



# مجلة البحوث والدراسات الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

العدد التاسع - يوليو - سبتمبر ٢٠١٩ م

بحوث المؤتمر العلمي الرابع

للمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

بحوث الإعلام ومنهجية التكامل المعرفي

في إطار التحولات الدولية الراهنة وتداعياتها

القاهرة ٨ - ٩ إبريل ٢٠١٩ م

المجلد الثاني



# مجلة البحوث والدراسات الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

العدد التاسع - يوليو - سبتمبر ٢٠١٩ 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 ، د. حسين ربيع**

المنسق الإداري

**أ. أمين يسري**



رئيس مجلس الإدارة

**لواء د. أحمد عبد الرحيم**

## المراسلات

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

ت : ٢٦٣٠٠٠٤٢ / ٤٣ / ٤٤ / ٤٥ (٠٢) فاكس : ٢٦٣٠٠٠٣٩ (٠٢)

الرقم المختصر : ١٩٦٤٤ محمول : ١٠٠٥٦٠٠٠٦٧ / ٦٨ / ٦٩

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ١٨٩٦٤ / ٢٠١٤ م

ISSN for Journal: (ISSN 2357-0407)

E.mail: crsjournal@sha.edu.eg

الموقع الإلكتروني : magazine.sha.edu.eg

متاحة على قاعدة بيانات دار المنظومة

www.mandumah.com

مجلة البحوث  
والدراسات الإعلامية





## المؤتمر العلمي الرابع

للمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق  
بحوث الإعلام ومنهجية التكامل المعرفي  
في إطار التحولات الدولية الراهنة وتداعياتها

القاهرة ٨ - ٩ إبريل ٢٠١٩ م

برعاية

الأستاذ / محمد فريد خميس

مؤسس أكاديمية الشروق

أ.د. خالد عبد الغفار

وزير التعليم العالي والبحث العلمي

عميد المعهد رئيس المؤتمر

أ.د. محمد سعد إبراهيم

رئيس مجلس الإدارة

لواء دكتور / أحمد عبد الرحيم

المجلد الثاني

## قواعد النشر

### للنشر والاشتراك

#### مجلة البحوث والدراسات الإعلامية (CRS JOURNAL)

مجلة علمية مُحكّمة، تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بمدينة الشروق، وغايتها نشر الأبحاث العلمية والمُحكّمة في مجال الإعلام، وتُنشر 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.
- تُقبل البحوث باللغة العربية أو الأجنبية، ويُقدم مع البحث ملخص باللغتين العربية والإنجليزية لا يقل عن صفحة واحدة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن 30 صفحة بحجم A4.
- تتلقى إدارة المجلة ثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر، على أن يُكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل، ويُشار إلى الهوامش والمراجع في المتن بأرقام، وترد قائمتها في نهاية البحث وليس في أسفل كل صفحة، بالإضافة إلى ال CD الخاص بكتابة البحث.
- إدارة المجلة غير ملزمة برد الأبحاث التي لا تُقبل للنشر إلى أصحابها، مع التزامها بتوضيح أسباب عدم قبول النشر.
- يُشترط ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مكان آخر، مع الالتزام بتعهد الباحث بأن بحثه لم ينشر من قبل ولن ينشر إلا بناء على رد من إدارة المجلة.
- يحصل الباحث على نسخة من المجلة فور صدورها.
- تُنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- للنشر والاشتراكات: مقر المعهد بمدينة الشروق- القاهرة.
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ١٨٩٦٤ / ٢٠١٤م.
- ISSN for Journal: (ISSN 2357-0407)
- تستقبل البحوث قبل تحكيمها على إيميل [ersJournal@sha.edu.eg](mailto:ersJournal@sha.edu.eg).

### مستشارو المجلة

أ.د. طه نجم  
أ.د. عادل عبد الغفار  
أ.د. عبد الجواد سعيد  
أ.د. عبد العزيز السيد  
أ.د. عزة عبد العزيز  
أ.د. علي عوجة  
أ.د. عواطف عبد الرحمن  
أ.د. فوزي عبد الغني  
أ.د. ليلى حسين  
أ.د. ليلى عبد المجيد  
أ.د. ماجدة مراد  
أ.د. ماجي الحلواني  
أ.د. محمد البادي  
أ.د. محمد زين رستم  
أ.د. محمد شومان  
أ.د. محمد عبد الحميد  
أ.د. محمد معوض  
أ.د. محمود حسن إسماعيل  
أ.د. محمود خليل  
أ.د. محمود علم الدين  
أ.د. محمود يوسف  
أ.د. منى الحديدي  
أ.د. نجوى كامل  
أ.د. نسمة البطريق  
أ.د. هبة السمري  
أ.د. هبة شاهين  
أ.د. هشام عطية  
أ.د. هويدا مصطفى  
أ.د. وليد فتح الله

\* أسماء الأساتذة بعاليه مرتبة هجانيا

أ.د. ابتسام الجندي  
أ.د. إبراهيم المسلمي  
أ.د. أسما حافظ  
أ.د. أميمة عمران  
أ.د. أمين سعيد عبد الغني  
أ.د. أيمن منصور  
أ.د. إيناس أبو يوسف  
أ.د. بركات عبد العزيز  
أ.د. ثروت كامل  
أ.د. جيهان يسري  
أ.د. حسن علي  
أ.د. حسن عماد مكاوي  
أ.د. حمدي حسن  
أ.د. حنان جنيد  
أ.د. خالد صلاح الدين  
أ.د. راجية قنديل  
أ.د. راسم الجمال  
أ.د. سامي الشريف  
أ.د. سامي طايغ  
أ.د. سامي عبد العزيز  
أ.د. سامية محمد علي  
أ.د. سلوى إمام  
أ.د. سلوى العوادلي  
أ.د. سمير حسين  
أ.د. سهام نصار  
أ.د. سوزان القليني  
أ.د. السيد بهنسي  
أ.د. شاهيناز طلعت  
أ.د. شريف درويش اللبان  
أ.د. شيماء ذو الفقار

## فهرس المحتويات

### مجلة البحوث والدراسات الإعلامية العدد التاسع - يوليو - سبتمبر ٢٠١٩ م

- ٩ • التداخل النظري والمنهجي في النظرية الإعلامية (دراسة نقدية) ..... د. محمد بن علي القعاري
- ٦٣ • حرب المصطلحات الإعلامية .. دراسة مفهومية لإعلام التنظيمات الإرهابية فى مواقع الصحف المصرية والعربية والغربية ..... د. حمزة السيد حمزة خليل
- ١٧٣ • دور شبكات التواصل الاجتماعي في الخوف من الوقوع ضحية لجريمة في ضوء عوامل جودة الحياة لدى عينة من الشباب المصري..... أ.م.د. خالد أحمد جلال - د/ غادة ممدوح
- ٢٧٥ • دور البوابات الإخبارية الإلكترونية في الخوف من الوقوع ضحية للجريمة في ضوء العوامل الخمسة الكبرى للشخصية لدى طلاب الجامعة ..... د. أماني عبدالعظيم - د. هبة الله صالح
- ٣٥٣ • العوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامى المتعلق بالأخبار الزائفة .. دراسة على القائم بالاتصال ..... د. مها مصطفى بخيت
- ٤٤٥ • اتجاهات النخبة النسائية نحو صورة المرأة فى الدراما المصرية (دراسة ميدانية) ..... د. غادة أحمد عبد الرحمن نصار
- ٥٢٣ • أطر معالجة صحف دول حوض النيل للعلاقات المصرية الإفريقية خلال الفترة من ٢٠١١ وحتى ٢٠١٨ ... الصحف الكينية والإثيوبية نموذجا دراسة تحليلية مقارنة ..... د. إيمان بالله ياسر
- ٦٤٧ • مصادر التغطية الإخبارية فى الصفحة الأولى بالصحف القومية المصرية خلال فترة حكم عبد الناصر ..... منى ممدوح الحسينى عبد اللطيف
- ٧٠١ • الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها " دراسة ميدانية " ..... منى عيد محمد عيد

## مقدمة

يصدر العدد التاسع من المجلة العلمية للمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق متزامناً مع استعدادات المعهد لعقد المؤتمر العلمي الخامس تحت عنوان "الإعلام والمعلوماتية وحروب المعلومات" خلال الفترة من ٤-٥ أبريل ٢٠٢٠ .. هذا المؤتمر الذي أصبح محفلاً بحثياً عربياً مهماً يرتبط بتيار علمي يدعى "الأصالة والتجديد في بحوث الاعلام العربية" ويضم قرابة الألفي أستاذ وباحث يمثلون ١٣٢ جامعة مصرية وعربية .

وهكذا ، يدعم المؤتمر العلمي المجلة العلمية ، وتدعم المجلة المؤتمر، ويبرز دورهما معاً في النهوض والارتقاء بالبحث الإعلامي العربي ،من خلال تحفيز الاساتذة والباحثين على إنتاج معرفة علمية مضافة ،تستعيد مكانة البحث العلمي العربي ،وتتبنى منهجية التكامل المعرفي بين العلوم الإنسانية والاجتماعية، والتكامل بين تقنيات التحليل الكمي والكيفي.

وإذا كانت المجلة العلمية، قد أكملت أربع سنوات ، منذ صدور عددها الأول فى يوليو عام ٢٠١٦ ، فإنها وللمرة الأولى تنتظم في الصدور خلال العام الجامعي ٢٠١٩/٢٠١٨ ، حيث صدرت ستة أعداد متضمنة جانباً من



د. محمد سعد إبراهيم

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



## افتتاحية العدد

بحوث المؤتمرين العلميين الثالث والرابع ، علاوة على إتاحتها على قاعدة بيانات دار المنظومة ، وتخصيص موقع إلكتروني للمجلة متاح على الموقع الرسمي للمعهد .

وكعهدنا مع السادة الأساتذة والباحثين المشاركين في مؤتمرنا العلمي، تنشر بحوثهم في المواعيد المتفق عليها ،وبعد ثلاثة شهور فقط من اختتام المؤتمر .. يتضمن العدد التاسع مجموعة من البحوث المتميزة التي تستخدم أطراً نظرية ومنهجية متطورة ومواكبة للإشكاليات البحثية التي تتصدى لمعالجتها .

خالص التحية والتقدير للسادة الزملاء المنشورة أبحاثهم، وخالص التقدير لأسرة تحرير المجلة العلمية، متمنياً للمجلة دوام الرقى والتقدم والازدهار ،كنافذة من نوافذ البحث العلمي المتميز .

أ.د. محمد سعد إبراهيم

## العوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامي المتعلق بالأخبار الزائفة دراسة على القائم بالاتصال

د. مها مصطفى بخيت

مدرس الصحافة بكلية الإعلام - جامعة سيناء

### المقدمة:

تصاعد الاهتمام في العامين الأخيرين بالأخبار الزائفة وتأثيراتها على المجال العام، وذلك بسبب الانتشار الكثيف لمثل تلك الأخبار المضللة، التي أحالت ملايين المستخدمين إلى ملايين المنتجين أيضاً، وأصبح كل شخص متصل بالشبكة قادراً على نشر الصور والفيديوهات والأخبار. يوصف الخبر بالمزيف لكونه مختلفاً ولا يستند إلى أي حقائق، أو مصادر، أو اقتباسات، وفي هذا الصدد ميز دليل الباحثين الصادر عن جامعة ميتشجان بين ضربين من المعلومات؛ المعلومات الخاطئة، والمعلومات المغلوطة، إذ عد الأولى معلومات غير صحيحة أو غير دقيقة انتشرت دون قصد



الخداع، فيما نظر للثانية بوصفها معلومات كاذبة جرى تصميمها عن قصد، ونشرها بغرض التأثير فى رأى العام أو حجب الحقائق<sup>١</sup>.

قدم أكسيل جليفرت، الأستاذ بجامعة برلين التقنية، تعريفاً للأخبار الزائفة، وبحث السمات الفريدة لتلك الظاهرة، خلص فيه إلى تعريفها بأنها "العرض المتعمد لادعاءات كاذبة أو مضللة جرى تصميمها فى شكل خبري"، وقد ركز فى هذا التعريف عنصر "التعمد" من أجل اعتبار الخبر مزيفاً<sup>٢</sup>.

تطور مجال الدراسات السوسولوجية للإعلام فى الآونة الأخيرة كشف عن ضرورة إعادة تقويم المضامين الإعلامية وتحليل عناصرها فى ضوء السياق الإنتاجى الذى تشكلت فيه والظروف السياسية والاجتماعية والثقافية التى ظهرت فيها، وهو ما يعنى الاهتمام بدراسة القائم بالاتصال فى سياق علاقته بالمجتمع، والعوامل الاجتماعية المؤثرة على المحتوى الإعلامى، وعلاقته بزملائه<sup>٣</sup>.

وتطبيق هذا المدخل السوسولوجى يعنى بحث وتحليل القائم بالاتصال فى ضوء تفسير وضعه ودراسة المحتوى الذى يقدمه والعوامل التى تؤثر فى تشكيل هذا المنتج الصحفى على الواقع.

قدم كل من شوميكر ورايس (Shoemaker and Reese, 1991) أيضاً "النموذج الهرمى للتأثيرات" الذى يتكون من خمس مستويات لاختبار العوامل المؤثرة على المستوى الكلى والجزئى للمضمون الصحفى المقدم وهى المستوى الفردى للقائمين بالاتصال، المستوى الروتينى، والمستوى التنظيمى، والمستوى المؤسسى، والمستوى الأيديولوجى<sup>٤</sup>.

وأضاف كل من (Tushman, 1978)<sup>٥</sup>، (Fishman, 1980) مستوى من التحليل للقوى المؤثرة يشير إلى تأثير الإجراءات الروتينية للعمل الصحفى على تشكيل



مضامين الأخبار، حيث أشارا إلى الإجراءات الروتينية الثابتة للعمل الإخباري، وأشار (Gans, 1979) إلى القواعد المهنية الحاكمة لتقييم الأخبار الصحفية، ويؤكد هؤلاء الباحثون أن تأثير هذه العوامل الروتينية أكبر من تأثير العوامل الفردية للقائمين بالاتصال على تشكيل المضامين المنتجة.

دار عدد من التوجهات البحثية حول هذين المستويين من التحليل، فقد دمج نفر من الباحثين المستويين معاً، في حين مال آخرون إلى تمييزهما عن بعضهما البعض، حيث يعطى مستوى تحليل المنظمة ملامح خاصة لكل وسيلة في التعامل مع المضمون والعاملين بها، بينما يشير مستوى تحليل الممارسات الروتينية إلى القواعد العامة المشتركة بين الوسائل الإعلامية في إنتاج المحتوى، وتأسيساً على ما سبق، تتضح العلاقة بين العوامل المؤثرة على القرار الصحفى بنشر الأخبار، والعوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامى المتعلق بالأخبار الزائفة دراسة على القائم بالاتصال.

## الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بمراجعة التراث العلمى السابق للبحوث والدراسات العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع دراستها، وكشف الرصد الأولى عن اختلاف كمى وكيفى واضح بين الدراسات، وقد اهتمت الدراسات السابقة بتناول الآتى:

١- وصف وتحليل العلاقة بين بيئة العمل والتأثير فى عمل القائمين بالاتصال فى مواقع وكالات الأنباء الفلسطينية الإلكترونية، بالإضافة إلى رصد القيود التى قد تفرضها بيئة العمل على القائمين بالاتصال<sup>١</sup>.

٢- التعرف على تأثير العوامل الداخلية الصحفية الإلكترونية على المحرر الصحفى أثناء أدائه الرسالة الإعلامية، التى تتمثل فى بيئة العمل الصحفى والسياسة التحريرية للصحيفة ورئيس التحرير والقوانين المنظمة للعمل الإعلامى، وكذلك



التعرف على العوامل الاجتماعية المؤثرة فى أداء المحررين فى الصحف الإلكترونية السعودية.<sup>٧</sup>

٣- الكشف عن معايير جودة الأخبار على الإنترنت، كالمصداقية والمنفعة، واستعراض المحاولات العلمية لتحديد الجودة الصحفية على الإنترنت، وتحديد السمات والمعايير الموضوعية والذاتية للمحررين العاملين فى المواقع الإلكترونية.<sup>٨</sup>

٤- التعرف على المعايير المهنية للقائم بالاتصال وأثرها على انتقاء الأخبار فى وكالة الأنباء الأردنية، وقد استخدم الباحث أسلوب المسح الشامل لمجتمع الدراسة من مندوبين ومحررين صحفيين فى مركز الوكالة فى عمان.<sup>٩</sup>

٥- الكشف عن معايير الأداء المهني للقائمين بالاتصال فى المواقع الإخبارية الإلكترونية، وأثر استخدام التكنولوجيا على مستوى الأداء المهني للقائمين بالاتصال فى المواقع الإلكترونية الإخبارية.<sup>١٠</sup>

٦- التعرف على أهم العوامل التى تؤثر على الممارسة المهنية للقائم بالاتصال مثل التنظيم الإدارى فى المؤسسة الإعلامية وقنوات الاتصال فى هذا التنظيم والتأهيل العلمى والمهني ثم اتجاه العلاقات الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء.<sup>١١</sup>

٧- الكشف عن الطرق التى يمكن من خلالها الكشف التلقائى للأخبار الوهمية، حيث جرى تحديد مجموعتين من الأخبار المزيفة، خاصة ما يتم تقديمها على مواقع التواصل الاجتماعى من خلال المدونيين، والصفحات الرسمية للصحف الإلكترونية خاصة وأنها تجعل من الصعب تحديد مصدر الأخبار الجديرة بالثقة.<sup>١٢</sup>



٨- الكشف عن استخدام أساليب قياس حديثة، للتحقق من مصداقية الأخبار والمعلومات المتاحة على المواقع الإخبارية العراقية، والكشف عن أسلوب يسمح للعاملين والمهنيين من صحفى الإنترنت بمراعاة تحقيق معايير المصداقية والدقة والموضوعية بالمواقع الإخبارية الإلكترونية، ومعرفة مدى أهمية البحوث الإعلامية الأكاديمية فى مجال التحقق من مهنية المواقع الإعلامية الإخبارية ومدى التزامها بقواعد وشرف المهنة الصحفية<sup>١٣</sup>.

ومن أبرز النتائج التى توصلت إليها تلك الدراسات:

١- تصدرت العوامل الفلسطينية الداخلية، العوامل التى تؤثر فى عمل القائم بالاتصال، يليها بيئة العمل داخل المؤسسة، شارك ٥٤% من المبحوثين فى صنع القرارات التحريرية داخل الوكالة، أكد ٢١% من المبحوثين أن تدخلهم فى مضمون المادة قبل النشر جوهري، بينما ٤٦,٨% أكدوا أن تدخلهم متوسط<sup>١٤</sup>.

٢- جاءت العادات والتقاليد والأعراف من أقوى العوامل الاجتماعية المؤثرة على القائم بالاتصال فى الصحف الإلكترونية السعودية، لأنها تؤثر على طريقة تعاطى الرأى العام مع القضايا الإعلامية، وتبين ضعف المعرفة بالقوانين المنظمة للعمل الإعلامى فى العمل المهنى لدى القائم بالاتصال فى الصحف الإلكترونية السعودية، وذلك بسبب أن الصحفى يلجأ دائماً لتوجيهات رئيس التحرير ويتلقى التعليمات منه<sup>١٥</sup>.

٣- أكد القائمون بالاتصال التزامهم بالسياسة التحريرية للموقع الإخبارى الذى يعملون به، كما أكدوا جميعهم بأن هناك توافقاً بين التوجهات الفكرية الخاصة بهم، وبين السياسة التحريرية للمواقع التى يعملون بها<sup>١٦</sup>.



٤- تعدد وتنوع الأساليب التحريرية التي يمارسها المبحوثون في معالجتهم الصحفية، ومنها الاعتماد على الأسلوب اللاخطي في الكتابة، وتزويد الموضوع بوصلات تؤدي بالمتلقى إلى معلومات إضافية، وتقسيم المعلومات إلى مقاطع مستقلة، وأن الصعوبات التي تتعلق بتحرير المضمون الصحفي الإلكتروني تمثلت في: صعوبة الوصول إلى المعلومات في بعض المواقع، صعوبة سرعة إنجاز عملية التحرير لتحقيق السرعة والآنية، وأن صحفى الصحف الحزبية في مصر يعانون من ضغوط عديدة عند تعاملهم مع المصادر الصحفية، ومن أبرزها: الحذر من الإبداء بالمعلومات، والتمييز بينهم وبين صحفى الصحف القومية، وتقديم معلومات مبتورة، وأن الاعتماد على المصادر المجهلة يعد أحد وسائل تحقيق السبق الصحفى، وأن هذا يكون على حساب المصداقية في كثير من الأحيان، وأن المصادر المجهلة تعتمد على الإثارة والتهويل<sup>١٧</sup>.

٥- لا يزال ارتكاز المحررين على الإنترنت ينصب على الوظيفة التقليدية لتوفير الأخبار وبدرجة أقل على المناقشة التفاعلية للقضايا والأحداث، وأن المصداقية جاءت في المرتبة الأولى من معايير جودة المحتوى على الإنترنت<sup>١٨</sup>.

٦- أن الصحفيين في وكالة الأنباء الأردنية يظهرون ميلاً شديداً نحو إعطاء الأولوية في التغطية الصحفية للنشاطات الرسمية وبمتوسط حسابى مقداره (٣,٩٤) وأنهم يراعون التشريعات، وأظهرت النتائج مراعاة الصحفيين في وكالة الأنباء الأردنية للسياسة التحريرية للوكالة، والتي تتمثل في التعليمات والتوجيهات التي تصدرها إدارة الوكالة لأجهزة التحرير والمندوبين لكيفية التعامل مع المضمون الإعلامى، وبنسبة (٩٢,٦%)، وأن حوالى ٤٨,٢% متفقون بأن قنوات المندوب والمحرر الصحفى تظهر فى المنتج الإخبارى من خلال تسليط الضوء عليها فى الأخبار<sup>١٩</sup>.



٧- تبين أن أكثر العوامل التي تؤثر على نشر المضامين الإعلامية هي الالتزام بسياسة الموقع وذلك بنسبة (٤٣,٤%)، ثم جاء في المرتبة الثانية الالتزام بالضوابط القانونية والأخلاقية، وأن أكثر الأشخاص الذين يضعون السياسة الإعلامية للمواقع الإلكترونية هم المسؤولون عن التحرير، وأن طبيعة علاقة القائم بالاتصال بزملائه في المواقع الإلكترونية الإخبارية إيجابية بصفة عامة، كما أشارت النتائج إلى أنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين علاقة القائم بالاتصال بزملائه في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وأن هناك علاقة طردية بين المتغيرين، فكلما كانت طبيعة علاقة القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية بزملاتهم إيجابية ارتفع مستوى الأداء المهني لديهم<sup>٢٠</sup>.

٨- أن اللغة المستخدمة في مجموعة البيانات غالباً ما تتضمن الكلمات المرتبطة بالعمليات المعرفية مثل البصيرة والتمايز، ومن ناحية أخرى المحتوى الذى يتضمن عبارات وهمية يعتمد على استخدام المزيد من الكلمات الاجتماعية والإيجابية، وأن واضعى الأخبار الوهمية يستخدمون المزيد من الأحوال والأفعال، وعلامات الترقيم من واضعى الأخبار الصحيحة<sup>٢١</sup>.

٩- وجود اختلافات لنوع التأثير بالنسبة للعوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال باختلاف نوع الصحيفة التي يعملون بها، ووجود علاقة دالة إحصائية بين الأهداف التي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها من خلال نشر الموضوعات وأهداف المادة الصحفية الواردة بمضمون صحيفة المصرى اليوم بينما لم يثبت تلك العلاقة مع مضمون صحيفة الأهرام، لا تؤثر كل من متغيرات (النوع- التخصص- الإقامة- الانتماء الحزبى- سنوات الخبرة- العمر) على درجة تأثير العوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال في الصحف عينة الدراسة، بينما تؤثر وظيفة القائمين بالاتصال على هذه الدرجة<sup>٢٢</sup>.





١٠- فى المواقع الإلكترونية العراقية يلمس المتابع لها تفاوتاً واضحاً فى جانب التزاماتها الأخلاقية والمهنية ومراعاة حقوق القارىء والمتصفح لها، وكل ذلك ينعكس بلا شك على مصداقيتها والحيز الذى تشغله من اهتمام القراء بموادها المعروضة، وأن الموقع الإخبارى شبكة العراق الجديد قد حصد أعلى المؤشرات الإيجابية فى تحقيق المصداقية والثقة بالمتتبع الإلكتروني<sup>٣٣</sup>.

#### حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- تحديد الإطار المنهجي والإطار النظرى للدراسة.
- الاستفادة من نتائج تلك الدراسات فى صياغة الأهداف والتساؤلات ووضع أسئلة استمارة الاستقصاء.
- اختيار عينة الدراسة الميدانية.
- شكلت نتائج تلك الدراسات الأساس الذى اعتمدت عليه الدراسة مع محاولة البناء عليها بتقديم إضافة علمية تتمثل فى تحديد العوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامى المتعلق بالأخبار المزيفة.

#### مشكلة البحث:

من خلال ملاحظة الباحثة واطلاعها على الدراسات السابقة، اتضح توجه الدراسات العربية المعنية بالعوامل المؤثرة على تشكيل المحتوى، فى معظم اهتمامها نحو العوامل السياسية والاقتصادية والضغط الأمنية والإدارية المتصلة بالبيئة الخارجية المحيطة بالنظام الصحفى، مع وجود ندرة فى الدراسات الإعلامية التى تتناول العوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامى المتعلق بالأخبار التى تنشر داخل البوابات الإخبارية الإلكترونية، مما يستوجب دراسة وتحليل العوامل الاجتماعية المؤثرة على قرار



الصحفي المتعلق بالتعامل مع الأخبار سواء في مرحلة جمع المعلومات أو التحري والتدقيق أو الصياغة والتشكيل أو النشر، وتوصيف وتحليل متغيري تقدير الذات والمسافة الاجتماعية على أساليب تعامل الصحفيين مع الأخبار المزيفة في إطار نموذج تأثرية الآخرين، والكشف عن آليات التحقيق والتحري والتدقيق التي تستخدمها البوابات الإخبارية، لذا تتبلور مشكلة البحث في دراسة العوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامي المتعلق بالأخبار الزائفة، دراسة على القائم بالاتصال.

### الإطار النظري للدراسة:

تعتمد الدراسة في شكلها الحالي على نموذج نظرية تأثرية الآخرين :

تعود جذور نظرية تأثرية الآخرين إلى عالم الاجتماع الألماني فيليبس دافيسون الذي لفت انتباهه مجموعة من الملاحظات والتجارب دفعته إلى وضع نظريته<sup>٢٤</sup> التي تطورت من مجرد ملاحظة قد تبدو، للبعض خادعة Intriguing إلى مجال خصب للدراسات الإعلامية Fertile Line of Communication Researchs<sup>٢٥</sup>.

وينظر بعض الباحثين إلى هذه النظرية باعتبارها "منظورا مبتكرا وجديدا في دراسة الرأي العام"<sup>٢٦</sup>. كما يشير البعض إلى كون فروضها "جذابة جدا"<sup>٢٧</sup> وإلى كونها "مدخلا رئيسا لقياس تأثيرات وسائل الإعلام"<sup>٢٨</sup>.

وينص الفرض الأول لهذه النظرية على أن "الأفراد يميلون إلى المبالغة في تقييم تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوك الأفراد الآخرين"<sup>٢٩</sup> بحيث "يعتقدون أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون على (الشخص الأول)، وإنما عليهم (الأشخاص الآخرين). أما الفرض الأساس الثاني فيشير إلى أن الأفراد، نتيجة لهذا الموقف الإدراكي، سوف يتخذون موقفاً ويقومون بفعل من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام.



وتتشابه هذه النظرية، فى منظورها العام، مع بعض النظريات والمداخل والمقاربات الأخرى مثل نظرية تمثيل المعلومات، ونظرية تكوين المعنى Sense Making Theory ومدخل الاستخدامات والإشباع من حيث تأكدها أن ما يدركه الفرد من وسائل الإعلام قد يكون أكثر أهمية من المضمون الذى يتم تقديمه فى هذه الوسائل.

فى الوقت نفسه تختلف هذه النظرية بشدة وتتباين منطلقاتها مع منطلقين معاصرين فى دراسة الرأى العام وهما:-

- نظرية الرؤية المنعكسة<sup>1</sup> The Looking Glass Self -View

- نظرية الاتفاق (الإجماع) الزائف False Consensus Theory

وهذان المنظوران يشيران إلى أن الأفراد يبالغون فى تقدير حجم ونسبة الآخرين الذين يتفقون معهم فى وجهة نظرهم حول القضايا الاجتماعية والسياسية، كما يشيران إلى أن الأفراد يمتصون وجهات نظر الآخرين السياسية والاجتماعية وينسبونها لأنفسهم. أما نظرية "تأثيرية الآخرين" فهى مثال ونموذج للتناقض فى إصدار الأحكام Judgmental Contrast، فبدلاً من افتراض أن الآخرين سيستقبلون الرسالة الإعلامية ويتأثرون بها بالطريقة التى يستقبلها الفرد ويتأثر بها فإنها تفترض العكس: الآخرون سيتأثرون بشدة بما يقال لهم ولكنى "أى الشخص المتحدث" لن أتأثر بهذه الدرجة"<sup>3</sup>.

### فروض نظرية تأثير الشخص الثالث:

وتقوم نظرية تأثير الشخص الثالث على افتراضين أساسيين هما:

\* الفرض الإدراكي Perceptual hypothesis: ويرى أن الأفراد يميلون إلى تعظيم

قدر التأثيرات التى تحدثها وسائل الإعلام فى مواقف وسلوكيات الآخرين بحيث

<sup>1</sup> المقصود بها الرؤية القائمة على انعكاس الآخرين فى مرآة الذات، بحيث يظهرون كأنهم يتفقون مع الفرد فى آرائه وتوجهاته.



ينسب الأفراد تأثيراً أعظم لوسائل الإعلام علي الآخرين مقارنة بتأثيرها علي أنفسهم.<sup>٣١</sup>

وقد أكد برلوف علي أن خمس عشرة دراسة علي الأقل من ست عشرة من الدراسات التي أجريت علي نظرية تأثير الشخص الثالث قد دعمت الفرض الإدراكي وأن غالبية هذه الدراسات قد أجريت علي تصورات الأفراد للتأثيرات الضارة للمحتوي الإعلامي مثل المواد الإباحية والعنف في وسائل الإعلام والتي تعتبر مضامين غير مرغوبة اجتماعياً.<sup>٣٢</sup>

\*الفرض السلوكي Behavioral hypothesis: ويرى أن التفكير في الآخرين علي أنهم أكثر تأثيراً بالرسائل الإعلامية وأنهم يتأثرون بدرجة أكبر من الذات سوف يؤثر علي سلوك هؤلاء الذين يتوقعون حدوث رد فعل من قبل الآخرين، ويتنبأ بأن التفكير في الآخرين علي أنهم أكثر عرضة للخطر يدعم الرأي القائل بفرض رقابة وقيود علي وسائل الإعلام.<sup>٣٣</sup>

وتستند الدراسة الحالية في بنائها علي نموذج تأثرية الآخرين حيث يسمح هذا النموذج بقياس مستوى تأثرية الآخرين من خلال فئات عريضة ضمت تحتها مجموعة من الفروض، جرى قياسها واختبارها إحصائياً- علي النحو التالي:

- الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وأنماط تعامل الأنا مع الأخبار الزائفة.
- اهتمام الآخرين بالتحري والتدقيق وتعامل الآخرين مع الأخبار الزائفة.
- الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا للعوامل المؤثرة علي التعامل مع الأخبار الزائفة.
- اهتمام الآخرين بالتحري والتدقيق وترتيب الآخرين للعوامل المؤثرة علي الأخبار الزائفة.



- المعرفة القانونية (لأننا والزملاء) وترتيب العوامل المؤثرة على نشر الأخبار الزائفة.

### المتغيرات الوسيطة المحددة لتأثيرية الآخرين:

- ترتيب الأسئلة فى الاستمارة:

يشير بعض الباحثين إلى أن طريقة إجابة المبحوثين عن الأسئلة المقدمة لهم فى الاستمارة وترتيب هذه الأسئلة وتسلسلها قد ينتج عنها مقارنة ظاهرية بين تأثيرية الذات والآخرين Self- Others Comparison وقد يؤدي هذا إلى وجود ما يمكن تسميته بالتحيز الخادم للذات Self- Serving Bias، وتشير هذه الظاهرة إلى أن الأفراد يميلون إلى تفسير تصرفاتهم بطريقة فيها إطراء للذات Self Flattering tendency.

نموذج هيراركية العوامل المؤثرة فى تشكيل المضمون:

قدم شميكر ورايس (Shoemaker & Reese)<sup>٣٤</sup> نموذجاً حول المتغيرات المؤثرة على تشكيل المحتوى الصحفى، الذى شمل خمس دوائر تأثير مقسمة على مستويين:

مستوى العوامل الداخلية:

١. الأفراد العاملين فى وسائل الإعلام (المستوى الفردى) من حيث السمات الاتصالية- الخلفيات العقائدية- الاتجاهات الشخصية- الأدوار المهنية.

٢. الممارسة المهنية اليومية فى وسائل الإعلام (المستوى الروتينى) وتشمل السياسة التحريرية وأساليب إدارة وتنظيم العمل، وقيم المؤسسة ونوع ملكيتها.

٣. المؤسسة الإعلامية (المستوى المؤسسى أو التنظيمى) وتشمل: السياسة التحريرية وأساليب إدارة وتنظيم العمل، وقيم المؤسسة ونوع ملكيتها.



## مستوى العوامل الخارجية ويشمل:

١. العوامل الخارجية كجماعات الضغط - المصادر - المعلنين - قوانين النشر - الجمهور - المنافسة.

٢. المستوى الأيديولوجي وهو المعنى بالقيم المجتمعية، والثقافة السائدة، والأطر الأيديولوجية الحاكمة للمجتمع.

وسيتم تكيف النموذج منهجياً تبعاً لمقتضيات الدراسة حيث أوضح هذا النموذج أن العملية الإعلامية تتكون من ثلاثة أجزاء، هي: جمع الأخبار والتحري والتدقيق قبل نشر أى محتوى، ومدى ضلوع بعض وسائل الإعلام فى نشر الأخبار الزائفة، وآليات التحري والتدقيق التى يقوم بها القائم بالاتصال فى صحة الأخبار قبل النشر، والوسائل الإعلامية التى لا تحظى بالمصداقية لدى القائم بالاتصال فى البوابات الإخبارية الالكترونية، والعوامل المؤثرة على القرار الصحفى بنشر الأخبار الزائفة، ومدى الاهتمام الشخصى والزملاء فى البوابات المنافسة بالتحري والتدقيق قبل نشر الأخبار المزيفة، والقوى الفاعلة والمصادر الأكثر قدرة على تمرير الأخبار المزيفة عبر البوابات الإخبارية.

وحول أهمية دور القائم بالاتصال من حيث كونه معياراً أساسياً فى اختيار ونشر المحتوى الإعلامى، وتقرير ملامح المادة المنتجة، أشار لوين إلى مجموعة العوامل السيكولوجية المؤثرة على اتخاذ القائم بالاتصال لقراراته، وصنفها إلى عاملين: بنية معرفية (Cognitive Structure)، ودوافع شخصية (Motivation)<sup>٣٥</sup>.

وأشار بريد (Breed) فى دراسته عن السيطرة الاجتماعية فى غرف الأخبار باستخدام التحليل الوظيفى للخصائص الاجتماعية والمهنية للقائم بالاتصال إلى التأثير الفعال للقائم بالاتصال وخصائصه وسماته واتجاهاته فى تحديد المضمون الإعلامى<sup>٣٦</sup>.



إن معايير انتقاء المضامين ونشرها فى وسائل الإعلام ترتبط بما يطرحه المجتمع من قضايا، كما أن عملية انتقاء الأخبار ونشرها لا تخضع للأهواء أو الاختيارات العشوائية بل إنها لتتسق إلى حد كبير مع ما يطرحه البناء الاجتماعى من قضايا، غير أن السلطة السياسية قد تحظر النشر فى بعض القضايا التى ترى أن نشرها قد يمس استقرار المجتمع<sup>٣٧</sup>.

الواقع أن نموذج شوميكور ورايس لتحليل العوامل المؤثرة على تشكيل المضمون من شأنه أن يساعد على تفكيك العلاقات بين المهنيين على المستوى الفردى وممارساتهم الروتينية والعوامل التنظيمية داخل مؤسساتهم الإعلامية والمؤسسات المحيطة بهم، والنظم الاجتماعية التى تعمل داخل المؤسسة الصحفية، وهذه المساحات الإعلامية الناشئة التى أفرزتها تكنولوجيا النشر الرقمية حتى لو لم تكن محددة وسهلة القياس، إلا أنها توجه الباحثين إلى آفاق جديدة تتكون داخلها الرسائل الإعلامية، وما زالت بحاجة إلى إطار منهجى لفهم كيفية تفاعل العوامل المؤثرة على تشكيل الرسالة فى هذه المساحات الإعلامية الجديدة، وعليه تبحث الدراسة الحالية العوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامى المتعلق بالأخبار الزائفة، دراسة على القائم بالاتصال.

**يحكم عمل القائم بالاتصال عدة معايير تتأثر بعدة عوامل أهمها:**

- ١- العوامل الشخصية: والتى تتعلق بالإطار المعرفى والمهنى والثقافى للقائم بالاتصال، وكذلك الإمكانيات المهنية والفنية لدى المحرر الصحفى.
- ٢- العوامل التنظيمية: حيث تؤدى العوامل التنظيمية والقيود المؤسسية والتى تختلف سماتها من مؤسسة إلى أخرى- دوراً فى تشكيل اتجاهات الصحفيين نحو الأحداث ومجرياتها، ومن ثم تؤثر فى المضمون، ويرتبط بالجانب التنظيمى قدرة المواقع الإخبارية على تغطية الأحداث وتوزيع المحررين بحسب الأهمية التى يقررها المسئول من رئيس القسم أو مدير التحرير.



٣- العوامل المؤسسية: حيث تؤدي السلطات السياسية، ومصادر الأخبار، ومؤسسات المجتمع المدني والهيئات، وجماعات الضغط دوراً في توجيه القائم بالاتصال، لتشكيل المضمون الإعلامي والقرارات التي يتخذها بشأن هذا المضمون.

٤- العوامل الأيدلوجية والثقافية والاجتماعية: وهي من القوى الأساسية المؤثرة على القائم بالاتصال، وتوجيه قراراته فيما ينشر أو لا ينشر، حيث تسهم طبيعة الثقافة السائدة في المجتمع والاهتمامات والمصالح الاجتماعية في التأثير على وسائل الإعلام إنتاجاً وتأثيراً.

٥- سياسة المؤسسة الإعلامية: حيث تؤثر توجهات المؤسسة الإعلامية، ومواقفها نحو القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية دون غيرها من ثوابت الموقف الرسمي الذي تتبناه المؤسسة الإعلامية، أو تعكسه على المحتوى الإعلامي، والمنتج الإخباري للقائم بالاتصال (الفرد أو المؤسسة)<sup>٣٨</sup>.

٦- مصادر الأخبار: التي تؤثر بشكل في نوعية المحتوى الإعلامي، والمنتج الإخباري، حيث يعتمد مصدر الخبر إلى إخفاء معلومات قد تكون مهمة للجمهور، كما يعتمد إلى إبراز ما يخدم أهدافه ورسائله للمجتمع، ومن ثم تحقيق مصالح على حساب المصلحة العامة، وقد يأتي دور القائم بالاتصال في استكمال المعلومات التي تعتمد المصدر إخفائها، وترتيب أولويات المادة الإخبارية بطريقة مهنية تخدم الرسالة.

يعطى الصحفيون أولوية في النشر للمواد التي تعتمد على مصادر رسمية، ولكن لا يزال الصحفي هو صاحب القرار في نهاية المطاف، وقد اظهرت الأبحاث منهجين مختلفين في التفكير في مجال اختيار الأخبار الجديرة بالنشر، الأول منه يعلى من قيمة الأخبار التي يريد الجمهور أن يقرأها والآخر يؤيد نشر الأخبار التي يجب أن يقرأها الجمهور، وكلا الاتجاهين موجود بالعمل الصحفي<sup>٣٩</sup>.





## أهداف الدراسة:

- توصيف وتحليل مدركات الصحفيين لمفهوم الأخبار المزيفة.
  - توصيف وتحليل العوامل المؤثرة على قرار الصحفى المتعلق بالتعامل مع الأخبار المزيفة سواء فى مرحلة جمع المعلومات أو التحري والتدقيق أو الصياغة والتشكيل أو النشر.
  - توصيف وتحليل متغيرى تقدير الذات والمسافة الإجتماعية على أساليب تعامل الصحفيين مع الأخبار المزيفة فى إطار نموذج تأثرية الآخرين.
  - الكشف عن آليات التحقيق والتحري والتدقيق التى تستخدمها البوابات الإخبارية.
  - الكشف عن القوى الفاعلة والمصادر الأكثر قدرة على تمرير الأخبار المزيفة عبر البوابات الإخبارية.
  - تحليل أنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (التعامل الذاتى، التعامل المؤسسى، تعامل المنافسين).
- تساؤلات الدراسة:

- ما مدركات الصحفيين لمفهوم الأخبار المزيفة؟
- ما هى أساليب تعامل الصحفيين مع الأخبار المزيفة فى إطار نموذج تأثرية الآخرين؟
- ما آليات التحقيق والتحري والتدقيق التى تستخدمها البوابات الإخبارية؟
- ما العوامل المؤثرة على القرار الصحفى المتعلق بالتعامل مع الأخبار المزيفة سواء فى مرحلة جمع المعلومات أو التحري والتدقيق أو الصياغة والتشكيل أو النشر؟
- ما أنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (التعامل الذاتى، التعامل المؤسسى، تعامل المنافسين)؟

- ما القوى الفاعلة والمصادر الأكثر قدرة على تمرير الأخبار المزيفة عبر البوابات الإخبارية.

### فروض الدراسة:

١. توجد علاقة دالة إحصائياً بين الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق في الأخبار التي يقدمها للبوابة الإخبارية وأنماط تعامل الأنا مع الأخبار الزائفة.
٢. توجد علاقة دالة إحصائياً بين اهتمام الآخرين بالتحري والتدقيق وتعامل الآخرين (الزملاء في البوابات المنافسة) مع الأخبار الزائفة.
٣. توجد علاقة دالة إحصائياً بين الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا للعوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.
٤. توجد علاقة دالة إحصائياً بين اهتمام الآخرين بالتحري والتدقيق في صحة الأخبار قبل النشر وترتيب الآخرين للعوامل المؤثرة على القرار الصحفى بنشر الأخبار الزائفة.
٥. توجد علاقة دالة إحصائياً بين نمط ملكية البوابات الإخبارية الإلكترونية، وأنماط التعامل مع الأخبار الزائفة (التعامل الذاتى، تعامل الأصدقاء، الزملاء فى البوابات المنافسة).
٦. توجد علاقة دالة إحصائياً بين مدى المعرفة القانونية لدى القائم بالاتصال، ولدى الزملاء، والمنافسين، وأنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (التعامل الذاتى، التعامل المؤسسي، تعامل المنافسين).
٧. توجد علاقة دالة إحصائياً بين نمط ملكية الموقع وترتيب العوامل المؤثرة على القرار الصحفى بنشر الأخبار الزائفة.



٨. توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الأكثر تأثيراً في اتخاذ قرار نشر الأخبار المزيفة وأنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (التعامل الذاتي والتعامل المؤسسي، تعامل المنافسين).

٩. توجد علاقة دالة إحصائياً بين القائمين بالاتصال في أنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (التعامل الذاتي، التعامل المؤسسي، تعامل المنافسين) بحسب المتغيرات المهنية الخاصة (التخصص الدراسي، عضوية النقابة).

## الإطار المنهجي للدراسة:

أولاً: نوع الدراسة:

تتنمى هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث والأوضاع. وتقوم هذه الدراسة بتوصيف وتحليل العوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامي المتعلق بالأخبار الزائفة دراسة على القائم بالاتصال.

ثانياً: المنهج المستخدم:

تعتمد الدراسة على منهج المسح باعتباره جهداً علمياً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات عن الظاهرة التي يتم بحثها، باتباع أسلوب المسح بالعينة لمجموعة من القائمين بالاتصال في البوابات الإخبارية الإلكترونية.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات:

الاستبيان:

وهو أحد أدوات جمع البيانات من خلال تصميم استمارة استقصاء الهدف الأساسي منها الحصول على معلومات علمية مقننة من المبحوثين في إطار الموضوع الأساسي



للدراسة، وقد قامت الباحثة بتصميم استمارة استقصاء تتضمن ٢٧ سؤالاً تترجم الأهداف الرئيسية للدراسة.

**الإطار الإجرائي للدراسة:**

### **عينة الدراسة:**

اعتمدت الباحثة على أسلوب العينة المتاحة أو الملائمة، ويقوم هذا الأسلوب على اختيار القائم بالاتصال الذي يمكن الوصول إليه، بحيث تمثل عينة الدراسة، وتم إجراء الدراسة على ١٤٠ مفردة ممن يعملون في البوابات الإخبارية الإلكترونية الآتية (فيتو- المصري اليوم- البوابة نيوز- اليوم السابع- الأهرام- مصراوي- الوطن).

**مبررات اختيار العينة:**

استعانت الباحثة بالعينة العمدية المتاحة بحسبانها أسلوباً لجمع بيانات هذه الدراسة، وبلغ عدد القائمين بالاتصال الذين نجحت الباحثة في الوصول إليهم ١٤٠ عينة مقسمة إلى ٢٠ من كل بوابة الكترونية إخبارية، وفيما يتعلق بطبيعة عملهم داخل عينة الدراسة، شملت الدراسة الميدانية ١٠٢ محرراً صحفياً، و٨ رؤساء أقسام، و٦ من مديري التحرير، و٣ نواب رئيس قسم، و٤ من مسئولي الملفات، و٣ رؤساء تحرير تنفيذيين، و٣ مخرجين صحفيين، و١٠ مديري شفتات، و١ نائب مدير تحرير.

**إجراءات الصدق للدراسة:**

يقصد بالصدق اتفاق المحكمين على أن أداة القياس صالحة لتحقيق أهداف الدراسة، ويطلق عليه الصدق الظاهري، ومن ثم قامت الباحثة بالتحقق من صدق استمارة الاستبيان بتحكميها من عدد من الأساتذة المتخصصين في الإعلام، وأجريت



بعض التغييرات اللازمة على الاستثمار بناء على توجيهاتهم لوضع استثمار الاستبيان فى صورتها النهائية.

وقد تم تطبيق الاستثمار ميدانيا بأسلوب المقابلة الشخصية، وتم تفرغ البيانات باستخدام برنامج SPSS، والاعتماد على حساب التكرارات واستخراج الجداول البسيطة والمركبة، واستخدام المتوسط الحسابى والوزن المرجح، بالإضافة إلى المعاملات الإحصائية كأ، ومعامل التوافق ومعامل ارتباط بيرسون، وذلك للتوصل إلى نتائج الدراسة العامة والتفصيلية واختبار الفروض الإحصائية.

**نتائج للدراسة:** قامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال قوامها ٤٠ مفردة فى البوابات الإخبارية الإلكترونية (فيتو - المصرى اليوم - البوابة نيوز - اليوم السابع - الأهرام - مصر اوى - الوطن)، مستخدمة صحيفة الاستقصاء فى جمع البيانات. واستعانت الباحثة بالعينة العمدية المتاحة بحسبانها أسلوبا لجمع بيانات هذه الدراسة، سوف تعرض الباحثة نتائج الدراسة فى محورين كالتالى:

#### - المحور الأول : النتائج العامة للدراسة

##### (١) مفاهيم القائمين بالاتصال بشأن الأخبار المزيفة:

جدول رقم (١) يوضح مفاهيم القائمين بالاتصال بشأن الأخبار المزيفة (ن=١٤٠)

المفاهيم	ك	%
بيانات مصطنعة وشائعات كاذبة	٩٩	٧٠.٧%
أخبار مصطنعة لزيادة الدخول على المواقع الإلكترونية	٧٩	٥٦.٤%
بيانات كاذبة تكدر السلم العام	٦٧	٤٧.٩%
بيانات كاذبة تثير الفرع بين الناس	٦٢	٤٤.٣%
بيانات كاذبة تضر بالمصلحة القومية	٦١	٤٣.٦%



المفاهيم	ك	%
أخبار مصطنعة لتشويه صورة الخصوم	٦٠	٤٢.٩%
بيانات كاذبة تثير الشك والبلبلة	٥٩	٤٢.١%
أخبار مصطنعة كبالون اختبار للرأى العام	٥٨	٤١.٤%
أخبار مصطنعة لتحويل الاهتمام لقضايا أخرى	٥٦	٤٠%
أخبار مصطنعة لتحسين الصورة الذهنية	٤١	٢٩.٣%
أخبار مصطنعة لامتناس الغضب	٣٦	٢٥.٧%

أشارت نتائج الدراسة إلى أن أكثر المفاهيم الشائعة لدى القائم بالاتصال عن الأخبار الزائفة جاءت بيانات مصطنعة وشائعات كاذبة في الترتيب الأول بنسبة (٧٠.٧%)، تلاها في الترتيب الثانى أنها أخبار مصطنعة لزيادة الدخول على المواقع الإلكترونية بنسبة (٥٦.٤%)، ثم جاء في الترتيب الثالث بيانات كاذبة تكدر السلم العام بنسبة (٤٧.٩%)، بنسبة مقاربة بين بيانات كاذبة تثير الفرع بين الناس بنسبة (٤٤.٣%)، وبيانات كاذبة تضر بالمصلحة القومية بنسبة (٤٣.٦%)، تلاها أخبار مصطنعة لتشويه صورة الخصم بنسبة (٤٢.٩%)، مقاربة مع أنها بيانات كاذبة تثير الشك والبلبلة بنسبة (٤٢.١%)، ثم إنها أخبار مصطنعة كبالون اختبار للرأى العام بنسبة (٤١.٤%)، تلاها أخبار مصطنعة لتحويل الاهتمام لقضايا أخرى بنسبة (٤٠%)، ثم أخبار مصطنعة لتحسين الصورة الذهنية بنسبة (٢٩.٣%)، وأخيراً جاء مفهوم الأخبار المزيفة من حيث كونها أخباراً مصطنعة لامتناس الغضب بنسبة (٢٥.٧%).



