



مجلة البحوث والدراسات الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

العدد الثاني عشر - إبريل - يونيو ٢٠٢٠ م

- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجا ... دراسة تحليلية مقارنة
- استخدام الشباب البحريني للمقاطع الترفيهية على موقع اليوتيوب الإشباع المتحققة
- الإعلام التواصلي الجديد ودوره في انتشار ظاهرة التفكك الأسري ... موقع الفيسبوك نموذجا
- سيكولوجيا الانحراف الاجتماعي في الدراما وعلاقته بالسلوك العدوانى لدى الشباب
- إشكاليات العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية فى إطار قانون تنظيم الصحافة رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ واتجاهات الصحفيين نحوها
- معالجة وسائل الإعلام لقضايا الإرهاب المحلية والدولية: رؤية تحليلية نقدية للدراسات العربية والأجنبية





مجلة البحوث والدراسات الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

العدد الثاني عشر - إبريل - يونيو ٢٠٢٠ م

رئيس مجلس إدارة المجلة ورئيس التحرير

أ.د. محمد سعد إبراهيم

مساعد رئيس التحرير

أ.د. سهير صالح

مديرا التحرير

أ.م.د. إلهام يونس أ.م.د. رامي عطا

سكرتيرا التحرير

أ.م.د. فاطمة شعبان ، أ.م.د. حسين ربيع

المنسق الإداري

أ. أمين يسري



رئيس مجلس الإدارة

لواء د. أحمد عبد الرحيم

العراصات

المعهد الدولي العالي للإعلام - ضاحية النخيل - مدينة الشروق - القاهرة

ت : ٤٥/٤٤/٤٣/٤٢/٤١ (٠٢) فاكس : ٣٩/٤٠/٤١ (٠٢)

الرقم المختصر : ١٩٦٤٤ محمول : ٦٩/٦٨/٦٧ (٠١٠٠٥٦٠٠٠٦٧)

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ١٨٩٦٤ / ٢٠١٤ م

الترقيم الدولي : (ISSN 2357-0407)

الترقيم الدولي الإلكتروني: (is2735-4016)

الموقع الإلكتروني : magazine.sha.edu.eg

متاحة على قاعدة بيانات دار المنظومة

www.mandumah.com

E.mail: crsjournal@sha.edu.eg

أهداف ونطاق المجلة

- نشر البحوث العلمية المحكمة التي تتناول موضوعات وإشكاليات تنسجم بالحدثة والأصالة، وتنطوي على إضافات معرفية أو نظرية أو منهجية .
- تُعنى المجلة بنشر البحوث العلمية المحكمة، والمقالات العلمية، والبحوث النظرية، والبحوث المشتقة من الرسائل العلمية .
- تتبنى المجلة منهجية التكامل بين المناهج والطرق الكمية والكيفية ، بما يساهم في إنتاج المعرفة العلمية .
- تدعم المجلة منهجية التكامل المعرفي ، من خلال دعم البحوث الجماعية، التي تجمع بين تخصصات الإعلام وتخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية .
- تعزيز التواصل العلمي بين المعهد وكليات ومعاهد وأقسام الإعلام بالجامعات العربية والأجنبية .
- تتبنى المجلة أهدافاً منتهى الأصالة والتجديد في بحوث الإعلام العربية ، الذي تأسس برعاية المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق في أبريل ٢٠١٨ م ، ويضم قرابة ٥٠٠٠ أستاذ وباحث، يمثلون ٢٧٦ جامعة مصرية وعربية في ٥٤ دولة عربية وأجنبية.

قواعد النشر

- مجلة البحوث والدراسات الإعلامية (CRS JOURNAL)
- مجلة علمية محكمة ، تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بمدينة الشروق ، وغايتها نشر الأبحاث العلمية والمحكمة في مجال الإعلام ، وتنتشر باللغات العربية والأجنبية.
- ترحب المجلة بنشر المقالات العلمية للسادة الأساتذة المتخصصين ، كما ترحب بإسهامات الباحثين بعرض الكتب والدراسات والمؤتمرات والمقالات الحديثة .
- تتم مراجعة البحوث وتحكيمها من قبل أساتذة متخصصين في مجال البحث المقدم لتحديد صلاحية البحث للنشر
- تدار المجلة بطريقة إلكترونية، ويتم التحكم بشكل معمي وإلكترونياً شاملاً التعديلات التي تطلب من الباحث.
- تقبل البحوث باللغة العربية أو الأجنبية ، ويقدم مع البحث ملخص باللغتين العربية والأجنبية لا يقل عن صفحة واحدة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن ٣٠ صفحة بحجم B5 .
- توضع المراجع والهوامش في نهاية البحث على أن تكتب بأرقام متسلسلة وفق ترتيب المراجع والهوامش في متن البحث .
- تطبع الجداول على أوراق مستقلة ، ويشار في أسفل الجدول إلى مصدره أو مصادره.
- يتم تنظيم كتابة البحث على أساس كتابة العناوين الرئيسية مستقلة في وسط السطر ، والعناوين الفرعية في الجانب الأيمن وأما العناوين الثانوية فتكتب في بداية الفقرة.
- يرفق الباحث ببحثه نسخة من سيرته العلمية اذا كان يتعاون مع المجلة للمرة الأولى.
- تتلقى إدارة المجلة ثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر ، على أن يكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل ، بالإضافة إلى ال CD الخاص بكتابة البحث.
- إدارة المجلة غير ملزمة ببرد الأبحاث التي لا تقبل للنشر إلى أصحابها ، مع التزامها بتوضيح أسباب عدم قبول النشر .
- يشترط ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مكان آخر ، مع الالتزام بتعهد الباحث بأن بحثه لم ينشر من قبل، ولن ينشر إلا بناءً على رد من إدارة المجلة .
- يحصل الباحث على نسخة من المجلة فور صدورها .
- تنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر، وترتب حسب قيمتها العلمية داخل كل عدد .
- للنشر والاشتراكات : مقر المعهد بمدينة الشروق – القاهرة.

أخلاقيات النشر

- هيئة التحرير هي الجهة المسؤولة عن الموافقة عن نشر البحوث العلمية المقدمة إلى المجلة ، ويتم تقييم البحوث للتأكد من أنها تفي بجميع معايير وشروط وقواعد النشر، بغض النظر عن العرق والجنس والخلفيات الدينية والعرقية والجنسية .
- يؤخذ في الاعتبار القيمة العلمية والمعايير الأخلاقية وسلامة لغة البحث العلمي والاستشهاد والانتحال .
- يساعد السادة المحكمون هيئة التحرير على اتخاذ القرار المناسب، بالإضافة إلى مساعدة الباحث على تحسين وتطوير بحثه ، وتلتزم هيئة التحرير بعدم الكشف عن أسماء المحكمين .
- المعايير الموضوعية في التحكيم ضرورية ، ويجب تعزيز المراجعة والتحكيم بأراء واضحة وحجج علمية ، على أن تتوافق مع معايير وشروط النشر المعتمدة .
- يجب أن يلتزم الباحثون بسياسة النشر وقواعده المتمثلة في وضوح الأهداف والعرض الدقيق للنتائج ومناقشتها ، مع تقديم تبرير موضوعي بطريقة ومنهجية البحث، والالتزام بالقواعد العلمية لتوثيق المراجع .
- لا يجوز أن يرسل الباحث عمله إلى أكثر من مجلة ، ولا يجوز تقديم بحث يتم تقييمه في مجلة علمية أخرى .
- يتم ترتيب أسماء الباحثين في البحوث الجماعية حسب الدرجة العلمية أو حسب نسبة المشاركة في البحث .
- تعمل هيئة التحرير على ترتيب الأبحاث المنشورة ضمن العدد الواحد، حسب أهمية البحث وقيمه العلمية وإضافاته المعرفية أو النظرية أو المنهجية.
- تحرص المجلة على الشفافية وعدم تضارب المصالح، فتمتنع عن إرسال البحوث لمحكمين لهم صلة قرابة بالباحثين أو أي معلومات قد تؤثر على التحكيم وقرار النشر .
- يجب أن يتعاون الباحثون مع هيئة تحرير المجلة في تصويب الأخطاء الأساسية والتحريرية، ويجب عليهم التعاون مع المجلة من أجل التراجع عن أبحاثهم في حالة مخالفتها لأحكام وقواعد النشر.

