



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

مذكرة تخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة موسومة ب:



انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفيسبوك و تأثيرها على مصداقية الأخبار

دراسة استكشافية لعينة من مشتركى صفحة "يقين نيوز"

إشراف الأستاذ:

د. مختار جلولي

من إعداد الطالبتين:

- العيدي اسمهان

- حربوش زهور

لجنة المناقشة:

| الاسم واللقب | الرتبة       | الجامعة             |
|--------------|--------------|---------------------|
| سحاري عائشة  | رئيسا        | ابن خلدون - تيارت - |
| مختار جلولي  | مشرفا ومقررا | ابن خلدون - تيارت - |
| يوسف ديبح    | مناقشا       | ابن خلدون - تيارت - |

السنة الجامعية: 2021/2020

## شكر و عرفان

أول الشكر لله العلي القدير الذي منحنا الصحة والعزم لإنجاز هذا العمل وإتمامه، نصلي ونسلم على  
على الرسول الأمين سيدنا مُحَمَّد ﷺ

لنتقدم بعد ذلك بجزيل الشكر للأستاذ المشرف "مختار جلولي" الذي حظينا بإشرافه الذي كان سندنا  
لنا في كل مرحلة من مراحل إنجاز هذا العمل والجهد الذي بذله معنا وبما قدمه لنا من توجيهات  
قيمة ونصائح مفيدة ولم ييخل علينا بوقتته ومعلوماته بأسلوبه الراقي و المتواضع و خلقه الرفيع فجزاه  
الله كل خير و أمد في عمره و متعه بالصحة و العافية ورعاه وأنار دربه.

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المحترم " عمارة جيلالي " الذي كان له دور توجيهنا له منا  
خالص الشكر والعرفان.

والشكر الموصول بكل معاني الامتنان والتقدير لكافة أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذا  
العمل المتواضع.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لعمال مكتبة حسبية بن بوعلي جامعة شلف و كذا عمال مكتبة أحمد بن  
بلة جامعة وهران ، وكذا عمال مكتبة الكلية جامعة ابن خلدون .

و نتقدم بالشكر الجزيل لكل من ساعدنا ومد لنا يد العون من قريب ومن بعيد لإنجاز هذا العمل .

لنخلص في نهاية هذه الكلمة بالتوجه بالشكر والتقدير إلى جميع أساتذتنا الكرام في علوم الإعلام  
والإتصال فلكم منا جزيل الشكر وفائق الاحترام والتقدير.

لكل هؤلاء أسمى عبارات الشكر والتقدير

## إهداء

لأنك أنت الوحيد من كنت و ستكون دوما مثلي الأعلى في هذه الحياة أساس العائلة و عمادها و رمز العطاء  
اللامتناهي أبي العزيز: رابع بدأت أولى أسطر هذا البحث في بيتك الدافئ بحبك و حنانك وأهميته لك تقبل مني  
هدية خالصة من قلب محب جدا لا يزال ينبض بحبك .

لأنك كنت رقيقة الدرب لأبي العزيز في حبك لنا و عطفك و حنانك أطال الله انا عمرك إليك انت أمي الغالية .  
ولأن فضلكما عظيم علي لا يوفي تقبلا مني هدية فأنتما أجمل هدية منحني الله إياها و يارب إحفظهما وأطل  
عمرهما و إخلي طريقهما من فح الشيطان و آدم صحتهما و عفيتهما يا رب .

و إلى أمي الثانية خالتي: أمينة أتمنى أن تقبلي هديتي المتواضعة و أن أكون السند الذي تتمنيه .

و إلى أبي الثاني عمي: جمال أنت من دعمتني و مددت لي نصح لمواصلة المشوار شكرا لك .

لأنكم سندي في الحياة و أعز أقاربي إليكم إخوتي: زكرياء، مُجَّد، كادي، هوارى.

وإلى من زين البيت ملائكته: سهى، ريان، عبد المجيب، أسامة، مُجَّد، لجين، عبد الرحيم.

و إلى عمتي و أبنائها و جدي و أخوالي و أبنائهم و كل العائلة .

و لأنكم البلسم و الريحان و من أتوسم فيكم الأمل في المستقبل: كهينة، سارة، عبد الحميد

، شريفة، إسمهان، إيمان، فاطيمة، زكرياء،

تاج الدين، فؤاد، حكيم، عايدة، أمينة، شيماء، سعاد، سميرة، نوال، رييحة، حنان تذكروني بها.

ولأن من يحملهم قلبي لا يسعهم قلمي وورقتي أقولها باختصار إليكم جميعا أنتم الذين أحببتموني بصدق وأحبكم  
بإخلاص.

زهور

## إهداء

أهدي ثمرة جهدي واجتهادي إلى أغلى وأعظم مخلوقين في هذا الوجود "والدي الكريمين"

إلى الذي طالما شجعني على طلب العلم يا من أحمل اسمك بكل فخر ودعائك الذي يرافقني دائما إلى أبي

إلى "نبع الحنان" والعطف إليك أُمِّي الغالية العين التي أبصر بها نور الحياة إلى من ضحت بأغلى ما تملك كي أصل إلى ما وصلت إليه.

إلى جمال حياتي من تحملت سهرت وصبرت وتعبت، هي أُمِّي ومأمني وأمتي، تاج رأسي أحبك أُمِّي انتي التي غديتني بخنانك فلم تبخلي يوما علي أنني التي علمتيني معنى الصبر وعدم اليأس، إليك حبيبي أُمِّي الغالية

إلى من سعى وشقى لأنعم بالراحة والهناء وسندي وقوتي في الحياة أخي الغالي "يوسف"

إلى صغير العائلة والروح التي أحيا بها اليد اليمنى أخي العزيز "ياسين"

إلى زميلتي ورفيقة دربي الرائعة بأخلاقها وأختي في الدنيا وفي القلب "آمال"

إلى جدتي الغالية وأُمِّي الثانية حفظها الله وأطال الله في عمرها

إلى كل من أخوالي وأبنائهم وبالخصوص بناقم، وخالاتي العزيزات

إلى كل أعمامي و أبنائهم وبناتهم خصوصا

إلى كل كوناكيت العائلة " سارة، ملك، مريم، هاجر، حليلة، نورية، حياة، زكرياء."

إلى من تذوقت معهم أجمل اللحظات وتقاسمنا الأحزان والأفراح كل من صديقاتي "زهور، إيمان، فاطيمة، سارة."

إلى من يقاسمني أجمل أوقات حياتي ومصدر سعادتي وفرحي وسندا لي "فتحي" حفظه الله

إلى من جمعني بها الأيام والصدفة وأجمل وأغلى ما عرفت بمثابة أُمِّي الثانية خالتي حبيبي "زهيرة"

إلى كل من علمني حرف وحروف من ذهب وكلمات وعبارات من أسمى وأجلى عبارات في العلم إلى من صاغوا من علمهم

حروف ومن فكرهم منارة تنير لنا مسيرة العلم والنجاح إلى أساتذتي الكرام

إلى كل من مدى لي يد المساعدة في مشواري الدراسي

أعذروني إن نسيت البعض ربما لم تكفيني هذه الورقة لكتابتكم فأنتم في القلب محفورين اسمهان

## قائمة الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول   | الرقم |
|--------|--|-------|
| 74     | جدول يمثل توزيع العينة حسب متغير الجنس   | 1     |
| 75     | جدول يمثل توزيع العينة حسب متغير السن  | 2     |
| 76     | جدول يمثل توزيع العينة حسب متغير المستوى التعليمي  | 3     |
| 77     | جدول يمثل درجة تتبع أفراد العينة الأخبار على صفحة اليقين نيوز  | 4     |
| 78     | جدول يمثل الأوقات المفضلة للمبحوثين لمتابعتهم للأخبار عبر صفحة اليقين نيوز                               | 5     |
| 80     | جدول يبين العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ونوع الأخبار التي تشد انتباه المبحوثين على صفحة اليقين نيوز | 6     |
| 82     | جدول يمثل كيفية تفاعل أفراد العينة مع مضامين الصفحة  | 7     |
| 83     | جدول يمثل اندفاع أفراد العينة لمتابعة الأخبار على صفحة اليقين نيوز                                       | 8     |
| 84     | جدول يمثل رأي أفراد العينة في اقتناعهم بمضامين صفحة اليقين نيوز  | 9     |
| 85     | جدول يوضح إذا كان أفراد العينة يعتمدون أسلوب المقارنة في الأخبار المنشورة في صفحة اليقين نيوز            | 10    |
| 86     | جدول يمثل ما يثير أفراد العينة في الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز                                  | 11    |
| 87     | جدول يمثل نظرة أفراد العينة لصفحة اليقين نيوز  | 12    |
| 88     | جدول يمثل إذا كان تناقل الخبر عبر صفحات الفيسبوك بصفة عامة وصفحة اليقين نيوز يؤكدان مصداقيته             | 13    |
| 89     | جدول يمثل رأي أفراد العينة إذا كانت الأخبار الزائفة على صفحة اليقين نيوز تشكل خطورة على مصداقيتها        | 14    |
| 90     | جدول يمثل تجربة أفراد العينة مع الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز                                    | 15    |
| 91     | جدول يمثل اعتقاد أفراد العينة حول ظاهرة الأخبار الزائفة وفقدان مصداقية الأخبار على صفحة اليقين نيوز      | 16    |
| 93     | جدول يوضح رأي أفراد العينة في الأمر الذي يدفع صفحة اليقين نيوز إلى الوقوع في التزييف الإعلامي            | 17    |

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 97  | جدول يمثل رأي أفراد العينة في تأثير الأخبار الزائفة على الأفكار والإتجاهات   | 18 |
| 95  | جدول يمثل إذا سبق وتعرض أفراد العينة لخبر زائف على صفحة اليقين نيوز  | 19 |
| 96  | جدول يمثل رأي العينة في كيفية التعامل مع الخبر الزائف  | 20 |
| 97  | جدول يمثل اعتقاد أفراد العينة في مساهمة الخبر الزائف في تشويه سمعة الفرد   | 21 |
| 98  | جدول يمثل رأي أفراد العينة إذا الأخبار الزائفة ساهمت في تهديد جودة الصحافة   | 22 |
| 99  | جدول يمثل إذا الأخبار المنشورة عبر صفحة اليقين نيوز موثوقة   | 23 |
| 100 | جدول يمثل إذا انتشار المعلومات على صفحة اليقين نيوز تضع أفراد العينة في موقف عدم القدرة على التمييز بين الخبر الصحيح والزائف | 24 |
| 101 | جدول يمثل إذا أفراد العينة يتأكدون من محتوى الخبر في صفحة اليقين نيوز قبل نشره   | 25 |
| 102 | جدول يمثل مدى ثقة أفراد العينة في مصداقية المعلومات المنشورة على صفحة اليقين نيوز  | 26 |
| 103 | جدول يمثل رأي أفراد العينة في ضرورة وجود إجراءات رسمية رادعة لمن يقوم بنشر الأخبار الزائفة                                   | 27 |
| 104 | جدول يمثل الآليات التي تستخدم لمواجهة الأخبار الزائفة والتأكد من صحتها   | 28 |

## ملخص الدراسة:

تستهدف هاته الدراسة الإستطلاعية إلى معرفة إنتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك و تأثيرها على مصداقية الأخبار من وجهة نظر معجبي صفحة اليقين نيوز، قصد التعرف على آثار إنتشار الأخبار الزائفة و كيفية تأثيرها على المصدقية ، كما تطرقت الدراسة إلى خطورة الأخبار الزائفة ، وآليات الحد من إنتشار الأخبار الزائفة .

و لتحقيق أهداف الدراسة استخدمنا المنهج المسحي، كما كانت لنا الإستعانة بأداة الاستبيان للدراسة ، ولقد تكون مجتمع الدراسة من معجبي ومتابعي صفحة اليقين نيوز حيث بلغت عينة الدراسة 130 شخص من إجمالي معجبي الصفحة .

و توصلت الدراسة من خلالها إلى عدة نتائج أهمها إنتشار الأخبار الزائفة يؤثر على مصداقية الاخبار، كما أن الأفراد يقومون بالتأكد من صفحات أخرى قبل نشر الخبر أو الإعجاب به، وكذلك يقومون بمقارنة الخبر ، و كذلك بينت نتائج أنه يجب وضع إجراءات رسمية رادعة لكل من يقوم بالتزيف ، و أهم آليات التي تستخدم لمواجهة الأخبار الزائفة والتأكد من صحتها تجاهل كل منشور يبدأ بعبارة مثيرة .

الكلمات المفتاحية: انتشار، الأخبار الزائفة، موقع الفايسبوك، التأثير، المصدقية.

### Abstract:

This survey aims to know the spread of false (fake) news through Facebook and its impact on the credibility of news according to the perspectives of the fans of the Al-Yaqin News page to identify the effects of the spread of false news and its effect on credibility. The study also highlighted the danger of fake news and the mechanisms to limit the spread of fake news.

In order to achieve the objectives of the study, we used the survey method along the questionnaire tool for the study, and the study's community consisted of fans and followers of Al Yaqin News page, where the study sample amounted to 130 people from the total fans of the page.

The study reached several results, the most important of which is the spread of fake news that affects the credibility of the news, and that individuals check other pages before publishing or liking the news, as well as comparing them. It also showed the most important mechanisms which are used to confront fake news and verify their authenticity and to ignore every post that starts with an exciting phrase. **Key words: spread, fake news, site facebook, the influence, credibility.**

مقدمة



شهدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال خلال السنوات الأخيرة تطورات سريعة وتأثيرات مباشرة على جميع الأصعدة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية، فقد أصبحت بيئة الإعلام والاتصال بيئة متغيرة ومتطورة تحتوي على أساليب وتقنيات جديدة غيرت من معادلة العملية الاتصالية، حيث يشكل الإعلام والاتصال جزءا مهما بمختلف جوانبه في حياتنا بصفة دائمة، والحق أننا إذا قلنا عن العصر الذي نعيش فيه هو عصر الإعلام والاتصال لم نكن مبالغين في القول، وأكبر دليل على ذلك ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي أضحت الفرد فيها مرسلا ومستقبلا ومنتجا في الوقت نفسه.

فقد أتاحت هذه المواقع كموقع فايسبوكوتويتروإنستغرام... الخ، فرصة التواصل عن طريق الصور والكتابة والمحادثة الصوتية، وبعد التطور الهائل في مجال الإعلام والاتصال لم تعد هذه الشبكات مجرد مواقع للتواصل والتعرف على الأصدقاء بل تعددت استخداماتها كنشر الأفكار وتبادل الآراء بل وقد أتاحت فرصة التعلم والتعليم وتثقيف الأفراد ومتابعة الأخبار بصورة آنية وغيرها من الاستخدامات، فقد ساهمت هذه المواقع ببناء قاعدة علمية ومعرفية وسهلت وصول المعلومات إلى المستخدم، فكل فرد ينتقي المعلومات التي تشبع حاجاته ورغباته، فهناك من ينتقي المعلومات السياسية من الصفحات والمواقع الإخبارية وهناك من ينتقي المعلومات الثقافية وهناك من يهتم بالمواضيع الاقتصادية، وعليه أصبح الأفراد يهتمون بهذه المواقع لما لها من أهمية وتأثير في حياتهم اليومية، وإذا وصنفناه أنه عصر نشر المعلومات والأخبار لم نكن مسرفين في الوصف، بحيث أصبح من المعروف أن استعداد الإنسان المعاصر لنشر وتلقي الخبر من ضمن الأوليات .

إذ يعتبر الخبر من أبرز الوظائف الإعلامية التي تلبي رغبة الإنسان في معرفة المجهول وإشباع حاجاته المعرفية وتأثيره في كافة جوانب الحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وأهمية الأخبار ليست وليدة اليوم بل هي امتداد للأهمية التي حضي بها الخبر في العصور القديمة ، حيث تطورت وتنوعت وسائل نقل الأخبار وتنوعت

وتطورت من جيل إلى جيل، إذ أصبح الخبر حاضر في الهاتف النقال المتصل عبر الشبكات وهو مانتج عنه حالة من التزاوج بين الإنسان و الأخبار، فكلما انتقل الإنسان سبقتة الأخبار في جواله، بالإضافة إلى الانترنت التي أصبحت واقع ملموس فرض نفسه في عصر اتسم بالسرعة في توفير المعلومة على جميع الأصعدة وأصبحت وسيلة لتحقيق التواصل الفعال بين الأفراد والجماعات ومن نتاجها الإسهام في تفعيل التواصل عبر المواقع الإلكترونية وظهور ما يسمى بموقع الفايسبوك الذي أتاح لجميع الأفراد الفرصة في نقل معارفهم وتجاربهم على اختلاف مستوياتهم مستخدمين كافة الوسائل التكنولوجية المتاحة لعرض الخبر.

يعد موقع فايسبوك أهم مواقع التواصل الاجتماعي استخداما وتأثيرا في الأفراد، كما له عدة مميزات وخصائص وأدوار على جميع المستويات سواء الثقافية أو الاقتصادية وغيرها، حيث منح الموقع متصفحيه ومستخدميه إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات والتعبير عن الآراء وإعلام الأفراد في جميع المجالات الرياضية والاقتصادية والصحية وغيرها، كما لها أهمية كبيرة في استقاء المعارف والأخبار بكافة أنواعها ومع كل ذلك رافق هذا الموقع بعض السلبيات عن واقع الفرد والمجتمع منها نشر الأخبار الزائفة التي تكتب وتنتشر بقصد التضليل حيث أصبحت تجد طريقها عبر موقع الفايسبوك كونها تستند على معلومة مجهولة مصدر ويحيطها الغموض والجدائية وتثير اهتمام أفراد المجتمع، فالأخبار الزائفة ليست وليدة الساعة بل هي مسيرة إنسانية لعشرات الآلاف من السنين .

من هنا جاءت دراستنا لتبحث في انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك وتأثيرها على مصداقية الأخبار، حيث احتوت هذه الدراسة على الإطار المنهجي ، عن طريق تقسيم عملية البحث إلى مراحل متعددة على شكل خطوات واضحة المعالم ومتكاملة الأهداف لتحديد الدقيق لموضوع البحث من خلال تسطير الاختبارات المنهجية للدراسة بأجزائها التحليلية والميدانية، مما ساعد ذلك في تكوين تصور واضح للدراسة ثم

الإطار النظري الذي احتوى على فصل واحد يشمل مبحثين، وكل مبحث مقسم إلى خمس مطالب يستعرض ملخصا للتراكم المعرفي النظري حول موضوعنا .

ففي الفصل الأول سنتطرق في المبحث الأول لمدخل مفاهيمي للأخبار الزائفة وهذا خلال أربعة مطالب، الأول يشمل النشأة والمفهوم للأخبار الزائفة، الثاني يحتوي على الأخبار الزائفة والمفاهيم المشابهة، والمطلب الثالث مخصص لأسباب انتشار الأخبار الزائفة، أما المطلب الرابع فستعرض فيه أنواع الأخبار الزائفة، ومن خلال المطلب الخامس سنتطرق فيه لتأثيرات الأخبار الزائفة.

أما المبحث الثاني خصص لموقع الفاسبوك والأخبار الزائفة سنتناول في المطلب الأول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها، في حين سنتناول في المطلب الثاني أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي، المطلب الثالث استخدامات و تطبيقات، الإيجابيات و سلبيات الفيسبوك، أما المطلب الرابع سنتعرض لخطورة الأخبار الزائفة عبر الشبكة الفيسبوك، أما المطلب الخامس آليات الحد من انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفيسبوك.

ومن ثم الإطار التطبيقي للدراسة محاولة منا الربط بين التصور النظري والواقع الميداني حسب المتغيرات المعمول بها في الدراسة، ومن ثم استخراج مجموعة من الاستنتاجات العامة الناتجة عن الدراسة الميدانية.

وأخيرا تقدمنا بخاتمة الدراسة كانت بمثابة خلاصة مختصرة عن الموضوع.

الجانب المنهجي للدراسة:

### 1\_التعريف بموضوع البحث:

تتمثل هذه الدراسة في مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة المرسومة ب: "انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك وتأثيرها على مصداقية الأخبار"، حيث تم التطرق إلى قضية الأخبار المزيفة وتأثيرها البارز جدا في السنوات الأخيرة على الرغم من حقيقة أن الأخبار المزيفة ليست ظاهرة جديدة إلا أن التطورات التكنولوجية قد أوجدت بيئة خصبة للأخبار المزيفة للاندفاع السريع بتوفر منصات الوسائط الاجتماعية مثل الفيسبوك، يوتيوب، تويتر، أرضية لتوليد وتوزيع الأخبار المزيفة وبالتالي من المهم دراسة الطريقة التي تعمل بها وسائل التواصل الاجتماعي وكيفية إنتاج الأخبار المزيفة ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي والدور الذي يلعبه المستخدمون على وجه الخصوص.

فقد ساهم التحميل الزائد للمعلومات والافتقار العام في فهم كيفية عمل الشبكة الداخلية إلى زيادة الأخبار المزيفة أو القصص الخادعة فيمكن لكل من وسائل التواصل الاجتماعي والمستخدمين لعب دور كبير في زيادة انتشار هذه الأنواع من المحتويات الإعلامية المضللة والمزيفة والخادعة.

نسلط الضوء في دراستنا إلى دور موقع الفايسبوك في نشر الأخبار المزيفة ولفهم تأثيرها على مصداقية الأخبار يجب فهم الطريقة التي يتفاعل بها الجمهور مع المعلومات المضللة على موقع الفايسبوك.

### 2\_ إشكالية الدراسة:

ظهر مصطلح "التضليل الإعلامي" في الحياة العامة منذ العقود الأولى من القرن العشرين وقد تجسد في التلاعب المقصود في مضمون الرسالة الإعلامية أو بعض أوجهها أو تحريفها أو تشويهها أو توجيهها بمسارات معينة فضلا عما تشتمل عليه من كذب وزيف وخداع.

يعتبر التضليل الإعلامي من أدوات أساسية التي تستخدم في الحرب النفسية الحديثة ومن أهمها ، فضلا عن كونه الأداة التي تستخدم على نطاق واسع في كثير من أنواع "الدعاية" في نطاق العمليات والحروب ، فلم تقتصر اليوم ممارسة عمليات التضليل الإعلامي على بيئة الإعلام والاتصال التقليدية، بل تتم ممارسة هذه العمليات بشكل أكبر وأوسع في بيئة الإعلام الجديد والرقمي، إن هذه البيئة قد وفرت مساحات كبيرة لممارسة التضليل بأساليبه المتنوعة، وقتوات لنقل الأخبار الزائفة والمغلوبة، فيوصف إعماده نشر المعلومات والبيانات والأخبار والوقائع الكاذبة أو المختلفة أو المزيفة عبر منافذ الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي والتطبيقات الإعلامية والإتصالية للإنترنت.

حيث وفرت تكنولوجيا الإتصال الحديثة بالأخص شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك الفرصة لكل مستخدم بأن يدلي بدلوه في مجالات الحياة كافة، ومن دون الإلتزام بأية معايير مهنية او علمية، وقد أصبح له منفذه الذي يستطيع عبره إصدار الأحكام ونشر ما يريد والتحدث بأي شيء، وهذا عن طريق مسك جواله وفتح أي تطبيق فيطلق العنان لقلمه ويتحدث في قضايا الساعة والشؤون العامة والخاصة، أو نشر معلومات مضللة ومخادعة وأخبار مزيفة من دون نسبتها الى مصادر معروفة او موثوقة، أو نشر أو تقديم الصور المفبركة والفيديوهات المختلفة المركبة.

إن طبيعة الإنترنت بمنافذها وتطبيقاتها الإعلامية والإتصالية وخصائصها ومواقعها المتعددة وبخاصة منها موقع الفيسبوك، والحرية الواسعة التي تتمتع بها وعدم وجود رقابة حقيقية للمضمون الذي يأخذ طريقه للنشر، وإتاحته المجال لجميع المستخدمين للنشر، وعدم وجود ضوابط أو معايير مهنية أو قانونية أو حتى أخلاقية في كثير من الأحوال تحكم هذا النشر، بإضافة إلى حرية إمتلاك المنصة أو مواقع دون وجود آلية تنظيم هذا كما يتوفر عليه الإعلام التقليدي، وقد إقتضي إلى تحول هذا الموقع لساحة مفتوحة لنشر الأخبار الزائفة على نطاق واسع، بهدف التأثير على الجمهور المتلقي وتضليله وخداعه.

يجب الإشارة بالرغم من إيجابيات التي يتوفر عليها الفايسبوك وتقديمه الحرية للجميع بتعبير عن نفسه ومواقفه وتصورات وأرائه وإتاحة المجال للتنوع المجتمعي بأطيافه وتياراته لعرض ثقافتها وتواصلها مع بعضها البعض، إلا أن حرية الممارسة الإعلامية عبره خلقت ما يطلق عليه "أزمة المصداقية والثقة" وهذا نتيجة للكثرة الهائلة من المعلومات والبيانات والأخبار الكاذبة والمزيفة، والحقائق المشوهة وغيرها التي تتدفق بشكل كبير على مدار اليوم، إذا أنه وفي خضم هذا التدفق الهائل للمعلومات وبما يطلق عليه الفيضان المعلوماتي الذي يفوق القدرة على استيعابه، فقد ضاعت الحقيقة أو تكاد أو إنها تتوارى مرغمة خلفها كما هائلا من الأكاذيب والخداع والزيف والتضليل، فالأخبار الزائفة لم تنزع الثقة من المتلقين فحسب بل إنتقل الأمر إلى أمنهم وإستقرارهم وتوترهم وقلقهم فبهذا نقول إن مصداقية الأخبار الزائفة قد إنتقل تأثيرها من الحالة النفسية إلى الإجتماعية والثقافية والسياسية، وهذا ما جعل جمهور المتلقين لا يثقون في ما يقدم إليهم رغم تفاعله مع ما يتقدم له لجهلهم مصدر المعلومات ولكنرتها .

ومما سبق نطرح الإشكالية التالية: ما مدى انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك وتأثيرها على مصداقية الأخبار؟

وتندرج تحت الإشكالية الرئيسية التساؤلات الفرعية التالية:

### 3\_ التساؤلات الفرعية:

1\_ كيف يساهم الفايسبوك في سرعة نشر الأخبار الزائفة؟

2\_ كيف تؤثر الأخبار الزائفة على مصداقية الأخبار؟

3\_ ما هي المصداقية التي تتمتع بها الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز؟

### 4\_ الفرضيات :

\_\_ يساهم موقع الفايسبوك في نشر الأخبار الزائفة من خلال متابعة الأفراد للأخبار عبر هذه المواقع.

\_\_ تؤثر الأخبار الزائفة على مصداقية الأخبار عبر صفحة اليقين نيوز من خلال اعتمادها أسلوب التضليل والتزييف وتكرار نشر الخبر عبر صفحاتها .

\_\_ تتفاوت المصداقية التي تتمتع بها الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز حسب المواضيع.

### 4\_ أسباب اختيار الموضوع:

إن مرحلة اختيار الموضوع القابل للدراسة العلمية لها أهمية بالغة، إذ يمكن أن تتعدى أسباب اختيار لموضوع معين لعدّة أسباب، ولهذا يرجع اختيارنا لموضوع انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك وتأثيرها على مصداقية الأخبار لعدة عوامل تمثلت في جملة من الأسباب الذاتية والموضوعية ومن بين هذه الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع نجد مايلي:

#### أ\_ الأسباب الذاتية:

— اتصال وارتباط هذا الموضوع بمجال تخصصنا وكونه آني و عصري ما أثار فضولنا ورغبتنا .

— الرغبة الشخصية في دراسة المواضيع الجديدة والرائجة.

— الرغبة في التعرف على أسباب انتشار الأخبار الزائفة عبر شبكة الفايسبوك.

#### ب\_ الأسباب الموضوعية:

- نقص الدراسات السابقة المتعلقة بانتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك وتأثيرها على مصداقية الأخبار.

- حداثة الموضوع وجديته وقلة التطرق له بالأبحاث العربية.

