُّ من العوامل الداعمة لانتشار الظاهرة ، وفي سياق عربي آخر خلصت دراسة الهشلمون (2021) إلى أن التسول الإلكتروني يُضعف الثقة بالمحتاج الحقيقي ويُقلّل التكافل الاجتماعي ، بما يعكس أثره على النسق القيمي والسلوك الجمعي ، كما تناولت دراسة حمدان (2024) الظاهرة عبر البث المباشر في “تيك توك” مبيّنةً كيف تُعيد آليات التفاعل اللحظي والهدايا الرقمية إنتاج الطلب في صورة أداء اجتماعي قابل للتكرار .

وعلى الرغم من تنامي الاهتمام برصد الظاهرة تظل الحاجة قائمة إلى دراسة ميدانية تربط بصورة منهجية بين التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وبين تحولات السلوك العام في المجتمعات العربية (كالاستجابة والتعاطف والثقة والحكم القيمي) بما يفسّر كيف تسهم خصائص المنصات في إعادة تشكيل معايير القبول والرفض تجاه هذا السلوك، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى معالجته.

2.1 مشكلة الدراسة:

أفضت الرقمنة المتسارعة في المحيط العربي إلى توسيع الفضاء العام ليشمل المنصات الرقمية بوصفها ساحةً للتفاعل الاجتماعي وصناعة المعاني وتداول القيم، الأمر الذي أعاد تشكيل أنماط سلوكية كانت تُمارس في الواقع ضمن حدودٍ محلية ورقابية واجتماعية واضحة. وفي هذا السياق برزت ظاهرة التسول الإلكتروني كأحد ظواهر “الانتقال السلوكي” من المجال التقليدي إلى المجال الرقمي، حيث تُمارس عبر حسابات ومنشورات ورسائل وبنوثة ، وتُدعمُ بأدوات تأثير وإقناع عاطفي ورمزي تستثمر التفاعل والانتشار السريع لتوسيع دائرة الاستجابة العامة، ويشير تحليل لغوي حديث لرسائل التسول الإلكتروني إلى توظيف استراتيجيات خطابية تُعلي من الاستعطاف وتُحاكي الضمير الجمعي بما يجعل المتلقي عرضةً للتأثر والاندفاع ، ويحوّل الطلب الفردي إلى خطابٍ مُقنعٍ موجّه للجمهور .

وتُفاقم خصائص البيئة الرقمية - خاصةً سهولة إخفاء الهوية وتعدد الحسابات والقدرة على إعادة تدوير القصص - إشكالات الموثوقية وفتح مجال الاستغلال والاحتيال بما ينعكس على السلوك العام في المجتمع الرقمي. فقد خلصت دراسة قانونية-اجتماعية منشورة في مجلة جامعة النجاح إلى أن التسول الإلكتروني يُعد شكلاً متنامياً من الاستغلال ، وأن غياب النصوص القانونية المتخصصة أو قصورها في بعض السياقات يحدّ من فعالية المواجهة بما يترك أثراً اجتماعية سلبية ويصعب ضبط الظاهرة والحدّ من امتداداتها.

وقد قدّمت دراسة ميدانية عربية حول أسباب التسول الإلكتروني وآثاره مؤشرات على أن الظاهرة لا تقتصر على طلب المال فحسب ، بل تُنتج أثراً قيميّة وسلوكية سلبية داخل المجتمع من منظور المشاركين، ما يعزز ضرورة فحص انعكاساتها على “السلوك العام” بما في ذلك الثقة الاجتماعية ومعايير الاستجابة للمحتوى الإنساني وحدود القبول أو الرفض لهذا النمط من الممارسات .

وعليه تتمثل المشكلة البحثية في أن الدراسات العربية الحديثة تميل غالباً إلى معالجة الظاهرة من زاوية قانونية/إدارية ، بينما لا يزال الربط الميداني المنهجي بين التعرض للتسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وبين مؤشرات السلوك العام في المجتمعات العربية (كالاستجابة والتعاطف والثقة والاستعداد للمساعدة) بحاجة إلى تدقيقٍ وقياسٍ ميداني يحدد طبيعة الأثر وآلياته.

وبناءً على ذلك تُصاغ مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: ما أثر ظاهرة التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية وما العوامل/الآليات المرتبطة بطبيعة المنصات وأنماط الخطاب والتفاعل التي تفسّر هذا الأثر؟

3.1 تساؤلات الدراسة

- التساؤل الرئيس ما أثر ظاهرة التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية؟

التساؤلات الفرعية

1. ما مستوى تعرض أفراد العينة لمحتوى التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، وما درجة إدراكهم لخصائصه الاتصالية؟
2. ما مستوى السلوك العام لدى أفراد العينة تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني (من حيث الاستجابة، الرفض، الثقة، والحكم القيمي)؟
3. ما طبيعة العلاقة بين التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني وخصائصه الاتصالية في السلوك العام لدى أفراد العينة؟
4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تعرض أفراد العينة لمحتوى التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، وما درجة إدراكهم لخصائصه الاتصالية وفقاً لمتغيرات الدراسة الديموغرافية؟
5. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى السلوك العام لدى أفراد العينة تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغيرات الدراسة الديموغرافية؟

4.1 أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من أن التسول الإلكتروني لم يعد سلوكاً هامشياً على منصات التواصل، بل تحول إلى ممارسة رقمية قابلة للانتشار والتكرار بما ينعكس على أنماط الاستجابة العامة (التعاطف/الرفض/التشكك) وعلى منظومة الثقة والسلوك القيمي داخل الفضاء الرقمي العربي، وهو ما يمنح الموضوع قيمة علمية وتطبيقية متقدمة.

1.4.1 أولاً: الأهمية العلمية

1. تُسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العربية الحديثة عبر الانتقال من مجرد رصد الظاهرة إلى اختبار أثرها على السلوك العام بمؤشرات قابلة للقياس (مثل: الثقة، الاستجابة للمحتوى الإنساني، الحكم القيمي، والاستعداد للمساعدة)، بما يتسق مع نتائج عربية حديثة درست إدراك الجمهور للظاهرة وصلته بآليات التأثير والتلاعب النفسي. (عبدالمعز، 2025).

2. تُعزّز الدراسة فهم العلاقة بين استراتيجيات التسول الإلكتروني على المنصات وبين استجابات الجمهور، عبر تحليل كيف تؤثر أنماط العرض (السرد العاطفي، الاستعجال، المشاهد المرئية، البث المباشر) في قرارات الاستجابة، وهو ما أكدته دراسات عربية تناولت "استراتيجيات التسول الإلكتروني" وتباين أثرها على الجمهور خصوصاً في تيك توك. (عمارة & العراقي، 2025).

3. تُوسّع الدراسة زاوية المعالجة لتشمل البعد الاجتماعي/الأمني للظاهرة، إذ تُشير أدبيات عربية إلى أن انتشار التسول الإلكتروني يرتبط بإشكالات تتصل بالأمن الاجتماعي وسلوكيات منحرفة أو استغلالية داخل بعض بيئات المنصات، ما يستدعي تفسير انعكاساته على السلوك العام. (العوني، 2024).

4. تُسهم الدراسة في سد فجوة معرفية عربية تتعلق بتحديد موقع الظاهرة بين التضامن الإنساني وبين مؤشرات الاحتياك الرقمي، وما يترتب على ذلك من تذبذب في الثقة والاستجابة العامة تجاه نداءات المساعدة عبر المنصات. (القاضي، 2023).

1.4.2 ثانياً: الأهمية التطبيقية

1. تدعم الدراسة الجهات التنظيمية والإعلامية وصنّاع السياسات بنتائج ميدانية تساعد على بناء سياسات توعوية ورقابية تحدّ من قابلية الجمهور للاستغلال، وتقلّص انتشار المحتوى الاستجدائي الاحتيالي. (حمادة، 2023).

2. تُسهم الدراسة في ترشيد العطاء الرقمي وحماية الثقة العامة عبر تقديم مؤشرات تميّز بين الاستجابة الإنسانية الرشيدة وبين الانجراف خلف محتوى مُفبرك أو استغلالي، بما يقلل آثار "تآكل الثقة" التي تضر بالمحتاج الحقيقي. (عبدالمعز، 2025).

3. تقدم الدراسة أدلة عملية حول أكثر الاستراتيجيات تأثيراً في الجمهور بما يدعم تطوير آليات التحقق والتبليغ والإرشاد الاتصالي على المنصات، ويحدّ من إعادة تدوير المحتوى الاستجدائي. (عمارة & العراقي، 2025).

5.1 أهداف الدراسة:

– **الهدف الرئيس** الكشف عن أثر ظاهرة التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية.

الأهداف الفرعية

1. قياس مستوى تعرض أفراد العينة لمحتوى التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، وتحديد درجة إدراكهم لخصائصه الاتصالية.

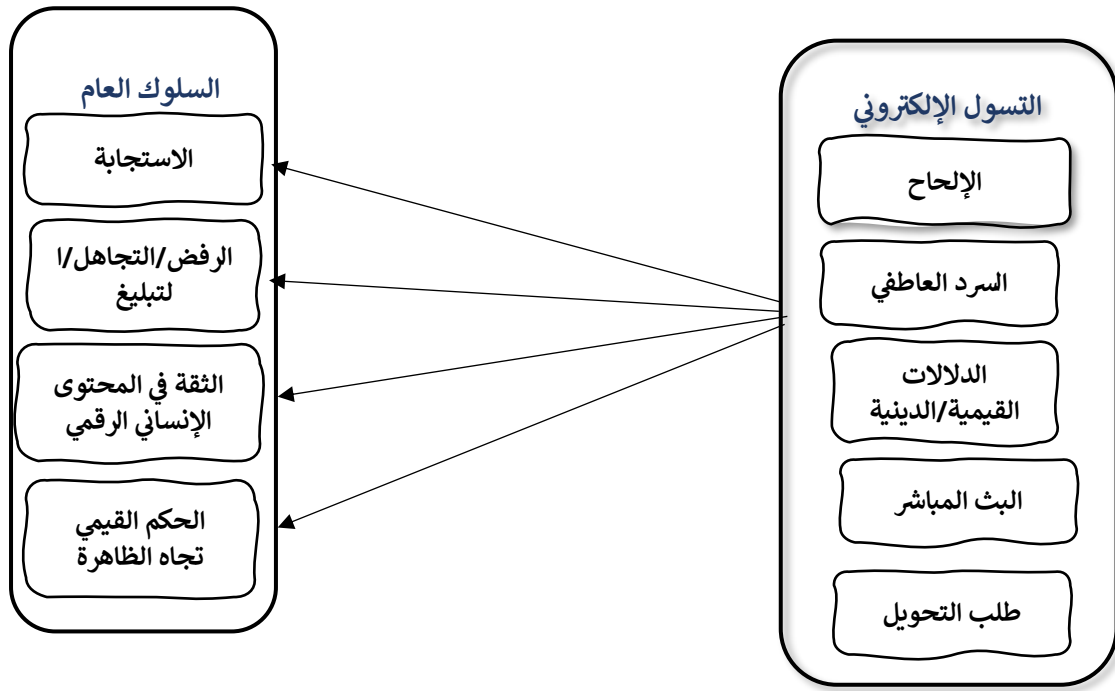
2. تحديد مستوى السلوك العام لدى أفراد العينة تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، من حيث الاستجابة، والرفض، والثقة، والحكم القيمي.
3. تحليل طبيعة العلاقة بين التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني وخصائصه الاتصالية وبين السلوك العام لدى أفراد العينة.
4. الكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية في مستوى التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني ودرجة إدراك خصائصه الاتصالية تبعًا للمتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة.
5. الكشف عن الفروق ذات الدلالة الإحصائية في مستوى السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني تبعًا للمتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة.

6.1 فرضيات الدراسة:

- الفرضية الرئيسية توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية وبين السلوك العام في المجتمعات العربية.

الفرضيات الفرعية

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني وبين مستوى الاستجابة السلوكية لدى أفراد العينة (المساعدة/الرفض).
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني وبين مستوى الثقة في المحتوى الإنساني المتداول عبر المنصات (علاقة سالبة متوقعة).
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك العام تجاه التسول الإلكتروني تعزى إلى مستوى الوعي بالاحتيال الرقمي لدى أفراد العينة.



الشكل (1) نموذج الدراسة

7.1 الدراسات السابقة:

1.7.1 أولاً: الدراسات العربية

دراسة (عبدالمعز، 2025) “إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي...”

هدفت الدراسة إلى قياس إدراك الجمهور للتسول الإلكتروني وعلاقته بالتلاعب النفسي في ضوء نظرية تأثير الشخص الثالث. استخدمت الدراسة منهج المسح وأداة الاستبيان مدعومة بمقاييس لقياس التلاعب/التأثر. وأبرزت نتائجها ارتفاع مستوى التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني وارتباطه بمؤشرات التأثير النفسي، مع دلالات على أن خصائص المحتوى الاستدراي تُحدث تبايناً في استجابات الجمهور بما يمسّ مؤشرات السلوك العام (الاستجابة/التشكك/الحكم القيمي). (عبدالمعز، 2025)

دراسة (عمارة والعراقي، 2025) “استراتيجيات التسول الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على استجابات الجمهور (تيك توك نموذجاً)”

انصبت الدراسة على تحديد الاستراتيجيات الاتصالية/الإقناعية التي يوظفها التسول الإلكتروني عبر تيك توك وقياس انعكاسها على استجابات الجمهور. اعتمدت مقارنة تحليلية للمحتوى وربطت خصائص الرسالة الرقمية (السرْد العاطفي، الإلحاح، التمثيل المرئي/الحي) بأنماط الاستجابة العامة. وتؤكد نتائجها أن اختلاف الاستراتيجيات يفضي إلى اختلافات ملموسة في استجابة الجمهور (تعاطف/تبرع/رفض/تشكيك)، وهو ما يخدم الدراسة الحالية في تشغيل متغير “خصائص التسول الإلكتروني” وربطه بمتغير “السلوك العام”. (عمارة & العراقي، 2025)

دراسة (عدس ومحمود، 2025) “مواجهة ظاهرة التسول الإلكتروني في فلسطين بين القانون والمجتمع”

سعت الدراسة إلى تحليل الظاهرة في ضوء تفاعلها مع الأطر القانونية والاجتماعية وتحديات المواجهة والضبط في البيئة الرقمية. تبنت مقارنة وصفية تحليلية، وانتهت إلى أن اتساع التسول الإلكتروني يخلق إشكالات تتصل بصعوبة التحقق وتنامي الاستغلال، بما ينعكس على الثقة العامة ومعايير الاستجابة داخل المجال الرقمي. وتفيد هذه النتائج في دعم فكرة أن أثر الظاهرة يتجاوز الفعل الفردي إلى تغيرات في السلوك العام (الثقة والحكم القيمي وأنماط الاستجابة). (عدس & محمود، 2025)

دراسة (منصور، 2025) “وسائل الإدارة في معالجة ظاهرة التسول الإلكتروني: دراسة مقارنة”

هدفت الدراسة إلى مناقشة أدوات المعالجة الإدارية والتنظيمية للتسول الإلكتروني عبر مقارنة مقارنة، مركزة على الحاجة إلى سياسات توعوية ورقابية متكاملة. وبينت أن مواجهة الظاهرة لا تتحقق عبر الضبط وحده، بل عبر رفع الوعي العام وتحسين آليات التحقق، بما يحد من الاستجابات غير الرشيدة ويعيد ضبط السلوك الجمعي تجاه النداءات الرقمية. وتسهم هذه النتائج في تأطير الجانب التطبيقي للسلوك العام وتفسير ما قد يطرأ عليه من تغيرات. (منصور، 2025)

دراسة (العوني، 2024) “التسول الإلكتروني وتأثيره على الأمن الاجتماعي في المجتمع السعودي...”

هدفت الدراسة إلى استكشاف أثر التسول الإلكتروني على الأمن الاجتماعي من منظور مستخدمي تيك توك، باستخدام مدخل تطبيقي/تحليلي. وقد أبرزت مؤشرات على أن تكرار الممارسة الرقمية وتداخلها مع سلوكيات استغلالية يثير قلقاً مجتمعياً ويتصل بتغيرات في أحكام الجمهور وتوقعاته ومعايير استجابته، بما يدعم تناول “السلوك العام” كمتغير تابع يتأثر بانتشار الظاهرة رقمياً. (العوني، 2024)

دراسة (حمدان، 2024) “ظاهرة التسول الإلكتروني من خلال البث المباشر عبر تطبيق TikTok...: دراسة إثنوغرافية”

انطلقت الدراسة من هدف فهم التسول الإلكتروني بوصفه ممارسة أدائية في سياق البث المباشر، وكيف تُبنى المصادقية رقمياً وتُستثار الاستجابات اللحظية. واعتمدت المنهج الإثنوغرافي الرقمي، وأظهرت أن التفاعل الحي (التعليقات، الضغط الاجتماعي، الهدايا الرقمية) قد يعزز الاستجابة الفورية، لكنه في الوقت ذاته قد يراكم لدى الجمهور نزعات التشكيك والرفض عند تكرار السرديات أو ضعف التحقق. وتخدم هذه النتائج تفسير تذبذب السلوك العام بين التعاطف والاستجابة من جهة، والتشكيك والرفض من جهة أخرى. (حمدان، 2024)

دراسة (سويسي، 2024) “وسائل الإقناع في البنية اللغوية لرسائل التسول الإلكتروني”

هدفت الدراسة إلى تحليل وسائل الإقناع في رسائل التسول الإلكتروني من خلال تحليل لغوي/خطابي يركز على البنية الحجاجية والاستعطافية. وخلصت إلى أن الرسائل تُصاغ غالباً عبر استثارة التعاطف وبناء صورة الاستحقاق وتوظيف اقتباسات قيمية/إنسانية، بما يزيد احتمالية التأثير والاستجابة. وتفيد الدراسة الحالية في اشتقاق مؤشرات “خصائص المحتوى” التي يمكن اختبار أثرها على السلوك العام (الحكم القيمي، الاستجابة، الثقة). (سويسي، 2024)

دراسة (الخمشي، 2022) “واقع التسول الإلكتروني في المملكة العربية السعودية... (تويتر نموذجاً)”

هدفت الدراسة إلى توصيف واقع التسول الإلكتروني على تويتر وتحديد أبرز أنماطه وملامحه، واعتمدت تحليل مضمون لعينة من المحتوى، وأظهرت أن ديناميكية التفاعل (إعادة النشر/التعليق/الإعجاب) ترفع من قابلية الانتشار، وأن بعض سياقات العرض (مثل توظيف مواسم/رموز قيمية) ترتبط بزيادة التأثير. وتعد هذه النتائج ذات صلة مباشرة بقياس التعرض وآليات الانتشار وربطها باستجابات الجمهور بوصفها وجهاً من وجوه السلوك العام في المنصات. (الخمشي، 2022)

دراسة (الهشلمون، 2021) “التسول الإلكتروني وتأثيره الاجتماعي والاقتصادي... (فيسبوك)”

استهدفت الدراسة قياس تصور مستخدمي فيسبوك لآثار التسول الإلكتروني الاجتماعية والاقتصادية عبر مسح ميداني. وأشارت نتائجها إلى أن الظاهرة ترتبط بتداعيات تمس الثقة بالمحتاج الحقيقي وتضعف بعض أشكال التكافل، بما يدعم فرضية أن التسول الإلكتروني قادر على إعادة تشكيل السلوك العام من حيث الثقة والاستجابة والحكم الاجتماعي. (الهشلمون، 2021)

1.7.2 ثانياً: الدراسات الأجنبية

(Abu Issa et al., 2025) From streets to screens: Legal implications of Internet begging

هدفت الدراسة إلى تحليل الأبعاد القانونية والأخلاقية لانتقال التسول إلى الإنترنت، مع إبراز خصائص الفضاء الرقمي التي تزيد فرص الاستغلال وتعقد التحقق. واعتمدت معالجة تحليلية/قانونية، وتخلص إلى أن الظاهرة تمس الثقة العامة والمعايير الاجتماعية للاستجابة، وهو ما يدعم تفسير أثرها على السلوك العام في البيئات الرقمية. (Abu Issa et al., 2025)

(Kurniawan et al., 2025) Digital benevolence: What drives TikTok users to donate to online beggars?

ركزت الدراسة على تفسير دوافع التبرع للمتسولين عبر تيك توك، مبينةً أثر السرد العاطفي وآليات المنصة في تشكيل قرار التبرع. وتفيد نتائجها في دعم تحليل العلاقة بين التعرض/التأثر وبين الاستجابة السلوكية (النية للتبرع/المساعدة) بوصفها مؤشراً محورياً للسلوك العام. (Kurniawan et al., 2025)

(Sopiyani, 2025) Public perception of “online begging” action on TikTok social media

هدفت الدراسة إلى تحليل إدراك الجمهور للظاهرة على تيك توك وتقييمهم لها، مع إبراز دور التفاعل والهدايا الرقمية. وتُظهر أن الحكم القيمي يتأثر بخبرة الجمهور ومؤشرات الثقة، وهو ما يخدم توجيه الدراسة الحالية لقياس السلوك العام (قبول/رفض/تشكيك). (Sopiyani, 2025).

(Brahim et al., 2025) Electronic begging: A new phenomenon in the era of technology

قدمت الدراسة معالجة سوسيولوجية عامة للظاهرة بوصفها نمطاً مستجداً في عصر التكنولوجيا، مع إبراز عوامل الانتشار وبعض الآثار الاجتماعية/الأخلاقية. وتفيد في بناء الإطار التفسيري الذي يربط بين التحول الرقمي وتبدل معايير الاستجابة والحكم في المجال العام. (Brahim et al., 2025)

(Mujiwati et al., 2023) The phenomenon of cyber begging In the perspective of Pancasila character values

ركزت الدراسة على تقييم التسول السيبراني من منظور قيم تربوية/أخلاقية، وانتهت إلى أنه يتعارض مع منظومات القيم ويؤثر في المعيارية الاجتماعية. وتفيد في تدعيم بعد "الأثر القيمي" للظاهرة وربطه بالسلوك العام. (Mujiwati et al., 2023)

1.7.3 التعليق على الدراسات السابقة

- تُظهر الدراسات السابقة قدراً واضحاً من الاتفاق حول مركزية "منطق المنصات" في تضخيم الظاهرة وتوجيه الاستجابة العامة؛ ويتجلى هذا الاتفاق مثلاً في تقارب نتائج العوني (2024) وحمدان (2024) من حيث إبراز أثر البنية التفاعلية للمنصة في تشكيل الاستجابة، كما تتلاقى مع عمارة والعراقي (2025) التي تُظهر أن اختلاف الاستراتيجيات الاتصالية يؤدي إلى تباين جوهري في استجابات الجمهور.

- يمكن ملاحظة تقاطع منهجي-مضموني بين الدراسات التي حلت "خطاب التسول" والدراسات التي قاست "الأثر النفسي"؛ كما في دراسة سويس (2024)، بينما تُبرز دراسة عبدالمعز (2025) انعكاس ذلك على مؤشرات التلاعب/التأثر، ما يتيح للدراسة الحالية تركيب علاقة تفسيرية بين خصائص الرسالة وبين السلوك العام.

- أما أوجه الاختلاف فتتبدى بوضوح في المداخل المنهجية وحدود التعميم: فالدراسات المسحية الكمية (مثل عبدالمعز، 2025؛ الهشلمون، 2021) تُفيد في قياس الاتجاهات والعلاقات الإحصائية، بينما تتيح الإثنوغرافيا الرقمية (حمدان، 2024) تفسير آليات التأثير الدقيقة داخل سياق البث المباشر. كما تنزع الدراسات القانونية/التنظيمية (عدس & محمود، 2025؛ Abu Issa et al., 2025) إلى التركيز على الضبط والتجريم والحوكمة.

- وتميزت الدراسة الحالية بأنها الدراسة الوحيدة في حدود علم الباحث التي تناولت أثر ظاهرة التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية دراسة ميدانية.

1.7.4 الفجوة البحثية

على الرغم من تعدد الدراسات التي تناولت التسول الإلكتروني، فإن الفجوة الأبرز تتمثل في نقص الدراسات الميدانية العربية التكاملية التي تربط بصورة مباشرة وقابلة للاختبار بين: (1) التعرض للتسول

الإلكتروني وخصائصه الإقناعية/الأدائية، و(2) التحول في السلوك العام للمستخدم العربي (الثقة، الحكم القيمي، أنماط الاستجابة)، ضمن نطاق عربي واسع يتجاوز الحدود المحلية. وتأتي الدراسة الحالية لسد هذه الفجوة عبر نموذج يختبر علاقات التأثير ويحدد العوامل المفسرة للفروق في السلوك العام تجاه الظاهرة. (عبدالمعز، 2025؛ حمدان، 2024؛ Kurniawan et al., 2025)

8.1 المنطلقات النظرية للدراسة:

تتعلق هذه الدراسة من أن التسول الإلكتروني لا يمثل مجرد "محتوى" عابر داخل المنصات الرقمية، بل هو ممارسة اجتماعية رقمية تتشكل داخل بيئة اتصالية تتفاعل فيها الرسالة (سرد الحاجة/الاستعطاف)، والوسيط (خصائص المنصة وخوارزمياتها)، والجمهور (إدراكاً واستجابةً وحكماً قيمياً). وبناءً عليه، فإن تفسير أثر هذه الظاهرة على السلوك العام في المجتمعات العربية يتطلب دمج أطر تفسر السلوك الفردي المقصود، وآليات الإدراك والتأثر، وديناميكيات المنصات التي تضخم التعرض وتعيد تشكيل الاستجابة العامة. لذلك تعتمد الدراسة على ثلاثة منطلقات نظرية متكاملة: نظرية السلوك المخطط، ونظرية تأثير الشخص الثالث، ومقاربة منطق المنصات/اقتصاد الانتباه. (Ajzen, 1991; Davison, 1983; van Dijck, 2013; Poell, 2013).

1.8.1 أولاً: نظرية السلوك المخطط (Theory of Planned Behavior)

تُعد نظرية السلوك المخطط إطاراً تفسيرياً مناسباً لدراسة السلوكيات المقصودة، لأنها تفترض أن السلوك يتحدد عبر النية السلوكية، والتي تتشكل بدورها من ثلاثة محددات: الاتجاه نحو السلوك، والمعيار الذاتي (الضغط الاجتماعي المدرك)، والضبط السلوكي المدرك (إحساس الفرد بقدرته على الفعل). (Ajzen, 1991). وفي سياق التسول الإلكتروني، يمكن توظيف هذا الإطار لتفسير لماذا يميل بعض الأفراد إلى المساعدة/التبرع/المشاركة، بينما يتجه آخرون إلى الرفض/التجاهل/التبليغ؛ إذ تتأثر الاستجابة باتجاهات الفرد نحو "الاستجابة الرقمية"، وبما يراه مقبولاً اجتماعياً داخل محيطه الرقمي، وبقدرته على التحقق والتميز بين الطلب الحقيقي والزائف.

تشغيل النظرية في هذه الدراسة (Operationalization):

1. الاتجاه نحو الاستجابة للتسول الإلكتروني: تقييم الفرد لفعل المساعدة/التبرع عبر المنصات.
2. المعيار الذاتي: إدراك الفرد لتوقعات الآخرين وما يعدّ "تصرفاً صحيحاً" في المجال العام الرقمي.
3. الضبط السلوكي المدرك: مدى امتلاك الفرد مهارات/قدرة التحقق واتخاذ قرار رشيد.
4. النية السلوكية: الاستعداد للمساعدة أو الرفض أو التبليغ.
5. السلوك الفعلي (ضمن السلوك العام): أنماط الاستجابة/الرفض/التشكك.

1.8.2 ثانياً: نظرية تأثير الشخص الثالث (Third-Person Effect)

تفترض نظرية تأثير الشخص الثالث أن الأفراد يميلون إلى الاعتقاد بأن "الآخرين" أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية من أنفسهم، وهو ما قد يقود إلى مواقف وسلوكيات عامة مثل المطالبة بالتنظيم، أو دعم الرقابة، أو اتخاذ سلوك وقائي. (Davison, 1983). وتُعد هذه النظرية ملائمة لدراسة التسول الإلكتروني لأن محتواه غالباً ما يُنظر إليه بوصفه محتوى استدرارياً قد يستغل العاطفة، فتتكون فجوة إدراكية بين "تأثر الذات" و"تأثر الآخرين"، ما ينعكس على الحكم القيمي وقرارات الرفض/التبليغ حتى لدى من يصرحون بأنهم غير متأثرين شخصياً.

تشغيل النظرية في هذه الدراسة:

1. تقدير تأثير الذات بمحتوى التسول الإلكتروني.
2. تقدير تأثير الآخرين بالمحتوى نفسه.
3. الفجوة الإدراكية (الآخرون أكثر تأثراً مني).
4. المخرجات السلوكية العامة: تشدد الحكم القيمي، الميل للرفض أو التبليغ، دعم التدخل التنظيمي للحد من المحتوى.

1.8.3 ثالثاً: منطق المنصات واقتصاد الانتباه

توضح نظرية منطق المنصات أن المنصات الرقمية لا تعمل كقنوات محايدة، بل تُنتج "منطقاً" يحكم التفاعل والانتشار عبر آليات مثل الخوارزميات، وقابلية القياس (الإعجابات/المشاركات)، والتداولية والترابطية التي تعيد تشكيل المجال العام. (van Dijck & Poell, 2013). وفي الوقت نفسه، يبرز مفهوم اقتصاد الانتباه بوصفه تفسيراً لكيفية تنافس المحتوى على جذب انتباه الجمهور باعتباره مورداً نادراً مما يجعل المحتوى العاطفي والمثير للانتباه أكثر قابلية للانتشار. (Davenport & Beck, 2001; Goldhaber, 1997). وعليه فإن التسول الإلكتروني—بما يتضمنه من سرديات مؤثرة وإلحاح زمني وتمثيل مرئي—قد ينسجم مع آليات تضخيم الانتباه والتفاعل، ما يضاعف التعرض ويؤثر في السلوك العام عبر تكثيف الاستجابة أو—على العكس—توليد "إرهاق تعاطفي" وتنامي التشكيك مع التكرار.

تشغيل المقاربة في هذه الدراسة:

1. كثافة التعرض: عدد مرات التعرض، المنصات الأكثر حضوراً، صيغ المحتوى (منشور/بث/رسائل/روابط).
2. خصائص المحتوى الاستدراري: الإلحاح، السرد العاطفي، الاستثارة القيمية/الرمزية، الحضور المرئي/الحي.
3. مؤشرات ديناميكية المنصة: التفاعل (مشاركة/تعليق/هدايا/تحويلات) ودوره في تضخيم الانتشار.

9.1 النموذج المفاهيمي المقترح للدراسة

- المتغير المستقل: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية (كثافة التعرض + خصائص المحتوى).
- المتغير التابع: السلوك العام (الاستجابة/الرفض، مستوى الثقة، الحكم القيمي).
- متغيرات مفسرة/وسيطية:
- من TPB: الاتجاهات، المعيار الذاتي، الضبط السلوكي المدرك، النية.
- من TPE: فجوة تأثير الشخص الثالث وتداعياتها السلوكية العامة.
- من منطق المنصات/اقتصاد الانتباه: آليات الانتشار والتفاعل التي تضخم التعرض وتعيد تشكيل الاستجابة.

10.1 المنهجية وطرق البحث:

تعتمد الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بتصميم المسح الميداني (Survey Research)؛ لملاءمته لقياس درجة التعرض لظاهرة التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، ورصد أثرها على السلوك العام لدى أفراد العينة (الاستجابة/الرفض، الثقة، الحكم القيمي)، وتحليل العلاقات بين المتغيرات.

1.10.1 مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من مستخدمي المنصات الرقمية في المجتمعات العربية ممن تبلغ أعمارهم (18) عاماً فأكثر، ممن لديهم استخدام فعلي لمنصات التواصل الاجتماعي، ويُتوقع تعرضهم —بدرجات متفاوتة— لمحتوى التسول الإلكتروني.

1.10.2 عينة الدراسة وطريقة اختيارها

- نوع العينة: عينة احتمالية ملائمة لأغراض الدراسة الميدانية الرقمية، مع مراعاة تحقيق تنوع في الخصائص الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، بلد الإقامة).
- مبرر الاختيار: طبيعة المجتمع الرقمي العربي واتساعه، وصعوبة بناء إطار معاينة احتمالي شامل عبر الدول.
- حجم العينة: يُحدد وفق متطلبات الجامعة وخطة التحليل الإحصائي، وبما يضمن تمثيلاً مناسباً يسمح بالاختبارات الإحصائية واستخلاص نتائج مستقرة.

11.1 متغيرات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية

المتغير المستقل: التسول الإلكتروني

تعريف إجرائي: درجة تعرض المبحوث لمحتوى طلب المال/المساعدة عبر المنصات، مع قياس خصائص المحتوى (الإلحاح، السرد العاطفي، التمثيل المرئي/البث المباشر، طلب التحويل/الروابط).

المتغير التابع: السلوك العام

تعريف إجرائي: أنماط استجابة المبحوث تجاه التسول الإلكتروني، وتقاس عبر مؤشرات مثل: (الاستجابة بالمساعدة/التبرع/المشاركة، الرفض/التجاهل/التبليغ، مستوى الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي، الحكم القيمي تجاه الظاهرة).

– **متغيرات ضابطة/مفسرة (عند الحاجة):** الوعي بالاحتيال الرقمي، الخبرة الرقمية، وبعض الخصائص الديموغرافية.

12.1 إجراءات جمع البيانات

تُجمع البيانات عبر استبانة إلكترونية تُنشر في قنوات رقمية متنوعة لضمان تنوع المشاركين. ويتم تضمين مقدمة توضح هدف الدراسة، وسرية البيانات، وطوعية المشاركة، وإمكانية الانسحاب في أي وقت.

13.1 الصدق والثبات

- **الصدق الظاهري وصدق المحتوى:** عرض الاستبانة على مجموعة محكمين متخصصين في الإعلام/العلوم الاجتماعية/المنهجية للتحقق من وضوح العبارات وملاءمتها للأبعاد.
- **الثبات:** حساب معامل الثبات (مثل ألفا كرونباخ) للأبعاد الأساسية (التعرض/خصائص المحتوى/السلوك العام) للتأكد من الاتساق الداخلي.
- **التجريب المبدئي (Pilot):** تطبيق أولي على عينة صغيرة للتأكد من وضوح البنود وزمن الإجابة وتعديل الصياغات عند الحاجة.

14.1 أساليب تحليل البيانات

- **برنامج التحليل:** استخدام برنامج إحصائي مثل SPSS أو ما تعتمد عليه الجامعة.

الأساليب الإحصائية المناسبة:

- الإحصاء الوصفي (التكرارات، النسب، المتوسطات، الانحراف المعياري).
- اختبار علاقات الارتباط بين التعرض ومؤشرات السلوك العام.
- اختبارات الفروق (مثل t-test / ANOVA) وفق طبيعة المتغيرات ومستويات القياس.

- نماذج تفسيرية عند الحاجة (مثل الانحدار الخطي) لاختبار القدرة التنبؤية للتعرض وخصائص المحتوى في تفسير السلوك العام.

15.1 أدوات الدراسة:

- **الأداة الرئيسية:** الاستبانة الإلكترونية
- تُعد الاستبانة الأداة الأساسية لجمع بيانات الدراسة، وتُبنى بمحاور واضحة تقيس المتغيرات بصورة تشغيلية، مثل:
- 1. البيانات العامة للمبحوث (العمر، الجنس، التعليم، بلد الإقامة، كثافة استخدام المنصات).
- 2. التعرض للتسول الإلكتروني (مستوى التعرض، المنصات الأكثر حضوراً، أكثر الصيغ مشاهدة).
- 3. خصائص المحتوى الاستدراي (الإلحاح، السرد العاطفي، الدلالات القيمية/الدينية، البث المباشر، طلب التحويل).
- 4. مؤشرات السلوك العام
 - الاستجابة (مساعدة/تبرع/مشاركة).
 - الرفض/التجاهل/التبليغ.
 - الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي.
 - الحكم القيمي تجاه الظاهرة.
- 5. الوعي بالاحتيال الرقمي وآليات التحقق (كمتغير مفسر للفروق في الاستجابة).

16.1 حدود الدراسة:

- **الحدود الموضوعية** تقتصر الدراسة على ظاهرة التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية وعلاقتها بسلوك العام في المجتمعات العربية، دون التوسع في قضايا مجاورة مثل الجرائم الإلكترونية عامةً إلا بقدر ما يخدم تفسير الظاهرة.
- **الحدود البشرية** تُطبق الدراسة على مستخدمي المنصات الرقمية (18 سنة فأكثر) ممن لديهم خبرة استخدام فعلية وتمتلك إجاباتهم معنى تحليلياً مرتبطاً بموضوع البحث.
- **الحدود المكانية** تشمل الدراسة المجتمعات العربية ضمن نطاق ميداني يُحدد وفق خطة العينة الإلكترونية؛ ويُبين الباحث في التقرير النهائي توزيع المشاركين حسب الدول/المناطق وفق ما يتاح من بيانات العينة.
- **الحدود الزمانية** تُنفذ الدراسة خلال فترة زمنية محددة (2026)، ويُلتزم عند التحليل بكون النتائج معبرة عن تلك الفترة وسياقها الرقمي.

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري

2.1 المحور الأول: التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية

2.1.1 تمهيد:

مع تزايد التفاعل الرقمي وانتشار المنصات الإلكترونية، برزت أشكال جديدة لمظاهر اجتماعية تقليدية، تتطلب دراسةً وفهماً لتأثيرها على المجتمع واستراتيجيات التعامل معها، كما أشار حمدان (2024)؛ حيث يعتبر التَّسَوُّل من الظواهر المنتشرة في مختلف المجتمعات، وهو ظاهرة اجتماعية وأمنية تؤثر على استقرار المجتمع، ومع التطور التكنولوجي وانتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ظهرت ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني التي اعتمد فيها المُتَسَوِّلون على أساليب حديثة، مثل: الحسابات الوهمية، وأرقام الهواتف غير الحقيقية للوصول إلى أكبر عدد من الأفراد.

ويشكل التَّسَوُّل الإلكتروني ظاهرةً سلبيةً متناميةً في المجتمعات المعاصرة، متأثرةً بالتطورات التقنية وانتشار الإنترنت، وقد تحوّل من شكله التقليدي إلى شكل إلكتروني أكثر تعقيداً، يعتمد على استدراج المتعاطفين لجمع الأموال عبر منصات التواصل الاجتماعي، مثل: فيسبوك، وتويتر، ويوتيوب، واتساب، وتيك توك، ويسهّل هذا التحول وصول المُتَسَوِّلين إلى أعداد كبيرة بسرعة؛ ممّا يزيد من خطورة الظاهرة وانتشارها عالمياً (القاضي، 2023).

ويُعَدُّ التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية من الظواهر الحديثة التي انتشرت مع التطور التكنولوجي وازدياد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث يعتمد على استغلال الفضاء الرقمي لاستدراج تعاطف الأفراد، والحصول على أموال بوسائل قد تكون مضللةً أو احتياليةً، وتزداد خطورة هذه الظاهرة لما تسببه من آثار اجتماعية، واقتصادية، وأمنية، وخاصةً عند استغلالها للعاطفة الإنسانية في أوقات الأزمات والمناسبات الدينية (العوني، 2024).

فانتشرت في الآونة الأخيرة ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني؛ نتيجةً تطور استخدام الوسائل التقنية، وزيادة أعداد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وابتكار المُتَسَوِّلون أساليب جديدة للوصول إلى الجمهور، مثل: الحسابات الوهمية وأرقام الهواتف غير الحقيقية؛ حيث أصبح التَّسَوُّل عبر الإنترنت وسيلةً سريعةً ومربحةً، وتزداد خطورة هذه الظاهرة في المجتمعات التي تعاني من البطالة والأزمات الاقتصادية، وضعف التخطيط في إدارة الموارد، وضعف الوازع الديني؛ لذا تتطلب الظاهرة تطوير آليات وإجراءاتٍ فعّالة لمكافحتها، بما يسهم في حماية الأمن الاجتماعي وسلامة المجتمع (منصور، 2025).

كما يُعدُّ التَّسَوُّلُ الإلكتروني من الظواهر الحديثة التي برزت مع انتشار وسائل التواصل الرقمي، دون أن يحظى بتنظيم صريح في القانون الجنائي؛ ممَّا يصعب مساءلة مرتكبيه، وعلى الرغم ممَّا قد ينطوي عليه من انتهاك لخصوصية الأفراد، فإنَّ غياب النصوص القانونية الواضحة يحد من إمكانية معاقبته، وخاصةً في ظل قيام الأفراد بمشاركة تفاصيل حياتهم وممتلكاتهم عبر المنصات الرقمية؛ ممَّا يساهم في انتشار هذه الظاهرة (الهشلمون، 2021).

يمكن القول: إنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني يمثل تحديًا جديدًا للمجتمعات المعاصرة؛ حيث تتداخل العوامل التقنية، والاجتماعية، والاقتصادية في انتشاره، ويستغلُّ المُتَسَوِّلون المنصات الرقمية للوصول إلى الجمهور بطرق مبتكرة، هذه الظاهرة تستدعي وعيًا أكبر من الأفراد ومتابعة تشريعية دقيقة، بالإضافة إلى تطوير استراتيجيات وقائية لحماية المجتمع، وتقليل تأثيرها السلبي على النسيج الاجتماعي والأمني.

2.1.2 ماهية التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية:

تنوَّعت المفاهيم المتعلقة بمفهوم التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، ومنها:

يعرِّف القاضي (2023) التَّسَوُّل الإلكتروني بأنَّه: ظاهرة اجتماعية تنشأ في البيئة الرقمية، وتعتمد على استخدام أساليب الاحتيال، واستثارة العاطفة لاستقطاب انتباه الأفراد وكسب تعاطفهم؛ بهدف تحقيق مكاسب مادية أو معنوية من خلال التأثير عليهم عبر المنصات الإلكترونية.

كما عرَّف العوني (2024) التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية بأنَّه: سلوك يتمثل في لجوء بعض الأفراد إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية لطلب الأموال أو المساعدات، من خلال نشر محتوى يستهدف إثارة التعاطف الإنساني واستمالة الجمهور، بقصد الحصول على منفعة مادية.

وأشار الصول (2024) أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني هو: سلوك يقوم على استمالة عاطفة الآخرين، واستدراج تعاطفهم للحصول على مساعدات مالية أو عينية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مستخدمًا أساليب النصب والخداع، والظهور بهويَّة مجهولة، ويعتمد على توظيف القصص أو الحالات المؤثرة لجذب أكبر عدد ممكن من المتعاطفين، مستفيدًا من سرعة انتشار المحتوى الرقمي.

كما أشار "هلباوي وآخرون" (Halbaoui et al., 2025) إلى التَّسَوُّل الإلكتروني بأنَّه: شكل معاصر لطلب المساعدة المالية، يقوم على استخدام الأدوات الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي؛ لتسهيل الوصول المباشر إلى المانحين مع الاستعاضة عن الطرق التقليدية بوسائل تقنية تتجاوز قيود المكان والزمان.

وأضاف "أبو عيسى" (Abu Issa et al., 2025) أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني: نشاط رقمي لجمع الأموال عبر الإنترنت دون إذن قانوني، يتميز بتجاوزه للقنوات الرسمية لجمع التبرعات؛ ممَّا يجعله ممارسة غير منظمة تفقر للرقابة والشرعية التي تتمتع بها المؤسسات الخيرية المرخصة، كما أضاف "سينغ" (Singh, 2023) أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني هو: استخدام الوسائط الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي كوسائل لاستجداء الدعم المالي أو العيني من أفراد مجهولين، متجاوزًا الأساليب التقليدية لطلب المساعدة الميدانية.

بينما تُعرّف "أمنية" (Amina, 2025) التَّسَوُّل الإلكتروني بأنه: شكل معاصر للتَّسَوُّل، يعتمد على الإنترنت بدل الطرق التقليدية؛ حيث يقوم الشخص بطلب المال من الآخرين عبر وسائل رقمية، مثل: منصات التواصل الاجتماعي أو الرسائل، وغالبًا ما يستخدم قصصًا أو صورًا ملفقة لاستدراج التعاطف، مدعيًا الحاجة المالية أو الظروف الصعبة، بهدف جمع الأموال.

وذكر القاضي (2023) تعريف التَّسَوُّل الإلكتروني بأنه: شكل من أشكال الاحتيال الإلكتروني يندرج ضمن الجرائم الإلكترونية؛ حيث يقوم على استغلال الأفراد، وسلب أموالهم عبر ذرائع وأساليب مختلفة قائمة على استثارة الشفقة والتعاطف، ويقوم هذا الفعل على توافر ركنين أساسيين: الركن المعنوي: المتمثل في نية المُتَسَوِّل الإلكتروني وإرادته في التأثير على الضحايا نفسيًا لتحقيق مكاسب، والركن المادي: الذي يتمثل في استخدام الوسائل التقنية: كالحاسوب وشبكة الإنترنت، وبذلك تتكامل عناصر الجريمة من فاعل، وأداة، وضحية، بما يعكس وجود قصد مسبق لارتكاب هذا النوع من الاحتيال الرقمي.

يمكن القول: إنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني يمثل تحولًا حديثًا لأساليب طلب المساعدة؛ حيث يستفيد من الانتشار السريع للوسائل الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي للوصول إلى الجمهور بسهولة، وتتميز هذه الظاهرة باستخدام استراتيجيات نفسية لجذب التعاطف، وغالبًا ما تتضمن محتوى مؤثرًا أو قصصًا ملفقة؛ بهدف تحقيق مكاسب مالية أو عينية، ورغم اختلاف تعريفاته بين الباحثين، إلا أنَّ العامل المشترك فيها هو استغلال المنصات الرقمية بطريقة غير رسمية.

2.1.3 عناصر التَّسَوُّل الإلكتروني:

تُعَدُّ ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني من الظواهر الحديثة التي نشأت مع انتشار المنصات الرقمية؛ حيث تعتمد على تفاعل الأفراد مع هذه الوسائل لطلب الدعم والمساعدة، وتشمل هذه الظاهرة عدة عناصر أساسية:

1. طلب مساعدة:

يقصد بـ طلب المساعدة مدى اعتماد الأفراد على المنصات الرقمية للتواصل مع الآخرين وطلب الدعم الاجتماعي أو النفسي، وقياس تقييمهم لمدى توافر هذه المساندة وكفايتها لتلبية احتياجاتهم، بما يعكس فاعلية هذه المنصات في تقديم المساعدة والدعم المطلوب (عكاشة، 2025)، ويسهم طلب المساعدة في توفير أشكال متعددة من المساندة الاجتماعية؛ إذ يساعد الأفراد على تلبية احتياجاتهم المختلفة، ويخفف من الآثار النفسية السلبية التي قد تصاحب المشكلات أو الأزمات، كما يتيح لهم الاستفادة من خبرات الآخرين الذين مروا بمواقف مشابهة، بما يعزز قدرتهم على فهم سلوكهم، ومشاعرهم، وأفكارهم، والتعامل معها بصورة أكثر وعيًا وتكيفًا (حسانين، 2021).

كما يُعَدُّ التَّسَوُّل عبر الإنترنت تطورًا معاصرًا لظاهرة إنسانية قديمة، أعادت الوسائط الرقمية صياغتها لتتجاوز قيود المواجهة المباشرة، فبينما كان طلب المساعدة قديمًا يتم علنًا، أتاح العصر الرقمي آلية لطلب التبرعات تتسم بالسرية التامة؛ مما يوفر للمحتاجين ستارًا تقنيًا يحميهم من الحرج الاجتماعي، هذا التحول

لا يسهل عملية الوصول للمانحين فحسب، بل يعمل كآلية دفاعية للحفاظ على المكانة الاجتماعية وتجنب النظرة الدونية المرتبطة بالحاجة (Abu Issa et al., 2025).