## ٢) ترتيب القائمين بالاتصال لوسائل الإعلام حسب درجة ضلوعها فى نشر الأخبار المزيفة:

جدول رقم (٢) يوضح ترتيب القائمين بالاتصال لوسائل الإعلام حسب درجة ضلوعها فى نشر الأخبار المزيفة

الترتيب	الوزن المرجح	الرابع فأكثر		الثالث		الثانى		الأول		الترتيب الوسائل
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١	%٢١.٧	%١٠	١٤	%٧.٩	١١	%٥	٧	%٧٢.١	١٠١	شبكات التواصل الاجتماعى
٢	%١٢.٣	%٣٠	٤٢	%١٠	١٤	%٤٠	٥٦	%٤.٣	٦	النوابيات الإخبارية الإلكترونية
٣	%٧.٩	%٤٩.٣	٦٩	%١٥.٧	٢٢	%١٠	١٤	%٢.١	٣	الفضائيات الأجنبية
٤	%٦.٩	%٦٠.٧	٨٥	%٧.١	١٠	%٥	٧	%٣.٦	٥	الصحف الخاصة
٥	%٦.٦	%٤٧.١	٦٦	%١١.٤	١٦	%٧.١	١٠	%٢.١	٣	الفضائيات العربية
٦	%٦.٢	%٤٥	٦٣	%٧.١	١٠	%٥.٧	٨	%٤.٣	٦	الصحف القومية
٧	%٦	%٤٥	٦٣	%١٠	١٤	%٥	٧	%٢.٩	٤	الفضائيات المصرية
٨	%٥.٩	%٦٢.١	٨٧	%٢.٩	٤	%٤.٣	٦	%٢.١	٣	الصحف الأجنبية
٩	%٥.٥	%٥٧.٩	٨١	%٤.٣	٦	%٣.٦	٥	%١.٤	٢	الصحف الحزبية
١٠	%٥.٥	%٤٩.٣	٦٩	%٥.٧	٨	%٢.٩	٤	%٣.٦	٥	تلفزيون الدولة
١١	%٤.٣	%٥٥	٧٧	%٢.١	٣	%٢.١	٣	-	-	الإذاعات الأجنبية
١٢	%٤.٢	%٥٨.٦	٨٢	%٢.٩	٤	-	-	-	-	الصحف العربية
١٣	%٣.٦	%٥٣.٦	٧٥	%٠.٧	١	-	-	-	-	الإذاعات العربية
١٤	%٣.٣	%٤٧.١	٦٦	%٠.٧	١	%٠.٧	١	-	-	الإذاعات الرسمية المحلية



تشير بيانات الجدول رقم (٢) إلى إجماع القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية على أن شبكات التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى فيما يتعلق بدرجة ضلوعها في نشر الأخبار المزيفة، حيث أكد بعض محرري البوابات أنهم يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي بوصفها مصدرا من مصادر معلوماتهم الخاصة والصور والفيديوهات بالرغم من عودتهم الدائمة إلى التأكد من صحة ومصداقية هذه المعلومات بطرق عدة، بدافع التعرف على وجهات النظر المختلفة والبحث عن معلومات جديدة والحصول على الأخبار الفورية، تلتها في المرتبة الثانية البوابات الإخبارية الإلكترونية، وفي المرتبة الثالثة الفضائيات الأجنبية، تلتها الصحف الخاصة في المرتبة الرابعة، ثم في المرتبة الخامسة الفضائيات العربية، والصحف القومية في المرتبة السادسة، وقد جاءت الفضائيات المصرية في المرتبة السابعة، وفي المرتبة الثامنة الصحف الأجنبية، ثم جاءت في المرتبة التاسعة الصحف الحزبية، تلاها في المرتبة العاشرة تليفزيون الدولة، وأما الإذاعات الأجنبية فقد جاءت في المرتبة الحادية عشرة، في المرتبة الثانية عشر الصحف العربية، وأخيراً الإذاعات العربية في المرتبة الثالثة عشرة، والإذاعات الرسمية المحلية في المرتبة الرابعة عشرة.

### ٣) الوسائل الإعلامية التي لا تحظى بمصداقية لدى القائمين بالاتصال

جدول رقم (٣) يوضح الوسائل الإعلامية التي لا تحظى بمصداقية لدى القائمين بالاتصال (ن=١٤٠)

الوسائل	ك	%
القنوات الإخبارية (الشرق، ومكملين، الوطن)	٧٤	52.9%
قنوات الجزيرة	٤٦	32.9%
مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)	٣٧	26.4%
الصحف الخاصة المصرية (اليوم السابع، والموجز، والنبأ، فيتو)	٢٩	20.7%
الصحف الأجنبية (سى إن إن)	٢٥	17.9%
الصحف القومية المصرية	١٩	13.6%
المواقع الإلكترونية الإخبارية	١٩	13.6%





الوسائل	ك	%
وكالات الأنباء الأجنبية (رويترز)	١٤	10%
المواقع الإلكترونية مجهولة الهوية	١٣	9.3%
القنوات الموجهة بالعربية (بى بى سى)	١٢	8.6%
القنوات التركية	٨	5.7%
المحطات الإذاعية المصرية	٧	5%
القنوات الرسمية المصرية	٦	4.3%
الصحف القطرية	٥	3.6%

فيما يتعلق بالوسائل الإعلامية التى لا تحظى بالمصداقية لدى القائمين بالاتصال فى المواقع الإلكترونية، تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أكثر تلك الوسائل التى لا تحظى بالمصداقية هى القنوات التلفزيونية (الشرق، مكمين، الوطن) والتى أطلق عليها القائمون بالاتصال أنها إخوانية بالدرجة الأولى والتى جاءت فى المرتبة الأولى بنسبة (٥٢.٩%)، بينما جاءت فى المرتبة الثانية قناة الجزيرة بنسبة (٣٢.٩%)، وجاءت مواقع التواصل الاجتماعى (فيسبوك) بنسبة (٢٦.٤%) لتحتل المرتبة الثالثة، وأما الصحف الخاصة المصرية (اليوم السابع، الموجز، النبأ، فيتو) فقد جاءت فى المرتبة الرابعة بنسبة (٢٠.٧%)، ثم الصحف الأجنبية بنسبة (١٧.٩%) فى المرتبة الخامسة، وقد جاءت الصحف القومية المصرية بنسبة (١٣.٦%)، بينما تراجعت المواقع الإلكترونية الإخوانية للمرتبة السابعة من الوسائل الإعلامية التى لا تحظى بالمصداقية لدى القائمين بالاتصال وذلك بنسبة (١٣.٦%)، فى حين جاءت القنوات التركية فى المرتبة الثامنة بنسبة (١٠.٧%)، جاءت وكالة الأنباء رويترز فى المرتبة التاسعة بنسبة (١٠%)، كما جاءت المواقع الإلكترونية مجهولة الهوية فى المرتبة العاشرة بنسبة (٩.٣%)، فى المرتبة الحادية عشر جاءت القنوات الموجهة بالعربية (بى بى

سى) بنسبة (٨.٦%)، وجاءت القنوات الرسمية المصرية في المرتبة الثانية عشرة بنسبة (٤.٣%)، بينما تراجعت الصحف القطرية في المرتبة الأخيرة بنسبة (٣.٦%). وقد لاحظت الباحثة أن القائم بالاتصال في المواقع الالكترونية اختار وسائل الإعلام التي لا تحظى بالمصداقية بطريقة عمدية.

٤) مدى اهتمام البوابة الإخبارية التي يعمل بها القائمون بالاتصال بالتحري والتدقيق في صحة الأخبار قبل النشر:

جدول رقم (٤) يوضح مدى اهتمام البوابة الإخبارية التي يعمل بها بالتحري والتدقيق في صحة الأخبار قبل النشر

مدى الاهتمام	ك	%
تهتم دائما	١٢٢	٨٧.٢%
تهتم أحيانا	١٧	١٢.١%
لا تهتم إطلاقا	١	٠.٧%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك إجماعاً لدى القائمين بالاتصال على أن البوابات الإخبارية التي يعملون بها تتحرى الدقة والتدقيق في صحة الأخبار قبل نشرها بنسبة (٨٧.٢%) وذلك للعمل بمصداقية وحفاظاً على أخلاقيات العمل الصحفي، تلاها أن البوابات الإلكترونية تتحرى الدقة أحياناً بنسبة (١٢.١%)، بينما جاءت نسبة عدم اهتمامها إطلاقاً بالتحري والتدقيق من صحة الأخبار قبل نشرها نسبة ضعيفة جدا (٠.٧%).



(١) آليات التحرى والتدقيق التى تستخدمها البوابة الإخبارية التى تعمل بها  
جدول رقم (٥) يوضح آليات التحرى والتدقيق التى تستخدمها البوابة الإخبارية التى  
تعمل بها (ن=١٣٩)

الآليات	ك	%
تمر المادة الإخبارية بمراحل متعددة للمراجعة بدءاً بالديسك المركزى وانتهاء برئيس التحرير	١٠٢	٧٣.٤%
الاتصال بمصادر رسمية	١٠٠	٧١.٩%
الاهتمام بتعدد المصادر داخل الخبر الواحد	٧٩	٥٦.٨%
الرجوع إلى قواعد البيانات	٥٠	٣٦%
الاتصال بمصادر محايدة مستقلة	٤٩	٣٥.٣%
الرجوع إلى قسم المعلومات	٣٣	٢٣.٧%
تكتفى بمراجعة رئيس القسم	١٦	١١.٥%

يتضح من بيانات الجدول السابق أن غالبية القائمين بالاتصال فى المواقع الإلكترونية يراعون أن تمر المادة الإخبارية بمراحل متعددة للمراجعة بدءاً بالديسك المركزى وانتهاء برئيس التحرير وذلك بنسبة (٧٣.٤%)، جاء الاتصال بالمصادر الرسمية فى المرتبة الثانية بنسبة (٧١.٩%) من ضمن إجراءات القائمين بالاتصال بعملية التدقيق والتحري للمادة الإخبارية قبل نشرها، بينما جاء الاهتمام بتعدد المصادر داخل الخبر الواحد للتأكد من صحة الأخبار قبل نشرها بنسبة (٥٦.٨%)، تلاها الرجوع إلى قواعد البيانات بنسبة (٣٦%)، ثم الاتصال بمصادر محايدة مستقلة بنسبة (٣٥.٣%)، بينما جاء الرجوع إلى قسم المعلومات بنسبة (٢٣.٧%)، جاءت خطوة الاكتفاء بمراجعة رئيس القسم بنسبة ضعيفة (١١.٥%).



## ٢) أسباب عدم اهتمام البوابة الإخبارية التي تعمل بها بالتحري والتدقيق:

جدول رقم (٦) يوضح أسباب عدم اهتمام البوابة الإخبارية التي تعمل بها بالتحري والتدقيق (ن=١)

الأسباب	ك	%
لحرصها على السبق الصحفى	١	١٠٠%

تشير بيانات الجدول رقم (٦) أن تكرار واحد فقط بنسبة (١٠٠%) أكد أن البوابة الإلكترونية التي يعمل بها لا تهتم بالتحري والتدقيق للمادة الإخبارية قبل نشرها وهذه نسبة من وجهه نظر الباحثة، تؤكد أن البوابات الإلكترونية محل الدراسة وهي (المصري اليوم، الأهرام، البوابة نيوز، اليوم السابع، الوطن، فيتو، مصر اوى) تتحرى الدقيق والتحرى بنسبة كبيرة جدا في مقابل عدم التحري بنسبة ضئيلة جداً.

## ٥) مدى الاهتمام الشخصي للقائم بالاتصال بالتحري والتدقيق فى الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي يعمل بها

جدول رقم (٧) يوضح مدى الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق فى الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل به

مدى الاهتمام	ك	%
تهتم دائماً	١٣٤	٩٥.٧%
تهتم أحيانا	٦	٤.٣%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%



جاءت نتائج الدراسة لتشير أن القائمين بالاتصال فى البوابات الإخبارية يهتمون شخصياً بالتحرى والتدقيق عن المادة الإخبارية قبل نشرها وذلك بصفة دائمة بنسبة (٩٥.٧%) وتعتبر نسبة مرتفعة جداً فى مقابل أحياناً بنسبة (٤.٣%).

### ٦) مدى اهتمام الأصدقاء الصحفيون بالتحرى والتدقيق الإخبارى

جدول رقم (٨) يوضح مدى اهتمام الأصدقاء الصحفيون بالتحرى والتدقيق الإخبارى

مدى الاهتمام	ك	%
يهتمون دائماً	١٠٢	٧٢.٩%
يهتمون أحياناً	٣٦	٢٥.٧%
لا يهتمون إطلاقاً	٢	١.٤%
الإجمالى	١٤٠	١٠٠%

كما تبين من الدراسة الميدانية أن القائمين بالاتصال فى البوابات الإخبارية يؤكدون أن أصدقائهم فى البوابات الأخرى يهتمون دائماً بالتحرى والتدقيق للمواد الإخبارية قبل نشرها بنسبة (٧٢.٩%)، وأحياناً بنسبة (٢٥.٧%)، لا يهتمون إطلاقاً بنسبة (١.٤%).

## ٧) مدى اهتمام الزملاء الصحفيون في البوابات الإخبارية المنافسة بالتحري والتدقيق الإخباري

جدول رقم (٩) يوضح مدى اهتمام الزملاء الصحفيون في البوابات الإخبارية المنافسة بالتحري والتدقيق الإخباري

مدى الاهتمام	ك	%
يهتمون دائماً	٣١	٢٢.١%
يهتمون أحياناً	١٠٦	٧٥.٨%
لا يهتمون إطلاقاً	٣	٢.١%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%

أوضحت نتائج الدراسة أن القائمين بالاتصال في البوابات الإلكترونية يرون أن زملائهم في البوابات المنافسة يهتمون أحياناً بالتحري والتدقيق للمواد الإخبارية قبل نشرها بنسبة (٧٥.٨%)، ودائماً بنسبة (٢٢.١%)، بينما لا يهتمون إطلاقاً بنسبة (٢.١%).

وهنا لاحظت الباحثة تحيز القائم بالاتصال لأصدقائه داخل البوابة التي يعمل بها أنهم يتحروا الدقة في الأخبار التي يقدموها للبوابة بنسبة مرتفعة، في مقابل نسبة ضعيفة لصالح القائم بالاتصال في البوابات المنافسة.



٨) التصرف حال تزويد أحد المصادر للقائمين بالاتصال بخبر كاذب لا تطمئن لصحة ما يتضمنه من بيانات: جدول رقم (١٠) التصرف حال تزويد أحد المصادر للقائمين بالاتصال بخبر كاذب لا تطمئن لصحة ما يتضمنه من بيانات

التصريف	ك	%
أرفض النشر	٦٣	٤٥%
استبعد البيانات الكاذبة فقط	٢٢	١٥.٧%
انشره مع تعليق مصادر معارضة	١٩	١٣.٦%
انشره مع تعليق مصادر محايدة	١٨	١٢.٩%
أتحقق من صحته من مصادر أخرى	١٦	١١.٤%
اترك لرؤسائي القرار	٢	١.٤%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%

فيما يتعلق بموقف المحرر الصحفى فى حاله تزويده بخبر كاذب من أحد المصادر لا يطمئن لصحة ما يتضمنه من بيانات، تشير بيانات الدراسة أن من يرفضون نشر هذا الخبر جاءوا فى المرتبة الأولى بنسبة (٤٥%)، بينما جاء من يستبعدون البيانات الكاذبة فقط من الخبر ثم ينشرونه بعد ذلك بنسبة (١٥.٧%)، وبنسبة (١٣.٦%) يقومون بنشر الخبر مع تعليق مصادر معارضة، تلاها بنسبة (١٢.٩%) أكدوا نشر الخبر الذى لا يطمأنون لصحته مع تعليق مصادر محايدة، جاءت خطوة اتحقق من صحة الخبر من مصادر أخرى بنسبة (١١.٤%)، وأخيراً جاءت خطوة اترك لرؤسائي القرار بخصوص نشر الخبر الذى لا يطمأنون لصحة ما يتضمنه من بيانات بنسبة (١.٤%).

## ٩) كيفية تعامل الأصدقاء الصحفيون مع الأخبار المزيفة:

جدول رقم (١١) يوضح كيفية تعامل الأصدقاء الصحفيون مع الأخبار المزيفة

كيفية التعامل	ك	%
يرفضون النشر	١٠٠	٧١.٤%
يتدخلون ببعض التعديلات	١٩	١٣.٦%
ينشرونها استجابة لضغوط سياسية	١٠	٧.١%
ينشرونها بدافع الإثارة الصحفية	٥	٣.٦%
التأكد من مصادر رسمية وتحري الدقة	٤	٢.٩%
ينشرونها استجابة لضغوط اقتصادية	٢	١.٤%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%

اتضح من بيانات الدراسة أن القائمين بالاتصال في البوابات الإلكترونية يرون أن أصدقائهم في البوابات الأخرى يرفضون نشر الأخبار الزائفة بنسبة (٧١.٤%)، وأنهم يتدخلون ببعض التعديلات على الأخبار الزائفة بنسبة (١٣.٦%)، بينما جاءت خطوة ينشرونها استجابة لضغوط سياسية بنسبة (٧.١%)، ويرى بعض القائمين بالاتصال أن زملائهم ينشرون الأخبار الزائفة بدافع الإثارة الصحفية بنسبة (٣.٦%)، بينما يرى آخرون أن زملاؤهم ينشرون الأخبار الزائفة بعد التأكد من المصادر الرسمية وتحري الدقة عن تلك الأخبار بنسبة (٢.٩%)، وجاءت أقل نسبة (١.٤%) ينشرونها استجابة لضغوط اقتصادية.





## (١٢) كيفية تعامل زملاء فى البوابات المنافسة مع الأخبار المزيفة:

جدول رقم (١٢) يوضح كيفية تعامل زملاء الصحفيون مع الأخبار المزيفة

كيفية التعامل	ك	%
يرفضون النشر	٣٥	٢٥%
يتدخلون ببعض التعديلات	٣٢	٢٢.٨%
يختلف بين البوابات بحسب مصداقيتها ومهنتها	٢٦	١٨.٦%
ينشرونها بدافع الإثارة الصحفية	٢٥	١٧.٩%
ينشرونها استجابة لضغوط سياسية	١٧	١٢.١%
ينشرونها استجابة لضغوط اقتصادية	٥	٣.٦%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%

أشارت نتائج الدراسة أن القائمين بالاتصال يرون أن زملائهم فى البوابات المنافسة يرفضون نشر الأخبار المزيفة بنسبة (٢٥%)، تلاها أن هؤلاء الزملاء يتدخلون ببعض التعديلات على الأخبار المزيفة بنسبة (٢٢.٨%)، بينما أكد بعض القائمين بالاتصال أن تعامل بعض الزملاء فى البوابات المنافسة مع الأخبار المزيفة يختلف بين البوابات بحسب مصداقيتها ومهنتها بنسبة (١٨.٦%)، جاءت بنسبة (١٧.٩%) أنهم ينشرونها بدافع الإثارة الصحفية، ينشرونها استجابة لضغوط سياسية بنسبة (١٢.١%)، بينما جاءت بنسبة ضئيلة ينشرونها استجابة لضغوط اقتصادية بنسبة (٣.٦%).

١٣) ترتيب القائمين بالاتصال للعوامل المؤثرة على القرار الصحفى بنشر الأخبار المزيفة:

جدول رقم (١٣) يوضح ترتيب القائمين بالاتصال للعوامل المؤثرة على القرار الصحفى بنشر الأخبار المزيفة (ن=١٤٠)

مصرى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام	البوابة الوسائل
%١٠.٣	%٨.٥	%١٠	%٩.٨	%٨.٤	%٧.٧	%٤.٢	الانتماء السياسي للصحفى
%٨.١	%٩.٧	%١٣.٣	%١٠.٤	%١٢.٢	%٨	%٧.٥	القيم المهنية
%٧.٨	%٨.٥	%١١.٢	%٨.٥	%١٦.١	%١١.٩	%٩.٦	السياسة التحريرية
%٧	%٥.٤	%٨	%٥.٩	%٩.١	%٥.٥	%٩.٣	المنافسة الصحفية
%٧	%١٠.٥	%٦.٨	%٥.٥	%٧.٧	%١٢.٥	%٧.٨	الأخلاق الذاتية للصحفى
%٥.١	%٨	%٦.٨	%٤.٦	%٥.٦	%٥.١	%٣.٩	ميثاق الشرف الصحفى
%٥.١	%٥.٤	%٣.٦	%٤.٦	%٣.١	%٣.٢	%٣.٩	تشريعات الإعلام
%٨.٤	%٥.٤	%٨	%٨.١	%٥.٩	%٩.٦	%٨.١	الضغوط السياسية
%٧	%٤.٣	%٦.٤	%٥.٩	%٣.٨	%٥.٨	%٦	الضغوط الاقتصادية والاجتماعية
%٣.٨	%٣.٧	%٢.٨	%٣.٩	%٣.٥	%٢.٩	%٣	الضغوط الثقافية
%٥.١	%٦.٣	%٤.٨	%٥.٥	%٤.٥	%٣.٩	%٤.٨	ضغوط المعنويين
%٤.٩	%٤.٨	%٣.٢	%٤.٩	%٣.٨	%٣.٩	%٤.٥	ضغوط المصادر
%٧.٣	%٥.٧	%٦.٨	%٩.١	%٤.٢	%٦.٨	%٦.٩	ضغوط الرؤساء
%٨.١	%٩.٧	%٤.٤	%٨.٥	%٥.٩	%٧.٧	%١٢.٩	الحرص على الإثارة الصحفية
%٤.٩	%٤.٣	%٣.٦	%٤.٩	%٥.٩	%٥.٥	%٤.٨	المصادقية لدى الجمهور

اتضح من الدراسة الميدانية أن القائمين بالاتصال فى المواقع الإلكترونية تحكمهم عدة عوامل تؤثر على قرارهم بنشر الأخبار المزيفة، ويختلف ذلك أيضاً تبعاً لكل موقع



على حدة، جاءت السياسة التحريرية بالترتيب الأول بوزن مرجح (%١٠.٤)، بنسبة (%١٦.١) لموقع المصري اليوم، (%١١.٩) لموقع البوابة، بنسبة (%١١.٢) لموقع اليوم السابع، (%٩.٦) لموقع الأهرام، وتساو موقعى الوطن وفتو بمراعاة السياسة التحريرية للموقع قبل نشر الخبر المزيف بنسبة (%٨.٥)، جاء موقع مصر اوى بنسبة (%٧.٨)، جاءت القيم المهنية بالترتيب الثانى بوزن مرجح (%٩.٧) من ترتيب القائم بالاتصال للعوامل المؤثرة على المحتوى الصحفى قبل اتخاذ قرار نشر أى خبر، وتبين ان القائم بالاتصال فى موقع اليوم السابع أكثر اهتماما بمراعاة القيم المهنية بنسبة (%١٣.٣) لموقع اليوم السابع، تلاه المصرى اليوم، الوطن، فتو، مصر اوى، والبوابة نيوز وأخيراً بنسبة (%٧.٥) موقع الأهرام.