### 5\_ أهداف الدراسة:

ككل بحث علمي أو دراسة، يسعى فيها كل باحث في بحثه لتحقيق مجموعة من الأهداف حتى تصل إلى نتائج معينة ومن خلال دراستنا لموضوع انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك وتأثيرها على مصداقية الأخبار وللإجابة على التساؤلات الفرعية فإننا نسعى للأهداف التالية:

- معرفة مصداقية المعلومات المقدمة من خلال موقع الفايسبوك على صفحة اليقين نيوز .

- رصد آليات وأساليب انتشار الأخبار الزائفة عبر صفحة اليقين نيوز.



- معرفة أسباب الولوج والإقبال إلى الأخبار الزائفة من طرف الجمهور المستخدمين.
- معرفة مدى سرعة انتشار الأخبار الزائفة في البيئة الرقمية وانعكاسات ذلك على الجمهور.

### 6\_ أهمية الدراسة:

تتخذ هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع في حد ذاته حيث تطرح قضية انتشار الأخبار الزائفة عبر الفيسبوك وتأثيرها على مصداقية الأخبار و انتشارها الواسع عبر وسائل الإعلام المختلفة خاصة عموما وخاصة موقع الفيسبوك وتتميز هذه الأخيرة بقدرتها التأثيرية على الجمهور كونها مصدر للمعلومات والأخبار سواء صحيحة أو زائفة ما يزيد من حدّة تفجير الأزمات، ويثيرها فضولنا للبحث فيه وفيما يخص موقع الفيسبوك وإثراء المحتوى العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال وتقديم إضافة علمية في هذا المجال لتكون بمثابة نقطة انطلاق لبحوث أخرى وفتح المجال للباحثين والدارسين بإنجاز المزيد من الأبحاث التي توضح انتشار الأخبار الزائفة.

### 7\_ منهج الدراسة:

إن أهم ما يميز الدراسة العلمية عن غيرها استخدامها للمنهج العلمي، فلا بد على كل باحث الاستعانة بمنهج معين في بحثه وذلك للوصول إلى نتائج علمية وموضوعية، فالمهج هو: " هو الطريقة التي يتعين على الباحث أن يلتزم بها في بحثه، حيث يتقيد بإتباع مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير البحث للوصول إلى الحلول الملائمة لمشكلة البحث."<sup>1</sup>

وتتعدد مناهج البحث وتختلف تبعا لطبيعة الموضوع وبما أناشكاليتنا تسعى لدراسة "انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفيسبوك وتأثيرها على مصداقية الأخبار" فهي دراسة استكشافية تنتمي إلى الدراسات الوصفية لأنها تستهدف وصف موقع الفيسبوك بالتركيز على صفحة اليقين نيوز كنموذج، وتأثير الأخبار المنشورة عبرها على مصداقية الأخبار ونقوم على تفسير الوضع الراهن لظاهرة أو مشكلة الأخبار الزائفة بهدف الوصول إلى وصف دقيق وعلمي ومتكامل للظاهرة أو المشكلة.

<sup>1</sup> \_ عبد القهار داود العاني، منهج البحث والتحقيق في الدراسات العلمية والإنسانية، دار وحي القلم، دمشق، 2014، ط1، ص16

وهذا ما استلزم علينا استخدام المنهج المسحي في دراستنا وذلك لتقديم تفسير انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك إضافة إلى التعمق أكثر في تحليل الظاهرة المدروسة والحصول على بيانات دقيقة.

ويعرف هذا المنهج على أنه: "أحد المناهج العلمية المعينة على اكتشاف العلاقات الناتجة عن تداخل عدد المتغيرات والتي تؤثر سلبا أو إيجابا على الظاهرة مما يستوجب تقصي الحقائق عنها بإجراء مسح شامل للمجتمع المستهدف بالبحث أو الدراسة."<sup>1</sup>

### 8\_ مجتمع البحث:

إن لكل دراسة علمية مجتمع البحث، ومجتمع البحث هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث ويعرف أيضا جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة.<sup>2</sup>

وعليه تمثل مجتمع بحثنا في معجمي صفحة اليقين نيوز.

### 9\_ عينة الدراسة:

تعرف العينة على أنها ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي ستجمع من خلاله المعطيات.<sup>3</sup>

ومن جهتنا فقد حاولنا أن تكون العينة المختارة ممثلة لمجتمع البحث قدر الإمكان من أجل إعطاء أكثر مصداقية لدراستنا، لذا وقع اختيارنا على "العينة القصدية" ولم يكن ذلك اعتباطيا وإنما لأسباب تتلاءم مع طبيعة الدراسة والمنهج المختار ومنها سهولة الوصول إلى مفردات العينة، عدم استغراق وقت طويل وعليه لا بد من تحديد المجتمع الذي نريد معاينته ولا بد أن تكون العينة مماثلة لجميع الفئات .

لهذا تم اختيار العينة القصدية وهي العينة التي يتم اختيار وحداتها وفق وجهة نظر الباحث لاعتقاده من أنها تعطي نتائج مرضية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عقيل حسين عقيل، فلسفة ومناهج لبحث العلمي، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1999، ص76.

<sup>2</sup> ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2006، ص139.

<sup>3</sup> مورييس أنجوس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004، ص301

<sup>4</sup> عبد الحميد عبد المجيد البداوي، أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي، التخطيط للبحث وجمع البيانات، دار الشروق، عمان، 2007، ص72

وتعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة، مثل العينة الغرضية أو العمدية أو العينة النمطية، التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكّمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات.<sup>1</sup>

وعليه قمنا باختيار عينة تتكون من 130 مفردة وهم المستخدمون لصفحة اليقين نيوز.

### 10\_ أدوات الدراسة:

يستخدم الباحث عدة طرق وأدوات لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة للإجابة عن أسئلتها فلعل مايجب على الباحث هو اختيار عين بحثه ثم يقرر أي الأدوات ملائمة في جمع المعلومات منها.

وانطلاقا من طبيعة دراستنا والبيانات والمعلومات المراد الحصول عليها فقد استخدمنا الاستمارة.

يعرفها مُجدّ عبد الحميد: "على أنّها أسلوب لجمع المعلومات تستهدف استشارات الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقدير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات.<sup>2</sup>

استخدمنا الاستمارة كأداة رئيسية نخدم بحثنا وهذا لعدّة أسباب منها أن الجمهور المستهدف هو جمهور افتراضي في أماكن مختلفة ومتباعدة يحد من إمكانية استخدام أدوات أخرى كما يمكن الحصول على المعلومات المتعلقة ببحثنا عن طريق هذه الأداة وذلك لاختصار الوقت والجهد، وعليه سيتم توزيع استمارة إلكترونية عبر الفيسبوك ومستخدميه و نشرها عبر صفحة اليقين نيوز.

حيث تعرف الاستمارة الإلكترونية بأنها أحد الطرق التي يستخدمها الباحثون في توزيع الاستبيانات، ويتميز الاستبيان الإلكتروني بأنه طريقة سريعة لعرض المعلومات والحصول على الإجابات من المشاركين في مدة قصيرة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> \_ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص197

<sup>2</sup> \_ مُجدّ زيان مُجدّ، البحث العلمي ومناهجه وتقنياته، الجزائر، ديوان المطبوعات الجزائرية، ط1983، ص4، ص55.

<sup>3</sup> . الاستبيان الإلكتروني وتحليل بياناته.. a11h. 27/04/2021. <https://www.mamara.com.le>

صدق المحكمون الظاهرين:

قبل الشروع في تطبيق أداة الدراسة تم عرض أسئلة هذه الأداة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال قصد إيداء ملاحظاتهم حول مدى مناسبة فقرات الاستبيان لأبعاد، وذلك بالتنسيق مع الأستاذ المشرف.

قائمة الأساتذة المحكمين:

| الدرجة العلمية | التخصص                | الأستاذة              |
|----------------|-----------------------|-----------------------|
| استاذ محاضر أ  | صحافة مكتوبة          | جديد عابد             |
| أستاذ محاضر أ  | مجتمع المعلومات       | إيكوفان شفيق          |
| أستاذ محاضر أ  | علوم الاعلام والاتصال | بن عزة إبراهيم الخليل |

### 11\_ تحديد المفاهيم:

1\_ انتشار:

لغة: "انتشار مصدر انتشر نقول عرفت الآلات الإلكترونية انتشارا واسعا، ذيوعا، أي صارت موجودة في كل مكان".<sup>1</sup>

من الناحية الإجرائية:

"هو سرعة وإشاعة الخبر الزائف أي يصبح كل فرد له العلم بهذا الخبر بوجود الأنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيسبوك."

### 2\_ الأخبار

لغة: "لم يتفق البلاغيون العرب على تعريف واحد للخبر، وان شاع تعريف القز ويني قديما وحديثا وهو أن الخبر كل كلام يحتمل الصدق والكذب لذاته.

<sup>1</sup> \_ معاجم الوجيز <https://www.maajimalwajeez.net.dictionay>.11.08h.a.14/04/2021.

وقال ابن منظر: الخبر واحد الأخبار وأخبره أنبأه، وستخبره سأله عن الخبر وطلب أن يخبره وخبرت بالأمر أي علمته والخبر هو ما أتاك من نبأ.<sup>1</sup>

\_ اصطلاحاً:

"في علوم الإعلام والاتصال تكاد تلتقي تعاريف الخبر في مفهوم عام وهو أن الخبر وصف لحدث آني يحظى بالاهتمام.

الأخبار هي كل ما يؤدي إلى تحذير الناس وإخبارهم أو تثقيفهم بما يقدم لهم من معلومات يحتاجون إليها لاتخاذ قراراتهم اليومية".<sup>2</sup>

3\_ الأخبار الزائفة:

زائفة لغة: "اسم فاعل من زاف نقول أعطاه درهما زائفاً أي غير صالح للتداول".<sup>3</sup>

اصطلاحاً:

"الأخبار الزائفة يقصد بها تلك الأخبار التي لا يمكن أن توجد أدلة كافية لدعمها، أو تأتي من مصادر مشكوك في مصداقيتها".<sup>4</sup>

من الناحية الإجرائية:

هي عبارة عن أخبار مختلفة تنشر عبر موقع الفيسبوك في صفحة اليقين نيوزمحاولة تطويق المجتمع بالبيانات والمعلومات المزيفة هي أخبار تفقد الصدق في معلومتها وقد تكون ورائها مصلحة شخصية أو جماعة.

4\_ التأثير

الأثر لغة:

1\_ ابن منظر، لسان العرب، ج4، مادة الخبر، دار المعارف، القاهرة، ص227.

2\_ نحلة أبو رشيد، كتابة وتحرير الأخبار(1)، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص6.

3\_ <http://www.almaany.om.le> :13/04/2021.a :17 :00h

4\_ عبد المجيد رمضان، حق الوصول إلى المعلومة كآلية لمحاربة الأخبار الزائفة أثناء الأزمات، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد09، العدد04، السنة2020، ص186.

"فلانا بأثره، أثراً، والحديث نقله ورواه عن غيره، والسيف أثراً وأثره: ترك فيه علامة يعرف بها، وفلان أن يفعل كذا، اختار فعله وفلانا أثراً فضله".<sup>1</sup>

### اصطلاحاً

"هو حصول ما يدل على وجود الشيء والنتيجة وقال الجرجاني الأثر له ثلاثة معاني، الأول بمعنى النتيجة، وهو الحاصل من الشيء، والثاني بمعنى العلامة، والثالث بمعنى الجزء".<sup>2</sup>

### من الناحية الإجرائية:

"هو النتيجة المحصل عليها جراء سماع أو مشاهدة الخبر الزائف الذي شوهد عبر مواقع التواصل الاجتماعي وما يترك من مخلفات سواء نفسية أو سياسية أو إجتماعية لها القدرة في تغيير الآراء والقرارات".

### 6\_ المصدقية:

تعد المصدقية واحدة من العوامل المؤثرة في الإعلام والعملية الاتصالية وتعني الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها فإن المصدقية تعني عند البعض الأداء الصائب للوسيلة.<sup>3</sup>

### من الناحية الإجرائية:

يعني استخدام صفحة اليقين نيوز بالشكل الصحيح فتتوازن وتصبح لها مصداقية وتكون مرجع للمستخدمين شريطة تحقق مصداقية .

### 7\_ موقع الفايسبوك:

عرف شري كركوف كيونت بأنه واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية يمثل مجتمع دولي على الانترنت، وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم البعض من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو وغيرها من المعلومات والاتصال بشكل عام من الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جورج ميثري عبد المسيح، لغة العرب، معجم مطول للغة العربية ومصطلحاتها الحديثة، ط1، مكتبة لبنان، 1993، ص3

<sup>2</sup> علي بن محمد الجرجاني، التعريفات، ط1، دار الكتاب العربي، 1992، ص3.2.

<sup>3</sup> بشرى حسين دحماني، مصداقية وسائل الإعلام بين الحقائق وتطمين الأكاذيب، ط1، 2018، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ص15.

### 12\_ الدراسات السابقة:

هي تلك الدراسات التي تحترم القواعد المنهجية في البحث العلمي وقد يواجه هذا النوع من الدراسات في المجالات أو المذكرات شريطة أن تكون لدراسة موضوع وهدف ونتائج وإذا وجدت فرضيات البحث والعينة والمنهج والأدوات فالدراسة تصبح أكثر تفصيلاً.

لذلك حاولنا قدر الإمكان الحصول على دراسات سابقة أو مشابهة لهذه الدراسة :

#### دراسة عربية

**الدراسة الأولى:** دراسة الباحثة مريم ناريمان نومار بعنوان استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة على عينة من مستخدمي الفيسبوك في الجزائر.  
تمثلة في مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، بقسم العلوم الإنسانية جامعة الحاج لخضر باتنة 2012/2011.

انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي وهو ما أثر استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية على العلاقات الاجتماعية؟ حيث استخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي الذي يتناسب مع طبيعة البحث ومتطلباته، أما عينة الدراسة فكانت قصدية تكونت من 200 مفرد على مستخدمي الفيسبوك بولاية كباتنة ومستغانم الجزائر وورقلة أما فيما يخص أداة البحث فاستعملت الباحثة الملاحظة والاستمارة.

ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة ذات علاقة بدراستنا نجد:

أغلب المبحوثين يتصفحون الفيسبوك من مرتين إلى ثلاث مرات في اليوم.

يستخدم أغلب أفراد العينة الفيسبوك بدافع التواصل إلى جانب التثقيف.

ومن هذا المنطلق نجد أن هذه الدراسة تناسبنا في المتغير الثاني لدراستنا وهو مواقع التواصل الاجتماعي بحيث استفدنا من هذه الدراسة في جوانب منها تكوين لمحة عن مواقع التواصل الاجتماعي وأهم إستخداماتها كما أفادتنا منهجياً في اختيار المنهج الملائم للبحث إضافة إلى تغيير العينة وضبط أداة البحث.

<sup>1</sup> \_ حسين محمود هتيمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ط1، ص89.

### دراسة أجنبية:

الدراسة الثانية: للباحث عبد الرزاق الدليمي، سنة 2018، جامعة ألبترا في الأردن، بعنوان إشكالية الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام، دراسة إعلامية، بمركز الجزيرة للدراسات، حيث تندرج هذه الدراسة في إطار دراسات الرأي العام الوصفية.

وقد طرح الباحث في دراسته التساؤل الرئيسي الذي يدور حول مشكلة البحث على الشكل التالي: ما تأثير الأخبار المفبركة على الرأي العام؟ وما أبعاده ومجالاته ومخاطره؟ والتي هدفت إلى الكشف عن دوافع الاعتماد على الأخبار المفبركة ومجالاته وتسلسل الضوء على أساليب التعامل مع الأخبار المفبركة.

حيث اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي وتمثلت عينتها في الدراسة الكمية على عينة من أساتذة الإعلام وكذلك عينة من الصحفيين المسجلين رسمياً في نقابة الصحفيين في الأردن، وبلغ عدد وحدات العينتين 110. واستخدمت الدراسة الحالية أداة الاستبيان وتحليل الشائعات حيث يعبر عن الرأي العام في موضوعات معينة وكان من أبرز نتائجها.

1\_ مدى إدراك الصحفيين لأخبار المفبركة من حيث المفهوم وقد حصلت على درجات متفاوتة .

2\_ معدل إدراك مدرسي الإعلام للأخبار المفبركة من حيث المفهوم والأهداف ذو درجة مرتفعة.

3\_ الدوافع المقترحة لاعتماد الصحفيين الأردنيين على الأخبار المفبركة وقد حصلت على درجة عالية.

من هذا المنطلق فإن الدراسة تقترب من دراستنا في تقاطعها مع أحد المتغيرات وهي الأخبار المفبركة تساعدنا لحد ما في توجيه هذا البحث بناء على النتائج التي توصلت إليها، حيث اعتمدت كلا الدراستين على العينة القصدية وتختلف معها دراستنا من حيث المنهج والتأثير بحيث ركزت هذه الدراسة على الأخبار المفبركة وتأثيرها على الرأي العام أما دراستنا فركزت من الناحية التأثيرية على مصداقية الأخبار، كما اختلفا من حيث النظرية فقد اعتمدنا على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام أما دراسة الباحث اعتمد على نظرية الأجندة كما استفدنا من الدراسة في الجانب المنهجي من خلال تشابه الأدوات والعينة.



### 13\_ الخلفية النظرية للدراسة:

بالالتفات لأهمية النظريات في مجال البحث العلمي نعتد في دراستنا انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك وتأثيرها على مصداقية الأخبار على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وقد ظهرت في نماذج التأثير المعتدل لوسائل الإعلام ولقد كانت البداية الأولى لبروز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحث "ساندرا بول روكيتش وملفين دي فلور" وزملائهما عام 1974

وتقوم النظرية بالاعتماد المتبادل بين الجمهور ووسائل الاتصال في المجتمع الحديث لأن هذه الوسائل عملية الوجود لا يمكن الاستغناء عنها، فإن درجة اعتماد الأفراد على المعلومات يشتقونها من وسائل الاتصال باعتبارها متغيراً أساسياً لفهم متى ولماذا تغير وسائل الإعلام الاتصال معتقداتهم ومشاعر وسلوك الأفراد.<sup>1</sup>

بفرض أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام للحصول على الأخبار والمعلومات من البيئة المحيطة بهم وذلك لإشباع حاجاتهم. يزيد اعتمادهم على وسائل الإعلام لتفسير وتحليل عقد المجتمع أو في حال شحوح المعلومات وبأخص وقت الأزمات .

اتخذنا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام باعتبار الآثار المترتبة عن ذلك، أي اعتماد الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي بهدف معرفي والقضاء على الغموض وإشباع الفضول بأخص أوقات الأزمات وما ينتج عنه من تعميم للمعلومة، يكون الأفراد اتجاه ويأتي هذا تحت مسمى آثار معرفية.

أما الآثار الوجدانية فنقصد بها اعتماد الأفراد على موقع الفايسبوك في أوقات الأزمات للقضاء على الخوف والقلق نتيجة التعميم الكبير للمعلومة فإنتشار الأخبار الزائفة أوقات الأزمات عبر موقع الفايسبوك يكون بسرعة كسرعة إلتهاب النار وسط البنزين.

ويأتي تحتها آثار سلوكية ما يولد التنشيط والخمول فقد ينشط الفرد بإكتساب معلومة وقت الأزمة او يرضي فضوله و حاجته النفسية و سلوكية و يصبح فعال في المجتمع ،او قد يخمل وهذا لتكرار ما هو زائف يؤدي به إلى الإنعزال والانطواء ما يكسبه في اغلب الأحيان موقف المحايد وعدم الثقة في كل ما يقدم له.

<sup>1</sup> \_لامية صابر، محمد غزالي، دراسات في الإعلام الجديد، ط2017، 1، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، ص190.

فمن المفترض أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا من مصادر تحقيق أهدافهم فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، وأنه كلما زاد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام ارتفع استخدامه لها وزادت أهميتها بالنسبة له وتأثيرها عليه.

فإن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر المعلومات التي تلزم الأفراد لبلوغ أهدافهم الشخصية وكلما زاد المجتمع تعقيدا اتسع مجال الأهداف الشخصية لديهم والتي تتطلب الوصول لمصادر معلومات من وسائل الإعلام.

ومن منطلق الفروض التي تقوم عليها النظرية توضح وجود علاقة اعتماد متبادلة بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي وأنه تزيد حاجة الجمهور للاعتماد على الوسيلة كلما زادت الحاجة للمعلومة فمن خلال هذا يحقق الفرد أهداف رئيسية تشمل فهم الفرد ذاته والفهم الاجتماعي للبيئة التي يعيش فيها ويروي الفرد عطشه بحصوله على المعلومات بأخص وقت الأزمات.

بينما وجه نقد لهذه النظرية يتمثل في كون وسائل الإعلام لا تسمح للأفراد بفهم الواقع بشكل أكبر وتتأثر أجندة وسائل الإعلام بحسب رغبات الجمهور وبهذا فوسائل الإعلام تعتمد على رغبات وأهواء الأفراد واختلاف ثقافتهم ودرجة اعتمادهم على وسائل الإعلام .

ومن هذه الناحية تظهر العلاقة المرتبطة بالنظرية مع دراستنا في أن وسائل الإعلام بما فيها الوسائط الاجتماعية (فيس بوك، تويتر، يوتيوب... الخ) مصادر رئيسية يعتمد عليها الأفراد في الحصول على الأخبار خاصة في حالات ألا استقرار والتحولات والصراعات داخل البيئة الاجتماعية، التي تفرض على الأفراد زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام .

ولكون مواقع التواصل الاجتماعي عموما و الفايسبوك خصوصا الوسيلة الأحدث والأسهل في الامتلاك فهي البيئة الخصبة للاندفاع السريع للأخبار وقد وفرت الوسائط الاجتماعية ما يسمى بالتفاعل أي تفاعل الجمهور مع المعلومات المقدمة له.

تخلي الجمهور نسبيا على وسائل الإعلام التقليدية وانصّب اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك لاكتساب الأخبار فساهم التفاعل وإعادة النشر والتحميل الزائد للمعلومات في زيادة نشر الأخبار

الزائفة والحادعة وأصبح التفريق بين الخبر الصحيح والزائف صعب جدا، فساهمت الوسائط الاجتماعية في توفير أرضية للأخبار الزائفة بين المستخدمين في زيادة نشرها وبهذا نقول أن اعتماد الأفراد على موقع الفايسبوك ساهم في كثير من الأحيان في نشر الأخبار المضللة والكاذبة للكم المعلوماتي كبير متوفر عبره وعدم وجود مصدر لها وتاحته في تناول جميع أفراد المجتمع أي ما يزيد انتشار خبر زائف بسرعة كانتشار النار وسط المهشيم .

### مجالات الدراسة:

وتشمل مجالين وهما المجال الزمني والمكاني

### بالنسبة للمجال الزمني:

بدأ بداية من يوم اختيار الموضوع دراستنا ابتداء من 03 جانفي إلى غاية 15 جوان 2021.

تم فيه جمع المادة العلمية والنظرية ودراسة الجانب المنهجي والنظري والتطبيقي.

### أما بالنسبة للمجال المكاني

لقد قمنا بإجراء هذه الدراسة على موقع الفايسبوك من خلال توزيع الاستمارة الالكترونية على عينة من مستخدمي هذا الموقع لمعرفة الأطر النظرية والفكرية المتعلقة بالأخبار الزائفة المتدفقة عبر شبكة الفايسبوك وتأثيرها على مصداقية الأخبار ومعرفة مدى استخدام الجمهور لهذه الوسيلة عموما وصفحة اليقين نيوز خصوصا وهذا خلال إجاباتهم على أسئلة الاستمارة الالكترونية.



# الفصل الأول:

موقع الفايسبوك والأخبار الزائفة

## تمهيد

تشهد الساحة الإعلامية في الجزائر تغيرات جذرية في طريقة معالجة الأخبار وتناول المعلومات والحقائق والأحداث المختلفة، بحيث أن هذه التغيرات راجعة إلى التطورات الهائلة التي يشهدها العالم في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي أتاحت عدد هائل من الوسائل الإلكترونية المرتبطة بعالم الإعلام بحيث تلعب دورا كبيرا في فتح مجال مناقشة الأحداث السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، وغيرها، وأيضا فتحت أبواب التعبير عن الآراء والأفكار والمواقف بكل حرية فأصبح بإمكان كل شخص نقل معلومات وأحداث ووقائع آنية، كما أن هذه الوسائل قلصت من حدود الزمان والمكان التي سمحت بوصول أخبار آنية بطريقة سريعة، وبذلك أصبح موقع الفايسبوك ميدانا خصبا لنشر كل ماهو جديد على الساحة من خلال توفير الجهد والوقت وسهولة التعامل معها حيث تمكن جميع المستخدمين من الوصول إلى الأخبار في الوقت الذي يريدونه ومع ذلك رافق هذا الموقع بعض السلبيات منها نشر الأخبار الزائفة وهي من أخطر الوسائل أو الحروب التي تستهدف العقول.

ومن هنا ارتأينا أن نقدم في هذا الفصل المعنون بالأخبار الزائفة وموقع الفايسبوك مبحثين، في المبحث الأول تم التطرق لمدخل مفاهيمي للأخبار الزائفة حيث اندرج تحت هذا المبحث خمس مطالب تدور حول مفهوم الأخبار الزائفة وتاريخها، والأخبار الزائفة والمفاهيم المشابهة، وأسباب انتشار الأخبار الزائفة، وأنواع الأخبار الزائفة وتأثيراتها.

فالأخبار الزائفة ليست وليدة الساعة بل هي مسيرة إنسانية، إذ أصبحنا اليوم في عصر التواصل الاجتماعي حيث تنشر الأخبار بكثافة أكثر وبسرعة، ومن هنا نجد أن المجتمع أصبح يواجه العديد من المخاطر جراء انتشار الأخبار الزائفة.

في حين تناولنا في المبحث الثاني موقع الفايسبوك وآليات الحد من انتشار الأخبار الزائفة حيث شمل هذا المبحث خمس مطالب تدور حول مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها وأهم المواقع وإيجابيات وسلبيات الفايسبوك وخطورة الأخبار الزائفة عبر شبكة الفايسبوك وآليات الحد من انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك.

## المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للأخبار الزائفة

### المطلب الأول: مفهوم الأخبار الزائفة وتاريخها

— يشير مفهوم الأخبار الزائفة أو الكاذبة إلى شكل من أشكال الأخبار المضللة التي تنشر عبر وسائل الإعلام التقليدية (إذاعة، تليفزيون، صحافة) أو على مستوى وسائل الاتصال الرقمي (الانترنت) وغالبا ما يرتبط هذا المفهوم بوسائل التواصل الاجتماعي وهي أخبار تنافس الحقيقة.<sup>1</sup>

— كما تعرف على أنها أخبار مقالية المقصود بها الكذب أو بعد التحقق منها أنها كاذبة والتي يمكن أن تضلل القارئ وخاصة لها متطلبات سياسية ولها انتشار واسع المدى على المواقع التواصلية بصفة خاصة، وتحمل عناوين مثيرة أو التي يحتمل أن يساء فهمها عن الحقيقة، خاصة إذا شاهدناها بمفردها أو معزولة على تويتر أو الفيسبوك.

في حين يعرف الخبر الزائف على أنه هو الخبر الذي لا يطابق الحقيقة كلها أو جزء منها سواء عن طريق الحذف أو الإضافة أو التزوير وغير ذلك من الوسائل التي تنافس الحقيقة في صورة من صورها، والصحفي يجب أن يتحرى الدقة فلا يتسرع في نشر خبر كاذب أو تصريح مضلل قبل أن يتحقق من صحته واستهداف المصلحة العامة.

وللخبر الزائف شروط تشمل:

— عدم صحة الخبر

— سوء نية الصحفي

— من شأنه تكبير السلم العام وإثارة الفزع بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة.<sup>2</sup>

— يمكننا القول أن الأخبار الزائفة هي معلومات خاطئة و مضللة تهدف إلى خداع القراء ودفعهم للاعتقاد بأنها معلومات موثقة وصحيحة.