2. الوساطة الرقمية:

تُبرز الوساطة الرقمية كيف تحوّلت منصات التواصل الاجتماعي من أدوات للترفيه والتعبير إلى فضاءات للتسوّل الإلكتروني، فأصبحت هذه الظاهرة تشمل الأفراد العاديين، المؤثرين، وبعض المشاهير مع استغلال الفئات الضعيفة، مثل: كبار السن، والأطفال أحياناً، ويعتمد التسوّل الرقمي على عرض الاحتياجات بشكل مباشر مدعوم بالسرد والتفاعل، مع الجمهور لزيادة فرص الحصول على الدعم (Kurniawan et al., 2025, P. 24)، وتُسهّل الوساطة الرقمية تقديم الخدمات وتزويد من إتاحة المعلومات أمام الجمهور؛ ممّا يعزّز كفاءتها واستمراريتها، كما تمنح المؤسسات ميزة تنافسية وتسويقية في ظل التحول الرقمي المتسارع، ويتطلب ذلك كوادِر مؤهلة قادرة على التعامل مع التقنيات والمنصات؛ لتلبية احتياجات جمهور متنوع (موفق وبلعلى، 2025).

كما تُظهر ظاهرة التسوّل الإلكتروني: كيف أصبحت الوسائط الرقمية أداة لاستغلال العواطف العامة؟ وتحويل التعاطف إلى مكاسب مالية؛ إذ يقوم المُتسوّلون بإنشاء محتوى يثير الشفقة ويصبح قابلاً للانتشار؛ ممّا يحفز الجمهور على تقديم هدايا رقمية قابلة للتحويل إلى أموال، ويُعدّ هذا السلوك شكلاً من أشكال الاستغلال، سواء للمُتسوّل نفسه أو للآخرين، ويتناقض مع القيم الأخلاقية للمجتمع؛ إذ يسيء إلى كرامة الإنسان، ومن هنا: يظهر دور الوساطة الرقمية ليس فقط كمنصة لنقل المعلومات، بل كعامل قادر على تضخيم السلوكيات السلبية إذا لم تُراقب بشكل مناسب (Astuti & Utari, 2025).

3. التأثير الرقمي:

يتجلّى التأثير الرقمي لوسائل التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل أساليب التفاعل الإنساني؛ حيث أسهمت في ظهور أنماط جديدة، مثل: التسوّل الإلكتروني، الذي يعتمد على استغلال المنصات الرقمية للوصول إلى جمهور واسع دون قيود زمانية أو مكانية، من خلال نشر محتوى عاطفي أو مبالغ فيه؛ بهدف جذب التبرعات (RAISHA et al., 2023, P. 346)، فتؤثر التحولات الرقمية على سلوك الأفراد خاصة عبر الإنترنت، ووسائل التواصل، والألعاب الإلكترونية، وغالباً تكون تأثيراتها سلبية على الشخص نفسه قبل علاقاته، وتظهر هذه التأثيرات في مشكلات، مثل: الأرق، والتوتر، والوحدة، والاكتئاب، بالإضافة إلى: العصبية عند انقطاع الإنترنت وإهدار الوقت، يسعى الفرد للهروب من الواقع عبر العالم الرقمي؛ ممّا يخلق لديه تجربة افتراضية لأشياء غير واقعية (الرشيدي، 2023).

كما يمثل التسوّل عبر الإنترنت أحد أشكال التأثير الرقمي على السلوك الاجتماعي؛ حيث يستخدم الأفراد الوسائط الرقمية لطلب المال، أو الملابس، أو أشكال الدعم الأخرى دون الحاجة للتنقل جسدياً، وهو ما يُعرف أيضاً بالتسوّل الافتراضي، أو التسوّل السيبراني، يوفر هذا الشكل من التسوّل الراحة للمُتسوّلين؛ إذ

يُتيح لهم الحصول على المساعدة من بعيد، مع الحفاظ على هُوِيَّتِهِمْ مجهولة، وهذا ما يحميهم من الإهانات أو الاحتقار من المتبرعين المحتملين (Ude-Akpeh, 2021).

وبالتالي يمكن القول: إنَّ التَّسَوُّلَ الإلكتروني يعتمد على تفاعل الأفراد مع المنصات الرقمية لطلب الدعم والمساعدة، مستفيدين من الخبرات والمساندة المتاحة عبر الشبكات الاجتماعية، كما تلعب الوساطة الرقمية دورًا محوريًا في تحويل هذه المنصات إلى فضاءات تسهيلية تتيح تلبية الاحتياجات المختلفة، مع التأكيد على أهمية الكوادر القادرة على إدارة هذه الأدوات بفاعلية؛ لضمان استمراريته وكفاءتها، بما يعكس التأثير المتنامي للتحول الرقمي على أساليب الدعم الاجتماعي.

2.1.4 أنماط التَّسَوُّلَ الإلكتروني عبر المنصات الرقمية:

مع انتشار التكنولوجيا الرقمية واعتماد الأفراد على الإنترنت في حياتهم اليومية، برزت أساليب جديدة للحصول على الدعم المالي أو المادي بطريقة إلكترونية، وهو ما توصل إليه "أودي-أكبيه" (Ude-Akpeh, 2021)؛ حيث تعدد أشكال التَّسَوُّلَ الإلكتروني وتتنوع طرقها؛ حيث يطلب الأفراد المساعدة من المعارف أو الغرباء عبر الإنترنت، سواء كانت دعمًا ماليًا، أو احتياجات عينية: كالمنسوجات، والكتب، والأدوات المنزلية، وقد يظهر هذا التَّسَوُّلَ في صور مبتكرة، مثل: العروض المجانية، أو الصيحات الرقمية الحديثة، ومع التطور التكنولوجي أصبح الإنترنت الوسيلة الأسهل للحصول على الدعم، ورغم تنوع الأسباب والقصص، يظل الهدف الأساسي دائمًا هو تحصيل المساعدة المالية أو المادية.

وقد أشارت "أمينة" (Amina, 2025) إلى: أنَّ أنماط التَّسَوُّلَ الإلكتروني متعددة، وتشمل استخدام غرف الإنترنت؛ حيث يستغل المُتَسَوِّلُ صناديق الدردشة لجمع المساعدات المالية من لاعبي البوكر، واستغلال غرف الدردشة عبر حسابات وهمية لإقامة علاقات مزيفة تهدف إلى تحويل الأموال، كما يشمل التَّسَوُّلَ عبر البث المباشر من خلال الصوت أو الفيديو على المنصات الإلكترونية، مثل: تطبيق تيك توك مقابل تقديم تنازلات، أو سلوكيات معينة، ويبرز أيضًا التَّسَوُّلَ عبر البريد الإلكتروني الذي يستهدف فئات محددة برسائل مزعجة يدعي فيها المُتَسَوِّلُ الحاجة المالية، بالإضافة إلى التَّسَوُّلَ عبر التعليقات على المنشورات الإلكترونية؛ حيث يستفيد المُتَسَوِّلُ من كثرة التفاعل على المنشورات لجذب التبرعات وتحقيق مكاسب شخصية.

فيأخذ التَّسَوُّلَ الإلكتروني عبر المنصات الرقمية أشكالًا متعددة تتنوع بحسب الوسائل التقنية المستخدمة؛ حيث يعتمد المُتَسَوِّلون على استدرار تعاطف الأفراد والحصول على المال بطرق غير مشروعة، مستفيدين من سرعة الانتشار وسهولة الوصول إلى الجمهور، ويظهر ذلك من خلال التَّسَوُّلَ في غرف البوكر على الإنترنت، باستخدام صندوق الدردشة لطلب مساعدات مالية، أو عبر غرف الدردشة التي يستغل فيها المُتَسَوِّلون العلاقات الوهمية والقصص المختلفة للحصول على تحويلات مالية، كما يشمل التَّسَوُّلَ عبر البريد الإلكتروني من خلال رسائل تدعي الحاجة أو المرض، والتَّسَوُّلَ عبر التعليقات على المنشورات ذات

التفاعل المرتفع، وأيضًا عبر الحسابات أو الصفحات الوهمية على وسائل التواصل الاجتماعي لنشر مناشدات وقصص غير موثقة بهدف جمع الأموال (العوني، 2024).

كما تتعدد أشكال التَّسَوُّل الإلكتروني على المنصات الرقمية؛ حيث يستخدم المُتَسَوِّلون أساليب متعددة، مثل: استغلال غرف الألعاب الإلكترونية والدردشة؛ لإقناع المستخدمين بمساعدتهم ماليًا، وتشمل الطرق إرسال رسائل بريد إلكتروني احتيالية، وسرد قصص وهمية لاستعطاف الآخرين، وأيضًا التعليقات على المنشورات واسعة الانتشار؛ لجذب أكبر عدد من الضحايا، وتعكس هذه الأساليب خطورة التَّسَوُّل الإلكتروني، خصوصًا في غياب تنظيم قانوني فعَّال، وقد يؤدي استمرار هذه الممارسات إلى تحولها من سلوك فردي إلى نشاط منظم (الهشلمون، 2021).

في ضوء ما سبق: يتضح أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني أصبح ظاهرةً معقدةً تتخذ أشكالًا وأساليب متنوعةً، تعتمد على استغلال التكنولوجيا والتفاعل الرقمي للوصول إلى أهداف مالية، ومع الانتشار الواسع للمنصات الرقمية، يتطلب التعامل معها وعيًا أكبر من المستخدمين وتنظيمًا قانونيًا فعَّالًا للحد من استغلالها واستهداف الأفراد، بما يحافظ على سلامة المجتمع الرقمي، ويحد من إساءة استخدام الإنترنت.

2.1.5 الآثار الفردية والاجتماعية للتَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية:

مع التوسع في استخدام المنصات الرقمية، أصبح التَّسَوُّل الإلكتروني ظاهرةً متناميةً تحمل آثارًا لا تقتصر على الماديات، بل تمتد لتطال الجوانب النفسية والاجتماعية للفرد، كما حدد الهشلمون (2021)؛ حيث يُظهر التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية آثارًا سلبيةً على الفرد والمجتمع معًا، فهو يقلل من قيمة العمل، ويزيد من الاعتماد على الآخرين، ويعرض الأفراد للاستغلال، ويهدد خصوصيتهم، كما يؤدي إلى استغلال الأزمات وتقويض الثقة بين الناس؛ مما يضعف الروابط الاجتماعية والمبادئ الأخلاقية، هذه الممارسات تؤثر في كيفية تعامل المجتمع مع بعضه البعض، وتحد من شعور الأمان الرقمي؛ لذلك يصبح من الضروري تعزيز الوعي الرقمي، وتشجيع البدائل المشروعة للإعالة والدعم.

يؤدي التَّسَوُّل الإلكتروني بين الشباب إلى فقدان الاهتمام بقيم العمل والاعتماد على النفس؛ مما قد يؤثر على قدرتهم المستقبلية كقادة، ويضعف روح الاجتهاد والمثابرة، ومن بين الأخطار المرتبطة بهذا السلوك على التنمية الوطنية زيادة الفقر، وتراكم الديون، إلى جانب انعكاسات اجتماعية سلبية محتملة؛ لذلك يُنصح بضرورة وضع قيود على استخدام الإنترنت لبعض الأغراض، بالإضافة إلى: إشراك الشباب في أنشطة منتجة ومفيدة، تمكّنهم من كسب رزقهم بطرق مشروعة؛ بهدف حماية المجتمع من آثار التَّسَوُّل الرقمي (Ude-Akpeh, 2021).

تشير "أمينة" (Amina, 2025) إلى: أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني يترك أثرًا عميقًا على نفسية الفرد، فهو يضعف الثقة بالنفس، ويولد شعورًا مستمرًا بالخجل والضغط النفسي، كما يزيد من التوتر، والانفعالات السلبية، ويعمّق الاعتماد على الآخرين، وهو ما يحول الدعم المؤقت إلى نمط حياة دائم، هذا السلوك يعزل الفرد

عن المجتمع الواقعي، ويعرضه لأخطار الفضاء الرقمي، ويثير تساؤلات أخلاقية حول استغلال المعاناة الإنسانية، بالتالي: تؤثر هذه الممارسات على الصحة النفسية والاجتماعية، وتضعف مصداقية العمل الخيري الرقمي.

يتضح أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية له تأثيرات عميقة تتعدى الفرد لتصل إلى المجتمع بأسره، فهو يضعف الروابط الاجتماعية، ويزيد من الضغوط النفسية، ويؤثر على القيم والمبادئ الأساسية، كما أنَّ الاعتماد على هذا السلوك يحد من قدرة الشباب على تطوير مهاراتهم وتحقيق الاستقلال المادي؛ ممَّا قد ينعكس بشكل سلبي على مستقبلهم ومكانتهم داخل المجتمع؛ لذلك يصبح من الضروري تبني استراتيجيات وقائية تشجع على الاستخدام المسؤول للمنصات الرقمية، وتوفير بدائل إيجابية تُمكن الأفراد من الاعتماد على الذات، والمشاركة بطرق منتجة تدعم النمو الشخصي والاجتماعي.

2.1.6 خصائص التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية:

تُعدُّ منصات التواصل الاجتماعي بيئةً رقميةً مثاليةً للتَّسَوُّل الإلكتروني؛ حيث يتخفى المستجدون خلف مسميات مهنية كزُعاة مشاريع لاستقطاب المساعدات دون مواجهة مباشرة، مستغلين الوساطة التقنية في خفض التكاليف، وإخفاء الممتلكات الشخصية، والوصول لجمهور عريض، ومع تزايد فاعلية هذه الممارسات عند غياب الرقابة الأمنية، تسهم تقنيات الربط الرقمي في مضاعفة أعداد المانحين، رغم ما تحمله من أخطار كشف البيانات الشخصية للطرفين (Singh, 2023).

فيميز التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية بقدرته على الانتشار بسرعة، وتأثيره الكبير، مقارنةً بالتَّسَوُّل التقليدي، مستفيداً من البيئة الرقمية؛ لإخفاء الهوية، وتوظيف أساليب الخداع، ويعتمد هذا التَّسَوُّل على التأثير النفسي والعاطفي للمستخدمين عبر عبارات وصور وفيديوهات غير موثقة؛ لإقناع الجمهور بالحاجة المزعومة مع استدرار التعاطف والحصول على المال أو المساعدات، كما يسمح التَّسَوُّل الرقمي بالوصول إلى جمهور واسع دون قيود مكانية أو زمنية، ويُمكن ممارسته بشكل فردي أو جماعي، من خلال مختلف وسائل التواصل، بهذه الطريقة يجمع بين السرعة، والانتشار الواسع، والتلاعب النفسي لتحقيق أهدافه (العوني، 2024).

كما تشير "أمانة" (Amina, 2025) إلى: أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني يختلف عن الجرائم التقليدية بطرقه الرقمية، التي تستغل المشاعر، من خلال مقاطع فيديو، وصور مؤثرة لجذب التبرعات، مع صعوبة تحديد الهوية الحقيقية للمُتَسَوِّل وملاحقته؛ بسبب استخدام أسماء مستعارة، وصور مزيفة، كما تتسم هذه الظاهرة بتجاوز الحدود الجغرافية؛ ممَّا يجعل إثباتها ومراقبتها صعباً، مع اختراق البيانات الشخصية والتجسس على المستخدمين؛ للتَّعَرُّف على أوضاعهم المالية والاجتماعية، ويعتمد المُتَسَوِّل الإلكتروني على نشر معلومات مزيفة وحقائق ملفقة، مثل: ادعاء الإصابات، أو الأمراض، أو الحاجة لأغراض وهمية؛ لجذب تعاطف الجمهور، بذلك يجمع التَّسَوُّل الإلكتروني بين الاحتيال النفسي والأمني مستفيداً من الطبيعة الرقمية المفتوحة وغير المنظمة للإنترنت.

يمكن القول: إنَّ التَّسَوُّلَ عبر المنصات الرقمية يمثل ظاهرةً معقدةً تجمع بين الاستفادة من التكنولوجيا، وسهولة الوصول للجمهور، مع استخدام أساليب تأثير عاطفي وتقنيات إخفاء الهوية، ورغم الإمكانيات التي توفرها هذه البيئة الرقمية في جمع التبرعات، فإنَّها تحمل أخطارًا كبيرةً تتعلق بالاحتيال وانتهاك الخصوصية؛ ممَّا يجعل الحاجة إلى وعي المستخدمين وإجراءات رقابية فعَّالة أمرًا ضروريًا للحد من آثارها السلبية.

2.1.7 سمات المحتوى الرقمي الاحتيالي:

في عصر التواصل الرقمي، أصبح فهم سلوكيات الأفراد على المنصات الإلكترونية أمرًا ضروريًا لتفسير تأثيراتهم واستراتيجياتهم، كما أشار "حلباوي وآخرون" (Halbaoui et al., 2025) فلا يُنظر إلى المُتَسَوِّلِينَ الإلكترونيين كمجرد متلقين سلبيين، بل كمستخدمين استراتيجيين للمنصات الرقمية والجماليات الإعلامية؛ حيث يصيغون سرديات بصرية وعاطفية تهدف إلى استثارة التعاطف، وبناء الثقة والحصول على الدعم المالي، ويعتمد نجاح هذه السرديات على توافقها مع أنماط عاطفية معروفة، مثل: المرض أو الصعوبات الشخصية، وغالبًا ما تكون مبنيةً على تجارب حقيقية مع أداء الأصالة بشكل متقن ومنسق لتعظيم تأثيرها على الجمهور.

فقد أصبح التَّسَوُّلُ عبر الإنترنت أو التَّسَوُّلُ الرقمي ظاهرةً متزايدةً الانتشار نتيجةً الزيادة المستمرة في عدد مستخدمي الإنترنت المرتبطين عالميًا؛ ممَّا يسهل على الأفراد طلب المساعدة سواء بالمال أو السلع، عبر منصات التواصل الاجتماعي، أو المنصات الرقمية حقيقية، وغالبًا ما يقوم المُتَسَوِّلُونَ الإلكترونيون بأعمالهم من خلال البث المباشر على وسائل التواصل الاجتماعي بهدف جذب انتباه وتعاطف الآخرين، ويقوم المُتَسَوِّلُونَ أثناء ذلك بسلوكيات تهدف إلى استثارة مشاعر التعاطف لدى الجمهور، والتأكيد على القيم الدينية والأخلاقية في خطاباتهم للحصول على دخل يتمثل في المال الرقمي أو الهدايا التي يمكن تحويلها إلى أموال حقيقية (Mujiwati et al., 2023).

يتضح أنَّ التَّسَوُّلَ الرقمي ليس مجرد طلب عشوائي للمساعدة، بل ممارسةً معقدةً تعتمد على فهم عميق للجمهور، واستخدام أدوات المنصات الرقمية بذكاء، يسعى المُتَسَوِّلُونَ إلى خلق تجربة عاطفية وجاذبة من خلال محتوى متقن يجمع بين الواقعية والقيم الثقافية والدينية؛ بهدف التأثير على المشاعر وكسب الدعم المالي، ومع الانتشار الواسع للإنترنت، فأصبحت هذه الظاهرة جزءًا من المشهد الرقمي الحديث؛ ممَّا يبرز الحاجة إلى دراسة سلوكياتها وتأثيراتها على الأفراد والمجتمع.

2.1.8 الوساطة الرقمية:

إنَّ الوساطة الرقمية جاءت لتفعيل الخدمات وتعزيز إمكانية وصولها إلى مختلف فئات المستفيدين والمستخدمين عبر المؤسسات والهيئات المتنوعة، بما يضمن استمراريته، ويكسبها بُعدًا تسويقيًا، وميزةً تنافسيةً مقارنةً بغيرها من المؤسسات، التي قطعت شوطًا كبيرًا في تبني التقنيات الرقمية، ويتطلب ذلك توافر موارد بشرية مؤهلة تمتلك الكفاءة، والقدرة على التعامل مع هذه التقنيات والمنصات بكفاءة عالية، بما

يضمن تلبية احتياجات الجمهور على اختلاف مستوياتهم الفكرية، والمعرفية، والثقافية (عبدالمالك وبلعلي، 2025).

فأدى الانتشار السريع للتقنيات الرقمية، وخاصةً الهواتف المحمولة ومنصات التواصل الاجتماعي إلى تحويل شكل العطاء الخيري وتسهيل نمو ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني بسرعة، فقد أصبحت التقنيات الحديثة تتيح للأفراد مشاركة قصصهم الشخصية، وطلب الدعم المالي والوصول إلى جمهور عالمي خلال ثوانٍ، وتتيح المنصات الرقمية عرض محتوى عاطفي عبر الفيديوها، والبث المباشر، والسرِد القصصي؛ ممَّا يزيد من احتمالية التفاعل والتبرعات، كما تشجع هذه المنصات على الظهور بشكل عاطفي؛ حيث يعتمد نجاح الحصول على الدعم على مدى قدرة الأفراد على تقديم حاجتهم بشكل مؤثر؛ لتتحول المعاناة أحيانًا إلى محتوى رقمي، مهياً للانتشار السريع والتأثير العاطفي على الجمهور (Halbaoui et al., 2025).

وتتميز الوساطة الرقمية في التَّسَوُّل الإلكتروني بالبث المباشر والتفاعل الرقمي؛ ممَّا يتيح للمُتَسَوِّلِينَ عرض حالتهم المالية، وطلب الدعم بشكل فوري؛ حيث ينشر الأفراد معلوماتهم على منصات مخصصة لجمع التبرعات، وقد تشمل الاحتياجات سداد الديون أو تمويل أنشطة متنوعة، يتيح البث المباشر للجمهور متابعة الحالات في الوقت الفعلي، فيما يعزِّز التفاعل الرقمي عبر التعليقات، وتسجيلات الإعجاب حلقة التواصل بين المُتَسَوِّلِ والمتبرع، بهذه الطريقة تصبح الوساطة الرقمية أداةً فعَّالةً؛ لتوسيع نطاق الوصول وجذب الدعم المالي بسرعة وسهولة (Singh, 2023).

وترتبط الوساطة الرقمية بمفهوم إتاحة المعرفة للجميع بما يضمن تمكين الأفراد من الاندماج الفعَّال في المجتمع الرقمي، فهي تقوم على تسهيل الوصول إلى المعرفة عبر الوسائط والتقنيات الرقمية من خلال ربط مستخدمي المكتبات بمصادر المعرفة الرقمية، ولا تتحقق هذه العملية إلا بوجود وسيط فعَّال إلى جانب توفير البنية التحتية والتجهيزات التقنية اللازمة التي تضمن تقديم هذه الخدمة بكفاءة (جميلة وسمير، 2021).

• البث المباشر:

شهدت السنوات الأخيرة انتشارًا واسعًا لتقنيات البث المباشر (Live Streaming) عبر مواقع التواصل الاجتماعي، سواء من قبل الأفراد أو المؤسسات، حتى أصبحت من أبرز أدوات التواصل الرقمي الحديثة، وقد أسهمت هذه التقنية في نقل الأحداث بصورة فورية وتفاعلية، وجذبت أعدادًا كبيرة من المشاهدين؛ ممَّا جعلها وسيلة مؤثرة في التفاعل مع المحتوى وتشكيل الاهتمامات العامة (بريك وأحمد، 2023)، وتُعَدُّ خاصية "المشاهدات الحالية" (Watching Now) من الخصائص المرتبطة بالبث المباشر؛ حيث تعمل على إظهار عدد المشاهدين المتابعين للبث في اللحظة نفسها بشكل فوري ومتغير، ويظهر هذا العدد بصورة رقمية تتغير بالزيادة، أو الثبات، أو النقصان خلال مدة البث، بما يعكس مستوى التفاعل اللحظي للجمهور مع المحتوى المباشر (أحمد، 2020).

ويقصد بـ البث المباشر الخاصية التي توفرها بعض التطبيقات ومواقع التواصل الاجتماعي؛ لتمكين المستخدمين من نشر محتوى في الوقت الفعلي؛ بحيث يتلقاه الجمهور بشكل متزامن مع عرضه، وتنقسم خدمات البث المباشر إلى بث مرئي، يشمل الفيديو والصور الحية، وبث صوتي، الذي يتيح نقل الصوت والتعليقات مباشرة (صبري، 2023)، يُعدُّ البث المباشر إحدى الخصائص التقنية الحديثة المتاحة عبر منصات التواصل الاجتماعي، ويُقصد به إتاحة عرض محتوى الفيديو بصورة حية وفورية للمستخدمين عبر الإنترنت، بما يسمح بتفاعل الجمهور معه في الوقت نفسه من خلال المشاهدة، والتعليق، والمشاركة، وتوفر هذه الخاصية إمكانية بدء البث بسهولة عبر الهواتف الذكية أو الأجهزة الرقمية المتصلة بالإنترنت، مع إمكانية إضافة وصف أو شرح للمحتوى المعروض (خير الله، 2022).

يتميز البث المباشر بعدة خصائص تجعله وسيلةً فريدةً للتواصل مع الجمهور؛ حيث ينقل الحدث بصورة حية ومباشرة دون تسجيل مسبق للحفاظ على مصداقية المصدر، كما يراعي محتواها قيم وتقاليده المجتمعية؛ لتجنب أي تعارض مع المعايير السائدة، ويتيح البث اختيار المحتوى بما يتوافق مع تفضيلات واحتياجات الجمهور؛ مما يزيد من جاذبيته، بالإضافة إلى إمكانية التفاعل والتعليق من قبل المتابعين مع الرد عليهم فوراً؛ لتعزيز التواصل والمشاركة الفعلية (عطا، 2024).

• التفاعل الرقمي:

يشهد التفاعل الرقمي في الوقت الحالي تطور كبير انعكس بشكل واضح على طريقة تواصل الأفراد وبناء علاقاتهم، خاصةً مع انتشار المنصات والتطبيقات الرقمية، فلم يُعدَّ التفاعل مقتصرًا على الواقع المباشر، ولكن أصبح يحدث عبر مساحات افتراضية توفر للأفراد التعارف والتواصل بسهولة، متجاوزةً حدود المكان والثقافة، وقد أدى ذلك إلى انتشار أشكال جديدة من العلاقات، خصوصًا بين الشباب، والتي تعتمد في الأساس على التفاعل عبر الرسائل والتعليقات والمحتوى المشترك، أصبح الفرد يقدم نفسه من خلال هوية رقمية قد تختلف عن واقعه الحقيقي، وهو ما يخلق أشكالاً جديدةً في تكوين العلاقات العاطفية والاجتماعية (أبوالنجا وصابر، 2025).

• الطلب المالي:

انتقل الطلب المالي من حيزه التقليدي المتمثل في استجاء المارة في الشوارع والتقاطعات؛ ليأخذ شكلاً رقمياً متطوراً عبر المنصات الرقمية، وتعتمد هذه الظاهرة المتنامية على استراتيجية جذب الانتباه من خلال سلوكيات استعراضية قاسية، ك: سكب الماء البارد أو الاستحمام بالطين؛ بهدف تحفيز التفاعل المادي، ويبرز كبار السن كعنصر فاعل في هذه الأنشطة لقدرتهم العالية على استدرار العطف؛ مما يضاعف فرص تحصيل الدعم المالي في صورة هدايا رقمية قابلة للتسييل، وهو ما يعكس تحولاً جذرياً في آليات الحصول على الأموال؛ لتصبح قائمةً على التأثير العاطفي الرقمي (RAISHA et al., 2023).

ويمثل الطلب المالي عبر الإنترنت امتدادًا حديثًا لممارسات التسؤل التقليدية؛ حيث أصبح الأفراد يطلبون المال لأغراض متعددة عبر الفضاء الرقمي، سواء من خلال المواقع الشخصية أو المنصات الإلكترونية، ومع تطور التكنولوجيا: تحولت أشكال التسؤل إلى ما يُعرف بـ "التسؤل الإلكتروني" مع بقاء الهدف الأساسي ثابتًا، وهو الحصول على المال، رغم تنوع قصص المعاناة والدوافع، ويعتمد هذا النمط على عرض النداءات المالية عبر الصفحات الشخصية، داعيًا الأفراد إلى تحويل الأموال بشكل مباشر؛ مما أدى إلى تحوله تدريجيًا إلى نشاط شبه منظم على الإنترنت، يُشار إليه من قبل بعض المختصين باسم "التسؤل السيبراني" (Singh, 2023).

• التحويل المباشر:

يقصد بالتحويل المباشر أسلوبًا حديثًا في صرف المدفوعات والدعم المالي، ويتم من خلاله تحويل المبالغ مباشرة إلى الحسابات المصرفية للمستفيدين دون وسطاء، بما يساهم في تعزيز الكفاءة والشفافية، وتقليل احتمالات التلاعب أو التسرب المالي، وقد تبنت بعض الدول هذا النظام في برامج الدعم الحكومي، من خلال ربط المدفوعات بالحسابات البنكية والبيانات التعريفية للمستفيدين؛ لضمان وصول المزايا إلى مستحقيها بصورة مباشرة ومنظمة (عبد الله، 2023).

كما يُعدُّ التحويل المصرفي الإلكتروني للأموال من أبرز صور التحويل المباشر؛ إذ يتم من خلاله نقل الأموال من حساب مصرفي إلى آخر عبر الأنظمة الإلكترونية التي توفرها البنوك من خلال شبكة الإنترنت، بما يساهم في إنجاز المعاملات المالية بصورة سريعة وآمنة ومنظمة، دون الحاجة إلى الأساليب التقليدية في تحويل الأموال (المساعدة، 2017).

• المحفظة الإلكترونية:

تُعرف المحفظة الإلكترونية (E-wallet) بأنها: وسيلة رقمية تُستخدم لحفظ الأموال أو بيانات الدفع إلكترونيًا، وتمكن المستخدم من إجراء المعاملات المالية المختلفة، مثل: الدفع، والتحويل، واستلام الأموال، دون الحاجة إلى استخدام النقود الورقية بشكل مباشر، وتُعدُّ المحفظة الإلكترونية من أبرز تطبيقات التحول نحو المعاملات غير النقدية (Cashless)؛ لما توفره من سرعة وسهولة وأمان في تنفيذ المعاملات (زلكيفلي وآخرون، 2019)، فهي تطبيق إلكتروني يستخدم لحفظ بيانات الدفع وإدارة المعاملات المالية بصورة رقمية، بما يتيح للمستخدم إجراء عمليات الدفع والتحويل عبر الإنترنت بسرعة وسهولة وأمان، وقد ظهرت هذه التقنية لتلبية الحاجة إلى وسائل دفع حديثة تُساهم في تسهيل عمليات الشراء وتحويل الأموال، وتعتمد عليها اليوم العديد من البنوك والشركات ضمن أنظمتها الإلكترونية الآمنة (العمرى وآخرون، 2023).

تُظهر الوساطة الرقمية تطورًا ملحوظًا في أساليب الوصول إلى الدعم والمعرفة؛ حيث أصبح للأفراد القدرة على التواصل الفوري والمباشر مع الجمهور، من خلال منصات متعددة مع ضمان الشفافية وسرعة الاستجابة، وتتيح هذه الوسائط الرقمية تنوعًا في الأدوات والتقنيات المستخدمة؛ مما يعزز إمكانية التفاعل

والمشاركة، ويُسهم في تلبية الاحتياجات المختلفة بكفاءة، مؤكِّدًا الدور الحيوي للتحوّل الرقمي في إعادة تشكيل طرق العطاء والتواصل الاجتماعي.

2.1.9 أساليب مواجهة التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية:

تؤدي وسائل الإعلام بمختلف أشكالها دورًا مهمًا وحيويًا في المجتمع المعاصر، بوصفها من أبرز مؤسسات التنشئة الاجتماعية والضبط الاجتماعي؛ لما تمتلكه من قدرة كبيرة على التأثير في اتجاهات الأفراد وسلوكهم، ومع تنامي دور الإعلام الأمني واتساع تأثير المنصات الرقمية، أصبح من الممكن توظيف الوسائل الإعلامية في نشر الوعي المجتمعي، وكشف أساليب التَّسَوُّل الإلكتروني، والإسهام في وضع معالجات وقائية وتوعوية تحد من انتشار هذه الظاهرة وتقلل من أثارها السلبية على المجتمع (منصور، 2025).

لمواجهة ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني التي تهدد القيم الأخلاقية، لا يكفي الاكتفاء بالإجراءات الحكومية الاستراتيجية، بل يجب أيضًا تعزيز الوعي المجتمعي، ويشمل ذلك تعليم الأفراد كيفية التعامل مع طلبات التبرع الرقمية وتجنب الوقوع في فخ المُتَسَوِّلِينَ الإلكترونيين، بالإضافة إلى: ترسيخ قيم الاعتماد على النفس والكرامة الشخصية في نفوس المواطنين، كما ينبغي نشر الثقافة الرقمية المسؤولة، وتشجيع الاستخدام الإيجابي للتقنيات الحديثة في دعم المبادرات الخيرية الحقيقية؛ لمنع تطبيع التَّسَوُّل الإلكتروني وتحويله إلى سلوك مقبول أو مهنة مثالية مستقبلاً؛ ممّا يضمن صون شخصية المجتمع وقيمه الأخلاقية (Mujiwati et al., 2023).

وتلعب برامج التوعية المجتمعية دورًا حيويًا في تغيير سلوك الأفراد تجاه قضايا اجتماعية محددة، مثل: التَّسَوُّل، من خلال تصحيح المفاهيم الخاطئة والممارسات السلبية المرتبطة به، تهدف هذه البرامج إلى توجيه المجتمع نحو سلوكيات إيجابية تساعد في الحد من انتشار الظاهرة، كما تسهم في إعادة تشكيل القيم والمعتقدات الاجتماعية، من خلال تقديم معلومات توضح أبعاد المشكلة وآثارها السلبية على المجتمع، وقد أظهرت تجارب، مثل: حملات وزارة الداخلية بالتعاون مع المؤسسات الإعلامية المحلية نجاح هذه البرامج في تقليل التسامح العام مع المُتَسَوِّلِينَ، وزيادة وعي المجتمع بأهمية الإبلاغ عن حالات التَّسَوُّل للجهات المختصة (Almazrouei & Che, 2025).

وتتمثل أساليب مواجهة التَّسَوُّل الإلكتروني في إطلاق حملات توعوية تسهم في رفع مستوى الوعي المجتمعي بخطورة هذه الظاهرة، وتعزيز ثقافة الحذر عند التعامل مع طلبات المساعدة عبر المنصات الرقمية، إلى جانب تغليظ العقوبات القانونية بما يتناسب مع الفعل الجرمي المرتبط بالتَّسَوُّل الإلكتروني ودوافعه، مع ضرورة الإعلان عن هذه العقوبات ونشرها بين أفراد المجتمع؛ للحد من انتشار الظاهرة، وضمان تفعيلها وتطبيقها بصورة فعلية وراغبة (مرجي، 2022).

ويشير المعز (2025) إلى: أنَّ مواجهة التَّسَوُّل الإلكتروني يتطلب اتباع مجموعة من الأساليب الوقائية، من أهمها: التحقق من مصداقية الشخص أو الجهة قبل التبرع، واستخدام وسائل دفع إلكترونية آمنة، والحذر

من الروابط المشبوهة، وعدم مشاركة المعلومات الحساسة، كما يشدد على تجنب الانسياق وراء العروض المثيرة للعاطفة أو المبالغ فيها، واستخدام برامج الحماية الرقمية مع تعزيز الوعي الذاتي ومتابعة أساليب الاحتيال الحديثة باستمرار.

كما يشير "أبو عيسى وآخرون" (Abu Issa et al., 2025) إلى: أنَّ مكافحة النَّسْؤِل الإلكتروني تحتاج إلى استراتيجية شاملة تراعي أشكاله المختلفة وأسبابه، وتشمل هذه الاستراتيجية استخدام أنظمة ذكاء اصطناعي لمراقبة المحتوى الرقمي، وفرض العقوبات على المخالفين، كما يتطلب الأمر تعاون الجهات القانونية مع شركات التكنولوجيا وتقديم برامج دعم للأشخاص المحتاجين لمعالجة الفقر والبطالة، بالإضافة إلى ذلك: يُعدُّ التنسيق الدولي ضروريًا لتبادل المعلومات وتوحيد القوانين لمكافحة النَّسْؤِل الإلكتروني بفاعلية.

بناءً على ما سبق يمكن القول: إنَّ الحد من النَّسْؤِل الإلكتروني يتطلب تكاتف الجهود بين المؤسسات والمجتمع، من خلال تعزيز الثقافة الرقمية المسؤولة، وتطوير برامج توعية تستهدف تعديل السلوكيات الخاطئة، بالإضافة إلى اعتماد إجراءات وقائية وتقنية تحمي الأفراد من الاستغلال عبر المنصات الرقمية، كما أنَّ التعاون بين الجهات القانونية، ومزودي الخدمات الرقمية، والمجتمع المدني، يشكل عنصرًا أساسيًا؛ لضمان استدامة الحلول، والحد من انتشار الظاهرة، بما يحافظ على قيم المجتمع، ويعزز أمانه الرقمي والاجتماعي.

2.2 المحور الثاني: السلوك العام الرقمي

2.2.1 تمهيد:

شهد العقد الأخير في ظل الثورة الرقمية تحولات واضحة في التواصل البشري وبين 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 يعرف بالتسوّل الإلكتروني (عبد المعز، 2025).

ويتفاعل المواطنون في المجتمع الرقمي بطريقة معينة في إطار المعايير والقواعد والقوانين الموضوعة، ولكن هذا لا يحدث غالبًا مع التكنولوجيا؛ إذ انتشرت ظاهرة الاستخدام السيء لمختلف تطبيقات التكنولوجيا؛ لأنّ العالم الرقمي لم ينطو إلا على القليل من القواعد الخاصة بالسلوك المناسب وغير المناسب للمواطن الرقمي (عبد الهادي، 2020).

كما أنّ ظاهرة التسوّل الإلكتروني لا تختلف عن التسوّل التقليدي، فهي قائمة بالأساس على الخداع والتحايل؛ للحصول على المال بطريقة غير قانونية، وأنّ هذا النوع من التسوّل ليس مقصورًا على مواقع التواصل العربية، لكنه بات ظاهرة عالمية تفاقمت على وجه التحديد بعد جائحة كورونا (منصور، 2025)، وعليه تولي المملكة العربية السعودية اهتمامًا كبيرًا بمشكلات التسوّل الإلكتروني، وتسعى إلى حلها وتقديم المساعدات بكافة الأشكال (الخمشي، 2022).

يظهر ممّا سبق: أنّ التطور الرقمي قد أتاح فرصًا كبيرة للتواصل والمعرفة، لكنه في الوقت ذاته خلق تحديات جديدة تتعلق بالاستغلال المالي عبر الوسائل الإلكترونية؛ لذلك أصبح من الضروري تعزيز الوعي الرقمي لدى الأفراد، ووضع آليات فعّالة للتصدي لسلوكيات الاستغلال، بما يضمن بيئة رقمية آمنة ومسؤولة للجميع.

2.2.2 تعريف السلوك العام الرقمي:

تعددت وجهات النظر حول السلوك العام في البيئة الرقمية، ومن أبرزها:

يُشير كل من ميلينكوفا وليندزوفا (Milenkova & Lendzhova, 2021) إلى مصطلح السلوك العام بأنّه: الوعي والقدرة على تمييز الأخبار الصحيحة من الأخبار الكاذبة، والنظرة النقدية للحياة الاجتماعية وما يحدث فيها عمومًا، كما يعني مصطلح السلوك العام أيضًا المشاركة الفعّالة، واتخاذ موقف تجاه أحداث محددة في مسار الحياة.

وعرّف عباس (Abbas, 2020) السلوك الرقمي العام بأنّه: استخدام الفرد لتكنولوجيا المعلومات للمشاركة في المجتمع، والسياسة، والحكومة، ويشير إلى المواطنين الرقميين الذين يستخدمون الإنترنت بانتظام وفاعلية

وكفاءة رقمية، ولديهم فهمٌ شاملٌ للمواطنة الرقمية، كما عرّفه الشهري (2021) بأنّه: مجموعة من القواعد واللوائح والآداب العامة التي ينبغي اتباعها عند استخدام شبكات الإنترنت بوجه عام، وهي تشمل: جوانب أخلاقية، ودينية، ولغوية، واجتماعية، وتضمن حسن الاستخدام لكل الأطراف عبر تلك المنصات.

وحدد هارون وحسونة (2022) السلوك العام الرقمي بأنّه: الممارسات غير الرسمية التي تنظم سلوك المستخدمين للإنترنت، وتشمل الجوانب الاجتماعية، والتكنولوجية، والأخلاقية، والصحية، عند التفاعل مع المحتوى الرقمي، كما حدد الحربي (2022) أنّ السلوك العام الرقمي هو: الشكل الكامل للسلوك البشري، بما يتعلق تعامله مع المصادر وقنوات المعلومات، بما في ذلك: البحث النشط وغير النشط للمعلومات وكيفية استخدامها؛ لذا فإنّ السلوك يشتمل على المحادثات الشفهية التي تكون بشكل مباشر مع الآخرين.

وأضاف جعيجع وفراح (2023) أنّ السلوك العام الرقمي عبارة عن: الأفعال والتصرفات التي يتبعها الأفراد في عمليات البحث، أو الشراء، أو التقييم للسلع، والخدمات، والأفكار، وهذا عبر مختلف الوسائط الرقمية من أجل إشباع حاجاته ورغباته، كما أشار كل من بوكار وأنشيتا (Bocar & Ancheta, 2023) إليه بأنّه: قدرة الفرد على التفاعل بشكل بناء، ونقدي، وكفاء في العالم الرقمي، مستخدماً مهارات التواصل الفعّال والإبداع؛ من أجل الانخراط في سلوكيات اجتماعية تحترم حقوق الآخرين وكرامتهم، مع استخدام التكنولوجيا بمسؤولية.

كما أشار صادق وآخرون (Sadiku et al., 2018) إلى: السلوك الرقمي العام بأنّه: القدرة على المشاركة في المجتمع الرقمي؛ حيث يعزّز المساواة، والمشاركة المتكافئة في جميع مجالات الحياة، بغض النظر عن العرق، أو الجنس، أو الأصل الإثني.

وقدم هذا العنصر تعريفاً متوازناً لـ: السلوك العام الرقمي بوصفه مجموعة الممارسات والقدرات، التي تمكن الفرد من التفاعل بوعي ومسؤولية داخل البيئات الرقمية، بما يشمل المشاركة الفعّالة، والالتزام بالمعايير الأخلاقية والاجتماعية، واستخدام الأدوات والتقنيات الرقمية بمهارة وكفاءة.

2.2.3 مؤشرات السلوك العام الرقمي تجاه التّسوّل الإلكتروني:

مع التوسع في استخدام الوسائط الرقمية، ظهرت أنماط جديدة من السلوك، مثل: التّسوّل الإلكتروني؛ ممّا أدى إلى تباين تفاعلات الأفراد بين التعاطف، والرفض، والتشكيك، وهو ما يستدعي فهم مؤشرات السلوك العام الرقمي تجاه هذه الظاهرة:

• الاستجابة:

لقد تطور التّسوّل الإلكتروني إلى مهنة، ليس فقط بين المواطنين العاديين الذين يتسولون التبرعات المالية، بل أيضاً بين المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وحتى المشاهير؛ حيث إنّ المُتسوّلين عبر الإنترنت يستغلون منصات التواصل الاجتماعي؛ لعرض بؤسهم واستدراج تعاطف جمهورهم المباشر، كما

أنهم يستغلون القدرة على طلب التبرعات بصرية تامة من خلال التكنولوجيا (Ibrahim, 2025)، فأصبح التسؤل الإلكتروني ظاهرة منتشرة في الثقافة الشعبية، يعتمد فيها المُسؤولون على التكنولوجيا والبث المباشر؛ لجذب التبرعات بسرعة، ويشجع الدعم الرقمي من المتبرعين هؤلاء على الاستمرار؛ إذ يرونها وسيلةً أسهل وأسرع لكسب المال، مقارنةً بالطرق التقليدية (Sopiyan et al., 2025).

فتتمثل الاستجابة في العلاقات العامة الرقمية، يمكن للجمهور الحصول على ردود فورية على استفساراتهم وشكاواهم، ومنها: الاستجابة الفورية من خلال الرد على التعليقات يمكن للمنظمة الرد على تعليقات الجمهور بشكل فوري، والرد على الرسائل المباشرة يمكن للجمهور إرسال استفساراتهم عبر الرسائل المباشرة والحصول على رد سريع (عبد العال وعبد الحق، 2025)، كما أنّ تصميم الاستجابة يتم من خلال محادثة يتم بها الرد الفوري على أسئلة واستفسارات معلمي المعاقين بصرياً -وفق احتياجاتهم- بأكثر من استجابة منطقية ملائمة حول مهارات إنتاج عناصر مختلفة (الغول وفرحات وسوريال، 2022).

ويمثل التسؤل الإلكتروني شكلاً جديداً من أشكال التسؤل؛ حيث يتم نشر الاحتياجات الفردية وتبليتها في الوقت الفعلي؛ ممّا يخلق مزيجاً فريداً من سرد القصص الشخصية، والتفاعل مع الجمهور، وغالباً ما يُوظّر مُنشئو المحتوى الرقمي بثّهم المباشر برسائل عن المعاناة؛ ممّا يخلق سرداً يستثير استجابة الجمهور، ومن المرجح أن تلعب عوامل، مثل: التعاطف، والتأثير الاجتماعي، والهوية الرقمية، والشعور بالأصالة أدواراً في هذه الاستجابات العفوية، علاوةً على ذلك: قد تُسهم الطبيعة العابرة للتفاعلات الرقمية والشعور بالقرب من المتلقي في خلق تجارب عاطفية ونفسية فريدة للمتبرعين، وتتأثر استجابة المستخدمين للتبرع أيضاً بتصورهم لمصادقية منشئ المحتوى الرقمي (Kurniawan et al., 2025).

• الرفض والتجاهل والتبليغ:

بدأ البعض في رفض التسؤل الإلكتروني وانتقاده، ولا يريدون أن يكونوا ضحايا للتعاطف غير المبرر، فيساهم البعض دون وعي في انتشاره عبر التفاعلات على وسائل التواصل، تتفاوت ردود فعل الجمهور بين القلق والانزعاج، وبين القبول ما دام بلا ضرر، يظهر التسؤل الإلكتروني اختفاء الحدود بين العالم الواقعي والافتراضي؛ حيث يمكن ممارسته من المنزل بالكاميرا فقط، هذه الظاهرة تحمل آثاراً اجتماعية بعيدة المدى تؤثر في سلوك الأفراد، ونمط تعاملهم الرقمي (Sopiyan et al., 2025)، تحت السلطات على اتخاذ إجراءات وقائية ضد التسؤل الإلكتروني خصوصاً الذي يستهدف الفئات الضعيفة، مثل: كبار السن، والأطفال، وذوي الإعاقة، وتشجع على التبليغ عنه لجهات إنفاذ القانون، تأتي هذه التدابير؛ بهدف حماية النظام العام والحد من الاستغلال الرقمي للأشخاص المعرضين للخطر، تسعى الحكومات إلى وضع أطر قانونية؛ لضمان حماية ضحايا التسؤل الإلكتروني وتوفير بيئة أكثر أماناً لهم (Alamsyah et al., 2025).

فالتبليغ هو الوسيلة الرسمية، التي يتم بها إبلاغ الخصم بالإجراء المتخذ في مواجهته؛ بحيث تمكنه من العلم بالإجراءات المتخذة ضده بتسلمه البلاغ عن طريق وسائل تكنولوجية حديثة، بما يتحقق به إرسال

التبليغ واستلام الخصم له بإحدى الوسائل الإلكترونية (حسانين، 2024)، ويعتبر التبليغ الإلكتروني الوسيلة الرسمية التي يتعين بها إبلاغ الخصم بالإجراءات المتخذة ضده بتسليمه البلاغ عن طريق وسائل التكنولوجيا الحديثة وتقنياتها، بما يتحقق به على إرسال التبليغ واستلام الخصم له (عبد السلام، 2024).

• الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي:

تراجعت ثقة الجمهور في وسائل الإعلام والمحتوى الرقمي خلال العقود الماضية؛ بسبب انتشار المعلومات الكاذبة والمضللة على منصات التواصل الاجتماعي، وتواجه التدابير التقليدية -مثل: التحقق من الحقائق والتحذيرات، وأنظمة التصنيف، والذكاء الاصطناعي- قيودًا في الفاعلية وقابلية التوسع، يركز المحتوى الرقمي غالبًا على التفاعل والمشاهدات بدل مصداقية المعلومات؛ مما يساهم في تراجع الثقة لدى المستخدمين (Barbosa et al., 2025)، فأصبح بناء الثقة في المحتوى الرقمي على الإنترنت أمرًا بالغ الأهمية، خاصةً مع انتشار الأخبار الكاذبة وما بعد الحقيقة، التي تجعل التمييز بين الموثوق وغير المضلل صعبًا، تسمح منصات التواصل الاجتماعي للمستخدمين بمشاركة المعلومات بحرية (Donaldson, 2019).