الهيئة الاستشارية

- أ.د. على عجوة
أ.د. عواطف عبد الرحمن
أ.د. منى الحديدي
أ.د. ماجى الطوانى
أ.د. ليلى عبد المجيد
أ.د. حسن عماد مكاوى
أ.د. محمود علم الدين
أ.د. سامى الشريف
أ.د. إعتقاد معبد
أ.د. محمود يوسف
أ.د. فوزى عبد الغنى
أ.د. شريف درويش
أ.د. بركات عبد العزيز
أ.د. حسن على محمد
أ.د. محمد شومان
أ.د. وليد فتح الله
أ.د. وائل إسماعيل عبد البارى
أ.د. عادل عبد الغفار
أ.د. أميمة عمران
أ.د. عزة عبد العزيز
أ.د. أحمد فاروق رضوان

فهرس المحتويات

مجلة البحوث والدراسات الإعلامية العدد الثاني عشر - إبريل - يونيو ٢٠٢٠ م

- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة:
موقع فيس بوك نموذجاً ... دراسة تحليلية مقارنة ٩
د. مي عبد الغني - كلية الإعلام - جامعة بنغازي
- استخدام الشباب البحريني للمقاطع الترفيهية على موقع اليوتيوب
والإشباع المتحققة ٤٣
د. عبد الصادق حسن - نادر محمد صديق
- الإعلام التواصلي الجديد ودوره في انتشار ظاهرة التفكك الأسري ...
موقع الفيسبوك نموذجاً ١٠٩
د. هبة إبراهيم جودة إبراهيم
- سيكولوجيا الانحراف الاجتماعي فى الدراما وعلاقته بالسلوك
العدوانى لدى الشباب ١٤٧
د. مروه وائل عمر غالى
- إشكاليات العلاقة بين الصحافة والسلطة السياسية فى إطار قانون
تنظيم الصحافة رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨ واتجاهات الصحفيين نحوها ٢٠٣
هنادى محمد السعيد - وداد حسين محمدي
- معالجة وسائل الإعلام لقضايا الإرهاب المحلية والدولية: رؤية تحليلية
نقدية للدراسات العربية والأجنبية ٣٣٩
آية طارق عبد الهادى سيد - آية محمود محمد عبد الوهاب

مقدمة

يصدر العدد الثاني عشر من المجلة العلمية للمعهد عقب تلقينا أنباء سارة من المجلس الأعلى للجامعات ، بشأن ارتفاع معامل تأثير المجلة ، وتصورها المركز الثالث ضمن الدوريات العلمية المتخصصة في قطاع الدراسات الإعلامية.

ويتزامن صدور هذا العدد مع استيفاء المجلة لمتطلبات رفعها على قاعدة بيانات بنك المعرفة، وإعداد الموقع الإلكتروني الجديد، الأمر الذي من شأنه رفع معامل التأثير للمرة الثالثة، وتصدرنا المركز الأول في تقييم يوليو ٢٠٢١ .

ويتضمن هذا العدد ستة أبحاث، منها ثلاثة أبحاث في الإعلام الجديد، وثلاثة أبحاث تتناول معالجات وسائل الإعلام التقليدية لإشكاليات مجتمعية محلية ودولية مهمة.. يعالج البحث الأول توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة، ويتناول البحث الثاني استخدام الشباب البحريني للمقاطع الترفيهية على اليوتيوب، في حين يعرض البحث الثالث لمعالجة الإعلام التواصلي الجديد لظاهرة التفكك الأسري .



د. محمد سعد إبراهيم

رئيس مجلس إدارة المجلة
ورئيس التحرير
عميد المعهد الدولي
العالي للإعلام بالشروق

ويتناول البحث الرابع إشكاليات العلاقة بين الصحافة المصرية والسلطة في إطار قانون تنظيم الصحافة الجديد واتجاهات الصحفيين نحوه ، ويقدم البحث الخامس رؤية تحليلية نقدية لمعالجة وسائل الإعلام لقضايا الإرهاب المحلية والدولية في الدراسات العربية والأجنبية ، بينما يعالج البحث السادس سيكولوجيا الانحراف الاجتماعي في الدراما وعلاقتها بالسلوك العدواني لدى الشباب .

كل التحية والتقدير للسادة الباحثين المنشورة بحوثهم في العدد الثاني عشر وأصدق التهاني وأطيب التمنيات لأسرة تحرير المجلة بداوم التقدم والرفعة .

أ.د. محمد سعد إبراهيم

توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجا ... دراسة تحليلية مقارنة

د. مي عبد الغني

كلية الإعلام - جامعة بنغازي

الملخص

فرضت مواقع التواصل الاجتماعي واقعا جديدا في محتوى العملية الاتصالية شكلا ومضمونا التي تعددت وتنوعت في مختلف المستويات ، وتمثل مصداقية المحتوى الاتصالي في تلك المنصات من أهم القضايا التي تشغل الباحثين والجمهور على حد سواء في ظل التدفق المتواصل للأخبار والمعلومات المتداولة عبر مختلف وسائل الاتصال من جهة ولتأثيراتها المتزايدة على الجمهور من جهة أخرى . وفي هذا الإطار يشكل انتشار الأخبار الزائفة تحديا متعاظما للمجتمعات وذلك لتداعياتها الخطيرة التي تشمل كافة مناحي الحياة.



في المقابل أتاحت تكنولوجيا الاتصال إنشاء العديد من المنصات والصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تلعب دورا هاما في رصد محتوى وسائل الاتصال والتحقق من محتوى وسائل الاتصال المختلفة. ومن هنا فإن هذه الدراسة تستهدف التعرف على الكيفية التي يتم بها توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة وذلك عبر تحليل عينة لصفحات مواقع التواصل عبر موقع فيس بوك التي تعنى بالتحقق من لأخبار الزائفة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها : تصدر الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من الأخبار الزائفة تنوع موضوعات الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ونطاقها الجغرافي والتباين في آليات التحقق وأشكال واتجاه التفاعل من قبل مستخدمي تلك الصفحات.

المقدمة

منح التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال آفاقا لا محدوداً لنشر المعلومات والأخبار عبر منصات متعددة ومتنوعة ، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد أبرز ثمار تلك التكنولوجيا التي أسهمت في تطور صناعه الأخبار وسرعه انتشارها بشكل غير مسبوق كما أفرز التعدد والتنوع في المنصات الإعلامية والاتصالية التوسع في إنتاج المحتوى الإعلامي وبروز منتجين جدد في صناعة الأخبار وهو ما يعرف بالمواطن الصحفي أو صحافة المواطن وذلك بسبب التقنيات التي أتاحتها تلك المنصات فضلا عن السهولة في استخدامها متجاوزة حدود الزمان والمكان.

ومع تضاعف تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي وتزايد انتشارها في المجتمعات ، ظهرت العديد من الشكوك والتساؤلات حول مدى توافر المعايير المهنية الخاصة بإنتاج الأخبار على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وذلك نتيجة لحجم الأضرار التي

أحدثه ظهور العديد من الأخبار الزائفة والشائعات والتي تم بثها على صفحات تلك المواقع.