كما جاء الحرص على الإثارة الصحفية، الأخلاق الذاتية للصحفى، الانتماء السياسى للصحفى بالترتيب الثالث من ضمن أهم العوامل التى يراعيها القائم بالاتصال فى المواقع الإلكترونية قبل القرار الصحفى بنشر الأخبار المزيفة بوزن مرجح (%٨.٤)، حيث جاء موقع البوابة بالترتيب الأول فى مراعاة الأخلاق الذاتية للصحفى عند أخذ القرار الصحفى بنشر الخبر المزيف، بينما جاء موقع الوطن أقلهم مراعاة لعامل الأخلاق الذاتية للصحفى، جاء عامل الحرص على الإثارة الصحفية بوزن مرجح (%٨.٤)، حيث جاء بالترتيب الأول مراعاة هذا العامل موقع الأهرام، وأقلهم موقع اليوم السابع، واختلف الانتماء السياسى للصحفى بين موقع وآخر، وقد احتل موقع مصر اوى أعلى نسبة (%١٠.٣)، تلاه بالترتيب الثانى موقع اليوم السابع بنسبة (%١٠)، ثم الوطن بالترتيب الثالث بنسبة (%٩.٨)، جاء موقع فتو بالترتيب الرابع بنسبة (%٨.٥)، بالترتيب الخامس جاء موقع المصري اليوم بنسبة (%٨.٤)، أما موقع البوابة فجاء بالترتيب السادس بنسبة (%٧.٧).



جاءت الضغوط السياسية بالترتيب الرابع بوزن مرجح (٧.٧%) حيث موقع البوابة أكثر المواقع مراعاة لهذا العامل، وموقع فيتو أقلهم اهتماما بالضغوط السياسية التي تقع على عاتق الموقع والمحرر الصحفي، بينما جاءت المنافسة الصحفية بالترتيب الخامس بوزن مرجح (٧.١%)، اعتبرته الأهرام من أهم وأكثر العوامل المؤثرة على اتخاذ القائم بالاتصال القرار الصحفي بنشر الأخبار المزيفة، بينما جاء موقع فيتو أقلهم اهتماما به.

أما ضغوط الرؤساء داخل الموقع فجاءت بالترتيب السادس، وذلك بوزن مرجح (٦.٧%)، واعتبره موقع الوطن من أهم العوامل بنسبة (٩.١%)، بينما جاءت المصري اليوم بأقل نسبة مراعاة لهذا العامل (٤.٢%)، بالترتيب السابع بوزن مرجح (٥.١%) بنسبة متساوية بين عاملى الضغوط السياسية والاقتصادية التي تقع على عاتق المحرر الصحفي عن القرار الصحفي بنشر الأخبار المزيفة، وميثاق الشرف الصحفي، حيث جاء موقع مصرأوى أكثرهم مراعاة للضغوط الاقتصادية والاجتماعية بنسبة (٧%)، بينما جاء موقع المصري اليوم أقل نسبة في مراعاة الضغوط الاقتصادية والاجتماعية بنسبة (٣.٨%)، كما جاء موقع فيتو أكثرهم مراعاة لميثاق الشرف الصحفي قبل نشر أى خبر مزيف بنسبة (٨%)، وجاء موقع الأهرام أقلهم مراعاة لهذا الميثاق بنسبة (٣.٩%).

جاءت ضغوط المعننيين بالترتيب الثامن بوزن مرجح (٥%)، بنسبة (٦.٣%) لموقع فيتو، نسبة (٣.٩%) لموقع البوابة، بينما جاء عامل مراعاة المصداقية لدى الجمهور بالترتيب التاسع بوزن مرجح (٤.٩%)، حيث جاء موقع المصري اليوم الأكثر اهتماما به بنسبة (٥.٩%) بينما جاء موقع اليوم السابع بأقل نسبة (٣.٦%)، جاءت ضغوط المصادر بالترتيب العاشر بوزن مرجح (٤.٤%) ويهتم موقعى الوطن ومصرأوى بمراعاة هذا العامل بنسبة (٤.٩%)، بينما جاء موقع اليوم السابع أقل



اهتماماً بمراعاة ضغوط المصادر على القرار الصحفى بنشر الأخبار المزيفة بنسبة (٣.٢%)، وأشارت أغلب الدراسات فى هذا المجال إلى إمكانية استغناء القائم بالاتصال عن جمهوره، وصعوبه استغنائاه عن مصادره، كما بينت قوة تأثير المصادر الصحفية على القائم بالاتصال، مؤكداً أن محاوله الصحفى الاستقلال عن مصادر الأخبار عملية شاقة للغاية<sup>٤١</sup>.

بالنسبة لتشريعات الإعلام فاعتبرها القائمون بالاتصال من أقل العوامل التى تؤخذ فى الاعتبار عند اتخاذ القرار بنشر الأخبار المزيفة بوزن مرجح (٤.٢%) وكذلك الضغوط الثقافية بوزن مرجح (٣.٤%).

يتضح من هذه البيانات أن غالبية القائمين بالاتصال فى البوابات الإخبارية يراعون السياسة التحريرية التى تتبعها البوابة والتى تتمثل فى التعليمات والتوجيهات التى تصدرها إدارة البوابة لكيفية التعامل مع المضمون الإخبارى، وقد جاءت المصرى اليوم بالترتيب الأول، وبالثانى البوابة نيوز، والثالث اليوم السابع، والرابع الأهرام، الخامس الوطن، والسادس فيتو، ثم أخيراً مصراوى اهتماماً بمراعاة السياسية التحريرية للبوابة.

فيما يتعلق بضغوط الرؤساء فقد جاءت فى المرتبة السادسة من العوامل المؤثرة على القرار الصحفى بنشر الأخبار الزائفة بالبوابات الإلكترونية، واحتل موقع الوطن أول المواقع اهتماماً بالضغوط والقرارات التى يتخذها الرؤساء داخل البوابة فى قرار نشر الأخبار الزائفة ثم موقع مصراوى، الأهرام، البوابة نيوز، اليوم السابع، وفيتو، وأخيراً المصرى اليوم. جاءت الضغوط الاقتصادية والاجتماعية فى المرتبة السابعة من العوامل الأكثر تأثيراً فى اتخاذ قرار نشر الأخبار الزائفة ومنها الرشوة والإعلانات والامتيازات الخاصة، وقد لاحظت الباحثة ان أهم عامل من المفترض أن يكون من أولويات العوامل الأكثر تأثيراً فى اتخاذ قرار نشر الأخبار المزيفة (المصدقية لدى الجمهور) والذى جاء



بالترتيب التاسع، حيث يؤثر الجمهور على القائم بالاتصال مثلما يؤثر على القائم بالاتصال على الجمهور، فالجمهور له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى الإخباري، ولذا يجب على القائم بالاتصال مراعاة المصدقية في المحتوى الذي يقدمه لأنها تعطى القوة والجاذبية بجانب الحيوية والانتماء الاجتماعي والثقة لدى الجمهور.

#### ١٤) العوامل الأكثر تأثيراً في اتخاذ قرار النشر للأخبار المزيفة:

جدول رقم (١٤) يوضح العوامل الأكثر تأثيراً في اتخاذ قرار النشر للأخبار المزيفة

العوامل الأكثر تأثيراً	ك	%
العوامل التنظيمية والإدارية المتعلقة بالبوابة الإخبارية	٦٠	٤٢.٩%
العوامل الخارجية المتعلقة بالنظام الاجتماعي ومؤسساته	٣٩	٢٧.٩%
العوامل الذاتية المتعلقة بالصحفي	٣٠	٢١.٤%
جميع العوامل	١١	٧.٨%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%

تدل مؤشرات الدراسة الميدانية أن من أكثر العوامل تأثيراً في اتخاذ القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية قراراً بنشر الأخبار المزيفة هي العوامل التنظيمية والإدارية المتعلقة بالبوابة الإخبارية بنسبة ٤٢.٩%، وتشمل تلك العوامل نظام الملكية وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط المنافسة الصحفية بين المواقع الإلكترونية، وقد يصبح القائم بالاتصال جزءاً من الكيان العام للمؤسسة، جاءت العوامل الخارجية المتعلقة بالنظام الاجتماعي ومؤسساته بالترتيب الثاني بنسبة (٢٧.٩%)، تلاها العوامل الذاتية المتعلقة بالصحفي ومنها (الدخل والنوع والطبقة، والسمات الفكرية والعقائدية) بالترتيب الثالث بنسبة (٢١.٤%)، ثم جاءت كل هذه العوامل مجتمعة بنسبة (٧.٨%).



١٥) أمثلة لأخبار مزيفة نشرتها البوابة الإخبارية التى تعمل بها بدون تكذيب سواء من مصادر رسمية أو غير رسمية: جاءت نتائج الدراسة لتشير إلى تحيز القائمين بالاتصال فى المواقع الإخبارية لعدم ذكر أمثلة لأخبار مزيفة نشرتها المواقع الإلكترونية محل الدراسة (الأهرام- فيتو- المصري اليوم- مصر اوى- الوطن- البوابة- اليوم السابع.

١٦) أمثلة لأخبار مزيفة نشرتها البوابة الإخبارية التى تعمل بها وتم تكذيبها: أخبار وفيات الفنانين والمشاهير، اسكان الشباب، الفتاة التى ادعت أنها ذهبت فى رحلة مع وكالة ناسا، إنارة أهرامات الجيزة بعلم السعودية، ايجار شقق الاسكان الاجتماعى، بيع صيدليات لأدوية محظورة، توفير شقق للشباب ب ٥ آلاف جنيه، سفاح السويس يطارد الفتيات، تسريب مياة صرف صحى فى البحر المتوسط فى مصر، نهاية العالم فى ٢٠١٨، إلغاء الدعم على الخبز، وهنا أكد القائم بالاتصال فى موقع فيتو أنه فى حال اكتشاف خطأ فى بعض الأخبار يتم تداركه بحذفه أو نشر خبر يصحح المعلومة.

١٧) أمثلة لأخبار مزيفة رفض القائمين بالاتصال فى البوابات الإخبارية نشرها: أخبار عن تبرعات رجال الأعمال، غلاء الأسعار، أخبار متعلقة بعلاقات ومنافسات بين مرشحين، ارتفاع أسعار العقارات، السترات الصفراء ستغزو القاهرة، انقلاب فى السودان، تسليم هشام عشاوى لمصر، عدم فاعلية الانسولين المصري، خبر خاص بأطفال حصلوا على جوائز دون دليل، هناك مصريون وراء هروب المستثمرين من سيناء، خلاف بين الأزهر ومؤسسات أخرى دون دليل.

١٨) أمثلة لأخبار مزيفة نشرتها البوابات المنافسة: انفصال الفنانة شيري عادل ومعز مسعود، انتشار سمك صيني داخل الأسواق المصرية، وفاة عادل إمام، وفاة شادية، وفاة أبو الليف، انتهاء العملية الشاملة بسيناء ٢٠٢٥، انخفاض أسعار

السيارات، خبر وفاة الفنانة شادية، مقتل محمد بن سلمان، شقق للشباب — ٥ آلاف جنيه في مدينة بدر، المساواة بين الرجل والمرأة في الميراث، إصدار عملات معدنية فئة ٢٠٠ جنيه، صورة ضوئية لعلم المملكة السعودية على أهرامات الجيزة.

١٩) ترتيب القوى الفاعلة والمصادر الأكثر قدرة على تمرير الأخبار المزيفة عبر البوابات الإخبارية: جدول رقم (١٥) يوضح ترتيب القوى الفاعلة والمصادر الأكثر قدرة على تمرير الأخبار المزيفة عبر البوابات الإخبارية (ن=١٤٠)

الوزن المرجح	الرابع فأكثر		الثالث		الثاني		الأول		الترتيب القوى والمصادر
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٧.٨%	٣٥%	٤٩	٢.٩%	٤	٣.٦%	٥	١٧.١%	٢٤	مصادر حكومية
٥.٣%	٤٧.٩%	٦٧	٥%	٧	٧.١%	١٠	٠.٧%	١	مجلس النواب
٧.٤%	٤٥.٧%	٦٤	١١.٤%	١٦	٨.٦%	١٢	٥%	٧	رجال الأعمال
٦.٩%	٥١.٤%	٧٢	٥.٧%	٨	٥%	٧	٧.١%	١٠	الفنانون
٥.٩%	٥٠%	٧٠	٦.٤%	٩	٦.٤%	٩	٢.١%	٣	نجوم الرياضة
٧.٩%	٥١.٤%	٧٢	٩.٣%	١٣	٥.٧%	٨	٨.٦%	١٢	الأحزاب السياسية
١٠.٣%	٤٢.٩%	٦٠	١٠%	١٤	٢١.٤%	٣٠	٧.٩%	١١	النشطاء
٦.٥%	٥٢.١%	٧٣	٧.٩%	١١	٥%	٧	٤.٣%	٦	المنظمات الحقوقية
٥%	٥٠.٧%	٧١	٢.٩%	٤	٢.٩%	٤	٢.٩%	٤	خبراء الاقتصاد
٥.١%	٥٢.٩%	٧٤	٥%	٧	٥%	٧			الخبراء الاستراتيجيون





الوزن المرجح	الرابع فأكثر		الثالث		الثانى		الأول		الترتيب القوى والمصادر
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٦.٩%	٤٦.٤%	٦٥	١٢.١%	١٧	٥%	٧	٥%	٧	مقدمو البرامج الحوارية فى الفضائيات
٥.٧%	٥١.٤%	٧٢	٠.٧%	١	٨.٦%	١٢	٢.١%	٣	كتاب وصحفيون
٤.٧%	٤٧.١%	٦٦	٢.٩%	٤	٤.٣%	٦	١.٤%	٢	شخصيات دينية
١٤.٦%	٢٩.٣%	٤١	١٠.٧%	١٥	٧.١%	١٠	٣٧.٩%	٥٣	اللجان الإلكترونية

جدول رقم (١٦) يوضح ترتيب القوى الفاعلة والمصادر الأكثر قدرة على تمرير الأخبار الكاذبة عبر البوابات الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعى بالأوزان المرجحة

مصر وى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام	البوابة القوى والمصادر
١١.٦%	٧.١%	٧.٣%	٤.٦%	٦.٣%	١٢.٥%	٥	مصادر حكومية
٦.٦%	٦.٣%	٤.٧%	٤.٩%	٦%	٤.٣%	٤.١%	مجلس النواب
٦.٣%	٧.١%	٦.٨%	٦.٧%	٨.٨%	٧.٨%	٨.٤%	رجال الأعمال
٨.٥%	٧.١%	٤.٣%	٥.٧%	٩.٥%	٦.٨%	٥.٦%	الفنانون
٦.٩%	٦.٥%	٨.١%	٣.٩%	٥.٤%	٤.٦%	٥.٩%	نجوم الرياضة
٥.٢%	٥.١%	١٣.٧%	٩.٥%	٦.٣%	٧.٥%	١٠.٣%	الأحزاب السياسية
٧.٢%	١٠.٨%	١١.٥%	١٤.٥%	٩.١%	٨.٥%	١١.٦%	النشطاء



القوى والمصادر البوابة	الأهرام	البوابة	المصري اليوم	الوطن	اليوم السابع	فيتو	مصر وى
المنظمات الحقوقية	٧.٥%	٧.٥%	٥.٤%	٩.٢%	٦.٤%	٦.٣%	٤.١%
خبراء الاقتصاد	٤.١%	٥.٧%	٤.٤%	٤.٦%	٥.٦%	٦.٣%	٤.٤%
الخبراء الاستراتيجيون	٤.١%	٦%	٦%	٤.٩%	٣.٨%	٥.١%	٥.٢%
مقدمو البرامج الحوارية في الفضائيات	٧.٢%	٧.٨%	٧.٩%	٧.١%	٣.٨%	٦.٣%	٧.٤%
كتاب وصحفيون	٥.٣%	٣.٦%	٧.٩%	٤.٩%	٦%	٤.٨%	٦.٩%
شخصيات دينية	٥.٣%	٣.٦%	٦.٣%	٣.٢%	٣%	٥.٧%	٤.٧%
اللجان الإلكترونية	١٥.٦%	١٣.٩%	١٠.٧%	١٦.٣%	١٥%	١٥.٦%	١٤.٩%

حول أهم القوى الفاعلة والمصادر الأكثر قدرة على تمرير الأخبار المزيفة عبر البوابات الإخبارية جاءت اللجان الإلكترونية في الترتيب الأول بوزن مرجح (١٤.٦%) حيث الوطن بأعلى نسبة (١٦.٣%)، المصري اليوم بأقل نسبة (١٠.٧%)، تلاها (النشطاء) ثانياً أكبر فاعل في تمرير الأخبار المزيفة عبر البوابات الإلكترونية محل الدراسة بوزن مرجح (١٠.٣%)، بأعلى نسبة لموقع الوطن (١٤.٥%)، وأقل نسبة موقع مصر وى (٧.٢%). جاء بالترتيب الثالث من القوى الفاعلة الأحزاب السياسية المصرية بوزن مرجح (٧.٩%)، بأعلى نسبة (١٣.٧%) لموقع اليوم السابع، وأقل نسبة لموقع فيتو (٥.١%). وجاءت المصادر الحكومية بالترتيب الرابع من القوى الفاعلة بوزن مرجح (٧.٨%)، بأعلى نسبة لموقع البوابة (١٢.٢%)، أقل نسبة للوطن (٤.٦%) واللافت للنظر أن موقع الأهرام جاء بنسبة (٥%) وهى نسبة قليلة جداً.



جاء (رجال الأعمال) بالترتيب الخامس من القوى الفاعلة بوزن مرجح (٧.٤%)، بأعلى نسبة (٨.٨%) لموقع المصري اليوم وأقل نسبة (٦.٣%) لموقع مصرأوى، أما (الفنانون ومقدمو البرامج الحوارية فى الفضائيات) فتساوت النسبة بينهم بوزن مرجح (٦.٩%) وجاءوا بالترتيب السادس.

كما جاءت المنظمات الحقوقية بالترتيب السابع للقوى الفاعلة والمصادر الأكثر قدرة على تمرير الأخبار المزيفة عبر البوابات الإلكترونية بوزن مرجح (٦.٥%) بأكبر نسبة لموقعى الأهرام والبوابة (٧.٥%) وأقل نسبة لموقع مصرأوى (٤.١%)، بينما جاء نجوم الرياضة بالترتيب الثامن بوزن مرجح (٥.٩%)، بأعلى نسبة لموقع اليوم السابع (٨.١%) وأقل نسبة لموقع البوابة (٤.٦%).

كما اتضح أن الكتاب والصحفيون جاءوا بالترتيب التاسع من القوى الفاعلة والمصادر بوزن مرجح (٥.٧%)، بأكبر نسبة لموقع المصري اليوم (٧.٩%)، وأقل نسبة لموقع البوابة (٣.٦%)، وبنسبة متقاربة جاء مجلس النواب بالترتيب العاشر بوزن مرجح (٥.٣%) بأكبر نسبة لموقع مصرأوى (٦.٦%) وأقل نسبة لموقع الأهرام (٤.١%).

الخبراء الاستراتيجيون جاءوا بالترتيب الحادى عشر من القوى الفاعلة بوزن مرجح (٥.١%)، بنسبة (٦%) لموقعى البوابة والمصري اليوم، (٣.٨%) لموقع اليوم السابع، بينما جاء خبراء الاقتصاد بالترتيب الثانى عشر بوزن مرجح (٥%)، بأكبر نسبة لموقع فيتو (٦.٣%)، وأقل نسبة لموقع (٤.١%)، احتلت الشخصيات الدينية الترتيب الثالث عشر بوزن مرجح (٤.٧%) بأعلى نسبة لموقع المصري اليوم (٦.٣%)، وأقل نسبة لموقع اليوم السابع (٣%).

٢٠ حجم المعرفة بالنصوص القانونية فى قوانين العقوبات والصحافة وجرائم تقنية الانترنت التى تعاقب على جريمة الأخبار المزيفة:

جدول رقم (١٧) يوضح حجم المعرفة بالنصوص القانونية في قوانين العقوبات والصحافة وجرائم تقنية الانترنت التي تعاقب على جريمة الأخبار المزيفة

حجم المعرفة	ك	%
معرفة جيدة	٥٨	٤١.٤%
معرفة إلى حد ما	٧٤	٥٢.٩%
ليست لدى معرفة على الإطلاق	٨	٥.٧%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%

اتضح من الدراسة الميدانية حرص القائمين بالاتصال على المعرفة الجيدة بالنصوص القانونية في قوانين العقوبات والصحافة وجرائم تقنية الانترنت التي تعاقب على جريمة نشر الأخبار المزيفة بنسبة (٤١.٤%)، إلى حد ما بنسبة (٥٢.٩%)، بينما جاءت النسبة الأقل منهم أجابوا أن ليس لديهم معرفة على الإطلاق بنسبة (٥.٧%).

(٢١) توصيف معرفة الأصدقاء الصحفيين بالنصوص القانونية المتعلقة بالأخبار المزيفة:

جدول رقم (١٨) يوضح توصيف معرفة الأصدقاء الصحفيين بالنصوص القانونية المتعلقة بالأخبار المزيفة

حجم المعرفة	ك	%
معرفة جيدة	٤٤	٣١.٤%
معرفة إلى حد ما	٨٦	٦١.٥%
ليست لديهم معرفة على الإطلاق	١٠	٧.١%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%



تشير بيانات الجدول رقم (١٨) أن من أجابوا من القائمين بالاتصال في المواقع الإخبارية عن معرفة اصدقائهم الصحفيين بالنصوص القانونية في قوانين العقوبات والصحافة وجرائم تقنية الانترنت التي تعاقب على جريمة نشر الأخبار المزيفة معرفة إلى حد ما جاءت بأعلى نسبة (٦١.٥%)، بينما جاءت معرفة جيدة بتلك النصوص بنسبة (٣١.٤%)، وبأقل نسبة (٧.١%) ليست لديهم معرفة على الإطلاق بهذه النصوص القانونية.

(٢٢) توصيف معرفة الزملاء بالبوابات المنافسة بالنصوص القانونية المتعلقة بالأخبار المزيفة:

جدول رقم (19) يوضح توصيف معرفة الزملاء بالبوابات المنافسة بالنصوص القانونية المتعلقة بالأخبار المزيفة

حجم المعرفة	ك	%
معرفة جيدة	٤٦	٣٢.٩%
معرفة ضعيفة	٨٦	٦١.٤%
ليست لديهم معرفة على الإطلاق	٨	٥.٧%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%

كما اتضح من بيانات الدراسة أن القائمين بالاتصال في المواقع الإلكترونية يرون أن زملاؤهم في البوابات المنافسة لديهم معرفة ضعيفة بالنصوص القانونية المتعلقة بالأخبار المزيفة بنسبة (٦١.٤%)، وأن من لديهم معرفة جيدة بتلك القوانين جاءوا بنسبة (٣٢.٩%)، بينما من أجابوا بـ ليست لديهم معرفة على الإطلاق بنسبة (٥.٧%). وقد لاحظت الباحثة من الدراسة الميدانية تقارب النسبة بين معرفة الأصدقاء الصحفيون بالنصوص معرفة إلى حد بنسبة (٦١.٥%)، ومعرفة الأنا بنسبة (٥٢.٩%)



لنصوص القانونية، وذلك بدافع شعور القائم بالاتصال باحترام وتقدير الذات، وتقدير الآخرين باعتبارهم امتدادا للذات وهذه نتيجة تؤكد ما جاءت به نظرية تأثيرية الآخرين.

### ٢٣) كيفية تأثير الأخبار المزيفة على مصداقية المواقع الإخبارية:

جدول رقم (٢٠) يوضح كيفية تأثير الأخبار المزيفة على مصداقية المواقع الإخبارية

(ن=١٤٠)

ك	%	كيفية التأثير
٩٧	٦٩.٣%	تراجع ثقة القراء فى المواقع.
٦٠	٤٢.٩%	انصراف القراء إلى وسائل إعلام أخرى داخلية أو خارجية.
٤٧	٣٣.٦%	شروع الفوضى فى الممارسة الصحفية.
٤٢	٣٠%	اختلال منظومة القيم والمعايير المهنية.

كشفت بيانات الدراسة أن تراجع ثقة القراء فى المواقع الإلكترونية يمثل أكبر تأثير للأخبار الزائفة على مصداقية تلك المواقع بنسبة (٦٩.٣%)، يليه انصراف القراء إلى وسائل إعلام أخرى داخلية أو خارجية بنسبة (٤٢.٩%)، جاءت شروع الفوضى فى الممارسة الصحفية بنسبة (٣٣.٦%) ، وأخيراً أدت تلك الأخبار إلى اختلال منظومة القيم والمعايير المهنية بأقل نسبة (٣٠%).