والثقة في المحتوى هي سمة شخصية أو اعتقاد وهي بنية اجتماعية ونية سلوكية، والثقة تعتبر أحد أهم الجوانب لنجاح تنفيذ خدمات الحكومة الإلكترونية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، الثقة تولد رغبة الفرد في المشاركة مع المنظمات الحكومية والاستفادة من خدماتها، وإن ثقة المواطنين في حكومتهم منخفضة على مستوى العالم، وقد انخفضت في الولايات المتحدة وكندا، وفي الوقت نفسه: تتزايد الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر موثوق للمعلومات، وبالتالي: يمكن أن تكون أداة فعالة؛ لبناء ثقة المواطنين في حكومتهم، وزيادة رأس المال الاجتماعي (أبو رفل، 2025).

كما يمثل التحقق من المعلومات جزءًا أصيلاً من الالتزام الأخلاقي للمؤسسات الإعلامية؛ إذ يفترض أن تُبنى الممارسات الإعلامية على قيم الصدق والشفافية واحترام الجمهور، ويؤكد الإطار الأخلاقي للصحافة أن الغاية من الإعلام لا تقتصر على نقل المعلومات، بل تشمل أيضًا تمكين المواطنين من اتخاذ قرارات واعية قائمة على معرفة دقيقة، وتُعَدُّ الشفافية في مصادر الأخبار وتصحيح الأخطاء من المبادئ الأساسية؛ لبناء الثقة مع الجمهور (غزالة وفوزية، 2025)، فلا يتعامل العميل بشكل مباشر مع الشركة أو الموظفين؛ ولذلك فإنه يجب تواجد السلوك الأخلاقي حتى تتواجد الثقة؛ حيث إن المعايير الأخلاقية -مثل: الخصوصية، والأمن- تعتبر عوامل أساسية في بناء الثقة لدى العلماء المتعاملين مع المحتوى الإلكتروني (زهري والسعيد، 2021).

ويُعَدُّ انعدام الثقة من أهم المشكلات المتعلقة بالمحتوى الرقمي، وقد أدت هذه الأزمة إلى ظهور اتجاه يُعرف باسم اقتصاد الثقة؛ حيث يهدف هذا الاتجاه إلى إيجاد حلول تُعزِّز مصداقية المحتوى المنشور على الإنترنت، وبالتالي: زيادة تأثيره، كما يُعَدُّ التسويق عبر المؤثرين أحد الأدوات المستخدمة في هذا السياق، ويتميز هذا الأسلوب عن التسويق بالمحتوى؛ إذ تُقبل جودة مُنشئ المحتوى بناءً على مدى تشابهه مع الجمهور المستهدف (Sołoducha, 2022).

• إدراك المحتوى الاحتيالي الإلكتروني:

يُعدُّ الاحتيال الإلكتروني خاصةً في حملات التبرع من أبرز المخاوف المجتمعية؛ حيث قد يلجأ البعض لاختلاق قصص أو استدرار التعاطف للحصول على المال؛ ممَّا يضعف الثقة في العمل الخيري، ويرجع ذلك إلى سهولة إنشاء هُويَّات مزيفة، وإخفاء الهوية على الإنترنت، وهو ما يثير تساؤلات أخلاقية حول استغلال المعاناة وحدود الخصوصية (Abu Issa et al., 2025)، فأصبح التمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف صعبًا جدًّا؛ ممَّا يضعف قدرة المتلقي على معرفة الحقيقة، ويهدد مصداقية وسائل الإعلام، كما يُستخدم هذا المحتوى في نشر الأخبار المضللة، وتشويه سمعة الأفراد والمؤسسات، والتأثير على الانتخابات والصراعات، ويُعدُّ أداة خطيرة قد تستغلها الجماعات الإرهابية ووسائل الإعلام المعادية (مبارك، 2025).

فأدى الانتشار الواسع لتكنولوجيا الاتصالات الرقمية إلى ظهور جيل جديد من أساليب الاحتيال الإلكتروني، وتنتشر هذه الأساليب المُمكنة إلكترونيًا بسرعة هائلة، مستهدفةً عددًا أكبر من الضحايا (المحتملين)، مع تمكين المجرمين من العمل في الخفاء؛ حيث يستخدم المحتالون طيفًا واسعًا من أساليب العمل، وتُستخدم تقنيات مختلفة لكل منها خصائصها المميزة (EUCPN, 2022)، وبالتالي: تتمثل إدراك المحتوى الاحتيالي الإلكتروني في الحسابات الوهمية، والتي تكون بأسماء مستعارة، وبعضها يحظى بشهرة واسعة، وعدد كبير من المتابعين والأصدقاء، وقد تقوم هذه الحسابات بنشر بعض الأسرار الشخصية لبعض الشخصيات العامة (الوليد ونجيب، 2023).

كما وجدت أنَّ شبكة الإنترنت توفر منصةً عالميةً؛ لنشر المنشورات والمعلومات والمحتوى الزائف، وخصوصًا بعد انتشار مفهوم صحافة المواطن، الذي أدى إلى زيادة هذه الظاهرة، من خلال طرح معلومات مفبركة، وبخاصة وقت الأزمات، والهجمات الإرهابية، والتغييرات المجتمعية؛ ولرصد العلاقة بين تقنيات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي، وانتشار المحتوى الزائفة (حسين، 2025).

• الحكم القيمي تجاه الظاهرة:

أدى التحول إلى البيئة الإلكترونية إلى تغييرات جذرية في العلاقات الاجتماعية والاستجابات الأخلاقية؛ حيث يتعرض الأفراد لمحتوى احتيالي بكثافة أكبر؛ ممَّا يسبب إرهابًا عاطفيًا وزيادة في التشهير، كما أنَّ البُعد المادي والنفسي بين المستخدمين يضعف دقة الأحكام الأخلاقية، ويزيد من السلبية، والغضب، والصراعات عبر الإنترنت (Robertson et al., 2024)، وعند ظهور التَّسْوُل الإلكتروني: ظهرت ردود فعل متعددة تجاه هذه الظاهرة؛ حيث إنَّ جوهر ما يقوم به المُتَسَوِّل هو طلب الرحمة من الآخرين للحصول على شيء ما، ويزداد تفاعل الأفراد وعطاؤهم، عندما يتعرض المُتَسَوِّل لمزيد من التعذيب، وانتقدت بعض الردود هذه الظاهرة، وصناع المحتوى الذين يحاولون استغلال أنفسهم أو أسرهم للكسب، وهناك العديد من الشباب الذين يلعبون دورًا في انتشار هذه الظاهرة، خاصةً في وسائل التواصل الاجتماعي (Mujiwati et al., 2023).

يُنظر إلى التَّسَوُّل الإلكتروني اجتماعيًا كنتيجة للتفاوت الاقتصادي وقلة فرص العمل؛ ممَّا يدفع بعض الأفراد للبحث عن دخل عبر الإنترنت؛ لسهولة الوصول، وسرعة الحصول على الدعم، كما تساهم التغيرات في القيم الاجتماعية في طمس الفرق بين الحاجة الحقيقية والتلاعب العاطفي؛ ممَّا يؤثر على قيمة العمل والأمانة؛ لذلك تبرز أهمية توعية المجتمع بهذه القيم في البيئة الرقمية (Astuti & Utari, 2025)، فالحكم القيمي تجاه الظاهرة هو حكم على العمل، أو الفعل، أو الموقف المطروح يصدره المتعلم بعد القيام بعملية استدلال منطقي يطلق عليها الاستدلال الخلفي، وهو قائم على الانصياع لقيم المجتمع، أو طاعة القانون، أو على أساس المبادئ الخلقية العامة (محمد، 2017).

وبناءً على ما سبق: يتضح أنَّ ظاهرة التَّسَوُّل عبر الإنترنت تعكس تحولات عميقة في التفاعل الاجتماعي داخل البيئة الرقمية؛ حيث تتباين مواقف الأفراد بين التعاطف والحذر والنقد، وقد أسهم انتشار المحتوى المضلل وسهولة إخفاء الهوية في إضعاف مصداقية المبادرات الإنسانية؛ ممَّا أوجد حالة من التردد وعدم اليقين لدى الجمهور، كما أنَّ التعرض المستمر لمثل هذه الممارسات يترك آثارًا نفسية وسلوكية تمتد إلى أنماط التفاعل اليومية.

2.2.4 العوامل المؤثرة على الثقة العامة في المحتوى الرقمي:

تلعب الأسس المعلوماتية السليمة دورًا محوريًا في تعزيز التماسك الاجتماعي وضمان تفاعل أفراد المجتمع بطريقة فعّالة وآمنة، وهو ما أشار إليه "إسلام وآخرون" (Islam et al., 2023, P. 42)؛ حيث تُعدُّ الثقة هي أساس العلاقات الإنسانية وركيزة أساسية للمجتمع، ويُعدُّ وجود بيئة معلوماتية سليمة أمرًا بالغ الأهمية لبناء الثقة في المجتمع والحفاظ عليها ونشرها، ويساهم توفر محتويات رقمية متنوعة، وموثوقة، ودقيقة، وجديرة بالثقة في بناء هذه البيئة المعلوماتية، ويمكن لنظام موثوق أن يلعب دورًا محوريًا في مكافحة انتشار المحتويات الرقمية الاحتيالية، والمضللة، والمغلوبة، والأخبار الكاذبة خلال حالات عدم اليقين والطوارئ.

ويُعدُّ الحفاظ على ثقة العامة أمرًا معقدًا، يعود ذلك أساسًا إلى الطبيعة الديناميكية، والمنفتحة، وغير الخاضعة للرقابة في كثير من الأحيان للنظام الرقمي، وفي كثير من الحالات، تنتشر المعلومات السلبية أسرع من التوضيحات، ويتفاقم هذا الوضع؛ بسبب خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي، التي تميل إلى تضخيم المحتوى الرقمي المؤثر عاطفيًا، بغض النظر عن صحته، كما أنَّ إخفاء هوية المستخدمين يشجع على الانتشار غير المقيد للمحتوى الرقمي دون وجود رادع قانوني فعّال، ويتفاقم هذا الوضع؛ بسبب قدرة الجمهور المتزايدة على اكتشاف التناقضات أو التلاعب بالمحتوى من خلال مختلف الأدوات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي (Kuswati et al., 2025).

فأظهرت دراسة أبو رفول (2025): أنَّ أحد العوامل المؤثرة على الثقة في المحتوى الرقمي تشمل جودة المحتوى أساس في تشكيل الثقة وسلوك التفاعل، فقد اعتبر المشاركون أنَّ المحتوى الذي يتسم بالملاءمة،

والارتباط الوثيق باهتماماتهم واحتياجاتهم، يحفزهم على التفاعل المستمر، وأكدت نسبة كبيرة منهم أنَّ المحتوى الذي يقدم معلومات عملية أو يعكس حالات واقعية لقضايا أمنية، يسهم بشكل مباشر في تعزيز تفاعلهم مع الحسابات.

كما يتمثل دور الإبداع والابتكار التكنولوجي في أنَّه خاصية ملازمة لإدارة التغيير، فالتغيير يتعين أن يعمل على إيجاد قدرات إبداعية أفضل ممَّا هو قائم أو مستخدم حاليًا، فهو يعمل نحو الارتقاء والتقدم، وإلا فَعَدَّ مضمونه (رابحي وكاريش، 2021)، وهذا إلى جانب العوامل التكنولوجية والتي نتج عن التطور التكنولوجي الكبير العديد من الآثار والتغيرات التي انعكست بشكل مباشر على الأفراد؛ حيث ساهمت التكنولوجيا في ظهور خدمات ومنتجات جديدة، وأيضًا أدت لظهور وسائل جديدة لعرض المحتوى، فاستخدام التكنولوجيا يختلف من دولة لدولة ومن فرد لآخر (جميع وفراح، 2023).

كما تؤثر عدة عوامل على الثقة في المحتوى الرقمي، أبرزها: الشفافية التي توفر بيانات وصفية قابلة للتحقق، وتوضح تاريخ إنشاء ومعالجة المحتوى، وتلعب الخصوصية دورًا في حماية معلومات الأفراد، بينما تساهم قابلية التدقيق والأمن السيبراني في ضمان مصداقية المحتوى ومنع التلاعب به، فتوفر إمكانية التعويض وسائل قانونية لحماية المتضررين، ويعزّز الإنصاف من خلال توثيق الحقوق والملكية؛ لضمان حل النزاعات المتعلقة بالمحتوى الرقمي (NCSC, 2025).

بناءً على ما سبق يمكن القول: إنَّ مصداقية المواد المنشورة عبر الوسائط الرقمية لا تتشكل بعامل واحد، بل هي نتيجة تفاعل مجموعة من المؤثرات المتداخلة التي تبدأ بطبيعة البيئة الرقمية نفسها، وتتم بالتطورات التقنية، وصولًا إلى خصائص الرسائل المقدمة وآليات ضبطها، وكلما توفرت معايير واضحة تحكم إنتاج ونشر المعلومات -مع مراعاة احتياجات المستخدمين وتعزيز الممارسات المسؤولة-؛ زادت قدرة الجمهور على التمييز بين ما يمكن الاعتماد عليه وما ينبغي التعامل معه بحذر، وهو ما يساهم في ترسيخ علاقة أكثر استقرارًا بين المتلقي والمحتوى الرقمي.

2.2.5 أنماط التفاعل مع المحتويات الرقمية الاحتيالية:

في العصر الرقمي الحالي أصبحت المعلومات تنتقل بسرعة كبيرة؛ ممَّا يزيد من الحاجة لفهم كيفية التفاعل معها، وتمييز الصحيح من المضلل، كما وضع الحديدي وآخرون (2025)؛ حيث تتعدد وتتوسع أنماط التفاعل مع المحتويات الرقمية الاحتيالية، خاصةً في ظل وجود العديد من المنصات والمواقع المجانية التي تتحقق من المعلومات الزائفة، وتنتشر ما هو صحيح، إلى جانب وجود بعض تطبيقات الذكاء الاصطناعي، التي لم تتطرق إلى تحليل مضمون ما بها من أخبار، وهذا إلى جانب أهمية التوعية بأخطار المعلومات الزائفة وطرق التعامل معها.

ويُعَدُّ الميل إلى التركيز على الذات نمطًا ضروريًا يرتبط بمقاومة أي شكل من أشكال التفاعل مع المحتويات الرقمية الاحتيالية، فالأفراد الذين يتمتعون بمستوى عالٍ من الوعي الذاتي معروفون بأنهم يأخذون

في الاعتبار معرفتهم الشخصية، ومعاييرهم الداخلية، ومواقفهم بدرجة أكبر عند اتخاذ القرارات؛ مما يؤدي إلى زيادة مقاومتهم للتأثير الاجتماعي ومحاولات الإقناع، كما أن الوعي بالأخطار المرتبطة بالمحتوى الإلكتروني، فضلاً عن الأساليب التي يستخدمها المحتالون، يمكن أن يساعد الأفراد على أن يكونوا أكثر يقظةً، ويساعدهم على تحديد الأخطار وتقييمها، وبالتالي: فهم مجهزون بشكل أفضل لحماية أنفسهم (Balakrishnan et al., 2025).

وأشارت دراسة الحاييس والرواس (2016) إلى أنماط التفاعل مع المحتويات الرقمية الاحتيالية، والتي يمكن تقسيمها إلى ثلاثة أنماط رئيسية: النمط التفاعلي السلبي: ويتمثل في قدرة الفرد على الوصول إلى المحتويات الرقمية الاحتيالية وقراءتها، مع الاقتصار على القراءة وربما الاستفادة منها فقط دون أي تفاعل إضافي، أما النمط التفاعلي التعاوني: فيتضمن تلقي الفرد لهذه المحتويات وقراءتها وفهم معانيها، والافتناع أو رفض بعض محتوياتها، ثم محاولة تحويلها أو إعادة إرسالها إلى الأقران وتبادلها معهم دون نقدها، والنمط التفاعلي النقدي؛ حيث يقوم الفرد بتلقي المحتويات الرقمية الاحتيالية وقراءتها وفهم معانيها والافتناع أو رفض بعض محتوياتها مع محاولة تحويلها أو إعادة إرسالها إلى الأقران وتبادلها معهم، بالإضافة إلى نقدها نقدًا موضوعيًا.

يتضح من خلال ما سبق: أن تعامل الأفراد مع المحتويات الرقمية الاحتيالية يختلف باختلاف وعيهم ومهاراتهم في تقييم المعلومات، فالبعض يكتفي بالملاحظة دون تدخل، بينما يقوم آخرون بمشاركة أو تعديل المعلومات، وهناك من يتعامل معها بشكل نقدي ومنهجي، فإن تعزيز الوعي الرقمي والقدرة على التمييز بين الحقيقة والزيف يساعد على حماية الأفراد، ويقلل من تأثير المعلومات المضللة في حياتهم اليومية.

2.2.6 أساليب إدراك المحتويات الرقمية الاحتيالية:

تلعب ثقافة المؤسسة دورًا مهمًا في عملية إدراك المحتويات الرقمية؛ حيث تعتمد على الرقمنة، بما تتضمنه من قيم وقواعد سلوكية وأعراف ومعتقدات، كونها كذلك تحدد العلاقة بين العاملين بعضهم ببعض؛ نتيجة الأفكار المشتركة التي تربطهم ببيئة عملهم وبين المتعاملين مع المؤسسة، ومن أجل التحول إلى الرقمنة؛ تبقى الثقافة التنظيمية للمؤسسة باستمرار موضع التطوير والتغيير بفعل المتغيرات المؤثرة في بيئة الأعمال خاصة، منها: تكنولوجيا الاتصال والمعلومات (رابحي وكاريش، 2021).

ويمكن يؤدي انتشار المحتوى الرقمي الاحتيالي إلى عواقب وخيمة وافتراسات خاطئة وتصرفات مضللة، كما يمكن أن يؤدي إنشاء المحتوى الاحتيالي، ونشرها عمدًا في البيئات الرقمية إلى التلاعب بالرأي العام وحجب الأدلة الواقعية؛ مما قد يلحق الضرر بثقة نظام إنترنت الأشياء، وقدرة الحكومة على اتخاذ قرارات مستنيرة، في مثل هذه الحالات: يصبح من الضروري استخدام تقنيات وأساليب لكشف المحتوى الرقمي الاحتيالي؛ لمنع انتشار المعلومات الكاذبة أو المضللة عبر أجهزة الإنترنت، وضمان أن تستند القرارات إلى أدلة دقيقة وواقعية (Patel et al., 2023).

فلا تُعدُّ أساليب إدراك المحتويات الرقمية الاحتمالية التقليدية، خاصةً تلك القائمة على القواعد وقوائم الكلمات المفتاحية الثابتة أو مطابقة الأنماط، مُجهزةً للتعامل مع الطبيعة الديناميكية لهذه المحتويات، فغالبًا ما يكون المحتالون مبدعين؛ إذ يبتكرون روايات وأساليب حوارية جديدة، تعجز أنظمة كشف الاحتيال الحالية عن رصدها، فهذه الطبيعة التكيفية للاحتيال تستدعي أنظمة كشف لا تقتصر على الاستجابة الفورية فحسب، بل تُراعي السياق أيضًا، وقادرة على استشفاف النية والدلالات الكامنة وراء التواصل، بدلًا من الاكتفاء بالإشارات السطحية (Otuburun, 2025).

وهناك العديد من أساليب إدراك المحتويات الرقمية الاحتمالية؛ حيث تعتمد أساليب الكشف التقليدية بشكل أساسي على القواعد والتحليل الإحصائي، وهي مناسبة لكشف الاحتيال البسيط، ومع التطور المستمر لأساليب الاحتيال، بدأت قيود الأساليب التقليدية تتضح تدريجيًا، وفي السنوات الأخيرة: وفر التطور السريع لتقنيات التعلم الآلي والتعلم العميق حلولًا جديدة؛ لكشف المحتويات الرقمية الاحتمالية، على سبيل المثال: تُعدُّ الشبكة العصبية الاصطناعية (ANN) من أكثر تقنيات كشف الاحتيال شيوعًا، وهي تعتمد على أساليب التعلم الخاضع للإشراف (Cheng, 2025).

كما تتمثل أساليب إدراك المحتويات الرقمية الاحتمالية في مهارة تحليل المحتوى، ويقصد بها قدرة المستخدم على تحديد مصدر المحتوى، وإدراكه لتوجهات الوسيلة، وخصائصها، وطبيعة الخطاب المقدم عبرها، وجمهورها المستهدف، ومهارة تقييم المحتوى، وترتبط بمهارات التفكير العليا التي تنطوي على امتلاك القدرة على التمييز بين الحقائق، والادعاءات، وتحري التحيز، واستكشاف وفهم الخلفيات السياسية، والأيدولوجية، والاقتصادية للمحتوى الرقمي، بالإضافة إلى: القدرة على نقد المحتوى الرقمي وفق معايير موضوعية (الوليد ونجيب، 2023).

فتبدأ معظم عمليات الاحتيال عبر منصات، مثل: وسائل التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني، والمكالمات، والرسائل النصية؛ لذا يمكن أن تساعد مؤشرات المصادقية الإيجابية، مثل: علامات التحقق، أو التحذيرات السلبية، مثل: تصنيفات الرسائل المزعجة في تنبيه الأفراد، وتوجيههم نحو قرارات أكثر أمانًا، كما تعتمد استراتيجيات الوقاية على ما يشبه "التطعيم المعرفي"، من خلال تعريض المستخدمين لأساليب احتيالية بشكل مبسط ومراقب؛ لبناء مناعة ذهنية ضدها (Houtti et al., 2024).

كما يساعد استخراج محتوى الويب في كشف المحتوى الاحتمالي من خلال تحليل بيانات سلوك المستخدمين، عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتحديد النشاط المشبوه والتفاعلات غير الطبيعية، فيتم رصد التقييمات المزيفة عبر تحليل النصوص، والعواطف، والاتجاهات؛ للكشف عن التقييمات غير الطبيعية والمصادر المشبوهة، وتشمل الأساليب أيضًا تحديد مواقع التصيد الاحتمالي، من خلال الانتباه إلى عناوين URL الغريبة، والأخطاء النحوية، وتساهم مراقبة المعاملات الإلكترونية في كشف الاحتيال في الوقت الفعلي عبر فحص طرق الدفع وعناوين التسليم وطرق الشراء (Mali & Upadhyay, 2023).

كما أشارت دراسة جعيجع وفراح (2023) إلى: أساليب إدراك المحتويات الرقمية الاحتيالية، تتضمن استخدام أدوات متعددة لتحليل المحتوى وسلوك المستخدمين، ف Buzzsumo تقوم على تحليل المحتوى، من خلال تقديم تقارير حول الموضوعات الشائعة التي حظيت برواج وتفاعل كبير من الزوار على شبكاتهم أو شبكات أخرى، أما CrazyEgg: فتوفر ميزات مهمة في تحليل سلوك المستخدمين، مثل: تتبع تحركاتهم على الموقع، ومعرفة مدة بقائهم، بالإضافة إلى: تمثيل ضغوطات الزوار بصرياً، بينما تُعدُّ Google Analytics من أشهر أدوات التحليل الرقمي للمواقع الإلكترونية؛ حيث تتيح جمع البيانات وترتيبها ومعالجتها، ثم إعداد تقارير دقيقة تساعد أصحاب المواقع على فهم سلوكيات زوارهم، ويتميز هذا الإصدار من الأداة بكونه مجانيًا.

كما أضاف عليّ (2023) تتضمن أساليب إدراك المحتويات الرقمية الاحتيالية استخدام مجموعة من الأدوات المتخصصة التي تساعد في التحقق من هوية الأفراد ومعلوماتهم على الإنترنت، فمن خلال موقع Pipl.com، يمكن مقارنة أسماء الأشخاص والمستخدمين وعناوين البريد الإلكتروني وأرقام الهاتف مع الحسابات المتاحة على الإنترنت؛ للتأكد من صحتها، كما يوفر Spokeo.com محرك بحث متقدم عن الأشخاص، يتيح البحث حسب الاسم، أو البريد الإلكتروني أو رقم الهاتف، أو اسم المستخدم، ويعرض معلومات، مثل: الجنس، والعمر، وبيانات الاتصال، والمهنة، والخلفية العائلية، والصور، والملف الاقتصادي للأفراد، ويُعدُّ LinkedIn وسيلةً فعالةً للتحقق من الأفراد؛ إذ يقدم دلائل تمكن الباحث من تتبع الأشخاص عبر الشركات أو المنظمات التي يرتبطون بها حالياً أو سابقاً.

وبالتالي: يتبين أنَّ إدراك المحتويات الرقمية الاحتيالية يعتمد على مزيج من الوعي الرقمي والثقافة التنظيمية والتقنيات الحديثة؛ إذ لا تقتصر الحماية على القواعد التقليدية فحسب، بل تشمل مهارات تحليل المحتوى، وفهم مصادره، وتقييم دقته مع الاستفادة من أدوات متخصصة لتحليل سلوك المستخدمين والتحقق من المعلومات على الإنترنت، كما تُعدُّ استراتيجيات الوقاية -مثل: التطعيم المعرفي، ومراقبة المعاملات الرقمية، بالإضافة إلى استخدام تقنيات التعلم الآلي- أساسيةً لمواجهة طبيعة الاحتيال المتغيرة، وضمان قدرة الأفراد والمؤسسات على اتخاذ قرارات مبنية على بيانات موثوقة وأدلة دقيقة.

2.3 المحور الثالث: التَّسَوُّل الإلكتروني الرقمي والسلوك العام في المجتمعات العربية والنظريات المفسرة

2.3.1 تمهيد:

انتشرت في الآونة الأخيرة ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني، مع تطور استخدام الوسائل التقنية، وزيادة أعداد المستخدمين المواقع التواصل، وأصبح المُتَسَوِّلون يبتكرون طرائق جديدة، بحسابات وهمية وأرقام هواتف غير حقيقية، واستعمال مواقع التواصل الاجتماعي يُعدُّ وسيلةً مربحةً وسريعةً للتَّسَوُّل الإلكتروني؛ لذا يجب على الإدارة إيجاد وسائل وآليات جديدة لمكافحة جريمة التَّسَوُّل الإلكتروني؛ للحد من تلك الظاهرة، والتي تؤدي بالنتيجة إلى الحد من نشوء الجريمة من خلال وضع القيود الرادعة للحد منها؛ بغية المحافظة على أمن وسلامة المجتمع (منصور، 2025).

ولا يقتصر التَّسَوُّل الإلكتروني على كونه فعلاً لطلب الدعم، بل يتشابك مع مفهوم التلاعب النفسي؛ حيث يعتمد الممارسون على آليات مدروسة تهدف إلى استثارة مشاعر التعاطف، أو الشعور بالذنب لدى الجمهور المتابع، ويتم التلاعب بعقول الجمهور الرقمي وقراراتهم تجاه ما يتابعوه؛ ممَّا يجعلها تهديداً حقيقياً لأمن المجتمعات الافتراضية (عبد المعز، 2025).

في ضوء ما سبق: يظهر أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني يمثل تحدياً حديثاً يواكب التطور الرقمي، ويستغل الثغرات في سلوك المستخدمين على المنصات الافتراضية؛ لذلك يصبح من الضروري تعزيز آليات المراقبة والضبط، وتطوير استراتيجيات توعية تقي المجتمع من الانخداع، بما يساهم في حماية الأفراد والحفاظ على استقرار البيئة الرقمية.

2.3.2 أثر التَّسَوُّل الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية:

مع تزايد الاعتماد على الوسائل الرقمية في حياتنا اليومية، ظهرت مظاهر جديدة للتفاعل الاجتماعي تحمل أحياناً آثاراً سلبية على المجتمع، كما أشار الهشلمون (2021) إلى: أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني يؤثر على السلوك العام للمجتمعات العربية؛ حيث يؤدي إلى الإزعاج ودخول المُتَسَوِّل الإلكتروني إلى خصوصية الآخرين، فالعديد من الأشخاص تصل إليهم وبشكل يومي رسائل عبر تطبيقات مختلفة، مثل: فيسبوك، وماسنجر، وواتساب، أو حتى على الجروبات والصفحات الأكثر انتشاراً، يطلبون فيها مساعداتٍ ماديةً سواء من داخل الأردن أم من خارجه، مع شرح كامل للحالة والصعوبات التي تعيشها، وترك العنوان كاملاً، وبالتفاصيل الإرسال النقود عليها.

كما أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني يساعد على نشر غايات غير مشروعة: كالرذيلة، والقتل، والنعرات الطائفية؛ ممَّا يؤكد ضرورة وضع القوانين والعقوبات الرادعة، كما أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني يزيد من ظاهرة الفقر والتشرد، والتوظيف غير الرسمي؛ ممَّا يولد الإحساس بعدم الأمان للمجتمع، ويعزِّز عدم الاستقلالية وعدم المساواة الاجتماعية ما يؤثر في استقرار البيئة الاجتماعية ككل في النهاية (منصور، 2025).

يؤثر التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية، من خلال إعادة تشكيل الثقة وأنماط التفاعل الاجتماعي، فقد يؤدي انتشاره إلى تراجع قيمة العمل والاعتماد على طلب المساعدة، كما يساهم في نشر الشك وفقدان الثقة؛ بسبب تزايد حالات الاحتيال؛ ممَّا يضعف روح التكافل الاجتماعي، ويقلل من الاستعداد لمساعدة الآخرين، ورغم أنَّه قد يعزِّز أحيانًا التعاطف في الحالات الإنسانية الحقيقية، إلا أنَّ كثرة هذه النداءات قد تؤدي أيضًا إلى اللامبالاة تجاه المحتاجين الفعليين (Ibrahim, 2025).

ويؤثر التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية سلبيًا على السلوك العام في المجتمعات العربية؛ حيث يساهم في إضعاف الثقة بين الأفراد، وتقليل مصداقية الحالات الإنسانية الحقيقية؛ ممَّا يؤدي إلى تراجع روح التكافل الاجتماعي، كما يشجع هذا النمط على تبني سلوكيات انتكالية قائمة على استدرار التعاطف بدلًا من العمل والإنتاج، إما بدفعهم للتعاطف غير الواعي أو خلق حالة من الشك واللامبالاة، وبذلك يعيد التَّسَوُّل الإلكتروني تشكيل أنماط التفاعل الاجتماعي داخل الفضاء الرقمي، ويضعف من القيم المرتبطة بالثقة والتضامن داخل المجتمع (Oulhi, 2024).

وقد ظهر التَّسَوُّل الإلكتروني عبر البث المباشر كظاهرة حديثة تعكس تحولًا في القيم داخل البيئة الرقمية؛ حيث يطلب بعض الأفراد المال دون حاجة حقيقية بدوافع ترفيهية أو عاطفية، وقد أسهم انتشار هذه الظاهرة في التأثير على السلوك العام، من خلال تعزيز الاعتماد على الآخرين، كما شجعت على تبني أساليب سريعة للحصول على المال دون جهد، وهو ما أدى إلى تراجع القيم الأخلاقية المرتبطة بالعمل والاعتماد على النفس داخل المجتمع الرقمي (Pratama et al., 2025).

كما أشارت نتائج دراسة العوني (2024) إلى: أثر التَّسَوُّل الإلكتروني على السلوك العام في المجتمعات، وتشمل في بث العنف بين أفراد، كما تتسبب في العزلة الاجتماعية بين أفراد المجتمع، ويتسبب التَّسَوُّل الإلكتروني في ضعف التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع، وبالتالي: يتسبب التَّسَوُّل الإلكتروني في شيوع الجريمة بين أفراد المجتمع.

وعلاوةً على ذلك: فإنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني يؤثر على السلوك العام، ويشمل اختراق خصوصية أفراد المجتمع، سواء في منازلهم وأماكنهم الخاصة، أو الأماكن العامة، أو مواقع التواصل الاجتماعي، وانتشار التخلّف والجهل، وزيادة أعداد الأميين، وبالتالي: ارتفاع نسبة البطالة، وزيادة أعداد العاطلين عن العمل، وعدم القدرة على الحد من البطالة وتضييق نطاقها، وانتشار الكذب بين كافة أفراد المجتمع (العطفي والستري، 2025).

يظهر من خلال ما سبق: أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني يشكل تحديًا حقيقيًا للمجتمعات العربية؛ حيث يترك أثرًا واضحًا على السلوك الفردي والجماعي، فهو يغير طريقة التفاعل بين الأفراد ويضعف الثقة والتضامن الاجتماعي، كما يعزّز الاعتماد على الآخرين بدلًا من العمل والإنتاج، ومن ثَمَّ أصبح من الضروري اعتماد استراتيجيات وقوانين صارمة للحد من هذه الظاهرة مع تعزيز قيم الاعتماد على النفس والمبادرة الإيجابية؛ لضمان استقرار البيئة الاجتماعية والحفاظ على نسيج المجتمع من الانحرافات الرقمية.

2.3.3 مدى انتشار التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية في المجتمعات العربية:

يُعَدُّ التَّسَوُّل ظاهرة اجتماعية منتشرة في المناطق الحضرية والريفية في المجتمعات العربية، ويزداد مع ضعف الاندماج الاجتماعي والرقابة المجتمعية، والبطالة، والفقر، والهجرة من الريف إلى المدن، ويظهر التَّسَوُّل بأشكال متعددة تشمل التَّسَوُّل الاحترافي والموسمي، ويستغل أحيانًا الأطفال والنساء والفئات الضعيفة؛ لكسب التعاطف والمال؛ ممَّا يزيد من الجريمة والانحراف ويضعف قيم الاعتماد على الذات، ويؤثر بشكل سلبي على السلوك العام، ويزيد من هشاشة النسيج الاجتماعي (Megdoud, 2025).

ويُعَدُّ التَّسَوُّل من الظواهر المنتشرة في مختلف المجتمعات، وقد تطور مع التقدم التكنولوجي؛ ليأخذ شكلًا جديدًا يتمثل في التَّسَوُّل الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، فقد ساهم الانتشار الواسع لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وزيادة عدد المستخدمين في تسهيل وصول المُتَسَوِّلِينَ إلى شريحة أكبر من الأفراد، من خلال إنشاء حسابات وهمية، واستخدام وسائل اتصال غير حقيقية؛ بهدف استدرار التعاطف والحصول على المال، وبعد أن كان التَّسَوُّل تقليديًا يعتمد على التواجد في الأماكن العامة واستعطاف المارة، أصبح اليوم أكثر سرعة وانتشارًا عبر الإنترنت، مستفيدًا من تعدد وسائل الاتصال الرقمي (Mahmoud, 2022).

فلم يكن التحول الرقمي بمعزل عن الظواهر الاجتماعية السلبية؛ حيث شهدت المجتمعات العربية انتقالًا لافتًا لظاهرة التَّسَوُّل من الأرصفة والساحات العامة إلى الفضاء السيبراني، فقد استبدل المُتَسَوِّلُ الرقمي هُويَّته التقليدية بحسابات وهمية، وقصص مؤثرة عبر منصات التواصل الاجتماعي، مستغلًا الطبيعة العاطفية والقيم التكافلية المتجذرة في الثقافة العربية، وقد باتت هذه الظاهرة تشكل تحديًا متزايدًا في الدول العربية والنامية تحديدًا؛ حيث يوفر الإنترنت غطاءً من الخصوصية الزائفة وسهولة في الوصول إلى الضحايا العابرين للحدود الجغرافية؛ ممَّا جعل التَّسَوُّل الإلكتروني ظاهرةً عابرةً للمجتمعات تفرض نفسها بقوة على الواقع الرقمي المعاصر (Maulidina & Widiastuti, 2025).

مع تطور الإنترنت: انتشر التَّسَوُّل الإلكتروني؛ حيث تمكن الكثير من الناس من الاستفادة من مواقع مجانية سهلة الاستخدام تدعى بالمدونات؛ حيث لا يحتاج المدون لخبرة في لغة ترميز النص الفائق أو غيرها من نظم التأليف، بل يُقدم هذا النوع من المواقع بشكل جاهز جعل مهمة المُتَسَوِّلِينَ عبر الإنترنت أسهل ممَّا سبق، خاصةً أنَّ الاستضافة تكون مجانية، ولا تحتاج من المدون جهدًا في تثبيتها (الهشلمون،

(2021)، وبالتالي: فإنَّ التَّسُّولَ الإلكتروني ظهر مع ظهور الإنترنت، لكنه أصبح أكثر انتشارًا بمجرد انتقال العالم من الهواتف المحمولة إلى عصر الهواتف الذكية، والخبراء يحذرون من أنَّ مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت بمثابة العالم الافتراضي الذي وجد فيه المُتَسَوِّلون الاتكاليون فرصتهم للحصول على أموال الغير بأساليب خادعة (مرجي، 2022).

ففي الآونة الأخيرة: انتشرت ظاهرة التَّسُّولَ الإلكتروني بشكل كبير في المنصات الرقمية، والتي تتمثل في الاستعطاف الديني باستخدام آيات قرآنية أدعية، وطلب الصدقات؛ وذلك لاستثارة العواطف الدينية لدى المتابعين، وجذبهم من خلال شعورهم بالمسؤولية الدينية، وقد تكون هذه الاستراتيجية فعالةً بدرجة كبيرة؛ لأنها تستند للجانب الأخلاقي والديني للمتابعين، والذي ربما يدفعهم للرد والتفاعل، خاصةً في المجتمعات العربية الدينية، مثل: المجتمع المصري (عمارة والعراقي، 2025).

يُظهر التَّسُّولَ الإلكتروني كيف غيَّر التطور الرقمي طرق الحصول على المساعدات المالية، محوِّلاً الظاهرة التقليدية إلى تحدٍ جديد على المنصات الرقمية، فأصبح بإمكان المُتَسَوِّلين الوصول إلى جمهور واسع بسرعة، مستفيدين من الخصوصية الزائفة والأساليب العاطفية؛ لجذب التعاطف، ومع استمرار انتشار هذه الظاهرة في المجتمعات العربية، يبرز الحاجة إلى وعي جماعي وتنظيم رقابي يحد من استغلال المنصات الرقمية، ويقلل التأثير السلبي على النسيج الاجتماعي والقيم المجتمعية.

2.3.4 مستوى السلوك العام تجاه التَّسُّولَ الإلكتروني "الاستجابة، والرفض، والثقة، والحكم القيمي" في المجتمعات العربية:

ومع تزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمنصات للتعبير عن الذات والتواصل الاجتماعي، ظهرت ظاهرة التَّسُّولَ الإلكتروني أو التَّسُّولَ عبر الإنترنت كامتداد للتَّسُّولَ التقليدي في العصر الرقمي، ويُعتبر سلوكًا مضافًا للمجتمع ينتشر بشكل أكبر في الدول النامية؛ حيث يستخدم الأفراد المنصات الرقمية لطلب المساعدة من جمهور أوسع عبر الإنترنت، وهو ما يعكس تغييرات في السلوك الاجتماعي ومستويات مختلفة من الاستجابة، والرفض، والثقة، والحكم القيمي لدى المجتمع تجاه هذه الظاهرة (Maulidina & Widiastuti, 2025).

يُعَدُّ التَّسُّولَ خطرًا كبيرًا على المجتمع العالمي؛ إذ يعتمد المُتَسَوِّلون على الآخرين، ويستمتعون بحياة مريحة أحيانًا دون العمل، ويُجبر الكثير من الأطفال على التَّسُّولَ؛ ممَّا يحرمهم من التعليم، واكتساب المهارات الضرورية لمستقبلهم، وفي المجتمعات العربية: يظهر مستوى السلوك العام تجاه التَّسُّولَ الإلكتروني من خلال أربعة أبعاد: الاستجابة، والرفض، والثقة، والحكم القيمي؛ حيث تحدد هذه الأبعاد مدى قبول الأفراد للتَّسُّولَ عبر الإنترنت أو رفضهم له بناءً على الثقة والتقييم الأخلاقي، وهو ما يعكس تأثير التَّسُّولَ على المجتمع العربي وضرورة تنظيمه (Khan & Fahad, 2020).

ويتأرجح السلوك العام في المجتمعات العربية تجاه التَّسْوُل الإلكتروني بين الاستجابة العاطفية المدفوعة بالوازع الديني والقيمي، وبين الرفض القائم على الشك نتيجة غياب الرقابة، وقد أحدث هذا التحول الرقمي خللاً في الثقة الاجتماعية؛ حيث بات الفرد العربي يمارس حكماً قيمياً معقداً يوازن فيه بين الرغبة في المساعدة وبين الخوف من الوقوع ضحية للاحتيال، ومع تزايد هذه الظاهرة: تبرز الحاجة الملحة لتطوير تشريعات قانونية مرنة تواكب سرعة التغير التكنولوجي؛ إذ إنَّ الوعي المجتمعي يميل تدريجياً نحو المطالبة بتقنين الفضاء الرقمي؛ ممّا قد يحول الاستجابة العشوائية إلى سلوك أكثر حذراً وانضباطاً يحكمه القانون لا العاطفة المجردة (Nurullah & Madani, 2024).

ومع تطور الإنترنت ودخوله في مختلف جوانب الحياة اليومية، ظهر التَّسْوُل الإلكتروني كظاهرة جديدة تعكس التحول التكنولوجي للتَّسْوُل التقليدي؛ حيث يقوم الأفراد بالطلب المباشر للمساعدات المالية أو العينية عبر المنصات الرقمية، ويتيح هذا النوع من التَّسْوُل قدرًا أكبر من الخصوصية والحد من الإحراج المرتبط بالتَّسْوُل في الأماكن العامة، وهذا ما يجعله أكثر جذبًا للممارسين، وقد يستجيب الأفراد للطلبات بشكل مباشر عبر التبرع، أو يرفضونها لشكوكهم في مصداقيتها، كما يتفاوت مستوى الثقة في صحة هذه الطلبات، بينما يعكس الحكم القيمي تقييمهم الأخلاقي لهذه الممارسات، ومدى قبول المجتمع لها (Alabi et al., 2017).

فتتضمن استجابات الجمهور في كيفية تفاعل الجمهور مع الحملات أو الطلبات التي يتم نشرها عبر منصات التواصل الاجتماعي لجمع التبرعات المالية والعينية والدعم المنشئ المحتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي، وذلك بتلبية تلك الطلبات، أو رفضها، أو تجنب متابعة فيديوهات التَّسْوُل، أو متابعتها دون وجود اتجاه إيجابي أو سلبي نحوها (عمارة والعراقي، 2025).

لذا يُمثل التَّسْوُل الإلكتروني تحديًا اجتماعيًا متزايدًا في المجتمعات العربية؛ إذ تتباين ردود فعل الأفراد بين المساعدة، والحذر، والرفض، ويعكس ذلك مستوى وعيهم الأخلاقي والثقة بالمنصات الرقمية، ومع تصاعد هذه الظاهرة: يصبح من الضروري تعزيز الأطر القانونية والرقابية؛ لضمان تعامل المجتمع مع هذه الممارسات بحذر ومسؤولية، بما يوازن بين الدعم الإنساني والحماية من الاستغلال.

2.3.5 العلاقة بين التعرُّض للتَّسْوُل الإلكتروني والسلوك العام في المجتمعات العربية:

أصبح التَّسْوُل الإلكتروني قضيةً مهمةً للنقاش؛ حيث يمثل مشكلةً اجتماعيةً مزعجةً لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، ويستغل العديد من الأشخاص فرصة البث المباشر على حساباتهم لطلب المساعدات، وغالبًا لا يكون المُتَسَوِّلون في ضائقة اقتصادية حقيقية، بل يطلب بعضهم المال لتلبية رغبات شخصية، مثل: شراء السلع الفاخرة، ويحدث ذلك نتيجة تأثير التعرض للتكنولوجيا، الذي يؤدي إلى تغير القيم الأخلاقية

لدى الناس؛ مما يغير طريقة تفكير الأفراد ويزيد من الاعتماد على الحلول السريعة لكسب المال (Nurullah et al., 2024).

أشارت نتائج دراسة الهسلمون (2021) إلى: أن التَّسَوُّل الإلكتروني يؤدي إلى خلل في السلوك العام في المجتمعات العربية؛ حيث يصعب إثبات هُويَّة المُتَسَوِّل الإلكتروني الحقيقية، وتزيد من انتشاره، ويتعرض المُتَسَوِّل الإلكتروني للاستغلال والابتزاز، كما أن التَّسَوُّل الإلكتروني يحط من كرامة الإنسان، ويؤدي التَّسَوُّل الإلكتروني لعدم الثقة بالمحتاج الحقيقي، كما أن ظهور التَّسَوُّل الإلكتروني يضعف التكافل الاجتماعي، وبالتالي: يعمل المُتَسَوِّل الإلكتروني على خرق خصوصية الآخرين، ويؤدي التَّسَوُّل الإلكتروني إلى ضعف الضابط الأخلاقي.

يؤثر التَّسَوُّل الإلكتروني على السلوك العام في المجتمعات العربية اجتماعيًا، واقتصاديًا، ونفسيًا، فمن الناحية الاجتماعية: يقلل الثقة بالنفس والكرامة لدى الأطفال والشباب؛ نتيجة التفاعل مع الطلبات المضللة، ومن الناحية الاقتصادية: يعزّز الاعتماد على المساعدات السهلة ويضعف الرغبة في العمل والإنتاج، أما من الناحية النفسية: فيسبب الإحباط أو التبدل العاطفي تجاه المحتاجين، وقد يزيد المشاعر العدائية وفقدان الثقة بالمجتمع (Al-Dulaimi, 2019).

وهناك علاقة طردية بين الانفتاح الرقمي وتكرار التعرض لطلب المساعدة عبر الإنترنت وبين تشكل السلوك العام، فبينما يؤدي التفاعل المستمر مع هذا المحتوى إلى نوع من القبول الضمني للظاهرة لدى البعض، فإنه يدفع قطاعًا واسعًا من المجتمع نحو الرفض القائم على الحكم الأخلاقي، ويمثل هذا التباين تحديًا سلوكيًا يتطلب موازنةً دقيقةً بين العاطفة الفطرية، وبين ضرورة التنظيم الرقمي والتوعية المجتمعية؛ للحد من آثارها السلبية (Maulidina et al., 2025).

وللتَّسَوُّل آثار سلبية عديدة على الأفراد والمجتمع، أبرزها فقدان الكرامة واحترام الذات؛ إذ يجعل المُتَسَوِّل معتمدًا على الآخرين بدلًا من الاعتماد على جهده الشخصي، كما يقلل التَّسَوُّل من الفائدة الاقتصادية للفرد والمجتمع؛ لأنَّ الأموال المكتسبة بهذه الطريقة لا تعكس إنتاجية حقيقية، ولا تساهم في التنمية أو تحسين مستوى المعيشة، علاوةً على ذلك: يصبح التَّسَوُّل بلا حاجة سلوكًا ضارًا نفسيًا واجتماعيًا؛ إذ يثير الشعور بالاعتماد المفرط والكسل، وقد يضعف دور الفرد الفاعل داخل المجتمع، ويؤثر سلبًا على ثقافة العمل والاجتهاد (Alhaji, 2025).

ويسهم التَّسَوُّل الإلكتروني في التأثير على السلوك العام في المجتمعات العربية بعدة أبعاد اجتماعية، وأمنية، واقتصادية، فمن الناحية الاجتماعية: يثير التَّسَوُّل شعورًا بالارتباك والقلق بين الأفراد، ويضعف قيم الاعتماد على الذات والعمل، ومن الناحية الاقتصادية: يخلق التَّسَوُّل الإلكتروني عبئًا على المجتمع، من خلال زيادة عدد الأفراد المعتمدين على المساعدات بدلًا من الإنتاج والعمل؛ مما يرفع معدلات البطالة، ومن الناحية الأمنية: قد يسهم التَّسَوُّل الإلكتروني في تفاقم الجريمة والانحراف، ويضع ضغوطًا على الخدمات الأمنية؛ نتيجة انتشار الفقر والجريمة والاعتماد على المساعدات (Megdoud, 2025).

