

منكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجيدة الموسومة ب:

تأثير الأخبار الزائفة على مستخدمي المنصات الرقمية في ظل الأزمة الصحية كورونا

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس _ مستغانم _

تحت إشراف الأستاذة :

❖ د/ رقتا حليلة
❖ حائل لادفع
❖ العنينة



من إعداد الطالبان :

❖ ولد قادة هشام
❖ يوظجة الهاشمي

الصفة	الأستاذ
رئيسا	د. صفاح أمال
مشرقا	د. رقتا حليلة
منقضا	د. عيسى عدي

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة الموسومة ب:

تأثير الأخبار الزائفة على مستخدمي المنصات الرقمية في ظل الأزمة الصحية كورونا

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس _ مستغانم _

تحت إشراف الأستاذة :

❖ د/ رقاد حليلة

من إعداد الطالبان :

❖ ولد قادة هشام

❖ بوفلجة الهاشمي

شُكْرُهُ وَعِرْفَانُهُ

أولاً نشكر الله عز وجل الذي أنعم علينا بنعمة العلم ويسر أمرنا طيلة مشوارنا الدراسي، فالحمد لله والشكر على كل نعمة تفضل علينا بها .
نشكر جزيل الشكر الأستاذة رقاد حليلة على قبولها الإشراف علينا، وكذلك لما قدمته لنا من إرشادات توجيهاتها القيمة التي كانت سبب في إخراج هذا البحث إلى النور .
الشكر الجزيل لطلبة جامعة عبد الحميد بن باديس وإلى كل من ساعدنا في انجاز هذا العمل من قريب أو من بعيد.

إِهْدَاء

إلى والداي العزيزان اللذان أطال الله في عمرهما، وكان لدعائهما المبارك أعظم الأثر في توفيقني في مشواري الدراسي، واللذان أدين لهما بكل الامتتان والشكر والتقدير إلى التي ساندتني وخطت معي خطواتي، وبسرت لي الصعاب أُمي العزيزة، التي تحملت الكثير، ووجودي في هذا المكان ما كان ليحدث لولا تشجيعها المستمر ودعمها لي إلى أجمل هدية لي من الله، إلى كل أفراد عائلتي والأصدقاء دون استثناء .

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد لإتمام هذا العمل

إلى أساتذتنا الكرام إلى كل ذي فضل علي

إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل، وأرجو من الله العلي القدير أن يوفقنا لما فيه خيرنا وصلاح أمرنا واستقامة نهجنا أن شاء الله .

ولد قادة هشام

إِهْدَاء

إلى من قال فيهما تعالى:

" واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا "

سورة الإسراء 24

إلى الينبوع الذي لا يمل العطاء إلى من حاكت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها إلى والدتي العزيزة
إلى من سعى وشقي لأنعم بالراحة والهناء الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي في طريق النجاح الذي
علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر إلى والدي العزيز
إلى من حبهم يجري في عروقي ويلهج بذكراهم فؤادي إلى إخوتي

حبيب، محمد وعبد القادر، عبد الجليل

إلى روح جدي رحمه الله إلى جميع أقربائي من كانوا سند لي في السراء والضراء

إلى أخواني الذين لم تلههم أمني ورفاق درب الحياة حلوها، ومرها ورمز الإيثار والوفاء

إلى جميع أصدقائي

إلى من علموني حروفاً من ذهب وكلمات من درر وعبارات من أسمى وأجلى عبارات في العلم إلى
من صاغوا لي من علمهم حروفاً ومن فكرهم منارة تنير لنا مسيرة العلم والنجاح إلى أساتذتي الكرام
أهدي هذا العمل المتواضع راجيا من المولى عز وجل أن يجد القبول والنجاح

ونسأل الله أن يجعله نبراسا لكل طالب علم .

بوفلجة الهاشمي

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير الأخبار الزائفة على مستخدمي المنصات الرقمية في ظل الأزمة الصحية كورونا، وكيفية تعامل الطلبة الجامعيين مع هذه الأخبار، لقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي وكذلك اعتمدنا في جمع المعلومات على أداة الاستبيان التي تم توزيعها على طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس _ مستغانم _ خروبة_ ومن ثم تحليل نتائجها وهو ما توصلت إليه دراستنا من نتائج ومن أهمها :

أغلب الطلبة المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم، ومعظمهم ليس لديهم وقت محدد في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي بل ينحازون لمتابعتها في كل وقت دون تحديد للفترات، كما بينت الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين يفضلون استخدام الفيسبوك عن باقي المواقع الأخرى في الحصول على الأخبار، كما كشفت كذلك أن أغلبية الطلبة المبحوثين يرون أن من أسباب انتشار الأخبار المزيفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو أن محتويات هذه المواقع غير خاضعة للرقابة المهنية والأخلاقية والقانونية، مما أدى إلى تفشي ظاهرة الأخبار الكاذبة بسرعة، وأوضحت النتائج أن للحد من انتشار الأخبار المزيفة اقترح الطلبة المبحوثين أنه يجب الامتناع عن مشاركتها.

الكلمات المفتاحية : التأثير ، الأخبار الزائفة ، مواقع التواصل الاجتماعي ، الأزمة ، فيروس كورونا.

Summary :

This study aims to identify the impact of fake news on users of digital platforms in light of the Corona health crisis, and how university students deal with this news, we have relied in our study on the descriptive curriculum as well as in collecting information on the questionnaire tool that was distributed to students of Abdul Hamid Ben Badis University _ Mostaghanem _ Khorouba _ and then analyzed its results, which our study found results, the most important of which are:

Most of the students who are surveyed on social media permanently, and most of them do not have a specific time to browse social media sites, but they take sides to follow them all the time without specifying the periods, and the study showed that the majority of students who are interested prefer to use Facebook from other sites in obtaining news, and also revealed that the majority of students who are displaced believe that one of the reasons for the spread of fake news through social media is that the contents of these sites are not subject to professional, ethical and legal control, This led to the rapid spread of false news, and the results showed that to reduce the spread of fake news, the students suggested that they should refrain from participating.

Keywords: Impact, fake news, social media, the crisis, CORONA virus.

فهرس المحتويات

الرقم	العنوان	الصفحة
1	شكر وعرهان	
2	إهداء	
3	ملخص الدراسة	
4	فهرس الجداول	
5	فهرس الأشكال	
6	مقدمة	أ - ج
7	الإطـار المنهجي للدراسة	
8	إشكالية الدراسة والتساؤلات	22_23
9	فرضيات الدراسة	24
10	أسباب اختيار الموضوع	24_25
11	أهمية الدراسة	25
12	أهداف الدراسة	26
13	منهج وأدوات الدراسة	27_29
14	مجتمع البحث والعينة	30
15	تحديد المفاهيم	32
16	الدراسات السابقة والتعقيب عليها	37_42
17	الإطـار النظري للدراسة	
18	الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي	
19	تمهيد	46

47_48	مواقع التواصل الاجتماعي الناشئة والمفهوم	20
50	أبرز مواقع التواصل الاجتماعي شهرة	21
54	خصائص مواقع التواصل الاجتماعي	22
55_56	إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي	23
57	وسائل التواصل الاجتماعي والأخبار الزائفة	24
59	الخلاصة	25
	الفصل الثاني: الأخبار الزائفة	26
62	تمهيد	27
63	الأخبار الزائفة الناشئة والمفهوم	28
66	أنواع الأخبار الزائفة	29
69	الأخبار الزائفة وفيروس كورونا في الجزائر	30
72	دوافع إنتاج الأخبار الزائفة	31
74_76	تقنيات الكبح والتحقق من صحة الأخبار الزائفة	32
78	الخلاصة	33
	الإطار التطبيقي للدراسة	34
81_82	تمهيد	35
83_86	التحليل الكمي والكيفي حسب الجنس والسن والمستوى التعليمي	36
87_93	التحليل الكمي والكيفي لدوافع الطلبة جامعة عبد الحميد بن باديس موقع خروبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي	37
_94 106	التحليل الكمي والكيفي للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس _خروبة_	38

_107 115	التحليل الكمي والكيفي لمواقع التواصل الاجتماعي والأخبار الكاذبة حول كورونا	39
_116 121	نتائج العامة الدراسة	40
هـ_د	خاتمة	41
	قائمة المراجع	42
	الملاحق	43

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع مفردات عينة الدراسات حسب الجنس	83
2	توزيع مفردات عينة الدراسات حسب السن	84
3	توزيع مفردات عينة الدراسات حسب الكلية	85
4	توزيع مفردات عينة الدراسات حسب المستوى التعليمي	86
5	يوضح درجة تصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي	87
6	الأوقات المفضلة لدى الطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	88
7	كم يقضي الطلبة من الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	89
8	الجهاز المستخدم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	90
9	المواقع التي يتم تصفحها كثيرا	91
10	المحتويات التي تستهوي الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي	92
11	مواقع التواصل الاجتماعي التي تروج للأخبار الكاذبة أكثر من الوسائل الأخرى	94
12	تعرض الطلبة لخبر كاذب عبر مواقع التواصل الاجتماعي	95
13	التفاعل مع محتوى تبين لاحقا أنه مزيف بالإعجاب	96
14	التفاعل مع محتوى تبين لاحقا أنه مزيف بالتعليق	97
15	التفاعل مع محتوى تبين لاحقا أنه مزيف بالمشاركة	98
16	كيفية التعامل مع خبر كاذب	99
17	الأخبار الكاذبة أفقدت مواقع التواصل الاجتماعي صدقها وموضوعيتها في نقل الأخبار	100
18	سهولة إنتاج المعلومات و نشرها زاد من انتشار الأخبار المزيفة	101

102	عدم وضوح المصادر التي يستقي منها الأخبار	19
103	محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة	20
104	سهولة تأثر بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بما ينشر من أخبار كاذبة	21
105	مصادر المستخدمين للتأكد من الأخبار	22
107	أوقات متابعة أخبار فيروس كورونا	23
108	وسائل التواصل الاجتماعي مصدرا للأخبار كورونا	24
109	المواقع التي يتخذها الطلبة كمصدر للحصول على أخبار فيروس كورونا	25
110	المحتويات التي تتصفحها الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمة صحية	26
112	كيف تؤثر الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا على نفسية الطلبة	27
114	كيف يمكن لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الحد من انتشار الأخبار الزائفة	28

فهرس الأشكال

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	توزيع مفردات عينة الدراسات حسب الجنس	83
2	توزيع مفردات عينة الدراسات حسب السن	84
3	توزيع مفردات عينة الدراسات حسب الكلية	85
4	توزيع مفردات عينة الدراسات حسب المستوى التعليمي	86
5	يوضح درجة تصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي	87
6	الأوقات المفضلة لدى الطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	88
7	كم يقضي الطلبة من الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي	89
8	الجهاز المستخدم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي	90
9	المواقع التي يتم تصفحها كثيرا	91
10	المحتويات التي تستهوي الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي	92
11	مواقع التواصل الاجتماعي التي تروج للأخبار الكاذبة أكثر من الوسائل الأخرى	94
12	تعرض الطلبة لخبر كاذب عبر مواقع التواصل الاجتماعي	95
13	التفاعل مع محتوى تبين لاحقا أنه مزيف بالإعجاب	96
14	التفاعل مع محتوى تبين لاحقا أنه مزيف بالتعليق	97
15	التفاعل مع محتوى تبين لاحقا أنه مزيف بالمشاركة	98
16	كيفية التعامل مع خبر كاذب	99
17	الأخبار الكاذبة أفقدت مواقع التواصل الاجتماعي صدقها وموضوعيتها في نقل الأخبار	100
18	سهولة إنتاج المعلومات و نشرها زاد من انتشار الأخبار المزيفة	101

102	عدم وضوح المصادر التي يستقي منها الأخبار	19
103	محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة	20
104	سهولة تأثر بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بما ينشر من أخبار كاذبة	21
105	مصادر المستخدمين للتأكد من الأخبار	22
107	أوقات متابعة أخبار فيروس كورونا	23
108	وسائل التواصل الاجتماعي مصدرا للأخبار كورونا	24
109	المواقع التي يتخذها الطلبة كمصدر للحصول على أخبار فيروس كورونا	25
110	المحتويات التي تتصفحها الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمة صحية	26
112	كيف تؤثر الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا على نفسية الطلبة	27
114	كيف يمكن لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الحد من انتشار الأخبار الزائفة	28

مقدمة

أحدث التطور التكنولوجي الذي حدث في منتصف التسعينيات من القرن الماضي إلى وجود ما نعتبره طفرة هائلة في عالم الاتصالات، حيث انتشر استخدام الإنترنت في كل أنحاء العالم، فأصبح العالم قرية صغيرة. بعد أن كان من الصعب التواصل بين الأفراد في أنحاء العالم المتفرقة، فقد قرب الإنترنت المسافات بين الأفراد في جميع أنحاء العالم، وأصبح الإنترنت هو أفضل وسيلة لتعارف الأفراد والاتصال بين الأفراد وبعضهم البعض. بعدها ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي ومن أهمها الفيسبوك وتويتر والمدونات وغيرها من وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أثر التقدم التكنولوجي بشكل كبير على جوانب كثيرة من حياتنا. وكلما ازداد هذا التقدم كلما أثر في تغيير نمط حياة الأشخاص. ومع الاعتماد المتزايد على الإنترنت، أصبح استخدام منصات التواصل الاجتماعي جزءاً أساسياً للتواصل اليومي واستقبال المعلومات لكثير من الأشخاص في العالم. فهناك من يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة للترفيه وتضيئة الوقت، وربما لإضاعة الوقت، وآخرون أدركوا مدى قوة وسائل التواصل الاجتماعي، فاستخدموها بشكلها الفعال، وبذلك أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ميدان خصبا لنشر كل ما هو جديد على الساحة من خلال توفير الجهد والوقت وسهولة التعامل معها حيث تمكن جميع المستخدمين من الوصول إلى الأخبار في الوقت الذي يريدونه وبالشكل الذي يحدده، ومع كل ذلك رافقت هاته المواقع بعض السلبيات منها نشر الأخبار الكاذبة وهي ليست

وليدة الساعة بل وجدت منذ فترات زمنية سابقة، لكن في الماضي كان الخبر المزيف ينتقل ببطء شديد ويؤثر في مجموعة صغيرة من الناس في مناطق جغرافية صغيرة ومحدودة، أما الآن فيمكن لأي خبر أن ينتقل بسرعة فائقة وينشر في أرجاء العالم ويحدث تأثيرا حيث أصبح أداة فعالة لدى الطلبة لم يعودوا يستقبلون الخبر فقط بل يتفاعلون ويتأثرون به فكريا وعقليا خاصة فيما يتعلق بمواضيع الساعة كالأزمة الصحية كورونا. ومن هنا جاءت دراستنا لتبحث فيما مدى تأثير الأخبار الكاذبة في المواقع الرقمية على الطلبة وذلك بإتباع جملة من الخطوات والمراحل متمثلة في مقدمة وثلاثة أطر حيث يعرض الإطار الأول والمسمى بالإطار المنهجي منها إشكالية الدراسة ومنهجيتها بدءاً بتحديد المشكلة وتساؤلات الدراسة وكذلك أسباب اختيار الموضوع وبعد ذلك إبراز أهمية وأهداف الدراسة لننتقل إلى الإجراءات المنهجية للدراسة، ثم تحديد مجتمع الدراسة وعينة الدراسة، وبعد ذلك انتقلنا إلى تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة والمقاربة النظرية والدراسات السابقة حيث يتناول الإطار النظري والذي تطرقنا فيه إلى فصلين الفصل الأول مواقع التواصل الاجتماعي نشأتها وتاريخها وبرزت المواقع مع خصائصها وإيجابيات وسلبيات هذه الأخيرة ناهيك عن وسائل التواصل الاجتماعي والأخبار الزائفة. أما الفصل الثاني فتعلق بالأخبار الكاذبة حيث تمكنا من الإلمام بنشأتها وأنواعها، و دوافع إنتاج الأخبار المزيفة وكذلك الأخبار الزائفة وفيروس كورونا في الجزائر وتقنيات الكبح والتحقق من صحة الأخبار الزائفة وفي الأخير خلاصة للإطار. أما الإطار التطبيقي لدراستنا

مقدمة

حاولنا عرض جداول الدراسة وقراءة نتائجها وتحليلها والتعليق عليها، كما اشتملت الدراسة في الأخير على النتائج العامة وخاتمة للدراسة.

الإطار

المنهجي

أولاً : إشكالية الدراسة والتساؤلات

ثانياً : فرضيات الدراسة

ثالثاً : أسباب اختيار الموضوع

رابعاً : أهمية الدراسة

خامساً : أهداف الدراسة

سادساً : منهج وأدوات الدراسة

سابعاً : مجتمع البحث والعينة

ثامناً : تحديد المفاهيم

تاسعاً : الدراسات السابقة والتعليق عليها

الإشكالية

تعد مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر استعمالاً في وقتنا الحالي والتي هي عبارة عن شبكات تفاعل اجتماعية متاحة للمستخدمين في أي وقت وأي مكان حيث ظهرت على الإنترنت من عدة سنوات وغيرت مفهوم الاتصال والتقارب بين الأفراد واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر، وتعددت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية واحتجاجية، ومن أبرز شبكات التواصل الاجتماعي: الفيسبوك، التويتر، اليوتيوب. ويقدر ما أسهمت تلك الوسائل الجديدة في تخفيف وطأة أزمة التواصل المباشر بين البشر بفعل المخاوف من تفشي الفيروس بقدر ما بدا من وجهة نظر الكثيرين أنها فشلت في اختبار المصداقية في انتشار الأخبار الزائفة أثناء الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المستخدمين وتحديداً خلال الأزمة الصحية العالمية التي تسبب فيها فيروس كورونا المستجد. وكما تعد فترة الأزمات التي قد يمر منها مجتمع ما، أنسب وأفضل بيئة تترعرع فيها الأخبار الزائفة وتنمو فيها الشائعات، وعلى سبيل المثال، ما عشناه خلال هذه الظرفية الاستثنائية بالجزائر منذ ظهور فيروس كورونا ببلادنا، حيث شهدنا عدداً كبيراً من المنشورات المتضمنة لأخبار الزائفة، بما فيها فبركة وبلاغات رسمية ومؤسساتية لإيهام المتلقي بإصدار هذه المؤسسات لقرارات ومستجدات جديدة، وكذا نشر أخبار ذات صلة وحقائق ناقصة وغير كاملة ومشوهة، تهم الحالة الوبائية بالبلاد وما صاحبها من إجراءات مواكبة، ومن النماذج

القائمة أيضا، أنه بإعلان الحجر الصحي حيث سارعت بعض الصفحات إلى نشر أخبار عن نفاذ مخزون المحلات والمتاجر الممتازة من المواد الغذائية والأساسية، وما يحتاجه المواطن في حياته اليومية، مما سبب ذعراً وقلقاً نفسياً لعدد كبير من المواطنين، ودفعهم إلى الانكباب على هذه المحلات، مما أدى إلى ازدحامها وخلق فوضى داخلها، وخرق شرط التباعد الصحي للوقاية من الإصابة بالفيروس . وما سنحاول التطرق إليه في هذه الدراسة يدخل ضمن هذه الأطر في شقها المعرفي حيث سنتناول مظاهر التزييف الإعلامي عبر منصات التواصل الاجتماعي وبناء على ما تم طرحه فأن الإشكالية دراستنا تتمثل في :

_ ما مدى تأثير الأخبار الزائفة على مستخدمي المنصات الرقمية أثناء الأزمة الصحية؟

وتحت هذا التساؤل الجوهرى ندرج التساؤلات الفرعية الآتية :

_ ما مدى انتشار الأخبار الزائفة في فترة الأزمة الصحية ؟

_ كيف تفاعل مجتمع البحث مع الأخبار الزائفة عبر المنصات الاجتماعية في فترة

الأزمة الصحية ؟

_ ما درجة وعي مجتمع البحث بخطورة الأخبار المزيفة ؟

_ كيف يتم كبح الأخبار المزيفة عبر المنصات الاجتماعية مستخدمي المنصات الرقمية؟

2_ الفرضيات

ساهمت لأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي إلى نشر الذعر والتخوف أثناء الأزمة الصحية

المستخدمون يعودون لوسائل الإعلام التقليدية لكشف زيف الأخبار المغلوطة

3_ أسباب اختيار الموضوع:

لقد تجمعت لدينا مجموعة من الأسباب الموضوعية والذاتية, حذت بنا المحصلة إلى اختيار الخوض في مسألة "" تأثير الأخبار الكاذبة على مستخدمي المنصات الرقمية في الأزمة الصحية كورونا "" إذ انقسمت أسبابنا في اختيار هذا الموضوع إلى أسباب ذاتية و موضوعية :

أ_ الأسباب الذاتية :

_ الرغبة في إجراء دراسة ميدانية تتناول ظاهرة انتشار الإخبار الكاذبة

_ الرغبة في تنمية المعارف والقدرات وزيادة الرصيد المعرفي

_ الميل لهذا النوع من الموضوعات

_ قرب هذا الموضوع من مجال تخصصنا في الدراسة

_ معرفة أثر الإخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

ب_ الأسباب الموضوعية:

_ نقص الدراسات السابقة المتعلقة بأثر الأخبار الكاذبة على أزمة كورونا

_ تفشي ظاهرة الأخبار الزائفة وانتشارها في مختلف المواقع الافتراضية

_ قابلية الموضوع لدراسة وأهميته كونه يعد من مواضيع الساعة المطروحة للنقاش

_ حاجة جامعتنا إلى مثل هذه الدراسات

_ ارتفاع نسبة الاهتمام الإعلامي بالأخبار الكاذبة وتداعياتها خاصة في فترة الأزمة

الصحية

4_ أهمية الدراسة:

يتجلى مكن أهمية دراستنا في حداثة الموضوع في حد ذاته وذلك تماشياً مع الأوضاع

الجديدة التي شهدتها العالم عامة والجزائر خاصة , حيث قمنا بتسليط الضوء على طلبة

جامعة مستغانم في ظل تفشي فيروس كورونا إذ أصبحت هذه الأخيرة مثيرة للنقاشات ,

وفي أهمية كذلك:

_ أن الأخبار الكاذبة في انتشارها الواسع في المواقع الافتراضية.