في المقابل ظهرت العديد من صفحات مواقع التواصل التي تعني برصد الأخبار الزائفة وتصحيحها وذلك بهدف توعية الجمهور بتلك الأخبار والحد من تأثيراتها السلبية وقد أثار تعدد تلك الصفحات وتنوعها تساؤلات لدى الباحثة حول الكيفية التي يتم بها التحقق من الأخبار الزائفة؟ وأنواعها؟ والآليات المستخدمة في التحقق منها؟ وأسلوب عرضها على تلك الصفحات؟ وأشكال التفاعل من قبل مستخدمي تلك الصفحات مع منشوراتها؟ وقد شكّل ذلك موقفاً يحيط به الغموض في ظل نقص الدراسات والأبحاث التي تناولت هذا الموضوع بالدراسة والتحليل.

مشكلة الدراسة

مع تزايد الاهتمام العالمي بمكافحة الأخبار الزائفة وبروز العديد من الصفحات على مواقع التواصل الاجتماعي التي تهتم بالتحقق من الأخبار الزائفة وتنوع آليات عملها ومضامينها ، تتحدد المشكلة البحثية في التساؤل التالي : ما هي الكيفية التي يتم بها توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة؟.

الدراسات السابقة

دراسة مليكة بوخاري (٢٠١٩)

قامت هذه الدراسة بتحليل كفي لبعض الأخبار والفيديوهات الخاصة بتغطية احتجاجات السترات الصفراء التي شهدتها فرنسا في خريف ٢٠١٨ م والتي نشرتها مواقع التواصل الاجتماعي وتوصلت الدراسة إلى أن الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تشكل أداة للتضليل الإعلامي وأنه من الصعب اللحاق بكل مضمون يتم

تداوله على تلك المواقع والتحقق منه بسبب التسارع المكاني والزمني الذي يميز عمل تلك المواقع (١).

دراسة يامين بودهان (٢٠١٩)

سعت هذه الدراسة إلى تحليل توجهات المراسلين المحليين بولاية سطيف في الجزائر نحو مسألة الأخبار الكاذبة واستخدمت الدراسة أداة المقابلة مع المراسلين المحليين في الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية والإلكترونية وتوصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي تشكل مصدرا مهما للمعلومات الخاصة بالصحفيين وأنهم يتحققون مما تنشره تلك المواقع عن طريق التواصل والتواصل مع المؤسسات الرسمية والمصادر الموثوقة الخاصة بهم (٢)

دراسة منى عيد (٢٠١٩)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تعرض الجمهور على الأخبار الزائفة حول المؤسسات الأمنية وخصائصها على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الجمهور حولها واستخدمت الباحثة أداة الاستبيان الإلكترونية ، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أبرزها أن الأخبار الزائفة أكثر إثارة من الأخبار الصحيحة وأنها أكثر انتشارا منها وأن ٨٣% يرون أن المؤسسة الأمنية تتعرض للأخبار الزائفة (٣).

التعقيب على الدراسات السابقة

تناولت الدراسات السابقة الأخبار الزائفة من منظورين : المنظور التحليلي وتمثل في دراسة مليكة بوخاري وذلك بهدف كشف مصداقية المحتوى الذي يقدم عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية التمييز بينها وبين الأخبار الحقيقية من خلال بعض النماذج التي اختارتها الباحثة .



أما المنظور الميداني فتمثل في دراسة بامين بودهان ودراسة منى عيد وأن اختلفت العينة المستهدفة وأداة جمع المعلومات في كل من الدراستين حيث اعتمدت دراسة يامين ودهان أداة المقابلة مع الصحفيين المحليين في ولاية سطيف الجزائرية فيما استخدمت دراسة منى عيد أداة الاستبيان الإلكتروني على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

مما سبق نخلص إلى أن أي من الدراسات السابقة لم تتطرق إلى مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مكافحة الأخبار الزائفة والتحقق منها ، والآليات المستخدمة في هذا التحقق ومدى تفاعل مستخدمي هذه المواقع مع المنشورات التي تعنى بنشر الوعي حول الأخبار الزائفة وهذا ما نتناوله هذه الدراسة بالتحليل والتفسير .

أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة في حداثة الموضوع الذي تناولته ألا وهو توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة وهو ما يعد مدخلاً جديداً في الدراسات الإعلامية التي تناولت التحقق من الأخبار الزائفة أو تلك التي تطرقت إلى مصداقية المحتوى الإخباري في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات ، كما تؤسس الدراسة لوضع معايير خاصة بالرصد الإعلامي الخاص بالتحقق من الأخبار الزائفة ورفع مستوى الوعي المرتبط بالتربية الإعلامية الرقمية .

تساؤلات الدراسة

- ١- ما أنواع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة ؟
- ٢- ما طبيعة الموضوعات التي تناولتها الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة ؟



- ٣- ما مصادر الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة؟.
- ٤- ما آليات التحقق من الأخبار الزائفة في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة؟.
- ٥- ما المجال الجغرافي للأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة؟
- ٦- ما أسلوب العرض التحريري (قالب الصياغة التحريرية) للمنشورات في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة عينة الدراسة؟.
- ٧- ما نوع الروابط المصاحبة للمنشورات في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة عينة الدراسة؟.
- ٨- ما الوسائط المتعددة والمستخدمه مع المنشورات في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة عينة الدراسة؟.
- ٩- ما أشكال واتجاه التفاعل مع المنشورات صفحات التحقق من الأخبار الزائفة عينة الدراسة؟.

أهداف الدراسة

١. رصد أنواع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها.
٢. تحديد الموضوعات التي تناولتها الأخبار الزائفة المتحقق منها.
٣. الكشف عن مصادر الاخبار الزائفة.
٤. معرفة آليات التحقق من الأخبار الزائفة .
٥. التعرف على النطاق الجغرافي للأخبار الزائفة التي تم التحقق منها.
٦. الوقوف على أساليب العرض التحريري للمنشورات في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.



٧. الكشف عن أنواع الروابط المصاحبة للمنشورات في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.
٨. رصد الوسائط المتعددة والمستخدم مع للمنشورات في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.
٩. معرفة أشكال التفاعل مع منشورات صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.
١٠. تحديد اتجاه التفاعل مع منشورات صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.

نوع الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تعني بوصف الظاهرة من حيث مكوناتها والعلاقات التي تربطها ببعضها البعض (٤).

تستخدم هذه الدراسة منهج التحليل النوعي الانتوغرافي لوثائق الدراسة وهو المنهج الذي يبحث في تحري العلاقات النظرية وهو يرى أن معنى الوثيقة ينبغي أن يكون منعكسا في أسلوبها وإيقاعها والربط بين (كيف ولماذا) عند تحليل الوثائق موضع التحليل (٥).

و يعد هذا المنهج أحد الوسائل المنهجية لتحليل الشبكات الافتراضية وهو يعتمد على الوصف والتحليل باستخدام الكلمة والعبارة بدلا من الأرقام والجداول الإحصائية (٦).

وتجدر الإشارة إلى اختلاف تحليل المحتوى على الإنترنت عامة عن تحليل المحتوى على المواقع الإعلامية الأخرى لكونه يهتم بكل ما هو متاح على موقع الصفحة أو الموقع الإلكتروني (٧).



وعليه فإنه سيتم الاعتماد على أسلوب التحليل الكيفي لتناسبه مع تساؤلات الدراسة وأهدافها.