وقد انتشرت ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني عبر البث المباشر في منصات التواصل؛ حيث يسعى بعض صناع المحتوى لجذب المشاهدين والحصول على الهدايا، ومع تكرار التعرض لهذه الممارسات، يميل المستخدمون إلى تقليدها كوسيلة سهلة للربح؛ ممَّا يؤدي إلى تغير في السلوك العام، وقد نتج عن ذلك ظهور سلوكيات قد تتعارض مع القيم الاجتماعية، خاصةً مع استغلال التعاطف الإنساني (Pratama et al., 2025).

وبالتالي: تُشير الظاهرة المتزايدة للتَّسَوُّل الإلكتروني إلى تأثير ملموس على حياة الأفراد والمجتمع في العالم العربي؛ حيث تؤدي إلى تغييرات في القيم والسلوكيات وتخلق تحديات اجتماعية، واقتصادية، ونفسية، إنَّ الاعتماد على هذه الممارسات السهلة لكسب المال يضعف روح المبادرة والعمل الجاد، ويزيد من شعور الارتباك والاعتماد على الآخرين؛ ممَّا يجعل مواجهة آثارها بحاجة إلى وعي جماعي وتنظيم مستمر؛ للحفاظ على التماسك الاجتماعي، وتعزيز ثقافة المسؤولية الفردية.

2.3.6 النظريات المفسرة:

تسعى دراسة السلوك الإنساني لفهم العوامل التي تؤثر في قرارات الأفراد وتصرفاتهم، سواء كانت مرتبطة بالاختيارات الشخصية، أو بالاستجابة للرسائل الإعلامية، فتقدم مجموعة من النظريات إطارًا تحليليًا يوضح كيفية تشكل السلوك والتنبؤ به في سياقات مختلفة:

• نظرية السلوك المخطط (Theory of Planned Behavior):

تُعَدُّ نظرية السلوك المخطط نظريةً اجتماعيةً نفسيةً تهدف إلى فهم وتنبؤ سلوك الأفراد، وقد طورت النظرية من الفعل العقلاني وأضافت بُعْدَ التحكم السلوكي المدرك؛ لتعزيز تفسير السلوك، وتعتمد على عدة أبعاد أساسية: المعتقدات التي تؤثر في المواقف، والمعايير، والتحكم السلوكي المدرك، والنية السلوكية التي تعكس استعداد الفرد للقيام بسلوك معين، والمعيار الاجتماعي الذي يمثل الضغوط الاجتماعية من الآخرين المهمين، والموقف تجاه السلوك كالتقييم الإيجابي أو السلبي للسلوك، وأخيرًا: التحكم السلوكي المدرك الذي يعكس شعور الفرد بقدرته وموارده لتنفيذ السلوك (Zhang, 2018).

وتُعَدُّ نظرية السلوك المخطط التي قدمها إيسك آيزن في 1991 إطارًا مهمًا؛ لفهم وتنبؤ السلوك البشري في مجالات متعددة، مبنيةً على نظرية الفعل العقلاني، وقد أضافت النظرية بُعْدَ التحكم السلوكي المدرك لتعزيز قدرتها على تفسير السلوك، خاصةً في الحالات التي لا يمتلك فيها الفرد السيطرة الكاملة على أفعاله، وتتص النظرية على أنَّ النية السلوكية، المتأثرة بالموقف تجاه السلوك، والمعايير الاجتماعية، والتحكم السلوكي المدرك، هي المحدد الأقرب للسلوك الفعلي (Kushwah, 2025).

كما تُعَدُّ نظرية السلوك المخطط من أبرز النظريات المستخدمة في تفسير السلوك الإنساني، وترى النظرية: أنَّ نية الفرد لأداء سلوك معين تتأثر بثلاثة عناصر رئيسية: الاتجاه نحو السلوك، والمعيار الذاتي أي تأثير الآخرين، والإدراك بالتحكم السلوكي، والذي يشير إلى مدى شعور الفرد بقدرته على أداء السلوك،

كما تؤكد النظرية: أنَّ هذا الإدراك لا يؤثر فقط على النية، بل قد يؤثر بشكل مباشر على السلوك نفسه، خاصةً في الحالات التي تتطلب مهارات أو موارد معينة (Conner, 2020).

وتشير نظرية السلوك المخطط وفقاً لـ "نيكل وهينز" (Nickell & Hinsz, 2023) إلى: أنَّ السلوك الإنساني يمكن التنبؤ به وشرحه في سياقات محددة خصوصاً السلوكيات المتعمدة، وتتمحور أبعادها حول: النية السلوكية: التي تحدد استعداد الفرد للقيام بالسلوك، الموقف تجاه السلوك: الذي يعكس تقييم الشخص له إيجابياً أو سلبياً، المعيار الشخصي أو الاجتماعي: الذي يوضح تأثير الضغوط والتوقعات الاجتماعية؛ وأخيراً: التحكم السلوكي المدرك: الذي يتعلق بإدراك الفرد لقدراته على تنفيذ السلوك بنجاح.

فتقوم نظرية السلوك المخطط على أساس: أنَّ جميع السلوكيات ترتبط ارتباطاً طردياً بنوايا الأشخاص، وتمثل مؤشراً على استعدادهم للتجربة ووضع خطط من أجل أداء السلوك، وتظل هذه النوايا لدى الأشخاص كامنةً حتى يجدوا الوقت المناسب والفرصة المناسبة لترجمتها إلى أفعال وبالتالي: تفترض النظرية أنَّ مفتاح شرح السلوك هو النية، فالنية هي أكثر السوابق المباشرة والفورية للسلوك العلني (قاعود وحسين وعلي، 2022).

كما أنَّ نظرية السلوك المخطط هي امتداد لنظرية الفعل العقلاني قام Ajzen (1985) بإدخال متغيرة إضافية إلى النموذج الأصلي (أي نظرية الفعل العقلاني)؛ تجاوزاً لحدود هذا الأخير الذي يتعامل مع الحالات، التي تكون فيها الرقابة على السلوك تامةً، وأشار Ajzen إلى أنَّ القوة التفسيرية للنموذج الأصلي ستضعف في الحالات التي تتدخل فيها عوامل غير إرادية لا يمكن السيطرة عليها ويكون لها تأثير قوي على السلوك المعني؛ ولذلك أضاف متغيرة "الرقابة السلوكية المدركة" (قايدي وعدوكة، 2017).

وهناك متغيران في هذه النظرية يمكن استخدامهما للتنبؤ بالنية والسلوك، هما: الاتجاه والمعايير الذاتية، والاتجاه: هو درجة تقييم الفرد الإيجابية والسلوك، ودرجة ملاءمته، بينما تشير المعايير الذاتية إلى: الضغط الاجتماعي المتوقع لأداء السلوك، ووفقاً لنظرية السلوك العقلاني تتحكم النية الشرائية في معظم سلوكيات المستهلك، فكلما زاد استعداد الفرد واتجاهاته الإيجابية نحو السلوك؛ زادت قدرته على اتخاذ سلوك شرائي، يختار بين بدائل مختلفة بشكل أكثر عقلانية، وفي المقابل: يؤكد نموذج السلوك المخطط على أنَّ المستهلكين لا يمكنهم القيام بسلوك الشراء؛ استناداً إلى الاتجاه والمعايير الذاتية فقط، بل يضيف الصعوبات المدركة للسلوك، والتي تحد من قدرة الفرد على القيام به وما يقابلها من التحكم المدرك للسيطرة على السلوك (حمزة، 2020).

• نظرية تأثير الشخص الثالث (Third-Person Effect):

سمى دافيسون (Davison) هذه الظاهرة بـ "تأثير الشخص الثالث"، والتي تشير إلى ميل الأفراد إلى المبالغة في تقدير تأثير وسائل الإعلام على الآخرين مقارنةً بأنفسهم، أي أنَّ الناس يعتقدون أنَّ الرسائل الإعلامية تؤثر على الآخرين أكثر مما تؤثر عليهم شخصياً (Moser et al., 2024).

وتُعَدُّ نظرية الشخص الثالث من النظريات المهمة في مجال الاتصال؛ إذ تساعد على فهم كيفية إدراك الأفراد لتأثير وسائل الإعلام؛ حيث تفترض النظرية أنَّ الأفراد عادة يقللون من تأثير الرسائل الإعلامية على أنفسهم، ويبالغون في تقدير تأثيرها على الآخرين، ينبع هذا التفاوت من اعتقاد الأفراد بتفوقهم ومعرفتهم، في حين يُنظر إلى الآخرين على أنَّهم أكثر عرضةً للتأثر وأقل قدرة على الصمود، ويميل المستخدمون إلى: الاعتقاد بأنَّهم لن يتأثروا بالنداءات المزيفة للمال على المنصات الرقمية، بينما يرى الآخرون أكثر عرضةً للتضليل والاستغلال؛ ممَّا يساهم في استمرار انتشار هذه الظاهرة عبر الإنترنت (Bawazir & Idid, 2024).

تركز نظرية تأثير الشخص الثالث على وهم الأفراد بأنَّ الآخرين يتأثرون بوسائل الإعلام أكثر منهم، وهو ما يعرف بالفرضية الإدراكية، وقد أثبتت صحة هذه الظاهرة بشكل كبير في سياقات الرسائل السلبية أو غير المرغوبة اجتماعيًا، وتشير النظرية إلى وجود فجوة بين إدراك الفرد لتأثير الرسائل على نفسه وتأثيرها على الآخرين، وهو ما ينعكس على السلوكيات المترتبة على التعرض لهذه الرسائل (Baek, 2017).

وتقوم نظرية الشخص الثالث على فرضين، هما: الفرض الإدراكي؛ حيث يفترض أنَّ الأفراد يميلون إلى المبالغة في إدراك تأثير المواد الإعلامية على اتجاهات الآخرين وسلوكهم، وهم في ذلك يتوقعون أن يكون تأثير هذه المواد أكبر على الآخرين منه على أنفسهم؛ ممَّا يدفعهم لاتخاذ إجراء سلوكي لحماية الآخرين من التأثيرات السلبية، والفرض السلوكي؛ حيث يرى دافيسون في هذا الفرض أنَّه: من الممكن أن يؤدي الفرض الإدراكي بالأفراد إلى القيام بأفعال لتقليل التأثيرات السلبية المتوقعة على الآخرين؛ ونتيجةً لاعتقاد الشخص الأول عن تأثير المضامين الإعلامية عليه وعلى غيره، فإنَّه يسعى إلى اتخاذ إجراءات الحماية الآخرين من التأثيرات السلبية للمضامين الإعلامية، مثل: وضع قيود أو فرض رقابة على هذه المضامين (محمد، 2021).

فأشار Davison أنَّ نظرية تأثر الشخص الثالث ليست عبارةً عن إظهار ميل نفسية فردية فقط، ولكنها رد فعل معقد يختلف باختلاف نوع الوسيلة وخصائص الفرد والمكان البحثي، فتأثر الشخص الثالث لا يظهر في كل ولكل الأشخاص، وبناءً على ذلك: فإنَّ الميول الإدراكية يمكن أن تكون مرتبطةً بكل مكونات الاتصال التقليدي (المصدر الوسيلة، الرسالة المستقبل)، وتتمثل أهم هذه العوامل أو المتغيرات الوسيطة في نظرية الشخص الثالث فيما يلي: النوع، والسن، والمستوى الاقتصادي، والمستوى الاجتماعي، والمستوى التعليمي، ومستوى المعرفة بالموضوع، ودرجة الاندماج مع القضية أو الموضوع، ومصدر الرسالة، وموضوع الرسالة، ومدى قبولها اجتماعيًا، أو سلبية الرسالة وإيجابيتها، وخطورة الرسالة الإعلامية، والمسافة الاجتماعية، وتقدير الذات، والتحيز نحو التناول، وترتيب الأسئلة (عبد المعز، 2025).

وتعتمد هذه الفكرة على "نظرية تأثير الشخص الثالث" التي وضعها دافيسون عام 1983، والتي ترى أنَّ الفرد يميل دائمًا للاعتقاد بأنَّ الآخرين يتأثرون بما يرونه في وسائل الإعلام والإنترنت أكثر منه بشكل شخصي؛ حيث يرى الفرد نفسه ذكيًا ومحصنًا ضد التأثير بتلك المؤثرات الخارجية، وعند تطبيق هذا على السُّؤال الإلكتروني، يرى المستخدم: أنَّه لن يندفع بهذه الطلبات من المُتَسَوِّلِين، بينما قد يقع الآخرون

ضحية لها؛ مما يدفعه أحياناً لنشر التوعية، ومع ذلك تستمر الظاهرة في الانتشار؛ بسبب استهدافها للفئات الأكثر ثقة بالمحتوى الرقمي، في حين يكتفي الآخرون بالمراقبة، معتقدين أنهم غير معرضين للخطر (Ştefăniță et al., 2018).

ويعكس "تأثير الشخص الثالث" انحيازاً إدراكياً، يدفع الأفراد للاعتقاد بأن الآخرين أكثر عرضة للتأثر بالمحتوى الرقمي مقارنة بأنفسهم، وعند تطبيق هذا المفهوم على التسؤل الإلكتروني، نجد أن المستخدمين غالباً ما يظنون أن غيرهم هم من ينساقون وراء طلبات التبرع الوهمية أو يتأثرون بها عاطفياً، هذا الانفصال الإدراكي يؤدي إلى نتائج سلوكية غير مباشرة؛ حيث يسهم في استمرارية وانتشار الظاهرة على المنصات الرقمية، والفرد الذي يرى نفسه محصناً قد يتساهل في وجود هذا المحتوى، أو لا يتخذ موقفاً حازماً تجاهه، ظناً منه أن الخطر يكمن دائماً في استجابة الآخرين الأقل وعياً (Tsay-Vogel, 2020).

كما ترى هذه النظرية: أن الأفراد يميلون إلى المبالغة في تقدير تأثير الرسائل الإعلامية على اتجاهات وسلوك الآخرين، ويتوقعون أن لتلك الرسائل تأثيرات أكبر على الآخرين من على أنفسهم هذا يدفعهم إلى اتخاذ إجراء سلوكي لحماية هؤلاء الآخرين، فالأشخاص -الذين هم أفراد من الجمهور المتعرض للاتصال الإقناعي- يتوقع أن يكون للاتصال تأثير أكبر على الآخرين أكثر من تأثيره عليهم أنفسهم (بكير، 2021).

ويمكن تلخيص كلتا النظريتين على أنهما تسهمان في فهم السلوك الإنساني من وجهات نظر مختلفة، فبينما تركز نظرية السلوك المخطط على دور النية، والإدراك بالقدرة والتحكم في تحديد السلوكيات، تقدم نظرية تأثير الشخص الثالث إطاراً لتفسير التفاوت في إدراك الأفراد لتأثير الرسائل الإعلامية على أنفسهم مقارنة بالآخرين، وبذلك توفر هذه النماذج مجتمعة أدوات تحليلية؛ لفهم كيف تتفاعل المواقف الشخصية، والمعايير الاجتماعية، والاعتقادات الفردية مع العوامل البيئية والإعلامية؛ لتشكيل السلوك الفعلي؛ مما يسهم في تطوير استراتيجيات للتواصل والإقناع بشكل أكثر فاعلية ووعياً.

ثانيًا: الدراسات السابقة:

يشتمل هذا الجزء على الدراسات والبحوث العربية والأجنبية المتصلة بموضوع الدراسة، والتي تم الاطلاع عليها؛ وذلك بهدف الاستفادة منها في توضيح الحاجة إلى إجراء الدراسة الحالية وتحديد منهجها، هذا فضلاً عن معرفة أهم ما توصلت إليه من نتائج قد تفيد في بناء الدراسة الحالية، وتأسيس إطارها النظري، وأخيراً: إبراز موقع الدراسة الحالية بالنسبة للدراسات السابقة، وما يمكن أن تسهم به في هذا المجال وفي تلك المرحلة.

2.4 الدراسات العربية:

هدفت دراسة عبد الهادي (2026) بعنوان: "التَّسْوُل الإلكتروني عبر البث المباشر في تطبيق تيك توك: دراسة نتنوغرافية للاستراتيجيات وأنماط الأداء" إلى تحليل ظاهرة التَّسْوُل الإلكتروني عبر البث المباشر على تطبيق "تيك توك"، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من البثوث المباشرة التي تتم عبر التطبيق، واشتملت عينة الدراسة على (30) بثاً مباشراً، واستخدمت الدراسة المنهج النتنوغرافي الرقمي كمنهج للدراسة، واستعانت بالملاحظة وتحليل المحتوى أثناء البث وتفاعلاتهم مع الجمهور، ووصف وتحليل استراتيجيات التَّسْوُل الإلكتروني كأداة للدراسة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: تتنوع استراتيجيات التَّسْوُل الإلكتروني ما بين استراتيجيات عاطفية واستراتيجيات ترفيهية وفكاهية، واستراتيجيات دينية وأخلاقية، وجولات التحدي والمباريات، وإثارة الفضول والتشويق حول الظواهر الغريبة، وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: ضرورة وضع تشريعات محددة تجرم التَّسْوُل الرقمي على منصات التواصل الاجتماعي، وتقديم ورش ودورات تدريبية مجانية لطلاب الجامعات يرتبط بالمعرفة الإعلامية، وإنتاج المحتوى الرقمي وكيفية استخدام تيك توك كأداة إبداعية.

هدفت دراسة بلعطرة (2026) بعنوان: "ظاهرة التَّسْوُل الرقمي على منصة تيك توك: دراسة اجتماعية نقدية" إلى الكشف عن إسهام الفجوة المعرفية في توجيه بعض المستخدمين نحو المحتوى القائم على الاستدلال الرقمي، والكشف عن الآثار الاجتماعية، والقيمية المترتبة على انتشار ظاهرة التَّسْوُل الرقمي، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من الريلزات، والبثوث المباشرة، والجولات المتداولة على منصة تيك توك، واشتملت عينة الدراسة على عدد من الريلزات، والبثوث المباشرة، والجولات المتداولة على منصة تيك توك، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كمنهج للدراسة، واستعانت باستمارة تحليل المحتوى كأداة للدراسة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: تفاوت واضح في الوعي الرقمي بين المستخدمين، سواء من حيث إنتاج المحتوى أو استهلاكه؛ حيث تبين أن تفسير انتشار التَّسْوُل الرقمي لا يمكن فصله عن منطق الفجوة المعرفية؛ حيث يُسهم التفاوت في الوعي الرقمي والنقدي بين المستخدمين في إعادة إنتاج هذه الممارسات، فبينما يمتلك بعض المؤثرين قدرةً على توظيف آليات المنصة لتحقيق الربح والانتشار، يظل جزءاً معتبراً من الجمهور منخرطاً في دعم هذا المحتوى، دون وعي بانعكاساته القيمي والاجتماعية؛ ممّا

يحوّل التفاعل من أداة تواصل إلى وسيلة استهلاك وإدامة للظاهرة، كما كشفت الدراسة أنّ الخل لا يتحمّله صانع المحتوى وحده، بل يتشكل ضمن علاقة تفاعلية ثلاثية تجمع المؤثر، والجمهور، والمنصة الرقمية، فالمؤثر يكيّف سلوكه مع منطق الخوارزميات، والجمهور يساهم في ترسيخ هذه الأنماط من خلال التفاعل والدعم المادي، بينما تقوم المنصة بتكريس المحتوى الأكثر إثارة وتفاعلاً، بغض النظر عن قيمته أو أثره الاجتماعي، ويؤدي هذا التفاعل المركب إلى تهميش المحتوى الهادف، وتطبيع التفاهة، وإعادة تشكيل معايير الشهرة الرقمية على حساب الإبداع والمعنى، وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: ضرورة تعزيز الوعي الرقمي لدى المستخدمين، خاصة فئة الشباب، من خلال برامج تربوية وإعلامية تنمي التفكير النقدي في استهلاك المحتوى، وتحميل صناع المحتوى لا سيما المؤثرين مسؤولية أخلاقية، واجتماعية في ما يقدمونه من محتوى.

هدفت دراسة عبد المعز (2025) بعنوان: "إدراك الجمهور لظاهرة التّسوّل الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على التلاعب النفسي لديهم" إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين مدى إدراك الجمهور المصري لظاهرة التّسوّل الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على التلاعب النفسي لديهم، في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث، والكشف عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية حول استجابات الجمهور للتّسوّل الإلكتروني تُعزى للمتغيرات الديموغرافية (العمر، الجنس، أو الخلفية الثقافية)، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من فئة الجمهور المصري المتابع لوسائل التواصل الاجتماعي، واشتملت عينة الدراسة على (604) مجرّبين، واستخدمت الدراسة المنهج المسح كمنهج للدراسة، واستعانت بالاستبانة كأداة للدراسة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لظاهرة التّسوّل الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على التلاعب النفسي لديهم، كما تبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لظاهرة التّسوّل الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى تأثيرها على مشاعرهم أو قراراتهم، وتبين كذلك وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدراك الجمهور لظاهرة التّسوّل الإلكتروني على مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى ثقّتهم في المحتوى المنشور، وتبين وجود فروق دالة إحصائية للمجربين في مدى إدراكهم لظاهرة التّسوّل الإلكتروني تُعزى لمتغير النوع، وجاءت لصالح الإناث، بينما تبين عدم وجود فروق تُعزى لمتغير الإقامة، وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: تعزيز الوعي المجتمعي بأخطار التّسوّل الإلكتروني، من خلال حملات توعوية على وسائل الإعلام، ومنصات التواصل الاجتماعي، وتوعية المستخدمين بآليات التلاعب النفسي التي يستخدمها المُتسوّلون الإلكترونيون، مثل: استغلال العواطف، وإثارة الشعور بالذنب.

هدفت دراسة عمارة والعراقي (2025) بعنوان: "استراتيجيات التّسوّل الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على استجابات الجمهور: بالتطبيق على منصة تيك توك" إلى الكشف عن العلاقة بين تأثير استراتيجيات التّسوّل الإلكتروني عبر منصة تيك توك على سلوكيات وتفاعلات الجمهور المصري، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من الجمهور المصري المتابع لمنصات التواصل الاجتماعي من الذكور والإناث،

واشتملت عينة الدراسة على عينة من الفيديوهات الخاصة بالتسؤل، وعينة من الجمهور مكونة من (442) فرداً، واستخدمت الدراسة المنهج المسح الإعلامي منهجاً للدراسة، واستعانت باستمارة تحليل المحتوى، وبالاستبانة أداة للدراسة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين ثراء تيك توك بالفيديوهات، والصور، والمؤثرات المرئية والصوتية، وزيادة تفاعل الجمهور مع استراتيجيات التسؤل، كما تبين وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الخصائص النفسية، مثل: التعاطف، والشعور بالحاجة، وتعزيز استجابة الجمهور للتسؤل الإلكتروني عبر فيديوهات تيك توك، وتبين وجود علاقة ارتباط إيجابية ضعيفة بين نوع المحتوى المفضل على تيك توك وتفاعل الجمهور مع استراتيجيات التسؤل الإلكتروني، وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: تعزيز الوعي الرقمي حول كيفية التعرف على ظاهرة التسؤل الإلكتروني، وتجنب المشاركة فيها، وضرورة معالجة ظاهرة التسؤل الإلكتروني، من خلال استراتيجيات قانونية، اجتماعية وتقنية لضمان حماية الأفراد من الاستغلال.

هدفت دراسة بوطيبة ومداح (2025) بعنوان: "اتجاهات مستخدمي تطبيق التيك توك حول ظاهرة التسؤل الإلكتروني" إلى التعرف على أبرز اتجاهات المبحوثين حول ظاهرة التسؤل الإلكتروني عبر تطبيق التيك توك بمستغانم، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من مستخدمي تطبيق تيك توك، واشتملت عينة الدراسة على (69) من مستخدمي التيك توك، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي الوصفي كمنهج للدراسة، واستعانت بالاستبانة كأداة للدراسة، وقد توصلت نتائج الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: أظهرت نتائج الدراسة أن شريحة واسعة من مستخدمي تيك توك باتوا على دراية بوجود هذه الظاهرة، وأن الاستخدام المكثف والمتكرر للتطبيق يزيد من فرض التفاعل معها سواء سلباً أو إيجاباً، ومع أن هناك بعض الأفراد قد يكونون بحاجة حقيقية للمساعدة، إلا أن الاستخدام المتكرر للتسؤل على المنصات الرقمية يفتح الباب أمام الانتهازين، وهو ما يضعف الثقة بالمحتوى الرقمي الإنساني عموماً، كما تبين أن الدافع الأكبر لاستخدام تطبيق تيك توك هو الترفيه والتسلية؛ بحيث يتم استخدام تطبيق التيك توك من قبل المبحوثين للترفيه، والمتعة، والتسلية، فهو يمكنهم من مشاهدة مقاطع الفيديو المختلفة التي تتنوع بين المحتوى الكوميدي، والرقص، والموسيقى، والفن، كما أن هناك عدة استراتيجيات للتسؤل عبر تطبيق تيك توك، ومن بينها التسؤل من خلال جولات التحدي، ويكون ذلك خلال فترة النقل المباشر، وهي عبارات تتراوح بين المتنفسين بعضهم البعض لزيادة الإثارة والتشويق، وأخرى تمدح الداهمين لحثهم على الدفع وإرسال الهدايا، والهدف الرئيسي هو رفع مشاهدة البث، وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: ضرورة تدخل الجهات المختصة سواء بالتنوعية، أو التشريع، أو الرقابة الرقمية.

هدفت دراسة الصول (2024) بعنوان: "التسؤل الإلكتروني في المجتمع الليبي: الأسباب وآليات مكافحته" إلى التعرف على الآثار السلبية للتسؤل الإلكتروني على الفرد والمجتمع، والتعرف على الوسائل والآليات التي يمكن من خلالها الحد من ظاهرة التسؤل عبر منصات التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كمنهج للدراسة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: أن التسؤل

عبر منصات التواصل الاجتماعي يتخذ الكثير من المنحرفين كمهنة ووسيلة سريعة لكسب المال بأقل جهد، ومن الآثار السلبية للتسؤل الإلكتروني على الفرد والمجتمع؛ حيث إنَّ امتهان التسؤل والتعود عليه يساهم في تربية الفرد على الكذب، والخداع، والذل، والإهانة، ويؤدي إلى إهدار كرامته الإنسانية، كما تبين أنَّ هناك أنواعاً وأشكالاً مختلفة للتسؤل، تزداد وتتطور باستمرار مع تطور التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي، كما تبين أنَّ دور العاطفة والتعاطف المبالغ فيهما من قبل المتلقين والاقتناع بالقصص الوهمية المزيفة التي يروج لها المُتسؤل، يساهم في تشجيعهم على الاستمرار في ممارسة هذه السلوكيات، وزيادة أعدادهم، كما كشفت النتائج عن وجود قصوراً في التشريعات، وفي إقرار العقوبة الملزمة لجريمة التسؤل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: ضرورة سن قوانين، وتشريعات صارمة لردع المُتسولين الإلكترونيين، وتجريم هذه الأفعال، وتوعية المجتمع بأخطار التسؤل الإلكتروني، وكيفية التعامل معه.

هدفت دراسة العوني (2024) بعنوان: "التسؤل الإلكتروني وتأثيره على الأمن الاجتماعي في المجتمع السعودي دراسة تطبيقية تحليلية على التسؤل الإلكتروني من وجهة نظر مستخدم (التيك توك)" التعرف على مستوى أثر الأمن الاجتماعي للتسؤل الإلكتروني من وجهة نظر عينة من مستخدمي التيك توك، وكذلك الأثر الوطني للتسؤل الإلكتروني، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من طلاب وطالبات مرحلة البكالوريوس في جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، خاصة كلية الهندسة، وكلية القانون، وكلية إدارة الأعمال، وطلاب وطالبات المرحلة الثانوية تحديداً بشرق مدينة الرياض، واشتملت عينة الدراسة على (621) طالباً وطالبة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي منهجاً للدراسة، واستعانت بالاستبانة والمقابلة أداتين للدراسة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: جاء مستوى أثر الأمن الاجتماعي للتسؤل الإلكتروني من وجهة نظر عينة من مستخدمي التيك توك بدرجة محايدة؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة يتسبب التيك توك في العزلة الاجتماعية بين أفراد المجتمع، بينما جاء مستوى الأثر الوطني بدرجة موافق؛ حيث جاءت في الترتيب الأول عبارة يساعد التيك توك على بث الشائعات، وجاءت عبارة يساعد التيك توك على نشر خاب الكراهية في المجتمع، وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: التوعية بالأساليب المستخدمة في التسؤل الإلكتروني، ووسائل محاربة الجريمة الإلكترونية وسبل تعزيزها، والتأثيرات السالبة لظاهرة التسؤل الإلكتروني على المجتمع.

هدفت دراسة حمدان (2024) بعنوان: "ظاهرة التسؤل الإلكتروني من خلال البث المباشر عبر تطبيق TikTok من وجهة نظر مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري: دراسة إثنوغرافية" إلى رصد استراتيجيات التسؤل على تطبيق TikTok من خلال البث المباشر وأسباب اللجوء إليها، والكشف عن الآثار النفسية والاجتماعية للتسؤل الإلكتروني على المجتمع المصري، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من طلاب كلية الإعلام بجامعة جنوب الوادي، واشتملت عينة الدراسة على (42) طالباً من طلاب جامعة جنوب الوادي بكلية الإعلام بمحافظة قنا، واستخدمت الدراسة المنهج الإثنوغرافي كمنهج للدراسة، واستعانت

بالمقابلة والملاحظة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: تمثلت استراتيجيات التَّسُّول على تطبيق TikTok من خلال البث المباشر في جولات التحدي، واستغلال كبار السن، والاستعطاف بالإلحاح من خلال الأسر والأفراد، كما تبين أنَّ من أبرز الآثار الاجتماعية والاقتصادية للتَّسُّول الإلكتروني على المجتمع، وتمثلت في استغلال العواطف وتشويه صورة المجتمع، وزيادة عمليات الاحتيال، والتشجيع على الكسل، والكسب غير المشروع، أنَّ من أبرز الآثار السلبية للتَّسُّول الإلكتروني على المجتمع انتشار الاحتيال، وفقد الثقة بين أفراد المجتمع، وتفاقم الفجوة الاقتصادية بين الفقراء والأغنياء، وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: التَّعَرُّف على دور خوارزميات المنصات الاجتماعية في انتشار ظاهرة التَّسُّول الإلكتروني، بالإضافة إلى: مراجعة القوانين والسياسات المتعلقة بالتَّسُّول الإلكتروني في مصر ومختلف دول العالم.

هدفت دراسة القاضي (2023) بعنوان: "التَّسُّول الإلكتروني في الجزائر بين استقطاب التضامن الاجتماعي ومؤشرات الاحتيال الافتراضي دراسة تحليلية لآراء عينة من رواد مواقع التواصل الاجتماعي بولاية تيزي وزو" إلى التَّعَرُّف على رأي المواطن الجزائري، خاصةً على مستوى ولاية تيزي وزو بشأن الظاهرة، ومدى اعتباره للاستجابة لمتطلبات المُتَسَوِّلِينَ الإلكترونيين تضامناً اجتماعياً، أو وقوعاً في فخ الاحتيال الافتراضي، واشتملت عينة الدراسة على (72) فرداً من رواد وسائل التواصل الاجتماعي على مستوى ولاية تيزي وزو بالجزائر، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كمنهج للدراسة، واستعانت بالاستبانة كأداة للدراسة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: أنَّ أغلبية المبحوثين من رواد التواصل الاجتماعي لديهم دخل مادي، الأمر الذي يسهل على المُتَسَوِّلِينَ الإلكترونيين إيجاد ضحايا، تحت ذريعة الحاجة لمساعدة الغير ولتضامنهم، خاصةً في ظل التعاطف المعنوي مع منشورات التَّسُّول الإلكتروني التي قد ينتج عنها تعاطف مادي؛ إذ تنتشر تلك المنشورات غالباً في مجموعات الصداقة بالاعتماد على دلائل يستعين بها المُتَسَوِّلُونَ الإلكترونيون، على غرار الملفات الطبية لجمع الأموال، في ظل عدم إدراك المواطن الجزائري بأنَّ ذلك السلوك يعاقب عليه فاعله في دول أخرى، وأنَّه وجه جديد للاحتيال على أموال الغير، يندرج هو الآخر ضمن سلوكيات الإجرام الإلكتروني، ولعل ما ساهم في تقشي هذه الظاهرة في الجزائر هو غياب الإطار القانوني، الذي يصنف الظاهرة كاحتيال رغم توفر كل شروط الفعل من مدير، وأداة، وضحية، وبيئة الفعل البيئة الرقمية، وفي ظل ذلك يتسبب الانسياق الاجتماعي صوب كل ما يتم نشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي في توسع رقعة الاستغلال الرقمي، في ظل غياب الوعي التام بخطورة الظاهرة وتداعياتها على الأمن المجتمعي في شقه الرقمي، وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: ضرورة تفعيل دور الإعلام والأمن في التوعية بخصوص انعكاسات التَّسُّول الإلكتروني، باعتباره طريقة مستحدثة لجني الأموال، والاعتماد على منصات التواصل الاجتماعي للتعريف بخطورة الظاهرة على المجتمع؛ لأنَّ المجتمع المُسَلِّم يحثُّ على العمل لا على التَّسُّول بشتى أنواعه.

هدفت دراسة الخمشي (2022) بعنوان: "واقع التَّسَوُّل الإلكتروني في المملكة العربية السعودية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (توتير نموذجًا)" إلى التَّعَرُّف على أكثر الاحتياجات طلبًا للتَّسَوُّل الإلكتروني في شبكة (توتير)، والتَّعَرُّف على الفترات الزمنية التي يزيد فيها التَّسَوُّل الإلكتروني في شبكة التواصل الاجتماعي (توتير)، واشتملت عينة الدراسة على عينة (التغريدات) في توتير، خلال مدة زمنية مدتها (٤) أشهر سنة ٢٠٢٠م لحالات التَّسَوُّل الإلكتروني، واستخدمت الدراسة المنهج الكيفي للدراسة، واستعانت بالاستبانة وتحليل المضمون كأداة للدراسة، وقد توصلت الدراسة للعديد من النتائج، أهمها: وجود أشكال متعدّدة للتَّسَوُّل الإلكتروني حصر الأكثر منها؛ حيث يبين بعضها إظهار الحاجة المادية، في حين يعرض بعضها صورًا لحالات طبية تحتاج علاجًا، وصورًا لتقارير طبية، وسداد الفواتير وعقود الإيجار، ومن خلال رصد التغريدات الخاصة بالتَّسَوُّل في توتير، اتضح أنَّ هناك أكثر من طريقة، منها: طريقة كتابة التغريدة بشكل مباشر وبدون اقتباس، أو إعادة تغريد، أو بمحاولة الكتابة تحت تغريدة خاصة بحساب رسمي أو شخصية مهمة في المجتمع، ومحاولة استجداء الآخرين واستعطافهم، أو المشاركة في الهشتاقات، كما تبين أنَّ شهر رمضان الكريم هو الأكثر طلبًا، كما يلاحظ كثرة التغريدات والتفاعل حول الطلب المادي، وخلال الرصد لهذه التغريدات، فإنَّ بعضها يكون فيها مناشدة للشخصيات المهمة بالمجتمع، أو الجهات الرسمية، أو الجمعيات الأهلية، أو في الهاشتاقات، وقد أوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: توجيه الإعلاميين والناشطين في شبكات التواصل الاجتماعي إلى عدم نشر حالات التَّسَوُّل بشكل عشوائي، وتنقيف المجتمع حول الحسابات الوهمية التي تحمل أسماء مستعارة لممارسة سلوك التَّسَوُّل.

2.5 الدراسات الأجنبية:

هدفت دراسة "سوبيفاني وآخرين" (Sopiyani et al., 2025) بعنوان: "التصور العام لظاهرة (التَّسَوُّل عبر الإنترنت) على منصة تيك توك للتواصل الاجتماعي" إلى تحليل ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني عبر منصة تيك توك، والتَّعَرُّف على تصورات الجمهور ودراسة الأسباب الاجتماعية والتكنولوجية التي أدت إلى انتشارها وتأثيرها على المجتمع، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من جميع مشاهدي الإنترنت وأفراد المجتمع ومنشئي محتوى تيك توك بسوكابومي في إندونيسيا، بينما اشتملت عينة الدراسة على (10) مشاركين، وقد تبنت الدراسة المنهج الوصفي النوعي، كما استعانت بالملاحظة، والمقابلات، وتحليل الوثائق والمصادر الرقمية المتعلقة بسياسات منصة تيك توك كأدوات للدراسة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: وجود ثلاثة أسباب رئيسية لانتشار ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني، وهي: (التطور التكنولوجي وسهولة الوصول إلى الإنترنت، والفقر، والضغط الاقتصادي، والرغبة في الشهرة والانتشار على وسائل التواصل الاجتماعي)، كما بينت نتائج الدراسة عن وجود تباين في آراء الجمهور البعض يرى أنَّها وسيلة للمساعدة، والبعض يرى أنَّها سلوك غير أخلاقي، ووجود ضعف في الضوابط الأخلاقية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وحدث تغير في القيم الاجتماعية؛ حيث يميل بعض الأفراد إلى الطرق السريعة لكسب المال عبر الإنترنت، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز التوعية الرقمية حول الاستخدام الأخلاقي لوسائل التواصل

الاجتماعي، والتشديد على سياسات المنصات الرقمية لمراقبة البث المباشر الذي يتضمن تَسَوُّلاً إلكترونيًا، ومعالجة الأسباب الاجتماعية والاقتصادية، التي تدفع الأفراد إلى هذه السلوك.

هدفت دراسة "جولتوم وداود" (Gultom and Daud, 2025) بعنوان: "استراتيجية المتسولين عبر الإنترنت على تيك توك في جذب التعاطف والتبرعات من الجمهور" إلى الكشف عن الاستراتيجيات التي يوظفها المتسولون الإلكترونيون على منصة تيك توك لجذب تعاطف الجمهور والحصول على تبرعاتهم، ودراسة الآثار الاقتصادية المترتبة على ظاهرة التسول الإلكتروني عبر تيك توك، وتقديم فهم أعمق للواقع الاجتماعي الرقمي الناشئ وإبراز الحاجة إلى تنظيم هذه الممارسات على المنصات الرقمية، وتكون مجتمع الدراسة من جميع مستخدمي منصة تيك توك في مقاطعة سومطرة الشمالية بإندونيسيا، واشتملت عينة الدراسة على (6) مستخدمين وسائل التواصل الاجتماعي الذين يمارسون البث المباشر على تيك توك بشكل فعلي، وينتمون إلى خلفيات مهنية متنوعة، تم اختيارهم بالطريقة القصدية، وقد تبنت الدراسة المنهج النوعي، كما استعانت بالملاحظة، والمقابلة المتعمقة، والتوثيق كأدوات للدراسة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها أن من الاستراتيجيات التي يوظفها المتسولون هي حروب العملات، وبها تُجرى منافسات مباشرة بين منشئين اثنين، يشجع فيها الجمهور المنشئ المفضل لديهم، والسرد القصصي، وبها يتم تقديم حكايات عن المعاناة اليومية، والتحديات والمكافآت، وبها يتم ربط الهدايا أو التبرعات بتحديات معينة، وإشراك الأطفال، وبها يتم استغلال البراءة الطفولية للرفع من التعاطف، وغيرها من الأساليب الأخرى، كما أشارت إلى أن الدخل الشهري الذي يحصل عليه المتسولين من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي قد يتراوح بين 4,000,000 و 12,000,000 روبية إندونيسية، ومن الناحية الاجتماعية، ينشأ خطر الاعتماد الكلي على تيك توك كمصدر دخل وحيد، ومشاكل أخلاقية تتعلق بالتلاعب العاطفي واستغلال الأطفال، وأوصت الدراسة بصياغة لوائح وأنظمة أكثر صرامة لمراقبة البث المباشر والحد من ممارسات التسول الإلكتروني، وتطوير محتوى إبداعي ومنتج لا يستلزم وضع النفس في مواقف مهينة، وتعزيز محو الأمية الرقمية والمالية لدى المنشئين والجمهور على حدٍ سواء.

هدفت دراسة "سيريجار وآخرين" (Siregar et al., 2025) بعنوان: "ظاهرة التَسَوُّل في خانات التعليقات على حسابات الشخصيات العامة على إنستغرام من منظور نظرية بيئة الإعلام" إلى تحليل ظاهرة التَسَوُّل الإلكتروني في تعليقات حسابات المشاهير على إنستغرام، وفهمها من خلال منظور نظرية الإيكولوجيا الإعلامية، والكشف عن أنماط التعليقات التي تتضمن طلب المال أو المساعدة من المشاهير، وتحليل العلاقة بين المتابعين والمشاهير في سياق التفاعل الرقمي والاعتماد العاطفي، وقد تبنت الدراسة المنهج النوعي التحليلي القائم على التحليل الموضوعي للتعليقات على حسابات المشاهير للكشف عن الأنماط المتكررة، وتحليل الخطاب النقدي؛ لفهم الرسائل الاجتماعية والثقافية لهذه التعليقات كأدوات للدراسة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: وجود أنماط خطابية متكررة في التعليقات، مثل: (تمجيد ثراء المشاهير، وعرض المعاناة الشخصية لجذب التعاطف، وطلب المساعدة المالية بشكل مباشر)،

كما بينت نتائج الدراسة وجود علاقة عاطفية شبه اجتماعية بين المتابعين والمشاهير تدفع البعض إلى طلب المساعدة منهم، وأوصت الدراسة بضرورة زيادة الوعي الرقمي حول أخلاقيات التفاعل في وسائل التواصل الاجتماعي، وتشجيع المشاهير على إدارة التعليقات بطريقة حاملة للمسؤولية، وإجراء دراسات مستقبلية حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على السلوك الاقتصادي والاجتماعي للمستخدمين.

هدفت دراسة "ساوليدينا وويدياستوتي" (Maulidina & Widiastuti, 2025) بعنوان: "التحليل الببليومتري: اتجاهات وديناميكيات التَّسَوُّل عبر الإنترنت في السلوك الاجتماعي الرقمي" إلى تحليل الاتجاهات البحثية المتعلقة بظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني في السلوك الاجتماعي الرقمي، وفهم اتجاهات وديناميكيات التَّسَوُّل الإلكتروني كشكل من أشكال تغير السلوك الاجتماعي في المجتمع الرقمي باستخدام منهجية التحليل الببليومتري، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من جميع المقالات والدراسات العلمية المنشورة حول التَّسَوُّل الإلكتروني وعددهم (941) مقالة منشورة، بينما اشتملت عينة الدراسة على (50) مقالة، وقد تبنت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما استعانت بتحليل قواعد البيانات العلمية لاستخراج الدراسات المتعلقة بالتَّسَوُّل الإلكتروني، واستخدام برنامج (VOS viewer) لتحليل تكرار الكلمات المفتاحية وشبكات الاستشهادات العلمية كأدوات للدراسة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: زيادة الاهتمام بظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني في السنوات الأخيرة من (2019 - 2025)؛ نتيجة انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، وارتباط الظاهرة بموضوعات، مثل: (وسائل التواصل الاجتماعي، والسلوك الاجتماعي الرقمي، والاقتصاد الرقمي)، كما بينت الدراسة عن وجود شبكات تعاون بحثي محدود نسبياً بين الباحثين في هذا المجال، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير سياسات تنظيمية على منصات التواصل الاجتماعي؛ للحد من انتشار الظاهرة، وتعزيز الوعي الرقمي لدى المستخدمين حول أخطار الاستغلال عبر الإنترنت، وتعزيز التعاون البحثي الدولي لدراسة الظاهرة بشكل عميق.

هدفت دراسة "أستوتي وأوتاري" (Astuti & Utari, 2025) بعنوان: "مراجعة قانونية اجتماعية لظاهرة التَّسَوُّل عبر الإنترنت: منظورات تشريعية في إندونيسيا" إلى تحليل ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني في المجتمع الإندونيسي من منظور سوسيولوجي قانوني، وركزت على فهم كيف يستغل بعض الأفراد وسائل التواصل الاجتماعي، في طلب المال بطرق درامية للتَّسَوُّل من خلالها، وسعت الدراسة إلى تقييم مدى قوة القواعد القانونية ذات صلة في النظام القانوني الإندونيسي، وقد تبنت الدراسة المنهج القانوني التقييمي، كما استعانت بتحليل النصوص القانونية (القوانين والأنظمة الإندونيسية)، ودراسة لتشريعات التوجيهية الخاصة بظاهرة التَّسَوُّل عبر الإنترنت، والمراجعة المنهجية للأدبيات العلمية من منظور سوسيولوجي قانوني، وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أنَّ التَّسَوُّل عبر الإنترنت في إندونيسيا يتم من خلال استغلال عطف الجمهور من خلال محتوى درامي للحصول على الهدايا القابلة للتحويل إلى مال وهو سلوك استغلالي مخالف لقيم العدالة، وأنَّ الأطر القانونية الحالية في النظام الإندونيسي -مثل: (مواد قانون العقوبات، ومواد قانون المعلومات، والمعاملات الإلكترونية)- ليست متكاملة بما يكفي لمواجهة الأنماط الجديدة من هذه

الظاهرة، وأوصت الدراسة بضرورة تطوير أطر تشريعية واضحة وقابلة للتطبيق لمواجهة ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني، وتعزيز الوعي الإلكتروني للمجتمع؛ للتمييز بين صنّاع المحتوى الشرعي وأفعال التَّسَوُّل الإلكتروني، ودمج مبادرات اجتماعية واقتصادية للحد من جذور المشكلة، مثل: (التثقيف الاجتماعي، وتحسين الظروف الاقتصادية)؛ لمنع تحول التَّسَوُّل الإلكتروني إلى مهنة.

هدفت دراسة "كورنياوان وآخرين" (Kurniawan et al., 2025) بعنوان: "الإحسان الرقمي: ما الذي يدفع مستخدمي تطبيق تيك توك للتبرع للمُتَسَوِّلين عبر الإنترنت؟" إلى استكشاف الدوافع النفسية والاجتماعية والمؤثرات الرقمية، التي تجعل مستخدمي منصة التيك توك يتبرعون لمُتَسَوِّلي الإنترنت، الذين يطلبون المال عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، وقد تكوّن مجتمع الدراسة من جميع مستخدمي تيك توك الذين قاموا بالتبرع بالمال للأشخاص المُتَسَوِّلين، بينما اشتملت عينة الدراسة على (7) مستخدمين، وقد تبنت الدراسة المنهج النوعي، كما استعانت بالمقابلات كأداة للدراسة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أنّ هناك عدّة عوامل تؤثر في قرار تبرع مستخدمي التيك توك، ومنها: التعاطف؛ حيث يتأثر البعض بسرديات عاطفية وحكايات شخصية قوية تثير الرغبة في المساعدة، والاندفاعية؛ حيث يميل بعض المستخدمين إلى التبرع بسرعة دون تفكير، وتصورات المصادقية؛ حيث كلما اعتقد المستخدم أنّ الطلب حقيقي؛ زاد احتمال التبرع، كما بينت نتائج الدراسة وجود بعض التفضيلات الجنسية في التبرع لصالح بعض المبدعين، مثل: دعم الإناث أكثر من باقي الحالات، وأوصت الدراسة بضرورة تشجيع المنصات على توفير آليات التحقق والشفافية في طلبات التبرع، أو المحتوى الذي يستخدم عواطف المشاهدين للحصول على المال، وتعزيز الوعي الإلكتروني حول المحتوى التفاعلي على المنصات، مثل: التيك توك؛ حتى يكون المستخدمون أكثر وعيًا عند اتخاذ قرارات التبرع.