_ أنها تناولت موضوع انتشار الأخبار الزائفة في فترة حرجة من حياة البشرية

_ الدراسة تطرح أساليب واليات التعامل مع الأخبار الزائفة والتصدي لها

_ سيفتح الدراسة الطريق أمام الطلبة في المستقبل للتعلم أكثر في هذا الموضوع من

زوايا بحثية أخرى

5_ أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تقديم رؤية علمية عن موضوع تأثير الأخبار المزيفة في المنصات

الرقمية في جائحة كورونا على الطلبة الجامعيين ولكل دراسة أو بحث علمي يسعى

للوصل إليها وتحققها ومنه وجب على كل باحث في أي مجال أن يضع هدفه نصب

عينيه ومن هذا نلمح لبعض أهداف الدراسة

1_ محاولة التعرف على أثر الأخبار المزيفة في جائحة كورونا

2_ التعرف على كيفية تعامل الطلبة الجامعيين في المنصات الرقمية في ظل الجائحة

على الأخبار الكاذبة

6_ منهج وأدوات الدراسة:

أ_ منهج الدراسة:

غرض البحث العلمي هو الوصول لدرجة علمية وعليه يتطلب شروط موضوعية من خلال إتباع منهج معين من المناهج العلمية المعروفة وعبر عليه موريس أنجرس بقوله أنه طريقة جماعية لاكتساب المعارف القائمة على إجراءات معترف بها للتحقق في الواقع.

و بما أن دراستنا تتمحور حول أثر الأخبار المزيفة عبر مواقع الافتراضية على الطلبة الجامعيين فهي دراسة استكشافية تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي تقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة بهدف الوصول إلى وصف علمي دقيق ومتكامل ومن هنا أن المنهج المتبع هو المنهج الوصفي.

_ المنهج الوصفي:

ويقصد به المنهج الذي يعني بالدراسات التي تهتم بجمع وتلخيص وتصنيف المعلومات والحقائق المدروسة المرتبطة بسلوك عينة من الناس أو وضعيتهم، أ, عدد من الأشياء، أو سلسلة من الأحداث، أو منظومة فكرية، أو أي نوع آخر من الظواهر أو القضايا، أو

المشاكل التي يرغب الباحث في دراستها، لغرض تحليلها وتفسيرها وتقييم طبيعتها للتنبؤ بها وضبطها أو التحكم فيها¹.

_ و حتى يقوم الباحث باستخدام المنهج الوصفي بشكل سليم يجب عليه أن يسير وفق مجموعة من الخطوات ومن أهم وأبرز هذه الخطوات:²

1_ الإحساس بالمشكلة والميل والرغبة في البحث فيها.

2_ تحديد المشكلة بصورة دقيقة بعد جمع ملاحظات سلبية عديدة، وجمع كثير من

الحقائق المتعلقة بالمشكلة، كالتجربة الشخصية وكثير من القراءات عليها، وشكايات المعنيين بها..... الخ.

3_ تحديد إشكاليات البحث والهدف من التساؤلات هو الشك في أن هناك علاقة معينة أو

سببا مؤثرا في المشكلة وإن هذه الخطوة هي مرحلة الشك، وأن أي سبب في الموضوع قد

يكون هو المؤثر وله علاقة بالمشكل المطروح للدراسة، ولا يمكن منطقيًا في هذه المرحلة

أن نفرق بين ما هو إشكال رئيسي، وإشكال فرعي، والكل رئيسي و فرعي في آن واحد.

4_ صياغة الفروض الخاصة بالمشكلة (وهذه الفروض لها شروط ، ولها مبررات

ومصادر لصياغتها سواء بفرضيات بحثية أو صفرية، أو رياضية).

¹ موسى بن إبراهيم حريزي، صبرينة غربي، دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية وموضوعاتها في البحوث الاجتماعية والتربية والنفسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة_الجزائر، العدد 13، ديسمبر 2013، ص 26

² موسى بن إبراهيم حريزي، صبرينة غربي، نفس المرجع، ص 27

5_ تحديد العينة من مجتمع الأصل، وحجم كل منها واختيار هناك العينة أساليب واعتبارات لانتقائها وهي تختلف باختلاف نوع المشكلة.

6_ الزمان والمكان، والحجم المناسب لمشكلة البحث، وتحديد التعاريف والمصطلحات الإجرائية.

7_ تحديد أدوات جمع البيانات وصدقها وصحة وسلامة الجمع بها، كالمنهج المناسب، والاختبارات أو الاستبيانات والمقابلات، وشبكة الملاحظة والمقاييس الأخرى، والإحصاء الوصفي المناسب لتحليل النتائج.

8_ تطبيق أدوات جمع البيانات في الميدان، وتكون بطرائق وتقنيات مختلفة.

ب_ أدوات الدراسة:

_ استمارة الاستبيان³:

لغة: هو كلمة مترجمة (Questionnaire) تعني طلب الإبانة عما في الذات وهي من فعل استبانه ويجرد إلى أبان.

اصطلاحاً: هو أداة لجمع البيانات من أفراد أو جماعات كبيرة الحجم ذات كثافة سكانية عالية وعين طريق عمل استمارة تضم مجموعة من الأسئلة أو عبارات بغية الوصول إلى معلومات كيفية أو كمية.

³ زياد علي الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين _ غزة، 2010، ص 14_16

7_ مجتمع البحث والعينة الدراسة:

_ مجتمع البحث :

هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي تستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة. ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته. إلا أنه يصعب الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات الذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها. ونختار منه عينة البحث.⁴

وعليه فان مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس موقع خروبة بمستغانم .

_ عينة الدراسة :

من أجل دراسة علمية لا بد من وضع منهجية تتوافق مع طبيعة البحث، في إطار هذه المنهجية يتم تحديد نوع العينة المختارة كأساس للبحث، حيث يعرفها موريس أنجرس أنها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث . كما أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.⁵

⁴ محمد عبد المجيد، البحث العلمي في دراسات الإعلامية، ط1، القاهرة: عالم الكتب، 2000، ص 130

⁵ محمد در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية _ مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع_ الجزائر، العدد 9، جانفي 2017 ص 313

_ العينة غير احتمالية : 6

هي نوع من المعاينة يكون فيها احتمال انتقاء عنصر من عناصر مجتمع البحث ليصبح ضمن العينة غير معروف والذي لا يسمح بتقدير درجة تمثيلية العينة المعدة بهذه الطريقة.

_ العينة العرضية ، بالصدفة :

يكون الاختيار⁷ في هذا النوع من العينات سهلاً، إذ يعتمد الباحث إلى اختيار عدد من الأفراد الذي يستطيع الحصول عليهم في مكان ما وفي فترة زمنية محددة عن طريق الصدفة كأن يذهب الباحث إلى مكتبة معينة أو مدرسة من المدارس أو كلية من الكليات أو دائرة من الدوائر التي يتعلق البحث بها ثم يوزع الاستبيان على من يجدهم أمامه. وقد يضطر العديد من الباحثين اختيار هذا النوع من العينة لسهولة استخدامها وربما لأن الوقت لديه محدد أو أي مبررات أخرى. ومن أبرز سلبيات هذا النوع من العينات هي إنها قد لا تمثل المجتمع الأصلي تمثيلاً صادقاً خاصة إذا كان هناك تباين أو عدم تجانس في الخواص أو الصفات المطلوب دراستها في المجتمع الأصلي للبحث.

⁶ موريس أنجرس، ترجمة : بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصة للنشر، الجزائر، 2004؛ 2006، ص 302

⁷ حسين محمد جواد الجبوري، العينات غير العشوائية (غير الاحتمالية)، محاضرات متاحة على الموقع الرسمي لكلية الإدارة والاقتصاد لجامعة بابل : <https://business.uobabylon.edu.iq/lecture>، تم التصفح بتاريخ 04-05-2022 على

وعليه فإن العينة المستخدمة في دراستنا هي عينة من طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس وكانت تقدر ب 100 مفردة.

8_ تحديد المفاهيم:

_ التأثير:

لغة: بقية الشيء والتأثير: إبقاء الأثر، أثر في الشيء أي ترك فيه أثراً⁸.

اصطلاحاً: هو نتيجة تفاعل اجتماعي بين عاملين وهما المؤثر والمتأثر بحيث يخلق لدى المؤثر عليه ردة فعل معينة، هو إضافة حالة نفسية ناتجة عن إضافة أفكار جديدة لدى المتلقي، تجعله عند تحركه مدفوعاً بهذه الحالة النفسية ومجموعة الأفكار والمعلومات التي تكونت لديه⁹.

_ وهو كذلك القدرة على إحداث التغيير في الآخرين لا يرى إلا من خلال الأثر الذي

يتسبب في إحداثه دون استخدام القوة والسلطة الرسمية¹⁰

التعريف الإجرائي: ونقصد به هنا التأثير الذي تقوم به الأخبار الزائفة على رواد مواقع

التواصل الاجتماعي

⁸ المعجم الوسيط ، مكتبة الشروق الدولية، ط4، مصر، 2004، ص 5 .

⁹ عائشة قرة، كنزة حامدي، تأثير النشاط النسوي الافتراضي على النساء عبر مواقع التواصل الاجتماعي _ دراسة تطبيقية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين _ ألمانيا، العدد 8، أغسطس 2019، ص 120

¹⁰ مرزاق بلبال، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2019، ص 14

_ الأخبار الزائفة: 11

اصطلاحاً: وكما يطلق عليها بالإخبار الكاذبة هي خبر مختلف عمداً يتم نشره بقصد خداع طرف آخر وحثه على تصديق الأكاذيب أو التشكيك في الحقائق التي يمكن إثباتها

_ كما ذكر لويس مارويك الأخبار المزيفة هي مصطلح متنازع عليه لكنها تشير عموماً إلى مجموعة واسعة من المعلومات الخاطئة التي تنتشر عبر الإنترنت وفي وسائل الإعلام

_ إن مصطلح الأخبار المزيفة هو مفهوم متعدد المعاني ومثير للجدل سياسياً ويعود الأصل في انتشار هذا المصطلح إلى الصحفي الكندي كيرج سيلفرمان التي استخدمها

لأول مرة في تغريده في 14 أكتوبر 2014.¹²

_ وكذلك هي نوع من الصحافة الصفراء أو الدعاية المتعمدة التي تتكون من معلومات

مضللة أو خديعة تنتشر عبر وسائل الإعلام التقليدية المطبوعة والإذاعية أو وسائل

الإعلام الاجتماعية الرقمي.¹³

التعريف الإجرائي: هي كل الأخبار المغلوطة التي لا تعتمد على الحقيقة والتي عرفت

انتشاراً عبر مواقع التواصل الاجتماعي في فترة الأزمة الصحية.

¹¹ خليدة سافر ، عائشة بالظاهر ، أثر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام ، مذكرة ماستر ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة_الجزائر، 2019/2018، ص 14

¹² نبيل لحر ، الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وأثارها على اتجاهات الرأي العام دراسة في المفهوم، العلاقة والأهداف، مجلة الباحث لدراسات الأكاديمية، جامعة بسكرة، العدد 2، 2020، ص 581

¹³ عبد الجبار بوظمين ، عادل جربوع، الأخبار الزائفة والحراك الشعبي في الجزائر ، مجلة المعيار ، العدد 54، 2021، ص

_ مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحاً: تعرف المواقع التواصل الاجتماعي بأنها منظومة من الشبكات الاجتماعية التي تسمح للمشارك فيها لإنشاء موقع خاص به, ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.¹⁴

_ وأيضاً عبارة عن مواقع (ويب) تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين، مثل: المحادثة الفورية، البريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين، ومشاركة الملفات، وغيرها من الخدمات. وقد أحدثت تغيراً كبيراً في كيفية الاتصال والتواصل والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات، وتبادل المعلومات.¹⁵

التعريف الإجرائي: ونقصد بها المنصات الرقمية التي تسمح للمستخدمين بالتواصل مع الآخرين ونشر المحتويات والتفاعل معها ومشاركتها وهي أكبر مروج للأخبار الزائفة.

¹⁴ خليفة سافر، عائشة بالطاهر، ص 14_15

¹⁵ إيناس محمد إبراهيم الشيتي، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب : دراسة ميدانية على طالبات جامعة القصيم، مجلة البحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، 2018، ص 12

_ الأزمات :

لغة: يشير التعريف اللغوي لمفهوم الأزمة وفق قاموس الصحاح بأنها تعري الشدة أو القحط، وأزم عن الشيء أمسك عنه، ويعرفها المعجم الوجيز على أنها "الشدة والضيق"، والفعل أزم على الشيء أزما، أي عض بالفم كله عضا شديدا¹⁶.

اصطلاحا: هي تحول فجائي عن السلوك المعتاد تعني تداعي سلسلة من التفاعلات يترتب عليها نشوء موقف فجائي ينطوي على تهديد مباشر للقيم أو المصالح الجوهرية للدولة مما يستلزم معه ضرورة اتخاذ قرارات سريعة في وقت ضيق وفي ظروف عدم التأكد وذلك حتى لا تنفجر الأزمة.

_ بينما تعرف الأزمة في قاموس Webster بأنها موقف يمثل نقطة تحول نحو الأسوأ أو

الأفضل وهذا الموقف يواجهه الدول والأفراد والجماعات و المنظمات بمختلف أنواعها.¹⁷

التعريف الإجرائي: وهنا نقصد بها الأزمة الصحية كورونا التي اجتاحت العالم بأسره

_ كـورونا :

اصطلاحا: يعد فيروس كورونا أحد الفيروسات الشائعة التي تسبب عدوى الجهاز التنفسي

العلوي، والجيوب الأنفية، والتهابات الحلق. وفي معظم الحالات لا تكون الإصابة به

¹⁶ إلياس شرفة، ليلي بوطغان، إدارة الأزمات _ الأساليب والمعوقات، مجلة تاريخ العلوم، العدد 11، مارس 2018، ص 23

¹⁷ سامح أحمد زكي الحفني، إدارة الأزمات، مجلة البحوث المالية والتجارية، جامعة بور سعيد، 2017، ص 05

خطيرة باستثناء الإصابة بنوعية المعروفين بمتلازمة الشرق الأوسط التنفسية (MERS) الذي ظهر في 2012 والمتلازمة التنفسية الحادة الوخيمة (SARS) الذي ظهر في 2003 بالإضافة إلى النوع المستجد الذي ظهر في الصين في نهاية 2019.¹⁸

_ كوفيد -19:

أعلنت منظمة الصحة العالمية في عام 2019 أن هناك وباء عالميا يرجع للفيروسات التاجية أبلغ عنه في 31 ديسمبر 2019م في الصين، والذي يستهدف هذا الفيروس الجهاز التنفسي وبصاحبه نزلات البرد التي يمكنها أن تؤدي إلى الوفاة، وقد أظهرت الدراسات المعدة من قبل المنظمة أنه يستهدف الفئات الأكثر هشاشة والمجموعات المستضعفة، (كبار السن، أصحاب الأمراض المزمنة، من يتسمون بنقص المناعة، مرضى القلب والسكري)¹⁹

¹⁸ نعيم بوعموشة، فيروس كورونا (كوفيد 19) في الجزائر _ دراسة تحليلية، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد 2، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل _ الجزائر، جوان 2020، ص 125

¹⁹ محمدي خيرة، الإعلام الصحي وإدارة أزمة كوفيد _19 في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد 3، جامعة الجزائر 3 _ الجزائر، سبتمبر 2020، ص 37

9_ الدراسات السابقة والتعقيب عليها:

1/ دراسة سهام قنيفي وعجال آسية (2020)²⁰

بعنوان: إشكالية الأخبار الكاذبة عبر صفحات الفايسبوك الإخبارية وتمويل الإعلانات التجارية في زمن كورونا وتهدف هذه الدراسة إلى معالجة موضوع استغلال الأخبار الكاذبة عبر صفحات الفايسبوك الإخبارية في الحصول على الإعلانات التجارية لصالح كبرى المؤسسات الاقتصادية خلال أزمة كورونا.

وخلصت الدراسة انه في وقت ليس ببعيد كانت الصفحات الفايسبوكية الإخبارية أهم مصدر للأخبار الموضوعية حول الوقائع اليومية السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي كانت ضالة رواد موقع الفايسبوك على اختلاف فئاتهم العمرية، إلا أن جائحة كورونا كان لها واقعها الخاص على محتوى ما تنتشره هذه الصفحات من أخبار، حيث تحول هذا المحتوى إلى أخبار زائفة وكاذبة لا أساس لها من الصحة هدفها الوحيد هو جلب أكبر عدد من المتصفحين الأعراض تجارية بحثة تتعلق برفع مداخل الإعلانات التجارية وزيادة الطلب على الإشهار ضمن محتوى هذه الصفحات، حتى أن الشركات العالمية لإنتاج التكنولوجيا مثل غوغل وأمارون أصبحت تمول مواقع تنشر أخباراً زائفة عن فيروس

²⁰ سهام قنيفي ، عجلا آسية ، إشكالية الأخبار الكاذبة عبر صفحات الفايسبوك الإخبارية وتمويل الإعلانات التجارية في زمن كورونا، مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة العدد 3، 2020

كورونا مقابل ملايين الدولارات، وهو الأمر الذي شجع على انتشار مثل هذه الصفحات الإخبارية عبر موقع الفايسبوك ومن بين النتائج التي وصلت إليها هذه الدراسة:

_ أن المؤسسات الإعلامية تعاني من ضغوط مادية كبيرة الأمر الذي يدفعها إلى الكثير من التجاوزات الأخلاقية والمهنية

_ عمدت المؤسسة الإعلامية محل الدراسة عبر صفحاتها على الفايسبوك لنشر أخبار مغلوبة وكاذبة لغرض جذب أكبر عدد من المتابعين لهذه الصفحات والقنوات على حد سواء

_ تأثر المحتوى الإخباري المنشور عبر صفحات القنوات محل الدراسة بأزمة كورونا وذلك من حيث مضمونه الذي لم يعد يعبر عن الواقع بقدر تعبيره عن الاحتياجات المادية للمؤسسة الإعلامية

_ تعقيب على الدراسة

لقد قامت الباحثتان في هذه الدراسة على محاولة تحليل عينة من الصفحات الإخبارية التي تنشر أخبار كاذبة على موقع الفايسبوك وكذا الحملات الإعلانية ضمن هذه الصفحات مستخدمين بذلك أداة تحليل المحتوى، ومنهج دلفاي الذي سيساهم في استجواب عينة من الخبراء معتمدين في ذلك على تدوير الاستمارة بينهم للحصول على أكبر قدر من المعلومات حول درجة تأثر المحتوى الإخباري عبر الصفحات الفايسبوكية

الإخبارية حول أزمة كورونا بالإعلانات التجارية، وسيتم الإجابة عن هذه الإشكالية في إطار الدراسة الميدانية من خلال تحليل صفحات إخبارية. وهذا مشابه لدراستنا من خلال تقديم استمارة للعينات التي أخذناها للحصول على معلومات أكثر

2/ دراسة محمد بوسماحة و زهية يسعد (2021)²¹

بعنوان: نشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتممر الإلكتروني على النخبة السياسية الوطنية تهدف هذه الدراسة إلى فحص محتوى وسائل التواصل الاجتماعي وتحليل ما ينشر على منصاتهما من أخبار مزيفة ومعلومات مضللة ولخصت الدراسة أن هذه المعلومات الزائفة تفضي إلى خلق الفوضى وضرب الاستقرار السياسي والاجتماعي وتشكيك في قدرات النخبة السياسية الوطنية، لاسيما استفزاز جمهور عريض من متبعي لمحتوياتها الزائفة والمشوهة للحقيقة، مما تدفع بهم إلى شتى أشكال التمرر الإلكتروني، مستغلة في ذلك فترة الأزمات أو بالأحرى القطيعة السياسية في ما أفرزه حراك 22 فيفري ومن نتائج الدراسة:

_ أن جل منصات التواصل الاجتماعي اعتمدت في نشرها للأخبار المزيفة على أنماط اتصالية مختلفة، بين النص والصور والفيديو وكذا مزج بين الصورة و النص للتأثير على

²¹ محمد بوسماحة، زهية يسعد، نشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتممر الإلكتروني على النخبة السياسية الوطنية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 2، 2021

الجمهور منتبغ لهذه المنصات واستدراجه و استفزازه بطرق غير مباشر، مما يدفع به إلى سلوك التتمر

_ تعقيب على الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى فحص محتوى وسائل التواصل الاجتماعي وتحليل ما ينشر على منصاتنا من أخبار مزيفة ومعلومات مضللة

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على المنهج المسح بشقه الوصفي التحليلي، وذلك بهدف كشف علاقة الأخبار الزائفة بالتتمر على النخبة السياسية الوطنية، حيث انتهت الدراسة أن جل هذه المنصات تطبق مقارنة إعلامية (منبه، استجابة) من خلال الأخبار الزائفة كمنبه ومثير، والاستجابة من طرف جمهور المتتمرين، من خلال ما تم اعتماده من الأساليب الإقناعية في طرح هكذا قضايا. وهذا ما اعتمدنا عليه في دراستنا

3/ دراسة زهية يسعد (2020)²²

بعنوان: الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين حيث تهدف هذه الدراسة إلى معرفة نسب انتشارها بين جمهور المستخدمين وعليه تم جمع بيانات المبحوثين بالاعتماد على الاستبانة الإلكترونية التي تم توزيعها وفق أسلوب كرة الثلج والعينة العشوائية، ومن ثم تحليل نتائجها عن طريق المنهج الوصفي

²² زهية يسعد، الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين _ دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، العدد 1، جوان 2020

التحليلي وهو ما مكن من الوصول إلى نتائج هامة وهي: من المبحوثين أن الأخبار التي يتعرضون لها على وسائل التواصل الاجتماعي والمحتويات يتصفحونها حول فيروس كورونا وبشكل خاص على الفيس بوك مزيفة، كما يؤكد ما يزيد عن المستخدمين أن التزييف في الأخبار والمحتويات المتعلقة بفيروس كورونا يحدث بشكل كبير إلى كبير جدا، إضافة إلى أن 86.7% من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في عينة البحث أكدوا أن الأخبار المزيفة أثناء أزمة كورونا كانت كثيرة جدا وأنهم كانوا في كل مرة يبحثون عن وسائل إعلام أخرى لمعرفة الحقيقة.