أدوات جمع البيانات

١- استمارة تحليل المضمون:-

وهنا سيتم تصميم استمارة تحليل المضمون إلى فئات ووحدات بحيث تجيب على تساؤلات الدراسة وهي كالتالي:-

أولاً- وحده التحليل : سيتم اعتماد الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية كوحدة تحليل. وفي هذه الدراسة سيتم اعتماد المنشور وكل ما يرتبط به كوحدة تحليل.

ثانياً- فئات التحليل وهي كما يلي : -

أولاً- فئات المضمون "ماذا قيل ؟

(١) فئه نوع الأخبار الزائفة وتنقسم إلى:-

١/١ الأخبار الكاذبة : وهي الأخبار الملققة والغير صحيحة بشكل كامل.

١/٢ الأخبار المضللة : وهي الأخبار ذات المحتوى الحقيقي في سياق معلومات أو صور أو روابط خاطئة أو لا علاقة لها بالمحتوى.

١/٣ الأخبار الغير دقيقة : وهي الأخبار التي تحتوى مصادر أو روايات أو أرقام غير صحيحة.

(٢) فئة طبيعة الموضوعات : وتدرس هذه الفئة أنواع الموضوعات في الأخبار الزائفة وتنقسم إلى :-

٢/١ أخبار سياسية: وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات السياسية

٢/٢ أخبار اقتصادية وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات الاقتصادية



- ٢/٣ أخبار اجتماعية وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات الاجتماعية .
- ٢/٤ أخبار عسكرية : وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات العسكرية.
- ٢/٥ أخبار أمنية : وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات الأمنية .
- ٢/٦ أخبار رياضية: وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات الرياضية.
- ٢/٧ أخرى: أي نوع من الأخبار الزائفة ولم يتم ذكره في البنود الأخرى
يندرج تحت هذه الفئة .
- (٣ فئة مصادر الأخبار الزائفة وتنقسم إلى :-
- ١ / ٣/١ عدم ذكر المصدر: وتدرس هذه الفئة جميع الأخبار الزائفة التي لم يذكر مصدرها بدقة.
- ٢ / ٣/٢ ذكر المصدر: تدرس هذه الفئة جميع الأخبار الزائفة التي تم ذكر مصدرها وتنقسم إلى
- ١ / ٣/٢/١ فئة وكالة أنباء: وتدرس هذه الفئة الأخبار الزائفة التي مصدرها وكالة أنباء.
- ٢ / ٣/٢/٢ فئة صحف: وتدرس هذه الفئة الأخبار الزائفة التي مصدرها صحيفة أو عدة صحف .
- ٣ / ٣/٢/٣ فئة إذاعة وتلفزيون : وتدرس هذه الفئة الأخبار الزائفة التي مصدرها محطة إذاعية أو قناة تلفزيونية .
- ٤ / ٣/٣/٤ فئة موقع إلكتروني وتدرس هذه الفئة الأخبار الزائفة التي مصدرها موقع إلكتروني
- ٥ / ٣/٣/٥ فئة مواقع تواصل اجتماعي: وتدرس هذه الفئة الأخبار الزائفة التي مصدرها موقع تواصل اجتماعي .



٣/٣/٦ فئة أخرى: أي نوع من مصادر الأخبار الزائفة لم يتم ذكره يندرج تحت هذه الفئة.

٤) آليات التحقق : وتدرس هذه الفئة آليات التحقق من الأخبار الزائفة وتنقسم إلى ٤/١ عرض الخبر الزائف فقط : وتدرس هذه الفئة المنشورات التي تقوم بعرض الخبر الزائف فقط .

٤/٢ عرض الخبر الزائف وتصحيحه : وتدرس هذه الفئة المنشورات التي تقوم بعرض الخبر الزائف وتصحيحه .

٤/٣ إرشادات توعوية للتحقق من الأخبار الزائفة وتدرس هذه الفئة المنشورات التي تقوم بعرض إرشادات توعوية حول كيفية التحقق من الأخبار الزائفة .

٤/٤ فئة أخرى: أي نوع من آليات التحقق من لم يتم ذكره يندرج تحت هذه الفئة.

٥) فئة النطاق الجغرافي : وتدرس هذه الفئة النطاق الجغرافي للأخبار الزائفة وتنقسم إلى :-

٥/١ الأخبار الزائفة المحلية : وتدرس هذه الفئة جميع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ذات البعد المحلي .

٥/٢ الأخبار الزائفة الإقليمية : وتدرس هذه الفئة جميع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ذات البعد الإقليمي .

٥/٣ الأخبار الزائفة الدولية : وتدرس هذه الفئة جميع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ذات البعد الدولي.

ثانيا - الفئات الخاصة بالشكل "كيف قيل" .

١- فئة قالب الصياغة التحريرية للمنشورات

وتدرس هذه الفئة قالب الصياغة التحريرية لمنشورات رصد الأخبار الزائفة وتنقسم إلى:

١/١ قالب الدائرة : وتدرس هذه الفئة المنشورات التي رصدت الأخبار الزائفة ، وتمت صياغتها في قالب الدائرة

قالب الدائرة : تقوم الفكرة لأساسية في هذا القالب على الانتقال من الخاص إلى العام ... ويبدأ بنقطة أساسية تكون هي نقطة الاستهلال... وينتهي المنشور بنفس نقطة الاستهلال(٨).

١/٢ قالب القائمة : وتدرس هذه الفئة المنشورات التي رصدت الأخبار الزائفة في عينة التحليل وتمت صياغتها في قالب القائمة

قالب القائمة : يعتمد هذا القالب على وضع المعلومات على هيئة قوائم داخل الخبر أو المنشور(٩).

١/٣ قالب لوحة التصميم : وتدرس هذه الفئة المنشورات التي رصدت الأخبار الزائفة وصيغت في قالب لوحة التصميم .

قالب لوحة التصميم: يستخدم القالب كافة الإمكانيات التي توفرها الصحافة الإلكترونية كالوسائط المتعددة والتفاعلية(١٠).

١/٤ الدمج بين أكثر من قالب تحريري : وتدرس هذه الفئة المنشورات التي رصدت الأخبار الزائفة وتمت صياغتها بأسلوب الدمج بين قالبين تحريرين.

١ . فئة الوسائط المستخدمة: وتدرس هذه الفئة الوسائط المتعددة لجميع المنشورات التي رصدت الأخبار الزائفة المصورة والمصاحبة لها- وتنقسم إلى :-

٢/١ فئة الصور : وهي المنشورات التي تنشر على شكل صور فقط أو منشورات وعناوين مصحوبة بصور .

٢ /٢ فئة المقاطع السمعية : وهي المنشورات التي تنشر على شكل مقاطع سمعية أو منشورات نصية أو عناوين مصحوبة بمقاطع سمعية .



٢/٣ فئة الفيديوهات : وهي المنشورات التي تنشر على شكل فيديوهات فقط أو منشورات أو عناوين مصحوبة بفيديوهات

٢/٤ فئة النصوص : وهي المنشورات التي تنشر على شكل كتابي فقط وتنقسم إلى فئة عناوين فقط ، فئة عناوين ومنشور .

٢/٥ فئة أخرى: أي نوع من الوسائط المستخدمة لم يتم ذكره يندرج تحت هذه الفئة.

٢. فئة الروابط : وتدرس هذه الفئة الإحالات المصاحبة للمنشورات التي رصدت الأخبار الزائفة موضع التحليل وتنقسم إلى:-

٣/ ١ فئة عدم وجود روابط : وتدرس هذه الفئة عدم وجود روابط مع المنشورات موضع التحليل .

٣/٢ فئة وجود روابط : تنقسم إلى

٣/٢/١ - روابط خارج الموضوع : وهي الروابط التي توجد خارج الموضوع وتنقسم إلى :

٣/٢/٢ روابط داخلية : وهي روابط تُحيل القارئ إلى المواقع الأساسية للصفحة أو مصدر الخبر

٣/٢/٣ روابط خارجية : وهي روابط تُحيل القارئ على مواقع إنترنت خارجية وذلك بهدف الإضافة للمنشور .