هدفت دراسة "أميليا ونوروني" (Amalia & Nuroini, 2025) بعنوان: "استغلال كبار السن في ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني" على تطبيق تيك توك: منظور ضحايا" إلى تحليل كيفية كبار السن في ممارسات التَّسَوُّل الإلكتروني في محتوى البث المباشر على تيك توك؛ حيث يتم تصويرهم غالبًا في مواقف مُهينة أو مُدَلّة مقابل هدايا افتراضية، وقد تبنت الدراسة المنهج النوعي التحليلي القائم على تحليل النصوص القانونية، والوثائق، والنظريات، ودراسة حالتين موثقتين لكبار السن في بث مباشر عبر تيك توك (مثل: الاستحمام في الطين أو القيام بسلوكيات طفولية لجذب التبرعات) كأدوات للدراسة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: وجود مستويات مرتفعة من استغلال كبار السن في التَّسَوُّل الإلكتروني، وذلك خلال تصوير كبار السن في مواقف مُهينة أو مُدَلّة، مثل: الاستحمام في الطين، أو القيام بسلوكيات طفولية؛ وذلك بهدف إثارة تعاطف الجمهور، وهذه الأفعال لا تأتي من وعي كامل بالمنصة أو طبيعة المحتوى، بل غالبًا نتيجة توجيه مباشر من صاحب الحساب الذي يستغل ضعفهم لتحقيق مكاسب مالية، وتكشف هذه الظاهرة عن فشل السياسات الاجتماعية في توفير بدائل اقتصادية ورعاية كافية لكبار السن، كما تعكس قصورًا في التثقيف الرقمي؛ حيث يفتقر كبار السن إلى فهم الأخطار المرتبطة بالمنصات الإلكترونية،

وأوصت الدراسة بالعديد من التوصيات، أهمها: يجب تعديل وإدراج نصوص صريحة في قانون العقوبات، وقانون المعلومات والاتصالات الإلكترونية؛ لمعالجة التَّسَوُّل الرقمي والاستغلال عبر المنصات، كما يجب تعديل قانون الاتجار بالبشر؛ ليشمل أشكال الاستغلال الرقمي والاقتصاد القائم على المنصات.

هدفت دراسة "سينغ" (Singh, 2023) بعنوان: "التَّسَوُّل الإلكتروني عبر وسائل التواصل الاجتماعي: اتجاه جديد في العالم" إلى تعريف ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني، وكيف تطورت مع ظهور الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي؟ وقد تبنت الدراسة المنهج النوعي التحليلي القائم على تحليل محتوى العديد من التفاعلات عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتفكيك النصوص والمفاهيم المتداولة عبر الوثائق، والمواقع الإلكترونية، ومصادر الإنترنت للقضايا المتعلقة بالتَّسَوُّل الإلكتروني، وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: أنَّ التَّسَوُّل لم يَعدْ مقتصرًا على الشارع، بل ظهر كظاهرة رقمية تعتمد على الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي، ويتم من خلاله ممارسة طلب المال، أو الملابس، أو أي نوع آخر من الدعم أو المساعدة من الغرباء، كما أنَّ التَّسَوُّل الإلكتروني أحيانًا يختبئ خلف شكل التبرعات أو العمل الخيري؛ ممَّا يربك المتلقي بين العطاء الحقيقي والاستغلال، كما بينت نتائج الدراسة إلى وجود أمثلة حقيقية لأشخاص يستخدمون المنصات الرقمية لطلب المال لأغراض ليست ضرورية، مثل: (تغطية ديون شخصية، ودفع رسوم تعليم أو طلب دعم لتحقيق أهداف شخصية)، وأوصت الدراسة بضرورة توعية الجمهور وخاصة الأهالي والشباب بأخطار التَّسَوُّل الإلكتروني، والتمييز بين طلب التبرع الحقيقي والاستغلال، وتعزيز برامج التدريب والعمل للشباب؛ لتقليل أسباب اللجوء إلى طرق سهلة لكسب المال عبر الإنترنت، ويجب على حكومات الدول والمنصات الرقمية نفسها أن تراقب المحتوى وتحد من إساءة استخدام التبرعات.

هدفت دراسة "شاهانا وآخرين" (Shahana et al., 2023) بعنوان: "تحليل ظاهرة التَّسَوُّل عبر الإنترنت في تيك توك (دراسة حالة للتغيرات في بنية المشكلات الاجتماعية المتعلقة بالمتسَوِّلين عبر الإنترنت)" إلى تحليل ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني على منصة تيك توك، والكشف عن كيفية استخدام بعض الافراد للمنصة كوسيلة لجمع الأموال عبر الإنترنت، وقد تكوَّن مجتمع الدراسة من جميع الخبراء في استخدام تيك توك وكيفية انتشار المحتوى بشكلٍ واسع في إندونيسيا، بينما اشتملت عينة الدراسة على (1) خبير مختص في استخدام تيك توك، وقد تبنت الدراسة المنهج النوعي التحليلي، كما استعانت بالمقابلات تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من التفاعلات في منصة التيك توك، وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: ظهور ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني كأحد الآثار السلبية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كما أوضحت نتائج الدراسة وجود عدة عوامل للجوء مستخدمي التيك توك للتَّسَوُّل الإلكتروني، وزيادة انتشار ظاهرة "المتسَوِّلين عبر الإنترنت"، مثل: عدم المساواة الاجتماعية والفقر، وعدم القدرة على توفير سبل العيش؛ لذلك يستغل "المتسَوِّلون عبر الإنترنت" منصة تيك توك لعرض معاناتهم واستدراار تعاطف الجمهور؛ حيث يلجأ المتسَوِّلون لعرض معاناتهم أو ظروفهم الصعبة لجذب تعاطف لجمهور والحصول على الهدايا والتبرعات، وتشمل ممارسات التَّسَوُّل بدءًا من رش أنفسهم بالماء وصولًا إلى قضاء

ساعات في حمامات الطين، والتي تم توثيقها بالكامل على منصة تيك توك؛ حيث عادةً ما يجلس المُتسَوِّلون في حوض صغير مملوء بالماء والطين، ثم يرشون الماء على أنفسهم، وأوصت الدراسة بضرورة وضع ضوابط أو سياسات على المنصات الرقمية؛ للحد من استغلالها في التَّسَوُّل أو الاحتيال، ومعالجة الأسباب الاجتماعية والاقتصادية، مثل: الفقر والبطالة التي تدفع الأفراد إلى التَّسَوُّل على الإنترنت، تشجيع استخدام وسائل لتواصل الاجتماعي في أنشطة إيجابية ومفيدة للمجتمع بدلاً في استغلالها في ممارسات سلبية.

هدفت دراسة "موجيواتي وآخرين" (Mujiwati et al., 2023) بعنوان: "ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني من منظور قيم الشخصية البانكاسيلا" إلى تحليل ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني في المجتمع الرقمي، والتَّعرُّف على مدى تعارض هذه الظاهرة مع قيم الشخصية المستمدة من فلسفة بانكاسيلا، التي تُعدُّ الأساس الأخلاقي للدولة الإندونيسية، وقد تبنت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما استعانت بتحليل الأدبيات، والمصادر، والمقالات العلمية، والدراسات السابقة؛ لتحليل ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني من منظور القيم الأخلاقية والاجتماعية، وقد توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج، من أهمها: وجود ارتفاع في مستويات انتشار ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني بعد جائحة كورونا؛ نتيجة للتطور التكنولوجي، وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، كما بينت الدراسة وجود تعارض بين التَّسَوُّل الإلكتروني يتعارض مع عدة قيم شخصية للبانكاسيلا، مثل: (الاستقلالية، والمسؤولية، والعمل الجاد)، وكما أوضحت نتائج الدراسة: أنَّ التَّسَوُّل عبر الإنترنت يعكس عقلية الانتكالية، والسعي إلى الربح السريع دون عمل واستمراريتها قد تؤدي إلى إضعاف التنمية الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز القيم القائمة على قيم بانكاسيلا في المؤسسات التعليمية، ونشر الوعي المجتمعي بأخطار التَّسَوُّل الإلكتروني، وتأثيره السلبي على القيم الأخلاقية، وتشجيع الأفراد على الإنتاج على العمل والإنتاج بدلاً من الانتكالية.

2.6 التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال عرض الدراسات السابقة التي أجريت في هذا الموضوع، تم استعراض عددٍ من الدراسات العربية والأجنبية، ورغم أنَّ هذه الدراسات أجريت في بيئات، وأنظمة تعليمية مختلفة إلا أنَّها مشابهة لمجتمع الدراسة -خاصةً الدراسات العربية-، ومن خلال تحليل الدراسات السابقة تم رصد أوجه الشبه، وأوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، وتميُّز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، وأوجه استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة؛ والتي كان لها أثر في بناء الدراسة الحالية.

أولاً: أوجه الشبه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

- انفتحت بعض الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في مجال الاهتمام بدراسة ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية، مثل : دراسة عبد الهادي (2026)، ودراسة بلعطرة (2026)، ودراسة عبد المعز (2025)، ودراسة عمارة والعراقي (2025)، ودراسة بوطيبة ومداخ (2025)، ودراسة الصول (2024)، و دراسة العوني (2024)، ودراسة العوني (2024)، ودراسة

حمدان (2024)، ودراسة القاضي (2023)، ودراسة الخمشي (2022)، ودراسة "سوبيفاني وآخرين" (Sopiyani et al., 2025)، ودراسة "سيريجار وآخرين" (Siregar et al., 2025)، ودراسة "ساوليدينا وويدياستوتي" (Maulidina & Widiastuti, 2025)، ودراسة "أستوتي وأوتاري" (Astuti & Utari, 2025)، ودراسة "كورنياوان وآخرين" (Kurniawan et al., 2025)، ودراسة "أميليا ونوروني" (Amalia & Nuroini, 2025)، ودراسة "سينغ" (Singh, 2023)، ودراسة "شاهانا وآخرين" (Shahana et al., 2023)، ودراسة "موجيواتي وآخرين" (Mujiwati et al., 2023)، ودراسة "جولتوم وداود" (Gultom and Daud, 2025).

- اتفقت بعض الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في منهج الدراسة، وهو: الوصفي التحليلي، مثل: دراسة عبد الهادي (2026)، ودراسة بلعطرة (2026)، ودراسة عبد المعز (2025)، ودراسة عمارة والعراقي (2025)، ودراسة بوطيبة ومداح (2025)، ودراسة الصول (2024)، ودراسة العوني (2024)، ودراسة حمدان (2024)، ودراسة القاضي (2023)، ودراسة الخمشي (2022)، ودراسة "سوبيفاني وآخرين" (Sopiyani et al., 2025)، ودراسة "سيريجار وآخرين" (Siregar et al., 2025)، ودراسة "ساوليدينا وويدياستوتي" (Maulidina & Widiastuti, 2025)، ودراسة "كورنياوان وآخرين" (Kurniawan et al., 2025)، ودراسة "أميليا ونوروني" (Amalia & Nuroini, 2025)، ودراسة "سينغ" (Singh, 2023)، ودراسة "موجيواتي وآخرين" (Mujiwati et al., 2023).

- اتفقت بعض الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في أداة الدراسة، وهي: الاستبانة، مثل: دراسة عبد المعز (2025)، ودراسة بوطيبة ومداح (2025)، ودراسة العوني (2024)، ودراسة القاضي (2023).
- اتفقت بعض الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في عينة الدراسة، وهي: مستخدمي المنصات الرقمية، مثل: دراسة عبد المعز (2025)، ودراسة عمارة والعراقي (2025)، ودراسة بوطيبة ومداح (2025)، ودراسة العوني (2024)، ودراسة حمدان (2024)، ودراسة القاضي (2023)، ودراسة "سوبيفاني وآخرين" (Sopiyani et al., 2025)، ودراسة "كورنياوان وآخرين" (Kurniawan et al., 2025)، ودراسة "شاهانا وآخرين" (Shahana et al., 2023)، ودراسة "جولتوم وداود" (Gultom and Daud, 2025).

ثانياً: أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

- اختلفت بعض الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في أداة الدراسة، مثل: دراسة عبد الهادي (2026)، ودراسة بلعطرة (2026)، ودراسة عمارة والعراقي (2025)، ودراسة "سينغ" (Singh, 2023)، والتي استعانت بتحليل محتوى، وأما دراسة حمدان (2024)، ودراسة "سوبيفاني وآخرين" (Sopiyani et al., 2025)، ودراسة "كورنياوان وآخرين" (Kurniawan et al., 2025) مقابلات ملاحظة، وبينما دراسة الخمشي (2022) تحليل مضمون، وكذلك ودراسة "موجيواتي وآخرين" (Mujiwati et al., 2023)، ودراسة "جولتوم وداود" (Gultom and Daud, 2025) التي استخدمت المقابلات والملاحظات.

- اختلفت بعض الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في عينة الدراسة، مثل: دراسة بلعطرة (2026)؛ حيث اشتملت على عينة من الريلزات، والبنوث المباشرة، والجولات المتداولة على منصة تيك توك، وأما دراسة عبد الهادي (2026) بث مباشر، ودراسة الخمشي (2022) فقد كانت تغريدات تويتر، بينما دراسة "ساوليدينا وويدياستوتي" (Maulidina & Widiastuti, 2025) كانت مقالات.

ثالثاً: أوجه تميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تتميز الدراسة الحالية بأنها الدراسة الوحيدة في حدود إطلاع الباحث، التي تناولت أثر ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية: دراسة ميدانية، وهو ما يميز الدراسة الحالية، ويسلط الضوء نحو إجراء المزيد من الدراسات العربية والأجنبية حول هذا الموضوع؛ نظراً لقلة الدراسات العربية والأجنبية التي تستهدف هذا الموضوع المهم.

رابعاً: أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في عدة أمور، من أهمها:
- عرض الإطار النظري ودعّمه بالمراجع المستخدمة.
- تدعيم الإطار النظري بنتائج دراسات وأبحاث حول أثر ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية: دراسة ميدانية.
- بناء مشكلة الدراسة من خلال الاطلاع على العديد من الدراسات المشابهة للدراسات السابقة بشكل ملائم.
- اختيار منهج الدراسة وبناء أداة الدراسة.
- التَّعَرُّف إلى نوع المعالجات الإحصائية المناسبة للدراسة.
- تمت الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في تقديم التوصيات والمقترحات.
- ساعدت الدراسات في دراسة أسلوب استنتاج نتائج الدراسة، من خلال ما تحصل عليه من نتائج الدراسة الميدانية ورصد مدى الاتفاق، أو الاختلاف بين نتائج الدراسة الحالية، والدراسات السابقة.

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة

3.1 تمهيد:

يوفر هذا الفصل نظرة تفصيلية عن الإجراءات الميدانية التي تم تنفيذها لجمع وتحليل البيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة، يشمل ذلك وصفاً وافياً للمنهج المتبع، والذي تم اختياره بعناية ليتناسب مع طبيعة الدراسة وأسئلتها البحثية، كما يقدم الفصل معلومات حول مصادر البيانات المتعددة التي اعتمد عليها الباحث، بالإضافة إلى ذلك، يتم تحديد مجتمع وعينة الدراسة بدقة، مع توضيح المعايير التي استخدمت في اختيار عينة الدراسة، كما يتم عرض أداة جمع البيانات المستخدمة، مع شرح لكيفية التأكد من صحتها وثباتها، وأخيراً، يقدم الفصل وصفاً للإجراءات التي تم اتباعها في جمع البيانات وتحليلها، بما في ذلك الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها لاستخلاص النتائج وتفسيرها.

3.2 منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بتصميم المسح الميداني (Survey Research)؛ لملاءمته لقياس درجة التعرض لظاهرة التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، ورصد أثرها على السلوك العام لدى أفراد العينة (الاستجابة/الرفض، الثقة، الحكم القيمي)، وتحليل العلاقات بين المتغيرات، والذي يُعتبر نوع من أنواع المناهج الكمية، والذي عرفه درويش (2018) بأنه "دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة ما، وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر، وهو طريقة من التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لمشكلة اجتماعية"، كما تم استخدام مصدرين أساسيين للمعلومات على النحو التالي:

- **المصادر الأولية:** اعتمدت الدراسة الحالية على (الاستبانة) كمصدر أولي للبيانات، فهي توفر للباحث فرصة فريدة للوصول إلى المعلومات الأصلية والتحقق من صحتها، وبالتالي بناء فهم أعمق وأكثر دقة للموضوع قيد الدراسة.

- **المصادر الثانوية:** اعتمدت الدراسة الحالية على مجموعة متنوعة من المصادر الثانوية، بما في ذلك الكتب والمقالات العلمية باللغتين العربية والإنجليزية، والقوانين والأنظمة الأكاديمية المعمول بها في الجامعات المعنية، بالإضافة إلى الأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت الموضوع من زوايا مختلفة، كما تم الاستعانة بمصادر إلكترونية موثوقة للبحث والتحقق من المعلومات.

3.3 مجتمع وعينة الدراسة:

يُعرف مجتمع الدراسة بأنه "جميع وحدات المعاينة التي تنتمي إلى مجتمع الدراسة، حيث يتم تحديد وحدة المعاينة والخصائص التي نود قياسها والمتغيرات التي نود استخدامها، ويعتمد تحديد مجتمع الدراسة على هدف البحث بحيث يتطابق مجتمع الدراسة مع المجتمع المستهدف، حيث أن عدم التطابق بين مجتمع

البحث والمجتمع المستهدف بالبحث يجعل من غير المقبول علمياً تعميم نتائج العينة على المجتمع المستهدف، ولابد من الإشارة هنا إلى أن التحديد الواضح لمجتمع المعاينة يتطلب التحديد الواضح لوحدة المعاينة في الدراسة" عاروري (2013)، وقد تكون مجتمع الدراسة الحالي من مستخدمي المنصات الرقمية في المجتمعات العربية ممن تبلغ أعمارهم (18) عاماً فأكثر، ممن لديهم استخدام فعلي لمنصات التواصل الاجتماعي، ونظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة وصعوبة تحديده، فقد اعتمد الباحث على أسلوب المعاينة (العينة) لجمع بيانات الدراسة، والتي تُعرف بأنها "نموذج يشمل جانباً أو جزءاً من محددات المجتمع الأصلي المعني بالبحث التي تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة وهذا النموذج يغني الباحث عن دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصل خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك الوحدات" الدليمي وصالح (2014)، وتم اختيار العينة بطريقة العينة الاحتمالية، والبالغ عددها (121) مفردة.

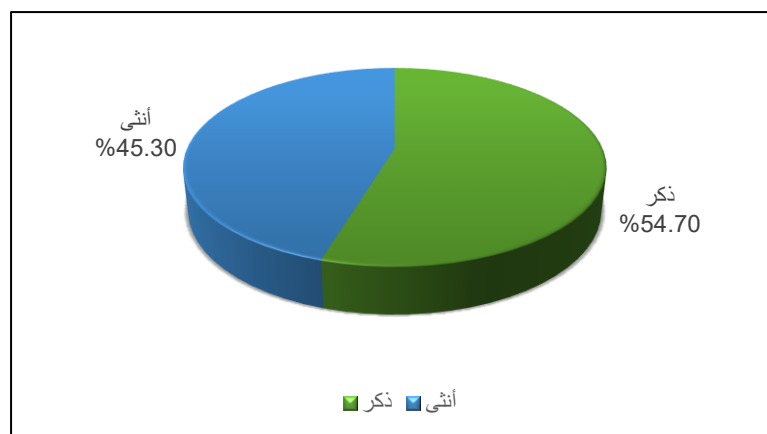
3.4 خصائص عينة الدراسة:

تم حساب التكرارات والنسب المئوية للمعلومات العامة لأفراد عينة الدراسة والتي تتمثل في المعلومات الديموغرافية التي تشتمل على (الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، بلد الإقامة، عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً، المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك) على النحو التالي:

أ- توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

الجدول رقم (3-1) توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسب المئوية
ذكر	109	90.1%
أنثى	12	9.9%
المجموع	121	100%



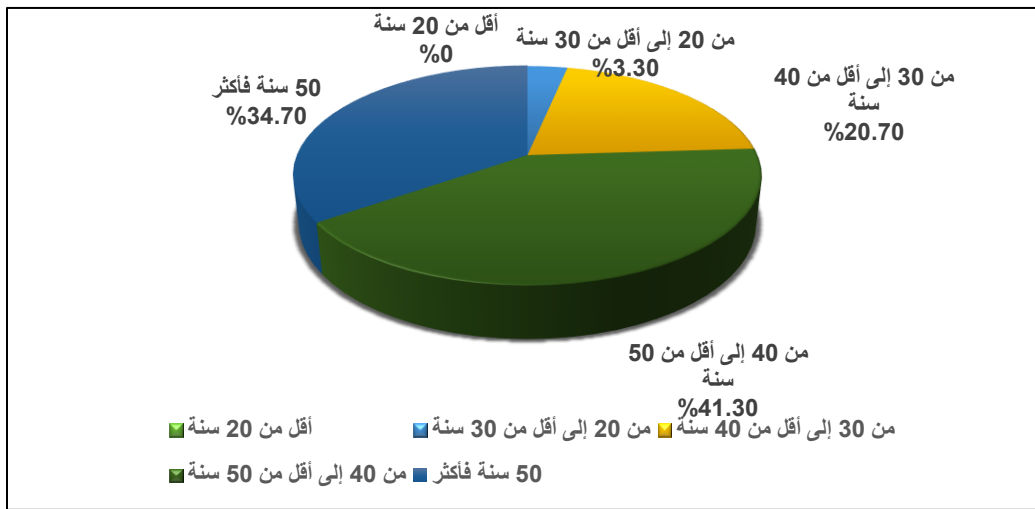
الشكل رقم (3-1) توزيع أفراد العينة حسب الجنس

يتبين من الشكل السابق: أن أكبر نسبة حصل عليها أفراد العينة حسب الجنس هي (90.1%) وهي الخاصة بـ(الذكور)، وجاءت أقل نسبة (9.9%) وهي الخاصة بـ(الإناث).

ب- توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية:

الجدول رقم (3-2) توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

النسب المئوية	التكرارات	الفئة العمرية
%0	0	أقل من 20 سنة
%3.3	4	من 20 إلى أقل من 30 سنة
%20.7	25	من 30 إلى أقل من 40 سنة
%41.3	50	من 40 إلى أقل من 50 سنة
%34.7	42	50 سنة فأكثر
%100	121	المجموع



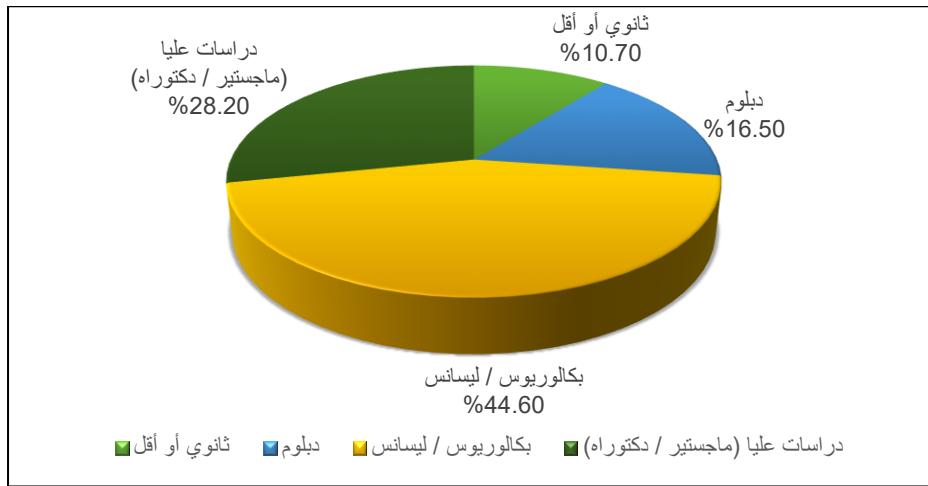
الشكل رقم (3-2) توزيع أفراد العينة حسب الفئة العمرية

يتبين من الشكل السابق: أن أكبر نسبة حصل عليها أفراد العينة حسب الفئة العمرية هي (41.3%) وهي الخاصة بـ(من 40 إلى أقل من 50 سنة)، ويليهما نسبة (34.7%) وهي الخاصة بـ(50 سنة فأكثر)، بينما جاءت أقل نسبة (0%) وهي الخاصة بـ(أقل من 20 سنة).

ج- توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

الجدول رقم (3-3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسب المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
%10.7	13	ثانوي أو أقل
%16.5	20	دبلوم
%44.6	54	بكالوريوس / ليسانس
%28.2	34	دراسات عليا (ماجستير / دكتوراه)
%100	121	المجموع



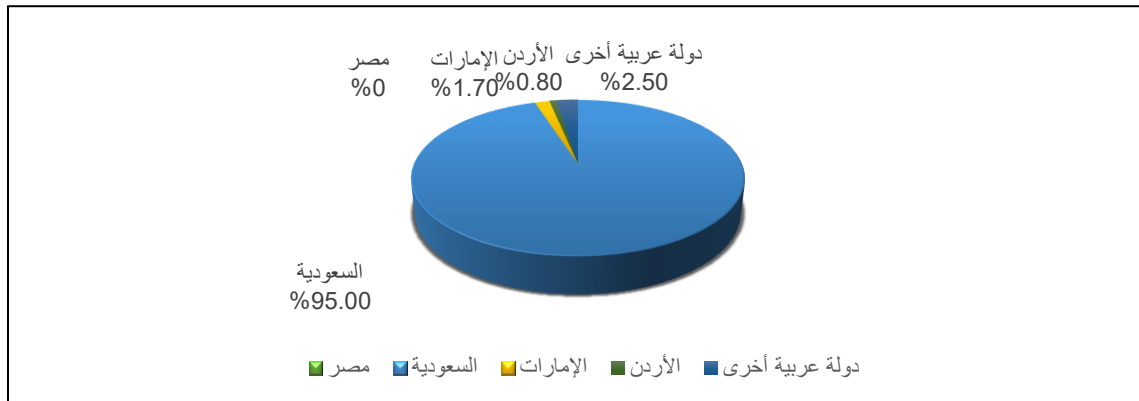
الشكل رقم (3-3) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

يتبين من الشكل السابق: أن أكبر نسبة حصل عليها أفراد العينة حسب المستوى التعليمي هي (44.6%) وهي الخاصة بـ(بكالوريوس / ليسانس)، ويليهما نسبة (28.2%) وهي الخاصة بـ(دراسات عليا (ماجستير / دكتوراه))، بينما جاءت أقل نسبة (10.7%) وهي الخاصة بـ(ثانوي أو أقل).

د- توزيع أفراد العينة حسب بلد الإقامة:

الجدول رقم (4-3) توزيع أفراد العينة حسب بلد الإقامة

النسب المئوية	التكرارات	بلد الإقامة
0%	0	مصر
95.0%	115	السعودية
1.7%	2	الإمارات
0.8%	1	الأردن
2.5%	3	دولة عربية أخرى
100%	121	المجموع



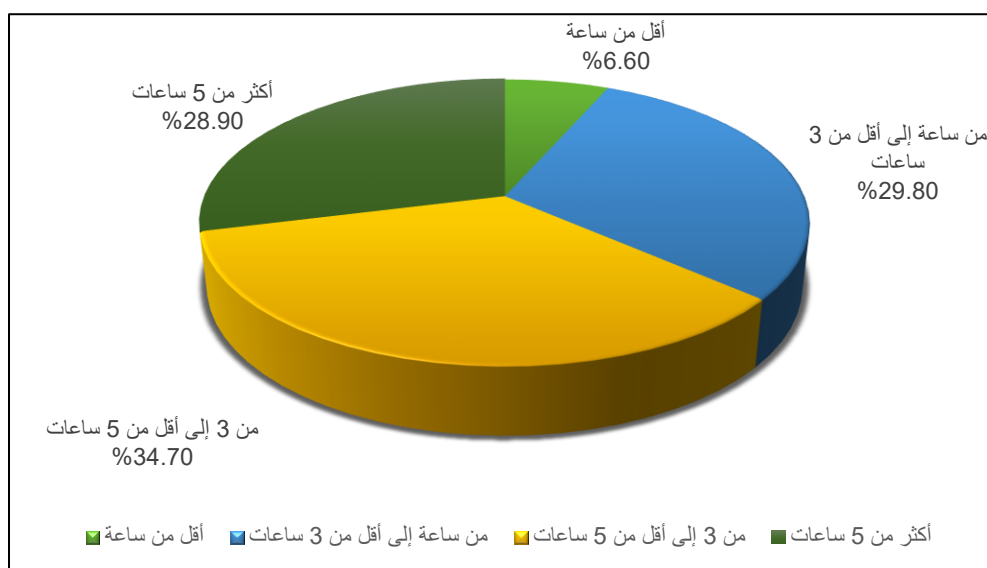
الشكل رقم (4-3) توزيع أفراد العينة حسب بلد الإقامة

يتبين من الشكل السابق: أن أكبر نسبة حصل عليها أفراد العينة حسب بلد الإقامة هي (95.0%) وهي الخاصة بـ(السعودية)، ويليهما نسبة (2.5%) وهي الخاصة بـ(دولة عربية أخرى)، بينما جاءت أقل نسبة (0%) وهي الخاصة بـ(مصر).

هـ- توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً:

الجدول رقم (3-5) توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً

عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً	التكرارات	النسب المئوية
أقل من ساعة	8	6.6%
من ساعة إلى أقل من 3 ساعات	36	29.8%
من 3 إلى أقل من 5 ساعات	42	34.7%
أكثر من 5 ساعات	35	28.9%
المجموع	121	100%



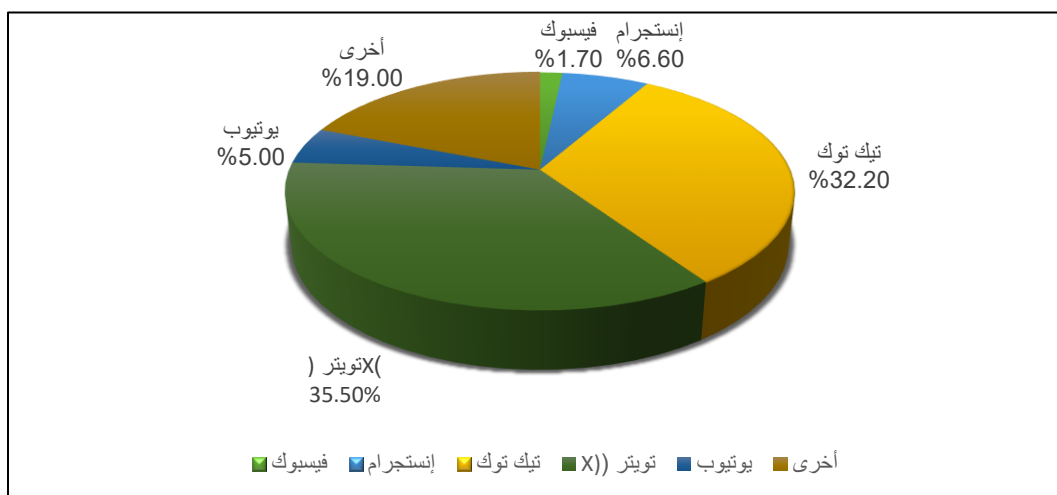
الشكل رقم (3-5) توزيع أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً

يتبين من الشكل السابق: أن أكبر نسبة حصل عليها أفراد العينة حسب عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً هي (34.7%) وهي الخاصة بـ(من 3 إلى أقل من 5 ساعات)، ويليهما نسبة (29.8%) وهي الخاصة بـ(من ساعة إلى أقل من 3 ساعات)، بينما جاءت أقل نسبة (6.6%) وهي الخاصة بـ(أقل من ساعة).

و- توزيع أفراد العينة حسب المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك:

الجدول رقم (3-6) توزيع أفراد العينة حسب المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك

المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك	التكرارات	النسب المئوية
فيسبوك	2	1.7%
إنستجرام	8	6.6%
تيك توك	39	32.2%
تويتر (X)	43	35.5%
يوتيوب	6	5.0%
أخرى	23	19.0%
المجموع	121	100%



الشكل رقم (3-6) توزيع أفراد العينة حسب المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك

يتبين من الشكل السابق: أن أكبر نسبة حصل عليها أفراد العينة حسب المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك هي (35.5%) وهي الخاصة بـ(تويتر (X))، ويليهما نسبة (32.2%) وهي الخاصة بـ(تيك توك)، بينما جاءت أقل نسبة (1.7%) وهي الخاصة بـ(فيسبوك).

3.5 أداة الدراسة وإجراءات التأكد من خصائصها السيكمترية:

قام الباحث بمراجعة أهداف الدراسة التي هدفت للكشف عن أثر ظاهرة التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية دراسة ميدانية، وبعد الاطلاع على الأدب النظري ومراجعة الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وجد أن أنسب وسيلة لجمع البيانات هي (الاستبانة)، والتي عرفها الضامن (2007) على أنها "وسيلة من وسائل جمع المعلومات، وقد يستخدم على إطار واسع ليشمل الأمة أو في إطار ضيق على نطاق المدرسة، وبطبيعة الحال فهو يختلف في طوله ودرجة تعقيده، بالإضافة إلى أن الجهد الأكبر في الاستبيان ينصب على بناء فقرات جيدة والحصول على استجابات كاملة، ومن

الأهمية بمكان أن تكون أسئلة الدراسة وفرضياتها واضحة ومعرفة كي يكون بالإمكان بناء الفقرات بشكل جيد"، وقد قام الباحث بالاستفادة من الأدب النظري والدراسات السابقة في بناء الاستبانة وصياغة عبارتها حيث تم تحديد المحاور والأبعاد الرئيسية التي شملتها الاستبانة، كما تم تحديد العبارات التي تقع تحت كل بعد من الأبعاد، وجاءت الاستبانة على النحو التالي:

3.5.1 وصف أداة الدراسة (الاستبانة):

لقد احتوت الاستبانة في صورتها النهائية على جزأين رئيسيين هما:

1. الجزء الأول: عبارة عن بيانات أولية عن عينة الدراسة تتمثل في المعلومات الديموغرافية، والتي تتضمن الآتي:

الجدول رقم (3-7) يوضح المعلومات الديموغرافية للاستبانة

الرقم	المعلومات الديموغرافية	الفئات
1	الجنس	ذكر أنثى
2	الفئة العمرية	أقل من 20 سنة من 20 إلى أقل من 30 سنة من 30 إلى أقل من 40 سنة من 40 إلى أقل من 50 سنة 50 سنة فأكثر
3	المستوى التعليمي	ثانوي أو أقل دبلوم بكالوريوس / ليسانس دراسات عليا (ماجستير / دكتوراه)
4	بلد الإقامة	مصر السعودية الإمارات الأردن دولة عربية أخرى
5	عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً	أقل من ساعة من ساعة إلى أقل من 3 ساعات من 3 إلى أقل من 5 ساعات أكثر من 5 ساعات
6	المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك	فيسبوك إنستجرام تيك توك تويتر (X) يوتيوب أخرى

2. الجزء الثاني: يتكون من محاور الاستبانة، المتكونة من محورين رئيسيين، وهم على النحو التالي:

- المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، والذي يتكون من (25) عبارة مقسمة على خمسة أبعاد، على النحو التالي: -

- البعد الأول: الإلحاح، والذي يتكون من العبارة رقم (1) إلى العبارة رقم (5).

- البعد الثاني: السرد العاطفي، والذي يتكون من العبارة رقم (6) إلى العبارة رقم (10).

- البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية، والذي يتكون من العبارة رقم (11) إلى العبارة رقم (15).

- البعد الرابع: البث المباشر، والذي يتكون من العبارة رقم (16) إلى العبارة رقم (20).

- البعد الخامس: طلب التحويل، والذي يتكون من العبارة رقم (21) إلى العبارة رقم (25).

- المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، والذي يتكون من (20) عبارة مقسمة على أربعة أبعاد، على النحو التالي:

- البعد الأول: الاستجابة، والذي يتكون من العبارة رقم (26) إلى العبارة رقم (30).

- البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ، والذي يتكون من العبارة رقم (31) إلى العبارة رقم (35).

- البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي، والذي يتكون من العبارة رقم (36) إلى العبارة رقم (40).

- البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة، والذي يتكون من العبارة رقم (41) إلى العبارة رقم (45).

ولتحديد استجابات العينة، فقد اعتمد الباحث على مقياس ليكرت، والذي عرفه كل من (باهي والأزهري، 2010، ص.352) بأنه مقياس يُستخدم على نطاق متسع لقياس الاتجاهات والآراء التي وضعها في الأصل رئيس ليكرت، وأثناء وضع مقياس ليكرت، يتم الوصول إلى الدرجات الخام باعتبارها إجابات بديلة متدرجة على الاستبيان، فعلي سبيل المثال، يتم إعطاء الخاضعين للبحث سلسلة من العبارات وثيقة الصلة (ملائمة) ببناء المقياس ويطلب منهم أن يشيروا إلى درجة موافقتهم عن طريق أن يذكروا أوافق بقوة، أوافق، لا أوافق، لا أوافق بقوة ويتم ربط رقم بكل إجابة من الإجابات المحتملة. وقد استخدم الباحث في دراسته مقياس ليكرت الخماسي (لا أوافق بشدة، لا أوافق، محايد، أوافق، أوافق بشدة) لتصحيح أداة الدراسة حيث تعطي الاستجابة لا أوافق بشدة (1)، لا أوافق (2)، محايد (3)، أوافق (4)، أوافق بشدة (5).

3.5.2 صدق الأداة وثباتها:

• الصدق الظاهري (صدق المحكمين):

بعد الانتهاء من إعداد الاستبانة وبناء عباراتها، تم إرسال الاستبانة بعد وضع الصورة الأولية لها إلى عدد من الأساتذة المتخصصين، للحكم على مناسبة الصياغة اللغوية ووضوحها ومدى انتماء العبارات للاستبانة، وقد اتفق (84%) من السادة المحكمين على مناسبة الصياغة اللغوية للعبارات وكذلك انتمائها للاستبانة، وبذلك أصبحت الاستبانة في شكله النهائي بعد التأكد من صدقها الظاهري مكونة من (45) عبارة، موزعين على محورين.

تم تطبيق أداة الدراسة (الاستبانة) على عينة استطلاعية والتي عرفها أبو ضاهر (2017)، بأنها "عبارة عن عينة صغيرة جداً يتم اختيارها من الإطار الإحصائي قبل البدء في مرحلة اختيار العينة الفعلية"، فقبل تطبيق الاستبانة على العينة الرئيسية للدراسة، حيث تم إجراء اختبار تجريبي على عينة مكونة من (30) مفردة من مجتمع الدراسة بهدف التأكد من أن الأداة قادرة على قياس ما تم تصميمها لأجله بشكل دقيق وموثوق، وقد شملت هذه العملية حساب معامل ألفا كرونباخ لقياس مدى اتساق عبارات الاستبانة مع بعضها البعض، وحساب معامل ارتباط بيرسون لتقييم مدى ارتباط كل عبارة بالبعد النظري الذي تمثله وذلك على النحو التالي:

• صدق الأداة (الاستبانة)

يعني صدق الأداة التأكد من أنها سوق تقيس ما أعدت لقياسه، والذي عرفه عبد الرحمن (2008) على أنه "هناك عدة مفاهيم أساسية تتعلق بصحة الاختبار أو صدقه بمعنى أنه لا يكون الاختبار صادقاً إلا إذا توافر ما يلي: (1) أن يكون الاختبار قادراً على قياس ما وضع لقياسه. بمعنى أن يكون الاختبار ذا صلة وثيقة بالقدرة التي يقيسها، فالاختبار الذي صمم من أجل قياس القدرة الرياضية على سبيل المثال يجب أن يكون واضحاً أنه يقيس هذه القدرة، وذلك عن طريق مدى صلته بمكونات القدرة الرياضية وعناصرها، (2) أن يكون الاختبار قادراً على قياس ما وضع لقياسه فقط، بمعنى أن يكون هذا الاختبار قادراً على أن يميز بين القدرة التي يقيسها والقدرات الأخرى التي يحتمل أن تختلط بها أو تتداخل معها، فاختبار في القدرة الرياضية - بجانب قدرته على قياس هذه القدرة - يجب أن يقيسها، فقط بمعنى ألا يتأثر بالقدرة اللغوية على سبيل المثال حيث تصاغ الأسئلة بلغة صعبة غير مناسبة فلا يتمكن المفحوص من الإجابة على بند أو سؤال الرياضيات بسبب حاجز اللغة، وعليه فإن من يقدم إجابة صحيحة على مثل هذا السؤال أو البند فلا بد أن يكون ملماً بهذه اللغة الصعبة مثل إلمامه بالرياضيات أو أكثر، (3) أن يكون الاختبار قادراً على التمييز بين طرفي القدرة التي يقيسها، بمعنى أن يميز بين الأداء القوي والأداء المتوسط أو الأداء الضعيف، فإذا كانت درجات الاختبار جميعها تتقارب دل ذلك على صدق ضعيف لأنه أي الاختبار في حقيقة الأمر لم يقم بالمهمة الأساسية في عملية القياس، وهي عملية إظهار الفروق الفردية بين أعضاء العينة"، وجاء صدق الأداة (الاستبانة) على النحو التالي:

• صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية

تم حساب صدق الاتساق الداخلي بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة من عبارات المحور الأول بالاستبانة، ويوضح نتائجها الجدول التالي:

الجدول رقم (3-8) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة في المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية

رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
البعد الأول: الإلحاح					
1	.745**	2	.856**	3	.728**
4	.784**	5	.881**		
البعد الثاني: السرد العاطفي					
6	.716**	7	.806**	8	.772**
9	.803**	10	.824**		
البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية					
11	.799**	12	.779**	13	.763**
14	.861**	15	.811**		
البعد الرابع: البث المباشر					
16	.769**	17	.895**	18	.708**
19	.880**	20	.767**		
البعد الخامس: طلب التحويل					
21	.734**	22	.804**	23	.727**
24	.825**	25	.748**		

** دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

يتبين من الجدول السابق أن معاملات ارتباط العبارات بالدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة في المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، جاءت جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، وجاءت جميع قيم معاملات الارتباط قيم دالة حيث تراوحت في البعد الأول: الإلحاح بين (-.881**، .728**)، وتراوحت في البعد الثاني: السرد العاطفي بين (-.716**، .824**)، وتراوحت في البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية بين (-.763**، .861**)، وتراوحت في البعد الرابع: البث المباشر بين (-.895**، .708**)، وتراوحت في البعد الخامس: طلب التحويل بين (-.727**، .825**)، مما يدل على توافر درجة عالية من صدق الاتساق الداخلي لعبارات أبعاد المحور الأول بالاستبانة.

• الصدق البنائي العام لأبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية

تم التحقق من الصدق البنائي العام لأبعاد المحور الأول، من خلال إيجاد معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والمتوسط العام للمحور الأول، ويوضح نتائجها الجدول التالي:

الجدول رقم (3-9) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والمتوسط العام للمحور الأول:

م	الأبعاد	معامل الارتباط
1	البعد الأول: الإلحاح	.795**
2	البعد الثاني: السرد العاطفي	.878**
3	البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية	.784**
4	البعد الرابع: البث المباشر	.849**
5	البعد الخامس: طلب التحويل	.750**

** دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

يتبين من الجدول السابق أن قيم معاملات الارتباط لأبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، جاءت بقيم عالية حيث تراوحت بين (.750**-.878**)، وكانت جميعها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)؛ مما يدل على توافر درجة عالية من الصدق البنائي للمحور الأول بالاستبانة.

• صدق الاتساق الداخلي لعبارات المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني

تم حساب صدق الاتساق الداخلي بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة من عبارات المحور الثاني بالاستبانة، ويوضح نتائجها الجدول التالي:

الجدول رقم (3-10) معاملات ارتباط بيرسون بين درجات كل عبارة والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي

إليه العبارة في المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني

رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط	رقم العبارة	معامل الارتباط
البعد الأول: الاستجابة					
26	.717**	27	.784**	28	.796**
29	.843**	30	.864**		
البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ					
31	.782**	32	.871**	33	.756**
34	.891**	35	.715**		
البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي					
36	.785**	37	.875**	38	.886**
39	.879**	40	.724**		
البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة					
41	.774**	42	.735**	43	.849**
44	.758**	45	.892**		

** دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01).

يتبين من الجدول السابق أن معاملات ارتباط عبارات بالدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه العبارة في المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، جاءت جميعها دالة إحصائياً عند مستوى

دلالة (0.01)، وجاءت جميع قيم معاملات الارتباط قيم دالة حيث تراوحت في البعد الأول: الاستجابة بين (0.717^{**} - 0.864^{**})، وتراوحت في البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ بين (0.715^{**} - 0.891^{**})، وتراوحت في البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي بين (0.724^{**} - 0.886^{**})، وتراوحت في البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة بين (0.735^{**} - 0.892^{**})، مما يدل على توافر درجة عالية من صدق الاتساق الداخلي لعبارات أبعاد المحور الثاني بالاستبانة.

• الصدق البنائي العام لأبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني

تم التحقق من الصدق البنائي العام لأبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، من خلال إيجاد معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والمتوسط العام للمحور الثاني، ويوضح نتائجها الجدول التالي:

الجدول رقم (3-11) معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لكل بُعد والمتوسط العام للمحور الثاني:

السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني

م	الأبعاد	معامل الارتباط
1	البعد الأول: الاستجابة	0.807^{**}
2	البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ	0.810^{**}
3	البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي	0.841^{**}
4	البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة	0.738^{**}

** دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة (0.01).

يتبين من الجدول السابق أن قيم معاملات الارتباط لأبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، جاءت بقيم عالية حيث تراوحت بين (0.738^{**} - 0.841^{**})، وكانت جميعها دالة إحصائيًا عند مستوى دلالة (0.01)؛ مما يدل على توافر درجة عالية من الصدق البنائي للمحور الثاني بالاستبانة.

• ثبات الأداة (الاستبانة):

ثبات الأداة يعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريبًا لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات زمنية مختلفة، والذي عرفه بني يونس وأبو البصل (2018، ص. 379) على أنه "مدى التوافق والاتساق في نتائج الدراسة إذا طبقت أكثر من مرة في ظروف مماثلة، وبتعبير عملي فإن الثبات يشير إلى مدى استقرار نتائج القياس في ظروف متوالية على الرغم من عدم قدره الباحث على التحكم في ظروف إجراء الاختبار"، وجاء ثبات الأداة (الاستبانة) على النحو التالي:

– ثبات المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية

تم حساب معامل ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية والمتوسط العام للمحور الأول بالاستبانة ويوضح نتائجها الجدول التالي:

الجدول رقم (3-12) معاملات ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المحور الأول والمتوسط العام للمحور الأول بالاستبانة

م	الأبعاد	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
1	البعد الأول: الإلحاح	5	.855
2	البعد الثاني: السرد العاطفي	5	.843
3	البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية	5	.862
4	البعد الرابع: البث المباشر	5	.860
5	البعد الخامس: طلب التحويل	5	.826
	المتوسط العام	25	.940

يتبين من الجدول السابق أن قيم معاملات الثبات لأبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية جاءت بقيم عالية؛ حيث تراوحت قيم معاملات الثبات لأبعاد المحور الأول بين (.826-.862)، وبلغت قيمة معامل الثبات الكلي لأبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية (.940)؛ وتشير هذه القيم من معاملات الثبات إلى صلاحية الاستبانة للتطبيق وإمكانية الاعتماد على نتائجها والوثوق بها.

– ثبات المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني

تم حساب معامل ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني والمتوسط العام للمحور الثاني بالاستبانة ويوضح نتائجها الجدول التالي:

الجدول رقم (3-13) معاملات ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المحور الثاني والمتوسط العام للمحور الثاني بالاستبانة

م	الأبعاد	عدد العبارات	ألفا كرونباخ
1	البعد الأول: الاستجابة	5	.860
2	البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ	5	.861
3	البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي	5	.886
4	البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة	5	.859
	المتوسط العام	20	.927

يتبين من الجدول السابق أن قيم معاملات الثبات لأبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني جاءت بقيم عالية؛ حيث تراوحت قيم معاملات الثبات لأبعاد المحور الثاني بين (859-886)، وبلغت قيمة معامل الثبات الكلي لأبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني (927)؛ وتشير هذه القيم من معاملات الثبات إلى صلاحية الاستبانة للتطبيق وإمكانية الاعتماد على نتائجها والوثوق بها.

3.6 الأساليب الإحصائية:

بناء على طبيعة الدراسة والأهداف التي سعي الباحث إلى تحقيقها، سيتم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) واستخراج النتائج وفقاً للأساليب الإحصائية التالية:

1- التكرارات والنسب المئوية: للتعرف على خصائص أفراد عينة الدراسة وفقاً للمعلومات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المستوى الوظيفي) لأفراد عينة الدراسة، وسرد استجابات أفراد العينة حول أسئلة الدراسة.

2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: لحساب متوسطات عبارات الاستبانة وكذلك الدرجات الكلية لأبعاد الاستبانة بناء على استجابات أفراد عينة الدراسة.