_ يؤكد 86.7% من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في عينة البحث أن الأخبار المزيفة أثناء أزمة كورونا كانت كثيرة جدا.

_ تؤثر الأخبار المزيفة التي تتناقلها وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا سلبا على نفسيات المستخدمين وتزيد مستويات القلق لديهم وتساهم في إحساسهم بالاضطراب والهلع بنسبة تجاوزت 51% المبحوثين.

التعقيب على الدراسة:

لقد قامت الباحثة بدراسة الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين ولقد استخدمت المنهج الوصفي التحليلي حيث قاموا باختيار عينة عشوائية على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي

الإطار

النظري

الفصل الأول

مواقع التواصل

الاجتماعي

أولا : تمهيد

ثانيا : مواقع التواصل الاجتماعي النشأة والمفهوم

ثانيا : أبرز مواقع التواصل الاجتماعي شهرة

ثالثا : خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

خامسا : إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

سادسا : وسائل التواصل الاجتماعي والأخبار الزائفة

سابعا : الخلاصة

تمهيد:

أصبح التواصل الاجتماعي هو الوسيلة العامة في العصر الحالي للتعامل مع الآخرين، وذلك كنتيجة طبيعية لانتشار مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى انتشار مختلف وسائل الاتصال التي جعلت العالم أكثر قريبا منا، ولكن ما يعيب تلك المواقع أنها أكثر سطحية وجعلت العلاقات أقل حميمية من العصور السابقة، وأصبحت العلاقات بين الناس تميل إلى عدم الاجتماعية بشكل فعلي نتيجة للاهتمام بشكل بالتواصل الاجتماعي.

1_ مواقع التواصل الاجتماعي النشأة والمفهوم

_ تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

وهي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهويات أو جمعة مع الأصدقاء، وتقدم لمستخدميها مجموعة من الخدمات متعددة الخيارات مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين الخطي، والصوتي والمرئي، ومشاركتها مع الآخرين.²³

وكذلك هي عبارة عن مواقع على الانترنت تؤسسها شركات كبرى تقدم خدمات التواصل بين ملايين المستخدمين عن طريق جميع المستخدمين والأصدقاء، ومشاركة الأنشطة، والاهتمامات وتبادل الصور، مقاطع الفيديو، وإنشاء المدونات، إرسال الرسائل الخاصة، والمحادثات الفورية، وتبادل الآراء، والبحث عن تكوين صداقات جديدة لديهم نفس الاهتمامات والأنشطة، أو التخصصات.²⁴

²³ محمدي خيرة، الإعلام الصحي وإدارة أزمة كوفيد _19 في ظل انتشار الأوبئة الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد 3، جامعة الجزائر 3 _الجزائر، سبتمبر 2020، ص 39

²⁴ نسيم بورني، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المراهقين، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 2، أم البواقي الجزائر، ديسمبر 2018، ص 223

_ نشأة مواقع التواصل الاجتماعي: ²⁵

لقد نشأت في أحضان الولايات المتحدة الأمريكية، ويعود الفضل لذلك إلى شبكة الانترنت الذي وجه إلى أكبر فئة من عامة الناس، إذ سنة 1995م تم إطلاق موقع كلاس مايت دوت كوم (CLASSMATES.COM) الذي كان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة.

وقد كان الهدف منه هو التعرف على الأشخاص وتكوين علاقات جديدة وفي عام 1997م ظهر ما يسمى بموقع سكس دقرين دوت كوم (SIXDEGREES.COM) وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطية لمجموعة من الأصدقاء وبالرغم من توفير تلك المواقع الخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الحالية، إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكيها وتم إغلاقها.

وما بين سنة 1999، و2001، كذلك ظهرت بعض الشبكات الاجتماعية التي لم يشهد لها نجاحاً بسبب أنها أيضاً لم تكن تجني من ورائها أرباحاً.

لكن الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية كما تعرفها اليوم كان سنة 2002 مع بداية العام ظهرت (FRIENDSTER) التي حققت نجاحاً لدفع (google) إلى محاولة شرائها سنة 2003 لكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ وفي النصف الثاني من نفس العام

²⁵ نسيم بورني، نفس المرجع ، ص 224_225

ظهرت في فرنسا شبكة (SKYROCK) كمنصة للتدوين ، ثم تحولت بشكل كامل إلى

شبكة اجتماعية سنة 2007.

حيث شهد لها انتشار واسعاً على المستوى العالمي، إلى جانب ذلك فقد حظي موقع

(MYSACE.COM) منذ ظهوره سنة 2003 على أكبر مشاركة، لأنه كان عبارة

عن شبكة مفتوحة، وهو أول موقع تواصل اجتماعي يستطيع الأشخاص من خلاله تبادل

الصور وإضافة الأصدقاء.

وفي عام 2005 تم إطلاق موقع يوتيوب التحميل وتنزيل الأفلام المصورة، وكذلك إطلاق

مارك زاكريبيرغ موقع فيسبوك في جامعة هارفارد، عام 2005 ليزداد التركيز على إنشاء

المواقع ذات التواصل مع المستخدم تعتمد على تقديم الطلبات، الصور، الأغاني، وتبادل

الملفات، وشهد هذا العام ظهور موقع تويتر أيضاً. وبعد ذلك ظهرت مواقع التواصل

الاجتماعي حسب اختلاف التخصصات والاهتمامات ومختلف المهن كمواقع خاصة

بالأطباء وأخرى للمعلمين أو المستثمرين كما تخصص مواقع التواصل الاجتماعي لتلبية

رغبات المهتمين باللغات كاللغة الألمانية أو الانجليزية.

2_ أبرز مواقع التواصل الاجتماعي شهرة

تتجلى مواقع التواصل الاجتماعي في نماذج مختلفة وهي مقسمة إلى ما يلي:²⁶

_ المدونات الالكترونية (bloges):

ظهرت المدونة (blog) سنة 1995م، وهي مشتقة من كلمة (web blog) التي تعني الجريدة، وهي أكثر المواقع الاجتماعية انتشارا بل تعد هي الأصل التي تفرعت عنها مختلف مواقع التواصل الاجتماعية الأخرى عبر الانترنت. وهي بمثابة صفحة خاصة حيث تتيح للمستخدم تدوين ما يريد، كما انه يحوز يوميا على أفكار ومواضيع غير مختلف المقالات والنصوص المتنوعة، فضلا عن وحدات ووسائل الإعلام ولذلك تستطيع أن نطلق عليه سجلا الويب.²⁷

_ الفيسبوك (facebook):

هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين،²⁸ وقد أسس هذا الموقع مارك زاكربيرج هذا الموقع عام

²⁶ نسيم بورني، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المراهقين، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 2، أم البواقي _ الجزائر،

ديسمبر 2018، ص 225

²⁷ نسيم بورني، نفس المرجع، ص 225

²⁸ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط 1، دار الفنائس للنشر والتوزيع، عمان_الأردن، 2013، ص 34

2004 لغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفرد الأمريكية، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، ولينطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية، إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيس بوك والتي أصبحت تقدر بالمليارات عام 2007 نتيجة لاشتراك 21 مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتعدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم.

_ الانستغرام (Instagram):

برنامج مجاني يعمل على الهواتف الذكية، يقوم على مشاركة الصور عبر البرنامج ومواقع التواصل الاجتماعي كالتويتر، الفيسبوك، فليكر... يتميز بخاصية الهاشتاغ # لتبين أن المناسبة ذات قيمة وتمكن الأصدقاء من المشاركة، له خاصية أخرى هي إمكانية التعديل على الصور وإضافة تأثيرات عليها عن طريق أدوات مختلفة، حظي الانستغرام مؤخرًا بشعبية كبرى وأصبح منافس قوي لمواقع التواصل الأخرى. أطلق عام 2010، في بداياته دعمه iPhone، iPad، وفي سنة 2012 في شهر أبريل قامت شركة (Android) بتدعيمه أصبح استعماله أكثر انتشارًا، بعدها قامت شركة الفيسبوك بالاستحواذ عليه، يتجاوز عدد المستخدمين له أكثر من 40 مليون مستخدم²⁹.

²⁹ عائشة قرّة، كنزة حامدي، تأثير النشاط النسوي الافتراضي على النساء عبر مواقع التواصل الاجتماعي _ دراسة تطبيقية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين _ ألمانيا، العدد 8، أغسطس 2019، ص 122

_ تويتر (twitter):

عرف "تويتر" Twitter بأنه "شبكة تواصل اجتماعي عبر الإنترنت وخدمة مصغرة للتدوين تسمح للمستخدمين بإرسال وقراءة رسائل نصية قصيرة حجمها حتى 140 رمز تُعرف باسم تغريدات. يستطيع المستخدمون المسجلون على تويتر قراءة وإرسال تغريدات، في حين يستطيع غير المسجلين بالشبكة قراءة التغريدات فقط. تسمح شبكة التواصل الاجتماعي تويتر بالوصول للمستخدمين من خلال واجهة الموقع أو الرسائل النصية القصيرة أو التطبيقات عبر أجهزة الهواتف المحمولة"³⁰.

_ لينكدان (Linkdin):

هو موقع اجتماعي مهني، يجمع بين الأشخاص الذين يشتركون في اهتمامات مهنية معينة يتبادلون فيها الخبرات، ويحاولون التعرف على فرص العمل المتاحة، تأسس عام 2002 م على يد جيف وينر وهو إداري سابق بشركة ياهو (YAHOO) بدأ نشاطه في 2003.³¹

³⁰ أسامة بن غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية مجلة أم القرى للعلوم الاجتماعية، العدد 2، 2017، ص 13

³¹ نيسم بورني، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المراهقين، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 2، أم البواقي _الجزائر، ديسمبر 2018، ص 227

_ الواتسآب (whatsapp):

انتشر استخدام الواتسآب بين الشباب لسهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول وإمكانية تشكيل مجموعات التواصل وتحويل الرسائل النصية والصور وإمكانية الحفظ، بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي والمؤثر على السلوك الفردي والجماعي.³²

_ اليوتيوب (YouTube):

هو موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (google)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة يمتلكون حساب فيه ويزوره الملايين من البشر يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بعرض مقاطع الفيديو، التي لم يتمكن مراسليها من الحصول عليها . تأسى موقع يوتيوب عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق تشاد هرلي، وستيف تشن، وجاود كريم، وهم موظفون سابقون 4 شركة (PayPal).³³

³² محمدي خيرة، الإعلام الصحي وإدارة أزمة كوفيد _19 في ظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع الميديا الاجتماعية، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد 3، جامعة الجزائر 3 _ الجزائر، سبتمبر 2020، ص 47

³³ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان_الأردن، 2015، ص 65

3_ خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

ومن خصائص مواقع التواصل الاجتماعي هي: ³⁴

_ المشاركة (Participation): وسائل المواقع الاجتماعية تشجع وردود الفعل من

الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور .

_ الانفتاح (Openness): معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم

خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها

تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادراً ما توجد أية حواجز أمام الوصول

والاستفادة من المحتوى .

_ المحادثة (Conversation): حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي و وسائل

الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة

والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

_ المجتمع (Community): وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية

لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في

العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو

³⁴ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط 1، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان _ الأردن، 2013، ص 26

قضية سياسية، أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعاً إلكترونياً متقارباً.

_ الترابط (Connectedness): تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضاً. مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا، مما يسهل ويسرع عملية الانتقال للمعلومات.

4_ إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

أولاً: إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتمثل الفوائد التي تعود على الفرد و المجتمع من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في التالي³⁵:

1_ سرعة التواصل بين الزملاء في الدراسة.

2_ التوعية وطرح الآراء والأفكار الدينية والثقافية والاجتماعية بين الأعضاء والأصدقاء من مختلف البلاد في العالم.

³⁵ إيناس محمد إبراهيم الشيتي، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب : دراسة ميدانية على طالبات جامعة القصيم، مجلة البحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، 2018، ص 14

- 3_ حرية التعبير عن الآراء للآخرين دون أي قيود أو ضوابط
- 4_ تطوير وتحسين العلاقات الاجتماعية ونشر الصداقة وتقويتها بين الأفراد المختلفين في الجنسية والعمر والثقافة.
- 5_ استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مثل "فيسبوك" و"تويتر" في الدعوة إلى الله باعتبارها أصبحت تستقطب العديد من الشرائح من المسلمين التي يمكن الوصول إليهم ودعوتهم إلى الالتزام والتمسك بتعاليم الدين الإسلامي.
- 6_ البقاء في تواصل مع أفراد العائلة أو الأصدقاء الذين يعيشون في أماكن نائية أو يتعذر الاتصال بهم لأسباب معينة.

ثانيا: سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- 1_ إدمان الجلوس عليها مما يعطل كثير من الأعمال
- 2_ نشر الأفكار الضالة مثل العنف والمشاركة فيه
- 3_ التعرض للخداع فيخدعونك وبيعدون عن أصدقائك وأهلك
- 4_ غياب الرقابة وعدم شعور بعض المستخدمين المسؤولين
- 5_ كثرة الإشاعات والمبالغة في نقل الأحداث

5_ وسائل التواصل الاجتماعي والأخبار الزائفة

لقد تزايد الحديث عن الأخبار الكاذبة بعد الانتخابات الأمريكية 2016 وخطاب الرئيس الأمريكي الفائز بها دونالد ترامب (Donald Trump) حيث أشار إلى أن وسائل الإعلام نشرت خلال الحملة الانتخابية الكثير من الأخبار الكاذبة، التي ساهمت في تضليل الشعب الأمريكي وهو ما فتح الباب أمام العشرات من استطلاعات الرأي والمقالات الصحفية ومنها " استطلاع مؤسسة ميريديث (Meredith) الأمريكية للإعلام عام 2017 الذي توصل إلى نتيجة مفادها أن 27% من جمهور المحتوى الإعلامي اعتبروا أن وسائل التواصل الاجتماعي مسؤولة عن انتشار الأخبار الكاذبة مقابل 12% منهم للمحطات التلفزيونية و 6% فقط لوسائل الإعلام المطبوعة.³⁷

ويرجع انتشار الشائعات والأخبار المضللة على وسائل التواصل الاجتماعي لسرعة انتشارها على نطاق واسع بين المستخدمين خاصة في ظل توفر عائدات مالية ترتبط بمعدلات المشاهدة المرتبطة هي الأخرى بعدد النقرات على تلك المحتويات، كما أثبتته نتائج دراسة أجرتها جامعة كولومبيا عام 2015 م والتي أكدت على أن عددا كبيرا من

³⁶ عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوفي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم الأساسي في محافظة شمال الشرقية بسلطنة عمان وعلاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير، جامعة نزوى، عمان، 2014/2015، ص31

³⁷ زهية يسعد، الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين _ دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام العدد 1، جوان 2020، ص 128

وسائل الإعلام الجديدة ساهم في تضليل الجمهور من أجل حصد المزيد من الزيارات والمشاهدات لموقعها. إن التحدي الآن الذي يواجه مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط تجنب التأثير بالأخبار المزيفة ولكن أيضا عدم نشرها بين الأصدقاء والعائلة، لأن المستخدم المسؤول يحرص على التأكد من واقعية الأخبار قدر الإمكان ثم تجنب نشر المعلومات المشكوك فيها، لكن الواقع يثبت إن غالبية الأشخاص الذين يشاركون القصص عبر الفيسبوك (Facebook) لا يقرؤون تلك القصص حتى النهاية قبل نشرها، بل إن الكثيرين منهم يقدمون على قراءة العنوان فقط وينشرون المحتوى دون قراءة أي شيء منه.

الخلاصة:

نستنتج في الأخير أن بفضل الانترنت ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي والتي كانت السبب في إتاحة الفرصة للتعبير عن جميع الآراء والأفكار ولكن تبقى هذه الأخيرة مثلها مثل مختلف الوسائل الحديثة لها العديد من الايجابيات والعديد من السلبيات ولذلك فننصح دائما بعمل مختلف الدراسات المعمقة حول تلك المواقع وتأثيرها على الشباب، أولهم الفيس بوك الموقع الإلكتروني الذي نال قبول واستجابة الكثير من الناس وخاصة الشباب وحول العالم والتويتر وكذلك اليوتيوب وهو من الموقع الإلكتروني الذي حقق مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي في فترة وجيزة.

الفصل الثاني

الأخبار الزائفة

أولا : تمهيد

ثانيا : الأخبار الزائفة النشأة والمفهوم

ثالثا : أنواع الأخبار الزائفة

رابعا : الأخبار الزائفة وفيروس كورونا في الجزائر

خامسا : دوافع إنتاج الأخبار الزائفة

سادسا : تقنيات الكبح والتحقق من صحة الأخبار الزائفة

سابعا : الخلاصة

تمهيد:

تعد الأخبار المزيفة سياسية وصناعة اتصالية مستخدمة في جميع وسائل الإعلام والاتصال، حيث زج بهذه الممارسات الإعلامية منذ البدايات الأولى لهذه الوسائل وعبر جميع محطاتها التاريخية، فقد نجدها في الصحف ومنابر الإذاعة كما نجدها على القنوات التلفزيونية، لاسيما وسائل التواصل الاجتماعي، معتمدة في ذلك على تطبيق مقاربات الإعلامية في تأثير على الجمهور، على غرار ما انطلقت منه نظرية الطلق السحرية في تجاربها على الخبر المزيف أو الكاذب، حينما أذيعت على المسامع الجمهور الأمريكي الغزو الفضائي، مما تسبب في خوف وذعر شديد، ومع تطور الوسائل انتقلت هذه الصناعة إلى الوسائل التواصل الاجتماعي، أو ما أطلق عليها اليوم بالحرب الناعمة، أو منصات الشائعات.