## ٢٤) أسباب نشر الأخبار المزيفة على المواقع الإخبارية الإلكترونية:

جدول رقم (٢١) يوضح أسباب نشر الأخبار المزيفة على المواقع الإخبارية الإلكترونية  
(ن=١٤٠)

الأسباب	ك	%
زيادة عدد زوار الموقع الإخبارى	٩٨	٧٠%
تشويق وجذب انتباه الجمهور	٦٤	٤٥.٧%
قلة خبرة الصحفى	٣٤	٢٤.٣%
الخروج عن الرتابة التقليدية فى المادة الإخبارية	٢٧	١٩.٣%
ضيق الوقت.	١٢	٨.٦%
تعليمات عليا	٢	١.٤%
التأمر	٢	١.٤%

اتضح من بيانات الدراسة الميدانية أن من أهم أسباب نشر الأخبار المزيفة على المواقع الإخبارية بالترتيب الأول زيادة عدد زوار الموقع الإخبارى بنسبة (٧٠%)، وبالترتيب الثانى جاء تشويق وجذب انتباه الجمهور بنسبة (٤٥.٧%)، تلاها بالترتيب الثالث قلة خبرة الصحفى بنسبة (٢٤.٣%)، ثم بالترتيب الرابع الخروج عن الرتابة التقليدية فى المادة الإخبارية بنسبة (١٩.٣%)، وبالترتيب الخامس ضيق الوقت بنسبة (٨.٦%) حيث برر بعض القائمين بالاتصال بأن ضغط الوقت والمواعيد النهائية المستمرة تضاعف حجم العمل المطلوب فى البوابة نظراً لتدفق الأخبار مما يؤثر على جودة المنتج الصحفى وعمق التغطية المقدمة للمتلقى، جاء التأمر وتعليمات عليا بنفس النسبة (١.٤%).



## ٢٥) مدى الاعتقاد أن هناك شخصيات ما داخل البوابة التي تعمل بها يتدخلون لتحرير الأخبار المزيفة على نحو يخدم مصالح سياسية واقتصادية واجتماعية:

جدول رقم (٢٢) يوضح مدى الاعتقاد أن هناك شخصيات ما داخل البوابة التي تعمل بها يتدخلون لتحرير الأخبار المزيفة على نحو يخدم مصالح سياسية واقتصادية واجتماعية

الاعتقاد	ك	%
لا اعتقد ذلك	١١٤	٨١.٤%
نعم يعملون وفق توجيهات خارجية	١٥	١٠.٧%
نعم يعملون بهدف تحقيق مكاسب شخصية	٧	٥%
نعم يعملون وفق قناعاتهم وأيديولوجياتهم	٤	٢.٩%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%

حول مدى الاعتقاد أن هناك شخصيات ما داخل البوابة يتدخلون لتحرير الأخبار المزيفة على نحو يخدم مصالح سياسية واقتصادية واجتماعية أجاب القائمون بالاتصال أنهم لا يعتقدون ذلك بنسبة (٨١.٤%)، تلاها أنهم يعملون وفق توجيهات خارجية بنسبة (١٠.٧%)، وبنسبة (٥%) يعملون بهدف تحقيق مكاسب شخصية، وبأقل نسبة (٢.٩%) يعملون وفق قناعاتهم وأيديولوجياتهم.

## ٢٦) مدى الاعتقاد أن البوابات المنافسة تمارس بشكل منهجي عملية تمرير الأخبار المزيفة بهدف خدمة بعض المصالح السياسية والاقتصادية والاجتماعية

جدول رقم (٢٣) يوضح مدى الاعتقاد أن البوابات المنافسة تمارس بشكل منهجي عملية تمرير الأخبار المزيفة بهدف خدمة بعض المصالح السياسية والاقتصادية والاجتماعية

الاعتقاد	ك	%
لا اعتقد ذلك	٧٣	٥٢.١%
نعم يعملون وفق توجيهات خارجية	٣٣	٢٣.٦%





مدى الاعتقاد	ك	%
نعم يعملون بهدف تحقيق مكاسب شخصية	٢٥	١٧.٩%
نعم يعملون وفق قناعاتهم وأيديولوجياتهم	٩	٦.٤%
الإجمالي	١٤٠	١٠٠%

أشارت بيانات الدراسة أن القائمون بالاتصال فى المواقع الإخبارية لا يعتقدون أن البوابات المنافسة تمارس بشكل منهجى عملية تمرير الأخبار المزيفة بهدف خدمة بعض المصالح السياسية والاقتصادية والاجتماعية بنسبة (٥٢.١%)، وأنهم يعملون وفق توجيهات خارجية بدرجة متوسطة (٢٣.٦%)، وبنسبة ضعيفة يعملون بهدف تحقيق مكاسب شخصية بنسبة (١٧.٩%) حيث أكد القائم بالاتصال فى موقع مصر اوى أن البوابات المنافسة تمرر بعض الأخبار لخدمة توجيهاً معيناً، ونادراً ما يعملون وفق قناعاتهم وأيديولوجياتهم بنسبة (٦.٤%).

قد لاحظت الباحثة أن القائم بالاتصال فى المواقع الإلكترونية لا يعتقد أن هناك شخصيات داخل البوابة التى يعمل بها يتدخلون لتحرير الأخبار الزائفة على نحو يخدم مصالح سياسية واقتصادية واجتماعية بنسبة أكبر من اعتقاده بأن البوابات المنافسة تمارس بشكل منهجى عملية تمرير الأخبار الزائفة، فى حين أجاب أيضاً باعتقاده بأن هناك شخصيات داخل البوابة يعملون وفق توجيهات خارجية بنسبة أقل من اعتقادهم بأن شخصيات ما داخل البوابات المنافسة يعملون وفق توجيهات خارجية.

## ٢٧) الجهات الأقدر على مواجهة الانفلات المهنى المتمثل فى ترويج الأخبار المزيفة

جدول رقم (٢٤) يوضح الجهات الأقدر على مواجهة الانفلات المهنى المتمثل فى ترويج

الأخبار الكاذبة (ن=١٤٠)

الجهات	ك	%
نقابة الصحفيين	٨٠	٥٧.١%
المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام	٥٠	٣٥.٧%
الهيئة الوطنية للصحافة	٤٥	٣٢.١%



الجهات	ك	%
الهيئة الوطنية للإعلام	٢٨	٢٠%
البوابات الإخبارية	٢٥	١٧.٩%
القضاء	٢٥	١٧.٩%
نقابة الإعلاميين	١٢	٨.٦%

فيما يتعلق بالجهات الأقدر على مواجهة الانفلات المهني المتمثل في ترويج الأخبار المزيفة، تشير بيانات الدراسة أن نقابة الصحفيين جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٥٧.١%)، تلاها في المرتبة الثانية المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام بنسبة (٣٥.٧%)، في المرتبة الثالثة جاءت الهيئة الوطنية للصحافة بنسبة (٣٢.١%)، تلاها في المرتبة الرابعة الهيئة الوطنية للإعلام بنسبة (٢٠%)، وبالمفارقة جاءت البوابات الإخبارية مع القضاء في المرتبة الخامسة بنسبة (١٧.٩%) وهذا دليل على اعتقاد القائم بالاتصال أن البوابة مثلها مثل القضاء هي الأقدر على حسم مواجهة الانفلات المهني المتمثل في ترويج الأخبار المزيفة ومعاينة مروجيها بعقوبات رادعة، جاءت في المرتبة السادسة والأخيرة نقابة الإعلاميين بنسبة (٨.٦%).

ترى الباحثة أن التنسيق بين جميع الجهات المتخصصة، وتنمية الشعور المهني والتهيئة الذاتية لدى الصحفي بالتحري والتدقيق قبل نشر أي محتوى خبري هو الأقدر على مواجهة الانفلات المهني في ترويج الأخبار المزيفة.

#### المحور الثاني: نتائج اختبار الفروض البحثية

**الفرض الأول:** توجد علاقة دالة احصائياً بين الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق في الأخبار التي يقدمها للبوابة الإخبارية وأنماط تعامل الأنا مع الأخبار الزائفة.



جدول ( ٢٥ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصى بالتحرى والتدقيق فى الأخبار التى يقدمها للبوابة الإخبارية وأنماط تعامل الأنا مع الأخبار الزائفة

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحرى والتدقيق فى الأخبار التى تقدمها للبوابة الإخبارية التى تعمل بها		ك	أرفض النشر	ماذا تفعل إذا زودك أحد المصادر بخبر كاذب لا تطمئن لصحة ما يتضمنه من بيانات؟
	تهتم أحيانا	تهتم دائماً			
٦٣	١	٦٢	ك		
%٤٥.٠	%٧.	%٤٤.٣	%		
٢٢	٠	٢٢	ك	استبعد البيانات الكاذبة فقط	
%١٥.٧	%٠.	%١٥.٧	%		
١٩	٤	١٥	ك	أنشره مع تعليق مصادر معارضة	
%١٣.٦	%٢.٩	%١٠.٧	%		
١٨	١	١٧	ك	أنشره مع تعليق مصادر محايدة	
%١٢.٩	%٧.	%١٢.١	%		
١٦	٠	١٦	ك	أتحقق من صحته من مصادر أخرى	
%١١.٤	%٠.	%١١.٤	%		
٢	٠	٢	ك	اترك لرؤسائي القرار	
%١.٤	%٠.	%١.٤	%		
١٤٠	٦	١٣٤	ك	Total	
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%		

(كا<sup>٢</sup>=١٦.٠٠٢، درجة الحرية=٥، مستوى المعنوية=٠.٠٠٧، معامل التوافق=٠.٣٢٠)

تبين من الدراسة الميدانية أن قيمة كا<sup>٢</sup> (١٦.٠٠٢) دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١، وقيمة معامل التوافق تساوى ٠.٣٢٠، أى أنه توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين مدى الاهتمام الشخصى للقائم بالاتصال بالتحرى والتدقيق فى الأخبار التى يقدمها للبوابة الإخبارية ونمط تعامله مع الأخبار المزيفة التى لا يطمئن لصحة ما يتضمنها من بيانات.

**الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية بين اهتمام الآخرين بالتحري والتدقيق وتعامل الآخرين (الزملاء في البوابات المنافسة) مع الأخبار الزائفة.  
جدول (٢٦)

يوضح العلاقة بين اهتمام الآخرين بالتحري والتدقيق وتعامل الآخرين مع الأخبار الزائفة.

Total	هل يهتم زملاؤك في البوابات الإخبارية المنافسة بالتحري والتدقيق الإخباري			ك	يرفضون النشر	كيف يتعامل زملاؤك في البوابات المنافسة مع الأخبار الزائفة
	لا تهتم إطلاقاً	تهتم أحياناً	تهتم دائماً			
٣٥	١	١٦	١٨	%		
%٢٥.٠	%٧.	%١١.٤	%١٢.٩	%		
٣٢	٠	٣٠	٢	ك	يتدخلون ببعض التعديلات	
%٢٢.٩	%٠.	%٢١.٤	%١.٤	%		
١٧	١	١٥	١	ك	ينشرونها استجابة لضغوط سياسية	
%١٢.١	%٧.	%١٠.٧	%٧.	%		
٥	٠	٥	٠	ك	ينشرونها استجابة لضغوط اقتصادية	
%٣.٦	%٠.	%٣.٦	%٠.	%		
٢٥	٠	٢١	٤	ك	ينشرونها بدافع الإثارة الصحفية	
%١٧.٩	%٠.	%١٥.٠	%٢.٩	%		
٢٦	١	١٩	٦	ك	يختلف بين البوابات بحسب مصداقيتها ومهنيتها	
%١٨.٦	%٧.	%١٣.٦	%٤.٣	%		
١٤٠	٣	١٠٦	٣١	ك	Total	
%١٠٠.٠	%٢.١	%٧٥.٧	%٢٢.١	%		

(كا<sup>٢</sup>=٣٠.١٨١، درجة الحرية=١٠، مستوى المعنوية=٠.٠٠١، معامل التوافق=٠.٤٢١)

اتضح من التحليل الإحصائي أنه توجد علاقة طردية متوسطة الشدة بين مدى اهتمام الزملاء في البوابات المنافسة بالتحري والتدقيق للأخبار التي يقدمها للبوابة الإلكترونية التي يعملون بها، ومدى تعاملهم مع الأخبار الزائفة حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (٣٠.١٨١)، وهي قيمة دالة إحصائياً، معامل التوافق (٠.٤٢١)، أي أنه كلما زاد اهتمام الزملاء في البوابات المنافسة بالتحري والتدقيق للمحتوى الإخباري زاد معه بالتدرج رفض نشر الخبر المزيف، التدخل ببعض التعديلات، نشر بعض الأخبار استجابة لضغوط سياسية واقتصادية، النشر بدافع الإثارة الصحفية.



### الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية بين الاهتمام الشخصى بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا للعوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

أوضحت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الاهتمام الشخصى بالتحري والتدقيق قبل نشر الأخبار فى البوابة الإلكترونية، وترتيب الأنا للانتماء السياسى للصحفى ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة، حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية (٠.٤٥٨)، وهذا دليل على أن الانتماء السياسى للصحفى لا يؤثر فى مدى اهتمامه بالتحري والتدقيق للأخبار التى يقدمها للبوابة الإلكترونية.

#### جدول ( ٢٧ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصى بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا ( للانتماء السياسى) ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق فى الأخبار التى تقدمها للبوابة الإخبارية التى تعمل بها		ك	%	
	تهتم دائما	تهتم أحيانا			
٦٨	٥	٦٣	ك	٠	الانتماء السياسى للصحفى
%٤٨.٦	%٣.٦	%٤٥.٠	%		
٢٩	٠	٢٩	ك	١	
%٢٠.٧	%٠.	%٢٠.٧	%		
٩	٠	٩	ك	٢	
%٦.٤	%٠.	%٦.٤	%		
٨	٠	٨	ك	٣	
%٥.٧	%٠.	%٥.٧	%		
٢٦	١	٢٥	ك	٤	
%١٨.٦	%٧.	%١٧.٩	%		
١٤٠	٦	١٣٤	ك	Total	
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%		

(كأ=٣.٦٣٢، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٤٥٨)

جدول ( ٢٨ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (للقيم المهنية) ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق في الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل بها		ك	%		
	تهتم أحيانا	تهتم دائماً				
٤٣	٣	٤٠	ك	%	-القيم المهنية	
%٣٠.٧	%٢.١	%٢٨.٦	%	٠		
٢٤	١	٢٣	ك	%		١
%١٧.١	%٧.	%١٦.٤	%	٢		
٢٠	١	١٩	ك	%		٣
%١٤.٣	%٧.	%١٣.٦	%	٤		
٥	١	٤	ك	%		Total
%٣.٦	%٧.	%٢.٩	%			
٤٨	٠	٤٨	ك	%		
%٣٤.٣	%٠.	%٣٤.٣	%			
١٤٠	٦	١٣٤	ك	%		
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%			

(كأ=٥.٩٤٤، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٢٠٣)

كما بينت الدراسة عدم وجود علاقة ارتباطية بين الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق في الأخبار المقدمة للبوابة الإلكترونية، والقيم المهنية للصحفي ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٢٠٣) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.



جدول ( ٢٩ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصى بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (للسياسة التحريرية) ضمن  
العوامل المؤثرة  
على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق فى الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل بها		ك		
	تهتم دائماً	تهتم أحياناً			
٢٤	٢	٢٢	ك	٠	-السياسة التحريرية
%١٧.١	%١.٤	%١٥.٧	%		
١٨	١	١٧	ك	١	
%١٢.٩	%٧.	%١٢.١	%		
٢٠	٠	٢٠	ك	٢	
%١٤.٣	%٠.	%١٤.٣	%		
١٨	٢	١٦	ك	٣	
%١٢.٩	%١.٤	%١١.٤	%		
٦٠	١	٥٩	ك	٤	
%٤٢.٩	%٧.	%٤٢.١	%		
١٤٠	٦	١٣٤	ك	Total	
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%		

(كا<sup>٢</sup>=٤.٩٧٢، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٢٩٠)

تبين من الدراسة الميدانية أنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين الاهتمام الشخصى  
للقائم بالاتصال فى البوابات الإخبارية بالتحري والتدقيق فى الأخبار، وكلاً من (السياسة  
التحريرية، المنافسة الصحفية، الأخلاق الذاتية للصحفى، ميثاق الشرف الصحفى،  
تشريعات الإعلام، الضغط السياسية، الضغوط الاقتصادية والاجتماعية، الضغوط  
الثقافية، ضغوط المعنويين، ضغوط المصادر، ضغوط الرؤساء، المصادقية لدى الجمهور،  
الحرص على الإثارة الصحفية) ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة،



حيث بلغت قيمة كآ<sup>٢</sup> (٤.٩٧٢) وهى قيمة غير دالة إحصائياً  $P > 0.05$ ، ويؤكد هذا على أن القائم بالاتصال لا يتأثر بتلك العوامل أثناء التحرى والتدقيق فى الأخبار التى يقدمها للبوابة الإخبارية على قرار مدى تعامله مع الأخبار الزائفة.

**الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية بين اهتمام الآخرين بالتحري والتدقيق فى صحة الأخبار قبل النشر وترتيب الآخرين للعوامل المؤثرة على القرار الصحفى بنشر الأخبار الزائفة.

اتضح من التحليل الإحصائي عدم ثبوت الفرض حيث لا توجد علاقة ارتباطية بين اهتمام الآخرين بالتحري والتدقيق، حيث كانت بلغت قيمة كآ<sup>٢</sup> (٨.٧٢٨) وهى قيمة غير دالة إحصائياً  $P > 0.05$ ، مثلما لا توجد علاقة ارتباطية بين الاهتمام الشخصى (الأنا) بالتحري والتدقيق فى صحة الأخبار قبل النشر، وترتيب العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة، أن الاهتمام الذاتى بالتحري والتدقيق لا علاقة له بالعوامل المؤثرة على القرار الصحفى بنشر الأخبار الزائفة وكذلك الآخرين، وذلك بدافع الشعور باحترام وتقدير الذات، وتقدير الآخرين باعتبارهم امتدادا للذات وهذه نتيجة تؤكد ما جاءت به نظرية تأثيرية الآخرين.

**الفرض الخامس:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نمط ملكية البوابات الإخبارية الإلكترونية، وأنماط التعامل مع الأخبار الزائفة (التعامل الذاتى، تعامل الأصدقاء، الزملاء فى البوابات المنافسة).

تبين من نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين نمط ملكية البوابات الإخبارية الإلكترونية، التعامل الذاتى مع الأخبار الزائفة، حيث بلغت قيمة كآ<sup>٢</sup> (٣٤.١٣٨) وهى قيمة غير دالة إحصائياً  $P > 0.05$ .





-لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين نمط ملكية البوابة، وأنماط تعامل الزملاء في البوابات المنافسة مع الأخبار الزائفة حيث بلغت قيمة كاي<sup>2</sup> (39.845) وهى قيمة غير دالة إحصائياً  $P > 0.01$ . ومن هنا اتضح للباحثة أن من أهم أنماط تعامل القائم بالاتصال مع الأخبار الزائفة هو رفض نشرها، ثم استبعاد البيانات الكاذبة، نشر الخبر المزيف مع تعليق مصادر معارضة ومحايدة، وأنه يتحقق من صحته من مصادر أخرى لا علاقة له بملكية البوابة التى يعمل بها سواء حكومية أو خاصة، وهذه نتيجة مهمة فى حد ذاتها أن القائم بالاتصال يرى أنه المسئول عن التعامل مع أى محتوى إخبارى دون شروط أو ضغوط من البوابة التى يعمل بها، وكذلك زملاؤه فى البوابات المنافسة لا تؤثر عليهم نمط ملكية البوابة فى مدى التعامل مع الأخبار الزائفة.

### جدول ( ٣٠ )

العلاقة بين نمط ملكية البوابات الإخبارية الإلكترونية، وأنماط التعامل مع الأخبار الزائفة (التعامل الذاتى)

Total	البوابة الإخبارية							ك	رفض النشر	ماذا تفعل إذا زودك أحد المصادر بخبر كاذب لا تضمن لصحة ما يتضمنه من بيانات؟
	مصري	ليتو	اليوم السابع	الوطن	المصري اليوم	البوابة	الأهرام			
٦٣	٨	١١	٦	١٠	٩	٩	١٠	%	ك	استبعد البيانات الكاذبة فقط
%٤٥.٠	%٥.٧	%٧.٩	%٤.٣	%٧.١	%٦.٤	%١٠.٤	%٧.١	%	ك	أنشره مع تعليق مصادر معارضة
٢٢	٣	٣	٣	٢	٤	٣	٤	%	ك	أنشره مع تعليق مصادر محايدة
%١٥.٧	%٢.١	%٢.١	%٢.١	%١.٤	%٢.٩	%٢.١	%٢.٩	%	ك	تحقق من صحته من مصادر أخرى
١٩	٠	٢	٣	٢	٤	٣	١	%	ك	ترك لرواسنى القرار
%١٣.٦	%٠	%١.٤	%٢.١	%٤.٣	%٢.٩	%٢.١	%٧.١	%	ك	Total
١٨	٥	١	٤	١	٢	٢	٣	%	ك	
%١٢.٩	%٣.٦	%٧.١	%٢.٩	%٧.١	%١.٤	%١.٤	%٢.١	%	ك	
١٦	٥	٣	٣	١	١	١	٢	%	ك	
%١١.٤	%٣.٦	%٢.١	%٢.١	%٧.١	%٧.١	%٧.١	%١.٤	%	ك	
٢	٠	٠	٠	٠	٠	٢	٠	%	ك	
%١.٤	%٠	%٠	%٠	%٠	%٠	%١.٤	%٠	%	ك	
١٤	١١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	%	ك	
%١٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%	ك	

(كاي<sup>2</sup>=34.138، درجة الحرية=30، مستوى المعنوية=0.257)

جدول ( ٣١ )

العلاقة بين نمط ملكية البوابات الإخبارية الإلكترونية، وأنماط التعامل مع الأخبار الزائفة (تعامل الأصدقاء)

Total	البوابة الإخبارية								
	مصريون	غرب	اليوم السابع	الوطن	المصري اليوم	البوابة	الأهرام		
١٠٠	١٣	١٩	١١	١٥	١٧	١٤	١١	ك	كيف يتعامل استاذك المصطوف مع الأخبار الزائفة؟
%٧١.٤	%٩.٣	%١٣.٦	%٧.٩	%١٠.٧	%١٢.١	%١٠.٠	%٧.٩	%	
١٩	٢	٠	٠	٤	٠	٤	٤	ك	
%١٣.٦	%١.٤	%٠.٠	%٠.٠	%٣.٦	%٢.٩	%٢.٩	%٢.٩	%	
٣	٠	٠	١	٠	١	٠	٠	ك	
%١.٤	%٠.٠	%٠.٠	%٧.٠	%٠.٠	%٧.٠	%٠.٠	%٠.٠	%	
١٠	٣	١	٠	١	١	١	٣	ك	
%٧.١	%٢.١	%٠.٠	%٠.٠	%٧.٠	%٧.٠	%٢.١	%٢.١	%	
٥	٠	٠	١	٠	١	١	٢	ك	
%٣.٦	%٠.٠	%٠.٠	%٧.٠	%٠.٠	%٧.٠	%٢.١	%١.٤	%	
٤	٣	٠	١	٠	٠	٠	٠	ك	
%٢.٩	%٢.١	%٠.٠	%٧.٠	%٠.٠	%٠.٠	%٠.٠	%٠.٠	%	
١٤	٧	٢	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	١٠	ك	
%١٠.٠	%٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%	

(كأ) = ٤١.٤٠٥، درجة الحرية = ٣٠، مستوى المعنوية = ٠.٠٨٠

جدول ( ٣٢ ) العلاقة بين نمط ملكية البوابات الإخبارية الإلكترونية، وأنماط التعامل مع الأخبار الزائفة (الزملاء في البوابات المنافسة).