<sup>1</sup> —بوهال حفيظة، مستوى القلق وعلاقته بالتعرض للأخبار الكاذبة في عصر جائحة كورونا، دراسة مسحية لعينة من مستخدمي موقع الفيسبوك بالجزائر، جامعة الجزائر3، ص567.

<sup>2</sup> — سهير صالح إبراهيم، أثر الأخبار الكاذبة على المواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب، دراسة تجريبية، ص356

— كما يثير التساؤل عن الأخبار الزائفة مسألة التفكير في طبيعة الأخبار الحقيقية في حد ذاتها، حيث عرفت بطرق مختلفة من عدة باحثين:

فهي كما حددها كرشنر: " سرد لحدث جديد، ومثير للانتباه ومهم.

في حين يعرفها ريتشارد ون على أنها " سرد للأحداث التي تؤثر على الناس بشكل كبير، وهي سرد درامي لشيء جديد أو شيء منحرف.<sup>1</sup>

— من خلال ماسبق من التعاريف المختلفة حول مفهوم الأخبار الزائفة يجب التحقق من صحة المعلومات والأخبار قبل مشاركتها مع الآخرين شخصيا أو على منصة الفايسبوك.

### ثانيا: تاريخ الأخبار الزائفة

إن موضوع الأخبار الزائفة قديم قدم صناعة الأخبار نفسها، فهي إستراتيجية قديمة متجددة ارتبطت تاريخيا بظهور وسائل الإعلام إلا أن انتشار وسائل الاتصال الحديثة والتطور التقني الكبير الذي شاهده العقود الأخيرة في مجال الاتصالات وسرعة نقل المعلومات كل هذه العوامل شكلت بيئة آمنة تروج من خلالها الأخبار الزائفة.

— اهتمت الدراسات التي عنيت بتاريخ الأخبار الزائفة بتتبع ظهورها وتطورها عبر مراحل تطور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة ويمكن تناول تلك الدراسات كما يلي:

### مرحلة ما قبل الطباعة:

في نهاية القرن التاسع عشر انتشر مصطلح الصحافة الصفراء وهو تمثيل لمفهوم الأخبار الزائفة حيث يمثل هذا المصطلح الطريقة التي تستخدمها الصحف وتقوم الصحافة الصفراء على مبدأ تضخيم الحقائق والمبالغة فيها ومحاولة تشويهها وفقا لمصالح معينة تكون إما ضد أشخاص أو في سبيل مصالح سياسية اقتصادية أو حتى مجتمعية.

<sup>1</sup> [http://firstdraftnews.org/latest/fake\\_news.conpliated.le](http://firstdraftnews.org/latest/fake_news.conpliated.le) :20/04/2021.a :22.35.



ففي القرن السادس ميلادي، استخدم بروكوبيوس (500\_554م) المؤرخ الأكثر شهرة في بيزنطة، أخباراً مزيفة لتشويه الإمبراطور.<sup>1</sup>

و وجود الأخبار الزائفة وانتشارها بكل أشكالها ليس بالأمر الجديد على الإطلاق، فبعض النظر عن مدى احتمال ظهور مقال أو صورة إخبارية فاضحة بشكل صارخ فإن هناك دائماً من سيصدقها ويثق بها.

من خلال هذه المرحلة يتضح لنا أن الأخبار الزائفة وانتشارها ليست ظاهرة جديدة فقد كانت موجودة منذ أن أصبحت الأخبار فكرة، وقد مالت الأخبار الزائفة أن تكون مثيرة ومتطرفة، وهذا يعني أنها كانت موجودة كممارسة.

#### ب\_ مرحلة الطباعة:

مكّن اختراع المطبعة والانتشار المتزايد لمحو الأمية من نشر المعلومات على نطاق واسع، فنقص معدلات القراءة والكتابة لدى أفراد المجتمع في عصر ما قبل الطباعة أدى إلى ارتفاع معدلات تلاعب القادة والكتاب بالمعلومات التي يكتبونها لأولئك الذين لم تكن لديهم مهارة القراءة والكتابة.

ومع ازدياد عدد الأشخاص الذين يعرفون القراءة والكتابة، أصبح من الصعب تضليلهم بما يكتب وكان لابد من الكتابة بطريقة مقنعة وموثوقة ومهنية قوية، وسعى القادة دائماً إلى تعيين كتاب موهوبين، بدافع التحكم في المعلومات ومصادرها، مما دفع بعض الناشرين لتقديم أخبار حقيقية.

- تبعت الباسكينو مجموعة متنوعة من الأخبار الزائفة الفرنسية، حيث كانت الشائعات منتشرة خلال القرن السابع عشر في فرنسا.

وعبر جوناثان سويفت عن استيائه من الأخبار السياسية الزائفة في عام 1710م في مقالته فن الكذب السياسي وتحدث عن الأضرار التي يمكن أن تحدثها الأكاذيب سواء تم استنادها إلى مؤلف معين أو مجهول.

كانت مبررات المطابع وحججها في طبع هذه الأخبار المضللة هي نفس المبررات والحجج التي يذكرها مقدم الأخبار الزائفة، وتتحد هذه المبررات في أن الأخبار الزائفة هي الوسيلة التي يتم من خلالها توزيع المادة الخيرية

<sup>1</sup> \_ ممدوح عبد الله مكاي، الأخبار الزائفة بين الإعلام التقليدي الرقمي: دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة (2016\_2020م)، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة بني سويف، مصر، ص 247.

وانتشارها على نطاق واسع، وأن المطابع لا تتحمل مسؤولية تجاه مدى صدق هذه الأخبار أو دقتها، ف  
"الأخبار الزائفة" تباع.<sup>1</sup>

#### مرحلة تعدد وسائل الإعلام التقليدية:

مع ظهور الإذاعة قام (الأب رونالد أربوثنوت نوكس) ببث أخبار مزيفة في يناير 1926م بعنوان: "إذاعة  
الحواجز" على إذاعة بي بي سي، وأشار نوكس إلى أن لندن تتعرض للهجوم من قبل الشيوعيين، و أن البرلمان كان  
تحت الحصار، وأن فندق سافوي وييج بن قد تم تفجيرهما، ولم يدرك الكثير من الجمهور المسمعين أن هذا البث  
كان محاكاة ساخرة وليس بث حقيقي.

وجاء بعد ذلك التقرير الإخباري المزيف كتاب "حرب العالمين" الذي نشره أور سون ويلز عام 1938م،  
وتسبب عرض القصة كبت إذاعي في حالة من الذعر البسيط في الولايات المتحدة الأمريكية، فلم يدرك أيضا  
الكثير من الجمهور أنها قصة خيال علمي، حيث جسد البث الإذاعي غزو المريخ وفي هذا البث لم يكن مقصودا  
أن يكون أخبارا مزيفة.<sup>2</sup>

يمكننا القول أن مرحلة تعدد وسائل الإعلام التقليدية جاءت لبث الأخبار الهامة لكنها زادت "الطين بله"  
لنشرها أخبارا زائفة تحت عناوين ضخمة تستقطب اهتمام الجمهور وذلك بالتحدث عن تعرض لندن للهجوم  
وكذلك تفجير الفنادق، وهذا تحت راية إذاعة بي بي سي لكونها إذاعة عالمية واسعة الانتشار فأهمية الموضوع  
ونشره من خلال موقع يعد ذات مصداقية يؤدي إلى تضليل الجمهور بمعلومات خاطئة ونشرها وبثها على أساس  
أنها صحيحة، وهذا يعني أن الجمهور يميل أكثر إلى إدراك المصدر على أنه صادق خاصة عندما لا توجد  
معلومات كافية عن حقيقة المصدر.

#### مرحلة الانترنت:

يرى كل من (ليباتس، و تريدينك) أن حجم الأخبار الزائفة قد نما بشكل كبير في السنوات الأخيرة، الأمر  
الذي يستوجب تحليلها في سياق ما بعد الحقيقة ومنذ عام 1992م، ذكر الباحثون أننا نعيش في عصر ما بعد

<sup>1</sup> \_ ممدوح عبد الله مكاوي، مرجع سابق، ص248

<sup>2</sup> \_ المرجع نفسه، ص250.

الحقيقة، ومن سماته تبدو العواطف والمعتقدات الشخصية أكثر أهمية من الحقائق، ولم تعد حقيقة الخبر مهمة، وعدم الثقة في السلطة، ومناشدة المشاعر السلبية، مثل الخوف أو القلق.

ويذكر (Roch lin.2017) أنه في حقبة ما بعد الحقيقة، تم استبدال الحقائق والأدلة بالمعتقدات والمشاعر الشخصية، ولم تعد الأخبار الزائفة تمثل افتراءات أو أخبارا غير واقعية، بل أصبحت تمثل هجوما على معتقدات الشخص الموجودة مسبقا<sup>1</sup>.

نلاحظ من خلال ماسبق أن الأخبار الزائفة ليست وليدة الساعة بل هي قديمة وكانت موجودة منذ وجود الأخبار في حد ذاتها غير أن وسائل النشر هي التي تختلف باختلاف المراحل التي مرت عبرها الأخبار الزائفة عبر الأحداث المتداولة ويتم نقلها بصيغة أخرى أو خاطئة ومع اختراع الطباعة بدأت الأخبار المزيفة تنتشر من خلال المطبوعات والصحف والملصقات إلى أن تعددت وسائل الإعلام التقليدية فأصبحت تعرض الأخبار عبر موجات الإذاعة والجمهور يستمع إلا انه لم يدرك أنها أخبار كاذبة ومع التطور التكنولوجي ظهرت مرحلة الانترنت والتي تعتبر أعمق ويمكن أكثر خطورة لأن الوسائل تتعدد فيها.

ولقد تراوحت آثار الأخبار الزائفة على نطاق واسع من التسلية إلى الموت ربما كان لدى بعض مؤلفي الأخبار الزائفة دوافع حميدة لإنتاجها في بداية كنوع من السخرية لكن تخطت ظاهرة الأخبار الزائفة ذلك الأمر وأصبحت أداة لإيذاء الأفراد والمجتمعات والحكومات فكانت النتائج المقصودة وغير المقصودة للأخبار الزائفة في عصر ما قبل الانترنت عميقة وبعيدة المدى ومع زيادة وسائل نشر الأخبار الزائفة أصبحت العواقب خطيرة بشكل متزايد، وأخذت الأخبار الزائفة تنتشر وتتطور حيث أصبح الأفراد يستخدمونها فيما بينهم كأداة هامة لقضاء الحاجات وإشباع الرغبات كتشويه السمعة، تحطيم المعنويات تحقيق أرباح اللهو والمزاح.

<sup>1</sup> \_ ممدوح عبد الله مكاوي، مرجع سابق، ص 251.

## المطلب الثاني: الأخبار الزائفة والمفاهيم المشابهة

لظالما شكلت مسألة الأخبار الزائفة التي تنتشر مصحوبة بالإشاعات المضللة مشكلة حقيقة تؤثر سلبا على تداول الأخبار الصحيحة، إذ كثيرا ما يصعب الفصل بين الحقيقة والكذب، وقد يكون نشر الأخبار الزائفة عن قصد كنوع من التضليل الإعلامي.

وفيما يلي بعض المصطلحات المرتبطة بالأخبار الكاذبة وتقرب في تفسير هذا المصطلح أو تأخذ مكانه في بعض الأحيان وهي كالتالي:

### 1\_ الإشاعة:

لا يمكن القول أن هناك فرق بين الأخبار الزائفة والإشاعة، وما يدل على هذا هو تعريف الشائعة والذي يشير بأنها: خبر أو مجموعة من الأخبار الزائفة التي تنتشر في المجتمع وبشكل سريع ويتم تداولها بين العامة ظنا منهم في صحتها، ودائما ماتكون هذه الأخبار شيقة ومثيرة، وتفتقر الشائعة عادة إلى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صحتها وتهدف هذه الأخبار إلى التأثير على الروح المعنوية والبلبله وزرع الشك وقد تكون هذه الشائعة ذات طابع عسكري أو سياسي أو اجتماعي.<sup>1</sup>

\_ كما قيل أنها "كل قضية أو عبارة مقدمة للتصديق تتناقل من شخص إلى شخص دون أن تكون لها معايير أكيدة للصدق".

وقيل أيضا " هي اصطلاح يطلق على رأي موضوعي معين كي يؤمن به من يسمعه وهي تنتقل عادة من شخص إلى آخر عن طريق الكلمة الشفهية دون أن يتطلب ذلك مستوى من البرهان أو الدليل"<sup>2</sup>.

كما هي سلوك مخطط ومدبر، تقوم به جهة أو شخص ما لنشر معلومات أو أفكار غير دقيقة أو أحاديث أو نوادر وطرف ونكت، أو بنشر أخبار وتقارير مختلفة ومجهولة المصدر، توحى بالتصديق، أو مبالغا فيها وتتضمن جزء ضئيلا من الحقيقة، تتعلق بالأحداث الراهنة وباهتمامات الجمهور الموجهة إليهم، في وقت محدد عبر وسائل

<sup>1</sup> \_مُجد بن عائض التوم، الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي، تويتر نموذجا، مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، المجلد(4)، العدد(1)، جامعة الحدود الشمالية، المملكة العربية السعودية، 2019، ص140.

<sup>2</sup> \_ عبد الحميد صلاح مُجد، الشائعات والحرب النفسية، ط1، مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، 2009، القاهرة، ص8.

الاتصال الممكنة، من خلال استغلال البشرية وذلك لتدمير أو تشويه صورة أو للتأثير في شخص ما أو في الرأي العام، تحقيقاً لأهداف جهة المنشأ.<sup>1</sup>

يقصد بالشائعة هي الأخبار أو المعلومات غير المؤكدة التي قد تكون صادقة أو كاذبة مبالغ فيها تنتقل من شخص إلى آخر إما شفهيًا أو كتابيًا وإرسال الرسائل وتبادل المعلومات والنشر من خلال موقع الفيسبوك، وهذا ما يمكنها من الانتشار بسرعة عبر وسائل الاتصال وبين مستخدمي موقع الفيسبوك وتكون قابلة للتصديق.

## 2\_ التضييل:

وهو محتوى ملفق ممزوج بالحقائق، ويشمل ممارسات شبكة من المتابعين الزائفين أو أنشطة التصيد المنظمة، وهنا إلى المعلومات المضللة ليس فقط ممارسات إنتاج المعلومات ولكن أيضا مجموعة الأنشطة لتعزيز أهمية هذا النوع من المحتوى.

## 3\_ التحقق من الحقيقة:

إنها عملية لمحاولة التحقق من صحة أو دحض التأكيدات المقدمة في الكلام أو الوسائط المطبوعة أو المحتوى عبر الانترنت ومن المعروف أن لدى بعض وسائل الإعلام أدوات عملية للتحقق من الحقائق قبل نشر المعلومات.

## 4\_ المعلومات الخاطئة:

وهي عملية نشر معلومات كاذبة، إما مع معرفة أنها خاطئة بالفعل أو غير معروفة لدى الناشر أنها كذلك.<sup>2</sup>

## 5\_ الدعاية:

هي الاستخدام الممنهج لأي وسيلة اتصال للتأثير على عقل وأحاسيس هذه الفئة من الناس لهدف محدد، له أهمية اجتماعية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> \_مجد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهتها، دار الفجر، القاهرة، ط2007، 1، ص21-20.

<sup>2</sup> \_نبيل لحر، الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على اتجاهات الرأي العام دراسة في المفهوم، العلاقة والأهداف، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد(07)، العدد(02)، جامعة بسكرة، الجزائر، 2020، ص583.

كما تعرف الدعاية على أنها حالة تسود فيها السيطرة على وسائل النشر المختلفة بحيث ينشر ما يشاء دون تحري الدقة أو الصدق أو الأمانة، وفيها أهداف محددة يحاول بكل الوسائل أن تثير ميول الجماهير وعواطفها للوصول إليها بدل من إيقاظ تفكيرهم وانتباههم.<sup>2</sup>

يقصد بالدعاية هنا أنها أسلوب من أساليب التأثير على عقول الناس من خلال نشر الأكاذيب من أجل تحقيق غاية أو هدف معين.

## 6\_ التضليل الإعلامي:

هو معلومات كاذبة مقصودة، تقدم فائدة من أجل شقّ عمليات عسكرية فاعلة، والكشف عن تسريب المعلومات وإعادة توجيه تسريبها، وتوجيه عملية التلاعب بالوعي والتحكم به كذلك وتنويه أحد ما عن طريق تقديم معلومات ناقصة، أو كاملة لكن غير مفيدة، وتحريف جزء منها في الوقت نفسه.<sup>3</sup>

يمكننا القول أن هناك الكثير من المصطلحات والمسميات التي تبدو وكأنها مرادفات للأخبار الزائفة، وهذا ما يتضح لنا من خلال ما سبق ذكره أعلاه من بعض المفاهيم القريبة والمشابهة لمصطلح الأخبار الزائفة، لكن قد تتشابه في المعنى أو المصطلح ولكن يبقى الاختلاف من حيث الهدف وتأثير كل منهما.

<sup>1</sup> \_ فريد حاتم الشحف، الدعاية والتضليل الإعلامي(الأساليب والطرق)، ط1، دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة، دمشق، 2015، ص8.

<sup>2</sup> \_ جاسم رمضان الهلالي، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2013، العراق، ص200.

<sup>3</sup> \_ فريد حاتم الشحف، مرجع سابق، ص11.

### المطلب الثالث: أسباب انتشار الأخبار الزائفة

أصاب مجتمعنا وباء نهش كيانها وأضعف كبريائها، ألا وهو الخبر الزائف حيث يتزايد معدل انتشار الأخبار الزائفة وقت الأزمات والأحداث الهامة بالمجتمع مثل الانتخابات والكوارث الطبيعية والصحيحة، نظرا لصعوبة تقصي المواطنين وعدم حصولهم على المعلومات التي يريدونها من الجهات المسؤولة المعنية في مثل تلك الفترات، فتعمل منصة موقع الفيسبوك على ملئ الفراغ واختلاف الأخبار الزائفة وتتميز هذه الأخيرة كونها من السهل إطلاقها، بمجرد تدوين عبارات على صفحة الفيسبوك لكن ليس من السهل أن تتوقف تلك الأخبار التي تتم مشاركتها وإعادة نشرها في لحظة صدورها من صفحة لأخرى دون التحقق من مصداقيتها وقد تصل إلى جميع أطراف الكون حيث أصبح العالم من خلال موقع الفيسبوك عبارة عن قرية إلكترونية واحدة.

ويوجد للأخبار الزائفة عدّة أسباب ودوافع تؤدي إلى زيادة انتشار هذه الأخبار ويمكن إجمال هذه الأسباب في النقاط التالية:

**1\_ تنتشر الأخبار الزائفة لأن الناس منغلِقون:** يميل الناس إلى البقاء في أمان "غرف الصدى" الخاصة بهم بدلا من البحث بنشاط عن معلومات جديدة عبر الانترنت بحيث يفضل الإنسان المحتوى الذي يوافق آراءه بدل التطلع إلى محتوى مختلف وهذا ما تسهله مواقع التواصل الاجتماعي اليوم.

وحللت دراسة مستخدمي الفيسبوك لستة سنوات وكانت النتيجة أن استهلاك الأخبار عبر الانترنت يقتصر عند معظم الأشخاص على عدد قليل جدا من الصفحات وتسمى هذه الظاهرة بـ "التعرض الانتقائي" وتتسبب في تشكيل مجتمعات ضيقة حول صفحات معينة على الفيسبوك، ما يؤدي إلى مزيد من الفصل بين المستخدمين وفقا للباحثين، فإن الاستقطاب المتزايد للمستخدمين حول قصص محددة يؤدي إلى الانتشار السريع للمعلومات المظلمة عبر الانترنت.<sup>1</sup>

لقد سهل موقع الفيسبوك صناعة المعلومات واستهلاكها بالنسبة للمستخدمين، حيث أصبح الأفراد يتعرضون بشكل انتقائي لأنواع معينة من الأخبار بسبب الطريقة التي يتم عرضها بها المحتوى الإخباري على صفحات موقع الفيسبوك، فالأفراد على موقع الفيسبوك يتبعون الأفراد المشاهير لهم في طريقة التفكير

<sup>1</sup> عبد الجبار بوطمين، عادل جربوع، الأخبار الزائفة والحراك الشعبي في الجزائر، مجلة المعيار، مجلد 25، العدد 54، جامعة قسنطينة الجزائر 2020، ص 216.

وبهذا يستقبلون أخبار التي تتوافق مع رواياتهم المفضلة، فتأثير غرفة الصدى يسهل العملية التي من خلالها يستعرض الأشخاص ويصدقوا الأخبار الزائفة بسبب العوامل النفسية .

2\_ تنتشر الأخبار الزائفة لأن قدراتهم المعرفية منخفضة: الطريقة التي نقيم بها المعلومات الواردة هي عامل آخر لقابليتنا للأخبار المزيفة، وجد الباحثون بلجيكيون أن قدرة الأفراد على الإدراك تحدد مدى قدرتهم على ضبط موافقهم بعد تصحيح المعلومات الخطأ.

وقامت الدراسة أولاً بتقييم حكم الناس على شخصية وهمية بعد تلقيهم معلومات سلبية عنها، ولكنها قامت في وقت لاحق بتصحيح تلك المعلومات وتقييم ما إذا كانت التغيرات في الأحكام الأصلية للمستجوبين قد حدثت أم لا اتضح أن المشاركين ذوي القدرات المعرفية الأعلى هم فقط من قاموا بتعديل آرائهم بعد تعرضهم بتعديل آرائهم بعد تعرضهم للمعلومات المتناقضة، بينما كانوا المشاركون من ذوي القدرة المعرفية المنخفضة مصريين على رأيهم الأول، على الرغم من الحقائق الجديدة.<sup>1</sup>

وهذا يعني أن الأشخاص ليسوا جيدين بطبيعتهم في التفريق بين الأخبار الحقيقية والمزيفة، خصوصاً إذا كانت القدرة على الإدراك متفاوتة بين الأفراد فهناك من يملكون قدرات معرفية عالية فهذه الفئة تمتلك القدرة على التفريق بين الأخبار الصحيحة والخاطئة والتعديل في أفكارهم، أما الفئة التي تملك قدرات معرفية منخفضة فيقولون مصريين على رأيهم الأول حتى وان كان خاطئ ومزيف وهذا ما يستهدف المستخدمين للأخبار ويجعلهم يستغلون نقاط الضعف الفردية وهذا ما يجعل الفرد سريع التأثر بالأخبار الزائفة وبالتالي يزيد انتشارها بسرعة.

3\_ علاقة جودة المحتوى الإعلامي بالانتشار: إن الوضع أكثر تعقيداً، فنشر الأخبار المزيفة هو ظاهرة متعددة العوامل تعتمد على كل من العوامل المعرفية والبيئية، تفترض دراسة نشرت في دورية أن تدفق المعلومات وامتداد اهتمام المستخدمين المحدود يسهم في نشر محتوى ذي جودة منخفضة على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث وجد الباحثون علاقة ضعيفة بين الجودة وشعبية المحتوى، وخلصوا إلى أنه في شبكة مشبعة بالمعلومات، فإن المحتوى منخفض الجودة يصبح عرضة للانتشار بشكل كبير كمادة عالية الجودة.

<sup>1</sup> \_ عبد الجبار بوطمين، مرجع سابق، ص216.



4\_ تنتشر الأخبار الزائفة بسبب "تأثير الحقيقة الوهمية": إن رؤية الكثير من المعلومات، مثل التدفق المستمر للمنشورات أمامنا، يؤثر على الإدراك: فالتحيز أو ميلنا إلى مشاركة المعلومات التي تدعم معتقداتنا الراسخة يتفاهم على الشبكات الاجتماعية، ليس لدينا وقت لتحليل جميع المشاركات الواردة بشكل صحيح، فتميل إلى الانتباه فقط إلى تلك التي نحبها.

تابع التقرير أن ما يزيد صعوبة ضبط الأخبار المزيفة هو مشاركتها بشكل كبير على وسائل التواصل الاجتماعي، التي بالإضافة إلى كونها مصدرا للأخبار للكثير من المستخدمين، تخلق كذلك بيئة مثالية لما يسمى "تأثير الحقيقة الوهمية".

يفترض هذا التأثير أننا أكثر احتمالاً أن نعتقد بأن العبارة الصحيحة إذا قرأناها في مكان ما من قبل، وذلك لأن التكرار يسرع من قدرتنا على معالجة المعلومات، ما يجعلنا عن طريق الخطأ نعتقد أن المعلومات التي نعرفها بالفعل يجب أن تكون صحيحة.<sup>1</sup>

#### 5\_ تنتشر الأخبار الزائفة بسبب عواطفنا:

هناك عنصر آخر شائع عبر التقارير الإخبارية المزيفة الأكثر فاعلية، هو أن الأشخاص يجدون صعوبة كبيرة في فضحها والسبب في ذلك مرة أخرى هو عواطفنا.

واستكشفت عالمة النفس في جامعة تورك "جوانا كاكنين"، ردود أفعالنا على الأخبار المزيفة على المستوى الفسيولوجي، ووفقاً لأبحاثها حول حركات العين، عندما نقرأ قصة تثير ردود فعل عاطفية، وهي ذات صلة بنا، نحصل على نوع من الرؤية النفسية ويزداد انتباهنا، ما يجعلنا أكثر احتمالاً لتذكر القصة.<sup>2</sup>

كما يوجد للأخبار الزائفة عدة دوافع تساهم في زيادة نشرها، يمكن إجمالها في النقاط التالية:

#### دوافع سياسية:

وتشمل الأخبار الزائفة الأكثر انتشاراً ومتابعة على منصات التواصل الاجتماعي في وقتنا الحالي، والأكثر تأثيراً على الأفراد والمجتمعات، وتسعى الحكومات جاهدة لمحاربتها، وتستخدم هذه الأخبار أشكالاً كثيرة، مثل النكتة

<sup>1</sup> \_المرجع نفسه، ص 217.

<sup>2</sup> \_ عبد الجبار بوطمين، عادل جربوع، مرجع سابق، ص 217.

والصور الفبركة وقصص الفضائح، وتنشر لأهداف سياسية لتشويه سمعة شخصيات سياسية أو قادة النظام السياسي من رؤساء ووزراء وولاة، وتخدم في الغالب مصالح معينة للتأثير على تفكير المواطنين وتغيير مواقفهم واتجاهاتهم تجاه قضايا معينة.

### دوافع إيديولوجية أو طائفية:

وتقتضي هذه الأخبار بتحطيم الروح المعنوية للخصم، وذلك عن طريق النيل من بناء القيم الفكرية والدينية، والإخلال بدرجة التماسك والترابط المجتمعي بين أفراد المجتمع، ومن أخطر الأمور التي تزيد من خطورة هذا الوضع، هو تعرض هذا النسق من القيم والتنظيم لمحاولات الزعزعة والتشكيك.

### دوافع ذاتية:

وهي التي تجعل أشخاصا يقفون وراء أخبار زائفة ينسبونها لهيئات رسمية أو غير رسمية من خلال بث بلاغات غير صحيحة، طلبا لتحقيق رغباتهم الشخصية، والتأثير على الجهات المسؤولة باتخاذ قرارات من شأنها خدمة طموحات أولئك الأشخاص ونلمس ذلك في العديد من التعليمات المزورة التي تنشر عادة على منصة الفايسبوك باسم وزارات ذات علاقة وطيدة بشؤون المواطن، ويعزى هذا الاندفاع نحو نشر مثل هذه الأكاذيب إلى رغبة مروجيها في الحصول على أكبر قدر من التفاعل من رواد الموقع أو الصفحة سواء بالإعجاب أو المشاركة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> \_عبد المجيد رمضان، حق الوصول إلى المعلومة كآلية لمحاربة الأخبار الزائفة أثناء الأزمات، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 09، العدد 04، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2020، ص 188.

## المطلب الرابع: أنواع الأخبار الزائفة

أساس العمل الإعلامي قائم على إخبار المواطنين عما يدور في بيئتهم المحيطة والعالم من حولهم وعليه تقوم كافة الأشكال والوظائف الإعلامية الأخرى وقد اختلفت الطرق التي يقوم بها تداول الأخبار في السنوات السابقة تبعاً للتطور التكنولوجي والتغيرات التي طرأت بفعل ذلك على البيئة الإعلامية وتوجهها إلى الوسائط الرقمية والمواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت، واليوم أصبحنا في عصر التواصل الاجتماعي نعيش في بيئة إعلامية مختلفة، حيث تنشر الأخبار بكثافة أكثر وبسرعة أكبر .