٣/٢/٤ - روابط داخل السياق : وهي الروابط الموجودة داخل المنشور وتحيل القارئ إلى مواقع أنترنت تقدم شرحاً عن موضوع المنشور

٣/٢/٥ أخرى: أي نوع من الروابط لم يتم ذكره يندرج تحت هذه الفئة

٤) - أشكال التفاعل: وتدرس هذه الفئة أشكال التفاعل مع المنشورات موضع التحليل. وتنقسم إلى :

١/٤ فئة إعجاب : وتدرس هذه الفئة حجم الإعجابات مع المنشور موضع التحليل وتنقسم إلى

١/٤/١ قوي يتراوح من (٥٠١ وأكثر)

١/٤/٢ متوسط (٢٥١-٥٠٠)

١/٤/٢ ضعيف (٢٥٠-١)

٢/٤ فئة التعليق : وتدرس هذه الفئة حجم المشاركات مع منشور موضع التحليل وتنقسم إلى

٢/٤/١ قوي (٤٠١ وأكثر)

٢/٤/٢ متوسط (٢٠١-٤٠٠)

٢/٤/٣ ضعيف (٢٠٠-١)

٣/٤ فئة المشاركة : وتدرس هذه الفئة حجم المشاركات مع المنشور موضع التحليل وتنقسم إلى

١/٤/٣ قوي (١٠١ وأكثر)

٢/٤/٣ متوسط (٥١-١٠٠)

٣/٤/٣ ضعيف (٥٠-١)

٤/٤ فئة تفاعلات المشاعر : وتدرس هذه الفئة حجم تفاعلات المشاعر والتي تشمل الحب والإعجاب والغضب وتنقسم إلى



٤/٤/١ قوي (١٠١ واكثر)

٤/٤/٢ متوسط (١٠٠-٥١)

٤/٤/٣ ضعيف (٥٠-١)

٥. اتجاه التفاعل : وتدرس هذه الفئة اتجاه التفاعل مع المنشورات موضع التحليل وتنقسم إلى :-

١/ ٥ فئة تفاعل هابط : ويقصد به وجود تعليقات من قبل مستخدمي الصفحة .

٢/ ٥ فئة تفاعل صاعد : ويقصد به وجود ردود من قبل القائمين على الصفحة على تعليقات مستخدمي الصفحة .

وقد تم عرض الاستمارة على عدد من المحكمين لتحكيمها.

٢- ملاحظة المضمون :-

وتستخدم في الدراسات التي تهتم بتحليل المضمون الإعلامي عبر فئات يتم تقديرها وتعريفها مسبقاً (١١).

مجتمع الدراسة

هي جميع صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على مواقع تواصل الاجتماعي.

الإطار الزمني : يمتد من الفترة ٢٠١٩-١-١ إلى ٢٠١٩-١-٣١ .



عينة الدراسة

- مستوى العينة الخاصة بالمصدر : تم اختيار صفحات التحقق من الصفحات الزائفة على موقع فيس بوك نظراً لأن هذا الموقع يأتي في المرتبة الأولى عالمياً من حيث المستخدمين الأكثر نشاطاً وفقاً لتقرير Hootsuite السنوي (١٢) عن التوجهات السوشيال ميديا لعام ٢٠١٩ كما يحظى هذا الموقع بانتشار كبير في المنطقة العربية وفقاً لتقرير مواقع التواصل الاجتماعي ٢٠١٩ (١٣).

ونظراً لتعدد صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على موقع فيس بوك فقد تم اختيار صفحة (أكيد) صفحة مرصد مصداقية الإعلام الأردني و صفحة (متصدقش) بشكل قصدي للأسباب التالية: -

- تمثل صفحة (أكيد) الصفحة الرسمية لمرصد مصداقية الإعلام الأردني التابع لمعهد الإعلام الأردني وهو ما يعني أن الصفحة تتبع جهة اعتبارية في المجتمع (١٤)، فيما تمثل صفحة (متصدقش) جهداً تطوعياً لمجموعة من الصحفيين المصريين الذين يرفضون الكشف عن هويتهم لإيمانهم بأهمية الفكرة والمشروع وهو ما يعني إنها لا تتبع أي جهة رسمية.
- تتميز الصفحتان بالتحديث اليومي للمنشورات الخاصة بالتحقق من الأخبار الزائفة وعليه فإن الصفحتين اللتين تم اختيارهما تعد تمثيلاً صادقاً لمبدأ التنوع.
- تعد مصر والأردن - وهما البلدان العربيان اللتان تصدر منهما الصفحتان من أكثر البلدان العربية التي تقومان برصد الشائعات والأخبار الزائفة والتحقق منها عبر وسائل ومنابر إعلامية مختلفة ومتنوعة بصورة دورية في نهاية كل عام .

- مستوى العينة الخاصة بمادة التحليل:- تم اختيار مادة التحليل أو المنشورات الخاضعة للتحليل وفقاً للعينة العشوائية المنتظمة وفي إطارها سيتم استخدام أسلوب الأسبوع الصناعي وهي من أنسب أنواع العينات في مثل هذه



الدراسات والجدول التالي يوضح مفردات العينة في الفترة الممتدة ٢٠١٩/١/١١ وحتى ٢٠١٩/١٢/٣١ .

- بلغ عدد المنشورات التي خضعت للتحليل ٥٤ منشورا وذلك بسبب تصادف وجود منشورين في بعض الأيام التي وقعت ضمن عينة الدراسة ، والجدول التالي يوضح تواريخ سحب عينة الدراسة :-

تاريخ سحب مفردات المنشورات الخاضعة للتحليل
2019/1/1
2019/2/2
2019/3/3
2019/4/4
2019/5/5
2019/6/6
2019/7/7
2019/8/8
2019/9/9
2019/10/10
2019/11/11
2019/12/12

جدول رقم ١ يوضح تواريخ سحب العينة

التعريفات الإجرائية:

الأخبار الزائفة: هي كل خبر يتم نشره ويحتوي علي معلومات خاطئة في مضمونه أو سياقه أو أساليبه الإيضاحية أو روابطه النصية أو السمعية أو البصرية بشكل جزئي أو كلي.

توظيف: ويعني الاستخدام الأمثل للشيء كي يؤدي مهاماً محددة ومعينة.

مواقع التواصل الاجتماعي : هي أحد تطبيقات الويب ٢.٠ وتُمكن هذه المواقع المستخدم من النشر النصي أو السمعي والبصري والتواصل مع الأشخاص.
التحقق: وهو البحث والتأكد من صحة الأخبار.

صفحة أكيد: هي الصفحة الرسمية لمرصد مصداقية الإعلام الأردني ، وهي أحد مشاريع معهد الإعلام الأردني التي تم تأسيسه بدعم من صندوق الملك عبدالله الثاني للتنمية .

صفحة متصدّش : انطلقت صفحة متصدّق في أبريل ٢٠١٨ م من قبل صحفيين يرفضون الكشف عن أسمائهم بشكل تطوعي وذلك بهدف الكشف عن الأخبار والمعلومات الخاطئة والتي يتم نشرها في وسائل الإعلام المختلفة (١٥).

النظريات المؤثرة للدراسة

١. نظرية السبين الاعلامي Spin

يقصد بالسبين الإعلامي هو الخطة المدروسة التي يقو بإعدادها أشخاص أو جهات بهدف تركيز الانتباه أثناء التغطية الإعلامية بشيء آخر لصرف النظر أو القيام بالتضليل حول حقائق القصة أو تفسيراتها. السبين موجود على حد دقيق بين الحقيقة والكذب" (١٦).