1_ الأخبار الزائفة النشأة والمفهوم

تعريف الأخبار الزائفة:

تعرف الأخبار الزائفة بأنها: " تلك المعلومات التي تم تفيقيها ونشرها عمدا بقصد خداع الآخرين وتضليلهم بالأكاذيب أو التشكيك في حقائق يمكن التحقق منها؛ بالإضافة على أنها معلومات مضللة يتم تقديمها على أنها أخبار أو من المحتمل أن ينظر إليها على أنها أخبار.³⁸

_ هي الأخبار المقالية المقصود بها الكذب أو بعد التحقق منها أنها كاذبة والتي يمكن أن تضلل القارئ، وخاصة أن لها متطلبات سياسية ولها انتشار واسع المدى على المواقع التواصلية بصفة خاصة، وتحمل عناوين مثيرة أو التي يحتمل أن يساء فهمها عن الحقيقة، خاصة إذا شاهدناها بمفردها أو معزولة على تويتر أو الفيس بوك³⁹

نشأة الأخبار المزيفة:

الحقيقة أن تاريخ الأخبار المزيفة يمتد إلى ما قبل 500 عام مضت وتعود إلى نشر أخبار متعلقة بشرب اليهود لدم الأطفال المسيحيين خلال طقوسهم الدينية وذلك بعد قتلهم

³⁸ محمد بوسماحة، زهية يسعد، نشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتممر الإلكتروني على النخبة السياسية الوطنية دراسة تحليلية لعينة من المنشورات على منصة الفيسبوك، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، العدد 2، جويلية 2021، ص 542

³⁹ سهير صالح إبراهيم ، أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة_ مصر، العدد 4، 2019، ص 356

وسحب دمهم، وقد انتشرت تلك القصص في أعقاب اختفاء طفل في العامين من عمره بمدينة ترينت (Trent) الإيطالية سنة 1475 خلال احتفال اليهود بعيد الفصح، رغم أن تلك القصص صنفت تاريخيا على أنها جزء من أسس معاداة السامية التي اعتمدها آلة الدعاية النازية، إلا أن هناك من يعتقد بصحته.⁴⁰

إن كلمة "تضليل" مشتقة من كلمة (dezinformacija) الروسية التي تعود إلى السنوات الأولى للحرب الباردة، وتعني بشكل واضح بث الأكاذيب وسط الأعداء من أجل إرباكهم والتأثير على قدراتهم، لكن مصطلح "التضليل" الذي يشير إلى نشر الكذب موجود منذ أواخر القرن السادس عشر، حيث كتب صموئيل جونسون (Samuel Johnson) عن ملك بروسيا عام 1756 الذي يعتقد أن هناك الكثير من الحقائق المضللة حول التعذيب التي لا يزال يخفيها الانجليز.

في رسالة عام 1807 إلى جون نورفيل (Norville John) ، الشاب الذي كان قد سأل عن أفضل طريقة لإدارة صحيفة، كتب توماس جيفرسون (Jefferson Thomas) كلاما ناريا يدين الأخبار المزيفة حيث قال "لا يمكن الآن تصديق أي شيء يمكن رؤيته في الصحف"، ومع نمو وانتشار الصحافة في عام 1830م ، مال بعضها إلى الأعمال التي تتمحور حول الإعلانات التي تجذب جمهورا أكبر بكثير من المواضيع المتعلقة بالآراء

⁴⁰ زهية يسعد، الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين _ دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، العدد 1، جوان 2020، ص 127_128

الحزبية، وهو ما حفز أكثر وسائل الإعلام بعدها على نشر أخبار مزيفة لا تنسى في التاريخ الأمريكي ثم تحول الدافع للتضليل نحو الإثارة الذهنية التجارية للجمهور. وفي الثلاثينيات من القرن الماضي نشرت صحيفة نيويورك صن التي تعتمد على الإشهارات كأساس لدخلها تقريراً صحفياً يتحدث عن اكتشاف فضائي أظهر كائنات ذات أجنحة وأشجاراً على القمر، وهو التقرير الذي تسبب في رفع نسب توزيع الصحيفة إلى نسب كبيرة، ليتبين فيما بعد أن ذلك المحتوى لا أساس له من الصحة. وأن مالك الصحيفة اتخذه سبيلاً لرفع نسبة توزيع الصحيفة ونسبة مبيعاتها. في 20 أكتوبر 2016 ، كشف موقع (BuzzFeed) ظاهرة إعلامية بدت مثيرة للقلق في القرن الحادي والعشرين وهي إن صح التعبير طفرة الأخبار المزيفة خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية حيث توصل تحليل (BuzzFeedNews) المنشورات أكثر الصفحات السياسية شهرة على مواقع التواصل الاجتماعي إلى أن ثلاث صفحات يمنية معروفة على فيس بوك (Facebook) نشرت 38 % من المعلومات الكاذبة أو المضللة خلال الفترة الزمنية التي شملتها الدراسة ، كما أن ثلاث صفحات يسارية كبيرة فعلت نفس الشيء في حوالي 20% من منشوراتها.

في البداية لم يحظ تقرير (BuzzFeed) باهتمام كبير، لكن انتخاب دونالد ترامب (DonaldTrum) بعد ذلك بثلاثة أسابيع، وتبعه تأكيد الرئيس التنفيذي لشركة فيس بوك مارك زوكربيرج (Zuckerberg Mark) في غضون ثمان وأربعين ساعة على أن

فيسبوك قد ساهم في انتصار ترامب ، فتح الباب لمئات المقالات والافتتاحيات على مدار شهرين كاملين بعدها وهي تدق ناقوس الخطر من الأخبار المزيفة التي صارت تهدد المجتمعات الديمقراطية في عصر المعلومات.

2_ أنواع الأخبار الزائفة

وهي ستة أنواع من الأخبار الكاذبة وهي : ⁴¹

_ الأخبار الساخرة:

هي الأخبار القائمة على استخدام الفكاهة والمبالغة في توصيف الأحداث الجارية، وتأخذ عادة طابع البرامج التلفزيونية والإذاعية مثل برنامج "ذي ديلي شو" (TheDailyShow) الأميركي، وهذا النوع من الأخبار يعتبر أن الأولوية تعطى لتسلية وإضحاك الجمهور لا للمعلومة بحد ذاتها، وغالباً ما تعتمد هذه الأخبار على استخدام الرسومات التوضيحية بطريقة ساخرة، كخبر السحرية من زراعة الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي انخلة حيث علق عليه النشطاء ساخرين "السيسي في فعالية لبر الوالدين"، على اعتبار أن لقبه الساخر والشائع "بلحة" ويهدف هذا النوع من الأخبار إلى نقد القضايا السياسية والاجتماعية، فهي تحوي جانباً من المعلومات الضمنية، فمن

⁴¹ عمر أبو عرقوب، ستة أنواع للأخبار الكاذبة في العصر الرقمي، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، العدد 13، 2019،

يشاهده يستطيع فهم الوضع العام الحالي في بلد ما ، كما أنها تساهم في تشكيل الرأي العام

_ الأخبار الهزلية:

يشارك هذا النوع مع سابقه في الاعتماد على إضحاك الجمهور، إلا أنه يقوم على معلومات غير حقيقية ومنافية للمنطق، فيتم أحيانا اختلاق قصص إخبارية بالكامل، ومثال ذلك موقع "ذي أونيون (TheOnion) الأميركي وشبكة الحدود الساخرة التي كان أحد عناوينها حول الهجوم على مساجد نيوزيلندا على لسان ترامب " يلعن الساعة التي صرت فيها رئيساً مضطراً لإدانة هجوم رائع مثل هجوم نيوزيلندا"، أو "رئيس الأركان الإيراني يدعو القوات الأجنبية إلى مغادرة سوريا فوراً"، وتعتبر أمثال هذه الأخبار من أدوات توجيه النقد اللاذع للوضع السياسي القائم.

_ الأخبار المفبركة:

هي الأخبار التي تكون مبنية على تزييف الحقيقة وهدفها التضليل والتشويه، ومقاصدها غالباً ما تكون سياسية، كما يصعب تمييز فبركتها، وتمتاز بسرعة الانتشار، كأن تنشر صورة لمجموعة من المعتقلين أثناء اعتداء رجال الأمن والجنود عليهم، تم تصويرها في ليبيا أو سوريا، على أنها نتيجة مسيرة احتجاجية في الضفة الغربية أو قطاع غزة.

_ التلاعب بالصور:

يعتبر التلاعب بمضمون وأجزاء الصور أحد أنواع الأخبار الكاذبة لأنه يشكل رسالة غير حقيقية ومضللة، وقد أصبح التلاعب بالصور أمراً سهلاً وسريعاً، بفعل ما أتاحتها الوسائل الاتصالية والتقنية الحديثة من إمكانية تعديل الصور باستخدام برامج سهلة، كإضافة صورة قائد حزب سياسي إلى صورة يظهر فيها بوضع مخد للآداب، أو إضافة علم دولة إلى صورة معتقلين تحت التعذيب، أو تشكّل اسمي "الله" أو "محمد" بموجات تسو نامي في منطقة ما، وغيرها الكثير.

_ أخبار الإعلانات والعلاقات العامة :

هذا النوع يكون محددًا بالرسائل الترويجية التي يتم تضمينها في التقارير والأخبار يهدف الترويج لمنتج معين مثلاً وقد تكون الوسيلة الإعلامية قد أخذت مقابلًا لذلك، إذ إنه لا يكون إعلاناً بشكل واضح، وإنما على شكل خبر أو تقرير متحيز يوجه الجمهور لشراء منتج معين، كأن تنشر صحيفة خبراً حول زيادة الإقبال على شراء منتج معين مع ذكر مزاياه الإيجابية فقط بهدف زيادة الإقبال عليه وهذا يخل بمبادئ الصحافة كالموضوعية وعدم الانحياز.⁴²

⁴² عمر أبو عرقوب، نفس المرجع السابق، ص 22

_ أخبار الدعاية:

ارتبط مفهوم الدعاية أو البروباغاندا خلال العقود الأخيرة بالدعاية السياسية لاستخداماتها المتكررة في الخصومات السياسية وتعود الأخبار الدعائية إلى القصص الإخبارية التي تعدها الجهات السياسية للتأثير على الرأي العام، وتهدف إلى بناء رواية إستراتيجية وتأطير الأحداث بسياقات معينة بما يتفق مع توجه الجهات السياسية، وغالباً ما تكون الدعاية مبنية على حقائق، إلا أنها منحازة إلى جانب معين من الحقيقة مع إخفاء الجوانب الأخرى، فإظهار الحقائق الإيجابية يساعد على بناء صورة إيجابية كذلك، كأن يذكر تقرير إخباري إنجازات رئيس دولة أو حزب سياسي دون التطرق إلى إخفاقاته وسلبياته، والمشاكل والأزمات التي تسبب بها، فيتم تأطيره بشكل إيجابي منحاز.

3_ الأخبار الزائفة وفيروس كورونا في الجزائر

مع تعدد الأخبار وتزايد سرعة انتشارها خلال الحجر الصحي، وجد مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، أنفسهم أمام سيل من المعلومات، منها الأخبار الزائفة والتي وقعت وسائل الإعلام المختلفة أيضاً ضحية لها، منها القنوات التلفزيونية الفضائية ، حيث صار السبق الصحفي والتسابق نحو الشريط الأحمر - عاجل - غاية الجميع للوصول إلى أكبر عدد من المشاهدين قبل التأكد من مصدر المعلومة ليتضح بعد وقت

قصير جدا من النشر والمشاركة الواسعة أن المستخدم كان ضحية لتعرضه للأخبار

المضللة وهي تشكل فيروسا لا يقل خطرا عن خطر انتشار الوباء.⁴³

في نفس المنحى، بينت الملاحظة اليومية لمسار انتقال المعلومات المغلوطة الخاصة

بفيروس كورونا المستجد عبر الفيسبوك في الجزائر، أن الأساليب والطرق التي يعتمدها

المروجون عن قصد أو عن غير قصد لمثل هذه الأخبار، لا تختلف في الممارسة عن

تلك الأساليب التي يتميز بها ترويج الشائعات والدعاية بشكل عام، فهي تركز بالأساس

على التكرار وتوظيف العقيدة والدين، استخدام الأساليب العاطفية، والخطابات والشعارات

ذات الوقع المباشر على المتلقي... وجميعها يتم توظيفها في سياق جماعي أو فردي

للوصول إلى التأثيرات المرغوبة. في السياق العام، تداول الجزائريون أخبارا كثيرة عبر

الفيسبوك عن هذا الوباء، وما ميزها هو سرعة الانتشار والتداول، وتحولها إلى حديث عام

عبر المجال الافتراضي، وكان التضليل قد بدأ قبيل بداية الحجر الصحي، حين انتشر

بيان منسوب إلى وزارة التربية والتعليم بتاريخ 10 مارس 2020، بتقديم عطلة الربيع قبل

موعدتها، وهو البيان الذي وقعت بعض القنوات التلفزيونية الخاصة في فخه، ونشرته على

نطاق واسع، غير أن الأهم في هذه الحالة ليست البيانات التي كان الفيسبوكيون في

الجزائر يتناقلونها تبعا دون التثبت من صدقيتها ومصداقيتها، بقدر ما كان الأمر الأهم

يتعلق بغياب القنوات الرسمية للاتصال، وهو ما كان سببا رئيسيا في تزايد الكذب

⁴³ لبنى رحموني، أمينة علاق، فيروس كورونا المستجد (Covid 19) وانتشار الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك في الجزائر ، مجلة العلوم

الإنسانية ، جامعة أم البواقي _ الجزائر، العدد 2، جوان 2021، ص 314

والافتراء، يقابله التأخر الملحوظ في سن القوانين الردعية لمحاربة الإجرام الإلكتروني وتدخل في دائرته الأخبار الملققة.

ومن بين الأخبار التي شاعت هي إشاعة " الندرة " .. والتهافت اللاعقلاني على تخزين المواد الغذائية الأساسية: بسبب شح المعلومات من المصادر الرسمية وحالة الإغلاق الكلي لكل بلدان العالم تقريبا، روجت إشاعات تزامنا مع بداية الحجر، مفادها ندرة المواد الاستهلاكية، (خاصة الزيت والسكر والدقيق)، ما دفع بالمستهلكين إلى الإقبال الواسع على تكديسها، وشرائها بكميات كبيرة، إلى حد نفاذ بعضها من السوق الجزائرية، وهو الأمر الذي قابله ارتفاع حاد لأسعار هذه السلع لا سيما الكمادات الطبية والمعقمات، وهي نفس الإشاعات التي أعيد تداولها في نهاية شهر أكتوبر وأدت إلى نفس الحالة من التهافت على تكديس السلع ، وفي كل مرة كانت الجهات الوصية وفي مقدمتها وزارة التجارة تلجأ إلى اتخاذ تدابير مختلفة لمواجهة هذا النوع من الممارسات، والذي كان منطلقه انتشار الأخبار الزائفة بشكل واسع عبر عدد في الصفحات والحسابات الفيسبوكية.⁴⁴

وكذلك الخوف من الهلاك... والانتقال من مرحلة الهلع إلى فبركة أخبار الوفيات : لم يخرج الجزائريون عن السياق العالمي للوباء، فضلت طوال فترة الحجر أخبار الإصابة والموت تهيمن على الفضاء الأزرق، وقد استلهم رواد الفيسبوك تمظهرات الهلع من

⁴⁴ لبنى رحموني، أمينة علاق، نفس المرجع السابق، ص 315_316

التجربة الإيطالية في ذات المجال، فبعد الأرقام المهولة في مدينة بيرغامو الإيطالية إصابات ووفيات، نظر الجزائريون للبليدة التي كانت تنصدر قائمة مناطق تفشي الوباء - تصنيفها كبؤرة للفيروس - نظرة تحاكي الوضع الإيطالي وفي مشهد عاطفي تناقلت الصفحات الجزائرية فيديو مأساوي قيل أنه لسكان البليدة بعد أن فرض عليهم الحجر الكلي بسبب سرعة انتشار الفيروس، وهم يطلون من شرفات عماراتهم بعد أن صار الوضع مأساويا يتضرعون الله لرفع البلاء حين عجزت الأطقم الطبية والأجهزة الحكومية عن محاصرة المرض. مع توظيف خلفية موسيقية (الشكوى للرب العالي)، وقد نال الفيديو أكثر من 48 ألف مشاركة، أكثر من 20 ألف تعليق، و 67 ألفا من الردود بين إعجاب وحرز ودعم، وهو الرقم الذي يمكن وصفه بالضخم جدا من حيث ردود الفعل التي تستدعي النظر إليها، وتفكيكها، ليتضح في الأخير أن الفيديو مفبرك ولا أساس له من الصحة، وأنه مصور في إيطاليا وقد ركبت عليه أهازيج الملاعب الجزائرية.

4_ دوافع إنتاج الأخبار الزائفة

ويوجد للأخبار الزائفة عدة دوافع، يمكن إجمالها في النقاط التالية:⁴⁵

1_ دوافع سياسية : وتشمل الأخبار الزائفة الأكثر انتشارا ومتابعة على منصات

التواصل في وقتنا الحالي، وأكثرها تأثيرا على الأفراد والمجتمعات، وتسعى الحكومات

⁴⁵ عبد المجيد رمضان، حق الوصول إلى المعلومة كآلية لمحاربة الأخبار الزائفة أثناء الأزمات، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 4، 2020، ص 188

جاهدة لمحاربتها. وتستخدم هذه الأخبار أشكالاً كثيرة، مثل النكتة والصور المفبركة وقصص الفضائح، وتنتشر لأهداف سياسية، لتشويه سمعة شخصيات سياسية أو قادة النظام السياسي من رؤساء ووزراء وولاة، وتخدم في الغالب مصالح معينة للتأثير على تفكير المواطنين وتغيير مواقفهم واتجاهاتهم تجاه قضايا معينة.

2_ دوافع إيديولوجية أو طائفية : وتقضي هذه الأخبار بتحطيم الروح المعنوية للخصم،

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

3_ دوافع ذاتية : وهي التي تجعل أشخاصا يقفون وراء أخبار زائفة ينسبون لها هيئات

رسمية أو غير رسمية من خلال بث بلاغات غير صحيحة، طلباً لتحقيق رغباتهم الشخصية، والتأثير على الجهات المسؤولة باتخاذ قرارات من شأنها خدمة طموحات أولئك الأشخاص. ونلمس ذلك في العديد من التعليمات المزورة التي تنتشر عادة على منصة الفيسبوك باسم وزارات ذات علاقة وطيدة بشؤون المواطن. ويعزى هذا الاندفاع نحو نشر مثل هذه الأكاذيب إلى رغبة مروجيها في الحصول على أكبر قدر من التفاعل من رواد الموقع أو الصفحة، سواء بالإعجاب أو المشاركة.

5_ تقنيات الكبح والتحقق من صحة الأخبار الزائفة

ظهرت في الآونة الأخيرة عدة مبادرات إعلامية لمواجهة الأخبار الكاذبة، لا سيما بعدما أصبحت البيئة الرقمية ومن خلالها شبكات التواصل الاجتماعي مصدرا مهما استقاء المعلومات والأخبار من قبل الصحفيين والمراسلين المشتغلون بمؤسسات إعلامية، هذا ما أدى إلى تضاعف الضغوطات والضرورات من أجل إيجاد آليات للتحقق من هذه الأخبار والمعلومات وكذا وضع طرق وسبل لمواجهةها.⁴⁶

أولاً: تقنيات الكشف عن الأخبار الكاذبة:

وقد قدمت مجموعة من الخطوات للتحقق من الأخبار والصور والفيديوهات التي تنتشر على المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية لعل أهمها:

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

2- أبحث عن أصل الصورة سواء أكانت ثابتة أو مقتطفة من فيديو. افعل ذلك دائما لأنك قد تعرف إذا كانت الصورة قديمة أو حديثة. تسمى هذه العملية بالبحث عن الصورة

(ImageSearch) أو العكس أو عكس البحث عن الصورة (Reverse Image

(Search)

⁴⁶ نبيل لحر، الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على اتجاهات الرأي العام الدراسة في المفهوم، العلاقة والأهداف، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، العدد 02، جوان 2020، ص 590

3- ابحث عن المؤشرات في أي صورة أو فيديو في أي صورة أو فيديو، أي شيء يمكنه مساعدتك، معالم أو إشارات أو الحالة الجوية.

4_ ابحث عن أدلة مساندة: ما الذي يقوله الآخرون؟ وما الذي تقوله التقارير الإخبارية عن نفس الموضوع؟

5- حاول الوصول إلى مصدر في موقع الحدث للتحقق من صحة الصور أو الخبر قد يكون هذا المصدر شاهد عين أو مراسلك الصحفي

6_ يجب تطبيق الأدوات التقنية التي تمكن من التأكد من التحقق من مصداقية الهوية والأماكن والصور ومن بين هذه الأدوات ما يلي:

1- التحقق من الهوية: وذلك من خلال استخدام أدوات رقمية للعثور على معلومات الاتصال وحسابات الأفراد الذين ينشطون على منصات الإعلام الاجتماعي ويتم ذلك من خلال مجموعة من التطبيقات مثل (AllAreaCodes-FacebookGraph (Search-AnyWho

2_ التحقق من الأماكن: هل فعلا حصل حدث ما في المكان الذي يقول الناس أنه حصل فيه، وذلك من خلال تطبيقات أيضا مثل (Flikir-free-ocr.com-google Maps-NasaEarthObservatory)

3_ **التحقق من الصور:** هل تعرض صور معينة ما يخص حقا؟ ويتم ذلك من خلال

تطبيقات أيضا تعمل على التحقق من الصور ومدى صحتها ودقتها، من أمثلة هذه

المواقع والتطبيقات (Findexif.com–fotoforensics–googl_searchbyimage

(jeffry'sExifViewer

ثانيا: تقنيات مواجهة الأخبار الكاذبة:

يمكن مواجهة الأخبار الكاذبة من خلال أساليب مثل أسلوب قتل الخبر الكاذب بخبر

كاذب آخر أكبر منه حجما، حيث يمكن تدمير ذلك الخبر الكاذب بخبر كاذب أكبر منه

من ناحية الكذب، كذلك يمكن انتهاج أسلوب تكذيب الخبر، فبعض الأحيان عند

السكوت على الأخبار الكاذبة يزيد انتشارها وتأثيرها، وكذلك عند الخروج وتذيعها علنا

يزيد أيضا من انتشارها لدى أفراد لم يكونوا على علم بها، لذلك يتطلب في هذه الحالة

نشر عكسها (الأخبار الكاذبة) لكن دون الإشارة إليها. والأسلوب الأخير يتمثل في

القضاء على الأخبار الكاذبة بالمعلومات، ويعتبر هذا الأسلوب من أنجح السبل للقضاء

عليها، لأن الخبر الكاذب ينتشر في بيئة خالية من المعلومات، لذلك يتطلب توفير

المعلومات والأخبار الدقيقة والكاملة بالسرعة اللازمة لمواجهة كل ما يدعم انتشار مثل

هذه الأخبار الكاذبة⁴⁷.