إن النتيجة التي تمخضت عن الانفجار المعلوماتي في السنوات القليلة الماضية أثبتت وجود مفارقات عجيبة بين وفرة المعلومة وإمكانية الوصول إليها مع تزايد المواقع الإلكترونية المتخصصة في ضخ الأكاذيب، وبالعودة إلى وجود النية أو القصد في بث الأخبار المضللة أو المزيفة فقد حاول العديد من الباحثين وضع تصنيفات للأخبار المضللة ومن بين هؤلاء نجد الباحثة في علوم الإعلام " كلير واردل وفريقها الذين قاموا بإحصاء خمسة أنواع من الأخبار المضللة وهي :

السخرية أو البار وديا: ليست هناك نية لإلحاق الأذى بالآخرين، لكن إمكانية إلحاق الضرر بهم قائمة.

ويعني هذا أنه لا توجد في هذا النوع نية للتسبب بالضرر ولكن تتضمن القدرة على الخداع والضرر.

الربط الخاطئ: ويتم ذلك من خلال تقديم مضمون ما وتدعيمه بصور وتعليقات ومؤثرات لا علاقة لها به بغية زيادة التأثير .

أي لا يكون هناك علاقة بين العناوين أو المعلومات بمحتوى المادة بل تهدف لزيادة التأثير .

المضمون المضلل: استخدام مضلل للمعلومات، بنية الخداع.<sup>1</sup>

بمعنى استخدام معلومات مضللة من أجل استهداف قضية .

<sup>1</sup> \_زهية يسعد، الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين، دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد(03)، العدد(01)، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر 2020، ص202.

**المضمون الخاطيء:** عندما يتم نشر مضمون حقيقي عبر الاستعانة بمعلومات سياقية خاطئة، أو انتزاع المعلومات من سياقها العام وهو ما قد يخل بالمعنى الحقيقي لها.

أي مشاركة محتوى حقيقي في سياق معلومات زائفة.

**المضمون التديجيلي:** عند انتقال صفة مصادر حقيقية عبر اختلاق مصادر كاذبة.<sup>1</sup>

أي يتم انتقال هوية مصادر حقيقية باستخدام مصادر مزيفة.

### الأخبار الاقتصادية المزيفة:

إن تقديم أخبار اقتصادية مزيفة ومضللة عبر مواقع التواصل الاجتماعي شأنه شأن باقي الأخبار المزيفة التي يتم إعدادها وتقديمها بتعمد أو بدون، فتؤدي إلى تأثيرات سلبية غير مرغوب فيها خاصة في المرحلة الحالية التي يمر بها الاقتصاد وإتباع السياسات الإصلاحية.

فتشمل تقديم أخبار عن زيادة في الضرائب أو زيادة أسعار خامات أو مواد وسلع معينة أو عن حالة البورصة والأوراق المالية، أو زيادات في الرواتب وأجور العاملين فتخلق مثل هذه الأخبار حالة من الشعور السلبي لدى الجمهور، فتعمل تلك الأخبار على خلق الشعور بالتخبط والارتباك كما يمكنها أن تنمي الشعور بالإحباط الشديد الناتج عن التطلعات الاقتصادية وزيادة سقف التوقعات التي يطمح إليها الجمهور مما يؤدي في النهاية إلى تشكل اتجاهات سلبية نحو سياسات الإصلاح الاقتصادي المتبعة.<sup>2</sup>

### الأخبار السياسية الزائفة:

<sup>1</sup> زهية يسعد، مرجع سابق، ص 203.

<sup>2</sup> أحمد محمود فهمي مُجد، تأثيرات الأخبار الاقتصادية الزائفة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاه الجمهور نحو الإصلاح الاقتصادي، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد الثامن، 2019، بحوث المؤتمر العلمي الرابع، المعهد الدولي للعالم للإعلام، لشروق، ص 531.

يرى "تيم باجرين" أن أحد أكثر التهديدات أهمية للديمقراطية، والأنظمة السياسية، والحكومات ما يسمى بـ "الأخبار الزائفة" التضليل والخداع المتعمد، فقد تم استخدامها لعدة لقرون للتأثير في تفكير ومعتقدات وتوجهات الجمهور في أثناء إجراء الانتخابات والتبادلات التجارية وغير ذلك.<sup>1</sup>

إن الشعور بالقلق السياسي من أحوال الدولة ينقل على ألسنة المواطنين العاديين الذين يشعرون بالقلق إزاء نفس السلبية والخطاب السياسي ويزداد استفزازا من المشهد السياسي.

تركت العولمة فجوة كبيرة بين الناخبين وحكوماتهم وما تستطيع الحكومات أن تنفذه لهم فعليا، ما بين المتطلبات الشعبية والفرص المتاحة، وهي كذلك من التحديات التي تواجه المجتمعات الغربية والديمقراطيات العريقة، التي تصطدم بمشكلات سياسية متعددة مثل: التهديدات العالمية، والهجرة غير الشرعية، والسياسات النقدية، والتجارية وتأثيرات العولمة، ومن ثم للحكومات غير قادرة على مقابلة احتياجات شعوبها مما يزيد من التوتر الشعبي .

البحث في العلوم السياسية يؤكد أن إساءة تفسير الخبر يرتبط بشكل تلقائي بمعتقدات الجمهور السياسية وهويتهم ومواقفهم، وهو ما يظهره أن المستخدم للأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة يكون مدعوما بوجهة نظر سياسية محددة وانتماء حزبي يدفعه للبحث في هذا الاتجاه.

وخاصة أن مثل هذه الأخبار تنشر في فترات الانتخابات بصفة خاصة لا تلتزم أو حتى تلتفت للممارسات الصحفية المهنية، ولكن تركز على جني الأرباح السياسية ومن ثم فهي تمزج الحقائق والإدعاءات الباطلة في تقارير واحدة.<sup>2</sup>

في هذه الحالة تنورط وسائل الإعلام في ترويج أخبار زائفة ذلك لأنها تدار بشكل مباشر من قبل حكومات استبدادية لا تتراجع عن استخدامها في أهدافها السياسية.

<sup>1</sup> \_ ممدوح عبد الله مكاي، الأخبار الزائفة بين الإعلام التقليدي الرقمي، ص 259.

<sup>2</sup> \_ سهير صالح إبراهيم، أثر الأخبار الكاذبة على المواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي، مرجع سابق، ص 362.

### المطلب الخامس: تأثيرات الأخبار الزائفة

في ضوء ما أسفرت عنه الدراسات والبحوث حول تأثيرات الأخبار الزائفة، يمكن رصدها وتلخيصها في التأثيرات التالية:

#### التأثير الاجتماعي:

لقد وجد أن معظم أعمال العنف، في النصف الأخير من العقود السابقة، التي وقعت بين الجماعات والأفراد كانت بسبب الأخبار الزائفة التي تنشرها وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يهدد الوثام الاجتماعي والأخوة بين أفراد المجتمع، ويصيب المجتمعات بحالة من الضعف.

#### التأثير المالي:

تنتشر المعلومات في القطاع المالي من أجل تفكيك هياكل الشركات واقتصاد المجتمعات، قد تنتشر معلومات خاطئة حول محاضر مجالس إدارة الشركات المختلفة، مما يؤدي إلى انخفاض سعر أسهمها في سوق الأوراق المالية.

#### التأثير النفسي:

عندما يتم إعطاء كثير من المعلومات، يصبح الجمهور عرضة للتلاعب، ويكون مدفوعا بالعواطف والتحيزات، ويبدأ في مشاركة الأخبار دون التحقق من أهداف المعلومات وصدقها، وعند تلقي المعلومات، فإن الأفراد يغيرون رأيهم المتعارض مع معتقداتهم، حيث يقضون وقتا أقل في تقييم جودة المعلومات أولا يقيمونها مطلقا قبل مشاركتها مع الآخرين، الأمر الذي يؤدي انتشارها مثل العدوى، وكلما كانت معلومات أكثر تكرارا، زادت فرص الاعتقاد بصحتها بغض النظر عن كونها معلومات ساخرة أو غير منطقية، وفي كل مرة يرى الأفراد مثل هذه الأحداث والقصص على موقع الفيسبوك وتويتر فهي تؤثر فيهم تأثيرا دقيقا وخفيا كما تتسرب إلى أذهانهم وعقولهم.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> \_ ممدوح عبد الله مكاوي، مرجع سابق، ص 273 .

## التأثير السياسي:

إن انتشار الأخبار الزائفة قبل الانتخابات، وفق الدراسات الاستقصائية، لا يضلل المواطنين فحسب بل يؤثر في نتيجة الانتخابات أيضا، حيث يقوم مرشح أو حزب سياسي قبل الانتخابات بتشويه صورة مرشح سياسي أو حزب آخر، كما يؤدي دورا حيويا في إلحاق الهزيمة به في الانتخابات، من هنا يمكن أن يتأثر الرأي العام والخطاب الانتخابي بالأخبار الزائفة.<sup>1</sup>

للأخبار المزيفة آثار سلبية قوية على كل من الأفراد والمجتمعات، فمن التأثيرات السلبية أنها تخلق حالة من الأمل وزيادة التوقع إذا كان الخبر متعلقا بحدث طالما طال انتظاره مثل: زيادة في الرواتب أو خفض أسعار ولكن عندما يحدث عكس ذلك يؤدي إلى حدوث حالة من الإحباط والغضب، فنشر أخبارا مزيفة وغير دقيقة يسبب حالة من التدهور لدى الجمهور، ومن شأنها إشعال الفتنة وزيادة العنف وانقسام المجتمعات، كما تسبب حالات من الذعر والتخوف والتأثر النفسي والسياسي والاجتماعي، هذا يسبب عدم قدرة الناس على الثقة والتفريق بما هو حقيقي أو خاطئ.

<sup>1</sup> \_المرجع نفسه، ص274.

## تمهيد :

أصبحت "مواقع الشبكات الاجتماعية" منذ 2004 من أكبر المؤسسات العاملة على مستوى النت فهذا النوع من الشركات التي لاتزال تنمو على مر السنين، وبالتالي فإن تعريف هذه الظاهرة الجديدة وفهم تحدياتها الناتجة وفق ما تحدده حتمية الوسيلة على توجه المستخدم، من الضروري تحديد ماهو معروف بوسائل الإعلام الاجتماعية أو مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، لوحظ الاختلاف من حيث التسميات المتعددة لهذا النوع من الاتصال والتواصل أو بالأحرى الإعلام الجديد بطبعة حديثة وتشمل مواقع التواصل الاجتماعي العديد من الأنواع كال تخصصات في هذا الإطار فنأخذ مثال: (الحظر والمنتديات أو مواقع مشاركة محتوى الفيديو كيو تيوب أو الصور كانستغرام وبوجود مفارقات في اختيار نوع الوسائط الأكثر ملائمة لمقاصد المستخدمين والتي تخدم معظم توجهاتهم كالفيسبوك وتويتر... الخ) أو إعادة نشر القصص ومشاركتها ما أدى إلى انتشار محتويات مفبركة ومعلومات كاذبة فهذا النوع من الإعلام فيه الكثير من الحرية ولا توجد به أي قيود أو رقابة لذا نجد انتشارا كبيرا للأخبار الزائفة ما أدى إلى المساس بجميع النواحي الحياتية للأفراد: السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية والثقافية هذا لتعدد أهداف نقلها قد يكون لتهديد الأمن والاستقرار وبث الخوف أو القلق والرهاب الاجتماعي أو كساد في الإنتاج أو خمول للعقول فتأثرت مصداقية الأخبار عند المستخدم و صار هذا الأخير لا يفرق بين ماهو صحيح وماهو زائف، وهذا ما زعزع الثقة لديه في مدى مصداقية الخبر المقدم إليه.

من هذا المنطلق سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى معرفة ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، مميزاتها، إيجابياتها وسلبياتها كما سنتعرف على آليات الحد من انتشارالأخبار الزائفة عبر فيسبوك للتقليل خطورة انتشارالأخبار الزائفة ونقترح إجراءات للحد منها بوضع قوانين لردعها وصفحات ومجموعات لمكافحة والتحقق من مصادر المعلومات ومواجهة كل ماهو زائف وآليات لكشفها.



## المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها

هي عبارة عن مواقع على شبكة الانترنت يتواصل من خلالها الملايين من المستخدمين الذين تجمعهم اهتمامات مشتركة، حيث تتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية.<sup>1</sup>

كما تعرف على أنها مواقع وتقنيات حديثة يتم فيها نقل الأفكار والتجارب وتبادل الخبرات والمعارف بين الناس بتفاعل إيجابي بواسطة رسائل تتم بين مرسل ومستقبل.<sup>2</sup>

\_\_ من خلال ما سبق ذكره تتواجد مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الانترنت تسمح للأفراد بالتواصل التعارف تبادل الخبرات وتقريب المسافات فيما بينهم.

في حين يعرفها شريف اللبان بأنها: "خدمات توجد على شبكة الويب تتيح للأفراد بناء بيانات شخصية عامة أو شبه عامة خلال نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم وتلك القوائم التي يصنعها الآخرون خلال النظام."<sup>3</sup>

في حين يعرفها الشهري على أنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.<sup>4</sup>

\_\_ تذكر التعريفات السابقة أن مواقع التواصل الاجتماعي تسمح للمشارك بإنشاء حساب خاص به وربطه بنظام اجتماعي إلكتروني مع أشخاص تربطهم نفس الاهتمامات والهوايات كأصدقاء الجامعة أو النادي وتستخدم لأهداف تجارية وحتى سياسية، وقد تتفاوت هذه المواقع في شعبيتها ورواجها بين المستخدمين إلا أن فيسبوك هو الأكثر شعبية على الإطلاق سواء أحيينا أم كرهنا تبقى جزءا مهما من يومنا، ولاشك أنها غيرت الكثير من طرق التواصل بين الناس وحتى طريقة متابعتهم للأخبار.

<sup>1</sup> \_\_ محمد علي يحيى الحدادي، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على عقيدة المسلم، مجلة جامعة المدينة المنورة، جامعة الملك خالد، العدد الخامس عشر سنة 2016، ص78.

<sup>2</sup> \_\_ ممدوح منيزل فليح الشرعة، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية لدى عينة من طلبة الجامعة الهاشمية فيالأردن،دراسات العلوم التربوية، مجلد 44 العدد4 سنة 2017، ص115.

<sup>3</sup> \_\_ حسين محمود هتيمي،العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي،مرجع سابق،ص82

<sup>4</sup> \_\_حمدي أحمد عمر علي، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد العاشر سنة 2014، ص52.

### نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

يشهد العالم اليوم ثورة تكنولوجية سريعة في شتى المجالات، إذ أصبح اليوم قرية كونية صغيرة بفضل ما أتاحتها التكنولوجيا من وسائل وتقنيات، وبوصول الانترنت إلى الساحة أضفت إلى الحياة البشرية الكثير من المظاهر، وغيّرت نمط الحياة كلياً ومن بين تلك المظاهر ما يعرف اليوم بالمواقع الالكترونية متعددة الخدمات، وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أتاحت هذه الأخيرة لجميع الأفراد الفرصة في نقل معارفهم وتجاربهم على اختلاف مستوياتهم.

وفي ما يلي سنوضح أهم تطورات و نشأة مواقع التواصل الاجتماعي والتي شملت مرحلتين وهي كالتالي:

**المرحلة الأولى:** تشمل هذه المرحلة مختلف التطورات لأهم مواقع التواصل الاجتماعي التي كانت من بداية عام 1945 إلى غاية عام 2001م.

في عام 1945 صاغ جون بارنز، والذي كان باحثاً في العلوم الإنسانية في جامعة لندن مصطلح الشبكات الاجتماعية، للدلالة على أنماط من العلاقات، تشمل المفاهيم التي يستعملها الجمهور بشكل تقليدي.

وبعد اختراع شبكة المعلومات الدولية الانترنت في منتصف التسعينات من القرن العشرين، بدأت أول شبكات التواصل الاجتماعي بالظهور بشكلها الحديث مثل (Classmatress.COM) عام 1995م، وهو موقع اجتماعي للربط بين زملاء الدراسة، وكانت الغاية منه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة.

وبعد عامين أطلق موقع sixdegres.com، الذي أخذ اسمه من عبارة ست درجات من الانفصال" التي أخذت من تجربة العالم الصغير لعالم النفس الأمريكي في جامعة هارفارد ستانلي مليغرام وهو موقع اجتماعي للاتصال والتواصل بين الأصدقاء والمعرف، يسمح للمستخدمين بعمل ملفات شخصية تعريفية، وإدراج قوائم بالأصدقاء، كما أتاح منذ عام 1998م، إمكانية تصفح هذه القوائم، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية بين عام 1999 و 2001م التي لم تحقق نجاحاً لعد جودتها المادية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - حسين محمود هبتي، المرجع السابق، ص79.

– نرى من خلال ما سبق ذكره أعلاه أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تستخدم أول مرة كمصطلح على يد الباحث جون بارنز بداية عام 1945 شملت بعض المفاهيم المستعملة من طرف الجماهير، و بدأت هذه المواقع في التطور المستمر، وهكذا تم إنشاء عدة مواقع اعتمدت على فتح صفحات شخصية للمستخدمين وعلى إرسال رسائل لمجموعة من الأصدقاء لكنه تم إغلاقها لأنها لم تأت بأرباح مالمالكه.

أما المرحلة الثانية فتشير إلى مجموعة من التطبيقات على الويب (مدونات، مواقع المشاركة، الوسائط المتعددة وغيرها) والتي اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والاندماج والتعاون، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع ماي سبايس وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفيسبوك، إلا أن الميلاد الفعلي للمواقع الاجتماعية كان مع بداية عام 2002 حيث ظهر موقع Friendster الذي حقق نجاحا كبيرا وفي النصف الثاني من نفس العام في فرنسا ظهر موقع سكايروك Skyrock كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007.<sup>1</sup>

وقبل ظهور موقع الفيسبوك أنشئ في العام 2003 موقع ماي سبيس Meysac الأمريكي ونمى بسرعة حتى أصبح أكبر شبكات التواصل الاجتماعي في عام 2006، وفي شباط عام 2004 أنشئ موقع الفيسبوك Face book على يد مارك زوكربيرغ في جامعة هارفارد، وفي عام 2005 تأسس موقع اليوتيوب في ولاية كاليفورنيا، وكان الإصدار التجريبي له عام 2005 ويتيح الموقع مشاهدة وتحميل مقاطع الفيديو، ثم ظهر موقع تويتر عام 2006 على يد جاك درزي وبيز ستون وإيفان ويليامز، ويسمى موقع التدوين المصغر.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> – أحمد كاظم حنتوش، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، المجلد 7، العدد 4، 2017، ص 201.

<sup>2</sup> – حسين محمود هتيمي، مرجع سابق، ص 80-81.

## المطلب الثاني: أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي.

تعدد مواقع التواصل الاجتماعي وتختلف باختلاف وتعدد استخداماتها، فهناك مواقع تختص في التواصل وأخرى لتبادل وإيجاد المعلومات وأخرى في البحث عن الوظائف، وعليه نستعرض لائحة بأهم وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي والأكثر استخداماً ومنها:

## أ- الفيسبوك:

## التعريف:

فيسبوك كلمة أعجمية مكونة من جزأين: فيس Face و بوك Book وهي تعني كتاب الوجوه مثلما أراد بها مؤسس الموقع.<sup>1</sup>

وعرف شري كنكوف كيونت الباحث في مجال مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بأنه واحد من مواقع الشبكات الاجتماعية يمثل مجتمع دولي على الانترنت، وهو مكان يجتمع فيه أفراد المجتمع للتفاعل مع بعضهم البعض من خلال تبادل الصور وأشرطة الفيديو وغيرها من المعلومات والاتصال بشكل عام مع الأصدقاء والعائلة وزملاء العمل والدراسة وغيرهم.<sup>2</sup>

ويعرفه العتيبي أنه موقعا اجتماعيا أطلق في الرابع من فبراير 2004 يتبع لشركة فيسبوك الخاصة يسمح للمستخدمين بالانضمام إلى عدة شبكات فرعية من الموقع نفسه، لتصب في فئة معينة مثل منطقة جغرافية، مدرسة، وغيرها من الأماكن التي تساعد على اكتشاف المزيد من الأشخاص الذين يتواجدون على نفس الشبكة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، دار النخبة للنشر والتوزيع، الجزيرة، 2017، ط1، ص89

<sup>2</sup> - حسين محمود هتيمي، مرجع سابق، ص89.

<sup>3</sup> - محسن بن جابر بن عواض الزهراني، دور مواقع التواصل الاجتماعي في حل المشكلات التي تواجه طلاب التربية العلمية واتجاهاتهم نحوها، متطلب دكتوراه، 2013، جامعة أم القرى بكلية التربية، ص9.

نشأة الفايسبوك:

موقع الفايسبوك تم إنشاؤه في شباط عام 2004، بواسطة ابن التاسعة عشر من العمر مارك زوكربيرج **Marck Zuckerberg** وهو طالب في جامعة هارفارد.<sup>1</sup>

الفكرة من موقع الفايسبوك كانت بناء من إصدار إلكتروني تفاعلي لكتاب الوجوه التقليدي الشخصي وتحديثها، كانت هناك فكرة مهمة أخرى خلف الموقع هي أن أعضائه سيستعملون أسماءهم الحقيقية ، وأن صحة هوياتهم مؤكدة بفضل حقيقة أن سيرتهم الذاتية كونهم طلاب مربوطين بعنوانين البريد الإلكتروني الصادرة عن المدرسة.

كان الاشتراك بفايسبوك يقتصر في البدء على جامعة هارفارد لكن الموقع حقق شعبية كبيرة لدرجة أنه توسع بسرعة إلى بقية الجامعات والكليات ثم المدارس الثانوية ثم الشركات ، لكن أكبر تحول جاء في عام 2006 عندما تخلى فيسبوك عن ضرورة امتلاك العضو حسابا إلكترونيا صادرا عن المدرسة أو الشركة، مما ساعد على فتح أبوابه أمام أي مستخدم على أن يزيد عمره عن 13 سنة ولديه عنوان بريد إلكتروني يعمل، وبحلول عام 2007 كان معدل أعمار مستخدمي الفيسبوك تقريبا 35 سنة وأكبر في بعض الأحيان، ووفقا لشركة التسويق على الانترنت Comscore يشهد الفيسبوك أكبر حركة مرور من أي موقع اجتماعي آخر في العالم.<sup>2</sup>

اليوتيوب:

التعريف:

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من قوقل، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من البشر يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو، التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> -حسين محمود هتيمي، مرجع سابق، ص88.

<sup>2</sup> -مؤيد نصيف جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفيسبوك، ط1، ألفا للوثائق نشر استيراد وتوزيع الكتب، قسنطينة ، 2016، ص163.

<sup>3</sup> -عبد الرحمان بن براهيم الشاعر ، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ص65.

النشأة:

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة باي بال Paypal عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية "أدوب فلاش"، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو والموسيقى، قامت غوغل عام 2006 بشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتيوب من الجيل الثاني 2.0 وأصبح عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية.<sup>1</sup>

التويتز:

التعريف:

موقع تواصل اجتماعي شهير، حدد المؤسس مهمته وغرضه من إنشائه بقوله: مهمتنا هي منح الجميع الإمكانية لإنشاء الأفكار والمعلومات ومشاركتها فوراً دون حدود.<sup>2</sup>

وتويتز يعني المغرد، وهو عبارة عن موقع من فئة المواقع الاجتماعية تقنية Micro blogging أو التدوين القصير، يتم استخدام الموقع في الوقت الحالي من قبل الأشخاص والشركات والمجموعات لتبادل الأفكار والأخبار.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - جبريل بن حسن العريشي، سلمى بنت عبد الرحمان، الشبكات الاجتماعية والقيم، مرجع سابق، ص48.

<sup>2</sup> عمر بن عبد الله بن محمد المقبل، الاستشارات الحديثة على مواقع التواصل الاجتماعي: تويتر، فيسبوك، تيلجرام، بحث مقدم إلى مؤتمر المصادر الإلكترونية للعلوم الشرعية التي تنظمه كلية الشريعة والدراسات الإسلامية في جامعة اليرموك، من 8 إلى 10-5-2017، ص4.

<sup>3</sup> فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة تويتر نموذجاً، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 61، الرياض 2014، ص202.

-النشأة:

أنشأ هذا الموقع رجل الأعمال ومهندس السوفتوير الأمريكي جاك دورسي وأطلقه في مارس 2006، يقدم الموقع خدمة التواصل الاجتماعي من خلال تدوين آراء ونقل أخبار وتعليقات على شكل رسالة قصيرة لا يزيد عدد حروفها عن 140 حرفاً، ووصل عدد مستخدمي تويتر في 2011 إلى 300 مليون مستخدم.

كانت بداية ميلاد هذه الخدمة المصغرة تويتر أوائل عام 2006 عندما أقدمت شركة Obvious الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ الموقع بالانتشار، باعتبار خدمة حديثة في مجال التدوين المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفضل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه تويتر وذلك في أبريل عام 2007.<sup>1</sup>

الإنستغرام:

التعريف:

هو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفردي والمؤسسي، والإنستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنه شبكة اجتماعية يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الإعجاب.<sup>2</sup>

النشأة:

بدأ موقع إنستغرام خدماته في تشرين الأول من عام 2010، وفي عام 2012 تم شراء موقع إنستغرام من قبل شركة فيسبوك وبعد هذه الصفقة التزمت شركة فيسبوك بتطويره وأصبح موقع مكمل أو ضمن موقع فيسبوك، وعندما أصبح موقع إنستغرام تابع لشركة فيسبوك تطور كثيراً وازدادت شعبيته بشكل كبير، فبعد سنة واحدة من تطويره من قبل فيسبوك أي في عام 2013 حصل على 150 مليون مستخدم نشط وتم تحميل 55 مليون صورة من قبل المستخدمين بشكل يومي ويسجل الموقع نجاحاً باهراً واستثنائياً، وذلك لأنه وصل إلى هذا العدد من المستخدمين خلال مدة قصيرة مقارنة مع مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي، ص 28، 29.

<sup>2</sup> -عبد الرحمان بن براهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، مرجع السابق، ص 66.

<sup>3</sup> - وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط 1، دار الكتاب الجامعي، بيروت، 2017، ص 227.

لنكد إن:

-التعريف:

هو شبكة تواصل اجتماعي موجهة إلى العمال والمهنيين. موقع لنكد ان شائع بين الأفراد الذين يبحثون عن عمل ويسعون لبناء شبكات التواصل لديهم للوصول إلى أرباب العمل كما أنه معروف كوسيلة تسويق لعمل ما لأن أصحاب العمل يستخدمونه للتفاعل مع أولئك المهتمين بالعمل المعروض عن طريق الإجابة عن أسئلتهم والمشاركة في نقاشاتهم وغيرها ويمكن لأصحاب العمل الإعلان عن وظيفة ما من لال لنكد ان والوصول إلى أكبر عدد من الباحثين.

-النشأة:

تأسس عام 2002 على رائد الأعمال ريدهوفمان ويعتبر شبكة اجتماعية متخصصة في التواصل المهني في العالم، ويستخدمه ذوو الخبرات في الأعمال بكثرة للتواصل مع شركات أخرى أو مع من يبحثون عن وظائف<sup>1</sup> \_ لم يسعنا التطرق لعديد من المواقع ومنصات التواصل كتلقرام، وغيرها لاختلاف ميول الأفراد واهتماماتهم. ونستنتج أن كل فرد يستخدم وسيلة التواصل المناسبة له، ولتطلبات حياته اليومية والتي تلي رغباته وحاجاته سواء كان بدافع نفسي كملء الفراغ أو القضاء على الشعور بالوحدة، أو بدافع اجتماعي وهو أن يبقى متصلاً ومطلعاً على ما يدور من حوله، أو بدافع سياسي أي المشاركة في الرأي، أو بدافع ثقافي كمشاركة الأشخاص نفس الهوايات.