3- معامل ارتباط بيرسون: لحساب الاتساق الداخلي بين عبارات وأبعاد الاستبانة.

4- معادلة المدى: وذلك لوصف المتوسط الحسابي للاستجابات على كل عبارة وبعد على النحو التالي:

تم تحديد درجة الاستجابة بحيث يعطي الدرجة منخفضة جداً (1)، منخفضة (2)، متوسطة (3)، عالية (4)، عالية جداً (5)، ويتم تحديد درجة التحقق لكل بعد بناء على ما يلي:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى}}{\text{عدد المستويات}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

- من 1 إلى أقل من 1.80 تمثل درجة استجابة (منخفضة جداً).
- من 1.80 إلى أقل من 2.60 تمثل درجة استجابة (منخفضة).
- من 2.60 إلى أقل من 3.40 تمثل درجة استجابة (متوسطة).
- من 3.40 إلى أقل من 4.20 تمثل درجة استجابة (عالية).
- من 4.20 إلى 5 تمثل درجة استجابة (عالية جداً).

الفصل الرابع: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل عرضًا للنتائج التي تم التوصل إليها بعد تطبيق أدوات الدراسة واستخدام الأساليب الإحصائية المشار إليها، وذلك للإجابة عن أسئلة الدراسة، يلي ذلك تفسير النتائج ومناقشتها في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة.

4.1 معيار الحكم على النتائج

تمت الإجابة عن محاور أداة الدراسة الحالية باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، وكان معيار الحكم على أثر ظاهرة التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية دراسة ميدانية على النحو التالي ضعيفة جدا (1)، ضعيفة (2)، متوسطة (3)، عالية (4)، عالية جدا (5)، وقد تم حساب طول الفئة بالطريقة التالية، فقد تم حساب المدى بطرح الحد الأدنى من الحد الأعلى ($5 - 1 = 4$)، وللحصول على طول الفئة تمت قسمة المدى على عدد المستويات أي ($\frac{1-5}{5} = \frac{4}{5} = 0.8$)، ثم إضافة قيمة طول الفئة إلى أقل قيمة في المعيار هي (1) لتحديد الحد الأعلى من الفئة الأولى ($1 + 0.8 = 1.8$)، ثم إلى هذا النسق تم إيجاد القيم الأخرى لتحديد مستويات الاستبانة كافة في التدرج الخماسي حسب المعادلة الرياضية التالية:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى}}{\text{عدد المستويات}} = \frac{1-5}{5} = 0.80$$

فتمّ اعتماد المقياس الموضح بالجدول رقم (8) للحكم على المتوسطات الحسابية لفقرات الاستبانة وتحليل النتائج.

جدول (4-1) معيار الحكم على استجابات فقرات الاستبانة حسب مدى المتوسط الحسابي

الترميز	مدى المتوسط الحسابي	المستوى
1	1.80 – 1.00	ضعيفة جدًا
2	2.60 – 1.80	ضعيفة
3	3.40 – 2.60	متوسطة
4	4.20 – 3.40	عالية
5	5.00 – 4.20	عالية جدًا

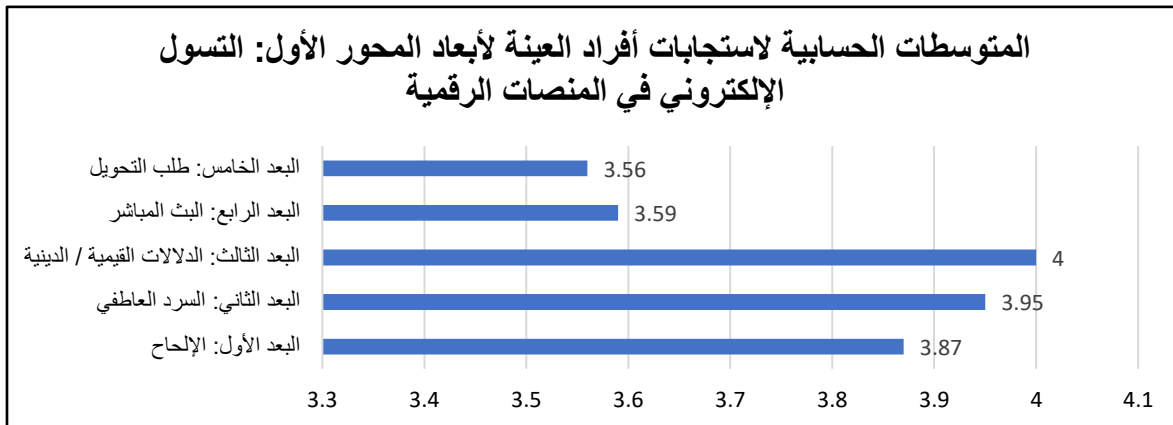
4.2 أسئلة الدراسة

أولاً: عرض ومناقشة وتفسير نتائج السؤال الأول الذي ينص على: "ما مستوى تعرض أفراد العينة لمحتوى التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، وما درجة إدراكهم لخصائصه الاتصالية؟"

وللإجابة على السؤال قد تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، ومن ثم ترتيب هذه العبارات تنازلياً حسب المتوسط الحسابي لكل بُعد، ويبين ذلك الجدول التالي:

الجدول رقم (4-2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة لأبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية

الرقم	أبعاد المحور الأول	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة استجابة
1	البعد الأول: الإلحاح	3.87	.944	3	عالية
2	البعد الثاني: السرد العاطفي	3.95	.915	2	عالية
3	البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية	4.00	.862	1	عالية
4	البعد الرابع: البث المباشر	3.59	.873	4	عالية
5	البعد الخامس: طلب التحويل	3.56	1.006	5	عالية
	المتوسط العام	3.79	.819		عالية



الشكل رقم (4-1) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول أبعاد التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية

يتبين من الجدول السابق: أن المتوسط العام لأبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، قد جاء بمتوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (.819). وبدرجة استجابة (عالية)، وقد جاء في الترتيب الأول (البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية) بمتوسط حسابي (4.00) وانحراف معياري (.862) وبدرجة استجابة (عالية)، ويليه في الترتيب الثاني (البعد الثاني: السرد العاطفي) بمتوسط حسابي (3.95) وانحراف معياري (.915) وبدرجة استجابة (عالية)، ويليه في الترتيب الثالث (البعد الأول: الإلحاح) بمتوسط

حسابي (3.87) وانحراف معياري (944). وبدرجة استجابة (عالية)، ويليه في الترتيب الرابع (البعد الرابع: البث المباشر) بمتوسط حسابي (3.59) وانحراف معياري (873). وبدرجة استجابة (عالية)، ويليه في الترتيب الخامس (البعد الخامس: طلب التحويل) بمتوسط حسابي (3.56) وانحراف معياري (1.006) وبدرجة استجابة (عالية).

تشير نتائج المحور الأول إلى ارتفاع مستوى تعرض أفراد العينة لمحتوى التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، إلى جانب ارتفاع درجة إدراكهم لخصائصه الاتصالية، ويمكن عزو هذه النتيجة إلى مجموعة من العوامل المرتبطة بطبيعة البيئة الرقمية وخصائص المستخدمين.

فمن ناحية، أسهم الانتشار الواسع للمنصات الرقمية وتزايد الاعتماد اليومي عليها في مختلف جوانب الحياة في إتاحة فرص أكبر لظهور هذا النوع من المحتوى، حيث أصبحت هذه المنصات بيئة خصبة لعرض الرسائل ذات الطابع الإنساني أو الاستعطافي، والوصول إلى جمهور واسع في وقت قصير وبتكلفة شبه معدومة، كما أن طبيعة الخوارزميات في هذه المنصات تعمل على إعادة عرض المحتوى المتداول أو الذي يحقق تفاعلاً مرتفعاً، مما يزيد من احتمالية تعرض الأفراد لمحتوى التسول الإلكتروني بشكل متكرر.

ومن ناحية أخرى، يمكن تفسير ارتفاع إدراك أفراد العينة لخصائص هذا المحتوى بكونه يعتمد على أساليب اتصالية واضحة ومباشرة يسهل تمييزها، مثل استثارة المشاعر، وتبسيط الرسالة، والتركيز على عناصر الجذب والانتباه، وهو ما يجعل المتلقي أكثر وعياً بطبيعة هذه الرسائل حتى وإن لم يكن لديه خلفية معرفية متخصصة، كما أن التكرار المستمر لهذا النوع من المحتوى يسهم في بناء خبرة تراكمية لدى الأفراد، تمكنهم من التعرف على أنماطه وخصائصه بسهولة.

كذلك، لا يمكن إغفال دور السياق الاجتماعي والثقافي، حيث تميل المجتمعات إلى التعاطف مع القضايا الإنسانية ومساعدة الآخرين، وهو ما قد يشجع على انتشار هذا النوع من المحتوى ويزيد من حضوره في الفضاء الرقمي، ويؤدي هذا التفاعل المجتمعي إلى تعزيز ظهور الرسائل المرتبطة بالتسول الإلكتروني، سواء عبر المشاركة أو التعليق أو إعادة النشر.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن ارتفاع مستوى التعرض والإدراك لا يعكس فقط انتشار الظاهرة، بل يعكس أيضاً تفاعلاً معقداً بين خصائص البيئة الرقمية، واستراتيجيات عرض المحتوى، وطبيعة الجمهور المتلقي، وهو ما يستدعي مزيداً من الاهتمام البحثي لفهم أبعاد هذه الظاهرة وتأثيراتها المختلفة.

وفيما يلي يتم تناول أبعاد المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، بمزيد من التفصيل على النحو التالي:

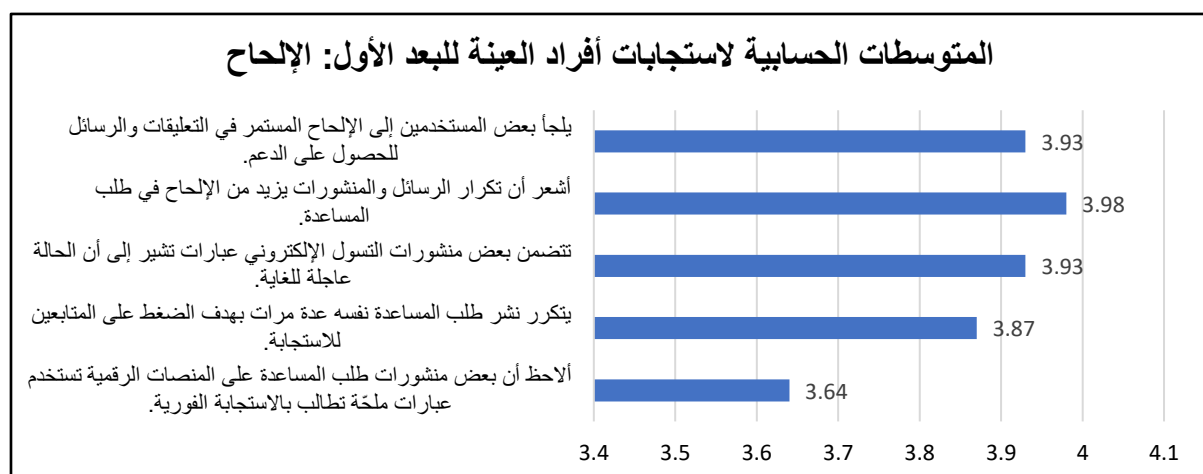
• البعد الأول: الإلحاح

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات البعد الأول: الإلحاح، ومن ثم ترتيب هذه العبارات تنازلياً حسب المتوسط الحسابي لكل عبارة، ويبين ذلك الجدول التالي:

الجدول رقم (4-3) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات

أفراد العينة للبعد الأول: الإلحاح

م	العبارة	درجة الاستجابة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة
		أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة				
1	ألاحظ أن بعض منشورات طلب المساعدة على المنصات الرقمية تستخدم عبارات ملحة تطالب بالاستجابة الفورية.	29	52	21	6	13	3.64	1.210	5	عالية
2	يتكرر نشر طلب المساعدة نفسه عدة مرات بهدف الضغط على المتابعين للاستجابة.	36	58	12	5	10	3.87	1.140	4	عالية
3	تتضمن بعض منشورات التسول الإلكتروني عبارات تشير إلى أن الحالة عاجلة للغاية.	40	50	20	4	7	3.93	1.074	3	عالية
4	أشعر أن تكرار الرسائل والمنشورات يزيد من الإلحاح في طلب المساعدة.	37	59	16	4	5	3.98	.975	1	عالية
5	يلجأ بعض المستخدمين إلى الإلحاح المستمر في التعليقات والرسائل للحصول على الدعم.	37	57	16	4	7	3.93	1.047	2	عالية
المتوسط العام										
عالية										



الشكل رقم (4-2) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الأول: الإلحاح

يتبين من الجدول السابق: أن المتوسط العام للبعد الأول: الإلحاح، جاء بمتوسط حسابي قدره (3.87) وانحراف معياري (.944). وبدرجة استجابة (عالية)، وجاء في الترتيب الأول العبارة رقم (4) (أشعر أن تكرار الرسائل والمنشورات يزيد من الإلحاح في طلب المساعدة) بمتوسط حسابي (3.98) وانحراف معياري (.975).

وبدرجة استجابة (عالية)، وجاء في الترتيب الثاني العبارة رقم (5) (يلجأ بعض المستخدمين إلى الإلحاح المستمر في التعليقات والرسائل للحصول على الدعم) بمتوسط حسابي (3.93) وانحراف معياري (1.047) وبدرجة استجابة (عالية)، يليه في الترتيب الأخير العبارة رقم (1) (ألاحظ أن بعض منشورات طلب المساعدة على المنصات الرقمية تستخدم عبارات ملحة تطالب بالاستجابة الفورية) بمتوسط حسابي (3.64) وانحراف معياري (1.210) وبدرجة استجابة (عالية)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية لعبارات البعد الأول بين (975-1.210) وهي قيم مرتفعة مما يدل على تباين آراء أفراد عينة الدراسة نحو تلك العبارات.

يمكن تفسير النتائج المرتبطة ببُعد الإلحاح في ضوء طبيعة البيئة الرقمية التي تتسم بسرعة التدفق المعلوماتي وكثافة المحتوى، الأمر الذي يدفع القائمين على إنتاج محتوى التسول الإلكتروني إلى تبني أساليب اتصالية تقوم على الضغط الزمني واستثارة الشعور بضرورة الاستجابة الفورية، فالإلحاح هنا لا يُستخدم فقط كوسيلة لشد الانتباه، بل كآلية نفسية تقلل من فرص التفكير النقدي لدى المتلقي، وتدفعه لاتخاذ قرار سريع تحت تأثير اللحظة، كما أن هذا الأسلوب يتلاءم مع سلوكيات التصفح السريع، حيث يميل المستخدم إلى التفاعل مع الرسائل المختصرة والمباشرة التي تحمل طابعاً عاجلاً.

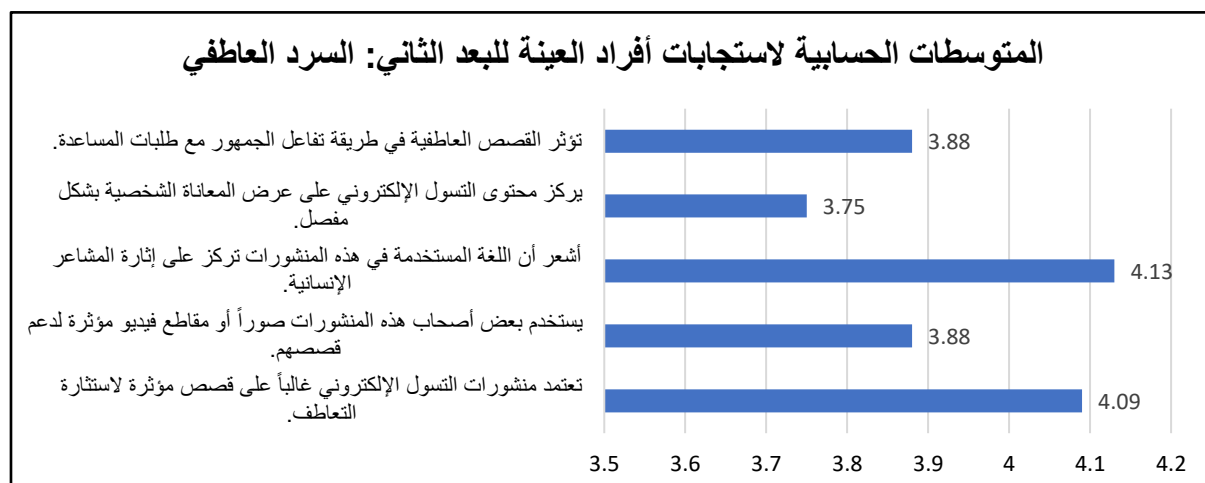
ومن زاوية أخرى، فإن ارتفاع إدراك الأفراد لهذا البُعد يمكن تفسيره في ضوء الخبرة التراكمية الناتجة عن التعرض المتكرر لهذا النوع من الرسائل، مما يجعلهم أكثر قدرة على تمييز أنماط الإلحاح وأساليبه المختلفة، كما قد يعكس هذا الإدراك نوعاً من الوعي النقدي المتنامي، حيث أصبح المستخدم أكثر انتباهاً لمحاولات التأثير التي تستهدف دفعه للاستجابة السريعة، ومع ذلك فإن هذا الوعي لا يمنع بالضرورة التأثير، بل قد يتعايش معه في ظل الضغوط العاطفية والسياقية التي تفرضها طبيعة الرسالة الرقمية.

• البعد الثاني: السرد العاطفي

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات البعد الثاني: السرد العاطفي، ومن ثم ترتيب هذه العبارات تنازلياً حسب المتوسط الحسابي لكل عبارة، ويبين ذلك الجدول التالي:

الجدول رقم (4-4) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثاني: السرد العاطفي

م	العبارة	درجة الاستجابة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة
		أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة					
6	تعتمد منشورات التسول الإلكتروني غالباً على قصص مؤثرة لاستثارة التعاطف.	ك	52	45	14	3	7	4.09	1.080	2	عالية
		%	43.0	37.2	11.6	2.5	5.8				
7	يستخدم بعض أصحاب هذه المنشورات صوراً أو مقاطع فيديو مؤثرة لدعم قصصهم.	ك	30	64	15	6	6	3.88	1.005	4	عالية
		%	24.8	52.9	12.4	5.0	5.0				
8	أشعر أن اللغة المستخدمة في هذه المنشورات تركز على إثارة المشاعر الإنسانية.	ك	49	55	7	4	6	4.13	1.016	1	عالية
		%	40.5	45.5	5.8	3.3	5.0				
9	يركز محتوى التسول الإلكتروني على عرض المعاناة الشخصية بشكل مفصل.	ك	27	58	21	9	6	3.75	1.043	5	عالية
		%	22.3	47.9	17.4	7.4	5.0				
10	تؤثر القصص العاطفية في طريقة تفاعل الجمهور مع طلبات المساعدة.	ك	32	60	17	7	5	3.88	1.002	3	عالية
		%	26.4	49.6	14.0	5.8	4.1				
المتوسط العام											
عالية											
.933											
3.95											



الشكل رقم (4-3) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثاني: السرد العاطفي

يتبين من الجدول السابق: أن المتوسط العام للبعد الثاني: السرد العاطفي، جاء بمتوسط حسابي قدره (3.95) وانحراف معياري (0.933) وبدرجة استجابة (عالية)، وجاء في الترتيب الأول العبارة رقم (8) (أشعر أن اللغة المستخدمة في هذه المنشورات تركز على إثارة المشاعر الإنسانية) بمتوسط حسابي (4.13) وانحراف معياري (1.016) وبدرجة استجابة (عالية)، وجاء في الترتيب الثاني العبارة رقم (6) (تعتمد منشورات التسول الإلكتروني غالباً على قصص مؤثرة لاستثارة التعاطف) بمتوسط حسابي (4.09) وانحراف معياري (1.080) وبدرجة استجابة (عالية)، ويليه في الترتيب الأخير العبارة رقم (9) (يركز محتوى التسول الإلكتروني على عرض المعاناة الشخصية بشكل مفصل) بمتوسط حسابي (3.75) وانحراف معياري (1.043) وبدرجة استجابة (عالية)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية لعبارات البعد الثاني بين (1.080 – 1.002) وهي قيم مرتفعة مما يدل على تباين آراء أفراد عينة الدراسة نحو تلك العبارات.

ويمكن عزو ذلك إلى اعتماد محتوى التسول الإلكتروني على بناء رسائل قائمة على القصص الإنسانية المؤثرة، التي تستهدف استثارة التعاطف وإشراك المتلقي وجدانياً، إذ تُعد القصة وسيلة فعالة في تبسيط الرسائل وتعزيز قابليتها للفهم والتذكر، خاصة عندما تُدعم بعناصر بصرية مثل الصور أو مقاطع الفيديو التي تضيف مزيداً من الواقعية والتأثير، ويسهم هذا التوظيف المكثف للسرد في خلق حالة من التماهي بين المتلقي وصاحب الحالة المعروضة، مما يعزز من احتمالية الاستجابة.

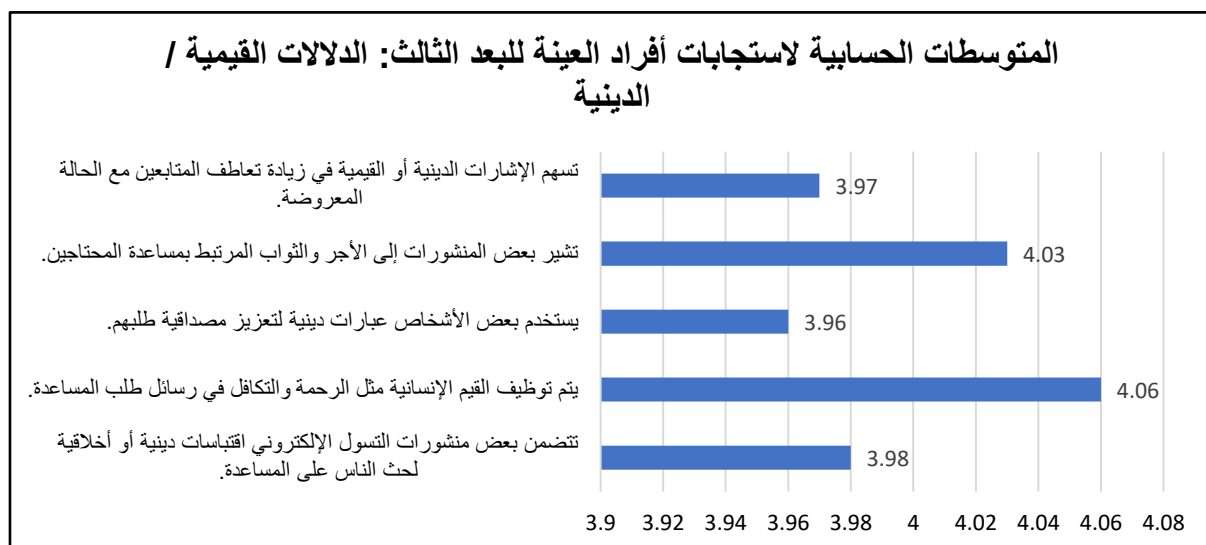
وفي سياق متصل، فإن إدراك الأفراد لهذا البعد يعكس درجة من الوعي بأساليب الإقناع العاطفي المستخدمة في البيئة الرقمية، خاصة في ظل التكرار المستمر لهذا النمط من المحتوى، كما قد يشير ذلك إلى أن المتلقي لم يعد مجرد مستقبل سلبي، بل أصبح قادراً على تحليل الرسائل وفهم بنيتها الاتصالية، ومع ذلك تظل العاطفة عنصراً قوياً قد يتجاوز هذا الوعي في بعض الحالات، خاصة عندما يتم تقديم المحتوى بطريقة مؤثرة ومقنعة، مما يعكس تداخلاً معقداً بين الإدراك العقلي والاستجابة الوجدانية.

• البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية، ومن ثم ترتيب هذه العبارات تنازلياً حسب المتوسط الحسابي لكل عبارة، ويبين ذلك الجدول التالي:

الجدول رقم (4-5) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية

م	العبارة	درجة الاستجابة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة
		أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة					
11	تتضمن بعض منشورات التسول الإلكتروني اقتباسات دينية أو أخلاقية لحث الناس على المساعدة.	ك	33	68	10	4	6	3.98	.970	3	عالية
		%	27.3	56.2	8.3	3.3	5.0				
12	يتم توظيف القيم الإنسانية مثل الرحمة والتكافل في رسائل طلب المساعدة.	ك	37	67	8	5	4	4.06	.916	1	عالية
		%	30.6	55.4	6.6	4.1	3.3				
13	يستخدم بعض الأشخاص عبارات دينية لتعزيز مصداقية طلبهم.	ك	30	72	9	4	6	3.96	.952	5	عالية
		%	24.8	59.5	7.4	3.3	5.0				
14	تشير بعض المنشورات إلى الأجر والثواب المرتبط بمساعدة المحتاجين.	ك	35	68	9	5	4	4.03	.912	2	عالية
		%	28.9	56.2	7.4	4.1	3.3				
15	تسهم الإشارات الدينية أو القيمية في زيادة تعاطف المتابعين مع الحالة المعروضة.	ك	30	70	14	1	6	3.97	.921	4	عالية
		%	24.8	57.9	11.6	0.8	5.0				
المتوسط العام											
4.00											
.881											
عالية											



الشكل رقم (4-4) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية

يتبين من الجدول السابق: أن المتوسط العام للبعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية، جاء بمتوسط حسابي قدره (4.00) وانحراف معياري (0.881) وبدرجة استجابة (عالية)، وجاء في الترتيب الأول العبارة رقم (12) (يتم توظيف القيم الإنسانية مثل الرحمة والتكافل في رسائل طلب المساعدة) بمتوسط حسابي (4.06) وانحراف معياري (0.916). وبدرجة استجابة (عالية)، وجاء في الترتيب الثاني العبارة رقم (14) (تشير بعض المنشورات إلى الأجر والثواب المرتبط بمساعدة المحتاجين) بمتوسط حسابي (4.03) وانحراف معياري (0.912). وبدرجة استجابة (عالية)، يليه في الترتيب الأخير العبارة رقم (13) (يستخدم بعض الأشخاص عبارات دينية لتعزيز مصداقية طلبهم) بمتوسط حسابي (3.96) وانحراف معياري (0.952) وبدرجة استجابة (عالية)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية لعبارات البعد الثالث بين (0.912 - 0.970) وهي قيم مرتفعة مما يدل على تباين آراء أفراد عينة الدراسة نحو تلك العبارات.

يمكن تفسير نتائجه في ضوء السياق الثقافي الذي يمنح القيم الدينية والإنسانية مكانة محورية في تشكيل اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم، إذ يلجأ القارئون على محتوى التسول الإلكتروني إلى توظيف مفردات وخطابات ذات طابع ديني أو أخلاقي، مثل الدعوة إلى الصدقة أو مساعدة المحتاج، بهدف تعزيز مصداقية الرسالة وإضفاء بعد شرعي أو أخلاقي عليها، ويؤدي هذا التوظيف إلى تقوية التأثير الاتصالي، نظرًا لارتباطه بمنظومة قيمية راسخة لدى الجمهور.

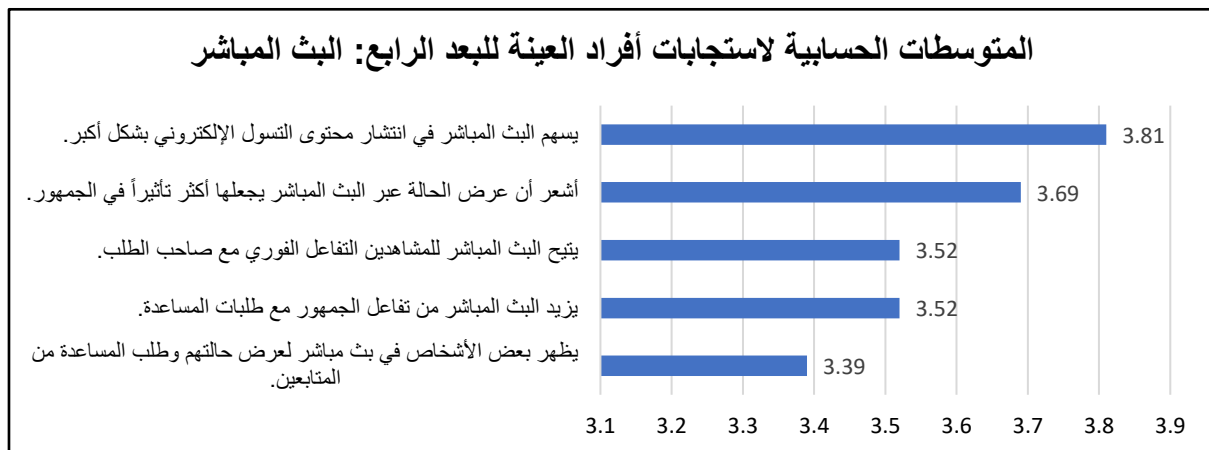
ومن ناحية أخرى، فإن إدراك الأفراد لهذا البعد قد يعكس تنامي الوعي بإمكانية استغلال هذه القيم في سياقات غير منظمة أو لأغراض قد تفتقر إلى المصداقية، فالتعرض المتكرر لمثل هذه الرسائل قد يدفع المتلقي إلى التمييز بين الاستخدام الحقيقي للقيم والاستخدام التوظيفي الذي يستهدف التأثير فقط، وهو ما يشير إلى وجود مستوى من الوعي النقدي الذي يحاول موازنة الاستجابة الإنسانية مع الحذر من الاستغلال، خاصة في ظل غياب الرقابة الكافية على هذا النوع من المحتوى.

• البعد الرابع: البث المباشر

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات البعد الرابع: البث المباشر، ومن ثم ترتيب هذه العبارات تنازلياً حسب المتوسط الحسابي لكل عبارة، ويبين ذلك الجدول التالي:

الجدول رقم (4-6) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الرابع: البث المباشر

م	العبارة	درجة الاستجابة							المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة
		ك	أوافق بشدة	أوافق	حد ما	أوافق إلى	لا أوافق	لا أوافق بشدة				
16	يظهر بعض الأشخاص في بث مباشر لعرض حالتهم وطلب المساعدة من المتابعين.	ك	19	38	40	19	5	3.39	1.060	5	متوسطة	
		%	15.7	31.4	33.1	15.7	4.1					
17	يزيد البث المباشر من تفاعل الجمهور مع طلبات المساعدة.	ك	18	47	40	12	4	3.52	.976	4	عالية	
		%	14.9	38.8	33.1	9.9	3.3					
18	يتيح البث المباشر للمشاهدين التفاعل الفوري مع صاحب الطلب.	ك	15	50	44	7	5	3.52	.932	3	عالية	
		%	12.4	41.3	36.4	5.8	4.1					
19	أشعر أن عرض الحالة عبر البث المباشر يجعلها أكثر تأثيراً في الجمهور .	ك	22	53	37	4	5	3.69	.949	2	عالية	
		%	18.2	43.8	30.6	3.3	4.1					
20	يسهم البث المباشر في انتشار محتوى التسول الإلكتروني بشكل أكبر .	ك	32	48	31	6	4	3.81	.994	1	عالية	
		%	26.4	39.7	25.6	5.0	3.3					
المتوسط العام												
										3.59	.897	عالية



الشكل رقم (4-5) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الرابع: البث المباشر

يتبين من الجدول السابق: أن المتوسط العام للبعد الرابع: البث المباشر، جاء بمتوسط حسابي قدره (3.59) وانحراف معياري (.897). وبدرجة استجابة (عالية)، وجاء في الترتيب الأول العبارة رقم (20) (يسهم البث المباشر في انتشار محتوى التسول الإلكتروني بشكل أكبر) بمتوسط حسابي (3.81) وانحراف معياري

(994). وبدرجة استجابة (عالية)، وجاء في الترتيب الثاني العبارة رقم (19) (أشعر أن عرض الحالة عبر البث المباشر يجعلها أكثر تأثيراً في الجمهور) بمتوسط حسابي (3.69) وانحراف معياري (949). وبدرجة استجابة (عالية)، يليه في الترتيب الأخير العبارة رقم (16) (يظهر بعض الأشخاص في بث مباشر لعرض حالتهم وطلب المساعدة من المتابعين) بمتوسط حسابي (3.39) وانحراف معياري (1.060) وبدرجة استجابة (متوسطة)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية لعبارات البعد الرابع بين (932 - 1.060) وهي قيم مرتفعة مما يدل على تباين آراء أفراد عينة الدراسة نحو تلك العبارات.

يمكن عزو نتائجه إلى الخصائص التقنية التي تتيحها المنصات الرقمية، حيث يوفر البث المباشر تجربة تواصل لحظي تعزز من الشعور بالواقعية والمصادقية الظاهرية، إذ يمنح هذا النمط من العرض انطباعاً بأن الحدث يجري أمام المتلقي بشكل مباشر، مما يقلل من الشكوك ويزيد من احتمالية التفاعل، كما يتيح البث المباشر إمكانية التفاعل الفوري من خلال التعليقات أو التبرعات، وهو ما يعزز من ديناميكية الاتصال ويزيد من تأثير الرسالة.

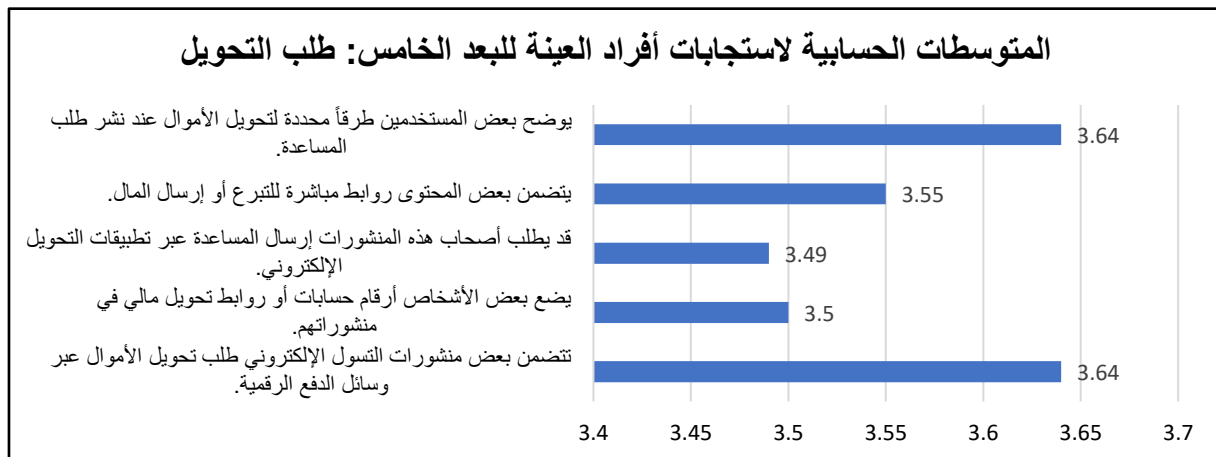
وفي المقابل، فإن إدراك الأفراد لهذا البعد قد يرتبط بزيادة وعيهم بطبيعة هذه الخاصية وإمكانية توظيفها بطرق مختلفة، سواء بشكل إيجابي أو سلبي، فقد أصبح بعض المستخدمين أكثر إدراكاً لإمكانية التلاعب أو الإخراج الانتقائي للمحتوى المباشر، مما يعكس درجة من الحذر في التعامل معه، وبالتالي فإن هذا البعد يعكس حالة من التوازن بين الانجذاب إلى الواقعية الظاهرية للبث المباشر، وبين الوعي بإمكانية استغلاله كأداة تأثير.

• البعد الخامس: طلب التحويل

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات البعد الخامس: طلب التحويل، ومن ثم ترتيب هذه العبارات تنازلياً حسب المتوسط الحسابي لكل عبارة، ويبين ذلك الجدول التالي:

الجدول رقم (4-7) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الخامس: طلب التحويل

م	العبارة	درجة الاستجابة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة	
		أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة					
21	تتضمن بعض منشورات التسول الإلكتروني طلب تحويل الأموال عبر وسائل الدفع الرقمية.	ك	23	59	20	10	9	3.64	1.111	2	عالية
		%	19.0	48.8	16.5	8.3	7.4				
22	يضع بعض الأشخاص أرقام حسابات أو روابط تحويل مالي في منشوراتهم.	ك	22	48	30	11	10	3.50	1.141	4	عالية
		%	18.2	39.7	24.8	9.1	8.3				
23	قد يطلب أصحاب هذه المنشورات إرسال المساعدة عبر تطبيقات التحويل الإلكتروني.	ك	17	56	28	9	11	3.49	1.111	5	عالية
		%	14.0	46.3	23.1	7.4	9.1				
24	يتضمن بعض المحتوى روابط مباشرة للتبرع أو إرسال المال.	ك	20	52	32	8	9	3.55	1.080	3	عالية
		%	16.5	43.0	26.4	6.6	7.4				
25	يوضح بعض المستخدمين طرقاً محددة لتحويل الأموال عند نشر طلب المساعدة.	ك	22	56	28	7	8	3.64	1.057	1	عالية
		%	18.2	46.3	23.1	5.8	6.6				
		المتوسط العام					3.56	1.031	عالية		



الشكل رقم (4-6) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الخامس: طلب التحويل

يتبين من الجدول السابق: أن المتوسط العام للبعد الخامس: طلب التحويل، جاء بمتوسط حسابي قدره (3.56) وانحراف معياري (1.031) وبدرجة استجابة (عالية)، وجاء في الترتيب الأول العبارة رقم (25) (يوضح بعض المستخدمين طرقاً محددة لتحويل الأموال عند نشر طلب المساعدة) بمتوسط حسابي (3.64)

وانحراف معياري (1.057) وبدرجة استجابة (عالية)، وجاء في الترتيب الثاني العبارة رقم (21) (تتضمن بعض منشورات التسول الإلكتروني طلب تحويل الأموال عبر وسائل الدفع الرقمية) بمتوسط حسابي (3.64) وانحراف معياري (1.111) وبدرجة استجابة (عالية)، يليه في الترتيب الأخير العبارة رقم (23) (قد يطلب أصحاب هذه المنشورات إرسال المساعدة عبر تطبيقات التحويل الإلكتروني) بمتوسط حسابي (3.49) وانحراف معياري (1.111) وبدرجة استجابة (عالية)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية لعبارات البعد الخامس بين (1.057 – 1.141) وهي قيم مرتفعة مما يدل على تباين آراء أفراد عينة الدراسة نحو تلك العبارات.

يمكن تفسير نتائج بُعد طلب التحويل في ضوء التحول نحو الاقتصاد الرقمي وانتشار وسائل الدفع الإلكتروني التي سهلت من إجراء المعاملات المالية بشكل سريع ومباشر، إذ يمثل هذا البعد المرحلة النهائية في العملية الاتصالية، حيث يتم تحويل التأثير العاطفي أو القيمي إلى سلوك فعلي يتمثل في تقديم الدعم المالي، ويعتمد نجاح هذا البعد على وضوح الرسالة وتحديد وسيلة التحويل، مما يقلل من العوائق أمام الاستجابة.

ومن جانب آخر، فإن إدراك الأفراد لهذا البعد يعكس تنامي الوعي بالمخاطر المرتبطة بالتحويلات المالية غير الموثوقة، خاصة في ظل انتشار بعض حالات الاحتيال الرقمي، وقد يؤدي هذا الوعي إلى نوع من التردد أو الحذر في الاستجابة، حتى في ظل التعرض المتكرر لمثل هذه الطلبات، وعليه فإن هذا البعد يجسد التفاعل بين سهولة الإجراء التقني من جهة، واعتبارات الثقة والأمان من جهة أخرى، وهو ما يحدد في النهاية سلوك المتلقي تجاه هذه الرسائل.

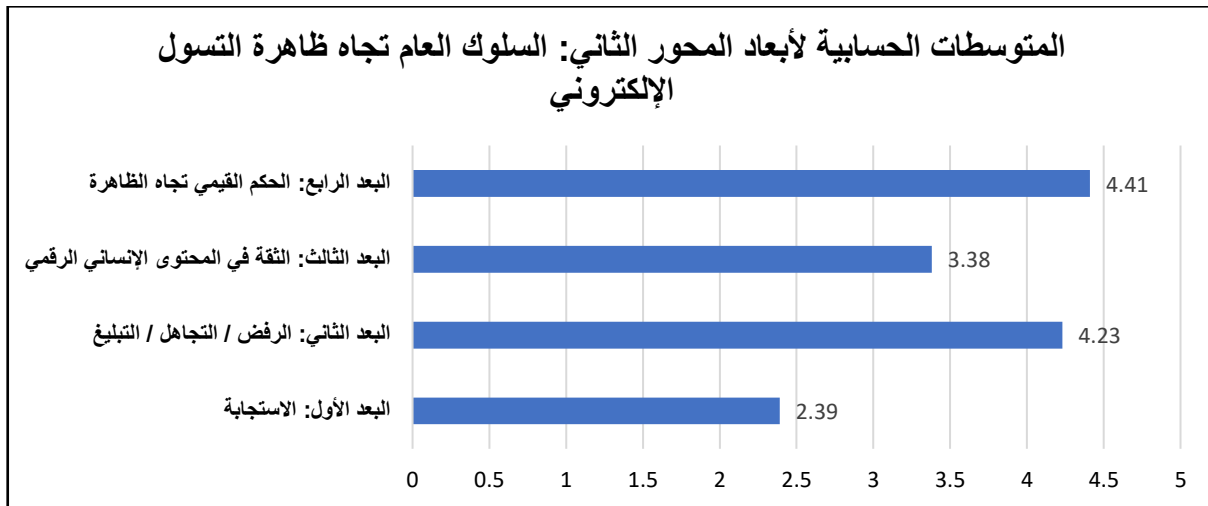
ثانياً: عرض ومناقشة وتفسير نتائج السؤال الثاني الذي ينص على: "ما مستوى السلوك العام لدى أفراد العينة تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني (من حيث الاستجابة، الرفض، الثقة، والحكم القيمي)؟"

وللإجابة على هذا السؤال فقد تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، ومن ثم ترتيب هذه الأبعاد تنازلياً حسب المتوسط الحسابي لكل بعد، ويبين ذلك الجدول التالي:

الجدول رقم (4-8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المحور الثاني: السلوك العام

تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني

الرقم	أبعاد المحور الثاني	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة استجابة
1	البعد الأول: الاستجابة	2.39	1.094	4	متوسطة
2	البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ	4.23	.789	2	عالية
3	البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي	3.38	.839	3	متوسطة
4	البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة	4.41	.796	1	عالية
	المتوسط العام	3.60	.739		عالية



الشكل رقم (4-7) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول أبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني

يتبين من الجدول السابق: أن المتوسط العام لأبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، قد جاء بمتوسط حسابي (3.60) وانحراف معياري (0.739) وبدرجة استجابة (عالية)، وقد جاء في الترتيب الأول (البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة) بمتوسط حسابي (4.41) وانحراف معياري (0.796) وبدرجة استجابة (عالية)، ويليه في الترتيب الثاني (البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ) بمتوسط حسابي (4.23) وانحراف معياري (0.789) وبدرجة استجابة (عالية)، ويليه في الترتيب الثالث (البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإلكتروني الرقمي) بمتوسط حسابي (3.38) وانحراف معياري (0.839) وبدرجة استجابة (متوسطة)، ويليه في الترتيب الرابع (البعد الأول: الاستجابة) بمتوسط حسابي (2.39) وانحراف معياري (1.094) وبدرجة استجابة (متوسطة).

تشير نتائج المحور الثاني إلى أن السلوك العام لدى أفراد العينة تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني يتسم بارتفاع نسبي، وهو ما يعكس حالة من التفاعل الواعي مع هذه الظاهرة، يتجاوز مجرد التعرض إلى تكوين مواقف واتجاهات واضحة تجاهها، ويمكن تفسير ذلك في ضوء تزايد خبرة الأفراد في التعامل مع المحتوى الرقمي، حيث لم يعد المستخدم مجرد متلقٍ سلبي، بل أصبح أكثر قدرة على التقييم واتخاذ مواقف سلوكية مبنية على إدراكه لطبيعة المحتوى ودرجة مصداقيته.

كما يمكن عزو هذه النتيجة إلى تنامي الوعي المجتمعي بالمخاطر المرتبطة بالتسول الإلكتروني، خاصة في ظل انتشار بعض الممارسات غير الموثوقة أو الاحتيالية، وهو ما يدفع الأفراد إلى تبني سلوكيات أكثر حذرًا وانتقائية في التفاعل، وقد أسهمت وسائل الإعلام والتجارب الشخصية وتداول القصص المرتبطة بالاحتيال الرقمي في تعزيز هذا الوعي، مما انعكس على تشكيل سلوك عام يتسم بدرجة من الحذر، دون أن يلغي بالضرورة البعد الإنساني في التفاعل مع الحالات الحقيقية.

ومن ناحية أخرى، تعكس هذه النتيجة وجود نوع من التوازن بين البعدين العاطفي والعقلاني في سلوك الأفراد، حيث يتأثر المتلقي بالمضامين الإنسانية من جهة، لكنه في الوقت ذاته يسعى إلى تقييمها في ضوء معايير الثقة والمصادقية من جهة أخرى، ويؤدي هذا التوازن إلى ظهور أنماط سلوكية مركبة، قد تجمع بين التعاطف والحذر في آن واحد، وهو ما يفسر الطبيعة غير الأحادية للسلوك تجاه هذه الظاهرة.

كذلك، يمكن تفسير هذا المستوى من السلوك العام في ضوء الخصوصية الثقافية والاجتماعية، التي تعزز من قيم التكافل والمساعدة، وفي الوقت نفسه تدعم معايير الحكم الأخلاقي على السلوكيات المنحرفة أو غير المنظمة، وهو ما يدفع الأفراد إلى تبني مواقف تجمع بين التعاطف مع المحتاجين ورفض الممارسات التي تستغل هذه القيم في سياقات غير موثوقة.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني لا يتسم بالبساطة أو الخطية، بل يعكس تفاعلاً معقدًا بين الخبرة الرقمية، والوعي بالمخاطر، والقيم الاجتماعية، وهو ما يؤدي إلى تشكيل استجابات سلوكية متعددة الأبعاد تتطلب فهماً تحليلياً أعمق عند تفسيرها.

