



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية



مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

"دراسة تحليلية لصفحة فايسبوك"

تحت إشراف الأستاذة

إعداد الطلبة:

* د. غلاب صليحة

❖ جبابلة سلمى

❖ حداد إيناس

❖ ولعة نجد

لجنة المناقشة

الصفة	الدرجة العلمية	الأستاذ
رئيسا	أستاذة محاضرة -أ-	مكي أم السعد
ممتحنا	أستاذة محاضرة -أ-	شطبي علي
مشرفا	أستاذة محاضرة -أ-	غلاب صليحة

السنة الجامعية: 2022-2023

شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

" من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم

الحمد لله على إحسانه والشكر له على توفيقه وامتنانه ونشهد ألا إله إلا الله وحده لا شريك له تعظيما لشأنه ونشهد أن سيدنا ونبينا محمد عبده ورسوله الداعي إلى رضوانه صلى الله عليه وعلى اله وأصحابه وأتباعه وسلم. نتوج بالشكر إلى الله سبحانه وتعالى على ما يسره لنا لإتمام هذه الدراسة ثم ندين بالفضل والعرفان إلى كل من أسهم ويسر لنا مواصلة التعليم حتى هذه المرحلة والتوجيه المستمر نحو الفاضل.

كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان للأستاذة غلاب صليحة المشرف العلمي على هذه الدراسة التي كان لتوجيهها السيد وآرائها للوصول إلى إتمام هذه الدراسة في صياغتها النهائية.

كما نشكر كل من كانوا عوناً لنا في بحثنا هذا ونورا يضيء الظلام الذي كان يقف أحيانا في طريقنا

إلى كل من زرعوا التفاؤل في دربنا وقدموا لنا المساعدات والمعلومات، فلهم منا كل الشكر والعرفان

إلى كل من كانت بسمتهم تشجيعا لنا

شكرا لكم جميعا

إيناس، سلمى، نجد.

إهداء

لك الحمد ربي على كثير من فضلك وجميل عطائك وجودك مهما حمدنا فلن نستوفي حمدك والصلاة والسلام على من لا نبي بعده

أولا اهدي هذا البحث إلى كل طالب علم يسعى إلى كسب المعرفة لتزويد رصيده العلمي والمعرفي والثقافي

اهدي ثمرة جهدي إلى اعز وأغلى إنسانة في حياتي التي أنارت دربي بنصائحها فكانت بحرا صافيا بالحب وزينت حياتي ومنحتني القوة والعزيمة لمواصلة الدرب، أمي الحبيبة.

إلى الذي بنوره اهتديت وبنصره افتديت ولحقه ما وفيت، إلى مدرستي الأولى في الحياة أبي العزيز.

إلى الذين ظفرت بهم هدية الأقدار إلى المحبة التي لا تزول، إلى من شاركتهم كل حياتي سندي وطمأنيتي وجوهرتي الثمينة أخواتي آمنة، إيمان وبالأخص زينة

إلى ارق من جسد الحب بكل معانيه فكان السند والعطاء قدم لي الكثير في صدر من صبر وأمل ومحبة زوجي، لن أقول شكرا بل سأعيش كل الشكر معك دائما.

إلى من رفقتهم دائما تؤنسيني وصحبتهم تسعدني إلى من تقاسمت معهن أعباء العمل نجد، إيناس، نihal وأحسن من عرفني بهم القدر صديقاتي والحمد لله على رزقك كوني حظيت بأخوات برابط الروح والمحبة.

اشكر كل من مد يد العون لي عن قرب كان أو بعيد ونشكر كل أساتذة المسار الدراسي

وفي الأخير لا يسعني إلا أن أدعو الله عز وجل أن يرزقني السداد والتوفيق في مساري وحياتي.

سلمى

إهداء

ما ضاع جهد الأمس في يوم وشذى والله يجزي الحسن بالإحسان

بعيدا عني... إلى كل الذين ندمع أعينهم معي في أيامي السيئة وكذلك الجميلة... إلى كل الثابتين رغم
تزعزع العالم من حولي، للذين عاشوا أياما قاسية. وللذين لطالما استودعتهم الله في السراء والضراء.

أهدي تخرجي اليوم...

إلى أمي السيدة الفاضلة عاتي شهيرة. إليها تلك المرأة التي طالما تمننت أن تقر عينها برؤيتي في يوم
كهذا. إلى من علمتني المبادئ، وأن الدنيا كفاح، إلى الحاضرة بروح قلبي لا تغيب أمي. رحمتك يا الله
فيمن فقدت.