⁴⁷ نبيل لحر، نفس المرجع السابق، ص 592

ويجب مكافحة الأخبار الكاذبة بوسائل رقمية ترصد مسبباتها ونقاط قوتها والرد عليها بشكل عكسي، ويتم ذلك من خلال أسلوب مشاركة الجمهور في الحصر والتحقق من صحة أو بطلان ما يتم تلقيه من رسائل فورية من خلال الاستفادة من اهتماماتهم بالمشاركة بشكل دائم وتوفير وسائل مجانية بسيطة ومتعددة الوسائط لمكافحة الأخبار الكاذبة ورصدها.

كذلك يمكن التصدي للأخبار الكاذبة من خلال تصميم حملات توعية للجماهير كون أن هذه العملية مسئولية الجميع لذا يتطلب محاربتها على الصعيد الفردي والجماعي، ويمكن تصميم حملات لرفع الوعي لدى الجماهير بهدف عدم تصديق أي خبر إلا إذا كانت مصادره موثوقة ورسمية، وعدم الثقة فيما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي إلا بعد التأكيد والفحص الدقيق.

الخلاصة:

إن موضوع الأخبار الكاذبة أصبح في السنوات الأخيرة أمراً شائعاً ويشكل قوة كبيرة من التضليل والمعلومات المغلوطة في جميع أنحاء العالم رغم أنه ليس بظاهرة حديثة إلا أن استخدام وسائل جديدة تنشر مادته بسرعة وكفاءة، وهي وسائل التواصل الاجتماعي التي تحظى بمتابعة واهتمام الشعوب وتجذب انتباههم.

الإطار

التنظير يقي

أولاً : تمهيد

ثانياً : التحليل الكمي والكيفي لدوافع الطلبة جامعة عبد الحميد ابن باديس

موقع خروبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

ثالثاً : التحليل الكمي والكيفي للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل

الاجتماعي وتأثيرها على طلبة جامعة عبد الحميد ابن باديس _خروبة_

رابعاً : التحليل الكمي والكيفي لمواقع التواصل الاجتماعي والأخبار الكاذبة

حول كورونا.

خامساً : نتائج العامة الدراسة

تمهيد :

بعدها تطرقنا في الفصول السابقة للبحث، يتوجب على الباحث إثبات أو نفي صحة الحقائق التي هو بصدد دراستها، حيث تناولنا في هذا الإطار تحليل بيانات الدراسة الميدانية استناداً للمعطيات المتحصل عليها من استمارات الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين والتي قدرت بـ 100 مفردة، حيث تم استرجاعها كلها وبالتالي العدد النهائي 100 مفردة من طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس موقع خروبة بجميع مستوياتهم للسنة الجامعية 2021/2022، وبعدها قمنا بتفريغ البيانات في الحاسب الآلي وتم معالجتها وقد تم تبويب الإجابات في شكل جدول تحمل تكرارات ونسب مئوية مع التعليق عليها كما وكيفا ومحاولة تفسيرها واستخلاص النتائج.

البيانات الشخصية للمبحوثين:

تساعد البيانات الشخصية الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين كما يعتمد عليها الباحث كمؤشرات تحليل البيانات الميدانية.

لذلك اشتملت دراستنا على معرفة البيانات الشخصية للمبحوثين تضمنت أربعة أسئلة :

_ الجنس

_ السن

_ الكلية

_ المستوى التعليمي

نتائج المحول الأول : الخاص بدوافع الطلبة جامعة عبد الحميد ابن باديس موقع خروبة

لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

نتائج المحول الثاني : الخاص بالأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها

على طلبة جامعة عبد الحميد ابن باديس _خروبة_

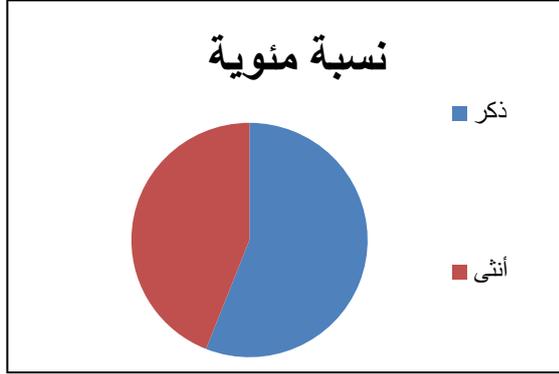
نتائج المحول الثالث : الخاص بمواقع التواصل الاجتماعي والأخبار الكاذبة حول

كورونا.

تفريغ وتحليل البيانات الميدانية :

❖ البيانات الشخصية :

1_ توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الجنس



النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
%56	56	ذكر
%44	44	أنثى
%100	100	المجموع

شكل رقم (01) : يمثل توزيع العينة حسب الجنس

جدول رقم (01) : يوضح توزيع العينة حسب الجنس

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن غالبية الطلبة المبحوثين كانت من جنس ذكر بنسبة 56% بينما نسبة الإناث قدرت ب 44%.

وعليه نستنتج من خلال الجدول أن غالبية المبحوثين كانت ذكور.

02_ توزيع مفردات عينة الدراسة حسب السن



شكل رقم (02) : يمثل توزيع العينة حسب السن

جدول رقم (02) : يوضح توزيع العينة حسب السن

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أكبر نسبة من العينة تتراوح ما بين 18 إلى 25 سنة بنسبة 95% وتليها نسبة 5% المتمثلة في فئة 26 إلى 33، وأخيرا أقل نسبة هي 00% من أفراد العينة والمتمثلة في فئة 34 فما فوق.

نستنتج في الأخير أن غالبية أفراد العينة من فئة 18 إلى 25 سنة ويعود السبب ذلك إلى سيطرة هذه الفئة في الجامعة وإن معظم الطلبة الجامعيين لم يتجاوزوا سن 25 أن تعليمهم كان بصورة نظامية.

03_ توزيع مفردات عينة الدراسة حسب الكلية



شكل رقم (03) : يمثل توزيع العينة حسب الكلية

جدول رقم (03) : يوضح توزيع العينة حسب الكلية

من خلال الجدول أعلاه أن غالبية الطلبة المبحوثين كانوا من كلية العلوم الاجتماعية 45% وتليها كلية الأدب 30% بينما بلغ المبحوثين من كلية العلوم الاقتصادية 25%. نستنتج في الأخير أن كلية العلوم الاجتماعية هي أكبر نسبة وهذا يعود إلى ضمها العديد من التخصصات بما فيهم تخصصنا الاتصال الجماهيري.

04_ توزيع مفردات عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



شكل رقم (04) : يمثل توزيع العينة حسب المستوى

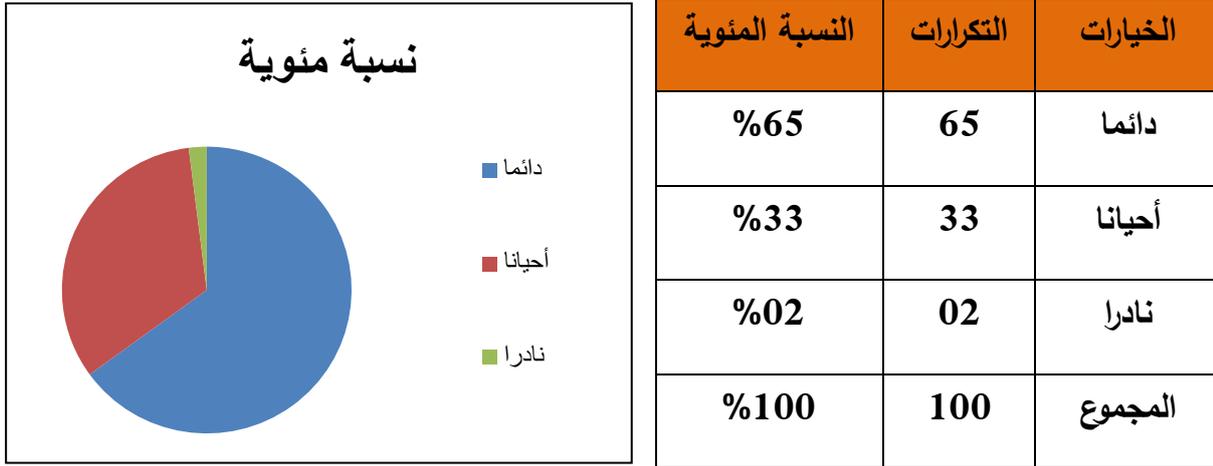
جدول رقم (04) : يوضح توزيع العينة حسب المستوى

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه نلاحظ أن طلبة ليسانس يمثلون نسبة 80% يشكلون الأغلبية مقارنة بطلبة ماستر الذي يقدر ب 20%، وصولاً إلى طلبة الدكتوراه الذين تقدر نسبتهم ب 00%.

❖ المحور الأول: دوافع الطلبة جامعة عبد الحميد بن باديس موقع خروبة

لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

01_ درجة تصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي



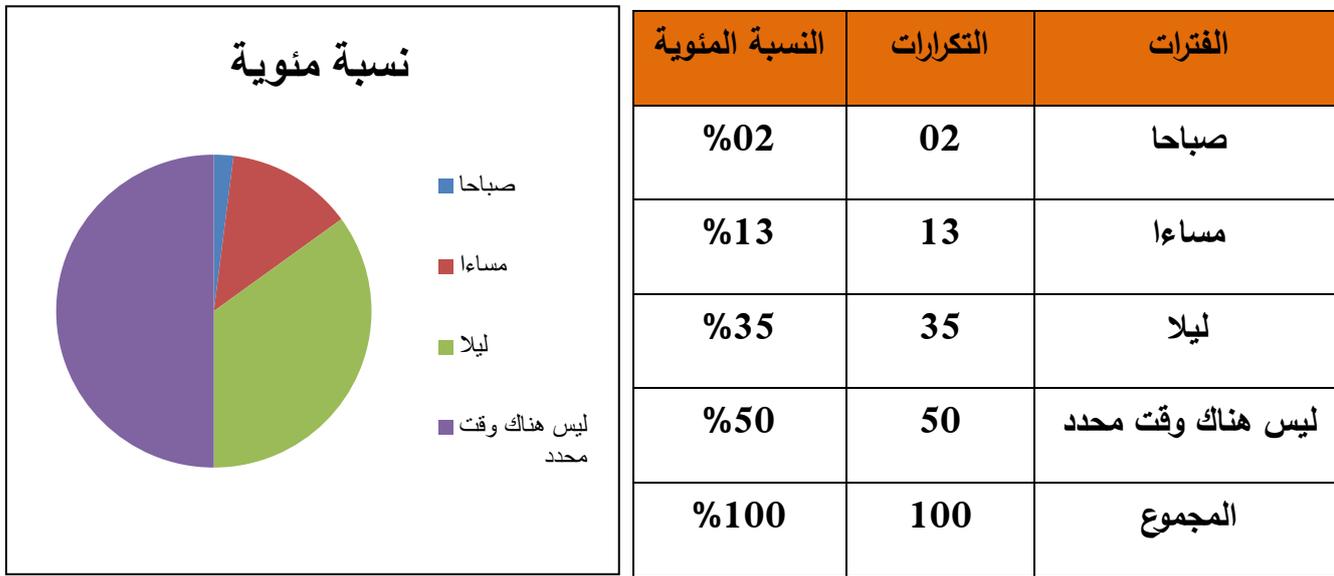
جدول رقم (05) : يوضح درجة تصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي
شكل رقم (05) : يمثل درجة تصفح الطلبة لمواقع التواصل الاجتماعي

من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية الطلبة المبحوثين يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة دائمة بنسبة 65% في حين كانت النسبة المئوية 33% لأحيانا، تليها نادرا بنسبة ب 02 % كلها تصب في درجة تتبع الطلبة للأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ونستنتج في الأخير إن هذا راجع إلى اهتمام الطلبة بكثرة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة إلى سهولة استخدامهم لهذه المواقع وحبهم الشديد إلى استخدام هذه المواقع بكثرة والتي تحتل مكانة مرموقة في نفوسهم وذلك لكونها الملجأ الوحيد الذي يفرغون من خلاله عبء الضغوطات اليومية وملاً الفراغ العاطفي وبالتالي الانحياز

لاستخدام هذه المواقع بنسبة 65%. في حين كانت نسبة العزوف عن استخدام هذه المواقع 02% نادرا وذلك بسبب عدم وجود رغبة للطلبة نحو استخدام هذه المواقع وكذلك راجع إلى عدم وجود وقت كافي لاتصال بهذه المواقع أو كثرة حصص التدريس لا يترك وقت للطلاب لتصفح هذه المواقع .

02_ الأوقات المفضلة لدى الطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي



جدول رقم (06) : يوضح الأوقات المفضلة لدى الطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

شكل رقم (06) : يمثل الأوقات المفضلة لدى الطلبة لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية الطلبة المبحوثين ليس لديهم وقت محدد لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي والتي قدرت بنسبة 50%، في حين أن الطلبة المبحوثين الذين يفضلون تصفح مواقع التواصل الاجتماعي ليلا جاءت بنسبة مئوية قدرت بـ 35%، أما فيما يخص الفترة المسائية جاءت بنسبة 13%، أما الفترة الصباحية فجاءت بنسبة ضئيلة قدرت بـ 2%.

ونستنتج في الأخير أن هذا يعود إلى الفراغ العاطفي والاجتماعي للطلبة مما يبحازون إلى استخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي بكثرة وفي كل وقت ودون تحديد للفترات، بالإضافة إلى عدم وجود مساندة اجتماعية سواء من الأسرة أو الأصدقاء أو المحيط الخارجي لهذا يلجأ للبحث عنها كتعويض لهذا الفراغ أو الإحباط .

03_ كم تقضي من الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي



الأوقات	التكرارات	النسبة المئوية
ساعة	13	13%
ساعتان	23	23%
3 ساعات	23	23%
4 ساعات فما فوق	41	41%
المجموع	100	100%

شكل رقم (07) : يمثل كم يقضي الطلبة من الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (07) : يوضح كم يقضي الطلبة من الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن غالبية الطلبة يقضون ساعات كثيرة في التصفح لمواقع التواصل الاجتماعي حيث كانت نسبة تصفح 4 ساعات فما فوق تقدر ب 41 % في حين أن نسبة الطلبة الذين يتصفحون ساعتان و 3 ساعات كانت متقاربة ب 23% أما الذين يتصفحون المواقع ساعة في اليوم كانوا بنسبة 13%.

نستنتج في الأخير أن أكبر عدد كبير من الطلبة يتصفحون المواقع أكثر من 4 ساعات في اليوم لمعرفة ما يدور حول العالم والدرشة والتواصل مع الأصدقاء.

04_ الجهاز الذي تستخدمه لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

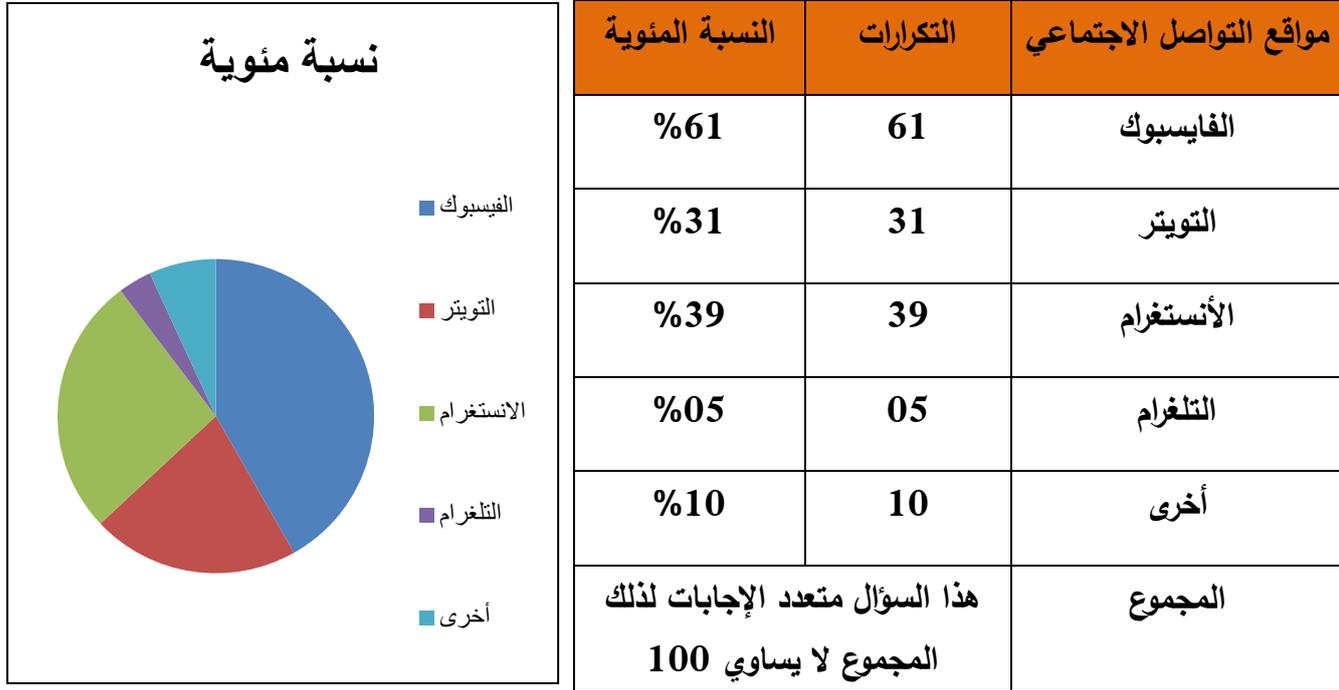


جدول رقم (08) : يوضح الجهاز المستخدم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي
شكل رقم (08) : يمثل الجهاز المستخدم لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال النتائج المحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية الطلبة المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 89%، يليها الكمبيوتر بنسبة 9% في حين كانت النسبة ضعيفة في استخدام اللوحة الإلكترونية بنسبة 2%.

نستنتج في الأخير أن الطلبة يستعملون الهاتف الذكي كثيرا بنسبة 89% لصغر حجمه عكس اللوحة الإلكترونية وجهاز الكمبيوتر.

5_ ما هي المواقع التي تتصفحها كثيرا؟



جدول رقم (09) : يوضح المواقع التي يتم تصفحها كثيرا من قبل الطلبة
شكل رقم (09) : يمثل المواقع التي يتم تصفحها كثيرا من قبل الطلبة

من خلا النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن غالبية

الطلبة يتصفحون موقع فيسبوك كثيرا بنسبة 61% ويليها انستغرام بنسبة 39% والتويتتر

بنسبة 31% في حين كانت النسبة ضعيفة لكل من المواقع الأخرى والتلغرام على التوالي

كانت 10% لصالح مواقع أخرى و05% للتلغرام.

وعليه فإن الفيسبوك يحافظ على الريادة بين مواقع التواصل الاجتماعي من حيث

الاستخدام حتى في وقت الأزمات بنسبة كبيرة مقارنة ببقية المواقع الاجتماعية الأخرى

بنسبة 61% وهذه النتيجة لها ما يبررها حيث تشير الإحصائيات العالمية إلى أن

نستنتج في الأخير أن الأخبار التي تستهوي الطلبة على مواقع التواصل الاجتماعي والتي بنسبة 53% لصالح الأخبار الفنية وهذا يعود إلى أن الطلبة يميلون إلى الفن والموسيقى تليها الأخبار الرياضية 41% وذلك ويرجع ذلك إلى أن أغلبية أفراد عينتنا كانوا ذكور وذكور معروفين بحبهم للرياضة وكل الأمور المتعلقة بها.

_ نتائج المحور الأول: دوافع الطلبة جامعة عبد الحميد بن باديس موقع خروية

لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

وقد تبين كذلك أن غالبية أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك في استقاء الأخبار أكثر من وسائل الإعلام الأخرى، فمواقع التواصل الاجتماعي تعد مصدرا مهما للأخبار لما تتوفر عليه من ميزات جعلتها من الوسائل المفضلة لدى الطلبة من خلال استخدام الهاتف الذكي في تصفح هذه المواقع وكونه يتميز بالسهولة والسرعة في نقل الأخبار على عكس باقي الأجهزة الأخرى، كما تبين من خلال الدراسة أن من الأخبار التي تستهوي الطلبة عبر هذه المواقع هي الأخبار الفنية والرياضية، وليس لديهم أوقات مفضلة ويتصفحون تلك المواقع دائما حيث يقضون ما يفوق 4 ساعات تصفح.