Total	البوابة الإخبارية								
	مصريون	غرب	اليوم السابع	الوطن	المصري اليوم	البوابة	الأهرام		
٥٥	٦	٦	٥	٥	٣	٩	١	ك	كيف يتعامل زملائك في البوابات المنافسة مع الأخبار الزائفة؟
%٢٥.٠	%٤.٣	%٤.٣	%٣.٦	%٣.٦	%٢.١	%٦.٤	%٧.٠	%	
٣٢	٤	٥	٣	٨	٣	٥	٤	ك	
%٢٢.٩	%٢.٩	%٣.٦	%٢.١	%٥.٧	%٢.١	%٣.٦	%٢.٩	%	
١٧	٠	١	٤	٣	٣	١	٥	ك	
%١٢.١	%٠.٠	%٧.٠	%٢.٩	%٢.١	%٢.١	%٧.٠	%٣.٦	%	
٥	٠	٠	٠	٢	٢	٠	١	ك	
%٣.٦	%٠.٠	%٠.٠	%٠.٠	%١.٤	%١.٤	%٠.٠	%٢.١	%	
٢٥	٤	٣	٤	١	٧	٢	٤	ك	
%١٧.٩	%٢.٩	%٢.١	%٢.٩	%٧.٠	%٤.٠	%١.٤	%٢.٩	%	
٢٦	٧	٥	٣	١	٢	٣	٥	ك	

(كأ) = ٣٩.٨٤٥، درجة الحرية = ٣٠، مستوى المعنوية = ٠.١٠٨



الفرض السادس: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين مدى المعرفة القانونية لدى القائم بالاتصال، ولدى الزملاء، والمنافسين، وأنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (التعامل الذاتى، التعامل المؤسسى، تعامل المنافسين).

-لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين مدى المعرفة القانونية لدى القائم بالاتصال وأنماط تعامله مع الأخبار المزيفة حيث بلغت قيمة كاي<sup>2</sup> (12.437) وهى قيمة غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (0.257)، وكشف ذلك عن عدم التجانس بين المعرفة القانونية لدى القائم بالاتصال وعدم المعرفة القانونية وأنماط تعامله مع الأخبار المزيفة، أى أن معرفته بالنصوص القانونية (قوانين العقوبات والصحافة وجرائم تقنية الإنترنت) لا علاقه لها بمدى تعامله مع الأخبار الزائفة سواء رفض نشرها أو التدخل ببعض التعديلات عليها.

تبين من التحليل الإحصائى ثبوت جزئى لفرض أنماط تعامل الزملاء مع الأخبار المزيفة، والمعرفة بالنصوص القانونية (قوانين العقوبات والصحافة وجرائم تقنية الانترنت) التى تعاقب على جريمة نشر الأخبار المزيفة، وأنماط تعامل الزملاء فى البوابات المنافسة مع الأخبار المزيفة، والمعرفة بالنصوص القانونية، بينما لم يثبت فرض مدى المعرفة القانونية لدى القائم بالاتصال وأنماط تعامله الذاتى مع الأخبار المزيفة.

-توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين المعرفة القانونية لدى الزملاء وأنماط تعاملهم مع الأخبار المزيفة حيث بلغت قيمة كاي<sup>2</sup> (34.38) وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01) ويمكن وصف العلاقة من حيث الشدة بالمتوسطة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (0.445). حيث أجاب القائم بالاتصال باعتقاده بأن من لديهم من الزملاء معرفة قانونية إلى حد ما يرفضون نشر الأخبار المزيفة بأعلى نسبة (41.4%)، بينما من لديهم معرفة جيدة يرفضون النشر بنسبة (25%)، بينما جاءت بأقل نسبة (0.7%) من لديهم معرفة قانونية جيدة وينشرون الأخبار المزيفة بدافع الإثارة الصحفية، وتساوت معها نسبة من لا يعرفون على الإطلاق (0.7%).

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى المعرفة القانونية لدى المنافسين وأنماط تعاملهم مع الأخبار المزيفة حيث بلغت قيمة كاي<sup>2</sup> (32.490) وهى قيمة دالة

إحصائياً عند مستوى معنوية أقل (٠.٠١) ويمكن وصف العلاقة من حيث الشدة بالمتوسطة حيث بلغت قيمة معامل التوافق (٠.٤٣٤). حيث أجاب القائم بالاتصال بأن المنافسين في البوابات الأخرى بسبب معرفتهم الجيدة بقوانين العقوبات والصحافة وجرائم تقنية الانترنت يرفضون نشر الأخبار المزيفة وذلك بنسبة (١٤.٣%) ، وأن من لديهم معرفة إلى حد ما ويتدخلون ببعض التعديلات بنسبة (١٥.٣%) وبنسبة متقاربة (١٥%) يتأكدوا من المصادر الرسمية ويتحرروا الدقة قبل نشر أى محتوى خبري.

### جدول رقم ( ٣٣ )

العلاقة بين مدى المعرفة القانونية لدى القائم بالاتصال وأنماط تعامله مع الأخبار الزائفة

الإجمالي	لا معرفة على الإطلاق	معرفة إلى حد ما	معرفة جيدة	المعرفة القانونية لدى القائم بالاتصال	
				أنماط التعامل الذاتي	
٦٣	٤	٢٥	٣٤	ك	أرفض النشر
%٤٥	%٢.٩	%١٧.٩	%٢٤.٣	%	
٢٢	٢	١٤	٦	ك	استبعد البيانات الكاذبة فقط
%١٥.٧	%١.٤	%١٠	%٤.٣	%	
١٩	-	١١	٨	ك	أنشره مع تعليق مصادر معارضة
%١٣.٦	-	%٧.٩	%٥.٧	%	
١٨	١	١٣	٤	ك	أنشره مع تعليق مصادر محايدة
%١٢.٩	%٠.٧	%٩.٣	%٢.٩	%	
١٦	١	٩	٦	ك	أتحقق من صحته من مصادر أخرى
%١١.٤	%٠.٧	%٦.٤	%٤.٣	%	
٢	-	٢	-	ك	اترك لروؤسائي القرار
%١.٤	-	%١.٤	-	%	
١٤٠	٨	٧٤	٥٨	ك	الإجمالي
%١٠٠	%٥.٧	%٥٢.٩	%٤١.٤	%	

(مؤشرات إحصائية: كا<sup>٢</sup>=١٢.٤٣٧، درجة الحرية=١٠، مستوى المعنوية=٠.٢٥٧)



جدول رقم ( ٣٤ )

العلاقة بين مدى المعرفة القانونية لدى الزملاء وأنماط تعاملهم مع الأخبار الزائفة

الإجمالي	لا معرفة على الإطلاق	معرفة إلى حد ما	معرفة جيدة	المعرفة القانونية لدى الزملاء	
				أنماط تعامل الزملاء	
١٠٠	٧	٥٨	٣٥	ك	يرفضون النشر
%٧١.٤	%٥	%٤١.٤	%٢٥	%	
١٩	١	١٢	٦	ك	يتدخلون ببعض التعديلات
%١٣.٦	%٠.٧	%٨.٦	%٤.٣	%	
٢	٢	-	-	ك	ينشرونها استجابة لضغوط اقتصادية
%١.٤	%١.٤	-	-	%	
١٠	-	١٠	-	ك	ينشرونها استجابة لضغوط سياسية
%٧.١	-	%٧.١	-	%	
٥	-	٤	١	ك	ينشرونها بدافع الإثارة الصحفية
%٣.٦	-	%٢.٩	%٠.٧	%	
٤	-	٢	٢	ك	التأكد من مصادر رسمية وتحري الدقة
%٢.٩	-	%١.٤	%١.٤	%	
١٤٠	١٠	٨٦	٤٤	ك	الإجمالي
%١٠٠	%٧.١	%٦١.٥	%٣١.٤	%	

(مؤشرات إحصائية: كا<sup>٢</sup>=٣٤.٦٣٨، درجة الحرية=١٠، مستوى المعنوية=٠.٠٠٠٠، معامل

التوافق=٠.٤٤٥)



## جدول رقم ( ٣٥ )

العلاقة بين مدى المعرفة القانونية لدى المنافسين وأنماط تعاملهم مع الأخبار الزائفة

الإجمالي	لا معرفة على الإطلاق	معرفة إلى حد ما	معرفة جيدة	المعرفة القانونية لدى المنافسين	
				أنماط تعامل المنافسين	
٣٥	٢	١٣	٢٠	ك	يرفضون النشر
%٢٥	%١.٤	%٩.٣	%١٤.٣	%	
٣٢	١	٢٢	٩	ك	يتدخلون ببعض التعديلات
%٢٢.٩	%٠.٧	%١٥.٧	%٦.٤	%	
١٧	١	٨	٨	ك	ينشرونها استجابة لضغوط سياسية
%١٢.١	%٠.٧	%٥.٧	%٥.٧	%	
٥	٢	٢	١	ك	ينشرونها استجابة لضغوط اقتصادية
%٣.٦	%١.٤	%١.٤	%٠.٧	%	
٢٥	-	٢٠	٥	ك	ينشرونها بدافع الإثارة الصحفية
%١٧.٩	-	%١٤.٣	%٣.٦	%	
٢٦	٢	٢١	٣	ك	التأكد من مصادر رسمية وتحري الدقة
%١٨.٦	%١.٤	%١٥	%٢.١	%	
١٤٠	٨	٨٦	٤٦	ك	الإجمالي
%١٠٠	%٥.٧	%٦١.٤	%٣٢.٩	%	

(مؤشرات إحصائية:  $٣٢.٤٩٠ = ١٠$ ، درجة الحرية =  $١٠$ ، مستوى المعنوية =  $٠.٠٠٠٠$ ، معاملالتوافق =  $٠.٤٣٤$ )

الفرض السابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نمط ملكية الموقع وترتيب العوامل المؤثرة على القرار الصحفى بنشر الأخبار الزائفة.

تبيين من التحليل الإحصائى ثبوت جزئى للفرض، حيث توجد علاقة ارتباطية طردية متوسطة الشدة بين نمط ملكية البوابة، والسياسة التحريرية للبوابة (ضمن العوامل المؤثرة على القرار الصحفى بنشر الأخبار الزائفة، حيث



كانت قيمة كا<sup>٢</sup> (٤٠.٩٥٤) عند مستوى معنوية (٠.٠١٧) وهي قيمة دالة إحصائياً، ويتضح من هنا أن السياسة التحريرية للبوابة لا يمكن إغفالها أثناء اتخاذ القرار بنشر الأخبار الزائفة، كما توجد علاقة طردية متوسطة الشدة بين نمط ملكية البوابة الإلكترونية وبين الأخلاق الذاتية للصحفي ضمن العوامل المؤثرة على القرار الصحفي بنشر الأخبار الزائفة، حيث كانت قيمة كا<sup>٢</sup> (٣٧.٨٧٧)، عند مستوى معنوية (٠.٠٣٦) وهي قيمة دالة إحصائياً، توجد علاقة طردية متوسطة الشدة بين نمط ملكية البوابة الإلكترونية وضغوط المعلنين ضمن العوامل المؤثرة على القرار الصحفي بنشر الأخبار الزائفة حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (٣٦.٧٨٦)، عند مستوى معنوية (٠.٠٤٦) وهي قيمة دالة إحصائياً، بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (٤٢.٥٠٢) عند مستوى معنوية (٠.٠١١) ومعامل توافق (٠.٤٨٣) بين ضغوط الرؤساء داخل البوابة الإلكترونية الإخبارية ونمط ملكية البوابة.

**الفرض الثامن:** توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين العوامل الأكثر تأثيراً في اتخاذ قرار نشر الأخبار المزيفة وأنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (التعامل الذاتي والتعامل المؤسسي، تعامل المنافسين).

تبين من التحليل الإحصائي ثبوت جزئي للفرض حيث ثبت فرض العوامل الأكثر تأثيراً في اتخاذ قرار نشر الأخبار المزيفة وأنماط التعامل الذاتي مع الأخبار المزيفة، العوامل الأكثر تأثيراً في اتخاذ قرار نشر الأخبار المزيفة وأنماط تعامل الزملاء مع الأخبار المزيفة بينما لم يثبت فرض العوامل الأكثر تأثيراً في اتخاذ قرار نشر الأخبار المزيفة وأنماط تعامل المنافسين مع الأخبار المزيفة.



- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين العوامل الأكثر تأثيراً في اتخاذ قرار نشر الأخبار المزيفة وأنماط التعامل الذاتي مع الأخبار المزيفة حيث بلغت قيمة كلاً (٢٦.٣٤٠) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠.٠٥ ويمكن وصف العلاقة من حيث الشدة بالضعيفة حيث بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٣٩٨. حيث ارتفعت نسبة القائمين بالاتصال الذين أجابوا بأن العوامل التنظيمية والإدارية بالبوابة الإخبارية الإلكترونية تمثل أكبر عامل في رفض نشر الأخبار المزيفة بنسبة (٢٦.٤%)، بينما جاءت العوامل الذاتية المتعلقة بالصحفي بالترتيب الثانى من ضمن العوامل الأكثر تأثيراً في اتخاذ قرار رفض نشر الأخبار المزيفة بنسبة (٧.٩%)، جاءت بالترتيب الثالث العوامل المتعلقة بالنظام الاجتماعى ومؤسساته بنسبة (٧.١%).

بينما انقسم القائم بالاتصال فى البوابات الإخبارية بنسبة متساوية (٦.٤%) إلى رأيين أن العوامل الخارجية المتعلقة بالنظام الاجتماعى ومؤسساته تدفع إلى رفض نشر الأخبار المزيفة، أن العوامل التنظيمية والإدارية المتعلقة بالبوابة الإخبارية سبب فى نشر الخبر المزيف مع تعليق مصادر معارضة على الخبر.

-توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين العوامل الأكثر تأثيراً في اتخاذ قرار نشر الأخبار المزيفة وأنماط تعامل الزملاء مع الأخبار المزيفة حيث بلغت قيمة كلاً (٢٨.٨٢٥) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥) ويمكن وصف العلاقة من حيث الشدة بالمتوسطة حيث بلغت قيمة معامل التوافق ٠.٤٠٧.

-تبين من التحليل الإحصائى أنه طبقاً لإجابات القائم بالاتصال بأن زملاؤهم يرفضون نشر الأخبار المزيفة نتيجة العوامل التنظيمية والإدارية المتعلقة بالبوابة الإخبارية الإلكترونية بنسبة (٣٤.٣%)، وقد لاحظت الباحثة أن هذا العامل جاء أيضاً بالترتيب الأول فى اجابات القائم بالاتصال (أنماط التعامل الذاتى) فى رفض الأخبار المزيفة،





وهذا يؤكد ما جاءت به نظرية تأثيرية الآخرين من شعور القائم بالاتصال باحترام وتقدير الذات، وتقدير الآخرين باعتبارهم امتدادا للذات .

كما جاء فى الترتيب الثانى العوامل الذاتية المتعلقة بالصحفى والعوامل الخارجية المتعلقة بالنظام الاجتماعى ومؤسساته بنسبة (١٥%) فى أسباب رفض زملاء نشر الأخبار المزيفة، بينما جاءت العوامل التنظيمية والإدارية المتعلقة بالبوابة الإخبارية بالترتيب الثالث بنسبة (٥.٧%) فى أنها سبب فى تدخل بعض القائمين بالاتصال ببعض التعديلات فى الأخبار المزيفة (أنماط تعامل زملاء)، وتساوت معها العوامل الخارجية المتعلقة بالنظام الاجتماعى ومؤسساته فى أنها سبب فى نشر الأخبار المزيفة استجابة للضغوط السياسية. وقد لاحظت الباحثة أن القائم بالاتصال أكد أن العوامل الذاتية المتعلقة بالصحفى لم تؤثر على نشر زملاؤه أى خبر مزيف استجابة لضغوط سياسية.

-لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين العوامل الأكثر تأثيراً فى اتخاذ قرار نشر الأخبار المزيفة وأنماط تعامل المنافسين مع الأخبار المزيفة حيث بلغت قيمة كا (٢٤.٨١٣) وهى قيمة غير دالة إحصائياً  $p > 0.05$ .

الفرض التاسع: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال فى أنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (التعامل الذاتى، التعامل المؤسسى، تعامل المنافسين) بحسب المتغيرات المهنية الخاصة (البوابة الإخبارية) التخصص الدراسى، عضوية النقابة.

- لا توجد علاقة دالة إحصائياً فى الفروق بين القائمين بالاتصال فى أنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (التعامل الذاتى) بحسب التخصص الدراسى حيث بلغت قيمة كا<sup>٢</sup> (٢.٠٥٤) وهى قيمة غير دالة إحصائياً  $p > 0.05$ .



- لا توجد علاقة دالة إحصائياً في الفروق بين القائمين بالاتصال في أنماط التعامل مع الأخبار المزيفة والتعامل المؤسسي بحسب التخصص الدراسي حيث بلغت قيمة كاي<sup>٢</sup> (٦.٠٥٧) وهي قيمة غير دالة إحصائياً  $p > 0.05$ .
- لا توجد علاقة دالة إحصائياً في الفروق بين القائمين بالاتصال في أنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (تعامل المنافسين) بحسب التخصص الدراسي حيث بلغت قيمة كاي<sup>٢</sup> (٠.٤٧٤) وهي قيمة غير دالة إحصائياً  $p > 0.05$ .
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في البوابات الإخبارية في أنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (التعامل الذاتي) بحسب البوابة الإخبارية حيث بلغت قيمة كاي<sup>٢</sup> (٥.١٨٢) وهي قيمة غير دالة إحصائياً .
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في أنماط التعامل مع الأخبار المزيفة (التعامل المؤسسي) بحسب البوابة الإخبارية حيث بلغت قيمة كاي<sup>٢</sup> (١٢.٤٨٨) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال (البوابات المختلفة في أنماط التعامل مع الأخبار المزيفة) (تعامل المنافسين) بحسب البوابة الإخبارية حيث بلغت قيمة كاي<sup>٢</sup> (١٢.٢٣٨) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في البوابات المختلفة (أنماط التعامل الذاتي مع الأخبار المزيفة بحسب عضوية النقابة حيث بلغت قيمة كاي<sup>٢</sup> (٢.٨٥٧) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال في البوابات المختلفة (التعامل المؤسسي) مع الأخبار المزيفة بحسب عضوية النقابة حيث بلغت قيمة كاي<sup>٢</sup> (١.١٢٣) وهي قيمة غير دالة إحصائياً.



- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القائمين بالاتصال فى البوابات المختلفة (تعامل المنافسين) مع الأخبار المزيفة بحسب عضوية النقابة حيث بلغت كلاً (٠.٧٦٠) وهى قيمة غير دالة إحصائياً.

وتدل مؤشرات التحليل الإحصائى أن متغيرات المهنة والمستوى التعليمى وعضوية النقابة والتخصص الدراسى والبوابة الإخبارية لا تؤثر فى نمط التعامل مع الأخبار المزيفة، ولم تكن سبباً فى خلق اختلاف فى نمط التعامل مع الأخبار المزيفة.

### خاتمة الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء دراسة ميدانية على عينة من القائمين بالاتصال قوامها ٤٠ مفردة من البوابات الإخبارية الإلكترونية (فيتو - المصرى اليوم - البوابة نيوز - اليوم السابع - الأهرام - مصر اوى - الوطن)، مستخدمة صحيفة الاستقصاء فى جمع البيانات. واستعانت الباحثة بالعينة العمدية المتاحة من حيث كونها أسلوباً لجمع بيانات هذه الدراسة.

انتهت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن أكثر المفاهيم الشائعة لدى القائم بالاتصال فى المواقع الإخبارية عن الأخبار الزائفة إن هى إلا بيانات مصطنعة وشائعات كاذبة فى الترتيب الأول بنسبة (٧٠.٧%)، تلاها فى الترتيب الثانى أنها أخبار مصطنعة لزيادة الدخول على المواقع الإلكترونية بنسبة (٥٦.٤%)، ثم جاء بالترتيب الثالث أنها بيانات كاذبة تكدر السلم العام بنسبة (٤٧.٩%)، تلاها بنسب متقاربة أنها بيانات كاذبة تثير الفرع بين الناس بنسبة (٤٤.٣%)، بيانات كاذبة تضر بالمصلحة القومية بنسبة (٤٣.٦%)، جاءت أنها أخبار مصطنعة لتشويه صورة الخصم بنسبة (٤٢.٩%)، متقاربة مع أنها بيانات كاذبة تثير الشك والبلبل بنسبة (٤٢.١%)، ثم أنها أخبار مصطنعة كبالون اختبار للرأى العام بنسبة (٤١.٤%)، تلاها أخبار مصطنعة لتحويل



الاهتمام لقضايا أخرى بنسبة (٤٠%)، ثم أخبار مصطنعة لتحسين الصورة الذهنية بنسبة (٢٩.٣%)، وأخيراً جاء مفهوم الأخبار المزيفة على أنها أخبار مصطنعة لامتناس الغضب بنسبة (٢٥.٧%).

وبالنسبة لوسائل الإعلام ودرجة ضلوعها في نشر الأخبار المزيفة، جاءت شبكات التواصل الاجتماعي في المرتبة الأولى فيما يتعلق بدرجة ضلوعها في نشر الأخبار المزيفة، حيث أكد بعض محرري البوابات أنهم يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر معلوماتهم الخاصة والصور والفيديوهات بالرغم من عودتهم الدائمة إلى التأكد من صحة ومصداقية هذه المعلومات بطرق عدة، بدافع التعرف على وجهات النظر المختلفة والبحث عن معلومات جديدة والحصول على الأخبار الفورية، تلتها في المرتبة الثانية البوابات الإخبارية الإلكترونية، وفي المرتبة الثالثة الفضائيات الأجنبية، الصحف الخاصة في المرتبة الرابعة.

كما تبين من خلال الدراسة الميدانية الوسائل الإعلامية التي لا تحظى بالمصداقية لدى القائم بالاتصال في المواقع الإخبارية هي القنوات التلفزيونية (الشرق، مكملين، الوطن) والتي أطلق عليها القائمون بالاتصال أنها إخوانية بالدرجة الأولى والتي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة (٥٢.٩%)، في المرتبة الثانية قناة الجزيرة بنسبة (٣٢.٩%)، مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك) بنسبة (٢٦.٤%) والتي جاءت في المرتبة الثالثة، جاءت الصحف الخاصة المصرية (اليوم السابع، الموجز، النبأ، فيتو) في المرتبة الرابعة بنسبة (٢٠.٧%)، ثم الصحف الأجنبية بنسبة (١٧.٩%) في المرتبة الخامسة، جاءت الصحف القومية المصرية بنسبة (١٣.٦%).

كما قارنت الدراسة الحالية بين مدى الاهتمام الشخصي للقائم بالاتصال بالتحري والتدقيق للأخبار قبل نشرها، وبين اهتمام الأصدقاء والزلاء في البوابات المنافسة، حيث تبين أن هناك إجماعاً لدى القائمون بالاتصال أن البوابات الإخبارية التي يعملون



بها تتحرى الدقة والتدقيق فى صحة الأخبار قبل نشرها بنسبة (٨٧.٢%) وذلك للعمل بمصادقية وحفاظاً على أخلاقيات العمل الصحفى، تلاها أن البوابات الإلكترونية تتحرى الدقة أحياناً بنسبة (١٢.١%)، بينما جاءت أنها لا تهتم إطلاقاً بالتحرى والتدقيق من صحة الأخبار قبل نشرها بنسبة ضعيفة جداً (٠.٧%)، بينما أشار القائمون بالاتصال فى البوابات الإخبارية أن أصدقائهم يهتمون دائماً بالتحرى والتدقيق للمواد الإخبارية قبل نشرها بنسبة (٧٢.٩%)، وأحياناً بنسبة (٢٥.٧%)، لا يهتمون إطلاقاً بنسبة (١.٤%)، وهنا لاحظت الباحثة تحيز القائم بالاتصال لأصدقائه داخل البوابة التى يعمل بها أنهم يتحروا الدقة فى الأخبار التى يقدموها للبوابة التى يعملون بها بنسبة مرتفعة، فى مقابل نسبة ضعيفة لصالح زملاؤه فى البوابات المنافسة.

ومن أهم آليات التحرى والتدقيق التى تستخدمها البوابة الإخبارية، أكد غالبية القائمين بالاتصال فى المواقع الإلكترونية أنهم يراعون أن تمر المادة الإخبارية بمراحل متعددة للمراجعة بدءاً بالديسك المركزى وانتهاءً برئيس التحرير وذلك بنسبة (٧٣.٤%)، جاء الاتصال بالمصادر الرسمية فى المرتبة الثانية بنسبة (٧١.٩%)، بينما جاء الاهتمام بتعدد المصادر داخل الخبر الواحد للتأكد من صحة الأخبار قبل نشرها بنسبة (٥٦.٨%)، تلاها الرجوع إلى قواعد البيانات بنسبة (٣٦%)، ثم الاتصال بمصادر محايدة مستقلة بنسبة (٣٥.٣%)، بينما جاء الرجوع إلى قسم المعلومات بنسبة (٢٣.٧%)، جاءت خطوة الاكتفاء بمراجعة رئيس القسم بنسبة ضعيفة (١١.٥%).