<sup>1</sup> - حسان شمسي باشا وماجد حسان شمسي باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة في الأعماق، دار القلم، دمشق، الطبعة الأولى 2020، أنظر.



المطلب الثالث: استخدامات و تطبيقات ،إيجابيات و سلبيات الفايسبوك

يقدم موقع الفايسبوك خدمات عديدة لمتصفحيه، ولهذا نجح هذا الموقع في كسب العديد من المستخدمين من خلال تنوع الخدمات التي ينتجها وهذا ما يتيح حرية الاختيار للمتصفح في هذا التطبيق ليسللكوين صداقات ومعارف جديدة فقط، إذ أنه يوجد العديد من الخدمات التي تقدمها ومن هنا نذكر بعض الاستخدامات التي توفرها هذه المنصة<sup>2</sup> وهي على النحو التالي:

**الصفحة الشخصية Profile:** وهي الصفحة الشخصية للمستخدم، وتحتوي على كل ما يخص المستخدم من معلومات وصور وملاحظات وروابط وأحداث وأصدقاء وغيرها.

**الرسائل Messages:** وهي من الأدوات الهامة، ومن خلالها تستطيع الاطلاع على الرسائل الواردة وكذلك إرسال رسالة جديدة، ورؤية التحديثات المرسله من الصفحات والمجموعات المشترك فيها.

**المجموعات Groups:** أهم التقنيات الموجودة بال فيسبوك لقيام أي كتلة معارضة أو مؤيدة لجهة أو مؤسسة أو فرد، ومن خلالها يتم التعريف بالأفكار الجديدة والدعوة لها وتزداد أهمية المجموعة بزيادة عدد أعضائها ومشاركاتهم.

**الأحداث والمناسبات Events:** الأحداث والمناسبات شيء مؤثر للغاية ووسيلة في منتهى الأهمية عند تنظيم أي فعاليات مهمة.

**الملاحظات والتدوين Notes:** الملاحظات هي شبيهة بالمدونات ولكنها تكوين عن الفيسبوك وتضمن أن تكون أكثر انتشارا من خلال الأصدقاء، ويتم فيها كتابة أي تعليقات والنقاش حولها.<sup>1</sup>

**الصور Photos:** تتيح للمستخدمين تحميل الألبومات والصور المحفوظة في الأجهزة ونشرها في موقع الفايسبوك.

**الحالة Statuts:** والتي تمكن المستخدمين من إبلاغ أصدقائهم بمكانهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، 2012، ط1، ص 43، 37.

<sup>2</sup> - وسام فاضل راضي، مرجع سابق، ص 201، 200.

\_\_ يمكننا القول أن موقع الفايسبوك وشبكة الانترنت حولوا العالم إلى قرية صغيرة وهذا من خلال خدماتها المتنوعة التي تشمل تقريب المسافات وسهولة التنقل وتبادل المعارف والخبرات و إطلاعهم على كل ما يدور حولهم والمشاركة في القرار.

### -إيجابيات وسلبيات الفايسبوك :

يؤثر الفايسبوك في حياة الفرد كثيرا، فهناك الكثير من الدراسات التي تناولت هذا الموضوع وآثارها الإيجابية والسلبية في حياة الأفراد، وتتمثل إيجابيات وسلبيات موقع الفايسبوك في:

#### الإيجابيات:

-إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في الموقع: وذلك عن طريق إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم، وأن يتحرى عن الشخص طالب الصداقة، وإمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل.

-خدمة الشركات واصحاب الاعمال: في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كما يمكن إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات.

-التواصل مع مجتمعات افتراضية: متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم.

-متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات: كالشخصيات السياسية والاقتصادية والفنية في المجالات الاجتماعية والدينية.

-إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور أو مقاطع الفيديو: يرغب العضو في الاحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها وقت يشاء.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>-على خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ط1، ص69،67.

السلبيات:

- إضاعة الوقت: بمجرد دخول المستخدم للموقع حتى يبدأ بالتنقل من صفحة لأخرى ومن ملف لآخر، ولا يدرك الساعات التي أضاعها في التعليق على الصور دون أن يزيد أي فائدة له أو لغيره.
- الإدمان وإضعاف مهارة التواصل: فإن قضاء الوقت الطويل أمام الكمبيوتر وهدره في تصفح المواقع، يؤدي إلى عزلهم عن واقعهم الأسري وعن مشاركتهم في الفعاليات التي يقيمها المجتمع، كما أن إدمان الشباب على التواصل الإلكتروني يؤدي بهم للعزلة الاجتماعية وفقد مهارة التواصل المباشر مع المجتمع.
- انتحال الشخصيات: مازالت عمليات انتحال شخصيات المشاهير تضرب أطنابها بقوة في الشبكة العنكبوتية، متخذة منها مكانا خصبا للتشويه والابتزاز وترويح الشائعات وكسب المال وحرف الحقائق عن مسارها.
- الخصوصية: تابع الكل الجدل الذي دار حول حقيقة خصوصية المستخدمين في الفيسبوك في نهاية 2009 وسرية بياناتهم من الصور والمعلومات التي أكد الموقع على الحفاظ على سريتها وعدم تملكها لطرف ثالث في اتفاقية الاستخدام والصلاحيات التي تكون في التسجيل الأولى.<sup>1</sup>
- \_ يتصف عصر التواصل الاجتماعي الذي يعيشه العالم بانتشار "الشعور بالذاتية" وقدرة الفرد على التأثير في العالم المفتوح من خلال وسائل التعبير منخفضة التكاليف وواسعة الانتشار كما يتسم بالتنوع اللامتناهي فالرسائل الإعلامية والمحتوى الإعلامي، وبما أنه قادر على انتهاك حقوق النشر والملكية الفردية، فالفرد على اتصال بالعالم الخارجي دون أن ينتقل من مكانه وعندما تختفي المسافة يصبح للأفكار أجنحة حيث تسهل مشاركة الآخرين في الأفكار ما ينعكس على السلوك الفردي والجماعي.

<sup>1</sup>-وائل مبارك فضل خضر الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، ص21،20.

### المطلب الرابع: خطورة الأخبار الزائفة عبر الشبكة الفايسبوك .

قد باتت مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك إحدى الأدوات التي يتم استخدامها بشكل سلبي في إطلاق الأخبار الزائفة ونشرها وتداولها، إذ يلجأ الكثير من مستخدميها إلى التخفي أو انتحال أسماء أو هويات غير حقيقية، فيقومون بنشر أخبار كاذبة والتي تجد رواجاً لدى الكثير من رواد هذا الموقع، ومن خلال هذا يمكننا توضيح خطورة انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهي كالآتي:

نشر الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: إن استخدام الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر "سلاح ذو حدين" من ناحية توفر التكلفة المنخفضة، وسهولة الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.

- إمكانية النشر السريع للمعلومات يقود الناس إلى البحث والتعرض لأخبار من وسائل الإعلام الاجتماعية.

- تتيح مواقع التواصل الاجتماعي الانتشار الواسع للأخبار المزيفة أو أخبار ذات جودة منخفضة التي تعتمد نشر معلومات خاطئة.

- الانتشار الواسع للأخبار المزيفة لها آثار سلبية للغاية على الأفراد والمجتمع .

- يقضي الأفراد الكثير من وقتهم في التفاعل على مواقع التواصل الاجتماعي، عدد ضخم من الناس يميل إلى البحث عن الأخبار من خلال تلك المواقع عوضاً عن المؤسسات الإعلامية التقليدية.<sup>1</sup>

حيث يرى عالم النفس الدكتور كيث آبلو: " أن نشر وتصديق الأخبار المفترقة ظاهرة لها جذورها الثقافية القديمة، لكن منصات التواصل الاجتماعي جعلتنا هدفاً أسهل وسلبتنا الوقت الكافي للتحقق من الأخبار بسبب سرعة وكثافة الشبكات الاجتماعية.

<sup>1</sup> \_أحمد محمود فهمي، تأثير الأخبار الزائفة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاه الجمهور، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد(08)، بحوث المؤتمر الدولي للإعلام، ص530.

- استطاعت منصات التواصل الاجتماعي إتاحة المعلومات والأخبار للجميع، بعيدا عن سيطرة الحكومات ومنصاتها الإعلامية وبالعودة إلى ما أتاحتها منصات التواصل الاجتماعي فإن دورها الإيجابي لا يحجب حقيقة أنها أصبحت اليوم مصدرا رئيسيا للأخبار الكاذبة.
- الأكاديميون العاملون في المجال الإعلامي يستخدمون مصطلحات بديلة مثل "اضطراب المعلومات" لوصف مشكلة التضليل الإعلامي في عالمنا الرقمي.
- عزز الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي في السنوات الأخيرة مشكلة انتشار الأخبار الزائفة وانتشار الصور ومقاطع الفيديو المفبركة.
- شكلت مواقع التواصل الاجتماعي تحديا كبيرا أمام المجتمع والسلطات كونها غير خاضعة للرقابة والتدقيق على غرار وسائل الإعلام التقليدية ما جعلها تربة خصبة لنشر الأخبار الزائفة.<sup>1</sup>

من خلال ما تم تداوله عن نشر الأخبار الزائفة عبر الفيسبوك فالملاحظ أن الانتشار الكبير لصفحات الفيسبوك أصبحت حاليا المصدر الرئيسي للأخبار للكثير وأغلبهم الشباب وهذا ما ساهم في تصاعد أزمة الأخبار الزائفة وما ينجم عنها من أخطار كبرى فالأخبار الزائفة بعناوينها المثيرة تنال قسطا أوفر من الانتشار بين القراء .

كما ساعدت الحالة السائدة للإعلام الرقمي، التي ترافقت مع الجيل الثاني للويب و اختلت فيها سلطة الضوابط المهنية، على التوسع في إنتاج الأخبار الكاذبة وانتشارها خلافا لمرحلة الجيل الأول للويب.

حيث عززت ظاهرة الأخبار المجهولة و الأسماء المستعارة التخلل من القواعد الأخلاقية والضوابط الاجتماعية للحوار وولدت الشعور بالإفلات من المحاسبة، الذي يشجع على ترويج الإشاعة والدعاية بكل أصنافها.

\_\_ أيضا ظهرت العديد من المنصات التي تمثل هذا الاتجاه، مثل الموقع الفرنسي "لوغورافي" الذي انطلق خلال انتخابات الرئاسة الفرنسية عام 2012، عبر صفحات تويتر، ويتأسس خطابه على السخرية المنتجة للتضليل الإعلامي كما اشتهر بالترويج "للأخبار الكاذبة" وتسمى هذه المنصات بمواقع التسلية.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - لامية جودي، الخبر الملققة في التشريع الجزائري، مجلة الاتصال والصحافة، المجلد(08)، العدد(01)، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2021، ص45.

ويمكن أيضا خطر انتشار الأخبار الزائفة عبر فيسبوك في صنع إعلام رمادي يشوش على الجمهور ويضيق دائرة المعرفة ويصنع الجهل المتعمد، لذا فيمكن تصنيفه ضمن الوسائل أو الحروب التي تستهدف عقول الجمهور، تبدأ بالتشويش ثم محاولة التأثير على القناعات، من أجل صرف الأنظار عن حدث ما أو محاولة تغيير وجهات النظر باتجاه واقع غير موجود ولا يعد إلا وهما، ومن ثم تجسيده والدفاع عنه حتى يصبح حقيقة، في مقابل التشويش على الواقع الحقيقي وتشويه القناعات التي تتعلق به، حتى يصبح غير حقيقي أو بدون قيمة في نظر الجمهور<sup>2</sup>

بالرغم من أن موقع الفايسبوك أتاحت لكل مستخدم صنع الخبر الزائف الخاص به حسب دائرة معارفه والأفراد الذين يرتبطون به لكنكل هذه الحرية لم تزد الطين إلا بلة فقد مست قيم المجتمع وعاداته وتقاليده بل صار صناع القرار لا يحركون ساكنا في حربهم سوى نقرة زر وهي مسؤولة على تغيير كل الموجود فهم يستهدفون العقول وحقا هذه الأخيرة صارت مشتقة بين ماهو حقيقة وماهو كذب فصار البشر فريسة سهلة لكل ماهو كاذب وخادع.

<sup>1</sup> - نبيل لحمير، مرجع سابق، ص 589.

<sup>2</sup> - حسن علي إبراهيم الفلاح، الحرب النفسية التقليدية والرقمية (الآليات والأدوات والأساليب المساندة: الدعاية، الشاعاعات، غسل الدماغ.....التضليل الإعلامي والإرهاب)، دار الكتاب الجامعي دولة الإمارات العربية الجمهورية اللبنانية، الطبعة الأولى، 201. انظر ص 386 387

المطلب الخامس: آليات الحد من إنتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفيسبوك .

ظهرت في الآونة الأخيرة عدّة مبادرات إعلامية لمواجهة الأخبار الزائفة، لاسيما بعدما أصبحت البيئة الرقمية ومن خلالها شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا مهما في استقاء المعلومات وإعادة نشرها على الصفحات الشخصية دون التحقق منها إلى جانب نشر الأخبار من قبل العديد من الجهات وهكذا تكون السرعة في نقل الأخبار الزائفة أحيانا على حساب المصداقية، هذا ما أدى إلى تضاعف الضغوطات والضرورات من أجل إيجاد آليات للتحقق من هذه الأخبار والمعلومات وكذلك محاولة وضع طرق وسبل لمواجهةها وهي كالتالي:

ـ آليات الكشف عن الأخبار: وقد قدمت مجموعة من الخطوات للتحقق من الأخبار والصور والفيديوهات التي تنشر على المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية لعل أهمها ما يلي:

أـ من الذي حمل المحتوى؟ هل يبدو أنه شخص معروف أو جهة رسمية؟ وهل يمكنك الوصول إليه والتحدث معه؟

بـ أبحث عن الأصل: الصورة سواء كانت ثابتة أو مقتطفة من فيديو، افعل ذلك دائما لأنك قد تعرف إذا كانت الصورة قديمة أو حديثة تسمى هذه العملية بالبحث عن الصورة أو العكس.

جـ أبحث عن المؤشرات: في أي صورة أو فيديو، أي شيء يمكنه مساعدتك معالم أو إشارات أو الحالة الجوية.

دـ أبحث عن أدلة: مساندة ما الذي يقوله الآخرون؟ وما الذي تقوله التقارير الإخبارية عن نفس الموضوع؟.

هـ حاول الوصول إلى: مصدر أو موقع الحدث للتحقق من صحة الصور أو الخبر قد يكون هذا المصدر شاهد عين أو مراسلك الصحفي.

وـ التحقق من الهوية وذلك: من خلال استخدام أدوات رقمية للعثور على معلومات الاتصال وحسابات الأفراد الذين ينشطون على منصات الإعلام الاجتماعي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - نبيل لحر، المرجع السابق، 2019، ص14.

– من خلال هذه المرحلة وطريقة الكشف عن الأخبار الزائفة يمكننا القول أن الكشف عن تلك الأخبار اليوم والتعرف عليها بغية تجنبها يواجه عدّة تحديات لهذا يجب على الأفراد أن يتحققوا من المعلومات التي يطلعون عليها والتأكد من مصدرها قبل إعادة نشرها على صفحاتهم الشخصية أو مشاركتها في مجموعات كي لا تكون سبب في تغليب الناس.

في حين حددت "كلير واردل" باحثة في مركز "Tow centre" بجامعة كولومبيا في الولايات المتحدة الأمريكية، والخبيرة في التحقق من مصادر المعلومات المنشورة في المنصات الرقمية المختلفة أربعة أسئلة ينبغي على كل من يتابع محتوى في منافذ الإعلام الرقمي أو الوسائط الاجتماعية أن يجيب عنها للتأكد من صحة مايقدم إليه أو يعرض عليه.

### السؤال الأول

مامدى أصالة المعلومة المقدمة من زيفها؟ وهو ما يتطلب التحقق من مصداقية الصفحات التي تقوم بنشر هذه المعلومة أو المادة، إذ إن العديد من الصفحات التي يتم إنشاؤها تعود لحسابات مزيفة، وهو ما يجعل عملية التحقق من صحة تلك الصفحات على درجة من الأهمية، وبخاصة وأن بعض المزيفين في المواقع المختلفة يلجئون إلي وضع علامة زرقاء، بجوار اسم الصفحة كإحدى العلامات الدالة على أن هذه الصفحة هي الرسمية للشخص أو الجهة المعنية، وهو ما يمكن كشفه أو التحقق منه عن طريق الوقوف ب "الماوس" على تلك العلامة، فإذا ظهرت "حساب موثق"، وهو ما يعني بأن الحساب صحيح، وإلا فهو **Verifiedaccount** كلمة حساب لم يتم التحقق من صحته بعد .

### السؤال الثاني:

من الذي قام بنشر بنشر المادة أو إنشائها؟ وهذا يتطلب معرفة الشخص الذي قام برفع المادة أياً كان مضمونها في الانترنت، خاصة وأن المعلومات المنشورة بدون مصدر تفتقد الكثير من الصدقية، لذا لا بد من توجيه بضعة أسئلة للمصدر، وعن طريقها يمكن معرفة ما إذا كان هو الناشر أم لا، كما يمكن مطابقة إجابته عن بعض الأسئلة المتعلقة بالمعلومات المتوافرة عن الصورة والفيديو مثلاً، خاصة التاريخ والموقع.



السؤال الثالث:

متى تم نشر أو إنشاء المادة أو المعلومة؟ تتوافر بعض الوسائل والآليات التي يمكن عن طريقها التحقق من زمن نشر تلك المادة أو المعلومة، منها استعمال المعلومات الخاصة بأحوال الطقس إن كانت المادة المنشورة صورة مثلاً، وذلك عن طريق المحرك البحثي

"wolfram alpha"، إذ يمكن استخدام هذا المحرك للسؤال عن حالة الطقس في منطقة ما

في تاريخ محدد، وليكن مثلاً what was the weather in

"Baghdad on 23 march 2018"، وعن طريق الإجابة التي تحتوي بيانات الطقس "

في هذا المكان والتاريخ، يمكن التعرف بنسبة معينة على صحة الصورة، فمن الطبيعي لو أن في الصورة المنشورة أمطاراً أو غيوماً، وكان تاريخ النشر في الصيف، فمن الصعب عندئذ تصديقها، والعكس صحيح

السؤال الرابع:

في أي مكان تم نشر المادة؟ إذ يمكن معرفة الأماكن التي نُشرت فيها المادة المنشورة أو موقع التقاط الصور أو مقاطع الفيديو، وتحديد ذلك بعد كتابة إسم المكان المذكور في المادة أو الصورة أو في مقطع الفيديو على بعض المواقع، وهو ما يوفر الحصول على المعلومات "وكذلك يمكن الاعتماد على الطريقة <http://wikimapia.org> المطلوبة، ومن هذه المواقع

نفسها في "Google Earth" فيجدر بنا أيضاً الإشارة إلى طرق للأخبار الزائفة

عبر مواقع التواصل الاجتماعي<sup>1</sup>

- وبهذا حسب ما ذكرته كليرواردليجب تأكد من خبر عبر فيسبوك بأربعة إستفسارات وهم كتالي
- أصالة المعلومة وتأكد من مصدرها أي التحقق من ناشر وذلك عن طريق تأكد من هويته
- تأكد من هوية الناشر
- وقت النشر

<sup>1</sup> - حسن علي إبراهيم الفلاح، مرجع سابق، ص 393.

- مكان وموقع النشر.

2\_ آليات مواجهة الأخبار الزائفة: يمكن مواجهة الأخبار الزائفة من خلال بعض الأساليب مثل "أسلوب قتل الخبر الكاذب" بخبر كاذب آخر أكبر منه حجماً، حيث يمكن انتهاج أسلوب تكذيب الخبر عند الخروج ونشرها علناً يزيد من أيضاً من نشرها لدى أفراد لم يكونوا على علم بها لذلك يتطلب في هذه الحالة نشر عكسها "الأخبار الكاذبة" لكن دون الإشارة إليها، والأسلوب الأخير يتمثل في القضاء على الأخبار الزائفة بالمعلومات، ويعتبر هذا الأسلوب من أنجح السبل للقضاء عليها لأن الخبر الكاذب ينتشر في بيئة خالية من المعلومات، لذلك يتطلب توفير المعلومات والأخبار الدقيقة والكاملة بالسرعة اللازمة لمواجهة كل ما يدعم انتشار مثل هذه الأخبار الزائفة.

\_ تشير هذه الخطوة في مواجهة الأخبار الزائفة إلى أن السكوت عن الأخبار المضللة يزيد من سرعة انتشارها وتكثر الإشاعات وتذاع بشكل سريع كذلك الأفراد قد يتسببون في نشرها من خلال تبادلها فيما بينهم، لهذا يجب توخي الحذر المفروض التحقق من المعلومات والإتيان بحقائق تبطل تلك الأخبار الزائفة وتحد من انتشارها.

\_ كما يجب مكافحة الأخبار الزائفة بوسائل رقمية ترصد مسبباتها ونقاط قوتها والرد عليها بشكل عكسي، ويتم ذلك من خلال أسلوب مشاركة الجمهور في الحصر والتحقق من صحة أو بطلان ما يتم تلقيه من رسائل فورية من خلال الاستفادة من اهتماماتهم بشكل دائم وتوفير وسائل مجانية بسيطة ومتعددة الوسائط لمكافحة الأخبار الزائفة ورصدها<sup>1</sup>

\_ إن الأخبار الكاذبة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بشبكات التواصل الاجتماعي والوسائل الرقمية لذا ينتج عنها التدفق الإخباري المغلوط أثاراً سلبية تسبب أضراراً بليغة على الأفراد والمجتمعات لذا يتطلب تعاظم الجهود على كل المستويات لمواجهة مثل هذه التهديدات.

\_ كذلك يمكن التصدي للأخبار الزائفة من خلال تصميم حملات توعية للجمهور كون أن هذه العملية مسئولية الجميع لذا يتطلب محاربتها على الصعيد الفردي والجماعي، ويمكن تصميم حملات لرفع الوعي لدى الجماهير

<sup>1</sup> - نبيل لحر، مرجع سابق، ص 592.

بهدف عدم تصديق أي خبر إلا إذا كانت مصادره موثقة ورسمية وعدم الثقة فيما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي إلا بعد التأكد والفحص الدقيق.<sup>1</sup>

\_\_ كذلك من آليات مواجهة الأخبار المزيفة نجد ما يلي:

\_\_ العمل على تطوير اكتشاف الأخبار المزيفة من خلال استغلال **لوعاربتيمات التغذية الإخبارية**، وتحديد العناوين الالكترونية المحتمل احتوائها على أخبار مزيفة.

\_\_ لا بد للمؤسسات الإعلامية المتميزة ذات الكفاءة التركيز على جودة الأخبار المقدمة خلالها وأن تفضل الكيف عن الكم في نشرها للأخبار، كما يمكن من خلال تطوير صحافة تحقيق جديدة مكرسة لفضح الأخبار المزورة يجب تخصيص الموارد لمثل هذه المشاريع المساهمة في إيقاف تلك المشكلة.

\_\_ يمكن استغلال وسائل الإعلام التقليدية والحديثة في بث إعلام مضاد للإعلام الزائف بنشر الحقائق وتنوير المستخدمين لتجنب الأخبار السلبية والزائفة مثل إذاعة برامج على الفضائيات يناقش الشائعات والأخبار السلبية المنشورة ويقدم البراهين المضادة لها.

\_\_ سن قانون بإزالة الأخبار الزائفة فور اكتشافها.

\_\_ عمل قسم خاص من شأنه متابعة أخبار الإعلام البديل والشائعات والأخبار الزائفة خلاله وتوضيح ذلك للجمهور ببث الحقائق والرد عليها ومعاينة الناشر.

\_\_ التوعية ونشر الثقافة الإعلامية للتمييز بين الحقائق والتوجيه للمصادر الصحيحة والأكثر مصداقية للحصول على الأخبار، وإدراج مناهج تعليمية لطلاب المدارس والجامعات تساهم في التوعية والتثقيف الإعلامي.<sup>2</sup>

\_\_ **الإجراءات المقترحة للحد من انتشار الأخبار الزائفة:** تمحورت الإجراءات التي اتخذت من العديد من الجهات باستحداث إجراءات من شأنها الحد من انتشار الأخبار الزائفة وتمثلت في محاور رئيسية هي:

<sup>1</sup>\_\_ نبيل الحمر، مرجع سابق، ص. 592.

<sup>2</sup>\_\_ أحمد محمود فهمي مجد، مرجع سابق، ص. 533.

**1\_ الإجراءات القانونية:** فقد اتخذت إجراءات قانونية في بعض الدول لمواجهة هذه الظاهرة السلبية لعل من أبرزها ألمانيا التي ظهرت فيها مشكلة تضخيم أكاذيب ارتكبت من لاجئين كحوادث فردية، واستغلها اليمين المتطرف عبر وسائل التواصل الاجتماعي لمنع استقبال لاجئين من الشرق الأوسط وهي الحادثة المزعومة بإحراق كنيسة ليلة رأس السنة في عام 2016 الأمر الذي عرض الفيسبوك لانتقادات رسمية ألمانية وأخضعت مدير الصفحة المتورطة للملاحقة القضائية مع إدارة الموقع، ووافق البرلمان على مشروع قانون لمعاقبة مواقع التواصل الاجتماعي على ترويج الأخبار الزائفة عام 2017. وفرض غرامات كبيرة على من يثبت عليه الجريمة.

**2\_ التطبيقات الحديثة:** طرحت عديد من التطبيقات من خلال تقنيات حديثة عبر إدارة المواقع لمكافحة الأخبار المزيفة مثل ما قامت به إدارة موقع الفيسبوك عام 2017، بتعطيل 30 ألف حساب في فرنسا وحدها، وتطبيق مميزات أمان وخصوصية لمنع المخترقين من الحصول على المعلومات الشخصية للمستخدمين، بعد وصول تقرير يؤكد وجود جهات وأفراد قاموا بتوزيع أخبار ورسائل لحسابات بعينها تم اختراق بياناتها.<sup>1</sup>

**3\_ وسائل الإعلام التقليدية:** قامت وسائل الإعلام التقليدية بدور أيضا بعد أن تورطت بعضها في إذاعة أخبار كاذبة سواء قصص أو صور صحفية، وهو ما دفع شبكة بي بي سي إلى إنشاء قسم لمراقبة الأخبار والتأكد من صحتها قبل النشر على الموقع الإلكتروني.

ووكالة فرانس برس وضعت شبكة تدعى "فيرست درافت نيوز" بهدف تحسين نوعية المعلومات المنشورة الإلكترونية وخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي.

**4\_ دور الدولة:** على المستوى الرسمي يعتبر صدور بيان من الجهة المختصة لتوضيح طبيعة هذه الأخبار الكاذبة أمرا مهما لما تمثله من خطورة على المجتمع واستقراره نتيجة انتشار مثل هذه الأخبار، والتي يجب أن تسارع مؤسسات الدولة المعنية بنفيها وتكذيبها والرد عليها بلغة واضحة وقاطعة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> \_ سهير صالح ابراهيم، مرجع سابق، ص 361.

<sup>2</sup> \_ المرجع نفسه، ص 362.

– مما تم ذكره أعلاه وبعد تطرقنا لآليات الكشف ومواجهة الأخبار الزائفة ثم الإجراءات المقترحة للحد من خطورتها يجب علينا التطرق لما يسمى بالمصداقية والتي تعد من العناصر المهمة للفرقة بين وسيلة اتصالية أو أخرى، فإلى جانب سرعة الوسيلة في الوصول إلى القارئ والمضمون الإعلامي وعمق المضمون واتساع الموضوع نجد المصداقية الخاصة بالوسيلة فتعتبر وسائل الاتصال المطبوعة تقليديا أكثر صدقا من الإذاعة. ومن هنا ينتابنا الفضول حول ما مدى صدق فيسبوك في نقل الأخبار، ففي وسط هذا الكم الهائل من هذه الأخبار والمعلومات تنتشر الكثير من الأكاذيب والمغالطات والوقائع المشوهة، فإن المستخدم يصبح يفتقر في غالب الأحوال إلى المصداقية الفعالة التي يستطيع عن طريقها التحقق من صحة ما يتلقاه على مدار اليوم من أخبار قد تسهم في تشكيل إدراكه وتؤثر على قدراته.