إلى من كانت له رتبة عالية في حياتي، إلى من كان له السلطة في جزم القرار في الكثير فيما يخصني
في وقت سابق. رجل لطالما لم يؤمن بي، أهديك اليوم بداية جديدة لي وعمل أتممته بكل شغف.

إلى وطني وملجئي... إلى تلك الأنسة القوية التي لجأت إليها كلما خذلتني قدمي، إلى من علمتني أن
الثقة والإصرار واجب. إلى من ساندتني بكل حب أيام ضعفي، إليكي يا من أزعجتني دائما المتاعب من
طريقي، يا من كانت راحتني دائما هي كل ما يهمك. روح قلبي نهال.

إلى تلك الجدة العظيمة التي ربنتني، إلى من تزهر أيامي وتفرح عيناها برؤيتها، إليها من لم تبخل عني
بدعواتها الدائمة، أطال الله في عمرك يا بما كماش جمعة.

إلى ثلاثة نساء كان لهن تأثير كبير في حياتي، إلى من إعتوا بي البارحة وما زلن يفعلن هذا اليوم.

خالاتي وداد، سهام وفيروز عاتي. دام عزكن لي.

إلى الذي تصدق معه كل التوقعات إلى من لا يكف عن المحاولة من أجلي، إلى من نجح دائما في إضحائي، إلى ذلك الصديق المختلف، الناس ناس إنما أنت توأم روحي، إلى الصديق الأول والأقرب إلى قلبي أحمد مصطفى أكبر.

إلى من دخلنا حياتي بدعوة مني إلى ربي إلى من لم تتركنا جانبي منذ خمس سنوات حتى هذا اليوم، إلى من لم تتخلي عني، إلى من عذرتنا أيامي السيئة، إلى من كانت سنواتنا هذه مليئة بالمغامرات والضحك والبكاء أحيانا، إلى من نالوا منزلة الأخت باستحقاق إلى صديقتنا دربي إيناس وسلمى.

إلى من جمعتنا رابطة الدم قبل الصداقة، إلى صديقة قلبي التي تشاركت معها فوضوية قلبي والكثير بعد، إلى من أنصنت لي دائما وأصغت إلى جميع قصصي المهمة والتافهة باسميني ياسمين عطابلية. وإلى من جمعتي بهم لعبة فكانوا صدفة رائعة في حياتي جلال، marta، vitor، فودة، إسلام، عمدة، ندى، عصام، نورهان وحبيبة. وأخيرا إلى بهجة حياتي بهجة حياة كل العائلة والأصدقاء قطتي الصغيرة ألدافيارافينها أحبك وسأهتم بك دائما يا صغيرتي.

* نجا *

إهداء

في آخر خطوات السلم وفي اللحظة الأكثر فخرا

ها أنا اليوم أهدي تخرجي إلى أبي الذي في كل المرات التي قابلتني الدنيا بمواقفها الموحشة وجها لوجه
كنت أحتبئ في ظهر أبي وأطل عليها بكل قوتي وحينما كان يدهمني اليأس كنت أحاربه بأبي ... وفي
كل مرات التي حالفني بها النجاح كنت أتحاشى الدنيا وأهلها وأرى انعكاس فرحتي بعين أبي ...
وصداقتي الأولى الأزلية كانت مع أبي ... إلى صاحب القلب الكبير إلى فخري وسندي في هذه الحياة
بعد الله سبحانه وتعالى ... إليك أبي

إلى ضلعي الثابت وكفائي واكتفائي أخي يونس أدامك الله وجعلك سندي واتكائي

إلى صديقات عمري أولئك الذين يفرحهم نجاحي ومهدو عثرات مسيرتي بدعائم وانسوا صعوباتها
بجهم إلى من كانوا واقفين خلفي مثل الظل مهما كثرة تخبطاتي

نجد، بشرى، سلمى، مريم ونهال

إلى كل من أحبني وساندني ولو بكلمة تزيح عني تعب المسيرة كل الشكر والتقدير

لله الشكر كله أن وفقني لهذه اللحظة فالحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على نبيه الكريم

إناس

ملخص الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث المسحية، فبالنظر للانتشار الكبير لمواقع التواصل الاجتماعي والأخبار الكاذبة المتداولة عليها حاولنا تناول هذا الموضوع من خلال دراسة تحت عنوان: " دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي " من خلال تحليل صفحة فتبينوا لمكافحة الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك. اعتمدنا على المنهج المسحي لدراسة عينة قصدية والتي تم اختيار أفرادها من مجتمع البحث بشكل محدد وذلك بقصد تحقيق أهداف الدراسة (تحليل 14 منشور على صفحة فتبينوا لمكافحة الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك في الفترة الممتدة من 01 ديسمبر 2022 إلى 28 فيفري 2023).