وفىما يتعلق بأكثر العوامل تأثيراً فى اتخاذ القائم بالاتصال فى المواقع الإخبارية قراراً بنشر الأخبار المزيفة هى العوامل التنظيمية والإدارية المتعلقة بالبوابة الإخبارية بنسبة ٤٢.٩%، وتشمل تلك العوامل نظام الملكية وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط المنافسة الصحفية بين المواقع الإلكترونية، وقد يصبح القائم بالاتصال جزءاً من الكيان العام للمؤسسة، جاءت العوامل الخارجية المتعلقة بالنظام الاجتماعى



ومؤسساته في الترتيب الثانى بنسبة (٢٧.٩%)، تلاها العوامل الذاتية المتعلقة بالصحفى ومنها ( الدخل والنوع والطبقة، والسمات الفكرية والعقائدية) بالترتيب الثالث بنسبة (٢١.٤%)، ثم جاءت كل هذه العوامل مجتمعة بنسبة (٧.٨%).

كما أن غالبية القائمين بالاتصال فى البوابات الإخبارية يراعون السياسة التحريرية التى تتبعها البوابة والتى تتمثل فى التعليمات والتوجيهات التى تصدرها إدارة البوابة لكيفية التعامل مع المضمون الإخبارى، وقد جاءت المصري اليوم بالترتيب الأول، وبالثانى البوابة نيوز، والثالث اليوم السابع، والرابع الأهرام، الخامس الوطن، والسادس فيتو، ثم أخيرا مصر اوى اهتماما بمراعاة السياسة التحريرية للبوابة.

وبالنسبة لأمتة الأخبار المزيفة التى نشرتها البوابات الإخبارية وتم تكذيبها: أخبار وفيات الفنانين والمشاهير، اسكان الشباب، الفتاة التى ادعت أنها ذهبت فى رحلة مع وكالة ناسا، إنارة أهرامات الجيزة بعلم السعودية، ايجار شقق الاسكان الاجتماعى، بيع صيدليات لأدوية محظورة، توفير شقق للشباب ب ٥ آلاف جنيه، سفاح السويس يطارد الفتيات، تسريب مياة صرف صحى فى البحر المتوسط فى مصر، نهاية العالم فى ٢٠١٨، إلغاء الدعم على الخبز، وهنا أكد القائم بالاتصال فى موقع فيتو أنه فى حال اكتشاف خطأ فى بعض الأخبار يتم تداركه بحذفه أو نشر خبر يصحح المعلومة.

أما عن الأخبار المزيفة التى رفض القائمين بالاتصال فى البوابات الإخبارية نشرها: أخبار عن تبرعات رجال الأعمال، غلاء الأسعار، أخبار متعلقة بعلاقات ومنافسات بين مرشحين، ارتفاع أسعار العقارات، السترات الصفراء ستغزو القاهرة، انقلاب فى السودان، تسليم هشام عشاوى لمصر، عدم فاعلية الانسولين المصري، خبر خاص بأطفال حصلوا على جوائز دون دليل، هناك مصريون وراء هروب المستثمرين من سيناء، خلاف بين الأزهر ومؤسسات أخرى دون دليل.



وحول أهم القوى الفاعلة والمصادر الأكثر قدرة على تمرير الأخبار المزيفة عبر البوابات الإخبارية جاءت اللجان الإلكترونية بالترتيب الأول حيث جاءت الوطن بأعلى نسبة (١٦.٣%)، المصري اليوم بأقل نسبة (١٠.٧%)، تلاها (النشطاء) ثانى أكبر فاعل فى تمرير الأخبار المزيفة عبر البوابات الإلكترونية محل الدراسة، بأعلى نسبة لموقع الوطن (١٤.٥%)، وأقل نسبة موقع مصر اوى (٧.٢%). جاء بالترتيب الثالث من القوى الفاعلة الأحزاب السياسية المصرية، بأعلى نسبة (١٣.٧%) لموقع اليوم السابع، وأقل نسبة لموقع فيتو (٥.١%). وجاءت المصادر الحكومية بالترتيب الرابع من القوى الفاعلة، بأعلى نسبة لموقع البوابة (١٢.٢%)، أقل نسبة للوطن (٤.٦%) واللائق للنظر أن موقع الأهرام جاء بنسبة (٥%) وهى نسبة قليلة جدا.

كما كشفت نتائج الدراسة الميدانية أن من أهم أسباب نشر الأخبار المزيفة على المواقع الإخبارية بالترتيب الأول زيادة عدد زوار الموقع الإخباري، تشويق وجذب انتباه الجمهور، قلة خبرة الصحفى، الخروج عن الرتابة التقليدية فى المادة الإخبارية، ضيق الوقت وتساوى معها التأمير وتعليمات عليا حيث برر بعض القائمين بالاتصال بأن ضغط الوقت والمواعيد النهائية المستمرة تضاعف حجم العمل المطلوب فى البوابة نظراً لتدقيق الأخبار مما يؤثر على جودة المنتج الصحفى وعمق التغطية المقدمة للمتلقى.

فيما يتعلق بالجهات الأقدر على مواجهة الانفلات المهني المتمثل فى ترويج الأخبار المزيفة، هى نقابة الصحفيين، المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، الهيئة الوطنية للصحافة، الهيئة الوطنية للإعلام، وبالمفارقة تساوت البوابات الإخبارية مع القضاء، وهذا دليل على اعتقاد القائم بالاتصال فى البوابات الإخبارية أن البوابة نفسها مثلها مثل القضاء هى الأقدر على حسم مواجهة الانفلات المهني المتمثل فى ترويج الأخبار المزيفة ومعاينة مروجيها بعقوبات رادعة. ترى الباحثة أن التنسيق بين جميع الجهات

المتخصصة، وتنمية الشعور المهني والتهنية الذاتية لدى الصحفي بالتحري والتدقيق قبل نشر أى محتوى خبري هو الأقدر على مواجهة الانفلات المهني فى ترويج الأخبار المزيفة.

وكشف اختبار الفروض الإحصائية عما يلي:

- وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين مدى الاهتمام الشخصى للقائم بالاتصال بالتحري والتدقيق فى الأخبار التى يقدمها للبوابه الإخبارية ونمط تعامله مع الأخبار المزيفة التى لا يطمئن لصحة ما يتضمنها من بيانات.

- وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة الشدة بين مدى اهتمام الزملاء فى البوابات المنافسة بالتحري والتدقيق للأخبار التى يقدموها للبوابه الإلكترونية التى يعملون بها، ومدى تعاملهم مع الأخبار الزائفة.

- عدم وجود علاقة ارتباط بين الاهتمام الشخصى بالتحري والتدقيق فى الأخبار المقدمة للبوابه الإلكترونية، والقيم المهنية للصحفى ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون (٠.٢٠٣) وهى قيمة غير دالة إحصائياً.

- لا توجد علاقة ارتباط بين اهتمام الآخرين بالتحري والتدقيق، والاهتمام الشخصى (الأنبا) بالتحري والتدقيق فى صحة الأخبار قبل النشر، وترتيب العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

- تبين من التحليل الإحصائى ثبوت جزئى لفرض أنماط تعامل الأصدقاء مع الأخبار المزيفة، والمعرفة بالنصوص القانونية (قوانين العقوبات والصحافة وجرائم تقنية الانترنت) التى تعاقب على جريمة نشر الأخبار المزيفة، وأنماط تعامل الزملاء فى البوابات المنافسة مع الأخبار المزيفة، والمعرفة بالنصوص القانونية، بينما لم يثبت





فرض مدى المعرفة القانونية لدى القائم بالاتصال وأنماط تعامله الذاتى مع الأخبار المزيفة.

-لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين نمط ملكية البوابة، وأنماط تعامل الزملاء في البوابات المنافسة مع الأخبار الزائفة حيث بلغت قيمة كا<sup>2</sup> (39.845) وهى قيمة غير دالة إحصائياً  $P > 0.01$ . ومن هنا اتضح للباحثة أن من أهم أنماط تعامل القائم بالاتصال مع الأخبار الزائفة هو رفض نشرها، ثم استبعاد البيانات الكاذبة، نشر الخبر المزيف مع تعليق مصادر معارضة ومحايدة، وأنه يتحقق من صحته من مصادر أخرى لا علاقة له بملكية البوابة التى يعمل بها سواء حكومية أو خاصة، وهذه نتيجة مهمة فى حد ذاتها أن القائم بالاتصال يرى أنه المسئول عن التعامل مع أى محتوى إخبارى دون شروط أو ضغوط من البوابة التى يعمل بها، وكذلك زملاؤه فى البوابات المنافسة لا تؤثر عليهم نمط ملكية البوابة فى مدى التعامل مع الأخبار الزائفة.

وخرجت الباحثة بعد إجراء الدراسة الميدانية إلى:

- أن هناك عدة عوامل تؤثر على صنع القرار الإعلامى المتعلق بنشر الأخبار الزائفة منها، السياسة التحريرية، والقيم المهنية، والحرص على الإثارة الصحفية، والانتماء السياسى للصحفى، والأخلاق الذاتية للصحفى عند أخذ القرار الصحفى بنشر الخبر المزيف، والضغوط السياسية التى تقع على عاتق الموقع الإلكتروني والمحرر الصحفى، والمنافسة الصحفية، وضغوط الرؤساء داخل الموقع الإلكتروني عن القرار الصحفى بنشر الأخبار المزيفة أم لا، والضغوط الاقتصادية والاجتماعية، وضغوط المعلنين، والمصدقية لدى الجمهور، وضغوط المصادر، وأخيراً تشريعات الإعلام.

- أن التنسيق بين جميع الجهات المتخصصة، وتنمية الشعور المهني والتهيئة الذاتية لدى الصحفى بالتحري والتدقيق قبل نشر أى محتوى خبري هو الأقدر على مواجهة الانفلات المهني فى ترويج الأخبار المزيفة.



- أن نتائج الدراسة الحالية جاءت متفقة مع فرضيات نموذج تأثرية الآخرين حيث يسمح هذا النموذج بقياس مستوى تأثرية الآخرين الذي تبنته الباحثة في بناء أسئلة استمارة الاستقصاء، إذ ركزت فيه على قياس الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وأنماط تعامل الأنا مع الأخبار الزائفة، واهتمام الآخرين بالتحري والتدقيق وتعامل الآخرين مع الأخبار الزائفة، والاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا للعوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة، واهتمام الآخرين بالتحري والتدقيق وترتيب الآخرين للعوامل المؤثرة على الأخبار الزائفة، والمعرفة القانونية (للأنا والزملاء) وترتيب العوامل المؤثرة على نشر الأخبار الزائفة.



## مراجع وملاحق الدراسة:

1. University of Michigan Library: Research guides, "Fake News", Lies and Propaganda: How to Sort Fact from fiction, available at: <http://guides.lib.umich.edu/c.php?g=637508&p=4462456>.
2. Axel Gelfert, Fake News: A Definition, Informal Logic, Vol.38, No.1 (2018), pp.84-117.
3. سلوى إبراهيم حسن، المتغيرات المؤثرة فى بنية الأنواع الصحفية بالصحف الإلكترونية المصرية دراسة على القائم بالاتصال والأنواع الصحفية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، قسم صحافة، جامعة القاهرة، ٢٠١٧.
4. Shoemaker, P., & Reese, S. (1991). Mediating the message. New York: Longman.p126.
5. Tuchman, G (1973). Making News by Doing Work: routinizing the unexpected, American Journal of Society, Vol. 79,pp. 110-31.
6. محمود محمد مصطفى خلوف، بيئة العمل الصحفى وتأثيرها على القائمين بالاتصال فى المواقع الإخبارية الفلسطينية، دراسة ميدانية مقارنة على العاملين فى وكالات الأنباء المحلية، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى، كلية الإعلام، ٢٠١٦.
7. رفيدى بن عبدالله آل بكرى الأسمرى، العوامل الاجتماعية المؤثرة فى أداء المحررين، دراسة على عينة من الصحفيين فى جريدتى سبق والوثام، رسالة ماجستير، السعودية، كلية الإعلام والاتصال، قسم الصحافة والنشر الإلكتروني، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، ٢٠١٦.
8. Ivor Shapiro, Joseph Castaldo, online Editors Rate web News, Volume 28, issue 1, page 55-69, Issue published, January 1, 2007.



٩. فايق ميخائيل حجازين، المعايير المهنية للقائم بالاتصال وأثرها على انتقاء الأخبار في وكالة الأنباء الأردنية (بترا)، جامعة اليرموك، المجلة العربية للإعلام والاتصال، العدد الخامس عشر، مايو ٢٠١٦.
١٠. رانده ماضى فكرى، العوامل المؤثرة فى الأداء المهني للقائمين بالاتصال فى المواقع الإخبارية الإلكترونية، رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٤.
١١. منى محمد الطوخى سالم، العوامل المؤثرة على القائمين بالاتصال وعلاقتها بفنون التحرير الصحفى فى بعض الصحف المصرية (القومية والخاصة)، دراسة تطبيقية مقارنة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية النوعية، جامعة عين شمس، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٣.
١٢. أميمة عمران، مصداقية المصادر لدى القائم بالاتصال فى الصحافة المصرية- دراسة ميدانية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم صحافة، ٢٠٠٩.
١٣. بتول عبد العزيز رشيد، معايير مصداقية منتجى المواقع الإلكترونية الإخبارية العراقية: دراسة مقارنة للمواقع الإلكترونية، مجلة آداب البصرة، كلية الآداب، جامعة البصرة، العراق، ٢٠١٥.
١٤. محمود محمد مصطفى خلوف، مرجع سابق.
١٥. رفيدي بن عبدالله آل بكرى الأسمرى، مرجع سابق.
١٦. توفيق عبد العزيز أبو جراد، دور القائم بالاتصال فى المواقع الإلكترونية الإخبارية الفلسطينية فى بناء أجندة قضايا المواطن فى فلسطين، رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم الإعلام والاتصال، ٢٠١٥.
١٧. أميمة عمران، مرجع سابق.
١٨. Ivor Shapiro, Joseph Castaldo, Ibid.
١٩. فايق ميخائيل حجازين، مرجع سابق.
٢٠. رانده ماضى، العوامل المؤثرة فى الأداء المهني للقائمين بالاتصال فى المواقع الإخبارية الإلكترونية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية التربية النوعية، قسم الإعلام التربوي، ٢٠١٤.



- <sup>21</sup>. Hunt Allcott & Matthew Gentzkow, 2017. "Social Media and Fake News in the 2016 Election," Journal of Economic Perspectives, vol 31(2), pages 211-236.
- <sup>22</sup>. منى محمد الطوخي، مرجع سابق.
- <sup>23</sup>. بتول عبد العزيز رشيد، مرجع سابق.
- <sup>24</sup> . Philips Davison (1983) The Third Person Effects in Communication. Public Opinion Quarterly, vol. 47, pp. 1-15.
- <sup>25</sup> . Michel Dupagne, Michael B. Salwen & Bryant Paul (1999) Impact of Question order on the third –person Effect. International Journal of public opinion research, vol. 11no.4,p.334.
- <sup>26</sup> . Richard M. Perloff (1993) third –person Effect Research 1983-1992: A Review and Synthesis . International Journal of public opinion Research, vol. 5, no. 2,p.167.
- <sup>27</sup> . Ibid. p.168.
- <sup>28</sup> . Michael B. Salwen & Paul D. DRISCOLL (1997) Consequences of third – person perception in support of press Restrictions in the O.J. Simpson Trial. Journal of Communication, vol. 47, no.2,p.61.
- <sup>29</sup> . Philips Davison(1983), op. cit.,p.3.
- <sup>30</sup> . Richard M. Perloff (1996) Perceptions and conceptions of Political Media Impact: The third person Effect and Beyond In: Ann crigler (ed) The Psychology of Political communication. Ann Arbor: The University of Michigan press. Pp. 177-179.
- <sup>31</sup> . Davison, Philip ,op.cit, p 14.
- <sup>32</sup> . Eveland, William, p& McLeod, Douglas, M " The Effect of Social Desirability on Perceived Media Impact: Implication for Third Person Perceptions " , International Journal of Public Opinion Research, Vol (11), No (1),1999, p 316

33. Dupagne, Michel & Others : "Impact of Question Order on The Third Person Effect" , International Journal of Public Opinion Research ,Vol (11), No(4),1999, p 334
- 34 . Pamela J. Shoemaker, Stephen D. Reese, Mediating the message: theories of influences on mass media content, Longman Publishers, USA.1996.
- 35 . Lewin, K. (1947) Frontiers in group dynamics II: Channels of group life; Social planning and action research. Human Relations, Vol.1,pp 143-153.
- 36 . Steiner, L. (2012). Failed Theories: Explaining Gender Difference in Journalism, The Review of Communication, Vol. . 12,No. .3,pp.203.
- 37 . Brown, J., Bybee. C., Wearden, S., & Strughan D.(1988) Invisible power Newspaper news source and Limits of diversity. Journalism Quarterly, Vol. . 63. P 47.

٣٨. سلوى إبراهيم حسن، مرجع سابق.

- 39 . Ornebring H. (2008) The Two professionalisms of Journalism: Updating journalism research for the 21<sup>st</sup> Century. Paper presented at the ICA Conference in Toronto (may 2008) p.44.

٤٠. استعانت الباحثة في تحكيم الاستمارة بكل من:

- أ.د سهام نصار أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة حلون - عميد كلية الإعلام بجامعة سيناء.
- أ.د محمد سعد أستاذ الصحافة بكلية الآداب جامعة المنيا - عميد المعهد الدولي العالى للإعلام بالشروق.
- أ.د ايناس أبو يوسف أستاذ الصحافة بكلية الإعلام بجامعة القاهرة- عميد كلية الإعلام بجامعة الأهرام الكندية.
- أ.د السيد بخيت أستاذ بقسم الصحافة بكلية الإعلام بجامعة القاهرة.
- أ.د محرز غالى أستاذ الصحافة بكلية الإعلام جامعة القاهرة.
- أ.م.د خالد مسعد أستاذ الصحافة المساعد بكلية الإعلام بجامعة سيناء.



جدول ( ٣٦ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصى بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (المنافسة الصحفية) ضمن  
العوامل المؤثرة  
على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق فى الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل بها		ك	.	-
	تهتم دائماً	تهتم أحيانا			
٣٨	٣٦	٢	ك	.	- المنافسة الصحفية
%٢٧.١	%٢٥.٧	%١.٤	%		
٥	٥	٠	ك	١	
%٣.٦	%٣.٦	%٠.	%		
١١	١٠	١	ك	٢	
%٧.٩	%٧.١	%٧.	%		
١٨	١٨	٠	ك	٣	
%١٢.٩	%١٢.٩	%٠.	%		
٦٨	٦٥	٣	ك	٤	
%٤٨.٦	%٤٦.٤	%٢.١	%		
١٤٠	١٣٤	٦	ك	Total	
%١٠٠.٠	%٩٥.٧	%٤.٣	%		

(كا<sup>٢</sup>=١.٧٤٠، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٧٨٣)

جدول ( ٣٧ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (الأخلاق الذاتية للصحفي)  
ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق في الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل بها		ك	%	
	تهتم أحيانا	تهتم دائما			
٣٧	٣	٣٤	ك	٠	- الأخلاق الذاتية للصحفي
%٢٦.٤	%٢.١	%٢٤.٣	%	١	
١٣	١	١٢	ك	٢	
%٩.٣	%٧.	%٨.٦	%	٣	
١٢	٠	١٢	ك	٤	
%٨.٦	%٠.	%٨.٦	%	Total	
١٨	٠	١٨	ك		
%١٢.٩	%٠.	%١٢.٩	%		
٦٠	٢	٥٨	ك		
%٤٢.٩	%١.٤	%٤١.٤	%		
١٤٠	٦	١٣٤	ك		
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%		

(كأ<sup>٢</sup>=٣.١٦٢، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٥٣١)

جدول ( ٣٨ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (ميثاق الشرف الصحفي) ضمن  
العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق في الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل بها		ك	%	
	تهتم أحيانا	تهتم دائما			
٤٨	٣	٤٥	ك	٠	- ميثاق الشرف الصحفي
%٣٤.٣	%٢.١	%٣٢.١	%	١	
٥	٠	٥	ك	٢	
%٣.٦	%٠.	%٣.٦	%	٣	
٥	٠	٥	ك	٤	
%٣.٦	%٠.	%٣.٦	%	Total	
٦	١	٥	ك		
%٤.٣	%٧.	%٣.٦	%		
٧٦	٢	٧٤	ك		
%٥٤.٣	%١.٤	%٥٢.٩	%		
١٤٠	٦	١٣٤	ك		
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%		

(كأ<sup>٢</sup>=٣.٦٤٨، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٤٥٦)





جدول ( ٣٩ ) العلاقة بين الاهتمام الشخصى بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (لتشريعات الإعلام) ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق فى الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل بها		ك	٠	١	٢	٣	٤	ك	Total
	تهتم دائماً	تهتم أحياناً								
٦٠	٥٧	٣	ك	٠	١	٢	٣	٤	ك	- تشريعات الإعلام
%٤٢.٩	%٤٠.٧	%٢.١	%	%	%	%	%	%	%	
١	١	٠	ك	١	٢	٣	٤	ك		
%٧.	%٧.	%٠.	%	%	%	%	%	%		
٣	٣	٠	ك	٢	٣	٤	ك			
%٢.١	%٢.١	%٠.	%	%	%	%	%	%		
٤	٤	٠	ك	٣	٤	ك				
%٢.٩	%٢.٩	%٠.	%	%	%	%	%	%		
٧٢	٦٩	٣	ك	٤	٤	ك				
%٥١.٤	%٤٩.٣	%٢.١	%	%	%	%	%	%		
١٤٠	١٣٤	٦	ك	Total						
%١٠٠.٠	%٩٥.٧	%٤.٣	%							

(كأ=٠.٤٣٥، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٩٧٩)

جدول ( ٤٠ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصى بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (للضغوط السياسية) ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	٧- هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق فى الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل بها		ك	٠	١	٢	٣	٤	ك	Total
	تهتم دائماً	تهتم أحياناً								
٤٦	٤٣	٣	ك	٠	١	٢	٣	٤	ك	- الضغوط السياسية
%٣٢.٩	%٣٠.٧	%٢.١	%	%	%	%	%	%	%	
١٢	١٢	٠	ك	١	٢	٣	٤	ك		
%٨.٦	%٨.٦	%٠.	%	%	%	%	%	%		
١٥	١٥	٠	ك	٢	٣	٤	ك			
%١٠.٧	%١٠.٧	%٠.	%	%	%	%	%	%		
٩	٩	٠	ك	٣	٤	ك				
%٦.٤	%٦.٤	%٠.	%	%	%	%	%	%		
٥٨	٥٥	٣	ك	٤	٤	ك				
%٤١.٤	%٣٩.٣	%٢.١	%	%	%	%	%	%		
١٤٠	١٣٤	٦	ك	Total						
%١٠٠.٠	%٩٥.٧	%٤.٣	%							

(كأ=٢.٢٨٤، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٦٨٤)

جدول ( ٤١ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (للضغوط الاقتصادية والاجتماعية) ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق في الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل بها		ك	٠	- الضغوط الاقتصادية والاجتماعية
	تهتم دائماً	تهتم أحيانا			
٥٠	٢	٤٨	ك	٠	
%٣٥.٧	%١.٤	%٣٤.٣	%	١	
١	٠	١	ك	٢	
%٧.	%٠.	%٧.	%	٣	
٩	٠	٩	ك	٤	
%٦.٤	%٠.	%٦.٤	%	Total	
١٣	٠	١٣	ك		
%٩.٣	%٠.	%٩.٣	%		
٦٧	٤	٦٣	ك		
%٤٧.٩	%٢.٩	%٤٥.٠	%		
١٤٠	٦	١٣٤	ك		
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%		

(كأ<sup>٢</sup>=١.٥٠٣، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٨٢٦)

جدول ( ٤٢ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (للضغوط الثقافية) ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق في الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل بها		ك	٠	- الضغوط الثقافية
	تهتم دائماً	تهتم أحيانا			
٧١	٤	٦٧	ك	٠	
%٥٠.٧	%٢.٩	%٤٧.٩	%	٢	
٢	٠	٢	ك	٣	
%١.٤	%٠.	%١.٤	%	٤	
٢	٠	٢	ك	Total	
%١.٤	%٠.	%١.٤	%		
٦٥	٢	٦٣	ك		
%٤٦.٤	%١.٤	%٤٥.٠	%		
١٤٠	٦	١٣٤	ك		
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%		

(كأ<sup>٢</sup>=٠.٧٢٥، درجة الحرية=٣، مستوى المعنوية=٠.٨٦٧)



جدول (٤٣)

العلاقة بين الاهتمام الشخصى بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (الضغوط المعنويين) ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق فى الأخبار التى تقدمها للبوابة الإخبارية التى تعمل بها		ك		
	تهتم أحيانا	تهتم دائماً			
٥٣	٤	٤٩	ك	٠	ضغوط المعنويين
%٣٧.٩	%٢.٩	%٣٥.٠	%	١	
٤	٠	٤	ك	٢	
%٢.٩	%٠.	%٢.٩	%	٣	
٣	٠	٣	ك	٤	
%٢.١	%٠.	%٢.١	%	Total	
٦	٠	٦	ك		
%٤.٣	%٠.	%٤.٣	%		
٧٤	٢	٧٢	ك		
%٥٢.٩	%١.٤	%٥١.٤	%		
١٤٠	٦	١٣٤	ك		
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%		

(كأ<sup>٢</sup>=٢.٤٠٩، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٦٦١)

جدول (٤٤)

العلاقة بين الاهتمام الشخصى بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (الضغوط المصادر) ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق فى الأخبار التى تقدمها للبوابة الإخبارية التى تعمل بها		ك		
	تهتم أحيانا	تهتم دائماً			
٥٥	٤	٥١	ك	٠	ضغوط المصادر
%٣٩.٣	%٢.٩	%٣٦.٤	%	١	
٢	٠	٢	ك	٢	
%١.٤	%٠.	%١.٤	%	٣	
٢	٠	٢	ك	٤	
%١.٤	%٠.	%١.٤	%	Total	
١	٠	١	ك		
%٧.	%٠.	%٧.	%		
٨٠	٢	٧٨	ك		
%٥٧.١	%١.٤	%٥٥.٧	%		
١٤٠	٦	١٣٤	ك		
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%		

(كأ<sup>٢</sup>=٢.٠٤٢، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٧٢٨)

جدول ( ٤٥ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (للحرص على الإثارة الصحفية) ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق في الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل بها		ك	%	
	تهتم أحيانا	تهتم دائماً			
٤٠	٣	٣٧	ك	٠	الحرص على الإثارة الصحفية
%٢٨.٦	%٢.١	%٢٦.٤	%	١	
٢٢	١	٢١	ك	٢	
%١٥.٧	%٧.	%١٥.٠	%	٣	
٥	١	٤	ك	٤	
%٣.٦	%٧.	%٢.٩	%	Total	
٩	٠	٩	ك		
%٦.٤	%٠.	%٦.٤	%		
٦٤	١	٦٣	ك		
%٤٥.٧	%٧.	%٤٥.٠	%		
١٤٠	٦	١٣٤	ك		
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%		

(كأ<sup>٢</sup>=٥.٥٨١، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٢٣٣)

جدول ( ٤٦ )

العلاقة بين الاهتمام الشخصي بالتحري والتدقيق وترتيب الأنا (للمصادقية لدى الجمهور) ضمن العوامل المؤثرة على التعامل مع الأخبار الزائفة.