تعد المصداقية واحدة من العوامل المؤثرة في الإعلام والعملية الاتصالية، وقد اختلفت رؤى الباحثين حول مفهومها فيرى البعض منهم أنها: " تعني الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها ".

في حين يعرفها آخرون بأنها: " احترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل".<sup>1</sup>

**مصداقية الوسيلة:** وهي المصداقية الكلية لوسيلة الإتصال، كمحطة الإذاعة، الجريدة، المجلة، والتي يشار إلى حالة فقدانها بوجود أزمة المصداقية أو فجوة الثقة بين الوسيلة وجمهورها.<sup>2</sup>

### مصداقية الأخبار:

تطور التكنولوجيا وكثرة الوسائل المتاحة سهل على الصحفي سير أغوار الخبر خلال دقائق معدودة والوقوف على آراء أصحاب الشأن في محاولة منه لقراءة ما تخفيه السطور، خصوصا لناحية حرصه على أن يكون موضوعه مستندا إلى أكثر من مصدر في أقل وقت ممكن.

فالمسؤولية المهنية تفرض على الصحفي بالدرجة الأولى "اصطياد المصدر" والإتيان بشيء جديد يغني الموضوع ويدعمه، لكن هذا الأمر لم يعفه من المسؤولية القانونية التي قد تضعه في قفص الاتهام في أي وقت.

<sup>1</sup> – حسنين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر للتغطية الإعلامية، ط1، 2014، دار فكر وفن، القاهرة، ص276.

<sup>2</sup> – محمود علم الدين، مصداقية الإتصال، دار الوازن للطباعة والنشر، القاهرة، يونيو 1989، ص 39.

أما اللغظ الأكبر فيأتي من هؤلاء الذين ينقلون هذه الأخبار أيا كان نوعها من دون التأكد من صحتها بوسائلهم الخاصة.

فعلى الصحفي أن يتأكد من مصداقية الخبر قبل الإعلان عنه وذلك بالاعتماد على وسائل عدة، إلا في حالة الثقة المطلقة بمصدر الخبر فبين المصداقية والسبق الصحافي غير المؤكد تبقى الأولوية للمصداقية وبالتالي استقصاء الخبر.

### — مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي :

وهنا يتبادر السؤال للذهن، ما الذي تعنيه مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي؟ وبتحديد ماذا نعني بمصداقية الفايسبوك؟ وما الذي يبحث عنه زائر هذا الموقع ليجد هذه المصداقية؟ والإجابة على هذه الأسئلة تتبين من خلال ما يلي:

**1\_ مصداقية المصدر:** دون شك أول ما يطلبه الزائر في الموقع ألا يقدم له معلومة خاطئة "الدقة" وبعد هذا ألا يكذب في أخباره ومعلوماته "الصدق" وأن يتعد قدر الإمكان الفرقعات الإعلامية والعبارات الموهمة "الموضوعية"، بعدها ألا يرجع ميوله أو توجهه، وبعد ذا أن يكون واضحا مرنا يقبل النقاش مرنا يقبل النقاش والحوار "الشفافية".

**2\_ مصداقية الجوهر:** هي المعلومة ذاتها، فالزائر يبحث عن معلومة لها مصدر واضح "التوثيق"، وعن موقع لا يقدم له أي شيء بل يهديه خلاصة بحث أو نقاش أو حدث، ومع الارتباطات في عالم الانترنت تصبح الحاجة لفتح الآفاق والإحالة على أفكار جديدة أو المصادر الأساسية .

**3\_ مصداقية المظهر:** وهو فن يرتبط بالأسلوب أو الوسيلة الأنسب للحال والمقال، فيبحث الزائر عن ملائمة الموقع وموائمة فنيا وتقنيا، وأن يجد ما يريد بلا توهان أو تعقيد سهولة الاستخدام وهذا مبحث واسع مجالته وتطوره.<sup>1</sup>

— فهذا يعني أن موقع الفايسبوك لو استخدم بالشكل الصحيح يصبح متوازن وله مصداقية ويمكن أن يكون مرجعا يعود له الزائر قبل غيره شرط أن تحقق المصداقية التي يبحث عنها.

<sup>1</sup> - حسنين شفيق، مرجع سابق ص276.

ـ سرعة نقل الخبر ومصداقيته:

تلعب مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك دورا مهما ومؤثرا في نقل الأخبار والمعلومات، غير أن بعض المستخدمين لهذه المواقع يعلقون إن بالرغم من سرعة نقل الأخبار والمعلومات، إلا أنها دائما ما يكون مشكوكا بأمورها وتفتقد للدقة والمصداقية .ويرى كثيرون أن مواقع التواصل الاجتماعي، لعبت دورا جوهريا في نقل المعلومات والآراء والصور الخاصة بالأحداث، ويمكنه الوثوق فيها كمصدر أساس للأخبار المختلفة، خصوصا التي تملك مصداقية عالية ودقة متميزة.

في حين هناك أيضا كثيرون لا يتقنون بالوسائل الالكترونية ويفضل دائما تلقيها من نشرات الأخبار والصحف المحلية.

فبالرغم من أن مواقع التواصل الاجتماعي سريعة في نقل المعلومة إلا أنها أضحت مكانا خصبا لترويج الشائعات والأخبار الزائفة.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تتشارك يوميا في كثير من المعلومات الإخبارية جزء كبير منها ينقل من أشخاص وليس مؤسسات إعلامية معروفة، ما يعني أن جزءا كبيرا من المصداقية يضعف في المعلومة.<sup>1</sup>

خلاصة الفصل:

لقد حاولنا من عناصر هذا الفصل التركيز على أنه هناك تأثير لمواقع التواصل الاجتماعي و بأخص الفيسبوك متمثلة في نشر الأخبار الزائفة، من الواضح أننا نعيش اليوم في خضم ثورة معلومات جديدة بفضل التطور التكنولوجي و أيضا امتلاك الفرد ما يقيه على اطلاع بالعالم اي الهاتف الذكي ،وهي ثورة غير مسبوقه من حيث حجم وتنوع المعلومات وسرعة انتشارها وجودتها.

حيث باتت شبكة الفيسبوك وسيلة اتصال لا يمكن الاستغناء عنها اذ لا يمر على الفرد يوم دون التصفح به ، وتعتمد عليها العديد من المؤسسات الرسمية وغير الرسمية، وزاد اعتماد الناس من مختلف الشرائح والفئات على هذا الموقع، وأصبح من المصادر المهمة للحصول على الأخبار حول مختلف القضايا والأحداث التي تدور حول الفرد خصوصا و في العالم عموما .

<sup>1</sup> - بشرى حسين الحمداني، مرجع سابق، ص131.

# الجانب التطبيقي



### تمهيد:

بعدما أنهينا عرض المشكلة البحثية وتحديد الأهداف وكذا التساؤلات والفروض والمراجعة المتوفرة حول الموضوع، وصلنا للجانب التطبيقي حيث يعتبر أهم جانب لتصميم البحث، سنشرح في هذا الفصل بطرح الإجراءات الميدانية التي تمكننا من معرفة مدى انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفيسبوك وتأثيره على مصداقية الأخبار، وللإجابة على أسئلة الدراسة واختبار الفرضيات المنبثقة عنها من خلال استخدام تقنيات البحث الميداني عن طريق الاستمارة التي قمنا بعرضها على متبعي صفحة اليقين نيوز، وبعد ملئ الاستمارات من طرف متبعي الصفحة قمنا بتفريغها وتحليل الجداول، ثم إسقاط النتائج على الفرضيات ومقارنة النتائج على ضوء الدراسات السابقة، إضافة إلى مدى صحة إسقاط النظرية على الدراسة.

تمثل الجانب التطبيقي في نشر الاستبيان على صفحة اليقين نيوز وهي صفحة جزائرية إخبارية موجودة على موقع الفيسبوك غير تابعة لقناة، تنشر مختلف الأخبار وطنية محلية وكذا العالمية، عدد مشتركها يبلغ 114279 مشترك من مختلف البلدان والمدن، لها خاصية نشر الأخبار بسرعة سواء أخبار صحيحة أو كاذبة دائما لها سبق النشر والتنافس. وهي موجودة على الرابط الآتي <http://Yakine.news.tv/>:

أولاً: تحليل الجداول:

جدول رقم 1 يمثل توزيع العينة حسب متغير الجنس.

| النسبة المئوية | التكرار | الجنس   |
|----------------|---------|---------|
| 48.46%         | 63      | ذكر     |
| 51.54%         | 67      | أنثى    |
| 100%           | 130     | المجموع |

يتضح من خلال الجدول رقم "01" توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس حيث بلغت فئة الإناث (51.54%)

بينما قدرت فئة الذكور (48.46%) ومن هذا يبدو أن فئة الإناث مرتفعة قليلاً على فئة الذكور.

ويعود السبب في اختلاف النسبتين إلى كون أن العينة تم اختيارها بطريقة قصدية، لأن هدفها عند اختيار العينة هو

الوصول إلى متابعي صفحة اليقين نيوز من كلا الجنسين وذلك باعتبار أن الجنس متغيراً أساسياً في دراستنا.

جدول رقم 2: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

| السن          | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------|---------|----------------|
| من 18 إلى 28  | 103     | 79.25%         |
| من 29 إلى 39  | 22      | 16.92%         |
| من 40 إلى 50  | 3       | 2.3%           |
| من 51 فما فوق | 2       | 1.53%          |
| المجموع       | 130     | 100%           |

يتضح من خلال الجدول رقم "02" الخاص بمتغير السن، إن أكبر نسبة من أفراد العينة تتراوح ما بين سن 18 إلى 28 سنة بنسبة (79.25%) وتليها نسبة (16.92%) المتمثلة في فئة 29 إلى 39 في حين قدرت نسبة متابعين الصفحة الذين تبلغ أعمارهم من 40 إلى 50 سنة (2.3%) بنسبة منخفضة، وأخيرا أقل نسبة هي (1.53%) من أفراد العينة والمتمثلة في فئة 51 فما فوق.

ومن خلال الشكل رقم 2 نلاحظ اختلاف وتنوع السن عند أفراد العينة ومن هنا نستنتج أن الأفراد الذين يتراوح سنهم من 18 إلى 28 سنة هم الفئة الأكثر متابعة لصفحة اليقين نيوز بنسبة 79.25% وهي من فئة الشباب وهذا يشير إلى أن الشباب أكثر الفئات اهتماما بالتطلع

## الفصل الثاني: عرض وتحليل النتائج

على الأخبار ويعود سبب ذلك إلى سيطرتهم في استخدام موقع الفايسبوك وذلك راجع إلى أن فئة الشباب معروفة باهتمامها بمواقع التواصل الاجتماعي والفضاء الافتراضي بنسبة كبيرة.

الجدول رقم 03 : يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

| المستوى التعليمي | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|---------|----------------|
| ابتدائي          | 1       | 0.76%          |
| متوسط            | 1       | 0.76%          |
| ثانوي            | 19      | 14.61%         |
| جامعي            | 90      | 69.26%         |
| الدراسات العليا  | 19      | 14.61%         |
| المجموع          | 130     | 100%           |

يتضح من خلال الجدول رقم "03" والمتعلق بالمستوى التعليمي لمعجبن صفحة اليقين نيوز أن نسبة

69.26% من أفراد العينة مستواهم التعليمي جامعي، تليها نسبة 14.61% الخاصة بالمستوى الدراسات العليا

والثانوي مع بعض، تليها نسبة 0.76% وهي لمستوى المتوسط و الابتدائي.

فنستنتج من الجدول أعلاه أن أغلب أفراد العينة يراوح مستواهم ما بين المستوى الجامعي كأعلى نسبة فيما لاحظنا

تكافئ بين نسبي مستوى الدراسات العليا و مستوى ثانوي، وهذا ما قد ينعكس إيجابا في طريقة الإطلاع على

الأخبار واستخدام موقع الفايسبوك.

ومن خلال الشكل رقم 3 نلاحظ أن متصفح الصفحة يتنوع مستواهم التعليمي وهنا سيؤثر المستوى التعليمي على اتجاهات أفراد العينة حول موضوع الأخبار الزائفة، مما سيعطي مصداقية أكبر لنتائج الدراسة، كما يؤكد الجدول أن الفئة الأكثر تصفحا لصفحة اليقين نيوز من المستوى الجامعي والدراسات العليا .

وهذا راجع إلى مستواهم وثقافتهم مما يعكس هذا الأخير اهتمامهم بالإطلاع على الأخبار وهذا راجع إلى أن الجامعيين لهم من المستوى الثقافي الذي يجعلهم مقبلين ومهتمين بموقع الفايسبوك وتصفح مختلف الصفحات، أما أقل نسبة فهي للمستوى الابتدائي والمتوسط.

الجدول رقم 04: يمثل درجة تتبع المبحوثين للأخبار على صفحة اليقين نيوز

| النسبة المئوية | التكرار | ماهي درجة تتبعك للأخبار على صفحة اليقين نيوز؟ |
|----------------|---------|---|
| 43.08%         | 56      | كثيرا   |
| 36.15%         | 47      | قليلا   |
| 20.77%         | 27      | نادرا   |
| 100%           | 130     | المجموع                                       |

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يتابعون صفحة اليقين نيوز كثيرا بنسبة 43.08% في حين كانت النسبة المئوية 36.15% لقليلها تليها النسبة المئوية لصفة نادرا ب 20.77% كلها تصب في درجة تتبع المبحوثين للأخبار عبر الصفحة اليقين نيوز .

نستنتج من هذه البيانات أن أكبر نسبة من أفراد عينتنا يتابعون الأخبار بصفة كثيرا على صفحة اليقين نيوز التي قدرت بنسبة أكبر في حين تتقارب معها صفة قليلا وهذا راجع إلى اهتمام المبحوثين بتتبع الأخبار على موقع

الفايسبوك وبالأخص صفحة اليقين نيوز وهذا راجع لسهولة انتقال المعلومة في ذات اللحظة إلى أكبر قدر من الناس وربما يعود هذا كون صفحة اليقين نيوز تنشر الأخبار بصيغة نصية مايسهل الإطلاع عليها من طرف الجميع .

الجدول رقم 05: يوضح الأوقات المفضلة للمبحوثين لمتابعتهم للأخبار عبر صفحة اليقين نيوز

| النسبة<br>المئوية | التكرار | الإجابة       |
|-------------------|---------|---------------|
| 3.07%             | 4       | صباحا         |
| 6.92%             | 9       | مساء          |
| 10.76%            | 14      | ليلا          |
| 79.25%            | 103     | حسب<br>الظروف |
| 100%              | 130     | المجموع       |

من خلال الجدول رقم "04" والنتائج المحصل عليها أعلاه نلاحظ أن أغلبية المبحوثين يتابعون الأخبار على صفحة اليقين نيوز حسب الظروف والتي قدرت بنسبة %79.25 في حين أن المبحوثين الذين يفضلون متابعة الأخبار على صفحة اليقين نيوز ليلا جاءت بنسبة %10.76، أما فيما يخص الفترة المسائية قدرت بنسبة %6.92 تليها الفترة الصباحية بنسبة منخفضة قدرت ب %3.07.

ومن هنا نستنتج أن أفراد عيئنا تعود أوقاتهم المفضلة لمتابعة الأخبار على صفحة اليقين نيوز كانت بصفة كبيرة حسب الظروف ويعود لانشغال الأفراد في حياتهم اليومية ، كما اشرنا سابقا الفئة الأكثر استخداما للفا يسبوك هم من فئة الشباب و أغلبيتهم مستواهم جامعي أي طلبة و هذا راجع لكثرة حصص التدريس ما لا يترك وقت لطالب لتصفح موقع .

الجدول رقم 06: بين العلاقة بين متغير المستوى التعليمي ونوع الأخبار التي تشد انتباه أفراد العينة على صفحة

اليقين نيوز.

| النسبة المئوية | المجموع | دراسات<br>عليا | جامعي  | ثانوي  | متوسط | إبتدائي |          |
|----------------|---------|----------------|--------|--------|-------|---------|----------|
| 16.15%         | 21      | 4              | 17     | 0      | 0     | 0       | سياسية   |
|                |         | 3.07%          | 13.07% | 0      | 0     | 0       |          |
| 71.53%         | 93      | 12             | 62     | 18     | 1     | 0       | اجتماعية |
|                |         | 9.23%          | 47.69% | 13.84% | 0.76% | 0       |          |
| 1.53%          | 2       | 0              | 2      | 0      | 0     | 0       | اقتصادية |
|                |         | 0              | 1.53%  | 0      | 0     | 0       |          |
| 10.76%         | 14      | 3              | 9      | 1      | 0     | 1       | رياضية   |
|                |         | 2.30%          | 6.92%  | 0.76%  | 0     | 0.76%   |          |

نلاحظ من خلال الشواهد الإحصائية الواردة في الجدول رقم "06" المتعلق نوع الأخبار التي تشد انتباه الباحثين

في صفحة اليقين نيوز، حسب متغير المستوى التعليمي نجد أن الجامعيين هم أكثر تتبع للأخبار الاجتماعية بنسبة



47.69% أما نسبة 13.84% كانت من تصريح ثانوي في تتبع الأخبار الاجتماعية، في حين قدرت نسبة 9.23% للدراسات العليا تليها نسبة منخفضة 0.76% للمتوسط ومنعدمة في الابتدائي.

مقارنة بالأخبار السياسية نجد نسبة 13.07% من المستوى الجامعي في تتبعهم لهذا النوع من الأخبار في حين كانت نسبة منخفضة في الدراسات العليا قدرت 3.07% أما فيما يخص المستوى التعليمي والمتوسط والثانوي فهي منعدمة،

تليها نوع الأخبار الرياضية التي تشد انتباه أفراد المبحوثين في المستوى الجامعي بنسبة 6.92% في حين قدرت نسبة 2.30% للدراسات العليا، أما نسبة 0.76% نجدها للمستوى الابتدائي والثانوي أما الابتدائي فهي منعدمة . وهذا ما نلاحظه في النوع الاقتصادي انعدام تتبع هذا النوع لكل المستويات ما عدا المستوى الجامعي قدرت بنسبة 1.53%.

ومنه نستنتج أن الأخبار الاجتماعية تشد انتباه المبحوثين الجامعين بصفة أكبر نظرا لكون هذا النوع من الأخبار هو الأقرب من الواقع المعاش حيث يحمل في طياته قضايا وأحداث اجتماعية تولد الإحساس بالانتماء والتضامن بين أفراد المجتمع وتقوي الروابط والعلاقات الاجتماعية وهذا راجع إلى متابعة المبحوثين لآخر المستجدات والأخبار التي تخص المجتمع.

الجدول رقم 07: يمثل كيفية تفاعل أفراد العينة مع مضامين صفحة اليقين نيوز

| الإجابة          | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|---------|----------------|
| الإعجاب          | 98      | 75.40%         |
| التعليق          | 19      | 14.61%         |
| مشاركة الأصدقاء  | 11      | 8.46%          |
| نشر روابط الصفحة | 2       | 1.53%          |
| المجموع          | 130     | 100%           |

يوضح الجدول رقم 07 المتعلق بكيفية تفاعل أفراد العينة مع مضامين الصفحة نلاحظ أن الإعجاب كان بنسبة 75.40%، والتعليق 14.61%، أما مشاركة الأصدقاء بنسبة 8.46% ثم يليها نشر روابط الصفحة قدرت بنسبة منخفضة 1.53%.

حيث يتضح أن الإعجاب هو أبرز أنواع التفاعل بكل حرية إضافة أن الفئة الأكثر تصفحاً للصفحة هم الطلبة وهذا ما يدل على مستواهم في التعبير عن آرائهم، ثم تأتي نسبة التعليق تليها مشاركة الأصدقاء ثم نشر روابط الصفحة بنسبة قليلة وهذا دلالة على الخدمات المتنوعة التي يتيحها موقع الفايسبوك وعدم اكتفاء بنوع واحد من التفاعل ويعود إلى الاستخدام المتواصل واليومي من طرف أفراد العينة والذين أغلبيتهم طلبة وما تحتمه مقتضيات

العصر الحالي والتكيف مع التكنولوجيا الراهنة وهو أمر طبيعي يعود إلى مختلف الانشغالات الخاصة بالشباب وكذا الميول المختلفة للمبحوثين.

الجدول رقم 08: يمثل اندفاع أفراد العينة لمتابعة الأخبار على صفحة اليقين نيوز

| النسبة المئوية | التكرار | ما الذي يدفعك لمتابعة الأخبار عبر صفحة اليقين نيوز؟ |
|----------------|---------|---|
| 48.46%         | 63      | الإطلاع على آخر الأخبار الوطنية والعالمية           |
| 25.38%         | 33      | المساعدة على التفاعل بشأن القضايا المثارة           |
| 26.16%         | 34      | المشاركة في الرأي واتخاذ القرارات                   |
| 100%           | 130     | المجموع   |

يوضح الجدول رقم 08 المتعلق باندفاع أفراد العينة لمتابعة الأخبار على صفحة اليقين نيوز ومن خلال النتائج المتحصل عليها أن أغلبية المبحوثين دافعهم لمتابعة الأخبار عبر صفحة اليقين نيوز هو الإطلاع على آخر الأخبار الوطنية والعالمية قدرت بنسبة 48.46% تليها المشاركة في الرأي واتخاذ القرارات بنسبة 25.38% في حين تقاربت معها نسبة 26.16% للمساعدة في التفاعل بشأن القضايا المثارة.

من خلال ما تم استقراءه في الدافع الرئيسي الذي يدفع بالمتابعين لمتابعة صفحة اليقين نيوز نلاحظ الإطلاع على آخر الأخبار الوطنية والعالمية هي النسبة كبيرة قدرت ب 48.5% في حين تتكافأ نسبي المتعلقة بالمساعدة على التفاعل بشأن القضايا المثارة والمشاركة في اتخاذ القرارات وهذه النتيجة تعني أن مبحوثينا يفضلون الأخبار الوطنية والعالمية أكثر لتحديد توجهاتهم كون عينة الدراسة تكون اهتماماتها منصبه في معرفة كل ما يدور من أخبار و

أحداث وطنية وعالمية وهذا ما تطرقنا له سابقا أن ما يشد انتباه الأفراد الأخبار الاجتماعية، لأن الإنسان اجتماعي بطبعه يستهويه الفضول لما يدور من حوله

الجدول رقم 9: يمثل رأي أفراد العينة في اقتناعهم بمضامين الصفحة التي تطرحها.

| الإجابة | التكرار | النسبة المئوية |
|---------|---------|----------------|
| دائما   | 14      | 10.77%         |
| أحيانا  | 66      | 50.77%         |
| نادرا   | 50      | 38.46%         |
| المجموع | 130     | 100%           |

يوضح الجدول رقم 9 المتعلق برأي أفراد العينة في اقتناعهم بمضامين الصفحة ومن خلال النتائج المتحصل عليها نلاحظ أن أغلبية متبعي الصفحة أجابوا بصفة أحيانا بأكبر نسبة 50.77 %، في حين كانت النسبة المئوية 38.46% لنادرا، تليها دائما بنسبة 10.77%. كلها تصب في رأي أفراد العينة في اقتناعهم بمضامين الصفحة.

تبين من هذا الجدول أن النسبة الأكبر التي تفتتح بمضامين الصفحة أحيانا بنسبة 50.77% كما أنها متقاربة مع صفة نادرا بنسبة 38.46% وهذا معيار لقياس مصداقية المعلومات المنشورة على صفحة المنشورة عبر صفحة اليقين نيوز ويرجع هذا لمضامين الصفحة وما تطرحه أحيانا تتميز بالمصداقية وفي حين آخر تميل للتضليل يعود إلى وعي أفراد عينتنا كونهم أغلبهم من فئة الشباب وفي نفس الوقت طلبة جامعين هذا ما كون لديهم التميز والمشاركة في الرأي والقرار والإطلاع على المستجدات .

الجدول رقم 10: يوضح أن كان أفراد العينة يعتمدون أسلوب المقارنة في الأخبار المنشورة في صفحة اليقين نيوز للتأكد من صدق الخبر؟

| النسبة<br>المئوية | التكرار | هل تعتمد أسلوب المقارنة في الأخبار المنشورة في صفحة اليقين نيوز للتأكد من الخبر؟ |
|-------------------|---------|--|
| 73.8%             | 96      | نعم  |
| 26.2%             | 34      | لا   |
| 100%              | 130     | المجموع  |

يوضح الجدول رقم "10" المتعلق بالاعتماد على أسلوب المقارنة في الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز فنلاحظ أن نسبة 73.8% من أفراد المبحوثين أجابوا بنعم ويعتمدون أسلوب المقارنة في الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز والتأكد من صدق الخبر في حين نسبة 26.2% لا يعتمدون أسلوب المقارنة.

نلاحظ أن معظم أفراد عيتنا يعتمدون أسلوب مقارنة الأخبار المنشورة، وذلك لما أشرنا له في الجدول رقم "09" الذي يؤكد على أحيانا ما يقتنعون بمضامين الصفحة، وعليه نستنتج وعي مبحوثينا لأنهم ليسوا بالمتلقي السلبي يستقبل المعلومة فقط بل هم متلقي إيجابي يستقبل المعلومة ويصنفها ويتخذ منها موقفاً، وذلك بالتأكد من مختلف الصفحات أو من الوسائل الأخرى.

الجدول رقم 11: يوضح ما يثير المبحوثين في الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز

| النسبة المئوية | التكرار | ما الذي يثيرك في الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز؟ |
|----------------|---------|---|
| 18.45%         | 24      | سرعة نشر الخبر  |
| 58.45%         | 76      | توظيف الوسائط المتعددة                                  |
| 23.10%         | 30      | التفاعل المرافق للخبر                                   |
| 100%           | 130     | المجموع   |

يوضح الجدول رقم "11" المتعلق بما يثير المبحوثين في الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز فنلاحظ أن نسبة 58.45%. أن أغلبية المبحوثين تثيرهم توظيف الوسائط المتعددة تليها نسبة 23.10% للتفاعل المرافق للخبر في حين تقاربها مع نسبة 18.45% خاصة بسرعة نشر الخبر.

ومنه نستنتج أن مبحوثينا أكثر ما يثيرهم في الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز هو توظيف الوسائط المتعددة بنسبة تفوق نصف أفراد عينتنا ويمكن إرجاع ذلك بسبب إقبال العديد من الشباب الجامعي في التصفح لمنصة الفايسبوك لتنوع خدماته وتطبيقاته "كالصور والمشاركة والتعليق" ، بحيث يساعدهم أكثر على التواصل وهو سهل الاستعمال وكذلك من أجل معرفة الأخبار ويعود هذا إلى أهمية الشبكة لدى عينة دراستنا ومدى استخدمها على نطاق واسع يلي مختلف اهتماماتهم وانشغالهم حول ما يدور في ساحة الحياة الاجتماعية.

الجدول رقم 12: يمثل نظرة الباحثين لصفحة اليقين نيوز:

| هل تنظر لصفحة اليقين نيوز على أنها | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------------------------|---------|----------------|
| منافس للقنوات الفضائية             | 31      | 23.84%         |
| منافس للصفحات الإخبارية            | 69      | 53.08%         |
| لكل مجاله                          | 30      | 23.08%         |
| المجموع                            | 130     | 100%           |

يوضح الجدول رقم "12" المتعلق نظرة أفراد العينة حول صفحة اليقين نيوز ومن خلال النتائج المتحصل عليها نلاحظ أن نسبة 53.08% من الباحثين ينظرون لصفحة اليقين نيوز على أنها منافس للصفحات الإخبارية تليها نسبة 23.84% على أنها منافس للقنوات الفضائية أما نسبة 23.08% خاصة ب لكل مجاله.