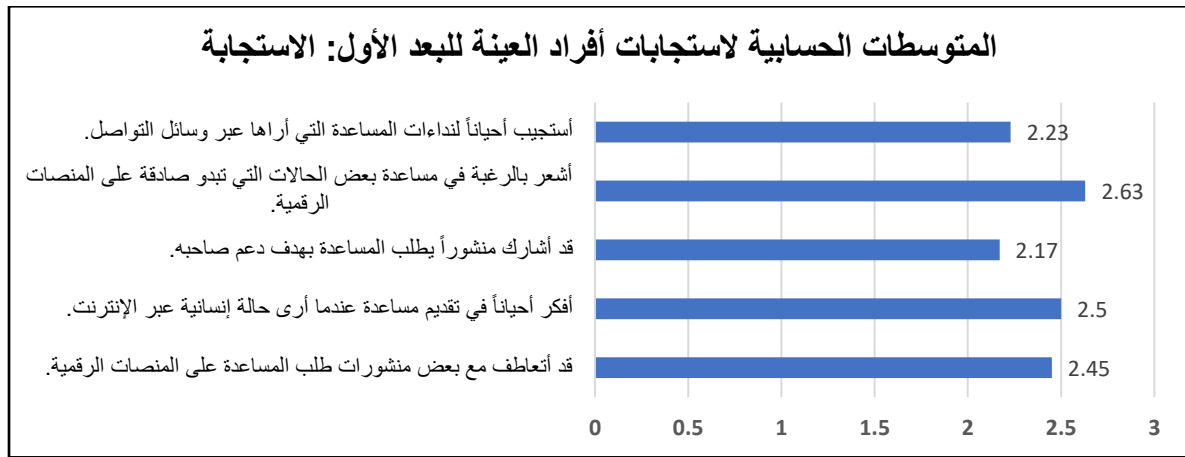
وفيما يلي يتم تناول أبعاد المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، بمزيد من التفصيل على النحو التالي:

• البعد الأول: الاستجابة

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات البعد الأول: الاستجابة، ومن ثم ترتيب هذه العبارات تنازلياً حسب المتوسط الحسابي لكل عبارة، ويبين ذلك الجدول التالي:

الجدول رقم (4-9) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الأول: الاستجابة

م	العبارة	درجة الاستجابة							المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة
		أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة						
26	قد أتعاطف مع بعض منشورات طلب المساعدة على المنصات الرقمية.	ك	5	22	26	37	31	2.45	1.176	3	ضعيفة	
		%	4.1	18.2	21.5	30.6	25.6					
27	أفكر أحياناً في تقديم مساعدة عندما أرى حالة إنسانية عبر الإنترنت.	ك	5	29	25	24	38	2.50	1.272	2	ضعيفة	
		%	4.1	24.0	20.7	19.8	31.4					
28	قد أشارك منشوراً يطلب المساعدة بهدف دعم صاحبه.	ك	3	19	19	34	46	2.17	1.172	5	ضعيفة	
		%	2.5	15.7	15.7	28.1	38.0					
29	أشعر بالرغبة في مساعدة بعض الحالات التي تبدو صادقة على المنصات الرقمية.	ك	4	32	30	25	30	2.63	1.212	1	متوسطة	
		%	3.3	26.4	24.8	20.7	24.8					
30	أستجيب أحياناً لنداءات المساعدة التي أراها عبر وسائل التواصل.	ك	4	17	20	42	38	2.23	1.138	4	ضعيفة	
		%	3.3	14.0	16.5	34.7	31.4					
المتوسط العام												
									2.39	1.094	ضعيفة	



الشكل رقم (4-8) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الأول: الاستجابة

يتبين من الجدول السابق: أن المتوسط العام للبعد الأول: الاستجابة، جاء بمتوسط حسابي قدره (2.39) وانحراف معياري (1.094) وبدرجة استجابة (ضعيفة)، وجاء في الترتيب الأول العبارة رقم (29) (أشعر بالرغبة في مساعدة بعض الحالات التي تبدو صادقة على المنصات الرقمية) بمتوسط حسابي (2.63) وانحراف معياري (1.212) وبدرجة استجابة (متوسطة)، وجاء في الترتيب الثاني العبارة رقم (27) (أفكر أحياناً في تقديم مساعدة عندما أرى حالة إنسانية عبر الإنترنت) بمتوسط حسابي (2.50) وانحراف معياري (1.272) وبدرجة استجابة (ضعيفة)، يليه في الترتيب الأخير العبارة رقم (28) (قد أشارك منشوراً يطلب المساعدة بهدف دعم صاحبه) بمتوسط حسابي (2.17) وانحراف معياري (1.172) وبدرجة استجابة (ضعيفة)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية لعبارات البعد الأول بين (1.138 – 1.272) وهي قيم مرتفعة مما يدل على تباين آراء أفراد عينة الدراسة نحو تلك العبارات.

يمكن تفسير النتائج المرتبطة ببُعد الاستجابة في ضوء الطبيعة المركبة للتفاعل مع محتوى التسول الإلكتروني، حيث لا تعتمد الاستجابة فقط على التأثير اللحظي، بل تتأثر أيضاً بعوامل الثقة والتحقق وإدراك المخاطر، فالمتلقي قد يتعرض لمحتوى يحمل طابعاً إنسانياً مؤثراً، إلا أن قراره بالاستجابة الفعلية يظل مرهوناً بمدى اقتناعه بمصداقية الحالة، وهو ما يحدّ من التحول التلقائي من التعاطف إلى الفعل، كما أن تعدد الحالات وتكرارها قد يؤدي إلى نوع من "تشبع التعاطف"، مما يقلل من مستوى الاستجابة المباشرة.

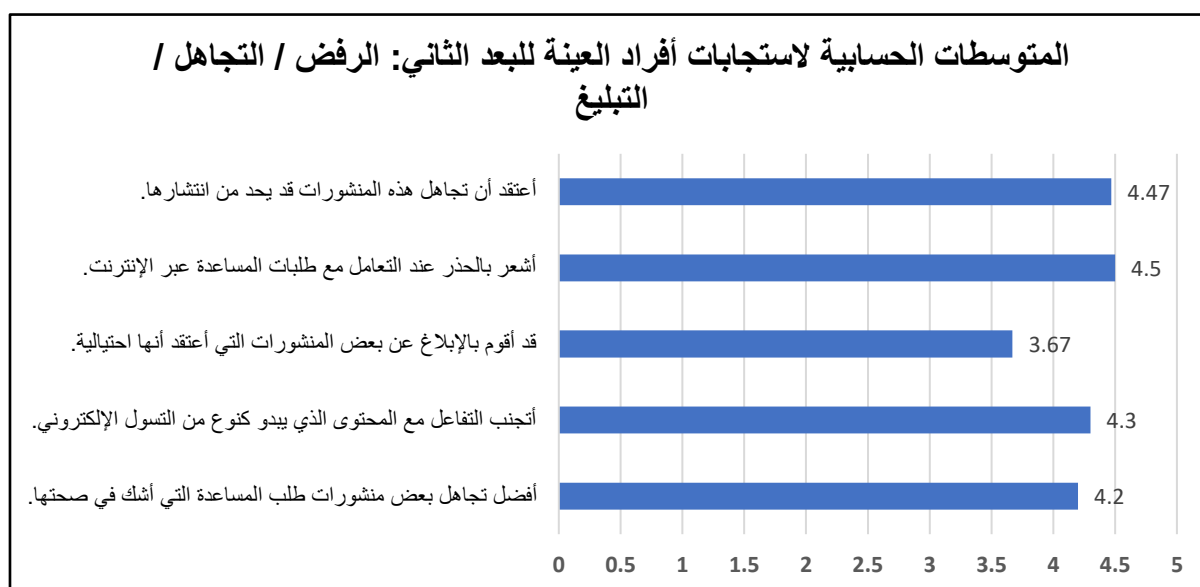
ومن زاوية أخرى، فإن طبيعة البيئة الرقمية، بما تتضمنه من احتمالات الاحتيال أو الغموض في مصادر المحتوى، تدفع الأفراد إلى تبني سلوك أكثر حذراً قبل اتخاذ قرار الاستجابة، وقد يعكس ذلك انتقال المستخدم من نمط التفاعل العفوي إلى نمط أكثر عقلانية يقوم على التحقق والتقييم، وهو ما يشير إلى تطور في الوعي الرقمي، وبالتالي فإن الاستجابة هنا لا ترتبط فقط بالبعد الإنساني، بل تتقاطع مع اعتبارات الأمان والثقة، مما يجعلها سلوكاً انتقائياً وليس تلقائياً.

• البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ، ومن ثم ترتيب هذه العبارات تنازلياً حسب المتوسط الحسابي لكل عبارة، ويبين ذلك الجدول التالي:

الجدول رقم (4-10) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ

م	العبارة	درجة الاستجابة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة
		ك	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق بشدة				
31	أفضل تجاهل بعض منشورات طلب المساعدة التي أشك في صحتها.	ك	56	46	10	5	4.20	.988	4	عالية جدا
		%	46.3	38.0	8.3	4.1	3.3			
32	أتجنب التفاعل مع المحتوى الذي يبدو كنوع من التسول الإلكتروني.	ك	63	41	10	4	4.30	.937	3	عالية جدا
		%	52.1	33.9	8.3	3.3	2.5			
33	قد أقوم بالإبلاغ عن بعض المنشورات التي أعتقد أنها احتيالية.	ك	32	37	35	14	3.67	1.068	5	عالية
		%	26.4	30.6	28.9	11.6	2.5			
34	أشعر بالخطر عند التعامل مع طلبات المساعدة عبر الإنترنت.	ك	75	36	7	1	4.50	.787	1	عالية جدا
		%	62.0	29.8	5.8	0.8	1.7			
35	أعتقد أن تجاهل هذه المنشورات قد يحد من انتشارها.	ك	74	36	7	2	4.47	.817	2	عالية جدا
		%	61.2	29.8	5.8	1.7	1.7			
المتوسط العام										
عالية جدا										



الشكل رقم (4-9) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ

يتبين من الجدول السابق: أن المتوسط العام للبعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ، جاء بمتوسط حسابي قدره (4.23) وانحراف معياري (0.789) وبدرجة استجابة (عالية جدا)، وجاء في الترتيب الأول العبارة رقم (34) (أشعر بالحذر عند التعامل مع طلبات المساعدة عبر الإنترنت) بمتوسط حسابي (4.50) وانحراف معياري (0.787) وبدرجة استجابة (عالية جدا)، وجاء في الترتيب الثاني العبارة رقم (35) (أعتقد أن تجاهل هذه المنشورات قد يحد من انتشارها) بمتوسط حسابي (4.47) وانحراف معياري (0.817) وبدرجة استجابة (عالية جدا)، ويليه في الترتيب الأخير العبارة رقم (33) (قد أقوم بالإبلاغ عن بعض المنشورات التي أعتقد أنها احتيالية) بمتوسط حسابي (3.67) وانحراف معياري (1.068) وبدرجة استجابة (عالية)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية لعبارات البعد الثاني بين (0.787 - 1.068) وهي قيم مرتفعة مما يدل على تباين آراء أفراد عينة الدراسة نحو تلك العبارات.

أما فيما يتعلق بـبعد الرفض / التجاهل / التبليغ، فيمكن عزو نتائجه إلى تنامي وعي الأفراد بالمخاطر المرتبطة بمحتوى التسول الإلكتروني، خاصة في ظل انتشار نماذج غير موثوقة أو مضللة، إذ أصبح المستخدم أكثر ميلاً إلى اتخاذ مواقف دفاعية، مثل تجاهل المحتوى أو رفضه أو حتى الإبلاغ عنه، كنوع من الحماية الذاتية وتقليل التعرض للاستغلال، كما أن تكرار التعرض لمثل هذه الرسائل قد يسهم في بناء اتجاهات سلبية تجاهها، مما يعزز من هذا النمط السلوكي.

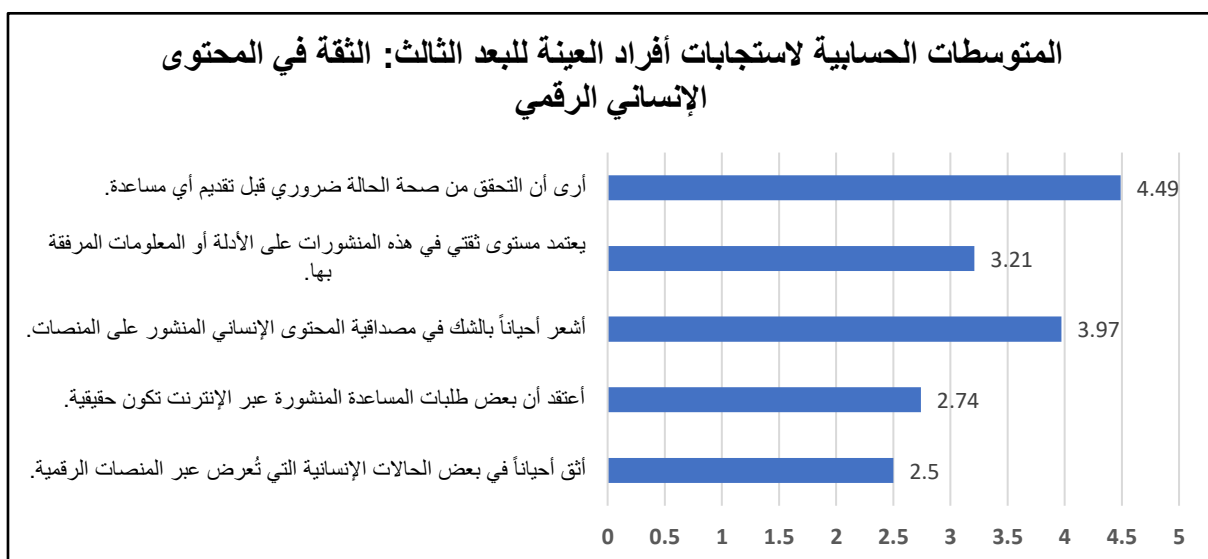
وفي سياق متصل، يعكس هذا البعد أيضاً نوعاً من المسؤولية الرقمية، حيث لا يقتصر دور المستخدم على تجنب التفاعل، بل يمتد إلى اتخاذ إجراءات تهدف إلى الحد من انتشار هذا النوع من المحتوى، مثل التبليغ عنه، ويشير ذلك إلى تطور دور المستخدم من متلقي إلى فاعل مشارك في ضبط البيئة الرقمية، ومع ذلك قد يتداخل هذا السلوك أحياناً مع أحكام عامة قد لا تميز بدقة بين الحالات الحقيقية وغير الحقيقية، وهو ما يطرح إشكالية التوازن بين الحذر والإنصاف.

• البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي

تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي، ومن ثم ترتيب هذه العبارات تنازلياً حسب المتوسط الحسابي لكل عبارة، ويبين ذلك الجدول التالي:

الجدول رقم (4-11) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة للبعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي

م	العبارة	درجة الاستجابة							المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة		
		أوافق بشدة	أوافق	حد ما	أوافق إلى	لا أوافق	لا أوافق بشدة							
36	أثق أحياناً في بعض الحالات الإنسانية التي تُعرض عبر المنصات الرقمية.	ك	3	23	38	25	32	2.50	1.148	5	ضعيفة			
		%	2.5	19.0	31.4	20.7	26.4							
37	أعتقد أن بعض طلبات المساعدة المنشورة عبر الإنترنت تكون حقيقية.	ك	3	27	50	17	24	2.74	1.094	4	متوسطة			
		%	2.5	22.3	41.3	14.0	19.8							
38	أشعر أحياناً بالشك في مصداقية المحتوى الإنساني المنشور على المنصات.	ك	33	62	19	3	4	3.97	.912	2	عالية			
		%	27.3	51.2	15.7	2.5	3.3							
39	يعتمد مستوى ثقتي في هذه المنشورات على الأدلة أو المعلومات المرفقة بها.	ك	15	38	39	16	13	3.21	1.156	3	متوسطة			
		%	12.4	31.4	32.2	13.2	10.7							
40	أرى أن التحقق من صحة الحالة ضروري قبل تقديم أي مساعدة.	ك	83	24	8	2	4	4.49	.941	1	عالية جداً			
		%	68.6	19.8	6.6	1.7	3.3							
المتوسط العام												3.38	.839	متوسطة



الشكل رقم (4-10) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي

يتبين من الجدول السابق: أن المتوسط العام للبعد الثالث: ، جاء بمتوسط حسابي قدره (3.38) وانحراف معياري (.839) وبدرجة استجابة (متوسطة)، وجاء في الترتيب الأول العبارة رقم (40) (أرى أن التحقق من صحة الحالة ضروري قبل تقديم أي مساعدة) بمتوسط حسابي (4.49) وانحراف معياري (.941) وبدرجة استجابة (عالية جداً)، وجاء في الترتيب الثاني العبارة رقم (38) (أشعر أحياناً بالشك في مصداقية المحتوى الإنساني المنشور على المنصات) بمتوسط حسابي (3.97) وانحراف معياري (.912) وبدرجة استجابة

(عالية)، ويليه في الترتيب الأخير العبارة رقم (36) (أثق أحياناً في بعض الحالات الإنسانية التي تُعرض عبر المنصات الرقمية) بمتوسط حسابي (2.50) وانحراف معياري (1.148) وبدرجة استجابة (ضعيفة)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية لعبارات البعد الثالث بين (912 - 1.156) وهي قيم مرتفعة مما يدل على تباين آراء أفراد عينة الدراسة نحو تلك العبارات.

يمكن تفسير نتائجه في ضوء حالة التذبذب التي يعيشها المستخدم بين الرغبة في تصديق الحالات الإنسانية من جهة، والخوف من الوقوع في فخ الاحتيال من جهة أخرى، فالثقة في هذا النوع من المحتوى لم تعد مطلقة، بل أصبحت مشروطة بمجموعة من المؤشرات، مثل وضوح المعلومات، ومصداقية المصدر، وإمكانية التحقق، ويعكس ذلك تحولاً في طبيعة التلقي من الثقة العفوية إلى الثقة المشروطة.

ومن ناحية أخرى، فإن هذا التذبذب في الثقة قد يكون ناتجاً عن التجارب السابقة، سواء الشخصية أو المتداولة اجتماعياً، والتي تسهم في تشكيل اتجاهات أكثر حذراً، كما أن انتشار الوعي الرقمي والتحذيرات من الاحتيال يعزز من هذا الاتجاه، مما يدفع الأفراد إلى إعادة تقييم هذا النوع من المحتوى بشكل مستمر، وبالتالي فإن الثقة هنا ليست ثابتة، بل ديناميكية تتغير وفقاً للسياق والخبرة، وهو ما ينعكس على طبيعة السلوك العام تجاه الظاهرة.

• البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة

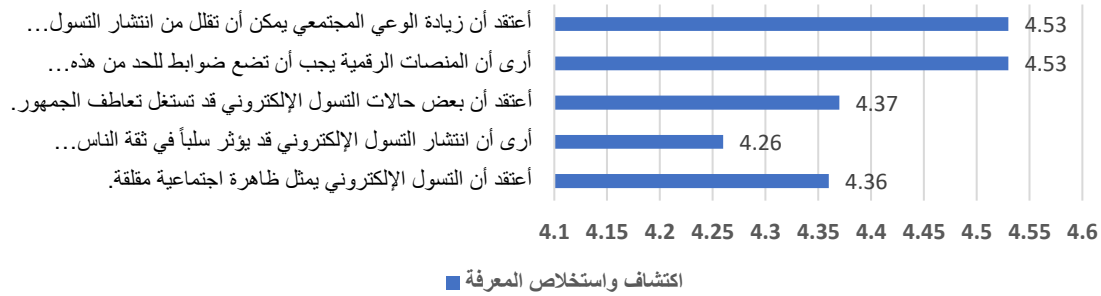
تم حساب التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة، ومن ثم ترتيب هذه العبارات تنازلياً حسب المتوسط الحسابي لكل عبارة، ويبين ذلك الجدول التالي:

الجدول رقم (4-12) التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات

أفراد العينة للبعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة

م	العبارة	درجة الاستجابة							المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة
		ك	أوافق بشدة	أوافق	أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة					
41	أعتقد أن التسول الإلكتروني يمثل ظاهرة اجتماعية مقلقة.	ك	68	37	10	4	2	4.36	.894	4	عالية جدا	
		%	56.2	30.6	8.3	3.3	1.7					
42	أرى أن انتشار التسول الإلكتروني قد يؤثر سلباً في ثقة الناس ببعضهم البعض.	ك	63	36	16	3	3	4.26	.955	5	عالية جدا	
		%	52.1	29.8	13.2	2.5	2.5					
43	أعتقد أن بعض حالات التسول الإلكتروني قد تستغل تعاطف الجمهور.	ك	67	40	9	2	3	4.37	.886	3	عالية جدا	
		%	55.4	33.1	7.4	1.7	2.5					
44	أرى أن المنصات الرقمية يجب أن تضع ضوابط للحد من هذه الظاهرة.	ك	80	30	8	1	2	4.53	.797	1	عالية جدا	
		%	66.1	24.8	6.6	0.8	1.7					
45	أعتقد أن زيادة الوعي المجتمعي يمكن أن تقلل من انتشار التسول الإلكتروني.	ك	84	24	9	1	3	4.53	.867	2	عالية جدا	
		%	69.4	19.8	7.4	0.8	2.5					
المتوسط العام												
								4.41	.796		عالية جدا	

المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة للبعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة



الشكل رقم (4-11) يوضح المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد العينة حول البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة

يتبين من الجدول السابق: أن المتوسط العام للبعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة، جاء بمتوسط حسابي قدره (4.41) وانحراف معياري (796). وبدرجة استجابة (عالية جداً)، وجاء في الترتيب الأول العبارة رقم (44) (أرى أن المنصات الرقمية يجب أن تضع ضوابط للحد من هذه الظاهرة) بمتوسط حسابي (4.53) وانحراف معياري (797). وبدرجة استجابة (عالية جداً)، وجاء في الترتيب الثاني العبارة رقم (45) () بمتوسط حسابي (4.53) وانحراف معياري (867). وبدرجة استجابة (عالية جداً)، يليه في الترتيب الأخير العبارة رقم (42) (أرى أن انتشار التسول الإلكتروني قد يؤثر سلباً في ثقة الناس ببعضهم البعض) بمتوسط حسابي (4.26) وانحراف معياري (955). وبدرجة استجابة (عالية جداً)، بينما تراوحت الانحرافات المعيارية لعبارة البعد الرابع بين (955.797 -) وهي قيم مرتفعة مما يدل على تباين آراء أفراد عينة الدراسة نحو تلك العبارات.

يمكن تفسير نتائج بُعد الحكم القيمي تجاه الظاهرة في ضوء المرجعيات الأخلاقية والاجتماعية التي يستند إليها الأفراد في تقييمهم للسلوكيات المختلفة، إذ يميل الأفراد إلى إصدار أحكام تستند إلى معايير مثل الصدق، والاستحقاق، وشرعية الوسيلة، وهو ما يجعلهم يميزون بين الحالات التي يرونها مشروعة وتلك التي يعتبرونها استغلالاً أو تحايلاً، ويعكس ذلك حضور البعد الأخلاقي بقوة في تشكيل الاتجاهات نحو التسول الإلكتروني.

وفي المقابل، فإن ارتفاع مستوى الحكم القيمي قد يشير أيضاً إلى وجود درجة من الحس النقدي لدى الأفراد، حيث لا يكتفون بالتفاعل أو الرفض، بل يسعون إلى تفسير الظاهرة وتقييمها في إطار أوسع، كما أن هذا الحكم قد يتأثر بالسياق الثقافي الذي يعزز من قيم التكافل، وفي الوقت ذاته يرفض الممارسات التي تستغل هذه القيم، وبالتالي فإن هذا البعد يجسد التفاعل بين القيم الإنسانية من جهة، والوعي بالممارسات السلبية من جهة أخرى، مما ينعكس على تكوين مواقف واضحة تجاه الظاهرة.

ثالثاً: عرض ومناقشة وتفسير نتائج السؤال الثالث الذي ينص على: "ما طبيعة العلاقة بين التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني وخصائصه الاتصالية في السلوك العام لدى أفراد العينة؟"

للإجابة على هذا السؤال تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson) بين تطبيق التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، والسلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، على النحو التالي:

الجدول رقم (4-13) معامل ارتباط بيرسون بين تطبيق التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، والسلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني

السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني										٣١
المتوسط العام		البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة		البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي		البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ		البعد الأول: الاستجابة		التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية
الدلالة الإحصائية	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية	معامل الارتباط	
.001	.733**	.001	.746**	.001	.680**	.001	.724**	.001	.394**	البعد الأول: الإلحاح
.001	.767**	.001	.722**	.001	.712**	.001	.726**	.001	.478**	البعد الثاني: السرد العاطفي
.001	.752**	.001	.739**	.001	.709**	.001	.693**	.001	.452**	البعد الثالث: الدلالات القيميّة / الدينية
.001	.782**	.001	.656**	.001	.756**	.001	.698**	.001	.552**	البعد الرابع: البث المباشر
.001	.684**	.001	.669**	.001	.653**	.001	.664**	.001	.382**	البعد الخامس: طلب التحويل
.001	.797**	.001	.758**	.001	.752**	.001	.753**	.001	.482**	المتوسط العام

** الارتباط دال عند مستوى الدلالة (0.01).

يتبين من الجدول السابق وجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01) بين المتوسط العام التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية والمتوسط العام السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، حيث بلغ معامل الارتباط (**.797).

- وجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01) بين المتوسط العام للتسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، والبعد الأول: الاستجابة، حيث بلغ معامل الارتباط (**.482).

- وجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01) بين المتوسط العام للتسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، والبعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ، حيث بلغ معامل الارتباط (**.753).

وجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01) بين المتوسط العام للتسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، والبعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي، حيث بلغ معامل الارتباط (**.752).

وجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01) بين المتوسط العام للتسول الإلكتروني في المنصات الرقمية، والبعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة، حيث بلغ معامل الارتباط (**.758).

تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباطيه موجبة بين التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني وخصائصه الاتصالية من جهة، والسلوك العام لدى الأفراد تجاه هذه الظاهرة من جهة أخرى، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء أن زيادة التعرض لهذا النوع من المحتوى تسهم في تشكيل أنماط سلوكية واتجاهات أكثر وضوحاً لدى المتلقي، فكلما زاد احتكاك الفرد بهذه الرسائل، أصبح أكثر قدرة على التفاعل معها، سواء بالاستجابة أو الرفض أو التقييم، نتيجة تراكم الخبرات وتكرار التعرض الذي يعزز من بناء مواقف مستقرة نسبياً تجاه الظاهرة.

كما يمكن عزو هذه العلاقة إلى طبيعة الخصائص الاتصالية التي يتسم بها محتوى التسول الإلكتروني، حيث تعتمد هذه الرسائل على أساليب مؤثرة مثل الإلحاح، والاستثارة العاطفية، وتوظيف القيم، وهي عناصر تسهم في تعزيز قوة التأثير الاتصالي، ولا يقتصر هذا التأثير على الجانب العاطفي فقط، بل يمتد ليؤثر في الجوانب المعرفية والتقييمية، مما ينعكس على السلوك العام للفرد، فالمحتوى المصمم بعناية يكون أكثر قدرة على توجيه إدراك المتلقي ودفعه نحو تبني مواقف أو سلوكيات معينة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

ومن ناحية أخرى، تعكس هذه العلاقة الارتباطية دور التعرض المتكرر في تنمية الوعي النقدي لدى الأفراد، حيث لا يؤدي التعرض بالضرورة إلى زيادة الاستجابة فقط، بل قد يسهم أيضاً في تعزيز سلوكيات الرفض أو الحذر، فالمستخدم الذي يتعرض بشكل مستمر لهذا النوع من المحتوى يصبح أكثر قدرة على التمييز بين الأنماط المختلفة، وأكثر إدراكاً للمخاطر المحتملة، وهو ما يدفعه إلى إعادة تقييم استجاباته بشكل مستمر، وبالتالي فإن العلاقة بين التعرض والسلوك ليست أحادية الاتجاه، بل تتسم بالتعقيد والتداخل بين التأثير والوعي.

كذلك، يمكن تفسير هذه النتائج في ضوء التفاعل بين العوامل النفسية والاجتماعية، حيث يتأثر سلوك الأفراد بمزيج من التعاطف الإنساني من جهة، والخوف من الاستغلال أو الاحتيال من جهة أخرى، ويؤدي هذا التفاعل إلى ظهور أنماط سلوكية متباينة، لكنها تظل مرتبطة بدرجة التعرض للمحتوى، فكلما زاد التعرض، زادت احتمالية تكوّن مواقف أكثر حدة، سواء بالإيجاب أو السلب، وهو ما يعكس تأثير البيئة الرقمية في تشكيل الاتجاهات والسلوكيات.

وفي ضوء ما سبق، يمكن القول إن العلاقة الارتباطية بين التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني والسلوك العام تجاهه تعكس عملية ديناميكية مستمرة، يتداخل فيها التأثير الاتصالي مع الخبرة الرقمية والوعي المجتمعي، وهو ما يشير إلى أن هذه الظاهرة لا يمكن فهمها بمعزل عن سياقها الاتصالي، بل تتطلب النظر إليها كنتاج لتفاعل مستمر بين الرسالة والمتلقي، بما يحمله من خبرات وقيم ومعايير تحكم استجاباته المختلفة.

رابعاً: عرض ومناقشة وتفسير نتائج السؤال الرابع الذي ينص على: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تعرض أفراد العينة لمحتوى التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، وما درجة إدراكهم لخصائصه الاتصالية وفقاً لمتغيرات الدراسة الديموغرافية؟"

للإجابة على هذا السؤال تم استخدام اختبار (T-test)، وتحليل التباين الأحادي (One Way Anova) على النحو التالي:

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير الجنس:

تم استخدام اختبار (T-test) للتعرف على الفروق الإحصائية تبعاً لمتغير الجنس على النحو التالي:

الجدول رقم (4-14) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وقيم (ت)، لدلالة الفروق بين آراء أفراد العينة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير الجنس

الأبعاد	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت) المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
البعد الأول: الإلحاح	ذكر	109	3.83	1.023	-1.272	119	.206	غير دال
	أنثى	12	4.22	.600				
البعد الثاني: السرد العاطفي	ذكر	109	3.93	.946	-.727	119	.469	غير دال
	أنثى	12	4.13	.819				
البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية	ذكر	109	3.96	.903	-1.323	119	.188	غير دال
	أنثى	12	4.32	.581				
البعد الرابع: البث المباشر	ذكر	109	3.55	.906	-1.353	119	.179	غير دال
	أنثى	12	3.92	.774				
البعد الخامس: طلب التحويل	ذكر	109	3.51	1.048	-1.620	119	.108	غير دال
	أنثى	12	4.02	.760				
المتوسط العام	ذكر	109	3.76	.901	-1.359	119	.177	غير دال
	أنثى	12	4.12	.626				

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية تعزى لمتغير الجنس في كل من (البعد الأول: الإلحاح، البعد الثاني: السرد العاطفي، البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية، البعد الرابع: البث المباشر، البعد الخامس: طلب التحويل، المتوسط العام للمحور الأول).

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير الفئة العمرية:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق الإحصائية وفقاً لمتغير الفئة العمرية ويوضح نتائجه الجدول التالي:

الجدول رقم (4-14) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير الفئة العمرية

الأبعاد	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
البعد الأول: الإلحاح	بين المجموعات	4.249	3	1.416	1.449	.232
	داخل المجموعات	114.380	117	.978		
	المجموع	118.629	120	----		
البعد الثاني: السرد العاطفي	بين المجموعات	3.666	3	1.222	1.419	.241
	داخل المجموعات	100.795	117	.861		
	المجموع	104.461	120	----		
البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية	بين المجموعات	.811	3	.270	.342	.795
	داخل المجموعات	92.349	117	.789		
	المجموع	93.160	120	----		
البعد الرابع: البث المباشر	بين المجموعات	.909	3	.303	.370	.775
	داخل المجموعات	95.745	117	.818		
	المجموع	96.653	120	----		
البعد الخامس: طلب التحويل	بين المجموعات	4.729	3	1.576	1.501	.218
	داخل المجموعات	122.896	117	1.050		
	المجموع	127.625	120	----		
المتوسط العام	بين المجموعات	2.334	3	.778	1.000	.396
	داخل المجموعات	91.020	117	.778		
	المجموع	93.354	120	----		

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية لمتغير الفئة العمرية في كل من (البعد الأول: الإلحاح، البعد الثاني: السرد العاطفي، البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية، البعد الرابع: البث المباشر، البعد الخامس: طلب التحويل، المتوسط العام للمحور الأول).

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير المستوى التعليمي:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق الإحصائية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي ويوضح نتائجه الجدول التالي:

الجدول رقم (4-15) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

الأبعاد	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة الإحصائية
البعد الأول: الإلحاح	بين المجموعات	2.439	3	.813	.819	.486
	داخل المجموعات	116.190	117	.993		
	المجموع	118.629	120	----		
البعد الثاني: السرد العاطفي	بين المجموعات	1.796	3	.599	.682	.565
	داخل المجموعات	102.665	117	.877		
	المجموع	104.461	120	----		
البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية	بين المجموعات	2.299	3	.766	.987	.402
	داخل المجموعات	90.860	117	.777		
	المجموع	93.160	120	----		
البعد الرابع: البث المباشر	بين المجموعات	1.148	3	.383	.469	.705
	داخل المجموعات	95.505	117	.816		
	المجموع	96.653	120	----		
البعد الخامس: طلب التحويل	بين المجموعات	1.847	3	.616	.573	.634
	داخل المجموعات	125.778	117	1.075		
	المجموع	127.625	120	----		
المتوسط العام	بين المجموعات	1.299	3	.433	.550	.649
	داخل المجموعات	92.055	117	.787		
	المجموع	93.354	120	----		

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية لمتغير المستوى التعليمي في كل من (البعد الأول: الإلحاح، البعد الثاني: السرد العاطفي، البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية، البعد الرابع: البث المباشر، البعد الخامس: طلب التحويل، المتوسط العام للمحور الأول).

ويمكن تفسير ذلك إلى أن.

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير بلد الإقامة:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق الإحصائية وفقاً لمتغير بلد الإقامة ويوضح نتائجه الجدول التالي:

الجدول رقم (4-16) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير بلد الإقامة

الأبعاد	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
البعد الأول: الإلحاح	بين المجموعات	.242	3	.081	.080	.971
	داخل المجموعات	118.387	117	1.012		
	المجموع	118.629	120	----		
البعد الثاني: السرد العاطفي	بين المجموعات	.357	3	.119	.134	.940
	داخل المجموعات	104.105	117	.890		
	المجموع	104.461	120	----		
البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية	بين المجموعات	.623	3	.208	.262	.852
	داخل المجموعات	92.537	117	.791		
	المجموع	93.160	120	----		
البعد الرابع: البث المباشر	بين المجموعات	.417	3	.139	.169	.917
	داخل المجموعات	96.237	117	.823		
	المجموع	96.653	120	----		
البعد الخامس: طلب التحويل	بين المجموعات	.736	3	.245	.226	.878
	داخل المجموعات	126.889	117	1.085		
	المجموع	127.625	120	----		
المتوسط العام	بين المجموعات	.369	3	.123	.155	.926
	داخل المجموعات	92.985	117	.795		
	المجموع	93.354	120	----		

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية لمتغير بلد الإقامة في كل من (البعد الأول: الإلحاح، البعد الثاني: السرد العاطفي، البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية، البعد الرابع: البث المباشر، البعد الخامس: طلب التحويل، المتوسط العام للمحور الأول).

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق الإحصائية وفقاً لمتغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك ويوضح نتائجه الجدول التالي:

الجدول رقم (4-17) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك

الأبعاد	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة الإحصائية
البعد الأول: الإلحاح	بين المجموعات	2.890	3	.963	.974	.408
	داخل المجموعات	115.739	117	.989		
	المجموع	118.629	120	----		
البعد الثاني: السرد العاطفي	بين المجموعات	3.424	3	1.141	1.322	.271
	داخل المجموعات	101.038	117	.864		
	المجموع	104.461	120	----		
البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية	بين المجموعات	4.620	3	1.540	2.035	.113
	داخل المجموعات	88.540	117	.757		
	المجموع	93.160	120	----		
البعد الرابع: البث المباشر	بين المجموعات	.652	3	.217	.265	.850
	داخل المجموعات	96.001	117	.821		
	المجموع	96.653	120	----		
البعد الخامس: طلب التحويل	بين المجموعات	2.537	3	.846	.791	.501
	داخل المجموعات	125.088	117	1.069		
	المجموع	127.625	120	----		
المتوسط العام	بين المجموعات	2.198	3	.733	.940	.424
	داخل المجموعات	91.156	117	.779		
	المجموع	93.354	120	----		

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية لمتغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك في كل من (البعد الأول: الإلحاح، البعد الثاني: السرد العاطفي، البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية، البعد الرابع: البث المباشر، البعد الخامس: طلب التحويل، المتوسط العام للمحور الأول).

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق الإحصائية وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً ويوضح نتائجه الجدول التالي:

الجدول رقم (4-18) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً

الأبعاد	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
البعد الأول: الإلحاح	بين المجموعات	2.457	5	.491	.486	.786
	داخل المجموعات	116.172	115	1.010		
	المجموع	118.629	120	----		
البعد الثاني: السرد العاطفي	بين المجموعات	1.471	5	.294	.329	.895
	داخل المجموعات	102.990	115	.896		
	المجموع	104.461	120	----		
البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية	بين المجموعات	2.872	5	.574	.732	.601
	داخل المجموعات	90.288	115	.785		
	المجموع	93.160	120	----		
البعد الرابع: البث المباشر	بين المجموعات	3.575	5	.715	.883	.495
	داخل المجموعات	93.079	115	.809		
	المجموع	96.653	120	----		
البعد الخامس: طلب التحويل	بين المجموعات	2.792	5	.558	.514	.765
	داخل المجموعات	124.833	115	1.086		
	المجموع	127.625	120	----		
المتوسط العام	بين المجموعات	2.258	5	.452	.570	.723
	داخل المجموعات	91.096	115	.792		
	المجموع	93.354	120	----		

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية لمتغير عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً في كل من (البعد الأول: الإلحاح، البعد الثاني: السرد العاطفي، البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية، البعد الرابع: البث المباشر، البعد الخامس: طلب التحويل، المتوسط العام للمحور الأول).

تشير نتائج السؤال الرابع إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى تعرض أفراد العينة لمحتوى التسول الإلكتروني وإدراكهم لخصائصه الاتصالية تبعاً للمتغيرات الديموغرافية المختلفة، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء الطبيعة الشمولية للبيئة الرقمية، التي لم تعد تميز بشكل واضح بين الفئات المختلفة من حيث فرص التعرض للمحتوى. فالمنصات الرقمية أصبحت متاحة للجميع تقريباً، بغض النظر عن الجنس أو العمر أو المستوى التعليمي، كما أن خوارزميات العرض تعمل على نشر المحتوى بشكل واسع بناءً على التفاعل، وليس الخصائص الديموغرافية، مما يؤدي إلى تقارب مستويات التعرض بين مختلف الفئات.

كما يمكن عزو هذه النتيجة إلى أن خصائص محتوى التسول الإلكتروني ذاته تتسم بدرجة من العمومية والبساطة تجعله قابلاً للفهم والإدراك من قبل شرائح متنوعة من الجمهور، دون الحاجة إلى خلفيات معرفية أو تعليمية متخصصة. فالمضامين التي تعتمد على العاطفة أو القيم الإنسانية أو الأساليب المباشرة في العرض تكون بطبيعتها سهلة الاستيعاب، وهو ما يقلل من احتمالية وجود اختلافات جوهرية في إدراكها بين الأفراد، وبالتالي فإن إدراك خصائص هذا المحتوى لا يرتبط بشكل كبير بالمتغيرات الديموغرافية، بقدر ما يرتبط بطبيعة الرسالة نفسها.

ومن ناحية أخرى، قد تعكس هذه النتائج وجود نوع من "التجانس الرقمي" بين أفراد العينة، حيث أسهم الانتشار الواسع للتكنولوجيا ووسائل التواصل في تقليل الفجوات بين المستخدمين، وجعل أنماط الاستخدام والتفاعل أكثر تقارباً، فحتى الفروق التي كانت تقليدياً مرتبطة بالعمر أو التعليم أصبحت أقل وضوحاً في ظل الاعتماد المتزايد على المنصات الرقمية في الحياة اليومية، وهو ما يؤدي إلى تشابه الخبرات الرقمية، ومن ثم تشابه أنماط الإدراك والتعرض.

كذلك، يمكن تفسير عدم وجود فروق دالة تبعاً لمتغيرات مثل المنصة المستخدمة أو عدد ساعات الاستخدام، بأن التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني لا يعتمد فقط على كثافة الاستخدام، بل على طبيعة المحتوى المتداول وانتشاره عبر المنصات المختلفة، فحتى المستخدم الذي يقضي وقتاً أقل قد يتعرض لهذا النوع من المحتوى نتيجة انتشاره الواسع وإعادة تداوله، كما أن التشابه بين خصائص المنصات الرقمية المختلفة من حيث آليات العرض والتفاعل يقلل من الفروق المحتملة بين مستخدميها.

ومن زاوية تحليلية أعمق، قد تشير هذه النتائج إلى أن العوامل المؤثرة في التعرض والإدراك تتجاوز المتغيرات الديموغرافية التقليدية، لتشمل متغيرات أخرى أكثر تأثيراً، مثل مستوى الوعي الرقمي، والخبرة الشخصية، ودرجة الثقة في المحتوى، والاتجاهات السابقة نحو الظاهرة، وهو ما يعني أن تفسير السلوك الرقمي لم يعد كافياً بالاعتماد على الخصائص الديموغرافية فقط، بل يتطلب النظر إلى أبعاد نفسية ومعرفية أكثر تعقيداً.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن عدم وجود فروق دالة إحصائية لا يعكس غياب التأثير، بل يشير إلى أن ظاهرة التسول الإلكتروني أصبحت ظاهرة عابرة للثقافات، تؤثر على مختلف الأفراد بدرجات متقاربة، وهو ما يعزز من أهميتها كقضية رقمية عامة تستدعي مزيداً من الدراسة، مع التركيز على العوامل النوعية التي قد تفسر الفروق الفردية بشكل أدق.

خامساً: عرض ومناقشة وتفسير نتائج السؤال الخامس الذي ينص على: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى السلوك العام لدى أفراد العينة تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغيرات الدراسة الديموغرافية؟"

للإجابة على هذا السؤال تم استخدام اختبار (T-test)، وتحليل التباين الأحادي (One Way Anova) على النحو التالي:

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير الجنس:

تم استخدام اختبار (T-test) للتعرف على الفروق الإحصائية تبعاً لمتغير الجنس على النحو التالي:

الجدول رقم (4-19) المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وقيم (ت)، لدلالة الفروق بين آراء أفراد العينة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير الجنس

الأبعاد	النوع الاجتماعي	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة (ت) المحسوبة	درجات الحرية	مستوى الدلالة	الدلالة
البعد الأول: الاستجابة	ذكر	109	2.38	1.106	-0.466	119	.642	غير دال
	أنثى	12	2.53	1.007				
البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ	ذكر	109	4.20	.810	-1.112	119	.269	غير دال
	أنثى	12	4.47	.535				
البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي	ذكر	109	3.36	.856	-.948	119	.345	غير دال
	أنثى	12	3.60	.655				
البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة	ذكر	109	4.37	.821	-1.798	119	.075	غير دال
	أنثى	12	4.80	.341				
المتوسط العام	ذكر	109	3.58	.762	-1.220	119	.225	غير دال
	أنثى	12	3.85	.442				

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني تعزى لمتغير الجنس في كل من (البعد الأول: الاستجابة، البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ، البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي، البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة، المتوسط العام للمحور الثاني).

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير الفئة العمرية:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق الإحصائية وفقاً لمتغير الفئة العمرية ويوضح نتائج الجدول التالي:

الجدول رقم (4-20) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقًا لمتغير الفئة العمرية

الأبعاد	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة الإحصائية
البعد الأول: الاستجابة	بين المجموعات	.440	3	.147	.120	.948
	داخل المجموعات	143.075	117	1.223		
	المجموع	143.515	120	----		
البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ	بين المجموعات	3.629	3	1.210	1.989	.119
	داخل المجموعات	71.166	117	.608		
	المجموع	74.795	120	----		
البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي	بين المجموعات	2.342	3	.781	1.111	.348
	داخل المجموعات	82.218	117	.703		
	المجموع	84.560	120	----		
البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة	بين المجموعات	3.670	3	1.223	1.978	.121
	داخل المجموعات	72.354	117	.618		
	المجموع	76.024	120	----		
المتوسط العام	بين المجموعات	1.509	3	.503	.918	.434
	داخل المجموعات	64.105	117	.548		
	المجموع	65.614	120	----		

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني لمتغير الفئة العمرية في كل من (البعد الأول: الاستجابة، البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ، البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي، البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة، المتوسط العام للمحور الثاني).

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير المستوى التعليمي:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق الإحصائية وفقًا لمتغير المستوى التعليمي ويوضح نتائجه الجدول التالي:

الجدول رقم (4-21) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

الأبعاد	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة الإحصائية
البعد الأول: الاستجابة	بين المجموعات	3.534	3	1.178	.985	.403
	داخل المجموعات	139.981	117	1.196		
	المجموع	143.515	120	----		
البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ	بين المجموعات	3.709	3	1.236	2.035	.113
	داخل المجموعات	71.086	117	.608		
	المجموع	74.795	120	----		
البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي	بين المجموعات	.183	3	.061	.084	.968
	داخل المجموعات	84.377	117	.721		
	المجموع	84.560	120	----		
البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة	بين المجموعات	4.688	3	1.563	2.563	.058
	داخل المجموعات	71.336	117	.610		
	المجموع	76.024	120	----		
المتوسط العام	بين المجموعات	.457	3	.152	.274	.844
	داخل المجموعات	65.157	117	.557		
	المجموع	65.614	120	----		

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني لمتغير المستوى التعليمي في كل من (البعد الأول: الاستجابة، البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ، البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي، البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة، المتوسط العام للمحور الثاني).

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير بلد الإقامة:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق الإحصائية وفقاً لمتغير بلد الإقامة ويوضح نتائجه الجدول التالي:

الجدول رقم (4-22) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير بلد الإقامة

الأبعاد	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة الإحصائية
البعد الأول: الاستجابة	بين المجموعات	.509	3	.170	.139	.937
	داخل المجموعات	143.005	117	1.222		
	المجموع	143.515	120	----		
البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ	بين المجموعات	.417	3	.139	.219	.883
	داخل المجموعات	74.378	117	.636		
	المجموع	74.795	120	----		
البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي	بين المجموعات	.275	3	.092	.127	.944
	داخل المجموعات	84.285	117	.720		
	المجموع	84.560	120	----		
البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة	بين المجموعات	.496	3	.165	.256	.857
	داخل المجموعات	75.527	117	.646		
	المجموع	76.024	120	----		
المتوسط العام	بين المجموعات	.402	3	.134	.241	.868
	داخل المجموعات	65.212	117	.557		
	المجموع	65.614	120	----		

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني لمتغير بلد الإقامة في كل من (البعد الأول: الاستجابة، البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ، البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي، البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة، المتوسط العام للمحور الثاني).

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق الإحصائية وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً ويوضح نتائجه الجدول التالي:

الجدول رقم (4-23) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير عدد ساعات استخدام للمنصات الرقمية يومياً

الأبعاد	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة الإحصائية
البعد الأول: الاستجابة	بين المجموعات	2.599	3	.866	.719	.542
	داخل المجموعات	140.916	117	1.204		
	المجموع	143.515	120	----		
البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ	بين المجموعات	4.062	3	1.354	2.239	.087
	داخل المجموعات	70.734	117	.605		
	المجموع	74.795	120	----		
البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي	بين المجموعات	.622	3	.207	.289	.833
	داخل المجموعات	83.938	117	.717		
	المجموع	84.560	120	----		
البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة	بين المجموعات	1.732	3	.577	.909	.439
	داخل المجموعات	74.291	117	.635		
	المجموع	76.024	120	----		
المتوسط العام	بين المجموعات	2.038	3	.679	1.250	.295
	داخل المجموعات	63.576	117	.543		
	المجموع	65.614	120	----		

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني لمتغير عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً في كل من (البعد الأول: الاستجابة، البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ، البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي، البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة، المتوسط العام للمحور الثاني).

• الفروق الإحصائية باختلاف متغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك:

تم استخدام تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) للتعرف على الفروق الإحصائية وفقاً لمتغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك ويوضح نتائجه الجدول التالي:

الجدول رقم (4-24) نتائج "تحليل التباين الأحادي" (One Way Anova) للفروق في إجابات مفردات عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك

الأبعاد	مصدر التباين	مجموع مربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدالة الإحصائية
البعد الأول: الاستجابة	بين المجموعات	6.694	5	1.339	1.125	.351
	داخل المجموعات	136.820	115	1.190		
	المجموع	143.515	120	----		
البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ	بين المجموعات	2.173	5	.435	.688	.633
	داخل المجموعات	72.622	115	.631		
	المجموع	74.795	120	----		
البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي	بين المجموعات	.456	5	.091	.125	.987
	داخل المجموعات	84.104	115	.731		
	المجموع	84.560	120	----		
البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة	بين المجموعات	2.219	5	.444	.691	.631
	داخل المجموعات	73.805	115	.642		
	المجموع	76.024	120	----		
المتوسط العام	بين المجموعات	1.219	5	.244	.435	.823
	داخل المجموعات	64.395	115	.560		
	المجموع	65.614	120	----		

يتبين من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني لمتغير المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك في كل من (البعد الأول: الاستجابة، البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ، البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي، البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة، المتوسط العام للمحور الثاني).