وتم توظيف هذه النظرية في هذه الدراسة من خلال معرفة أنواع الأخبار الزائفة وموضوعاتها ومصادرها وآليات التحقق منها .

٢. نظرية التماس المعلومات

ترى هذه النظرية أن الأفراد يقومون باختيار المعلومات التي تتفق مع اتجاهاتهم الحالية وتدعمها (١٧).



وتم توظيف هذه النظرية في هذه الدراسة من خلال تفسير اتجاهات التفاعل من قبل مستخدمي صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة.

٣. نظرية المسؤولية الاجتماعية

ترتكز هذه النظرية على مبدأ أن الحرية يجب أن يقابلها التزام وسائل الإعلام بمعايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة (١٨).

تم توظيف النظرية في هذه الدراسة عبر تحليل وتفسير عمل الصفحات الخاصة برصد الأخبار الزائفة والتحقق منها .

٤. التفاعلية وأبعادها

يرى Zack ان مفهوم التفاعلية يقوم علي أربعة أبعاد هي :- (١٩)

- التبادل المستمر والمتزامن للمعلومات .
- استخدام التلميحات غير اللفظية .
- التلقائية والتتابع السريع للمعلومات .
- القدرة علي المقاطعة .
- المشاركة (التبادل).

تم توظيف النظرية في هذه الدراسة من خلال تفسير التفاعلية المستخدمة في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عينة الدراسة وأشكال التفاعل من قبل مستخدمي تلك الصفحات.



المبحث الثاني : الإطار المعرفي للدراسة

يتزايد الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار والمعلومات سواء للأفراد أو الصحفيين على حد سواء ، ووفقا لتقرير أصداء بي سي دبليو - الشرق الأوسط الحادي عشر في عام ٢٠١٩ فقد بلغت نسبة الشباب العربي الذي يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار ٥٠% مقابل ٣٤% للفتيات التلفزيونية ، وبعد موقع فيس بوك هو الأكثر استخداما في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا فيما يعد تطبيق الواتس أب هو الأكثر استخداما في الخليج العربي (٢٠). وهو ما أسهم في بروز تحديات حقيقية حول المهنية الإعلامية في إنتاج المضامين الإعلامية ومدى مصداقيتها على تلك المواقع ، وقد بينت العديد من الدراسات ارتفاع نسبة شكوك الجمهور حول الأخبار على تلك المواقع (٢١)

وتزداد خطورة انتشار الأخبار الزائفة في أوقات الحروب والأزمات والتوترات وهي الاوقات التي يزداد فيها الاعتماد على وسائل الإعلام بشكل عام ومواقع التواصل بشكل خاص للحصول على المعلومات (٢٢) وهي من البيئات الحاضنة لهذا النوع من الأخبار المستخدمة في استراتيجيات حروب الجيل الخامس والتي تركز على السكان ومدركاتهم باعتبارها المحرك الأساسي لتصرفاتهم وذلك بغية اثارة القلاقل وزعزعة الاستقرار في تلك الدول (٢٣). كما تعمل الأخبار الزائفة بشتى أنواعها على تآكل الثقة في مصداقية الأخبار والصحفيين و تضعف دور الصحافة في كشف الحقائق في المجتمعات (٢٤).

ويشهد العالم ارتفاعا غير مسبوق في سرعة انتشار الأخبار الزائفة وهو ما هو ما دفع بعض المؤسسات والدول إلى اتخاذ عدد من الإجراءات بغية الحد من انتشار تلك الأخبار والتصدي لها ومن أبرز تلك آليات مواجهة الأخبار الزائفة : تشريع بعض القوانين الرادعة وطرح تطبيقات حديثة من قبل إدارات بعض المواقع كالأجراءات

التي اتخذتها كل من إدارة موقع فيس بوك وتويتر ويوتيوب وبعض المبادرات من الإعلام التقليدي المرتبطة بالتحقق من الأخبار (٢٥) وقد كما برزت العديد من المبادرات المجتمعية والرسمية لاستخدام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي تعنى برصد الأخبار الزائفة والتحقق منها (٢٦).

المبحث الثالث : الدراسة التحليلية

١. أنواع الأخبار الزائفة

من خلال تحليل عينة الدراسة يتبين أن الأخبار الكاذبة تحتل الصدارة بين الأخبار المرصودة في كل من الصفحتين، وفي حين تركز صفحة (متصدقش) علي الأخبار الكاذبة فقط نرى أن صفحة (أكيد) تهتم برصد الأخبار المضللة والغير دقيقة وقد يرجع السبب في ذلك إلى إدراك القائمين علي الصفحتين بمدى خطورة الأخبار الكاذبة ذات المحتوى الملفق بالكامل.

٢. موضوعات الأخبار الزائفة

ترصد الصفحتان جميع الأخبار الزائفة التي تتناول جميع الموضوعات سياسية واقتصادية واجتماعية . وهو مايشير بحسب الباحثة إلى أن خطورة الأخبار الزائفة لا تقتصر على الجوانب السياسة وإنما تمتد إلى جميع مناحي الحياة .

٣. مصدر الأخبار الزائفة

يبين التحليل أن صفحة (متصدقش) تقوم بذكر مصدر الخبر الزائف الذي تم رصده، وتتصدر مواقع التواصل الاجتماعي مصادر تلك الأخبار . فيما تكتفي صفحة (أكيد) بذكر عموميات حول مصادر الأخبار الزائفة حيث تكتفي بذكر عبارات مثل (وسائل إعلام أو مواقع إلكترونية) دون تحديد أسماء تلك الوسائل أو المواقع التي تقوم برصدها

وقد يرجع السبب في ذلك إلى اختلاف المنهجية التي تعتمدها كلتا الصفحتين في نشر الأخبار الزائفة.



شكل رقم ١ يوضح مصادر الأخبار الزائفة والتي تم التحقق منها في صفحة (أكيد)

٤. آليات التحقق

من خلال التحليل نلاحظ وجود تباين في آلية التحقق من الأخبار الزائفة في كلتا الصفحتين حيث تركز صفحة (أكيد) علي عرض الخبر الزائف والإشارة إلى أنه غير صحيح فقط .

أما صفحة (متصدقش) فنقوم علي عرض الخبر الزائف وتصحيحه ، وتتفق الصفحتان علي عرض منشورات توعوية خاصة بكيفية التحقق من المحتوى الإعلامي.



شكل رقم ٢ يوضح آلية التحقق الأخبار الزائفة في صفحة (متصدقش)

٥. النطاق الجغرافي

تقتصر صفحة (أكيد) على رصد الأخبار الزائفة المحلية وقد يعود ذلك لكونها تتبع جهة رسمية هي مرصد الإعلام الأردني فيما نجد أن صفحة (متصدقش) تقوم برصد جميع الاخبار الزائفة المحلية والعربية والدولية.