وعليه نستنتج أن أكبر نسبة من أفراد العينة ينظرون لصفحة اليقين نيوز على أنها منافس للقنوات الفضائية ، وهذا راجع ربما لكون هذه الصفحة تعد مصدر في توصيل الأخبار والمعلومات بطريقة سريعة جدا على عكس القنوات الفضائية والإعلام. ويعود لتجاوز أفراد عينتنا الاستخدام العادي للفايسبوك إلى درجة الإدمان والتخلي عن وسائل الإعلام التقليدية فأصبح كل فرد يملك هاتف ذكي ولا يستطيع الاستغناء عنه فهو الرابط بينه وما من حوله.

الجدول رقم 13: يوضح إذا كان تناقل الخبر عبر صفحات الفايسبوك بصفة عامة وصفحة اليقين نيوز يؤكدان مصداقيته

مصداقيته

| هل تكرار تناقل الخبر عبر صفحات الفايسبوك بصفة عامة وصفحة اليقين نيوز خاصة يؤكدان مصداقيته؟ | التكرار | النسبة المئوية |
|--|---------|----------------|
| نعم  | 90      | 69.2%          |
| لا   | 40      | 30.8%          |
| المجموع  | 130     | %100           |

يوضح الجدول رقم "13" إذا كان تناقل الخبر صفحات الفايسبوك عامة وصفحة اليقين نيوز يؤكد مصداقيته، من خلال النتائج المتحصل عليها نلاحظ أن نسبة 69.2% من أفراد العينة أجابوا بنعم في حين تمثلت نسبة 30.8% خاصة بالمبحوثين الذين كانت إجاباتهم لا.

وعليه نجد أن أغلبية أفراد العينة يوافقون على تكرار تناقل الخبر يؤكد مصداقيته وهذا راجع لأن تكرار نشر الخبر يدل على مصداقيته وحقيقته لأن من ينشر الخبر عليه التأكد أولاً من صحته أو عدمه، وهذا ما أشرنا إليه سابقاً تحديداً في الجدول رقم "10" الذي يؤكد أن أغلبية المبحوثين يعتمدون أسلوب المقارنة بالتخلي عن أسلوب الاستهلاك. فناشر الخبر في هذه الحالة إن لم يتأكد من صدقه ومشاركته في الصفحات الأخرى يؤدي به إلى المساس بصورته ومصداقيته ما يزعزع ثقة المتلقين .



الجدول رقم 14: يمثل رأي أفراد العينة إذا كانت الأخبار الزائفة على صفحة اليقين نيوز تشكل خطورة على

مصدقيتها

| هل تشكل الأخبار الزائفة خطورة على مصداقية صفحة اليقين نيوز؟ | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|----------------|
| دائما   | 77      | 59.23%         |
| أحيانا  | 31      | 23.84%         |
| لا تشكل أية خطورة   | 22      | 16.93%         |
| المجموع   | 130     | %100           |

يوضح الجدول رقم "14" المتعلق برأي أفراد العينة إذا كانت الأخبار الزائفة على صفحة اليقين نيوز تشكل خطورة على مصداقيتها، من خلال النتائج المتحصل عليها نلاحظ نسبة 59.23% من أفراد العينة أجابوا بصفة دائما تليها أحيانا التي تمثلت في نسبة 23.84% ثم نسبة 16.93% من أفراد العينة يرون أنها لا تشكل أية خطورة.

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج أن أغلبية المبحوثين يؤكدون على أن الأخبار الزائفة تشكل خطورة على مصداقية صفحة اليقين نيوز هذا ما نلاحظه في إجاباتهم بصفة دائما قدرت بنسبة أكبر 59.2% فأغلبية أفراد العينة يرون أن الأخبار الزائفة تشكل خطورة على مصداقية الصفحة سواء كانت هذه الخطورة إيجابية أم سلبية مع العلم الخطورة الإيجابية للأخبار الزائفة قلما تكون، فغالبية خطورتها تكون بالسلب إما بنشر الخوف والحقد والكراهية وتحطيم نفسيات الشخصيات، كما تؤثر في القرارات التي يتخذها الأفراد فيما يتعلق بشؤون حياتهم في

مختلف المجالات ،وبالتالي تؤثر على الأمن المجتمعي للمجتمع،وهذا راجع إلى وجود مخططات وإستراتيجيات خارجية لزعزعة الأمن الداخلي للشعوب والتحريض على الفتن الطائفية وإقامة حروب أهلية.

حيث تتفق هذه النتيجة مع نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام التي أكدت على أنه الإعلام الإلكتروني يؤثر في البيئة الاجتماعية والسياسية لأفراد المجتمع.

الجدول رقم 15: يمثل تجربة أفراد العينة مع الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز وثقتهم فيها

| النسبة المئوية | المجموع | لا     | نعم    |      |       |
|----------------|---------|--------|--------|------|-------|
| 48.46%         | 63      | 54     | 9      | ذكر  | الجنس |
|                |         | 41.53% | 6.92%  |      |       |
| 51.54%         | 67      | 40     | 27     | أنثى |       |
|                |         | 30.76% | 20.76% |      |       |

من خلال النسب الواردة في الجدول رقم "15" والذي يبين علاقة الجنس بتجربة أفراد العينة مع الأخبار الزائفة عبر صفحة اليقين نيوز وثقتهم فيها ،فيتضح من بيانات الجدول أن المبحوثين الذي لديهم وتجربة مع صفحة اليقين نيوز الذين أجابوا بلا يتقون في الصفحة جاءت في الترتيب الأول وذلك بنسبة مقدارها 72.29% موزعة بنسبة 41.53% ذكور،مقابل 30.76% إناث،وجاء في الترتيب الثاني للمبحوثين الذين يتقون في صفحة اليقين نيوز بنسبة أقل ومنخفضة قدرت ب 27.68% موزعة 6.92% ذكور،مقابل 20.76% إناث.

من خلال ما تم ملاحظته في النتائج المتحصل عليها في الجدول نستنتج أن معظم أفراد العينة الذكور والإناث ومن خلال تجربتهم مع الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز نستنتج أن أغلبيتهم لا يثقون فيها وهذا ما أكده لنا مبحثنا الذين أجابوا ب لا بدرجة كبيرة، ويمكن تفسير ذلك أن متلقي الأخبار عبر صفحة اليقين نيوز ينقسمون إلى المتلقي النقدي وهو ذلك المتلقي الذي يقوم باستخدام المعلومة من خلال التفكير النقدي وإعادة تحليلها فهو يتأكد من الخبر، وهناك المتلقي الذي يستهلك المعلومات ويثق فيها دون التأكد منها. وهذا راجع ربما أن سرعة الوثوق في الأخبار المنشورة على الصفحة كون معظم أفراد عينتنا ذو مستوى تعليمي جامعي ما يجعلهم يستخدمون التحليل العقلاني والمعرفي.

الجدول رقم 16: يوضح اعتقاد أفراد العينة حول ظاهرة الأخبار الزائفة وفقدان مصداقية الأخبار على صفحة

اليقين نيوز

| النسبة المئوية | التكرار | في اعتقادك أن ظاهرة الأخبار الزائفة أفقدت صفحة اليقين نيوز مصداقيتها وموضوعيتها؟ |
|----------------|---------|--|
| 13.1%          | 17      | لا أوافق   |
| 17.7%          | 23      | أوافق إلى حد ما  |
| 24.6%          | 32      | أوافق  |
| 44.6%          | 58      | أوافق بشدة   |
| 100%           | 130     | المجموع  |

من خلال الجدول أعلاه والنتائج المتحصل عليها نلاحظ أغلبية المبحوثين يوافقون إلى حد ما بنسبة 38.46% في أن ظاهرة الأخبار الزائفة تفقد صفحة اليقين نيوز مصداقيتها نسبة 20.77% لأوافق كذلك نسبة 20.77% لأوافق بشدة في حين كانت نسبة 20% ب لا أوافق.

من خلال ما تم ملاحظته في اعتقادك أن ظاهرة الأخبار الزائفة أفقدت صفحة اليقين نيوز مصداقيتها وموضوعيتها كانت أغلبية إجابات المبحوثين يوافقون إلى حد ما كنسبة أعلى ويوافقون و بشدة بنسبتين متقاربتين وهذا راجع إلى اكتشاف الأفراد للأخبار الزائفة على الصفحة في حال أصبحت هذه الأخيرة تنشر أخبار زائفة فذلك يجعل المتعرض لأخبار أو الجمهور يفقدون الثقة وبالتالي تفقد مصداقيتها.

الجدول رقم 17: يوضح رأي أفراد العينة في الأمر الذي يدفع صفحة اليقين نيوز إلى الوقوع في التزييف

الإعلامي

| النسبة المئوية | التكرار | في اعتقادك ما الذي يدفع صفحة اليقين نيوز إلى الوقوع في التزييف الإعلامي |
|----------------|---------|---|
| 44.6%          | 58      | التنافس على الأسبقية في نشر الأخبار                                     |
| 24.6%          | 32      | تصفية الحسابات الشخصية  |
| 18.5%          | 24      | نقص المهنية   |
| 12.3%          | 16      | الشهرة والرواج  |
| 100%           | 130     | المجموع   |

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أجابوا بالتأثير في الرأي العام بنسبة 41.54% تليها نسبة 27.69% بتصفية الحسابات الشخصية في حين كانت نسبة 18.46% لنقص المهني أما نسبة 12.31% للشهرة والرواج.

من خلال ما تم ملاحظته في "في اعتقادك ما الذي يدفع صفحة اليقين نيوز إلى الوقوع في التزييف الإعلامي؟" كانت بالتأثير على الرأي العام كأكثر نسبة بعدها تصفية الحسابات الشخصية وهذا راجع لنقص ثقافات هؤلاء الذين يستخدمون موقع الفايسبوك بطرق سلبية لتهديد الشخصيات والترويج للأخبار الزائفة بطريقة مستفزة تريد هز المجتمع وإفساده ويعود كذلك لتوجيه الرأي العام والتأثير عليه بهدف الوصول لفئة أكبر من الجمهور كما نجد أن موقع الفايسبوك أتاح لممتلكي الصفحات مجال التنفيس ضد الشخصيات المتسلطة لأن

الفضاء الافتراضي هو فضاء حر وبالتالي أصبح المواطن يمارس فيه الحرية في نقل آرائه والتعبير عنها بكل أريحية وحتى الدفاع عنها.

الجدول رقم 18: يمثل رأي أفراد العينة في تأثير الأخبار الزائفة على الأفكار والاتجاهات

| النسبة المئوية | المجموع | لا     | نعم    |      |
|----------------|---------|--------|--------|------|
| 48.46%         | 63      | 12     | 51     | ذكر  |
|                |         | 9.23%  | 39.23% |      |
| 51.53%         | 67      | 30     | 37     | أنثى |
|                |         | 23.07% | 28.46% |      |

من خلال الجدول رقم 18 الذي يبين علاقة متغير الجنس بتأثير الأخبار الزائفة على أفكار و اتجاهات أفراد العينة ازاء القضايا الهامة ،فيتضح من بيانات الجدول ان المبحوثين الذين تؤثر الأخبار الزائفة على أفكارهم واتجاهاتهم من أجابوا بنعم جاء في الترتيب الأول و ذلك بنسبة مقدارها 69.67% موزعة بنسبة 39.23% ذكور مقابل نسبة 28.46 % إناث ،وجاء الترتيب الثاني للمبحوثين الذين لا تؤثر الأخبار الزائفة على أفكارهم واتجاهاتهم بنسبة مقدرة ب 32.3% موزعة بنسبة 23.07% إناث مقابل نسبة 9.23% ذكور و هذا ما يعني إن النسبة الكبيرة من أفراد العينة تؤثر الأخبار الزائفة على أفكارهم و اتجاهاتهم إزاء القضايا الهامة

و من خلال ما تم ملاحظته في النتائج المتحصل عليها في الجدول نستنتج أن معظم أفراد العينة الذكور والإناث يؤكدون أن الأخبار الزائفة تؤثر على الأفكار و الاتجاهات إزاء القضايا الهامة ، و هذا راجع إلى أن الأخبار الزائفة تخلق نوع من التوتر و القلق ، قد يبدو الأمر سلمي حيال هذا التأثير، لكنه في الحقيقة أمر ايجابي فهو يطور تفكيرهم النقدي اتجاه كل ما ينشر حتى لا يقعون في دوامة الانصياع لتصديق كل ما هو مظلل .

الجدول رقم 19: يوضح إذا سبق تعرض أفراد العينة لخبر زائف على صفحة اليقين نيوز

| هل سبق لك وان تعرضت لخبر زائف على صفحة اليقين نيوز؟ | التكرار | النسبة المئوية |
|---|---------|----------------|
| نعم   | 81      | 62.31%         |
| لا  | 49      | 37.69%         |
| المجموع   | 130     | 100%           |

من خلال الجدول أعلاه والنتائج المتحصل عليها نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة أجابوا بنعم بنسبة 62.31% في هل سبق لك وأن تعرضت لخبر زائف على صفحة اليقين نيوز، في حين كانت نسبة 37.69% ب لا.

من خلال ما تم ملاحظته في هل سبق لك وأن تعرضت لخبر زائف على صفحة اليقين نيوز كانت صفة نعم في إجابات أفراد العينة بنسبة كبيرة، وهذا راجع لعدم وجود رقابة الكترونية وآلية للحد لمثل هذه الظواهر على شبكة الفايسبوك و تقصير الجهات المسؤولة والأمنية نتيجة عدم المراقبة لمثل هذه الصفحات، و إتاحة الفايسبوك للجميع ما سهل للمزيفين خلق شخصيات وهمية ونشر ومشاركة ما يزيفونه كي يصلوا لأهدافهم وراء ذلك .

الجدول رقم 20: يمثل كيفية تصرف أفراد العينة مع الخبر الزائف

| النسبة المئوية | التكرار | _ كيفية التصرف من الخبر الزائف؟    |
|----------------|---------|------------------------------------|
| 20%            | 26      | عدم إعارته أهمية                   |
| 65.5%          | 85      | التأكد من صحة الخبر عبر وسائل أخرى |
| 14.5%          | 19      | البحث في صفحات أخرى                |
| 100%           | 130     | المجموع                            |

من خلال الجدول أعلاه والنتائج المتحصل عليها نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أجابوا بأنهم يتصرفون مع الخبر الكاذب بالتأكد من صحة الخبر عبر وسائل أخرى بنسبة 65.5% ، في حين كانت نسبة لعدم إعارته أهمية 20% تليها نسبة 14.5% للبحث في صفحات أخرى.

من خلال ما تم ملاحظته في كيفية التصرف مع الخبر الزائف كانت بالتأكد من صحة الخبر عبر وسائل أخرى في إجابات أفراد العينة بنسبة كبيرة وهذا راجع إلى الانتشار السريع للمعلومة والأخبار عبر الصفحة والتأكد من أنها تنشر أخبار زائفة بالمقارنة ما تنشره اليقين نيوز ما يؤكد الجدول رقم 10 ، وكذلك ما أكدته الجدول 11 و هو أن المبحوثين أحيانا ما يقتنعون بمضامين الصفحة ، إذن الأفراد و نظرا لكون غالبيتهم شباب جامعي مثقف فهم يستعملون أسلوب المقارنة للاقتناع و التأكد من الأخبار التي تنشرها اليقين نيوز فيفقد هذا النوع من الصفحات مصداقيتها فيرجع المبحوثين للتأكد من المعلومة المنشورة عبرها .



الجدول رقم 21: يوضح الجدول توزيع المبحوثين حسب اعتقادهم بمساهمة الأخبار الزائفة في تشويه سمعة الأفراد

| في اعتقادك | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| دائما      | 82      | 63.08%         |
| أحيانا     | 39      | 30%            |
| نادرا      | 9       | 6.92%          |
| المجموع    | 130     | 100%           |

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه والمتعلق بمساهمة الأخبار الزائفة في تشويه سمعة الأفراد واختراق خصوصياتهم نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة أجابوا بصفة دائمة بنسبة 63.08%، تليها أحيانا بنسبة 30% ثم تليها نادرا بنسبة 6.92%.

من خلال ما تم ملاحظته في إجابات أفراد العينة كانت أغلبية الإجابة بدائما بنسبة كبيرة وهذا راجع إلى رغبة هذه الفئة من مستخدمي موقع الفايستوك في تشويه سمعة الأفراد لتحقيق غرض معين أو التجسس عنهم واختراق خصوصياتهم بهدف لفت أنظار المستخدمين للخبر وإحداث بلبلة كالتفاعل والتعليقات ومشاركة الخبر وبالتالي تحقيق نسب كبيرة من المتابعة، و أيضا يعود إلى نقص النضج المعرفي لمروجي الأخبار الزائفة .

الجدول رقم 22: يمثل رأي أفراد العينة إذا الأخبار الزائفة ساهمت في تحديد جودة الصحافة

| في اعتقادك | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| دائما      | 93      | 71.54%         |
| أحيانا     | 31      | 23.85%         |
| نادرا      | 6       | 4.61%          |
| المجموع    | 130     | 100%           |

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة أجابوا ب دائما بنسبة 71.54 في حين كانت نسبة 23.85 ب أحيانا بنسبة 23.85 تليها نسبة منخفضة قدرت ب 4.61 بصفة نادرا . من خلال ما تم ملاحظته في مساهمة الأخبار الزائفة في تحديد جودة الصحافة كانت ب دائما حول رأي وجلية بنسبة أكبر وهذا راجع إلى تعويض الصحافة المرئية والسمعية بالإعلام البديل عن طريق موقع الفايسبوك وسوء استخدام موقع الفايسبوك أدى إلى فقدان جودة الصحافة اليوم.

الجدول رقم 23: يوضح هل الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز موثوقة؟

| هل الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز موثوقة؟ | التكرار | النسبة المئوية |
|--|---------|----------------|
| دائما  | 20      | 15.38%         |
| أحيانا   | 79      | 60.77%         |
| نادرا  | 31      | 23.85%         |
| المجموع  | 130     | 100%           |

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية الباحثين أجابوا ب أحيانا بنسبة 60.77% بأن الأخبار التي تطرح على صفحة اليقين نيوز موثوقة، في حين كانت نسبة 23.85% بصفة نادرا، تليها نسبة 15.38% بصفة دائما.

من خلال ماتم ملاحظته في هل الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز موثوقا؟ كانت أغلبية إجابات الباحثين ب أحيانا بنسبة كبيرة وهذا راجع إلى نوعية الخبر المنتشر وقابلية الاستعداد لتقبل الخبر وهناك عدم تقبل بعض الأخبار من جهة ومن جهة أخرى وفرة الأخبار تعطي ملامح الشك في صحتها وقبولها.

الجدول رقم 24 : يوضح إذا انتشار المعلومات على صفحة اليقين نيوز تضع المبحوثين في موقف عدم القدرة

على التمييز بين الخبر الصحيح والزائف

| النسبة المئوية | التكرار | هل انتشار المعلومات على صفحة اليقين نيوز تضعك في موقف عدم القدرة على التمييز بين الخبر الصحيح والزائف؟ |
|----------------|---------|--|
| 33.84%         | 44      | دائما  |
| 50%            | 65      | أحيانا   |
| 16.16%         | 21      | نادرا  |
| 100%           | 130     | المجموع  |

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أجابوا ب أحيانا بنسبة 50% في هل انتشار المعلومات على صفحة اليقين نيوز تضعك في موقف عدم القدرة على التمييز بين الخبر الصحيح والزائف؟ في حين كانت نسبة 33.84% ب دائما، تليها نسبة 16.16% ب نادرا أما أبدا قدرت بنسبة 13.08.

من خلال ما تم ملاحظته في النتائج المتحصل عليها كانت إجابة المبحوثين بصفة أحيانا بنسبة كبيرة وهذا راجع إلى كثرة تدفق المعلومات والأخبار الجديدة ونشرها بسرعة من جهة ومن جهة أخرى وجود بدائل أخرى لتلقي الخبر من طرف الأفراد تتركهم في موقف الشك وعدم القدرة على تمييز بين الأخبار الصادقة والأخبار الزائفة.

الجدول رقم 25 يوضح إذا أفراد العينة يتأكدون من محتوى الخبر في صفحة اليقين نيوز قبل نشر

| النسبة المئوية | التكرار | هل تتأكد من محتوى الخبر في صفحة اليقين نيوز قبل التعلق عليه ونشره؟ |
|----------------|---------|--|
| 46.2%          | 60      | دائما  |
| 37.6 %         | 49      | أحيانا   |
| 16.2%          | 21      | نادرا  |
| 100%           | 130     | المجموع  |

من خلال الجدول رقم "25" المتعلق إذا كان أفراد العينة يتأكدون من محتوى الخبر في صفحة اليقين نيوز قبل نشره نلاحظ أكبر نسبة قدرت ب 46.2 بصفة دائما في حين قدرت نسبة 37.6. تليها نسبة 16.2 بصفة نادرا.

من خلال النسب الواردة أعلاه نستنتج أن معظم أفراد العينة صرحوا بأكبر نسبة في إجاباتهم بدائما يتأكدون من محتوى الخبر في صفحة اليقين نيوز قبل نشره وهذا راجع إلى وعي كل فرد منهم بالمسؤولية في نشر الخبر للناس، وهذا ما يبرره أغلب المبحوثين كون مستواهم جامعي لذلك فإنهم تعودوا على التثبت والعودة إلى مصادر موثوقة، للتثبت من مصداقية ما يقرؤونه خاصة في ظل تصاعد الأخبار الزائفة عبر منصة موقع الفاييسبوك منذ 2016، لذا عليهم التأكد من صحته وعدمه فنشر الخبر الزائف يؤدي إلى المساس بعادات وتقاليد وقيم المجتمع، قد يمس الخبر الزائف بأخلاقيات الأفراد فيمس شرفهم وقد تزهق أرواحهم لذا وجب على الفرد التأكد قبل النشر، فعدم التأكد يجعلك غير صادق فيجب إثبات صحة ما ينشر

الجدول رقم 26: يوضح مدى ثقة أفراد العينة في مصداقية المعلومات المنشورة على صفحة اليقين نيوز.

| النسبة المئوية | التكرار | إلى أي مدى تثق في مصداقية المعلومات المنشورة على صفحة اليقين نيوز؟ |
|----------------|---------|--|
| 7.7%           | 10      | إلى حد كبير  |
| 32.3%          | 42      | إلى حد متوسط   |
| 60%            | 78      | إلى حد ضعيف  |
| 100%           | 130     | المجموع  |

من الجدول أعلاه والنتائج المتحصل عليها نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة أجابوا ب إلى حد متوسط بنسبة 60.77 في مدى ثقتهم في مصداقية المعلومات المنشورة على صفحة اليقين نيوز، تليها نسبة 28.46 ثقة ضعيفة أما أقل نسبة قدرت ب 10.77 لحد كبير.

وعليه نستنتج من خلال ملاحظة النتائج المتحصل عليها ورأي أفراد العينة ومدى ثقتهم في منشورات صفحة اليقين نيوز تتمثل بنسبة كبيرة بصفة إلى حد متوسط ومن هنا يمكننا القول تفاوتت نسب الثقة في مصداقية المعلومات على صفحة اليقين نيوز وهذا راجع إلى عدم تيقن أفراد العينة من المعلومات المتحصل عليها .

الجدول رقم 27: يمثل رأي أفراد العينة في ضرورة وجود إجراءات رسمية رادعة لمن يقوم بنشر الأخبار الزائفة

| النسبة المئوية | التكرار | هل تعتقد أنه يجب أن توجد إجراءات رسمية رادعة لمن يقوم بنشر الأخبار الزائفة؟ |
|----------------|---------|---|
| 7.7%           | 10      | لا أوافق  |
| 11.5%          | 15      | أوافق إلى حد ما   |
| 41.5%          | 54      | أوافق   |
| 39.3%          | 51      | أوافق بشدة  |
| %100           | 130     | المجموع   |

من خلال الجدول أعلاه نجد أن نسبة 41.5% من أفراد العينة يوافقون على أنه يجب أن توجد إجراءات رادعة لمن يقوم بنشر الأخبار الزائفة في حين نسبة 39.3% من المبحوثين يوافقون بشدة أما نسبة 11.5% يوافقون إلى حد ما وأخيرا نسبة 7.7% لا يوافقون.

يمكن أن نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة يوافقون وبشدة على أنه يجب أن توجد إجراءات رسمية رادعة لمن يقوم بنشر الأخبار الزائفة وذلك راجع ربما لتشجيع الاستقرار والأمن والحد من الأخبار الزائفة من أجل الحصول على مجتمع راقي.

الجدول رقم 28 : يوضح الآليات التي تستخدم لمواجهة الأخبار الزائفة والتأكد من صحتها

| النسبة المئوية | التكرار | في رأيك ما هي الآليات التي تستخدم لمواجهة الأخبار الزائفة والتأكد من صحتها؟ |
|----------------|---------|---|
| 30.8%          | 40      | التوعية بضرورة التأكد من صحة الأخبار وطرق التأكد منها                       |
| 8.5%           | 11      | تسخير التكنولوجيات الحديثة للكشف عن الأخبار الزائفة وطرق التأكد منها        |
| 11.5%          | 15      | متابعة صفحات رسمية  |
| 49.20%         | 64      | تجاهل كل منشور يبدأ بعبارة مثيرة  |
| 100%           | 130     | المجموع   |

من خلال الجدول أعلاه والنتائج المتحصل في ما هي الآليات التي تستخدم لمواجهة الأخبار الزائفة والتأكد من صحتها؟ نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة أجابوا بنسبة 49.20% لتجاهل كل منشور يبدأ بعبارة مثيرة، تليها نسبة 30.8% لضرورة التوعية التأكد من صحة الأخبار وطرق التأكد منها. تليها نسبة 11.5% لمتابعة صفحات رسمية آخر نسبة سجلت بنسبة منخفضة قدرت ب 8.5%.

نستنتج من هذه البيانات أن أكبر نسبة من أفراد العينة صرحوا بتجاهل كل منشور يبدأ بعبارة مثيرة بنسبة كبيرة وهذا راجع إلى وعي كل فرد منهم بمخاطر الأخبار الزائفة لهذا هم واعون ويشجعون على وجود آليات تحد من انتشار الأخبار لحماية المجتمعات والأفراد من الوقوع في التزييف والتضليل ولا بد توعيتهم، وهو ما يستعدي وضع استراتيجيات اتصالية مدروسة من قبل المؤسسات الرسمية تلي حاجات المستخدمين تماشى مع خصائصهم



العمرية والفكرية لمواجهتها أثناء الأزمات ومن ثم سن قوانين أو وضع آليات للحد من الأخبار الزائفة وفقا لخصائص كل مجتمع وذلك للتقليل والضغط والتوتر والهلع التي تسببها في الكثير من الأحيان.

أ\_ مدى تطابق النتائج مع الفرضيات:

1\_ تحليل النتائج على ضوء الفرضية الأولى: التي جاءت على النحو التالي:

يساهم موقع الفيسبوك في سرعة انتشار الأخبار من خلال عادات ودوافع متابعة الأفراد لصفحة اليقين

نيوز

من خلال نتائج الدراسة المتحصل عليها في المحور الأول الخاص بهذه الفرضية وبعد تحليل المتغيرات أبعادها ومؤشراتها توصلنا إلى أن الفرضية الأولى تحققت إذ وجدنا أن هناك تتبع للأخبار بصفة كثيرا قدرت ب 43.08% ما يعكس أن هناك تقريبا نصف العينة كثيرا ما يتتبعون الصفحة وهو ما يبينه الجدول رقم "4".

كما نجد أن الأفراد يتابعون الصفحة بصفة حسب الظروف قدرت نسبتها ب 79.25% هذا ما يشير له الجدول رقم "05".

بالمقابل من خلال عادات ودوافع الأفراد يوضح لنا الجدول رقم "06" أن ما يثير الأفراد هو الأخبار الاجتماعية بنسبة 71.53% وهذا ما يقابله ما جاء في الجدول رقم "08" يبين اندفاع الأفراد لمتابعة الأخبار هو الإطلاع على آخر الأخبار الوطنية والعالمية بنسبة 48.46%.

في حين تشير الجداول رقم "09، 12، 10" أن الأفراد أحيانا ما يقتنعون بمضامين الصفحة وذلك بالاعتماد على أسلوب المقارنة كما ينظرون للصفحة على أنها منافسة للصفحات الإخبارية.