تشير نتائج السؤال الخامس إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في السلوك العام لدى أفراد العينة تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني تبعاً للمتغيرات الديموغرافية المختلفة، وهو ما يمكن تفسيره في ضوء التحول الذي شهدته البيئة الرقمية، حيث أصبحت أنماط التفاعل والسلوك داخلها أقل ارتباطاً بالخصائص التقليدية للأفراد، وأكثر ارتباطاً بطبيعة الخبرة الرقمية المشتركة بينهم. فالمستخدمون، على اختلاف خصائصهم، يتعرضون لنفس المنصات ونفس أنماط المحتوى، مما يؤدي إلى تشابه في طرق الاستجابة والتفاعل، وبالتالي تقارب في السلوك العام تجاه الظاهرة.

كما يمكن عزو هذه النتيجة إلى أن السلوك تجاه التسول الإلكتروني لا يتشكل فقط بناءً على الخصائص الديموغرافية، بل يتأثر بدرجة أكبر بعوامل نفسية ومعرفية، مثل مستوى الوعي الرقمي، والخبرة السابقة،

ومدى التعرض لمواقف مشابهة. فالأفراد، بغض النظر عن جنسهم أو أعمارهم أو مستوياتهم التعليمية، قد يطورون استجابات متقاربة نتيجة تعرضهم لنفس المخاطر الرقمية ونفس أنماط الرسائل، وهو ما يسهم في تشكيل سلوك عام يتسم بدرجة من التجانس.

ومن ناحية أخرى، يمكن تفسير عدم وجود فروق تبعًا لمتغير الجنس أو العمر بأن القيم المرتبطة بالتعاطف الإنساني والحذر من الاستغلال أصبحت قيمًا مشتركة بين مختلف الفئات، خاصة في ظل الانتشار الواسع للوعي بمخاطر الاحتيال الإلكتروني. فالأفراد يميلون إلى تحقيق نوع من التوازن بين الرغبة في المساعدة من جهة، والخوف من التعرض للخداع من جهة أخرى، وهو ما يؤدي إلى تقارب في أنماط السلوك بغض النظر عن اختلاف خصائصهم الشخصية.

كذلك، فإن عدم وجود فروق تبعًا لمتغيرات مثل المستوى التعليمي أو بلد الإقامة يمكن تفسيره بأن البيئة الرقمية قد أسهمت في تقليل الفجوات المعرفية بين الأفراد، حيث أصبح الوصول إلى المعلومات والتحذيرات المتعلقة بالمخاطر الرقمية متاحًا للجميع. كما أن انتشار الخطاب التوعوي عبر المنصات المختلفة أدى إلى رفع مستوى الإدراك العام بطبيعة هذه الظاهرة، مما انعكس على السلوك بشكل متقارب بين مختلف الفئات.

أما فيما يتعلق بعدم وجود فروق تبعًا لمتغيرات الاستخدام، مثل عدد ساعات التصفح أو نوع المنصة، فيمكن تفسيره بأن التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني لا يعتمد فقط على كثافة الاستخدام، بل على طبيعة انتشاره عبر المنصات المختلفة. فحتى المستخدمين ذوي الاستخدام المحدود قد يتعرضون لهذا المحتوى نظرًا لانتشاره الواسع، كما أن التشابه في خصائص المنصات الرقمية من حيث آليات العرض والتفاعل يؤدي إلى تقارب في الخبرات، ومن ثم تقارب في السلوك.

ومن زاوية تحليلية أعمق، قد تشير هذه النتائج إلى أن العوامل الأكثر تأثيرًا في تشكيل السلوك تجاه التسول الإلكتروني هي عوامل داخلية تتعلق بإدراك الفرد وخبرته وتقييمه للمحتوى، وليس العوامل الخارجية المرتبطة بخصائصه الديموغرافية. وهو ما يعكس تحولًا في فهم السلوك الرقمي، حيث لم يعد بالإمكان تفسيره فقط من خلال المتغيرات التقليدية، بل يتطلب النظر إلى أبعاد أكثر تعقيدًا ترتبط بالوعي الرقمي والثقافة الإعلامية.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني يتسم بطابع عابر للفئات، ويعكس حالة من التجانس النسبي بين الأفراد في استجاباتهم، وهو ما يؤكد أن هذه الظاهرة تمثل تجربة رقمية مشتركة تتشكل ملامحها من خلال التفاعل المستمر مع المحتوى، وليس من خلال الخصائص الفردية فقط.

الفصل الخامس: ملخص نتائج الدراسة والتوصيات والمقترحات

يقدم هذا الفصل ملخصاً لما تم عرضه في الفصول السابقة، والنتائج التي تم التوصل إليها، يلي ذلك عدد من التوصيات والمقترحات على نتائج الدراسة.

5.1 ملخص نتائج أسئلة الدراسة

أولاً: ملخص نتائج السؤال الأول الذي نص على: "ما مستوى تعرض أفراد العينة لمحتوى التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، وما درجة إدراكهم لخصائصه الاتصالية؟"

• تبين أن مستوى تعرض أفراد العينة لمحتوى التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، قد جاء بدرجة استجابة (عالية).

• وقد جاء في الترتيب الأول (البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية) بدرجة استجابة (عالية).

• ويليه في الترتيب الثاني (البعد الثاني: السرد العاطفي) بدرجة استجابة (عالية).

• ويليه في الترتيب الثالث (البعد الأول: الإلحاح) بدرجة استجابة (عالية).

• ويليه في الترتيب الرابع (البعد الرابع: البث المباشر) بدرجة استجابة (عالية).

• ويليه في الترتيب الخامس (البعد الخامس: طلب التحويل) بدرجة استجابة (عالية).

ثانياً: ملخص نتائج السؤال الثاني الذي نص على: "ما مستوى السلوك العام لدى أفراد العينة تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني (من حيث الاستجابة، الرفض، الثقة، والحكم القيمي)؟"

• وقد تبين أن مستوى السلوك العام لدى أفراد العينة تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، قد جاء بدرجة استجابة (عالية).

• وقد جاء في الترتيب الأول (البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة) بدرجة استجابة (عالية).

• ويليه في الترتيب الثاني (البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ) بدرجة استجابة (عالية).

• ويليه في الترتيب الثالث (البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي) بدرجة استجابة (متوسطة).

• ويليه في الترتيب الرابع (البعد الأول: الاستجابة) بدرجة استجابة (متوسطة).

ثالثاً: ملخص نتائج السؤال الثالث الذي نص على: "ما طبيعة العلاقة بين التعرض لمحتوى التسول الإلكتروني وخصائصه الاتصالية في السلوك العام لدى أفراد العينة؟"

• تبين وجود علاقة ارتباطيه موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01) بين التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية والسلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني، حيث بلغ معامل الارتباط (0.797^{**}).

رابعاً: ملخص نتائج السؤال الرابع الذي نص على: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى تعرض أفراد العينة لمحتوى التسول الإلكتروني عبر المنصات الرقمية، وما درجة إدراكهم لخصائصه الاتصالية وفقاً لمتغيرات الدراسة الديموغرافية؟"

• عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية تعزي لمتغيرات الدراسة (الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، بلد الإقامة، عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً، المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك).

خامساً: ملخص نتائج السؤال الخامس الذي نص على: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) بين متوسط استجابات أفراد عينة الدراسة حول مستوى السلوك العام لدى أفراد العينة تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني وفقاً لمتغيرات الدراسة الديموغرافية؟"

• عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بين متوسط درجات أفراد عينة الدراسة حول السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني تعزي لمتغيرات الدراسة (الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، بلد الإقامة، عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً، المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك).

5.2 توصيات الدراسة:

- ضرورة تعزيز الوعي المجتمعي بخطورة ظاهرة التسول الإلكتروني من خلال حملات توعوية توضح أساليبه وتأثيره على السلوك العام للأفراد.
- العمل على إعداد برامج تثقيفية رقمية تستهدف مختلف الفئات العمرية، خاصة الشباب، لتعليمهم كيفية التمييز بين الحالات الحقيقية والمحتالة على المنصات الرقمية.
- تشجيع الجهات الحكومية على سن تشريعات واضحة تُجرّم التسول الإلكتروني المنظم وتضع عقوبات رادعة للحد من انتشاره.
- تعزيز دور المؤسسات الدينية والإعلامية في توجيه الأفراد نحو أساليب التبرع الآمن والموثوق بدلاً من الاستجابة العاطفية غير المدروسة.

- دعم إنشاء منصات رسمية وموثوقة لجمع التبرعات، بحيث تكون بديلاً آمناً يقلل من الاعتماد على الحسابات الفردية المجهولة.
- دعوة شركات التواصل الاجتماعي إلى تطوير سياسات أكثر صرامة لرصد وإزالة الحسابات التي تمارس التسول الإلكتروني بشكل احتيالي.
- تشجيع الباحثين على إجراء المزيد من الدراسات المتعمقة حول أبعاد الظاهرة النفسية والاجتماعية وتأثيرها طويل المدى على القيم المجتمعية.
- تعزيز دور الأسرة في توجيه الأبناء نحو الاستخدام الواعي والمسؤول للمنصات الرقمية، والحد من التأثير بالمحتوى العاطفي المضلل.
- العمل على تدريب الكوادر المختصة في المجال الأمني والتقني على تتبع أنماط التسول الإلكتروني والكشف عن الشبكات المنظمة خلفه.
- ضرورة إدماج موضوعات الأمن الرقمي والأخلاقيات الرقمية ضمن المناهج التعليمية لترسيخ وعي مبكر لدى الأفراد بمخاطر هذه الظاهرة.

5.3 مقترحات الدراسة: عمل دراسات مستقبلية عن:

- دور المنصات الرقمية في انتشار التسول الإلكتروني وتأثيره على أنماط التفاعل الاجتماعي.
- تأثير المحتوى العاطفي الرقمي المرتبط بالتسول على تشكيل السلوك المجتمعي.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- أحمد، أماني عبد الرؤوف محمد. (2020). خاصية البث المباشر الحي على اليوتيوب وأهميتها في ثراء الخريطة البرمجية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 19(1)، 316-231.
- باهي، مصطفى؛ الأزهرى، منى. (2010). معجم المصطلحات الإحصائية. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- بريك، أيمن محمد إبراهيم؛ أحمد، إيمان محمود محمد. (2023). أخلاقيات تغطية صحافة البث المباشر للأحداث اليومية عبر الصفحات الرسمية للصحف المصرية على شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة تطبيقية. *المجلة المصرية لبحوث الأعلام*، 2023(83)، 113-67.
- بكير، محمد عبده. (2021). إدراك الشباب المصري لتأثيرات الواقع الافتراضي بفيديوهات التيك توك على الذات والآخرين في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث - دراسة مسحية. *مجلة البحوث الإعلامية*، 59(1)، 160-120.
- بلعطرة، نورة. (2025). ظاهرة التسؤل الرقمي على منصة تيك توك: دراسة اجتماعية نقدية. *مجلة دراسات في علم النفس الإجرام، الأسرة والمجتمع*، 2(2)، 51-30.
- بوطيبة، علاء الدين؛ مداح، أيوب. (2025). اتجاهات مستخدمي تطبيق التيك توك حول ظاهرة التسؤل الإلكتروني. (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عبد الحميد بن باديس، الجزائر.
- جعيجع، عمار؛ فراح، رشيد. (2023). دور أدوات التحليل الرقمي في فهم السلوك الشرائي للمستهلك دراسة تحليله لمستخدمي موقع مجلة بشرتي باستخدام أداة Google Analytics. *مجلة التنظيم والعمل*، 12(2)، 62-43.
- جميلة، سريج؛ سمير، جزائري. (2021). الوساطة الرقمية في المكتبات الجامعية تعزيز أم إلغاء لدور اختصاصي المعلومات. *دراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 21(2)، 392-361.
- الحايس، عبد الوهاب جودة؛ الرواس، أنور بن محمد. أنماط التفاعل مع المحتوى الإعلامي عبر وسائل الاتصال الجديدة لدى الطفل العماني. *مجلة علوم الإنسان والمجتمع*، 3(4)، 203-151.
- الحديدي، منى سعيد؛ عمران، أميمة محمد محمد؛ السلام، ماهيتاب جمال عبد؛ عبد اللاه، عبد اللاه خليفة؛ راشد، راشد صلاح الدين. (2025). أثر المحتويات الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي على الشباب الجامعي وسبل مواجهتها. *مجلة الأعلام والدراسات البيئية*، 1(1)، 131-77.

الحربي، زياد بن عطية الله بن حميد اللهيبي. (2022). واقع آداب السلوك الرقمي في المشاركة داخل الفصل الافتراضي بالمرحلة المتوسطة بمدينة جدة. *مجلة كلية التربية جامعة طنطا كلية التربية، 88*(4)، 196-152.

حسانين، احمد عبد الجواد فهمي. (2021). أثر استخدام الأنترنت في الصراع القيمي والمساندة الاجتماعية لدى عينة من الشباب الجامعي. *مجلة الدراسات الإنسانية والأدبية، 24*(24)، 208-179.

حسانين، محمد أحمد محمد محمد. (2024). المشكلات الإجرائية للتبليغات الإلكترونية وأثرها في انعقاد الخصومة القضائية في النظام السعودي. *مجلة مصر المعاصرة، 554*(554)، 46-9.

حسين، إيمان عاشور سيد. (2025). تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتنمية مهارات تحليل ونقد المحتوى الإعلامي الزائف لدى طلاب المرحلة الابتدائية. *المجلة الدولية لبحوث ودراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، 11*(18)، 272-236.

حمادة، حمادة خير محمود. (2023). جريمة التسول الإلكترونية وسبل مواجهتها. *مجلة كلية الإسرائ الجامعة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، 5*(9)، 284-261.

حمدان، الهام سيد السايح. (2024). ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني من خلال البث المباشر عبر تطبيق TikTok من وجهة نظر مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع المصري "دراسة اثنوغرافية". *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، 89*(89)، 428-393.

حمزة، مي إبراهيم. (2020). علاقة التعرض لفقرات المطاعم في البرامج الحوارية بالنية الشرائية للجمهور في إطار نظرية السلوك المخطط. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال جامعة الأهرام الكندية، 28*(28)، 581-528.

الخمشي، جواهر بنت صالح. (2022). واقع التسول الإلكتروني في المملكة العربية السعودية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي: توتر نموذجًا. *مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 13*(3)، 98-83.

الخمشي، جواهر بنت صالح. (2023). واقع التَّسَوُّل الإلكتروني في المملكة العربية السعودية من خلال شبكات التواصل الاجتماعي (توتر نموذجًا). *مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 13*(3)، 98-83.

خير الله، هشام رشدي. (2022). استخدام البث المباشر في تغطية قضايا المجتمع المصري عبر منصات التواصل الاجتماعي للصحف الإلكترونية وتأثيره على الحالة المزاجية للجمهور دراسة تحليلية ميدانية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، 23*(23)، 318-253.

درويش، محمود أحمد. (2018). مناهج البحث في العلوم الإنسانية. مصر: مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع.

- الدليمي، عصام حسن؛ صالح، علي عبد الرحيم. (2014). البحث العلمي أسسه ومناهجه. الأردن: دار الرضوان للنشر والتوزيع.
- رابحي، فطيمة؛ كاريش، صليحة. (2021). العوامل المؤثرة في إرساء الثقافة الرقمية: دراسة تطبيقية لمديريات وزارة التجارة. *مجلة دراسات العدد الاقتصادي*، 12(1)، 15-31.
- الرشدي، فلاح سعود حسن. (2023). تأثير الأبعاد النفسية والاجتماعية للتحويل الرقمي على سلوك الفرد وعلاقاته الأسرية بدولة الكويت. *مجلة العلوم التربوية والنفسية*، 7(1)، 101-116.
- أبو رفول، سابين حسيب. (2025). دور وسائل التواصل الاجتماعي في بناء الثقة بين المواطن والقطاع العام وتعزيز الشفافية دراسة حالة قوى الأمن الداخلي في لبنان. *المجلة العربية للنشر العلمي*، 8(80)، 448-481.
- زلكيفلي، أدين؛ رسماي، هانوم؛ حاج عبد العزيز، أخترزاي. (2019). تطبيق المحفظة الإلكترونية: تحليل أولي من المنظور الشرعي. *المجلة الدولية لدراسات الفقه وأصول الفقه*، 3(2)، 98-105.
- زهري، محمد عبد الفتاح؛ السعيد، محمد أحمد محمود (2021). أثر عوامل الثقة الإلكترونية للبيوتكوين على المعاملات الفندقية كآلية للتحويل الرقمي في مصر. *مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة جامعة قناة السويس كلية السياحة والفنادق*، 20(4)، 505-532.
- الزبياري، م. ر. ع. (2022). التسول الإلكتروني أسبابه وآثاره وفق الشريعة الإسلامية: دراسة ميدانية في محافظة دهوك إقليم كردستان العراق. *مجلة العلوم الأساسية*، 7(11)، 311-338.
- سويسي، أبوبكر محمد. (2024). وسائل الإقناع في البنية اللغوية لرسائل التسول الإلكتروني. *مجلة علمه البيان*، 7(1)، 16-37.
- الشهري، سلمى بنت سعد. (2021). آداب السلوك الرقمي بين طالبات المرحلتين المتوسطة والثانوية. *المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة المعرفة لنشر الأبحاث العلمية والتربوية (MECS)*، 38(1)، 1-24.
- صبري، سمر. (2023). صناعة المحتوى عبر خدمات البث المباشر الاجتماعية وعلاقته بالثقافة التشاركية دراسة حالة على الغرف الصوتية بتطبيق باز. *مجلة البحوث الإعلامية*، 66(2)، 821-892.
- الصول، محمد سلامة. (202). التَّسُّول الإلكتروني في المجتمع الليبي الأسباب وآليات مكافحته. *مجلة علوم التربية*، 18(1)، 301-311.
- الضامن، منذر. (2007). أساسيات البحث العلمي. ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- أبو ضاهر، كامل سالم. (2017). العينات الإحصائية. العراق: الجامعة المستنصرية.
- عاروري، فتحي أحمد. (2013). المعاينة الإحصائية طرقها واستخداماتها. عمان: دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.

عبد الحق، خالد؛ عبد العال، دعاء. (2025). *العلاقات العامة الرقمية*. الأردن: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

عبد الرحمن، سعد. (2008). *القياس النفسي النظرية والتطبيق*. ط5، مصر: هبة النيل العربية للنشر والتوزيع.

عبد السلام، كبيش. (2024). وسائل التبليغ القضائي الإلكتروني. *مجلة دائرة البحوث والدراسات والقانونية والسياسية*، 8(1)، 350-337.

عبد الله، محمد امين حنفي. (2023). آليات التحول الرقمي والانضباط المالي دراسة حالة الهند. *المجلة العلمية للبحوث التجارية*، (2)، 516-481.

عبد المالك، موفق؛ بلعلي، عز الدين. (2025). الوساطة الرقمية بالجامعات الجزائرية ودورها في تفعيل العمل الإداري والخدماتي عرض تجربة الشباك الرقمي الموحد GUN بجامعة المسيلة. *مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية*، 10(2)، 258-232.

عبد المعز، هشام فولي. (2025). إدراك الجمهور لظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على التلاعب النفسي لديهم. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، (50)، 257-204.

عبد الهادي، حسن. (2020). إشكالية تحديد السلوك الرقمي وحقوق المواطنة الرقمية عند مستخدمي الإنترنت: دراسة ميدانية قياسية عند عينة من طلبة كلية الإعلام في جامعة بغداد. *مجلة الجامعة العراقية*، (46)، 398-382.

عبد الهادي، وداد حسين. (2026). التَّسَوُّل الإلكتروني عبر البث المباشر في تطبيق تيك توك: دراسة نتوغرافية للاستراتيجيات وأنماط الأداء. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، (35)، 232-145.

عبدالمعز، هشام الفولي. (2025). إدراك الجمهور لظاهرة التسول الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على التلاعب النفسي لديهم في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، (50)، 257-204.

عدس، نور عمر؛ محمود، عبدالله ذيب عبدالله. (2025). مواجهة ظاهرة التسول الإلكتروني في فلسطين بين القانون والمجتمع. *مجلة جامعة النجاح للأبحاث - العلوم الإنسانية*، 39(8).

عطا، هالة عبود. (2024). تعرض الشباب المصري لخاصية البث المباشر عبر موقع الفيس بوك وعلاقته بمصادقيتها. *المجلة العلمية لأبحاث المرأة والإعلام والمجتمع*، 1(1)، 275-240.

العطفي، محمد عطا الله سليمان؛ الستري، هيثم الستري عباس. (2025). ضوابط استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات لمواجهة التَّسَوُّل الإلكتروني من وجهة نظر خبراء التربية. *مجلة كلية التربية جامعة بني سويف*، 22(126)، 166-97.

عكاشة، منار محمد. (2025). دور المساندة الاجتماعية والإفصاح عن الذات عبر الإنترنت في تعديل العلاقة بين الشعور بالوحدة النفسية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لدى كبار السن. *مجلة كلية الآداب جامعة الفيوم*، 17(2)، 746-819.

على، الهام يونس أحمد. (2023). تفاعل الجمهور مع المواد الإعلامية الزائفة والمتحقق منها على مواقع التواصل الاجتماعي دراسة لاستراتيجيات التحقق البصرية المستخدمة في غرف صناعة الأخبار. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام جامعة القاهرة كلية الإعلام*، 22(2)، 235-292.

عمارة، محمود حلمي؛ العراقي، إيمان عبد الفتاح. (2025). استراتيجيات التَّسَوُّل الإلكتروني عبر منصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على استجابات الجمهور: بالتطبيق على منصة تيك توك. *المجلة العلمية بكلية الآداب*، 59(1)، 1-78.

العمرى، عز الدين محمد؛ أديدوكون، سعيد مسعود أديدايو؛ صالح، عبد المجيد عبيد حسن. (2023). المحفظة الإلكترونية والتعامل معها من منظور شرعي. *المجلة الدولية للدراسات الإسلامية*، 30(2023)، 90-104.

العوني، هدى بنت مخلد. (2024). التَّسَوُّل الإلكتروني وتأثيره على الأمن الاجتماعي في المجتمع السعودي دراسة تطبيقية تحليلية على التَّسَوُّل الإلكتروني من وجهة نظر مستخدم "التيك توك". *مجلة مستقبل العلوم الاجتماعية*، 18(2)، 3-48.

غزالة، ابن فرحات؛ فوزية، زنفوي. (2025). من التضليل إلى الموثوقية المسؤولية الأخلاقية للمؤسسات في التحقق من صحة المحتوى الرقمي. *مجلة معالم للدراسات الاعلامية والاتصالية*، 7(2)، 67-79.

الغول، ريهام محمد أحمد محمد؛ فرحات، طاهر عبد الله أحمد؛ سوريال، زكريا عبد المسيح كامل. (2022). نمط الاستجابة الذكية الموجه بالمستخدم - بالمحتوى" في بيئة التدريب المصغر وأثره على تنمية مهارات إنتاج عناصر التعلم وفق الإتاحة الرقمية لدى معلمي التلاميذ المعاقين بصريا. *مجلة التربية جامعة الأزهر كلية التربية*، 196(1)، 231-303.

الفضل، مؤيد عبد الحسين. (2019). المنهج الكمي في اتخاذ القرارات الإدارية المثلى. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

القاضي، نادية. (2023). التسول الإلكتروني في الجزائر بين استقطاب التضامن الاجتماعي ومؤشرات الاحتيال الافتراضي: دراسة تحليلية لآراء عينة من رواد مواقع التواصل الاجتماعي بولاية تيزي وزو. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 9(2)، 236-254.

قاعود، مروة صلاح؛ حسين، اسلام السيد؛ علي، حنان ماهر. (2022). تأثير نظرية السلوك المخطط على النية السلوكية للسائحين باتخاذ القرار السياحي في ظل جائحة كورونا. *المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة*، 16(3)، 37-60.

- قايدي، أمينة؛ عدوكة، لخضر. (2017). التوجه المقاولاتي للطلبة - اختيار نموذج نظرية السلوك المخطط دراسة ميدانية بجامعة معسكر. مجلة البحوث الاقتصادية والمالية جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 4(1)، 11-31.
- اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا (الإسكوا). (2022). تقرير التنمية الرقمية العربية 2022: نحو التمكين وشمول الجميع. الأمم المتحدة.
- مبارك، عبد السلام مبارك عبد السلام. (2025). رؤية النخبة لمستقبل الذكاء الاصطناعي التوليدي "التزييف العميق" وانعكاسه على الثقة في المحتوى الرقمي المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي. مجلة كلية الآداب جامعة سوهاج كلية الآداب، (77)، 423-472.
- محمد، حنان إبراهيم الدسوقي. (2017). فاعلية مدخل التحليل الأخلاقي في تدريس التاريخ على تنمية مهارات الحكم القيمي وقيم التسامح وقبول الآخر لدى تلاميذ المرحلة الإعدادية. المؤتمر الدولي للجمعية التربوية للدراسات الاجتماعية التسامح وقبول الآخر، 2، 838-936.
- محمد، سحر أحمد غريب. (2021). إدراك الجمهور لانتهاكات الخصوصية الرقمية عبر الإعلام الجديد في ضوء تأثير الشخص الثالث. مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، (18)، 157-225.
- مرجي، أمل سمير نزال. (2022). موقف الشريعة الإسلامية والتشريع الإماراتي من ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني دراسة مقارنة ومقاربة. مجلة البحوث الفقهية والقانونية، (39)، 1765-1819.
- المساعدة، أحمد محمود عبد الكريم. (2017). التحويل المصرفي الإلكتروني: دراسة مقارنة. مجلة كلية الحقوق للبحوث القانونية والاقتصادية، (2)، 635-590.
- المعز، هشام فولي عبد. (2025). إدراك الجمهور لظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني بمواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسه على التلاعب النفسي لديهم. في إطار نظرية تأثير الشخص الثالث. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (50)، 204-257.
- منصور، إبراهيم جبار. (2025). وسائل الادارة في معالجة ظاهرة التَّسَوُّل الإلكتروني (دراسة مقارنة). المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (64)، 381-392.
- موفق، عبد المالك؛ بلعلی، عزالدين. (2025). الوساطة الرقمية بالجامعات الجزائرية ودورها في تفعيل العمل الإداري والخدمات عرض تجربة الشباك الرقمي الموحد GUN بجامعة المسيلة. مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، 10(2)، 232-258.
- أبو النجا، رنا عزت إبراهيم كامل؛ صابر، سامية محمد صابر. (2025). العلاقات العاطفية في العصر الرقمي: دراسة اثنوجرافية رقمية لصفحات التعارف الإلكترونية - (Face book). مجلة قطاع الدراسات الإنسانية، 35(1)، 133-172.

هارون، سمر نصر؛ حسونة، إسماعيل عمر. (2022). آداب السلوك الرقمي لدى المعلمين ودورهم في اكساب مهارات التعلم المنظم ذاتيًا لدى التلاميذ. *المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 1(3)، 245-366.

الهشلمون، رانيا محمد عطية. (2021). التَّسَوُّل الإلكتروني وتأثيره الاجتماعي والاقتصادي على المجتمع الأردني من وجهة نظر عينة من مستخدمي الفيس بوك. *مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 5(4)، 60-76.

الوليد، رفاص؛ نجيب، كامل. (2023). صناعة المحتوى الرقمي الزائف وطرق التحقق من صحته. *مجلة التشريع الإعلامي*، 2(1)، 1-20.

بني يونس، أسماء عبد المطلب؛ أبو البصل، عبد الناصر موسى. (2018). دليل المبتدئ إلى المناهج العامة في البحث العلمي. الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.

ثانيًا: المراجع الأجنبية:

Abbas, A. A. (2020). Digital Citizenship Behaviours. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 13(4), 1492-1506.

Abu Issa, H., Al wreikat, N., Al-billeh , T. & Alhasan, T. (2025). From streets to screens: legal implications of internet begging. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(916), 1-11. <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05189-w>

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211 .

Alabi, O., Tshotsho, B., Cekiso, M., & Landa, N. (2017). An examination of emotive style in online begging discourse. Volume fifteen, number two, Ife Centre for Psychological Studies, Ile Ife, Nigeria.

Alamsyah, A. S., Ardida, D. G. & Yahya, R. N. (2025). Legal Protection for Victims of Online Begging Exploitation Based on Circular Letter No. 2 of 2023. *Jurnal Hukum Prasada*, 12(1), 45-57. <https://doi.org/10.22225/jhp.12.1.2025.45-57>

Al-Dulaimi, M. A. A. D. (2019). The Phenomenon Of Begging And Its Treatment In Islam Comparative Study Of Religions. *Opción*, 35(88), 2899-2921.

Alhaji, M. K. (2025). Begging In Islamic Teachings: A Comparative Analysis Of Religious And Ethical Perspectives. *International Journal of Innovative Social Sciences & Humanities Research* 13(4):337-342

Almazrouei, M. S. S. S., & Yaacob, A. B.C. (2025). Social Awareness Programs and the Role of Media Institutions in Promoting a Culture of Anti-Begging in Emirati Society. *International Journal Of Academic Research In Progressive Education And Development*, 14(3), 193-204.

Amalia, B. R., & Nuroini, I. (2025). Exploitation of the Elderly in the Phenomenon of ‘Cyber Begging’ on TikTok: A Victimological Perspective. *YURIS: Journal of Court and Justice*, 72-83.

- Amina, B. (2025). Criminalization of Electronic Begging in Algerian Legislation. *Law and world*, 11(36), 137-150.
- Astuti, F. & Utari, I. (2025). Sociological Juridical Review of the Phenomenon of Online Begging Legislative Perspectives in Indonesia. *Legitimacy: Journal of Criminal Law and Legal Politics*, 14(1), 123-146.
- Baek, T. H. (2017). The value of the third-person effect in theory building. *Review of Communication*, 17(2), 74-86.
- Balakrishnan, V., Ahhmed, U. & Basheer, F. (2025) Personal, environmental and behavioral predictors associated with online fraud victimization among adults. *PLoS ONE*, 20(1), 1-17. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0317232>
- Barbosa, L., Kirshner, S., Kopel, R., Lim, E. T. K. & Pagram, T. P. (2025). Toward trustworthy content: the role of challengers, juries and veracity bonds in digital media platforms. *Industrial Management & Data Systems*, 125(11), 3024-3048. DOI 10.1108/IMDS-11-2024-1177
- Bawazir, A., & Idid, S. A. (2024). The impact of third-person effect on social networking sites privacy risks and protective measures adoption among Yemeni students in Malaysia. *Heliyon*, 10(9), 1-17.
- Bocar, A. & Ancheta, R. (2023). Exploring Students' Digital Citizenship: Its Importance, Benefits, and Drawbacks. *Journal of Business, Communication & Technology*, 2(2), 28-38.
- Brahim, H., Seddiki, M., & Laichi, S. (2025). Electronic begging: A new phenomenon in the era of technology. *Journal for Educators, Teachers and Trainers*, 16(4), 192–209.
- Cheng, C. (2025). Research on Fraudulent Transaction Detection. *Applied and Computational Engineering* 158(1), 35-40. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2025.26.3.2491>
- Conner, M. (2020). *Theory of Planned Behavior*. In Handbook of Sport Psychology (eds G. Tenenbaum and R.C. Eklund), John Wiley & Sons, Inc.
- Davenport, T. H., & Beck, J. C. (2001). The attention economy: Understanding the new currency of business. Harvard Business School Press.
- Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47(1), 1–15.
- Donaldson, D. R. (2019). Trust in Archives– Trust in Digital Archival Content Framework. *Archivaria*, 88(2019), 50-83.
- EUCPN. (2023). How online fraud works and how to prevent it. *IJESS International Journal of Education and Social Science* 6(1), 133-138. https://eucpn.org/sites/default/files/document/files/2302_ENG_PAPER_Online%20fraud_LR.pdf
- Goldhaber, M. H. (1997). The attention economy and the net. *First Monday*, 2(4).
- Gultom, I. P., & Daud, D. (2025). Strategy Of Online Beggars On Tiktok In Attracting Sympathy And Donations From The Audience. *Dinamika Bahasa dan Budaya*, 20(2), 35-45.
- Halbaoui, B., Seddiki, M., & Laichi, S. (2025). Electronic begging: A new phenomenon in the era of technology. *Journal for Educators, Teachers and Trainers*, 16(4), 192–209.

- Houtti, M., Roy, A., Gangula, V. N. R. & Walker, A. M. (2024). A Survey of Scam Exposure, Victimization, Types, Vectors, and Reporting in 12 Countries. *Journal of Online Trust and Safety*, 1-26. <https://arxiv.org/abs/2407.12896>
- Ibrahim, M. (2025). Cyberbegging Via Social Media Platforms in Egypt: A Criminal Sociological Survey Study. *Beni-Suef University International Journal of Humanities and Social Sciences*, 7(2), 185-212.
- Islam, M. A., Das, A., & Tabassum, M. (2023). Factors affecting trust in news media among young people in Bangladesh. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 3 (2023), 41-68. DOI:10.30547/worldofmedia.3.2023.3
- Khan, N., & Fahad, S. (2020). Begging negative impact on the world community. *SSRN*, 1-23.
- Krejcie, R. & Morgan, D. (1970). Determining Sample Size for Research Activities, *Educational and Psychological Measurement*, (30), 607-610.
- Kurniawan, R., Hidayat, I., & Rheksa, S. I. (2025). Digital benevolence: What drives TikTok users to donate to online beggars?. *Linguistics and Culture Review*, 9(1), 23-34. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v9n1.2317>
- Kurniawan, R., Hidayat, I., & Rheksa, S. I. (2025). Digital benevolence: What drives TikTok users to donate to online beggars? *Linguistics and Culture Review*.
- Kushwah, P. (2025). Revisiting the Theory of Planned Behavior: A Critical Review of Its Foundations, Applications, and Future Directions. *IJAIDR-Journal of Advances in Developmental Research*, 16(1), 1-11.
- Kuswati, Y., Kusmayadi, D. & Pratomo, H. W. (2025). Maintaining Public Trust and Reputation in the Digital Age. *IJESS International Journal of Education and Social Science*, 6(1), 133–138. <https://doi.org/10.56371/ijess.v6i1.432>
- Mahmoud, H. K. (2022). The crime of electronic begging and ways to confront it. *International Journal of Advanced Research on Law and Governance*, 4(2), 58-76.
- Mali, Y. & Upadhyay, T. (2023). Fraud Detection in Online Content Mining Relies on the Random Forest Algorithm. *SciWaveBulletin*, 1(3), 13-20, DOI: 10.61925/SWB.2023.1302.
- Maulidina, C. P., & Widiastuti, T. (2025, October). Bibliometric Analysis: Trends And Dynamics Of Online Begging In Digital Social Behavior. In *Proceeding Of The 5th ASPIKOM International Communication Conference (AICCON 2025)* (Vol. 1, No. 2, Pp. 873-880).
- Megdoud, F. (2025). The phenomenon of begging and its impact on Algerian society. *Family and Society*, 13(1), 201-214.
- Milenkova , V. & Lendzhova, V. (2021). Digital Citizenship and Digital Literacy in the Conditions of Social Crisis. *Computers*, 10(40), 1-14.
- Moser K, Paul KI, Soucek R, Eskofier A, Galais N (2024) The first-person effect. A reconsideration of two meta-analyses. *PLoS ONE* 19(12), 1-10.
- Mujiwati, Y., Damayanti, A. M., & Safiudin, K. (2023). *The phenomenon of cyber begging in the perspective of Pancasila character values*. *Jurnal Pendidikan PKN (Pancasila dan Kewarganegaraan)*, 4(2), 127–140.
- Mujiwati, Y., Damayanti, A. M., & Safiudin, K. (2023). The phenomenon of cyber begging In the perspective of Pancasila character values. *Jurnal Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, 4(2). <https://doi.org/10.26418/jppkn.v4i2.67245>

- National Cyber Security Center NCSC. (2025). *Public content provenance for organisations*. <https://www.ncsc.gov.uk/files/public-content-provenance-for-organisations.pdf>
- Nickell, G. S., & Hinsz, V. B. (2023). Applying the theory of planned behavior to understand workers' production of safe food. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 39(2), 89-100.
- Nurullah, A. R., & Madani, M. T. (2024). Sociology Of Law Riview On The Cyber Begging Phenomenon In Society. *Interdisciplinary Explorations in Research Journal*, 2(2), 668-676.
- Otuburun, I. (2025). Real-Time Fraud Detection Using Large Language Models: A Context-Aware System for Mitigating Social Engineering Threats. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 26(03), 2811-2821
- Oulhi, H. (2024). Electronic Begging in Algeria: Persuasive Strategies and Emotional Manipulations Used by the Electronic Beggars. An Analytical Descriptive Study on the Facebook Group's 'Tahadou Tahabou, Algeria'. *Медии и комуникации на 21. век*, 8(1), 22-34.
- Patel, A., Jadhav, Y., Jhaveri, R., Raut, R., Alotaibi, F. M. & Thakker, D. (2023). Identifying Fake Digital Information Using Machine Learning Algorithms: Performance Analysis and Recommendation System. *Contemporary Mathematics*, 4(4), 1291-1309. <https://ojs.wiserpub.com/index.php/CM/>
- Pratama, D. W., Hasanah, U., & Nadhiran, H. (2025). Studi Kritis Terhadap Praktik E-Begging Dalam Tiktok Live Menurut Pemahaman Hadis Dan Prinsip Etika Sosial. *Al-Bayan: Jurnal Ilmu al-Qur'an dan Hadist*, 8(2), 239-255.
- Raisha, S., Maria, I. K., & Detya, W. (2023). Analysis Of Online Begging Phenomena In Tiktok (Case Study Of Changes In The Structure Of Social Problems About Online Beggars). *West Science Interdisciplinary Studies: PT. Sanskara Karya Internasional*, 1(06), 346-352.
- Robertson, C., Shariff, A. & Bavel, J. J. V. (2024). Morality in the anthropocene: The perversion of compassion and punishment in the online world. *PNAS Nexus*, 3(6), 1-11. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae193>
- Sadiku, M. N. O., Tembely, M. & Musa, S. M. (2018). Digital Citizenship. *International Journals of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 8(5), 18-20.
- Shahana, R., Indriani, M. K., & Wiryany, D. (2023). *Analysis of online begging phenomena in TikTok (Case study of changes in the structure of social problems about online beggars)*. *West Science Interdisciplinary Studies*, 1(6), 346–352.
- Singh, P. (2023). Cyber Begging through social media: A New Trend in the World. *International Journal of Advance and Applied Research*, 11(1), 299-304.
- Siregar, R. Y., Mazdalifah, M., & Sembiring, S. U. B. (2025). *The phenomenon of begging in the comment columns of public figures' Instagram account viewed by the lens of media ecology theory*. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(9), 187–198.
- Soloducha, K. (2022). Influencer Marketing as a Method of Solving the Crisis of Trust in Digital Content Marketing. *European Research Studies Journal*, 25(3), 634-645.
- Sopiyani, H. F. (2025). Public perception of “online begging” action on TikTok social media. *Asian Journal of Social and Humanities*.

- Sopiyani, H. F., Putri, N. T. & Nuruzzaman, H. M. (2025). Public Perception of "Online Begging" Action on Tiktok Social Media. *Asian Journal of Social and Humanities*, 3(9), 1694-1703.
- Sopiyani, H. F., Putri, N. T., & Nuruzzaman, H. M. (2025). Public Perception of "Online Begging" Action on Tiktok Social Media. *Asian Journal of Social and Humanities*, 3(9), 1694-1703.
- Ștefăniță, O., Corbu, N., & Buturoiu, R. (2018). Fake news and the third-person effect: They are more influenced than me and you. *Journal of Media research*, 11(3), 5-23.
- Tsay-Vogel, M. (2020). Third-Person Effect. In J. Van den Bulck (Ed.-in-Chief), D. Ewoldsen, M.-L. Mares, & E. Scharrer (Assoc. Eds.), *The International Encyclopedia of Media Psychology*. John Wiley & Sons, Inc.
- Ude-Akpeh, C. E. (2021). Youth engagement in internet begging and national development in Nigeria. *Journal of Emerging Technologies*, 1(1), 42-52.
- Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication*, 1(1), 2–14.
- Zhang, K. (2018). Theory of planned behavior: Origins, development and future direction. *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 7(5), 76-83.

الملاحق

ملحق (1) الاستبانة

السيدة/الفاضل/ة/..... المحترم/ة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته ... وبعد،

يقوم الباحث بإجراء دراسة حول: "أثر ظاهرة التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية على السلوك العام في المجتمعات العربية دراسة ميدانية" وعليه يتشرف الباحث بأن يضع بين أيديكم هذه الاستبانة، آملاً منكم التكرم بالإجابة على فقراتها وذلك بوضع علامة (✓) في الخانة التي تعبر عن وجهة نظركم، بدقة وموضوعية وأمانة، لأن نتائج الدراسة تتوقف على ذلك.

ويؤكد الباحث أن جميع البيانات التي يتم جمعها من خلال هذه الاستبانة ستُعامل بسرية تامة، ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وبما يتوافق مع أخلاقيات البحث المعتمدة، ويعرب الباحث عن خالص الشكر والتقدير لكل من شارك في تعبئة هذه الاستبانة أو قدم دعماً أو مشورة، سائلاً المولى عز وجل أن يجزيهم خير الجزاء.

الباحث

الجزء الأول: المعلومات الديموغرافية

1. الجنس

○ ذكر

○ أنثى

2. الفئة العمرية

○ أقل من 20 سنة

○ من 20 إلى أقل من 30 سنة

○ من 30 إلى أقل من 40 سنة

○ من 40 إلى أقل من 50 سنة

○ 50 سنة فأكثر

3. المستوى التعليمي

○ ثانوي أو أقل

○ دبلوم

○ بكالوريوس / ليسانس

○ دراسات عليا (ماجستير / دكتوراه)

4. بلد الإقامة

○ مصر

○ السعودية

○ الإمارات

○ الأردن

○ دولة عربية أخرى

5. عدد ساعات استخدامك للمنصات الرقمية يومياً

○ أقل من ساعة

○ من ساعة إلى أقل من 3 ساعات

○ من 3 إلى أقل من 5 ساعات

○ أكثر من 5 ساعات

6. المنصة الرقمية الأكثر استخداماً لديك

○ فيسبوك

○ إنستجرام

○ تيك توك

○ تويتر (X)

○ يوتيوب

○ أخرى

ثانياً: محاور الاستبانة

الرقم	الفقرة	درجة الاستجابة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
المحور الأول: التسول الإلكتروني في المنصات الرقمية					
البعد الأول: الإلحاح					
-1	ألاحظ أن بعض منشورات طلب المساعدة على المنصات الرقمية تستخدم عبارات ملحة تطالب بالاستجابة الفورية.				
-2	يتكرر نشر طلب المساعدة نفسه عدة مرات بهدف الضغط على المتابعين للاستجابة.				
-3	تتضمن بعض منشورات التسول الإلكتروني عبارات تشير إلى أن الحالة عاجلة للغاية.				
-4	أشعر أن تكرار الرسائل والمنشورات يزيد من الإلحاح في طلب المساعدة.				
-5	يلجأ بعض المستخدمين إلى الإلحاح المستمر في التعليقات والرسائل للحصول على الدعم.				
البعد الثاني: السرد العاطفي					
-6	تعتمد منشورات التسول الإلكتروني غالباً على قصص مؤثرة لاستثارة التعاطف.				
-7	يستخدم بعض أصحاب هذه المنشورات صوراً أو مقاطع فيديو مؤثرة لدعم قصصهم.				
-8	أشعر أن اللغة المستخدمة في هذه المنشورات تركز على إثارة المشاعر الإنسانية.				
-9	يركز محتوى التسول الإلكتروني على عرض المعاناة الشخصية بشكل مفصل.				
-10	تؤثر القصص العاطفية في طريقة تفاعل الجمهور مع طلبات المساعدة.				
البعد الثالث: الدلالات القيمية / الدينية					
-11	تتضمن بعض منشورات التسول الإلكتروني اقتباسات دينية أو أخلاقية لحث الناس على المساعدة.				
-12	يتم توظيف القيم الإنسانية مثل الرحمة والتكافل في رسائل طلب المساعدة.				
-13	يستخدم بعض الأشخاص عبارات دينية لتعزيز مصداقية طلبهم.				
-14	تشير بعض المنشورات إلى الأجر والثواب المرتبط بمساعدة المحتاجين.				
-15	تسهم الإشارات الدينية أو القيمية في زيادة تعاطف المتابعين مع الحالة المعروضة.				
البعد الرابع: البث المباشر					
-16	يظهر بعض الأشخاص في بث مباشر لعرض حالتهم وطلب المساعدة من المتابعين.				
-17	يزيد البث المباشر من تفاعل الجمهور مع طلبات المساعدة.				
-18	يتيح البث المباشر للمشاهدين التفاعل الفوري مع صاحب الطلب.				

الرقم	الفقرة	درجة الاستجابة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
19-	أشعر أن عرض الحالة عبر البث المباشر يجعلها أكثر تأثيراً في الجمهور.				
20-	يسهم البث المباشر في انتشار محتوى التسول الإلكتروني بشكل أكبر.				
البعد الخامس: طلب التحويل					
21-	تتضمن بعض منشورات التسول الإلكتروني طلب تحويل الأموال عبر وسائل الدفع الرقمية.				
22-	يضع بعض الأشخاص أرقام حسابات أو روابط تحويل مالي في منشوراتهم.				
23-	قد يطلب أصحاب هذه المنشورات إرسال المساعدة عبر تطبيقات التحويل الإلكتروني.				
24-	يتضمن بعض المحتوى روابط مباشرة للتبرع أو إرسال المال.				
25-	يوضح بعض المستخدمين طرقاً محددة لتحويل الأموال عند نشر طلب المساعدة.				
المحور الثاني: السلوك العام تجاه ظاهرة التسول الإلكتروني					
البعد الأول: الاستجابة					
26-	قد أعاطف مع بعض منشورات طلب المساعدة على المنصات الرقمية.				
27-	أفكر أحياناً في تقديم مساعدة عندما أرى حالة إنسانية عبر الإنترنت.				
28-	قد أشارك منشوراً يطلب المساعدة بهدف دعم صاحبه.				
29-	أشعر بالرغبة في مساعدة بعض الحالات التي تبدو صادقة على المنصات الرقمية.				
30-	أستجيب أحياناً لنداءات المساعدة التي أراها عبر وسائل التواصل.				
البعد الثاني: الرفض / التجاهل / التبليغ					
31-	أفضل تجاهل بعض منشورات طلب المساعدة التي أشك في صحتها.				
32-	أتجنب التفاعل مع المحتوى الذي يبدو كنوع من التسول الإلكتروني.				
33-	قد أقوم بالإبلاغ عن بعض المنشورات التي أعتقد أنها احتيالية.				
34-	أشعر بالحذر عند التعامل مع طلبات المساعدة عبر الإنترنت.				
35-	أعتقد أن تجاهل هذه المنشورات قد يحد من انتشارها.				
البعد الثالث: الثقة في المحتوى الإنساني الرقمي					
36-	أثق أحياناً في بعض الحالات الإنسانية التي تُعرض عبر المنصات الرقمية.				
37-	أعتقد أن بعض طلبات المساعدة المنشورة عبر الإنترنت تكون حقيقية.				
38-	أشعر أحياناً بالشك في مصداقية المحتوى الإنساني المنشور على المنصات.				

الرقم	الفقرة	درجة الاستجابة			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
39-	يعتمد مستوى ثقتي في هذه المنشورات على الأدلة أو المعلومات المرفقة بها.				
40-	أرى أن التحقق من صحة الحالة ضروري قبل تقديم أي مساعدة.				
البعد الرابع: الحكم القيمي تجاه الظاهرة					
41-	أعتقد أن التسول الإلكتروني يمثل ظاهرة اجتماعية مقلقة.				
42-	أرى أن انتشار التسول الإلكتروني قد يؤثر سلباً في ثقة الناس ببعضهم البعض.				
43-	أعتقد أن بعض حالات التسول الإلكتروني قد تستغل تعاطف الجمهور.				
44-	أرى أن المنصات الرقمية يجب أن تضع ضوابط للحد من هذه الظاهرة.				
45-	أعتقد أن زيادة الوعي المجتمعي يمكن أن تقلل من انتشار التسول الإلكتروني.				