❖ المحور الثاني: الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على

طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس _خروية_

1_ هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تروج للأخبار الكاذبة أكثر من الوسائل

الأخرى



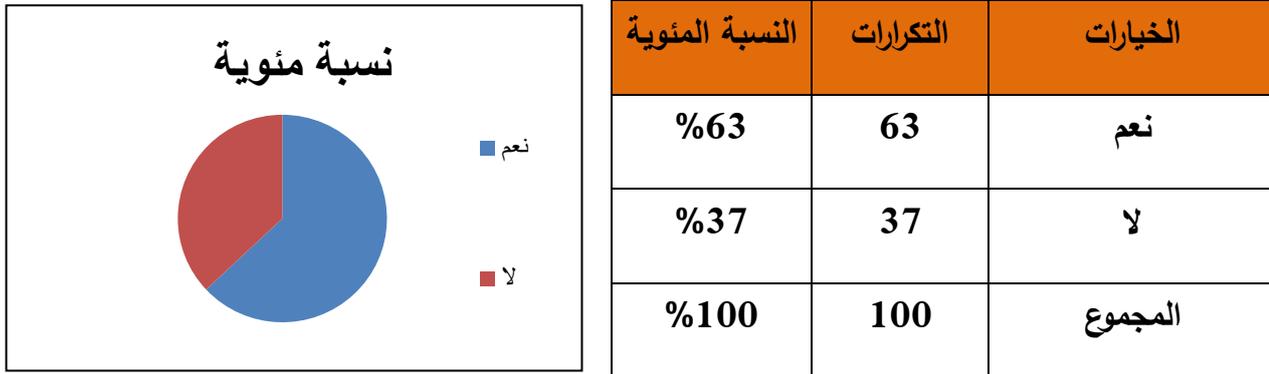
جدول رقم (11) : يوضح مواقع التواصل الاجتماعي التي تروج للأخبار الكاذبة أكثر من الوسائل الأخرى

شكل رقم (11) : يمثل مواقع التواصل الاجتماعي التي تروج للأخبار الكاذبة أكثر من الوسائل الأخرى

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية الطلبة المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة 83 % في أن مواقع التواصل الاجتماعي تروج للأخبار الكاذبة أكثر من الوسائل الأخرى، في حين كانت النسبة المئوية بـ لا 17 % .

من خلال ما تم ملاحظته في أن مواقع التواصل الاجتماعي تروج للأخبار الكاذبة أكثر من الوسائل الأخرى، كانت بنعم بقوة في إجابات أفراد العينة حول رأيهم واضحة وجلية بنسبة 83 % وهذا راجع إلى عدم وجود رقابة عليها، وتقبل فئة الشباب لهذه الأخبار دون البحث عن المصدر أو صحة الخبر المنتشر

2_ هل سبق لك وأن تعرضت لمحتوى مزيف عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟



شكل رقم (12) : يمثل تعرض الطلبة لمحتوى مزيف عبر مواقع التواصل الاجتماعي

جدول رقم (12) : يوضح تعرض الطلبة لمحتوى مزيف عبر مواقع التواصل الاجتماعي

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية الطلبة المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة 63% في هل سبق لك وأن تعرضت لمحتوى مزيف عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين كانت النسبة المئوية بـ لا 37%.

من خلال ما تم ملاحظته في هل سبق لك وأن تعرضت لمحتوى مزيف عبر مواقع التواصل الاجتماعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي كانت بنعم في إجابات أفراد العينة حول رأيهم واضحة وجلية بنسبة 63% وهذا راجع إلى عدم وجود رقابة إلكترونية نتيجة تقصير الجهات المسؤولة والأمنية المفوضة بحماية هذه المواقع نتيجة عدم الرقابة من الوالدين والجهات المسؤولة لهذه المواقع ، كذلك جرائم الابتزاز " لرجال الأعمال والمشاهير " لابتزازهم وتشويه بسمعتهم.

3_ هل سبق لك وأن تفاعلت مع محتوى تبين لك لاحقا أنه مزيف ب

_ الإعجاب



الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	15	15%
أحيانا	33	33%
نادرا	27	27%
لم أفعل	25	25%
المجموع	100	100%

جدول رقم (13) : يوضح التفاعل مع محتوى تبين

لاحقا أنه مزيف بالإعجاب

شكل رقم (13) : يمثل التفاعل مع محتوى تبين لاحقا أنه

مزيف بالإعجاب

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن الطلبة

المبحوثين أنهم سبق لهم وأن تفاعلوا مع محتوى تبين لهم لاحقا أنه مزيف بالإعجاب

وكانوا أحيانا ما يقومون بالإعجاب بنسبة 33% ، في حين كانت النسبة المئوية لنادرا

27% بينما نسبة 25% من الطلبة المبحوثين لم يفعلوا، في حين أن نسبة 15% منهم

دائما ما يقومون بالإعجاب

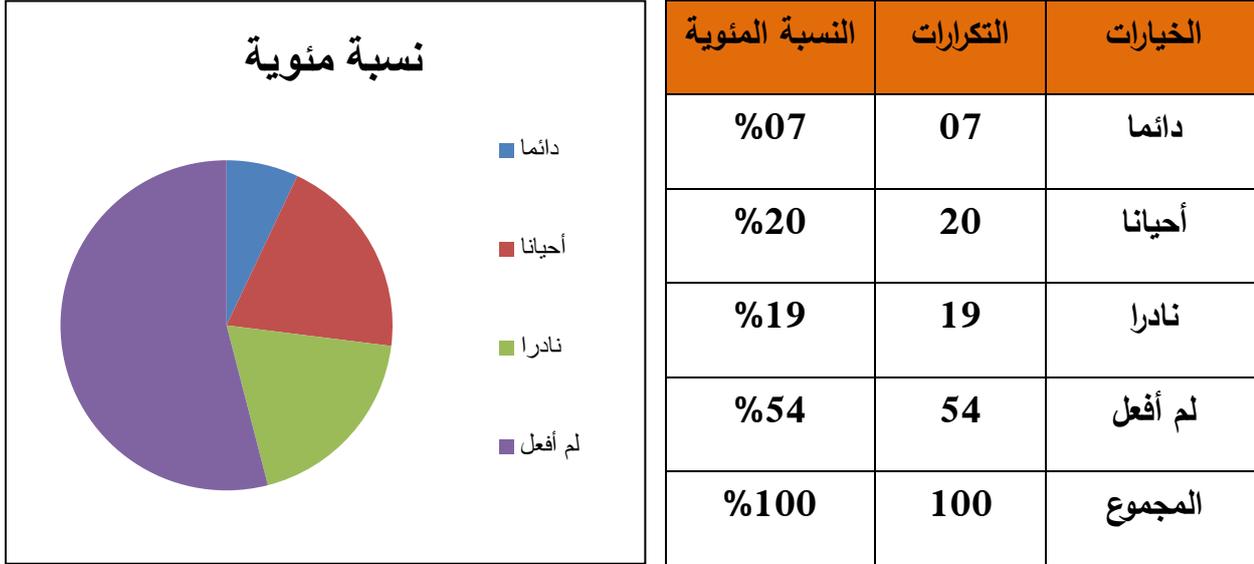
من خلال ما تم ملاحظته في هل سبق لك وأن تفاعلت مع محتوى تبين لك لاحقا أنه

مزيف بالإعجاب تبين أن أفراد العينة أحيانا ما يتفاعلون بالإعجاب على المحتويات

المزيفة بنسبة 33 % وهذا راجع إلى أن هذه الفئة من الطلبة المبحوثين لا يهتمها إن

كان هذا المحتوى مزيف أو لا.

_ التعليق



جدول رقم (14) : يوضح التفاعل مع محتوى تبين لاحقا أنه مزيف بالتعليق

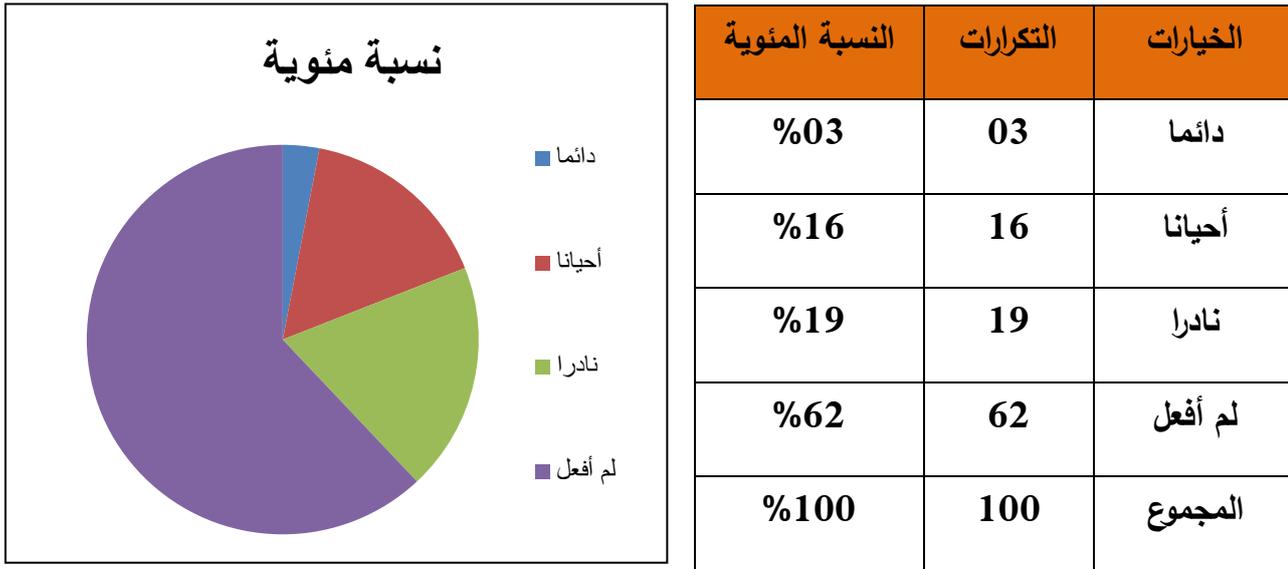
شكل رقم (14) : يمثل التفاعل مع محتوى تبين لاحقا أنه مزيف بالتعليق

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن الطلبة المبحوثين أنهم سبق لهم وأن تفاعلوا مع محتوى تبين لهم لاحقا أنه مزيف بالتعليق وتبين أن أغلبية الطلبة لم يقوموا بالتعليق بنسبة 54% ، في حين كانت النسبة المئوية لنادرا ب 19% بينما نسبة 20% من الطلبة المبحوثين أحيانا ما يعلقون، في حين أن نسبة 07% منهم دائما ما يقومون بالتعليق

من خلال ما تم ملاحظته في هل سبق لك وأن تفاعلت مع محتوى تبين لك لاحقا أنه مزيف بالتعليق تبين أن أغلبية أفراد العينة لم يقوموا بالتعليق على المحتويات المزيفة

بنسبة 54 % وهذا راجع إلى أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لا يتفاعلون بالتعليق على كل ما هب ودب من المحتويات المتواجدة على المنصات الرقمية.

_ المشاركة



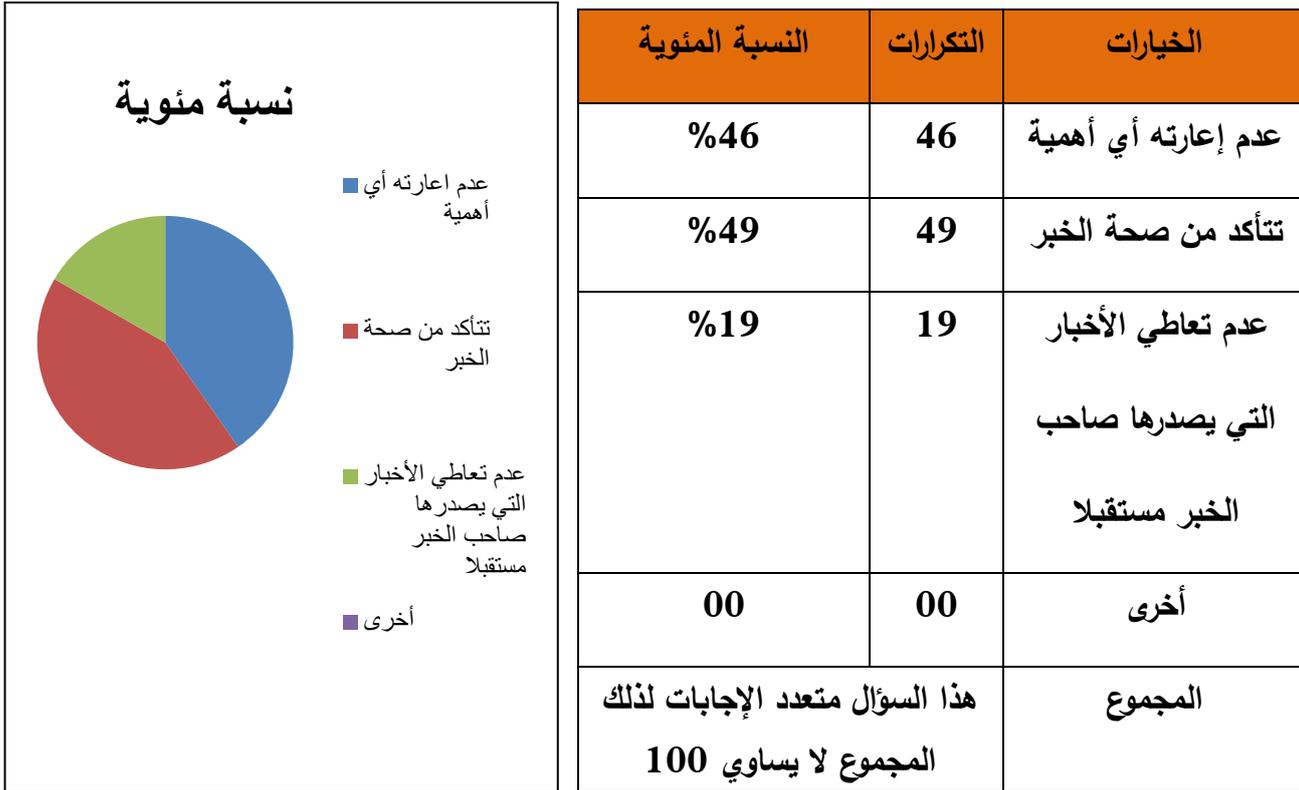
جدول رقم (15) : يوضح التفاعل مع محتوى تبين لاحقا أنه مزيف بالمشاركة
شكل رقم (15) : يمثل التفاعل مع محتوى تبين لاحقا أنه مزيف بالمشاركة

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن الطلبة المبحوثين أنهم سبق لهم وأن تفاعلوا مع محتوى تبين لهم لاحقا أنه مزيف بالمشاركة وتبين أن أغلبية الطلبة لم يقوموا بالمشاركة بنسبة 62% ، في حين كانت النسبة المئوية لنادرا ب 19% بينما نسبة 16% من الطلبة المبحوثين أحيانا ما يشاركون، في حين أن نسبة 03% منهم دائما ما يقومون بالمشاركة.

من خلال ما تم ملاحظته في هل سبق لك وأن تفاعلت مع محتوى تبين لك لاحقا أنه مزيف بالتعليق تبين أن أغلبية أفراد العينة لم يقوموا بمشاركة المحتويات المزيفة بنسبة

62% وهذا راجع إلى أن أغلبية من الطلبة المبحوثين فطنين ولا يشاركون كل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي خوفاً أن يكون المحتوى مزيف.

4_ كيف تتعامل مع خبر مزيف عند تعرضك له؟



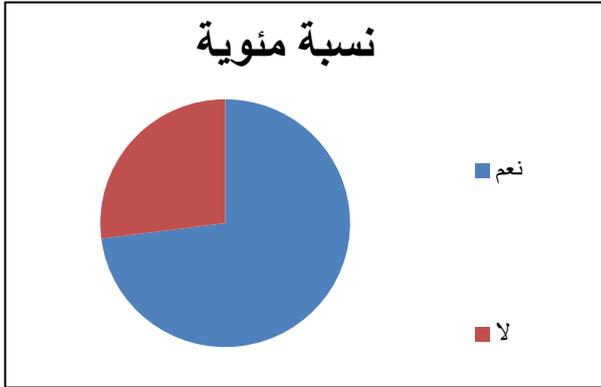
جدول رقم (16) : يوضح كيفية التعامل مع خبر مزيف عند تعرضك له
شكل رقم (16) : يمثل كيفية التعامل مع خبر مزيف عند تعرضك له

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية الطلبة المبحوثين أجابوا بأنهم يتصرفون مع خبر مزيف عند تعرضهم له بالتأكد من صحته الخبر بنسبة 49% ، في حين كانت النسبة المئوية لعدم إعارته أهمية 46% تليها على التوالي عدم تصفح ذلك الموقع وعدم التعاطي مع الأخبار التي يصدرها صاحب الخبر مستقبلاً بنسبة 19%.

من خلال ما تم ملاحظته في كيفية تعاملك مع خبر مزيف عند تعرضهم له كانت بالتأكد من صحة الخبر في إجابات أفراد العينة حول رأيهم واضحة وجلية بنسبة 49% وهذا راجع إلى الانتشار السريع للمعلومة والأخبار عبر مختلف الوسائل وبالتالي التأكد بأن هذه المواقع تنقل الأخبار الكاذبة بطريقة سريعة جدا.

5_ هل أن ظاهرة الأخبار المزيفة أفقدت مواقع التواصل الاجتماعي صدقها

وموضوعيتها في تنقل الأخبار؟



الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	73	73%
لا	27	27%
المجموع	100	100%

شكل رقم (17) : يمثل الأخبار الكاذبة أفقدت مواقع التواصل الاجتماعي صدقها وموضوعيتها في نقل الأخبار

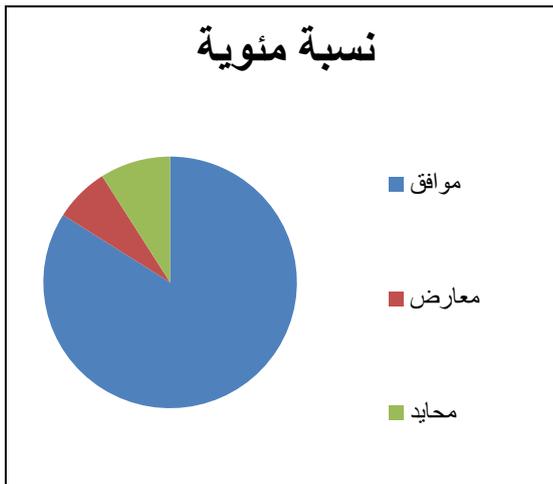
جدول رقم (17) : يوضح الأخبار الكاذبة أفقدت مواقع التواصل الاجتماعي صدقها وموضوعيتها في نقل الأخبار

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية الطلبة المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة 73% في هل تعتقد أن ظاهرة الأخبار الكاذبة أفقدت مواقع التواصل الاجتماعي صدقها وموضوعيتها في نقل الأخبار في حين كانت النسبة المئوية ب لا 27%.

من خلال ما تم ملاحظته في هل تعتقد أن ظاهرة الأخبار الكاذبة أفقدت مواقع التواصل الاجتماعي صدقها وموضوعيتها في نقل الأخبار كانت بنعم في إجابات أفراد العينة حول رأيهم واضحة وجلية بنسبة 73 % وهذا راجع إلى اكتشاف الفرد المتكرر لأخبار الكاذبة وغير الصحيحة يجعله يفقد الثقة في تصديق هذا الخبر حتى وان كان هذا الخبر صحيح لا يصدق.

6_ ما هي أسباب انتشار الأخبار المزيفة عبر موقع التواصل الاجتماعي؟

1_ سهولة إنتاج المعلومات ونشرها زاد من سهولة انتشار الأخبار المزيفة



الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
موافق	84	84%
معارض	07	07%
محايد	09	09%
المجموع	100	100%

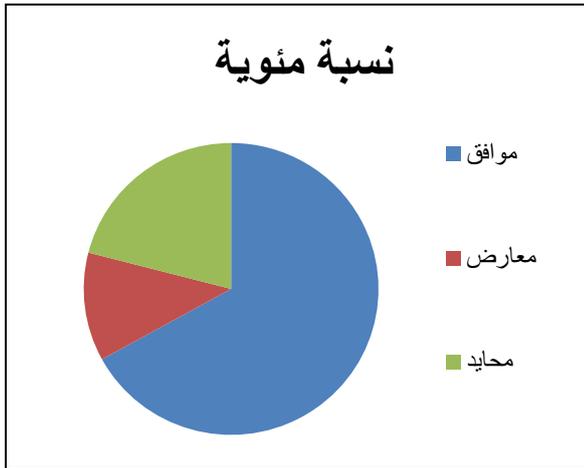
شكل رقم (18) : يمثل سهولة إنتاج المعلومات و نشرها زاد من انتشار الأخبار المزيفة

جدول رقم (18) : يوضح سهولة إنتاج المعلومات و نشرها زاد من انتشار الأخبار المزيفة

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية الطلبة المبحوثين أجابوا بموافق بقوة بنسبة 84 % إلى إن سهولة إنتاج المعلومات ونشرها زادا من سهولة انتشار الأخبار الكاذبة، في حين كانت النسبة المئوية بمحايد 09% أما المعارضين كانت بنسبة مئوية تقدر بـ 07%.