وعليه بناء على النتائج المتحصل عليها في المحور الأول المتمثل في عادات ودوافع متابعة صفحة اليقين نيوز عند معجبيها بين درجة التتبع وكذا نوع الأخبار التي تشد انتباههم فقد تبين أن معظم أفراد العينة يستخدمون موقع

الفايسبوك في استقاء الأخبار كونه يتميز بالسهولة والسرعة في نقل المعلومات كما يتضح دافع متابعة الباحثين هو الإطلاع على آخر الأخبار الوطنية والعالمية فمن خلال الاختلاف في تتبع مضامين الصفحة التي اتضحت في أسئلة المحور الأول وإجابات الباحثين يمكن القول أن الفرضية القائلة " يساهم موقع الفايسبوك في سرعة انتشار الأخبار من خلال عادات ودوافع متابعة الأفراد لصفحة اليقين نيوز أنها محققة.

## 2\_ تحليل النتائج على ضوء الفرضية الثانية: التي جاءت على النحو التالي

تؤثر الأخبار الزائفة على مصداقية الأخبار عبر صفحة اليقين نيوز من اعتمادها أسلوب التضليل والتزييف وتكرار نشر الخبر عبر الصفحة

من خلال نتائج الدراسة المتحصل عليها في المحور الثاني الخاص بهذه الفرضية وبعد تحليل المتغيرات أبعادها ومؤشراتنا توصلنا إلى أن الفرضية صادقة.

إذ وجدنا أن هناك نسبة 69.2% من الباحثين أكدوا على تكرار تناقل الخبر يؤكد مصداقيته هذا ما يوضحه الجدول رقم "13" في حين تؤثر الأخبار الزائفة على أفكار واتجاهات أفراد العينة إزاء القضايا الهامة وهذا ما جاء به الجدول رقم "18" بإجابة نعم للذكور بنسبة 39.23% و قدرت نسبة الإناث ب 28.46% ما يعادل أن الأخبار الزائفة تشكل خطورة على مصداقية صفحة اليقين نيوز هذا ما نجده في الجدول رقم "14" الذي لخص إجابات الباحثين بصفة دائما بنسبة 59.23%، فقد اتضح أنه قد ينعكس هذا على أفراد عينتنا كونهم شباب بصورة كبيرة وذلك من خلال سهولة تأثر معظمهم بما ينشر من أخبار زائفة. كما نجد الأفراد الذين سبق لهم تعرض للأخبار الزائفة عبر صفحة اليقين نيوز أجابوا نعم بنسبة 62.31% ويظهر هذا على الجدول رقم "19" في حين يقابله التأكد من صحة الخبر عبر وسائل أخرى بنسبة 65.5% المبين في الجدول رقم "20" وهذا ما وافق عليه الباحثين بشدة في أن صفحة اليقين نيوز تفقد مصداقيتها وموضوعيتها في نقل الأخبار بنسبة 44.6% ما يتضح في الجدول "16".

وعليه بناء على النتائج المتحصل عليها في المحور الثاني التي بينت أن صفحة اليقين نيوز باعتمادها على أسلوب التضليل والتزييف وتكرار تنقل الخبر أثر عليها سلبا مما أدى بها لفقدان مصداقيتها ويرجع هذا لغياب المصدر الرسمي للخبر ما يدفع إلى عدم مصداقية الخبر والصفحة في حد ذاتها وبالتالي انتشار الأخبار الزائفة وتأثيرها بشكل سلبي على آراء واتجاهات الأفراد بناء على معطيات مغلوطة والتضليل حول قضايا المجتمع المختلفة. وعليه يمكن القول أن الفرضية القائلة: "تؤثر الأخبار الزائفة على مصداقية الأخبار عبر صفحة اليقين نيوز من اعتمادها التضليل والتزييف وتكرار نشر الخبر عبر الصفحة " هي فرضية صادقة.

### 3- تحليل النتائج على ضوء الفرضية الثالثة: والتي جاءت على النحو التالي :

#### تفاوت المصداقية التي تتمتع بها الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز

من خلال نتائج الدراسة المتحصل عليها في المحور الثالث الخاص بهذه الفرضية وبعد تحليل المتغيرات أبعادها ومؤشراتها توصلنا إلى أن الفرضية محققة.

إذ وجدنا أن هناك نسبة 60.77% من العينة أحيانا يثقون في الأخبار المنشورة عبر الصفحة هذا ما يوضحه الجدول رقم "23" في حين هذه المعلومات تضعهم في موقف عدم التمييز بين الخبر الصحيح والزائف بنسبة أحيانا 50% هذا ما يتضح في الجدول رقم "24" في حين تفاوت الثقة في مصداقية المعلومات المنشورة عبر صفحة اليقين نيوز إلى حد ضعيف بنسبة 60% هذا ما يتضح في الجدول رقم "26" .

في حين نرى موافقة و موافقة بشدة أفراد العينة يتأكدون على أنه يجب أن توجد إجراءات رسمية رادعة لمن يقوم بنشر الأخبار الزائفة بنسبتي مقدارهما 41.5% و 39.3% هذا ما يتضح في الجدول رقم "27" في المقابل نجد رأي المبحوثين في الآليات التي تستخدم لمواجهة الأخبار الزائفة والتأكد من صحتها يفضلون بنسبة كبيرة تجاهل كل منشور يبدأ بعبارة مثيرة قدرت ب 49.20% هذا ما يتضح في الجدول رقم "28".

وعليه بناءا على النتائج المتحصل عليها في المحور الثالث التي بينت تفاوت المصادقية التي تتمتع بها الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز حيث تعمل ظاهرة انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفاييسوك على فقدان صدق وموضوعية منشورات الصفحة كما تترك المستخدم في حيرة من أمره وعدم القدرة على التمييز بين الخبر الصادق والخبر الكاذب .

وعليه يمكن القول أن الفرضية القائلة : "تفاوت المصادقية التي تتمتع بها الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز" أنها فرضية محققة.

النتائج العامة للدراسة:

خلال جمع المعطيات من المجتمع الإحصائي وتحليلها كمياً وكيفياً واختبار فرضيات الدراسة حاولنا الإجابة على السؤال الرئيسي الذي تمحورت حوله إشكالية دراستنا مفاده: ما مدى انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع

الفايسبوك وتأثيره على مصداقية الأخبار؟

ومن خلال دراستنا الاستكشافية على عينة من معجبين صفحة اليقين نيوز توصلت الدراسة في سعيها إلى عدد من النتائج وهي كالتالي:

— أظهرت نتائج الدراسة أن فئة الإناث في أفراد عينتنا أكثر من الذكور وهذا بنسبة 51.54% مقابل 48.46% للذكور.

— بينت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يتراوح سنهم من 18 إلى 28 سنة بنسبة 79.25%، وهي فئة شبانية، وهذا راجع إلى أن الشباب أكثر نشاط وحيوية وتعلقهم بموقع الفاييسبوك.

— دلت الدراسة أن أغلب أفراد العينة مستواهم التعليمي جامعي بنسبة 69.26% وهذا دلالة على أنهم طلبة من الفئة المثقفة.

— كشفت الدراسة أن أغلب أفراد العينة يتابعون الأخبار عبر صفحة اليقين نيوز بدرجة كثيراً بنسبة 43.08% وهذا راجع لسهولة الوصول للخبر وسرعة انتشاره وغزارة المعلومات عبر الصفحة وموقع الفاييسبوك كونه الملجأ الوحيد الذي يفرغون من خلاله عبئ الضغوطات اليومية.

— أكدت نتائج الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يتابعون الأخبار حسب الظروف بنسبة 79.25% .

— أكدت نتائج الدراسة نتائج الدراسة أن أفراد العينة الجامعيين يتابعون الأخبار الاجتماعية بنسبة 47.69%

— بينت نتائج الدراسة أن المبحوثين يتفاعلون مع مضامين الصفحة بالإعجاب بنسبة 75.40% .

- أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يندفعون لمتابعة أخبار صفحة اليقين نيوز هو الإطلاع على آخر الأخبار الوطنية والعالمية بنسبة 48.64% .
- بينت نتائج الدراسة أن أفراد المبحوثين أحيانا ما يقتنعون بمضامين الصفحة بنسبة 50.77% .
- كشفت الدراسة أن أفراد العينة يعتمدون أسلوب المقارنة بنسبة 73.89% .
- كشفت الدراسة نظرة المبحوثين أن الصفحة منافسة للصفحات الإخبارية بنسبة 53.08%
- أكدت نتائج الدراسة أن تكرار تناقل الخبر يثبت مصداقيته بنسبة 69.20%.
- أكدت نتائج الدراسة أن الأخبار الزائفة دائما تشكل خطورة على المصدقية بنسبة 59.23%.
- بينت نتائج الدراسة أن أفراد العينة أكدوا أن الأخبار الزائفة تؤثر على الأفكار والاتجاهات 67.69%.
- كما بينت نتائج أن أفراد العينة أكدوا التعرض للخبر الزائف عبر صفحة اليقين نيوز بنسبة 62.31%.
- أكدت نتائج الدراسة أن الأفراد يتأكدون من صحة الخبر عبر وسائل أخرى بنسبة 65.5%.
- أكدت نتائج الدراسة أن الأخبار الزائفة ساهمت دائما في تهديد جودة الصحافة بنسبة 71.50%.
- كشفت نتائج الدراسة أن المبحوثين أحيانا يقعون في موقف عدم التمييز بين الخبر الصحيح والزائف بنسبة 50%.
- بينت نتائج الدراسة أن المبحوثين يثقون إلى حد ضعيف بمصدقية المعلومات المنشورة على صفحة اليقين نيوز بنسبة 60% .
- أكدت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يحرصون على ضرورة وجود إجراءات رسمية لمن يقوم بنشر الأخبار الزائفة بالموافقة بنسبة 41.5%.
- أكدت نتائج الدراسة أن المبحوثين يتجاهلون كل منشور يبدأ بعبارة مثيرة بنسبة 49.20%.

مدى صحة الإسقاط:

رغم أنه يوجد بحوث تستبعد اعتمادا على التنظير إلا أن عملية وضع البحث في إطار نظري عملية ضرورية لاكتساب الدراسة شرعية علمية، يعود هذا الأمر إلى ما تقدمه النظرية من قوانين رئيسية وملاحظات تساعد الباحث على تحديد مساره والتعامل مع المعلومات الواقعية بطريقة علمية .

من خلال اختيارنا الإطار النظري المناسب لدراستنا المتمثل في نظرية "الاعتماد على وسائل الإعلام" تمكنا من إسقاط قوانين النظرية في تحليل البيانات الجزئية للدراسة، حيث تبين لنا من خلال النتائج المتحصل عليها أن العلاقة بين موضوع الدراسة والنظرية هي علاقة تأثير وتأثر أي علاقة متكاملة حيث أخذنا من النظرية الجزء الذي يلاءم ويخدم مسار الدراسة باستغلال فروضها ومبادئها للوصول إلى نتائج وحقائق علمية.

وللاستدلال على ذلك يمكننا عرض بعض النتائج المتحصل عليها ميدانيا والتي لها علاقة مباشرة مع فروض ومبادئ النظرية .

النتائج الواردة في الجدول رقم "08" أن دافع متابعة الأفراد للأخبار عبر اليقين نيوز هو الإطلاع على آخر الأخبار الوطنية والعالمية وهو ما تؤكدته النظرية وهو الأثر المعرفي حيث يزداد الدافع أوقات الأزمات .

كما أنه توجد آثار وجدانية ما يؤكدته الجدول "21" فالأخبار الزائفة تشوه سمعة الأفراد وتخترق خصوصياتهم أما عن الآثار السلوكية فتمثلت في الموافقة بشدة على اتخاذ الإجراءات الرسمية الرادعة لمن يقوم بنشر الأخبار الزائفة هذا ما أكدته الجدول رقم "27" كما اتخذوا موقف التنشيط بتجاهل كل منشور يبدأ بعبارة مثيرة ما وثق أيضا في الجدول "27".

وعلى هذا الأساس وباعتماد طبيعة موضوع هذه الدراسة وهدفها كان نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي الأكثر انسجاما مع مبنغى ومتطلبات البحث.

خاتمة



من المنطلقات التي جمعناها حول موضوع البحث وانطلاقاً من المعطيات التي تم التوصل إليها ميدانياً حول مدى انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفيسبوك وتأثيرها على مصداقية الأخبار، من خلالها حاولنا التعرف على إحدى ظواهر العصر والمتمثلة في انتشار الأخبار الزائفة أو المغلوطة عبر موقع الفيسبوك حيث كثر عليه الجدل والاهتمام من قبل الباحثين والمفكرين الذي أصبح بدوره الوعاء الحامل لظاهرة الأخبار الزائفة الآخذة في الانتشار والتزايد وتعدد مسبباتها بداية بالبحث عن السبق والشهرة والتنافس لدى الكثيرين الذين يعملون بأسلوب النسخ واللصق دون تأكد ولا ذكر المصدر.

كما يمكن التأكيد على أن سرعة انتشار المعلومات عبر موقع الفيسبوك تزيد من تضليل المعلومات ما يؤثر سلباً على صدق الخبر كما يمكن التأكيد على الدور البارز الذي تلعبه منصة الفيسبوك في تسهيل عملية الاتصال والتواصل التي تساهم في انتقال المعلومات بسهولة .

#### توصيات ومقترحات الدراسة:

— توصي الدراسة بضرورة تعدد وسائل الرد على الأخبار الزائفة باستخدام شتى الطرق لمحاربتها وتجاهل الصفحات الغير رسمية.

— التفرقة بين الأخبار الزائفة والصحيحة من قبل مسؤولي الصفحات لتجنب تداول الأخبار الزائفة.

# قائمة المراجع

1\_ المعاجم والقواميس:

\_ ابن منظور، لسان العرب، مادة الخبر، دار المعارف، القاهرة.

2\_ جورج مبتري عبد المسيح، لغة العرب، معجم مطول للغة العربية ومصطلحاتها الحديثة، ط1، مكتبة لبنان، 1993.

2\_ الكتب:

1\_ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

2\_ بشرى حسين دحماني، مصداقية وسائل الإعلام بين الحقائق وتطمين الأكاذيب، ط1، دار الكتاب الجامعي، 2018، الامارات العربية المتحدة.

3\_ حسين محمود الهتمي، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2015.

4\_ حسان أحمد قمحية، الفيسبوك تحت المجهر، ط1، دار النخبة للنشر والتوزيع، الجيزة، 2017.

5\_ حسان الشمسي باشا وماجد حسان باشا، وسائل التواصل الاجتماعي رحلة إلى الأعماق، ط1، دار القلم، دمشق، 2020.

6\_ حسن علي إبراهيم الفلاحي، الحرب النفسية التقليدية والرقمية (الآليات والأساليب المساندة، الدعاية، الشائعات، دار الكتاب الجامعي دولة الإمارات العربية الجمهورية اللبنانية، ط1.

7\_ حسنين شفيق، مواقع التواصل الاجتماعي كأدوات ومصادر لتغطية الإعلامية، ط1، دار فكر وفن، القاهرة.

8\_ جاسم رمضان الهلالي، الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الإلكترونية، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2013، العراق.

9\_ عبد الحميد صلاح مُجّد، الشائعات والحرب النفسية، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، 2009، القاهرة.

- 10\_ عبد الفتاح الكافي إسماعيل، شبكات التواصل والانترنت والتأثير على الأمن القومي والاجتماعي.
- 11\_ علي خليل شقرة، الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
- 12\_ عبد القهار داود العاني، منهج البحث والتحقيق في الدراسات العلمية والانسانية، ط1، درا وحي القلم، دمشق، 2014 .
- 13\_ عقيل حسين عقيل، فلسفة ومناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي، القاهرة، 1999.
- 14\_ عبد الحميد البداوي، أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي دار الشرق، عمان، 2007.
- 15\_ علي بن مُجَّد الجرجاني، التعريفات، ط1، دار الكتاب العربي، 1992.
- 16\_ فريد حاتم الشحف، الدعاية والتضليل الإعلامي، الأساليب والطرق، ط1، دار علاء الدين للنشر والتوزيع والترجمة، دمشق 2015.
- 17\_ موريس أنجوس، البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط1، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004.
- 18\_ مُجَّد ريان مُجَّد، البحث العلمي ومناهجه وتقنياته، ط3، ديوان المطبوعات الجزائرية، 1983.
- 19\_ مؤيد نصيف، جاسم السعدي، الوظيفة الاتصالية لمواقع التواصل الاجتماعي دراسة في موقع الفايسبوك، ط1، ألفا للوثائق نشر استيراد وتوزيع الكتب، قسنطينة الجزائر، 2016.
- 20\_ مُجَّد سيد ريان، الإعلام الجديد، ط1، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، 2012.
- 21\_ محمود علم الدين، مصداقية الاتصال، دار الوازن للطباعة والنشر، القاهرة، 1989.
- 22\_ مُجَّد منير حجاب، الشائعات وطرق مواجهاتها، ط1، دار الفجر، القاهرة، 2007.
- 23\_ رجي مصطفى عليان وآخرون، البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2006.

3\_ المجالات:

- 1\_ أحمد محمود فهمي مُجَد، تأثيرات الأخبار الزائفة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاه الجمهور نحو الإصلاح الاقتصادي، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد 08.
- 2\_ أحمد كاظم حنتوش، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في قطاع التعليم الجامعي، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، المجلد 07، العدد 4، 2017.
- 3\_ بوهال حفيظة، مستوى القلق وعلاقته بالتعرض للأخبار الكاذبة في عصر جائحة كورونا، دراسة مسحية، مجلة جامعة الجزائر 3.
- 4\_ حمدي أحمد عمر علي، مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي، دورية إعلام الشرق، العدد 10، 2014.
- 5\_ عبد الجبار بوطمين، عادل جربوع، الأخبار الزائفة والحراك الشعبي في الجزائر، مجلة المعيار، المجلد 25، العدد 54، جامعة قسنطينة الجزائر.
- 6\_ عبد المجيد رمضان، حق الوصول إلى المعلومة كآلية لمحاربة الأخبار الزائفة أثناء الأزمات، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 09، العدد 04، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر، 2020.
- 7\_ مُجَد علي الحدادي، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على عقيدة المسلم، مجلة جامعة المدينة المنورة، جامعة الملك خالد، العدد 15، 2016.
- 8\_ ممدوح منيزل فليح الشرعة، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على منظومة القيم الدينية والأخلاقية، دراسات العلوم التربوية، المجلد 44، العدد 4، الأردن، 2017.
- 9\_ ممدوح علي عبد الله مكاوي، الأخبار الزائفة بين الإعلام التقليدي والرقمي، مجلة الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، جامعة بني سويف، مصر، 2016.

- 10\_ لامية الجودي، الأخبار الملققة في التشريع الجزائري، مجلة الاتصال والصحافة، المجلد 08، العدد 01، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2021.
- 11\_ نبيل لحر، الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على اتجاهات الرأي العام، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 07، العدد 02، جامعة بسكرة، الجزائر، 2020.
- 12\_ زهية يسعد، الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين، دراسة ميدانية، خلال أزمة كورونا، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03، العدد 01، جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر 2020.
- 4\_ المواقع الإلكترونية:

1\_ <http://www.mamaraa.com>

2\_ <http://www.maajim.com>

3\_ [http :www.almaay.com](http://www.almaay.com)



ملاحق





جامعة ابن خلدون تيارت

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة تتعلق بانجاز بحث

انتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفيسبوك وتأثيره على مصداقية الأخبار

دراسة ميدانية على معجبي صفحة اليقين نيوز

من إعداد الطالبتين تحت إشراف الأستاذ:

د. جلولي مختار

العبيدي اسمهان

حربوش زهور

تقديم:

تندرج هذه الاستمارة في إطار نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة موجهة لمستخدمي الفيسبوك لذا نرجو ملء الاستمارة بعناية ونضمن لكم سرية المعلومات.

نعلمكم أن إجاباتكم المقدمة تستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

ملاحظة: ضع علامة x في المكان المناسب

السنة الجامعية: 2021/2020

السمات العامة:

- 1\_ الجنس: أنثى  ذكر
- 2\_ السن : من 18 إلى 28 سنة  من 29 إلى 39 سنة  من 40 إلى 50 سنة  من 51 فما فوق
- 3\_ المستوى التعليمي: ابتدائي  ثانوي  جامعي  دراسات عليا

المحور الأول: يساهم موقع في انتشار الأخبار من خلال عادات ودوافع متابعة الأفراد لصفحة اليقين نيوز:

- 1\_ ما هي درجة تتبعك للأخبار على صفحة اليقين نيوز؟  
كثيرا  قليلا  نادرا
- 2\_ ما هي الأوقات المفضلة لديك لمتابعتك للأخبار عبر "صفحة اليقين نيوز"؟  
صباحا  مساء  لا  ب الظروف
- 3\_ ما نوع الأخبار التي تشد انتباهك في صفحة اليقين نيوز؟  
سياسية  اقتصادية  ترفيهية
- 4\_ كيف تتفاعل مع مضمين صفحة اليقين نيوز؟  
الإعجاب  التعليق

مشاركة الأصدقاء

نشر روابط الصفحة

5\_ ما الذي يدفعك لمتابعة الأخبار عبر صفحة اليقين نيوز؟

الإطلاع على آخر الأخبار الوطنية والعالمية

المساعدة على التفاعل بشأن القضايا المثارة:

المشاركة في الرأي واتخاذ القرارات

6\_ هل تقتنع بمضامين صفحة اليقين نيوز والأخبار التي تطرحها؟

دائماً  أحياناً  نادراً

7\_ هل تعتمد أسلوب المقارنة في الأخبار المنشورة في صفحة اليقين نيوز للتأكد من صدق الخبر؟

نعم  لا

8\_ ما الذي يثيرك في الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز؟

سرعة نشر الخبر  توظيف الوسائط المتعددة  التفهيم للخبر

9\_ هل تنظر لصفحة اليقين نيوز على أنها؟

منافس للقنوات الفضائية

منافس للصفحات الإخبارية

لكل مجاله

المحور الثاني : تؤثر الأخبار الزائفة على مصداقية الأخبار عبر صفحة اليقين نيوز من اعتمادها أسلوب التضميل والتزييف وتكرار نشر الخبر عبر الصفحة

1\_ هل تكرر تناقل الخبر عبر صفحات الفيسبوك بصفة عامة و صفحة اليقين خاصة يؤكدان مصداقيته ؟

لا

نعم

2\_ هل تشكل الأخبار الزائفة خطورة على مصداقية صفحة اليقين نيوز؟

لا تشكل أية خطورة

أحيانا

دائما

3\_ من خلال تجربتك مع الأخبار المنشورة عبر صفحة اليقين نيوز هل زادت ثقتك بها ؟

لا

نعم

4\_ في اعتقادك أن ظاهرة الأخبار الزائفة أفقدت صفحة اليقين نيوز مصداقيتها وموضوعيتها في نقل الأخبار؟

أوافق بشدة

أوافق

أوافق إلى حد ما

لا أوافق

5\_ في اعتقادك ما الذي يدفع صفحة اليقين نيوز إلى الوقوع في التزييف الإعلامي ؟

\_ التنافس على الأسبقية في نشر الأخبار

\_ تصفية الحسابات الشخصية

\_ نقص المهنية

\_ الشهرة و الرواج

6\_ هل تؤثر الأخبار الزائفة على أفكارك واتجاهاتك إزاء القضايا الهامة؟

نعم  لا

7\_ هل سبق لك وان تعرضت لخبر زائف على صفحة اليقين نيوز؟

نعم  لا

8\_ كيف تعاملت مع هذا الخبر؟

عدم إعطائه أهمية

التأكد من صحة الخبر عبر وسائل أخرى

البحث في صفحات أخرى

9\_ تساهم الأخبار الزائفة في تشويه سمعة الأفراد واختراق خصوصياتهم؟

دائماً  أحياناً  نادراً

10\_ الأخبار الزائفة ساهمت في تحديد جودة الصحافة بصفة عامة؟

دائماً  أحياناً  نادر

المحور الثالث: تتفاوت المصدقية التي تتمتع بها الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز

1\_ هل الأخبار المنشورة على صفحة اليقين نيوز موثوقة؟

دائماً  أحياناً  نادراً

2\_ هل انتشار المعلومات على صفحة اليقين نيوز تضعك في موقف عدم القدرة على التمييز بين الخبر الصحيح والزائف؟

دائماً  أحياناً  نادراً

3\_ هل تتأكد من محتوى الخبر في صفحة اليقين نيوز قبل التعليق عليه و نشره؟

دائماً  أحياناً  نادراً

4\_ إلى أي مدى تثق في مصداقية المعلومات المنشورة على صفحة اليقين النيوز؟

إلى حد كبير  إلى حد متوسط  إلى حد ضعيف

5\_ هل تعتقد أنه يجب أن توجد إجراءات رسمية رادعة لمن يقوم بنشر الأخبار الزائفة؟

أوافق  لا أوافق  أوافق إلى حد ما  فأق بشدة

6\_ في رأيك ما هي الآليات التي تستخدم لمواجهة الأخبار الزائفة والتأكد من صحتها؟

التوعية بضرورة التأكد من صحة الأخبار وطرق التأكد منها

تسخير التكنولوجيات الحديثة للكشف عن الأخبار الزائفة وطرق التأكد منها

متابعة صفحات رسمية

تجاهل كل منشور يبدأ بعبارة مثيرة

# الفهرس





الفهرس

كلمة شكر

الإهداء

مقدمة ..... أ

## الجانب المنهجي

- 1\_ التعريف بموضوع البحث: ..... 13
- 2\_ إشكالية الدراسة: ..... 14
- 3\_ التساؤلات الفرعية: ..... 15
- 4\_ الفرضيات : ..... 15
- 4\_ أسباب اختيار الموضوع: ..... 16
- 5\_ أهداف الدراسة: ..... 16
- 6\_ أهمية الدراسة: ..... 17
- 7\_ منهج الدراسة: ..... 17
- 8\_ مجتمع البحث: ..... 18
- 9\_ عينة الدراسة: ..... 18
- 10\_ أدوات الدراسة: ..... 19
- 11\_ تحديد المفاهيم: ..... 20
- 12\_ الدراسات السابقة: ..... 23

13\_ الخلفية النظرية للدراسة: ..... 25

مجالات الدراسة: ..... 27

## الفصل الأول: الأخبار الزائفة وموقع الفايسبوك

تمهيد: ..... 30

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للأخبار الزائفة ..... 31

المطلب الأول: مفهوم الأخبار الزائفة وتاريخها ..... 31

المطلب الثاني: الأخبار الزائفة والمفاهيم المشابهة ..... 36

المطلب الثالث: أسباب انتشار الأخبار الزائفة ..... 39

المطلب الرابع: أنواع الأخبار الزائفة ..... 43

المطلب الخامس: تأثيرات الأخبار الزائفة ..... 46

تمهيد: ..... 48

المطلب الأول: مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها ..... 49

المطلب الثاني: أهم أنواع مواقع التواصل الاجتماعي ..... 52

المطلب الثالث: استخدامات و تطبيقات ،إيجابيات و سلبيات الفايسبوك ..... 57

المطلب الرابع: خطورة الأخبار الزائفة عبر الشبكة الفايسبوك. .... 60

المطلب الخامس: آليات الحد من إنتشار الأخبار الزائفة عبر موقع الفايسبوك. .... 63

خلاصة الفصل: ..... 71

## الفصل الثاني: عرض و تحليل النتائج

|     |   |
|-----|---|
| 73  | تمهيد:                                    |
| 105 | أ_ مدى تطابق النتائج مع الفرضيات:         |
| 105 | 1_ تحليل النتائج على ضوء الفرضية الأولى:  |
| 106 | 2_ تحليل النتائج على ضوء الفرضية الثانية: |
| 107 | 3_ تحليل النتائج على ضوء الفرضية الثالثة: |
| 109 | النتائج العامة للدراسة:                   |
| 111 | مدى صحة الإسقاط:                          |
| 113 | خاتمة:                                    |
| 115 | قائمة المراجع:                            |

الملاحق

الفهرس