٦. أسلوب العرض التحريري

يتضح من خلال التحليل أنّ كلتا الصفحتين تتفان علي استخدام أسلوب الدمج بين قوالب الصياغة التحريرية للمنشورات التي تقوم بعرضها حيث تقوم صفحة مرصد



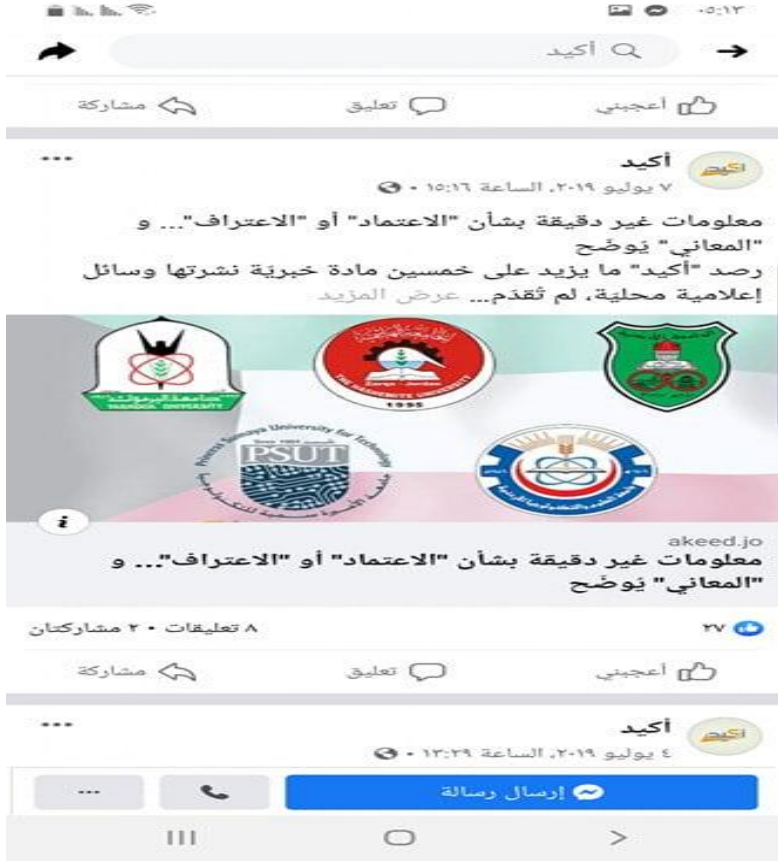
(أكد) بالدمج بين قالبى الدائرة ولوحة التصميم فى منشوراتها، أما صفحة (متصدقش) فتتبع أسلوب الدمج بين قالب القائمة ولوحة التصميم. وترى الباحثة أن هذه النتيجة تتفق مع النتيجة رقم (٣) و(٤) والتي خلصت إلى قيام صفحة (متصدقش) تقوم بعرض الخبر الزائف وتصحيحه ، بالإضافة إلى الإشارة إلى مصادره وهو ما يستلزم ذكر تفاصيل ومعلومات وهو ما يتناسب مع قالب القائمة ، أما لجوء الصفحتين إلى الدمج بين قوالب الصياغة التحريرية فيعود السبب فى ذلك بحسب الباحثة إلى طبيعة النشر فى صفحات الفيس بوك والذي يعتمد على الجمع بين الوسائط المتعددة وهو ما يوفرها قالب لوحة التصميم ، إضافة إلى توفر خاصية النشر اللامحدود فى هذا الموقع وهو ما يمنح المستخدم حرية النشر بأي قالب تحريري يراه مناسباً.



شكل رقم ٣ قالب الصياغة التحريرية فى صفحة (متصدقش)

٧. الوسائط المتعددة

يتبين من خلال تحليل غاية الدراسة أن الصفحتين تستخدمان نوعين فقط من الوسائط وهما : النصوص والصور الثابتة .



شكل ٤ يوضح الوسائط المستخدمة في منشورات صفحة (أكيد)

٨. أنواع الروابط

يوضح التحليل وجود تباين في نوع الروابط في كلتا الصفحتين فبينما تعتمد صفحة (أكيد) على نوع واحد من الروابط وهو الروابط خارج الموضوع والتي تحيل



القارئ إلى موقع المرصد الإلكتروني ويمكن تفسير ذلك بسبب اعتماد الصفحة الدمج بين قالب الدائرة ولوحة التصميم ووجود موقع إلكتروني للمرصد ، فيما تستخدم صفحة (متصدقش) روابط داخل السياق والتي تحيل القارئ لمواقع إنترنت خارجية وقد يرجع ذلك إلى عدم وجود موقع إلكتروني لصفحة (متصدقش) ورغبة القائمين علي تلك الصفحة في إطلاع المتلقي علي المصادر الأساسية لمنشوراتها.

٩. أشكال التفاعل

تتباين الصفحتان في أشكال وحجم التفاعل مع منشوراتهما، وإن كان يغلب عليهما الحجم الضعيف من التفاعلية حيث لا يتجاوز عدد المشاركات في صفحة (أكيد) ١٠، فيما تتميز صفحة (متصدقش) بالتباين في حجم التفاعلية حيث تتسم بمستوى منخفض في التعليقات والمراوحة بين مستوى متوسط وقوي في المشاركات ، وقد يعود السبب في ذلك إلى حجم الكثافة السكانية في مصر وتنوع النطاق الجغرافي لموضوعات الأخبار الزائفة التي تم رصدها، كما أظهر التحليل أن تفاعلات المشاعر تتراوح بين المتوسطة والضعيفة ، وتعلل الباحثة اختلاف نمط التفاعل إلى الاختلاف في نوعية الأخبار الزائفة التي تعرضها الصفحة الأمر الذي ينعكس على اهتمامات مستخدمي الصحف وتفاعلهم معها ، وتشترك الصفحتان في تفوق نمط المشاركة على ما عداها من أنماط التفاعلية وهو ما يشير قيام المتلقي بدور إيجابي في الحد من ظاهرة الأخبار الزائفة.





شكل رقم (٥) يوضح حجم التفاعل مع المنشورات عينة الدراسة

١٠. اتجاه التفاعل

تتميز صفحة (متصدقش) بوجود نمطين من التفاعل هما التفاعل الصاعد، والهابط أي أنه توجد ردود من قبل القارئ على صفحة التعليقات، فيما تقتصر صفحة مرصد أكيد على وجود نمط تفاعلي واحد وهو الهابط وهو ما يعني عدم وجود ردود على تعليقات المتلقين رغم محدوديتهم .

المبحث الرابع : النتائج والتوصيات

١. تنصدر الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من الأخبار الزائفة .
٢. تنوع موضوعات الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ونطاقها الجغرافي في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة
٣. اقتصار استخدام الوسائط المتعددة في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على النصوص والصورة الثابتة .
٤. يعتمد أسلوب عرض المنشورات في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة عينة الدراسة على الدمج بين قوالب الصياغة التحريرية .
٥. تتباين صفحات التحقق من الأخبار الزائفة في آليات التحقق وأنواع الروابط المستخدمة مع المنشورات ذات الصلة.
٦. تتباين صفحات التحقق من الأخبار الزائفة في أشكال واتجاه التفاعل من قبل مستخدمي تلك الصفحات.

التوصيات

١. إجراء دراسات علمية تشمل أثر واتجاهات مستخدمي صفحات التحقق من الأخبار الزائفة والإشباع المتحققة من تلك الصفحات ، ومدى اسهامها في رفع مستوى المهنية الإعلامية لوسائل الأعلام المختلفة.
٢. التنوع في استخدام الوسائط المتعددة من قبل القارئ على صفحات التحقق من الأخبار الزائفة
٣. تدعيم التربية الإعلامية الرقمية والتي تمكن مستخدمي صفحات التحقق من الأخبار الزائفة من تعزيز مستويات التفاعل مع منشوراتها .