Total	هل تهتم أنت شخصياً بالتحري والتدقيق في الأخبار التي تقدمها للبوابة الإخبارية التي تعمل بها		ك	%	
	تهتم أحيانا	تهتم دائماً			
٦٠	٣	٥٧	ك	٠	المصادقية لدى الجمهور
%٤٢.٩	%٢.١	%٤٠.٧	%	١	
٤	١	٣	ك	٢	
%٢.٩	%٧.	%٢.١	%	٣	
٥	١	٤	ك	٤	
%٣.٦	%٧.	%٢.٩	%	Total	
٥	٠	٥	ك		
%٣.٦	%٠.	%٣.٦	%		
٦٦	١	٦٥	ك		
%٤٧.١	%٧.	%٤٦.٤	%		
١٤٠	٦	١٣٤	ك		
%١٠٠.٠	%٤.٣	%٩٥.٧	%		

(كأ<sup>٢</sup>=٨.٧٢٨، درجة الحرية=٤، مستوى المعنوية=٠.٠٦٨)



جدول ( ٤٧ )

العلاقة بين نمط ملكية الموقع وترتيب العوامل المؤثرة على نشر الأخبار الزائفة

Total	البوابة الإخبارية							ك	٠	١	٢	٣	٤	Total	
	مصرى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام								
٦٨	٦	٦	١١	١١	١٢	١١	١١	ك	%	%	%	%	%	%	%
%٤٨.٦	%٤.٣	%٤.٣	%٧.٩	%٧.٩	%٨.٦	%٧.٩	%٧.٩	%	%	%	%	%	%	%	%
٢٩	٦	٣	٥	٧	٤	٣	١	ك	%	%	%	%	%	%	%
%٢٠.٧	%٤.٣	%٢.١	%٣.٦	%٥.٠	%٢.٩	%٢.١	%٧.	%	%	%	%	%	%	%	%
٩	١	٣	١	٠	١	٢	١	ك	%	%	%	%	%	%	%
%٦.٤	%٧.	%٢.١	%٧.	%٠.	%٧.	%١.٤	%٧.	%	%	%	%	%	%	%	%
٨	٣	١	٠	٠	٢	٢	٠	ك	%	%	%	%	%	%	%
%٥.٧	%٢.١	%٧.	%٠.	%٠.	%١.٤	%١.٤	%٠.	%	%	%	%	%	%	%	%
٢٦	٥	٧	٢	٢	١	٢	٧	ك	%	%	%	%	%	%	%
%١٨.٦	%٣.٦	%٥.٠	%١.٤	%١.٤	%٧.	%١.٤	%٥.٠	%	%	%	%	%	%	%	%
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك	%	%	%	%	%	%	%
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%	%	%	%	%	%	%	%

(كأ<sup>٢</sup>=٣٢.٣٩٤، درجة الحرية=٢٤، مستوى المعنوية=٠.١١٨)

Total	البوابة الإخبارية							ك	٠	١	٢	٣	٤	Total	
	مصرى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام								
٤٣	٤	٥	٥	٧	٧	٧	٨	ك	%	%	%	%	%	%	%
%٣٠.٧	%٢.٩	%٣.٦	%٣.٦	%٥.٠	%٥.٠	%٥.٠	%٥.٧	%	%	%	%	%	%	%	%
٢٤	٢	٥	٤	٤	٤	٢	٣	ك	%	%	%	%	%	%	%
%١٧.١	%١.٤	%٣.٦	%٢.٩	%٢.٩	%٢.٩	%١.٤	%٢.١	%	%	%	%	%	%	%	%
٢٠	٣	٢	٢	٣	٥	٣	٢	ك	%	%	%	%	%	%	%
%١٤.٣	%٢.١	%١.٤	%١.٤	%٢.١	%٣.٦	%٢.١	%١.٤	%	%	%	%	%	%	%	%
٥	١	٠	٣	١	٠	٠	٠	ك	%	%	%	%	%	%	%
%٣.٦	%٧.	%٠.	%٢.١	%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%	%	%	%	%	%	%	%
٤٨	١١	٨	٥	٥	٤	٨	٧	ك	%	%	%	%	%	%	%
%٣٤.٣	%٧.٩	%٥.٧	%٣.٦	%٣.٦	%٢.٩	%٥.٧	%٥.٠	%	%	%	%	%	%	%	%
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك	%	%	%	%	%	%	%
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%	%	%	%	%	%	%	%

(كأ<sup>٢</sup>=٢٢.٣٧٨، درجة الحرية=٢٤، مستوى المعنوية=٠.٥٥٧)

Total	البوابة الإخبارية							ك	%	
	مصر وى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام			
٢٤	٤	١	٦	٦	٢	٤	١	ك	٠	- السبائسة التحريرية
%١٧.١	%٢.٩	%٧.	%٤.٣	%٤.٣	%١.٤	%٢.٩	%٧.	%	٠	
١٨	٢	٠	٣	٠	٤	٦	٣	ك	١	
%١٢.٩	%١.٤	%٠.	%٢.١	%٠.	%٢.٩	%٤.٣	%٢.١	%	١	
٢٠	٢	٣	٢	٥	٧	١	٠	ك	٢	
%١٤.٣	%١.٤	%٢.١	%١.٤	%٣.٦	%٥.٠	%٧.	%٠.	%	٢	
١٨	٢	٥	٢	٢	٢	١	٤	ك	٣	
%١٢.٩	%١.٤	%٣.٦	%١.٤	%١.٤	%١.٤	%٧.	%٢.٩	%	٣	
٦٠	١١	١١	٦	٧	٥	٨	١٢	ك	٤	
%٤٢.٩	%٧.٩	%٧.٩	%٤.٣	%٥.٠	%٣.٦	%٥.٧	%٨.٦	%	٤	
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك	Total	
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%	Total	

(كأ<sup>٢</sup>=٤٠.٩٥٤، درجة الحرية=٢٤، مستوى المعنوية=٠.٠١٧، معامل التوافق=٠.٤٧٦)

Total	البوابة الإخبارية							ك	%	
	مصر وى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام			
٣٨	٤	٤	٧	٧	٦	٨	٢	ك	٠	- المناقصة الصحفية
%٢٧.١	%٢.٩	%٢.٩	%٥.٠	%٥.٠	%٤.٣	%٥.٧	%١.٤	%	٠	
٥	١	٠	٠	٠	٣	٠	١	ك	١	
%٣.٦	%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%٢.١	%٠.	%٧.	%	١	
١١	٣	٠	٣	٠	٠	١	٤	ك	٢	
%٧.٩	%٢.١	%٠.	%٢.١	%٠.	%٠.	%٧.	%٢.٩	%	٢	
١٨	٠	٣	٢	٥	٣	٣	٢	ك	٣	
%١٢.٩	%٠.	%٢.١	%١.٤	%٣.٦	%٢.١	%٢.١	%١.٤	%	٣	
٦٨	١٣	١٣	٧	٨	٨	٨	١١	ك	٤	
%٤٨.٦	%٩.٣	%٩.٣	%٥.٠	%٥.٧	%٥.٧	%٥.٧	%٧.٩	%	٤	
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك	Total	
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%	Total	

(كأ<sup>٢</sup>=٣٥.٩٨٦، درجة الحرية=٢٤، مستوى المعنوية=٠.٠٥٥)



Total	البوابة الإخبارية							ك		
	مصرواى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام			
٣٧	٣	٣	٩	٩	٥	٢	٦	ك	٠	- الأخلاق الذاتية للصحفى
%٢٦.٤	%٢.١	%٢.١	%٦.٤	%٦.٤	%٣.٦	%١.٤	%٤.٣	%	٠	
١٣	١	٤	٠	٠	١	٥	٢	ك	١	
%٩.٣	%٧.	%٢.٩	%٠.	%٠.	%٧.	%٣.٦	%١.٤	%	١	
١٢	١	٣	١	٢	٠	٣	٢	ك	٢	
%٨.٦	%٧.	%٢.١	%٧.	%١.٤	%٠.	%٢.١	%١.٤	%	٢	
١٨	٣	٢	٥	٢	٤	٠	٢	ك	٣	
%١٢.٩	%٢.١	%١.٤	%٣.٦	%١.٤	%٢.٩	%٠.	%١.٤	%	٣	
٦٠	١٣	٨	٤	٧	١٠	١٠	٨	ك	٤	
%٤٢.٩	%٩.٣	%٥.٧	%٢.٩	%٥.٠	%٧.١	%٧.١	%٥.٧	%	٤	
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك	Total	
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%	Total	

(كأ<sup>٢</sup>=٣٧.٨٧٧، درجة الحرية=٢٣، مستوى المعنوية=٠.٠٣٦، معامل التوافق=٠.٤٦١)

Total	البوابة الإخبارية							ك		
	مصرواى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام			
٤٨	٥	٢	٧	٩	٩	٧	٩	ك	٠	- ميثاق الشرف الصحفى
%٢٤.٣	%٣.٦	%١.٤	%٥.٠	%٦.٤	%٦.٤	%٥.٠	%٦.٤	%	٠	
٥	١	١	١	١	١	٠	٠	ك	١	
%٣.٦	%٧.	%٧.	%٧.	%٧.	%٧.	%٠.	%٠.	%	١	
٥	٠	٣	٠	٠	١	١	٠	ك	٢	
%٣.٦	%٠.	%٢.١	%٠.	%٠.	%٧.	%٧.	%٠.	%	٢	
٦	٠	١	٢	٠	٠	١	٢	ك	٣	
%٤.٣	%٠.	%٧.	%١.٤	%٠.	%٠.	%٧.	%١.٤	%	٣	
٧٦	١٥	١٣	٩	١٠	٩	١١	٩	ك	٤	
%٥٤.٣	%١٠.٧	%٩.٣	%٦.٤	%٧.١	%٦.٤	%٧.٩	%٦.٤	%	٤	
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك	Total	
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	١٤.٣ %	%	Total	

(كأ<sup>٢</sup>=٢٦.٩١٢، درجة الحرية=٢٤، مستوى المعنوية=٠.٣٠٩)

Total	البوابة الإخبارية							ك	
	مصرى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام		
٦٠	٧	٥	١٠	٩	١١	١٠	٨	ك	- تشريعات الإعلام
%٤٢.٩	%٥.٠	%٣.٦	%٧.١	%٦.٤	%٧.٩	%٧.١	%٥.٧	%	
١	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	ك	
%٧.	%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%٠.	%٠.	%٠.	%	
٣	١	١	٠	١	٠	٠	٠	ك	
%٢.١	%٧.	%٧.	%٠.	%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%	
٤	٠	٢	٠	١	٠	٠	١	ك	
%٢.٩	%٠.	%١.٤	%٠.	%٧.	%٠.	%٠.	%٧.	%	
٧٢	١٢	١٢	٩	٩	٩	١٠	١١	ك	
%٥١.٤	%٨.٦	%٨.٦	%٦.٤	%٦.٤	%٦.٤	%٧.١	%٧.٩	%	
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك	Total
١٠٠.٠ %	%١٥.٠	%١٤.٣	١٣.٦ %	١٤.٣ %	١٤.٣ %	١٤.٣ %	١٤.٣ %	%	

(كأ) = ٢٠.٢٥٦، درجة الحرية = ٢٤، مستوى المعنوية = ٠.٦٨٢

Total	البوابة الإخبارية							ك	
	مصرى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام		
٤٦	٣	٥	٩	٦	٩	٦	٨	ك	- الضغوط السياسية
%٣٢.٩	%٢.١	%٣.٦	%٦.٤	%٤.٣	%٦.٤	%٤.٣	%٥.٧	%	
١٢	٢	٠	٢	٣	٠	٢	٣	ك	
%٨.٦	%١.٤	%٠.	%١.٤	%٢.١	%٠.	%١.٤	%٢.١	%	
١٥	٣	١	٢	١	٣	٣	٢	ك	
%١٠.٧	%٢.١	%٧.	%١.٤	%٧.	%٢.١	%٢.١	%١.٤	%	
٩	١	٢	٠	٠	٠	٤	٢	ك	
%٦.٤	%٧.	%١.٤	%٠.	%٠.	%٠.	%٢.٩	%١.٤	%	
٥٨	١٢	١٢	٦	١٠	٨	٥	٥	ك	
%٤١.٤	%٨.٦	%٨.٦	%٤.٣	%٧.١	%٥.٧	%٣.٦	%٣.٦	%	
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك	Total
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%	

(كأ) = ٢٩.٥٢١، درجة الحرية = ٢٤، مستوى المعنوية = ٠.٢٠١





Total	البوابة الإخبارية								
	مصرواى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام		
٥٠	٥	٧	٩	٧	١٠	٦	٦	ك	الضغوط الاقتصادية والاجتماعية
%٣٥.٧	%٣.٦	%٥.٠	%٦.٤	%٥.٠	%٧.١	%٤.٣	%٤.٣	%	
١	٠	٠	٠	١	٠	٠	٠	ك	
%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%	
٩	٣	١	٢	٠	٠	١	٢	ك	
%٦.٤	%٢.١	%٧.	%١.٤	%٠.	%٠.	%٧.	%١.٤	%	
١٣	٤	٠	٢	٢	١	٢	٢	ك	
%٩.٣	%٢.٩	%٠.	%١.٤	%١.٤	%٧.	%١.٤	%١.٤	%	
٦٧	٩	١٢	٦	١٠	٩	١١	١٠	ك	
%٤٧.٩	%٦.٤	%٨.٦	%٤.٣	%٧.١	%٦.٤	%٧.٩	%٧.١	%	
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك	Total
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%	

(كأ<sup>٢</sup>=٢١.٢١٤، درجة الحرية=٢٤، مستوى المعنوية=٠.٢٢٦)

Total	البوابة الإخبارية									
	مصرواى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام			
٧١	٨	٩	١٢	١٠	١١	١١	١٠	ك	- الضغوط الثقافية	
%٥٠.٧	%٥.٧	%٦.٤	%٨.٦	%٧.١	%٧.٩	%٧.٩	%٧.١	%		
٢	٠	١	٠	١	٠	٠	٠	ك		
%١.٤	%٠.	%٧.	%٠.	%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%		
٢	١	٠	٠	٠	١	٠	٠	ك		
%١.٤	%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%٧.	%٠.	%٠.	%		
٦٥	١٢	١٠	٧	٩	٨	٩	١٠	ك		
%٤٦.٤	%٨.٦	%٧.١	%٥.٠	%٦.٤	%٥.٧	%٦.٤	%٧.١	%		
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك		Total
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%		

(كأ<sup>٢</sup>=١٢.٥٥١، درجة الحرية=١٨، مستوى المعنوية=٠.٨١٨)



Total	البوابة الإخبارية							ك	%	
	مصرى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام			
٥٣	٤	٤	١٢	٩	١٠	٨	٦	ك	0	مضغوط المعلنين
%٣٧.٩	%٢.٩	%٢.٩	%٨.٦	%٦.٤	%٧.١	%٥.٧	%٤.٣	%	0	
٤	٠	٢	٠	١	١	٠	٠	ك	1	
%٢.٩	%٠.	%١.٤	%٠.	%٧.	%٧.	%٠.	%٠.	%	1	
٣	٠	٠	٢	١	٠	٠	٠	ك	2	
%٢.١	%٠.	%٠.	%١.٤	%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%	2	
٦	٢	٠	١	١	٠	٠	٢	ك	3	
%٤.٣	%١.٤	%٠.	%٧.	%٧.	%٠.	%٠.	%١.٤	%	3	
٧٤	١٥	١٤	٤	٨	٩	١٢	١٢	ك	4	
%٥٢.٩	%١٠.٧	%١٠.٠	%٢.٩	%٥.٧	%٦.٤	%٨.٦	%٨.٦	%	4	
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك	Total	
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%	Total	

(كأ) = ٣٦.٧٨٦، درجة الحرية = ٢٣، مستوى المعنوية = ٠.٠٤٦، معامل التوافق = ٠.٤٥٦

Total	البوابة الإخبارية							ك	%	
	مصرى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام			
٥٥	٦	٥	١١	٩	٩	٨	٧	ك	0	مضغوط المصادر
%٣٩.٣	%٤.٣	%٣.٦	%٧.٩	%٦.٤	%٦.٤	%٥.٧	%٥.٠	%	0	
٢	١	٠	٠	١	٠	٠	٠	ك	1	
%١.٤	%٧.	%٠.	%٠.	%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%	1	
٢	٠	١	٠	٠	٠	٠	١	ك	2	
%١.٤	%٠.	%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%٠.	%٧.	%	2	
١	٠	٠	٠	١	٠	٠	٠	ك	3	
%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%٧.	%٠.	%٠.	%٠.	%	3	
٨٠	١٤	١٤	٨	٩	١١	١٢	١٢	ك	4	
%٥٧.١	%١٠.٠	%١٠.٠	%٥.٧	%٦.٤	%٧.٩	%٨.٦	%٨.٦	%	4	
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك	Total	
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%	Total	

(كأ) = ٢١.٨٤٢، درجة الحرية = ٢٤، مستوى المعنوية = ٠.٥٨٩



Total	البوابة الإخبارية							ك	٠	
	مصرى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام			
٤١	٣	٤	١٠	٤	٩	٦	٥	ك		
%٢٩.٣	%٢.١	%٢.٩	%٧.١	%٢.٩	%٦.٤	%٤.٣	%٣.٦	%		
٨	١	٠	٢	٤	٠	١	٠	ك	١	
%٥.٧	%٧.	%٠.	%١.٤	%٢.٩	%٠.	%٧.	%٠.	%		
٧	٣	٠	٠	٠	٠	١	٣	ك	٢	ضغط الرؤساء
%٥.٠	%٢.١	%٠.	%٠.	%٠.	%٠.	%٧.	%٢.١	%		
١١	٠	٤	٢	٠	١	٢	٢	ك	٣	
%٧.٩	%٠.	%٢.٩	%١.٤	%٠.	%٧.	%١.٤	%١.٤	%		
٧٣	١٤	١٢	٥	١٢	١٠	١٠	١٠	ك	٤	
%٥٢.١	%١٠.٠	%٨.٦	%٣.٦	%٨.٦	%٧.١	%٧.١	%٧.١	%		
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك		Total
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%		

(كا<sup>٢</sup>=٤٢.٥٠٢، درجة الحرية=٢٤، مستوى المعنوية=٠.٠١١، معامل التوافق=٠.٤٨٣)

Total	البوابة الإخبارية							ك	٠	
	مصرى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام			
٤٠	٣	٤	١١	٥	٨	٥	٤	ك		
%٢٨.٦	%٢.١	%٢.٩	%٧.٩	%٣.٦	%٥.٧	%٣.٦	%٢.٩	%		
٢٢	٣	٥	١	٣	١	١	٨	ك	١	الحرص على الإثارة الصحفية
%١٥.٧	%٢.١	%٣.٦	%٧.	%٢.١	%٧.	%٧.	%٥.٧	%		
٥	١	١	٠	١	٠	١	١	ك	٢	
%٣.٦	%٧.	%٧.	%٠.	%٧.	%٠.	%٧.	%٧.	%		
٩	١	١	٠	٠	٢	٤	١	ك	٣	
%٦.٤	%٧.	%٧.	%٠.	%٠.	%١.٤	%٢.٩	%٧.	%		
٦٤	١٣	٩	٧	١١	٩	٩	٦	ك	٤	
%٤٥.٧	%٩.٣	%٦.٤	%٥.٠	%٧.٩	%٦.٤	%٦.٤	%٤.٣	%		
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك		Total
%١٠٠.٠	%١٥.٠	%١٤.٣	%١٣.٦	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%١٤.٣	%		

(كا<sup>٢</sup>=٣٦.٠٠١، درجة الحرية=٢٤، مستوى المعنوية=٠.٠٥٥)



Total	البوابة الإخبارية							ك		
	مصريا ى	فيتو	اليوم السابع	الوطن	المصرى اليوم	البوابة	الأهرام			
٦٠	٥	١٠	١٢	٩	٩	٧	٨	ك	المصدقية لدى الجمهور	
%٤٢.٩	%٣.٦	%٧.١	%٨.٦	%٦.٤	%٦.٤	%٥.٠	%٥.٧	%		
٤	٠	١	٠	١	٢	٠	٠	ك		
%٢.٩	%٠.	%٧.	%٠.	%٧.	%١.٤	%٠.	%٠.	%		
٥	٠	١	١	٠	٠	١	٢	ك		
%٣.٦	%٠.	%٧.	%٧.	%٠.	%٠.	%٧.	%١.٤	%		
٥	٢	٠	٠	١	٠	٢	٠	ك		
%٣.٦	%١.٤	%٠.	%٠.	%٧.	%٠.	%١.٤	%٠.	%		
٦٦	١٤	٨	٦	٩	٩	١٠	١٠	ك		
%٤٧.١	%١٠.٠	%٥.٧	%٤.٣	%٦.٤	%٦.٤	%٧.١	%٧.١	%		
١٤٠	٢١	٢٠	١٩	٢٠	٢٠	٢٠	٢٠	ك		
١٠٠.٠ %	%١٥.٠	١٤.٣ %	١٣.٦ %	١٤.٣ %	%١٤.٣	١٤.٣ %	%١٤.٣	%		
										Total

(كأ=٢٥.٩١٨، درجة الحرية=٢٤، مستوى المعنوية=٠.٣٥٧)



## المراسلات

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

ت : ٤٥ / ٤٤ / ٤٣ / ٤٢ / ٤١ (٠٢) فاكس : ٣٩ / ٣٠ / ٢٦ (٠٢)

الرقم المختصر : ١٩٦٤٤ محمول : ٦٩ / ٦٨ / ٦٧ / ٠٥٦٠٠٠٠١

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية : ١٨٩٦٤ / ٢٠١٤ م

ISSN for Journal: (ISSN 2357-0407)

E.mail: crsjournal@sha.edu.eg

الموقع الإلكتروني : magazine.sha.edu.eg

متاحة على قاعدة بيانات دار المنظومة

www.mandumah.com