من خلال ما تم استخلاصه في أن سهولة إنتاج المعلومات ونشرها زادا من سهولة انتشار الأخبار المزيفة كانت بموافق بقوة في آراء أفراد العينة حول رأيهم واضحة وجلية بنسبة 84% وهذا راجع إلى أن المتلقي للمعلومة في مواقع التواصل الاجتماعي ليس لديه القدرة الكافية لتأكد من صحة الخبر أو زيفه وبالتالي تلقي المعلومة وتقبل الخبر دون الشك في زيفه والمساهمة في نشر الخبر من جديد.

2_ عدم وضوح المصادر التي يستقى منها الخبر



شكل رقم (19) : يمثل عدم وضوح المصادر التي يستقى منها الخبر.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
موافق	67	67%
معارض	12	12%
محايد	21	21%
المجموع	100	100%

جدول رقم (19) : يوضح عدم وضوح المصادر التي يستقى منها الخبر

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية الطلبة المبحوثين أجابوا موافق بنسبة 67% لعدم وضوح المصادر التي يستقى منها الخبر، في حين كانت النسبة مئوية للمحايدبن 21% أما المعارضين كانت بنسبة مئوية تقدر بـ 12% .

من خلال ما تم ملاحظته في عدم وضوح المصادر التي يستقي منها الخبر، كانت بالموافقة في إجابات أفراد العينة حول رأيهم واضحة وجلية بنسبة 67 % وهذا راجع إلى وجود حسابات الإعلامية مزيفة تنشر الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

3_ محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة لرقابة المهنية وأخلاقية وقانونية



الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
موافق	64	64%
معارض	11	11%
محايد	25	25%
المجموع	100	100%

شكل رقم (20) : يمثل محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة

جدول رقم (20) : يوضح محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية الطلبة المبحوثين أجابوا بالموافقة بنسبة 64 % على أن محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة المهنية والأخلاقية والقانونية، في حين كانت النسبة المئوية للمحايدين 25 % أما المعارضين كانت بنسبة مئوية تقدر بـ 11 %

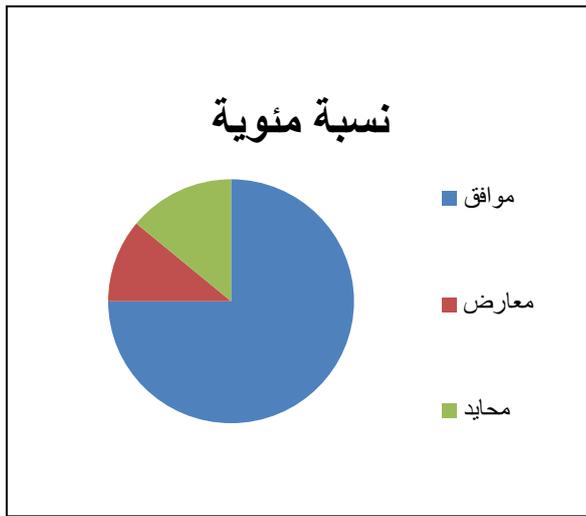
من خلال ما تم ملاحظته في إن محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة للرقابة المهنية والأخلاقية والقانونية، كانت بالموافقة بقوة في إجابات أفراد العينة حول رأيهم واضحة وجلية بنسبة 64 % وهذا راجع إلى حقيقة واقعية هي أن هذه المواقع لا

تخضع للرقابة المهنية والأخلاقية والقانونية والتي كانت سببا رئيسيا في انتشار الأخبار

الكاذبة بدرجة كبيرة.

4_ سهولة تأثير بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بما ينشر من أخبار مزيفة

ويعيدون نشرها



الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
موافق	75	%75
معارض	11	%11
محايد	14	%14
المجموع	100	%100

شكل رقم (21) : يمثل سهولة تأثير بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بما ينشر من أخبار كاذبة

جدول رقم (21) : يوضح سهولة تأثير بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بما ينشر من أخبار كاذبة

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية

الطلبة المبحوثين أجابوا بالموافقة بنسبة 75% لسهولة تأثير بعض مستخدمي مواقع

التواصل الاجتماعي بما ينشر من أخبار كاذبة ويعيدون نشرها، في حين كانت النسبة

المئوية للمحايدين 14% أما المعارضين كانت بنسبة مئوية تقدر بـ11%.

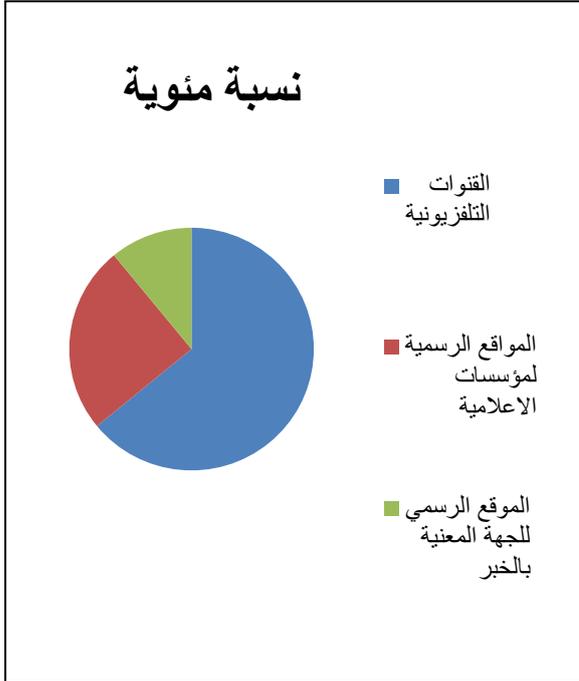
من خلال ما تم استخلاصه في أن سهولة تأثير بعض مستخدمي مواقع التواصل

الاجتماعي بما ينشر من أخبار كاذبة ويعيدون نشرها كانت بالموافقة بدرجة كبيرة بنسبة

75% وهذا راجع إلى عدم وجود الوعي الكافي والكسل المعرفي الذي يتجسد في عدم

البحث عن المعلومة الصحيحة والخبر اليقين، إضافة إلى إعادة نشر هذا الخبر الغير مؤكد وعدم تحمل مسؤولية عواقب ذلك.

6_ ما هي المصادر التي تستخدمها للتأكد من الأخبار؟



الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
القنوات التلفزيونية	54	54%
المواقع الرسمية لمؤسسات الاعلامية	31	31%
الموقع الرسمي للجهة المعنية بالخبر	29	29%
المجموع	هذا السؤال متعدد الإجابات لذلك المجموع لا يساوي 100	

شكل رقم (22) : يمثل مصادر المستخدمين للتأكد من الأخبار.

جدول رقم (22) : يوضح مصادر المستخدمين للتأكد من الأخبار.

تبين في الجدول السابق أن نسبة كبيرة من المستخدمين يلجئون إلى مصادر أخرى للتأكد من المحتويات الخاصة بفيروس كورونا ويوضح الجدول أعلاه أهم تلك المصادر حيث مثلت القنوات التلفزيونية أكثرها على الإطلاق بنسبة 54% بينما 31% من المستخدمين فيعودون للمواقع الرسمية لمؤسسات الإعلام المختلفة على مواقع التواصل الاجتماعي في حين أن 29% يتأكدون من الموقع الرسمي للجهة المعنية بالخبر

ومنه يمكن أن نستنتج أن وسائل الإعلام التقليدية تعتبر المصدر الأكثر مصداقية خاصة وقت الأزمات أثبت أزمة كورونا أن المستخدم يعود إلى وسائل الإعلام التقليدية للثبوت من الأخبار التي يتصفحها على منصات التواصل الاجتماعي حسب عينة الدراسة وتحوز القنوات التلفزيونية على النسبة الأكبر في كونها مصدر المستخدم بنسبة 54%.

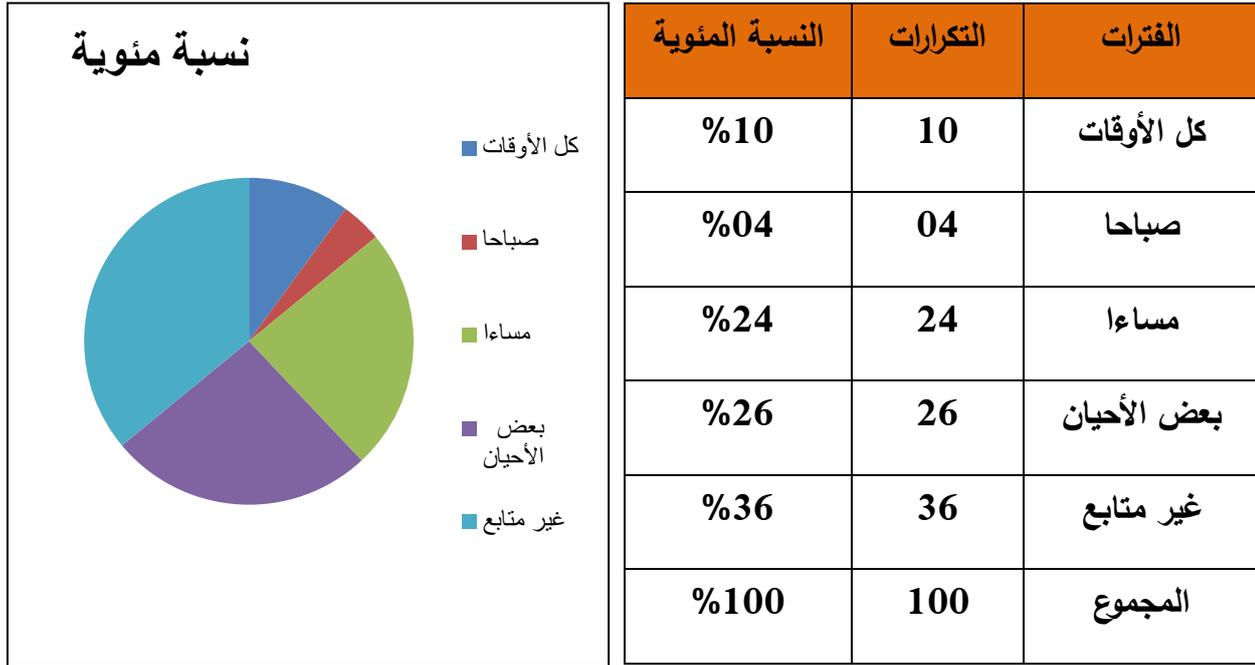
_ نتائج المحور الثاني: الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس _خروية_

اتضح من خلال هذا المحور أن تلك الأخبار أفقدت مواقع التواصل الاجتماعي مصداقيتها وموضوعيتها وان من أسباب انتشار الأخبار المزيفة سهولة إنتاج المعلومات ونشرها زاد من انتشارها كذلك عدم وضوح المصادر التي يستقى منها الخبر وان محتويات مواقع التواصل الاجتماعي غير خاضعة لرقابة مهنية بالرغم عندما يتضح أن الخبر مزيف طلبة يتأكدون من صحته ولا يتفاعلون إلا بعض الأحيان حيث يستخدمون القنوات التلفزيونية لتأكد من الأخبار.

❖ المحور الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والأخبار الكاذبة حول

كورونا

1_ ما هي الأوقات التي تتابع فيها أخبار فيروس كورونا؟



جدول رقم (23) : يوضح أوقات متابعة أخبار فيروس كورونا (شكل رقم 23) : يمثل أوقات متابعة أخبار فيروس كورونا

يوضح الجدول أعلاه أوقات متابعة مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لأخبار كورونا

حيث أن 36% منهم غير متابع بينما 26% منهم يتابعونها بعض الأحيان في حين

24% يتابعونها كل مساء حيث اعتادت وزارات الصحة في مختلف البلدان تقديم تقارير

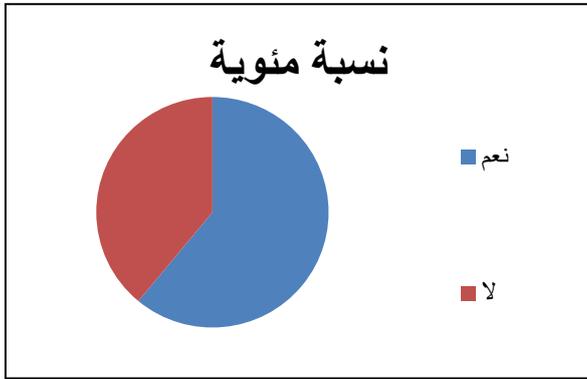
يومية عن الوضع الصحي في كل مساء خاصة الجزائر أما 10% منهم فيتابعون أخبار

الفيروس حسب الوقت الذي يتواصلون فيه كل الفترات، بينما نسبة لا تزيد عن 4%

يتابعونها صباحا.

وعليه يمكن التأكيد على أن أخبار الفيروس كورونا لم تلقى اهتماما بالغاً من قبل مستخدمي الفضاء الافتراضي حيث يتابعونها بعض الأحيان بنسبة 26% بالرغم من أن امتلأت الصفحات بأخبار الفيروس الذي قتل مئات الآلاف من البشر وأصاب الملايين ويهدد الملايين أيضاً في كل دول العالم.

2_ هل تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار كورونا؟



الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	61	61%
لا	39	39%
المجموع	100	100%

شكل رقم (24) : يمثل وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار كورونا

جدول رقم (24) : يوضح وسائل التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار كورونا

من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن أغلبية الطلبة المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة 61% في هل تعتبر أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً مهماً للأخبار، في حين كانت النسبة المئوية بـ لا 39% .

من خلال ما تم ملاحظته في اعتبار أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً مهماً للأخبار كانت بنعم في إجابات أفراد العينة حول رأيهم واضحة وجلية بنسبة 61% وهذا راجع إلى كون هذه المواقع تعد مصدراً مهماً في توصيل الأخبار والمعلومات بطريقة سريعة جداً

على عكس الصحافة والإعلام، فمواقع التواصل الاجتماعي متداولة في الآونة الأخيرة وكثرة استعمالها جعلها تكتسب أهمية كبيرة في نظر هذه الفئة من الشباب.

3_ ما المواقع التي تتخذها كمصدر للحصول على أخبار فيروس كورونا؟



مواقع التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة المئوية
الفايسبوك	63	63%
التويتر	06	6%
الأنستغرام	14	14%
أخرى	33	33%
المجموع	هذا السؤال متعدد الإجابات لذلك المجموع لا يساوي 100	

شكل رقم (25) : يمثل المواقع التي يتخذها الطلبة كمصدر للحصول على أخبار فيروس كورونا

جدول رقم (25) : يوضح المواقع التي يتخذها الطلبة كمصدر للحصول على أخبار فيروس كورونا

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن معظم الطلبة المبحوثين في العينة التي شملتها الدراسة

باختيار المواقع الاجتماعية التي تتخذها كمصدر للحصول على أخبار فيروس كورونا

والتي اعتمدا عليها كمصادر للإطلاع على المحتويات المتعلقة بفيروس كورونا وقد

بينت النتائج 63% من المستخدمين في عينة الدراسة يلجئون إلى الفايسبوك بدرجة أولى

و المواقع الالكترونية أخرى بنسبة 33% بدرجة ثانية أما المرتبة الثالثة فعادت إلى

انستغرام بنسبة 16% في حين عادت المرتبة الرابعة إلى التويتر 6% نسبة ضئيلة.

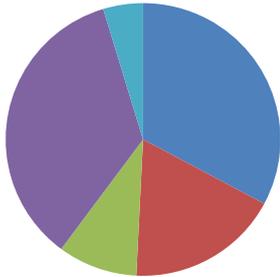
من خلال ما تم ملاحظته في ما المواقع التي تتخذها كمصدر للحصول على أخبار فيروس كورونا تبين النتائج 63% لصالح الفيس بوك عكس تويتز بنسبة 06% وذلك لأن الفيسبوك يتم استخدامه كثيرا من طرف مستخدمي المنصات الرقمية و الأكثر شهرة.

4_ ما المحتويات التي تتصفحها في مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمة صحية

كورونا؟

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
إحصائيات تتعلق بفيروس كورونا	42	42%
متابعة الأخبار والأبحاث الطبية ولقاحات الفيروس	23	23%
أسباب انتشار الفيروس وانتقال العدوى	12	12%
طرق الوقاية والاحتياط	45	45%
أخرى	06	06%
المجموع	هذا السؤال متعدد الإجابات لذلك المجموع لا يساوي 100	

نسبة مئوية



- إحصائيات تتعلق بفيروس كورونا
- متابعة الأخبار والأبحاث الطبية ولقاحات الفيروس
- أسباب انتشار الفيروس وانتقال العدوى
- طرق الوقاية والاحتياط
- أخرى

شكل رقم (26) : يمثل المحتويات التي يتصفحها الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمة

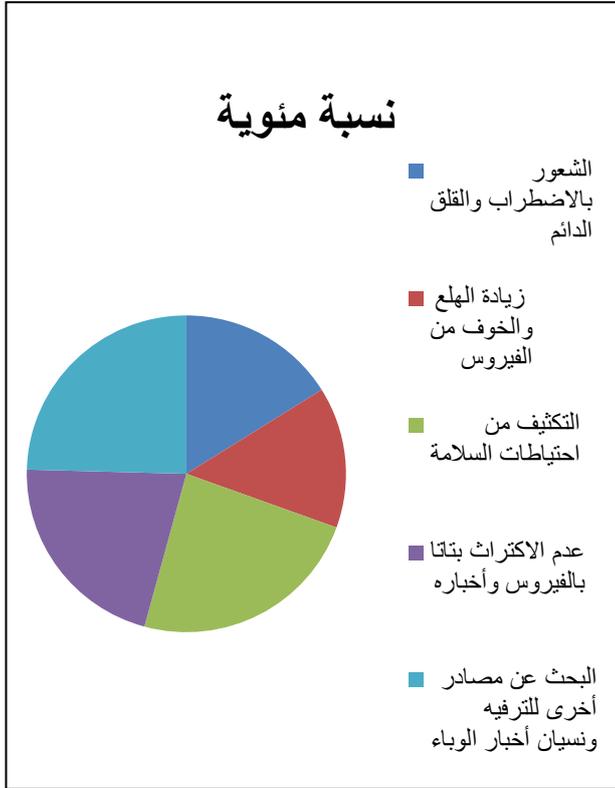
جدول رقم (26) : يوضح المحتويات التي يتصفحها الطلبة في مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمة صحية كورونا

من خلال الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن الفضاء الرقمي امتلأ عن آخره بأخبار فيروس كورونا وكانت تلك المحتويات متنوعة ملمة بكافة الجوانب , ولقد لقي المستخدمون حاجاتهم فيها حيث أن 45 % منهم يتابعون المحتويات المتعلقة بطرق الوقاية والاحتياط من الفيروس بينما 42% منهم يبدون اهتماما بالإحصائيات التي تتعلق بالفيروس بمجمل الإصابات الجديدة والوفيات والحالات التي تماثلت بالشفاء في حين أن 23% من المستخدمين يتابع الأخبار والأبحاث الطبية ولقاحات الفيروس بينما 12% منهم يتابعون أسباب انتشار الفيروس وانتقال العدوى و 6% يتابعون محتويات أخرى.

نستنتج في الأخير أن غالبية الطلبة يبحثون عن طرق واحتياطات تقيهم من الوباء الذي مس العالم حيث كانوا بنسبة 45% وكذلك أن 42% منهم يبدون اهتماما بالإحصائيات التي تتعلق بالفيروس بمجمل الإصابات الجديدة والوفيات والحالات التي تماثلت بالشفاء وذلك لما أحدث فيهم الفيروس من هلع وخوف في نفوسهم وتأثروا به.

5_ كيف تؤثر الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا على نفسك؟

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
الشعور بالاضطراب والقلق الدائم	19	19%
زيادة الهلع والخوف من الفيروس	17	17%
التكثيف من احتياطات السلامة	28	28%
عدم الاكتراث بتاتا بالفيروس وأخباره	25	25%
البحث عن مصادر أخرى للترفيه ونسيان أخبار الوباء	29	29%
المجموع	هذا السؤال متعدد الإجابات لذلك المجموع لا يساوي 100	



شكل رقم (27) : يمثل كيف تؤثر الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا على نفسية الطلبة

جدول رقم (27) : يوضح كيف تؤثر الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا على نفسية الطلبة

يوضح الجدول الآثار النفسية والعامّة التي يخلفها فيروس كورونا على الطلبة حيث أن ما يتجاوز 29% من المستخدمين قالوا أنهم يبحثون عن مصادر أخرى للترفيه ونسيان أخبار الوباء بينما بعض قالوا أنهم يبحثون عن التكثيف من احتياطات السلامة بنسبة 28% حيث الآخرون بنسبة 25% لا يعيرون الفيروس أي أهمية عدم الاكتراث بتاتا بالفيروس وأخباره بما أن الأخبار المزيفة تجعل بعض الطلبة يشعرون بالاضطراب ويعيشون في قلق دائم بنسبة 19% كما أنها ساهمت في زيادة نسبة الهلع في نفوسهم وخوفهم بشدة من الفيروس بنسبة 17%.