المراجع

١. ملكية بوخاري ، " الأخبار المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أحداث احتجاجات السترات الصفراء بفرنسا "، مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي ، العدد التاسع ٢٠١٩.
٢. يامين بودهان ، " تعامل المراسلين المحليين مع نشر الأخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية : دراسة ميدانية بولاية سطيف " ، مجلة المعيار - المجلد ٢٣ ، العدد ٤٦ - ٢٠١٩.
٣. منى عيد ، " الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها : دراسة ميدانية " ، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية - العدد التاسع - ٢٠١٩ .
٤. أحمد بن مرسي ، الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال ، ط ١ (الجزائر: دار الورسم، ٢٠١٣) ص ٧٠

٥. ديفيد ل. السيد - كريستوفر ج. شيندر، ترجمة عبد الحكيم الخزامي ، التحليل النوعي لوسائل الإعلام ، ط١ (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥) ص٣٦، ٥٣.
٦. حسنين شفيق، مناهج البحوث الإعلامية في بيئة الإنترنت، بدون طبعة (بدون مكان نشر: دار فكر وفن ، ٢٠١٨) ص٢٥٣-٢٨٨
٧. محمد عبد الحميد ،الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، ط١ (القاهرة : عالم الكتب، ٢٠٠٧) ص٢٩٥.
٨. ماهر الشمايلة - محمود اللحام- مصطفى كافي، الصحافة الإلكترونية (الرقمية)، ط١ (عمان : الإعصار للنشر والتوزيع ، ٢٠١٥) ص ١٧٨.
٩. حسني نصر، وسائل الإعلام الجديدة : أسس التغطية والكتابة والتصميم والإخراج في الصحافة الإلكترونية ، ط١ (الكويت : مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع ، ٢٠١٣) ص٢٧٤.
١٠. ناصر الرماحنة ، الاتجاهات الإعلامية الحديثة : الصحافة الإلكترونية، ط١ (السلط: ناصر الرحامنة ، ٢٠١٦) ص١٠٨
١١. شيماء زغيب ، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، ط١ (القاهرة :الدار المصرية اللبنانية ، ٢٠٠٩) ص٢٠٨.
١٢. Hotstuite ، توجهات السوشسيال ميديا ٢٠١٩ ، ص ١٩.
١٣. تقرير مواقع التواصل الاجتماعي ٢٠١٩، مؤسسة كرواد انا لايز
١٤. عن أكيد " ، بدون تاريخ ، رابط الموضوع <https://akeed.jo/ar>، تمت زيارة الموقع يوم ١٠ فبراير ٢٠٢٠ الساعة ١٠ مساء
١٥. فادية إيهاب، « متصدقش» تجربة لتصحيح المعلومات «الغلط»، صحيفة ألوان، ٨ يونيو ٢٠١٩، رابط الموضوع

<https://alwan.elwatannews.com/news/details/4193390/%D9%85%D8%AA%D8%B5%D8%AF%D9%82%D8%B4-%D8%AA%D8%AC%D8%B1%D8%A8%D8%A9-%D9%84%D8%AA%D8%B5%D8%AD%D9%8A%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B9%D9%84%D9%88%D9%85%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%BA%D9%84%D8%B7>

١٦. عبد الرزاق الدليمي، النظريات العلمية للاتصال في القرن الحادي والعشرين، ط١ (عمان : دار اليازروي، ٢٠١٥) ص١٩٦.
١٧. حسنين شفيق، نظريات الإعلام وتطبيقاتها في دراسات الإعلام الجديد ، بدون طبعة (القاهرة : دار فكر وفن ، ٢٠١٤) ص٢٢٩.
١٨. محمد حجاب، نظريات الاتصال، ط١ (القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠١٠) ص٢٢٤ .
١٩. Zack في عبد الباسط شاهين، التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، ط١ (القاهرة : دار العلوم للنشر والتوزيع، ٢٠١٤) ص١٣١.
٢٠. أصداء بي سي دبليو، استطلاع لرأي الشباب العربي ٢٠١٩، تمت زيارة الموقع يوم ٢ فبراير ٢٠٢٠ الساعة الرابعة عصر، رابط الموضوع

<http://arabyouthsurvey.com/ar/pdf/download-whitepaper-ar/download-whitepaper-ar.pdf>

٢١. سعيد الغامدي - صالح الحديثي ، "مصادقية تويتر لدى طلاب وطالبات الجامعات الحكومية في مدينة الرياض" ، مجلة كلية الآداب - جامعة الملك سعود ، المجلد ٢٧ العدد ١-٢٠١٥، ص٣٨١
٢٢. اسماعيل برغوث ، اعتماد الشباب الفلسطيني على الشبكات الاجتماعية وقت الأزمات ، رسالة ماجستير غير منشورة، (المنظمة العربية للتربية والثقافة



والعلوم - معهد الدراسات والبحوث العربية قسم البحوث والدراسات الإعلامية
- القاهرة ، ، ٢٠١٤)

٢٣. شادي منصور، **حروب الجيل الخامس: أساليب التفجير من الداخل على**
الساحة الدولية ، ط١ (العربي للنشر والتوزيع - المستقبل للبحوث
والدراسات ، ٢٠١٩) ص١٦٥.

٢٤. اليونسكو ، **الصحافة والأخبار الزائفة والتضليل : دليل التدريس والتدريب في**
الصحافة : سلسلة اليونسكو لتدريس الصحافة ط١ (عمان : اليونسكو -
مؤسسة فريدرتش ناومان من أجل الحرية ، ٢٠٢٠) ص٥٩.

٢٥. نادين كنعان ، « الإعلام الغربي: أخبار كاذبة وتحرش... وحرب الـ
«ستريمينغ» لن تهدأ»: ، **صحيفة الأخبار** ، ٣ يناير ٢٠٢٠ ، تم الدخول إلى
الموقع يوم ١٥ فبراير ٢٠٢٠ الساعة الخامسة عصرا ، رابط الموضوع

https://www.al-akhbar.com/Media_Tv/281868/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%BA%D8%B1%D8%A8%D9%8A-%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-%D9%83%D8%A7%D8%B0%D8%A8%D8%A9-%D9%88%D8%AA%D8%AD%D8%B1-%D8%B4-%D9%88%D8%AD%D8%B1%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D9%80-%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D9%8A%D9%85%D9%8A%D9%86%D8%BA-%D9%84%D9%86-%D8%AA%D9%87%D8%AF

٢٦. رياض شعباني ، "مبادرات بادرآت لمواجهة الأخبار الكاذبة على مواقع
التواصل الإجتماعي" ، تم الدخول إلى الموقع في ٢٠ فبراير ٢٠٢٠
الساعة السادسة عصرا .

رابط الموضوع

<https://ijnet.org/ar/story/%D9%85%D8%A8%D8%A7%D8%AF%D8%B1%D8%A7%D8%AA->



%D9%84%D9%85%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87%D8%A9-
%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%D8%A7%D8%B1-
%D8%A7%D9%84%D9%83%D8%A7%D8%B0%D8%A8%D8%A9-
%D8%B9%D9%84%D9%89-
%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%82%D8%B9-
%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-
%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D
8%B9%D9%8A

- أسماء - السادة محكمي استمارة تحليل المضمون بحسب ترتيب الحروف الأبجدية
- (١) أ.د. بشرى الحمداني - قسم الصحافة - كلية الإعلام - الجامعة العراقية
 - (٢) أ.د. سليمان صالح - قسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة القاهرة
 - (٣) أ.د. ماجد تربان - قسم الصحافة - كلية الإعلام - جامعة الأقصى.



المراسلات

المعهد الدولي العالي للإعلام - ضاحية النخيل - مدينة الشروق - القاهرة

ت : ٤٥/٤٤/٤٣/٤٢/٤١ (٠٢) فاكس : ٣٩/٢٦٣٠٠٠ (٠٢)

الرقم المختصر : ١٩٦٤٤ محمول : ٦٩/٦٨/٦٧/٦٦ (٠١٠٠٥٦٠٠٠)

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ١٨٩٦٤ / ٢٠١٤م

الترقيم الدولي : (ISSN 2357-0407)

الترقيم الدولي الإلكتروني: (is2735-4016)

الموقع الإلكتروني : magazine.sha.edu.eg

متاحة على قاعدة بيانات دار المنظومة

www.mandumah.com

E.mail: crsjournal@sha.edu.eg