نستنتج في الأخير أن الطلبة يبحثون عن مصادر أخرى للترفيه ونسيان أخبار الوباء حيث كانت بنسبة 29% وذلك ليخففوا الضغط والاضطرابات على أنفسهم وكذلك قد تقاربت مع نسبة التكثيف من احتياطات السلامة ب 28% وذلك خوفا من هلاك أنفسهم من الفيروس.

6_ كيف يمكنك كمستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي الحد من انتشار الأخبار الزائفة؟

النسبة المئوية	التكرارات	الاقتراحات
19%	19	الردع القانوني
17%	17	نشر الثقافة الإعلامية
27%	27	الامتناع عن مشاركة الأخبار دون مصدر موثوق
37%	37	بدون إجابة
100%	100	المجموع



شكل رقم (28) : يمثل كيف يمكن لمستخدمي المواقع التواصل الاجتماعي الحد من انتشار الأخبار الزائفة

جدول رقم (28) : يوضح كيف يمكن لمستخدمي المواقع التواصل الاجتماعي الحد من انتشار الأخبار الزائفة

من خلال الجدول أعلاه وتمثيله البياني نلاحظ أن الطلبة المبحوثين و بنسبة 37% لم يقدموا اقتراحا للحد من انتشار الأخبار المزيفة بينما 27% من الطلبة اقترحوا أنه لكي نتمكن من الحد من انتشار الأخبار الزائفة يجب الامتناع عن مشاركة الأخبار دون مصدر موثوق في حين أن نسبة 19% منهم اقترحوا أن يكون هناك ردع قانوني للذين ينشرون الأخبار المزيفة, بينما 17% منهم اقترحوا نشر الثقافة الإعلامية.

نستنتج في الأخير أن نسبة 27% من الطلبة قد اقترحوا أنه لكي نتمكن من الحد من انتشار الأخبار الزائفة يجب الامتناع عن مشاركة الأخبار دون مصدر موثوق وذلك لكثرة انتشار الأخبار المزيفة وإعادة نشرها من طرف المستخدمين الذين لا يتحققون من مصدر الخبر.

_ نتائج المحور الثالث: مواقع التواصل الاجتماعي والأخبار الكاذبة حول

كورونا

وقد اتضح في هذا المحور أن الأخبار المزيفة التي تتناقلها وسائل التواصل الاجتماعي حول فيروس كورونا تؤثر سلباً على نفسيات المستخدمين وتزيد مستويات القلق لديهم حيث أصبحوا يفضلون أماكن التسلية والترفيه لنسيان المرض ويتابعون المحتويات التي تتحدث عن طرق الوقاية والحد من انتشار الوباء ويتخذون الفيسبوك مصدر للحصول على الأخبار حول كورونا وكذلك اقترح الطلبة المبحوثين أن للحد من انتشار الأخبار المزيفة هو الامتناع عن مشاركتها دون مصدر موثوق.

النتائج العامة للدراسة :

توصلت الدراسة في سعيها للتعرف على تأثير الأخبار الزائفة على مستخدمي المنصات

الافتراضية في ظل الأزمة الصحية كورونا إلى عدد من النتائج وهي كالتالي :

- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يتصفحون مواقع التواصل الاجتماعي

بشكل دائم بنسبة 65% وهذا راجع لسهولة استخدامهم لهذه المواقع وكونها الملجأ

الوحيد الذي يفرغون من خلاله عبئ الضغوطات اليومية وبالتالي ينحازون

لاستخدام هذه المواقع.

- أكدت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين ليس لديهم وقت محدد لتصفح

مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 50% وهذا راجع للفراغ العاطفي والاجتماعي

للطالبة مما يجعلهم ينحازون إلى استخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي

وبكثرة دون تحديد للفترات كما يلجأ لها لتعويض الفراغ والإحباط الاجتماعي عن

طريق اللجوء إلى هذه المواقع من خلال الوصول إلى الآخرين الذين يقدمون له

دعماً افتراضياً من خلال هذه المواقع.

- بينت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يقضون 4 ساعات فما فوق في تصفح

مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 41% وهذا راجع استخدامهم المفرط

لمواقع التواصل الاجتماعي وبكثرة وكذلك لمعرفة ما يدور حول العالم والدرشة

والتواصل مع الأصدقاء.

- أظهرت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين يفضلون استخدام الهاتف الذكي بنسبة 89% في متابعة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع لكونه سهل الاستعمال ومتوفر بكم هائل وفي متناول كل طالب وسريع في عملية توصيل المعلومات والأخبار على عكس باقي الأجهزة.
- بينت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يفضلون استخدام الفايسبوك بنسبة 61% عن باقي المواقع الأخرى في استقاء الأخبار، وذلك راجع إلى الانتشار والشعبية الكبيرة التي عرفها الفايسبوك وسهولة استعماله بالإضافة إلى ما تقدمه شركات الاتصال من خلال اشتراكات الانترنت وتقديم عروض مغرية من خلال برنامج الفايسبوك وهو ما يؤكد انتشار استخدام الفايسبوك بين أفراد العينة.
- كشفت نتائج الدراسة أن معظم الطلبة المبحوثين تستهويهم الأخبار الفنية بنسبة 53% تليها الأخبار الرياضية بنسبة 41% ويرجع ذلك إلى أن أغلبية أفراد عينتنا كانوا ذكور وذكور معروفين بحبهم للرياضة وكل الأمور المتعلقة بها.
- بينت الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة 83% في أن مواقع التواصل الاجتماعي تروج للأخبار الكاذبة أكثر من الوسائل الأخرى، وهذا راجع إلى عدم وجود رقابة عليها، وتقبل فئة الشباب لهذه الأخبار دون البحث عن المصدر أو صحة الخبر المنتشر.

- أشارت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين يرون أن مواقع التواصل الاجتماعي تروج للأخبار الكاذبة أكثر من الوسائل الأخرى وذلك بنسبة 83%.
- أظهرت نتائج تعرضوا محتوى مزيف عبر مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 63% ويرجع ذلك إلى عدم وجود رقابة إلكترونية نتيجة تقصير الجهات المسؤولة الأمنية المفوضة بحماية هذه المواقع أو غياب آلية لذلك.
- بينت نتائج الدراسة أن معظم الطلبة المبحوثين أحيانا ما يتفاعلون بالإعجاب لمحتوى تبين لهم لاحقا أنه مزيف بنسبة 33%، وأنهم لا يعلقون على هذا المحتوى وكانت النسبة تقدر ب 54% ولا يشاركونه بنسبة تقدر ب 62%.
- كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين يتعاملون مع خبر مزيف عند تعرضهم له من خلال التأكد من صحة الخبر عبر وسائل أخرى والتي كانت بنسبة 49%، وهو ما يؤكد الانتشار السريع للمعلومة والأخبار عبر مختلف الوسائل وبالتالي التأكد منها من خلال هذه الوسائل.
- بينت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين يرون أن ظاهرة الأخبار الكاذبة أفقدت مواقع التواصل الاجتماعي صدقها وموضوعيتها في نقل الأخبار بنسبة 73%.

- توضح نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين أجابوا بالموافقة بنسبة 84% على أن من أسباب انتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو أن سهولة إنتاج المعلومات ونشرها زادا من سهولة انتشار الأخبار المزيفة.
- بينت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين أجابوا بالموافقة بنسبة 67% على أن من أسباب انتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو عدم وضوح المصادر التي يستقى منها الخبر.
- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين موافقين بنسبة 64% على أن من أسباب انتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو أن محتوياتها غير خاضعة للرقابة المهنية والأخلاقية والقانونية وهي حقيقة واقعية في أن هذه المواقع لا تخضع للرقابة المهنية والأخلاقية والقانونية والتي كانت سببا في سرعة انتشار الأخبار الكاذبة.
- كشفت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين أجابوا بالموافقة بنسبة 75% على أن من أسباب انتشار الأخبار المزيفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هو سهولة تأثر بعض مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بما ينشر من أخبار كاذبة ويعيدون نشرها ويرجع ذلك لعدم وجود الوعي الكافي والكسل المعرفي الذي يتجسد في عدم البحث عن المعلومة الصحيحة والخبر اليقين.

- توصلت نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين يلجئون للقنوات التلفزيونية للتأكد من صحة الخبر وذلك بنسبة 54%.
- أوضحت نتائج الدراسة أن معظم الطلبة المبحوثين لا يتابعون أخبار فيروس كورونا بنسبة 36% في حين وبنسبة 26% منهم يتابعونها في بعض الأحيان.
- كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين يعتبرون أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدر للأخبار والتي كانت بنسبة 61%، وهذا يوضح أن مواقع التواصل الاجتماعي مصدرا مهما في استقاء الأخبار والمعلومة بطريقة سهلة وسريعة وتداولها في أي وقت على عكس الإعلام التقليدي.
- أوضحت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين وبنسبة 61%، يلجئون إلى الفيسبوك كمصادر للإطلاع على المحتويات المتعلقة بفيروس كورونا وذلك لشهرته الواسع بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.
- تشير نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين كانوا يتابعون المحتويات المتعلقة بطرق الوقاية والاحتياط من الفيروس وكذلك منهم من يبدون اهتماما بالإحصائيات التي تتعلق بالفيروس بمجمل الإصابات الجديدة والوفيات والحالات التي تماثلت بالشفاء
- توضح نتائج الدراسة أن أغلب الطلبة المبحوثين يبحثون عن مصادر أخرى للترفيه ونسيان أخبار الوباء وذلك ليخففوا الضغط والاضطرابات على أنفسهم

وكذلك التكثيف من احتياطات السلامة وذلك خوفاً من هلاك أنفسهم من

الفيروس.

- أوضحت نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين اقترحوا أنه يجب الامتناع عن مشاركة الأخبار دون مصدر موثوق وذلك للحد من انتشارها.

خاتمة

خاتمة :

من خلال هذه الدراسة حاولنا التعرف على مدى تأثير الأخبار المزيفة على الطلبة عبر المنصات الرقمية أثناء الأزمة الصحية كورونا حيث توصلنا عن طريق دراستنا أن الأخبار المزيفة أثرت سلبا على الطلبة في جامعة عبد الحميد بن باديس _ مستغانم _ خروية. وكون دراستنا تطرقت إلى تأثير الأخبار الزائفة على الطلبة ومدى انتشارها في فترة الأزمة الصحية تبين أن هذه الأخيرة أصبحت جزءا لا يتجزأ من البيئة الإخبارية خاصة مع التطورات التكنولوجية لوسائل الإعلام ويزوغ المنصات الرقمية وأنها لاقت رواجاً كبيراً، وأثبتت أن الطلبة يتطلعون إلى معرفة الأخبار والتفاصيل الخاصة بهذا الفيروس غير أنهم واجهوا التظليل من خلال المئات من المنشورات والمحتويات الزائفة، التي تضطربهم في كل مرة إلى العودة إلى مصادر أخرى للتأكد من تلك المعلومات، ليتبين لهم أنها زائفة وهو الأمر الذي رجح مرة أخرى كفة مؤسسات الإعلام التقليدي خاصة منها القنوات التلفزيونية كمصدر إخباري، له نسبة عالية من المصداقية عند الجمهور، وهذا ما أثبت لنا أن أفراد عينة دراستنا كانوا واعون بدرجة كبيرة بخطورة هذه الأخبار الزائفة وذلك بالتأكد من صحتها وعدم التفاعل معها .

وتمثل جوهر دراستنا على رواد الصفحات والحسابات الالكترونية في مواقع التواصل الاجتماعي في حسن اختيار ومراقبة المعلومات التي يتم نشرها ومشاركتها لأن غياب الرقابة على هذه المواقع أسهم في تفشي الأخبار الكاذبة وتأثيرها على الطلبة الجامعيين

خاصة والمجتمعات عامة وللكبح من تفشي هذه الأخبار الزائفة لابد لنا من التأكد من صحة أي منشور أو محتوى على مواقع التواصل الاجتماعي قبل مشاركته مع الجمهور وخصوصا المحتويات التي يجهل مصدرها لأن مشاركتها دون تحقق من صحتها يزيد من انتشارها بكل سهولة، وبما أن الخبر الزائف ينتشر في بيئة خالية من المعلومات فيجب دائما تقديم معلومات دقيقة وصحيحة عن هذا الخبر للحد من رواجه في المنصات الرقمية.

وفي أخير يمكن القول أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورا مهما في نشر الأخبار الزائفة والترويج لها في ظل غياب الرقابة على هذه المواقع مما ساهم في تفشي ظاهرة الأخبار الزائفة وتأثيرها سلبا على مستخدمي هذه المنصات الرقمية، ليس هذا فحسب بل أصبحت خطرا على الأمم والحكومات .

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

1_ المعاجم والقواميس :

1_ المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط 4، مصر، 2004

2_ الكتب :

2_ خالد غسان يوسف المقدادي ، ثوره الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر

والتوزيع، عمان_الأردن، 2013

3_ زياد علي الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح ،

فلسطين _ غزة، 2010

4_ عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط 1،

دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان_الأردن، 2015.

5_ محمد عبد المجيد، البحث العلمي في دراسات الإعلامية، ط1، القاهرة : عالم الكتب،

2000

6_ موريس أنجرس، ترجمة : بوزيد صحراوي ، كمال بوشرف ، سعيد سبعون ، منهجية

البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبية، الجزائر، 2004؛2006

3_ الأطروحات والرسائل الجامعية :

7_ خليدة سافر، عائشة بالطاهر، أثر الأخبار الكاذبة عبر المواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام، مذكرة ماستر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة_الجزائر،
2019 /2018

8_ عبد الحكيم بن عبد الله بن راشد الصوفي، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لدى طلبة الحلقة الثانية من التعليم أساسي في محافظة الشمال شرقية بسلطنة عمان علاقته ببعض المتغيرات، رسالة ماجستير، جامعة نزوى، عمان، 2015/2014

9_ مرزاقه بلبال، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية لطلبة جامعيين، مذكرة ماستر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019

4_ المجلات :

10_ أسامة بن غازي المدني، دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى

طلاب الجامعات السعودية، مجلة أم القرى للعلوم الاجتماعية، العدد 2، 2017

11_ إلياس شرفة، ليلي بوطغان، إدارة الأزمات_الأساليب والمعوقات، مجلة تاريخ

العلوم، العدد 11، مارس 2018

- 12_ إيناس محمد، إبراهيم الشيتي، أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على القيم لدى الشباب : دراسة ميدانية على طالبات جامعة القصيم، مجلة البحوث التجارية، جامعة الزقاريق، 2018
- 13_ زهية يسعد، الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين _دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا ، المجلة الجزائرية للبحوث الإعلام والرأي العام، العدد 1، جوان 2020
- 14_ سامح أحمد زكي الحفني ، إدارة الأزمات، مجلة البحوث المالية والتجارية، جامعة بور سعيد، 2017
- 15_ سهام قنيفي ، عجال آسية، إشكالية الأخبار الكاذبة عبر صفحات الفيسبوك الإخبارية والتمويل الإعلانات التجارية في زمن كورونا ، مجلة البحوث والدراسات في الميديا الجديدة، العدد 3، 2020
- 16_ سهير صالح إبراهيم، أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة_مصر، العدد 4، 2019
- 17_ عائشة قرة، كنزة حامدي، تأثير النشاط النسوي الافتراضي على النساء عبر المواقع التواصل الاجتماعي _ دراسة تطبيقية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، برلين_ ألمانيا، العدد 8، أغسطس 2019

18_ عبد الجبار بوطمين ، عادل جربوعة، الأخبار الزائفة والحراك الشعبي في الجزائر ،

مجلة المعيار، العدد 54، 2021

19_ عبد المجيد رمضان، حق الوصول إلى المعلومة كآلية لمحاربة الأخبار الزائفة أثناء

الأزمات، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 4، 2020

20_ عمر أبو عرقوب، ستة أنواع للأخبار الكاذبة في العصر رقمي ، مجلة الصحافة،

معهد الجزيرة للإعلام، العدد 13، 2018

21_ لبنى رحموني، أمينة علاق، فيروس كورونا المستجد (Covid 19) وانتشار الأخبار

الكاذبة عبر الفيسبوك في الجزائر ، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي_الجزائر،

العدد 2، جوان 2021

22_ محمد بوسماحة، زهية يسعد، نشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

وعلاقتها بالانتمى الإلكتروني على النخبة السياسية الوطنية، مجلة الرسالة للدراسات

الإعلامية، العدد 2، 2021

23_ محمد در ، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي ، مجلة الحكمة للدراسات

التربوية والنفسية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد 9، جانفي 2017

24_ محمدي خيرة، الإعلام الصحي وإدارة الأزمات كوفيد_19 في ظل انتشار الأخبار

الزائفة عبر مواقع الميديا الجديدة، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد 3، جامعة الجزائر 3_

الجزائر، سبتمبر 2020

- 25_ موسى بن إبراهيم حريزي، صبرينة غربي، دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية وموضوعاتها في البحوث الاجتماعية والتربية والنفسية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة_ الجزائر، العدد 13، ديسمبر 2013
- 26_ نبيل لحر، الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وأثارها على اتجاهات الرأي العام دراسة في المفهوم، العلاقة والأهداف، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة بسكرة_ الجزائر، 2020
- 27_ نسيم بورني، مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المراهقين، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 2، أم البواقي_ الجزائر، ديسمبر 2018
- 28_ نعيم بوعموشة، فيروس كورونا (كوفيد 19) في الجزائر دراسة تحليلية، مجلة التمكين الاجتماعي، العدد 2، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل_ الجزائر، جوان 2020
- 5_ المواقع الالكترونية :

الملاحق



جامعة عبد الحميد بن باديس _ مستغانم _

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام والاتصال



استمارة استبيان

في إطار إجراء دراسة ميدانية لأجل التحضير لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة بعنوان : تأثير الأخبار الزائفة على مستخدمي المنصات الرقمية في ظل الأزمة الصحية كورونا , يسرني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة وذلك من أجل الإجابة على الأسئلة الواردة فيها, ونحيطكم علما أن إجاباتكم ستحظى بالسرية التامة ويتم استخدامها لغرض البحث العلمي, تقبلوا مني فائق التقدير والاحترام.

تحت إشراف الأستاذة :

❖ د/ رقاد حليلة

من إعداد الطالبان :

❖ ولد قادة هشام

❖ بوفلجة الهاشمي

الملاحق

البيانات الشخصية:

- 1_ الجنس: ذكر أنثى
- 2_ السن: من 18 إلى 25 من 26 إلى 33 من 34 فما فوق
- 3_ إلى أي كلية تنتمي:
- كلية العلوم الاجتماعية كلية العلوم الاقتصادية كلية الأدب
- 4_ حدد مستواك الجامعي:
- ليسانس ماستر دكتوراه

المحور الأول: دوافع طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس موقع خروبة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي

- 1_ ما هي درجة تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- دائما أحيانا نادرا
- 2_ ما هي الأوقات المفضلة لديك لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟
- صباحا مساء ليلا ليس هناك وقت محدد
- 3_ كم تقضي من الوقت في تصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ساعة ساعتان 3 ساعات 4 ساعات فما فوق
- 4_ ما هو الجهاز الذي تستخدمه لتصفح مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هاتف ذكي لوحة الكترونية جهاز كمبيوتر
- 5_ ما هي المواقع الاجتماعية التي تتصفحها كثيرا؟
- الفايسبوك اليوتيوب الإنستغرام التلغرام
- أخرى أذكرها:
- 6_ ما طبيعة المحتويات التي تستهويك على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- سياسية رياضية فنية اقتصادية
- أخرى أذكرها:

المحور الثاني: الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيرها على طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس موقع خروبة

- 1_ هل تعتقد أن مواقع التواصل الاجتماعي تروج للأخبار الكاذبة أكثر من الوسائل الأخرى؟
- نعم لا
- 2_ هل سبق لك وأن تعرضت لمحتوى مزيف عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- نعم لا

الملاحق

3_ ما المواقع التي تتخذها كمصدر للحصول على أخبار فيروس كورونا؟

الفايسبوك التويتر الإنستغرام أخرى أذكرها:

4_ ما المحتويات التي تتصفحها في مواقع التواصل الاجتماعي خلال الأزمة صحية كورونا؟

* إحصائيات تتعلق بفيروس كورونا

* متابعة الأخبار والأبحاث الطبية واللقاحات الفيروس

* أسباب انتشار الفيروس وانتقال العدوى

* طرق الوقاية والاحتياط

* أخرى أذكرها:

5_ كيف تؤثر الأخبار الزائفة حول فيروس كورونا على نفسك؟

* الشعور بالاضطراب والقلق الدائم

* زيادة الهلع والخوف من الفيروس

* التكتيف من احتياطات السلامة

* عدم الاكتراث بتاتا بالفيروس وأخباره

* البحث عن مصادر أخرى للترفيه ونسيان أخبار الوباء

6_ في رأيك, كيف يمكنك كمستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي الحد من انتشار الأخبار الزائفة؟

.....
.....