واستندنا على مجموعة من الدراسات السابقة التي ساهمت في تحديد المشكلة البحثية، أما الجانب التطبيقي فيضم تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات التي من خلالها توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تزييف الوعي لأنها أتاحت للجميع دون استثناء بممارسة مختلف عمليات النشر والمشاركة والإعجاب للأخبار بين المستخدمين دون التحقق من مصداقيتها، وقد جاءت صفحة فتبينوا لمكافحة مختلف هذه الأخبار عن طريق نفيها بمنشورات تحمل الأخبار الصحيحة من مصادر موثوقة.

Study summary:

This study falls within the survey research, given the large prevalence of social networking sites and the false news circulating on them, we tried to address this issue through a study entitled: "The role of false news in falsifying awareness through social networking sites" by analyzing the Fatabinoa page to combat false news on Facebook.

We relied on the survey methodology to study an intentional sample, whose members were specifically selected from the research community, with the aim of achieving the objectives of the study (analysis of 14 publications on the Facebook page, so it is clear to combat false news, from December 01, 2022 to February 28, 2023).

And we relied on a group of previous studies that contributed to defining the research problem. As for the applied side, it includes content analysis as a tool for data collection, through which the study reached the following results:

False news through social networking sites contributed to falsifying awareness because it allowed everyone, without exception, to practice various processes of publishing, sharing and liking news among users without verifying its credibility. The Fatabinoa page came to combat the various types of this news by denying it with publications bearing the correct news from reliable sources.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع	الرقم
-	فهرس الجداول	
-	فهرس الأشكال	
أ	مقدمة	
-	الإطار المنهجي للدراسة	
-	الفصل الأول: إطار الدراسة ومناهجها	
03	إطار الدراسة	1
03	إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	1.1
04	أسباب اختيار الموضوع	2. 1
04	أهمية الدراسة	3. 1
05	أهداف الدراسة	4. 1
05	الدراسات السابقة	5. 1
10	الإطار المفاهيمي للدراسة	6. 1
13	الإجراءات المنهجية للدراسة	2
13	مجال الدراسة	1.2
14	منهج الدراسة	2.2
14	مجتمع وعينة الدراسة	3.2
15	أدوات جمع البيانات	4.2
16	المقاربة النظرية للدراسة	3
-	الفصل الثاني: مدخل عام حول مواقع التواصل الاجتماعي	
18	تمهيد	
19	نشأة مواقع التواصل الاجتماعي	1
20	خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي	2

فهرس المحتويات

23	أنواع ونماذج مواقع التواصل الاجتماعي	3
28	خدمات مواقع التواصل الاجتماعي	4
29	إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي	5
30	خلاصة الفصل	
—	الفصل الثالث: مدخل عام حول الأخبار الكاذبة	
32	تمهيد	
33	نشأة الأخبار الكاذبة	1
34	أنواع الأخبار الكاذبة	2
34	خصائص الأخبار الكاذبة	3
36	الأخبار الكاذبة وتزييف الوعي	4
37	تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار الكاذبة	5
39	خلاصة الفصل	
	الإطار التطبيقي للدراسة	
41	تمهيد	
42	نبذة عن صفحة فتبينوا لمكافحة الأخبار الكاذبة	1
42	المعالجة الكمية والكيفية للبيانات	2
56	نتائج الدراسة	3
60	خاتمة	
62	قائمة المراجع	

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	الرقم
42	لغة المنشورات	01
43	لون الخط	02
44	حجم الخط	03
45	الإعجابات	04
46	التعليقات	05
47	المشاركات	06
48	تصميم الصفحة	07
49	نوع المواضيع المنشورة	08
50	الجمهور المستهدف	09
51	نوع التعليقات	10
52	الهدف من المنشورات	11
53	نوع الأخبار الكاذبة	12
54	مصادر الأخبار الكاذبة	13
55	كيفية التصدي للأخبار الكاذبة	14

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال

الصفحة	الجدول	الرقم
43	لغة المنشورات	01
44	لون الخط	02
45	حجم الخط	03
46	الإعجابات	04
47	التعليقات	05
48	المشاركات	06
49	تصميم الصفحة	07
50	نوع المواضيع المنشورة	08
51	الجمهور المستهدف	09
52	نوع التعليقات	10
53	الهدف من المنشورات	11
54	نوع الأخبار الكاذبة	12
55	مصادر الأخبار الكاذبة	13
56	كيفية التصدي للأخبار الكاذبة	14

مقدمة عامة

مقدمة عامة:

أدى التطور الكبير والهائل في مجال تكنولوجيات المعلومات والاتصالات الحديثة إلى دفع عجلة التقدم نحو إنتاج وسائل للتواصل الاجتماعي، التي عرفت إقبالا واسع وطلبا كبيرا من قبل مختلف شرائح المجتمع، و أحدثت تغييرات عميقة وفرضت نفسها في جميع المجالات، فأصبحت لها تأثير على جوانب كثيرة في حياتنا وكلما ازداد هذا التقدم كلما أثر في تغيير نمط حياة الأشخاص، ومن بين هذه الوسائل نذكر الفيسبوك الذي عمل على إحداث تغييرات كثيرة في الحياة السياسية والاجتماعية والنفسية والاقتصادية والتربوية والصحية وكذلك تغيير واضح في طبيعة الاتصالات التي تعودنا عليها في المجتمع.

يعتبر الفيسبوك من مواقع التواصل الاجتماعي الواسعة لنشر الأخبار المختلفة وهذا ما يصنع بيئة ملائمة لانتشار الأخبار الكاذبة، حيث أصبحت الظاهرة مشكلة مؤرقة للمجتمعات نظرا لأثارها وتداعياتها السلبية والخطيرة.

ويعد الاحتيال المعلوماتي والأخبار الكاذبة مظهرا للثقافة السائدة اليوم بعد الانتشار الكبير لمجال مواقع التواصل الاجتماعي الشبكي بنموذجه الاتصالي الأفقي، فأصبح ملاذ لاصطناع الأخبار وفبركة الوقائع والبيانات فضلا عن تزيف الأحداث بعدما كان الإعلام التقليدي بنموذجه الإخباري العمودي يمكن من السيطرة على سلاسل إنتاج المحتوى، مما يؤدي ذلك للانتشار الرهيب والسريع للأخبار الكاذبة إلى تزيف الوعي لدى الأفراد المستخدمة لمواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع الفيسبوك الذي عرف ولوجا كبيرا من طرف أفراد المجتمعات عبر العالم بأكمله.

وتبرز دراستنا ظاهرة الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في تزيف الوعي حيث تتدخل شبكة واسعة من الفاعلين والقائمين بالفبركة في سلاسل إنتاجها والترويج لها عبر الفيسبوك، لذلك فإن هذه الدراسة المعرفية ليست معنية بالبحث في الكيفية التي يحدث بها الاتصال في سياق إنتاج الأخبار الكاذبة باعتبارها عملية اتصالية تتشكل عبر مساقات ومراحل متعددة لا محدودة، وإنما تحدد هذه الدراسة دور الأخبار الكاذبة في تزيف الوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما سيتم توضيحه في دراستنا هذه.

الفصل الأول:

إطار الدراسة ومناهجها

1. إطار الدراسة:

1.1 إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أكثر الشبكات استخداما من طرف أفراد المجتمع وهذا ما يعرف بأدوات التشبيك الاجتماعي. وهو نوعا جديدا من وسائل الاتصال التي تبلورت في بيئة التكنولوجيا والوسائط المتعددة حيث أنها تلعب دورا مهما وبارزا في عملية تبادل المعلومات والأفكار بين المستخدمين والمضامين التي تملقها الأنباء والأخبار التي تخرج عما هو غير معتاد عليه في وسائل الإعلام التقليدية إلى جانب تزويد هذه الأخيرة بمجريات الأحداث في الفضاء العام.

ويعتبر الفاييسبوك أحد صفحات التواصل الاجتماعي الرئيسية ومن بين الأكثر استخداما وإقبالا من طرف مستخدمي التكنولوجيا الحديثة عبر العالم حيث تشير الإحصائيات الأخيرة في الجزائر بنسبة 20,80 مليون مستخدم في أوائل عام 2023 على غرار بقية مواقع التواصل المنافسة له نظرا للفرص التي يتيحها في نشر المضامين وهذا ما يتسبب في ظهور معيقات تواجه عملية استخدام الأفراد للفايسبوك، ومن بين هذه المشكلات نجد الأخبار الكاذبة والخاطئة التي تقوم على تزييف الوعي لدى الجمهور المستخدم فتختفي وراء مصادر مجهولة التي تقوم على نشر مضامين رقمية وتهدف إلى استقطاب أكبر جمهور من المستخدمين .

ويواجه موقع الفاييسبوك في الآونة الأخيرة أزمة حقيقية بشأن طبيعة الأخبار التي يعرضها الأفراد على صفحاتهم حيث انتشرت الأخبار اليوم بكثافة وسرعة أكبر وتعددت مصادرها وهذا ما أعاق إمكانية التحقق من صحتها ومصداقيتها وقد كشفت الدراسات الحديثة ذلك التراجع الكبير في مستوى الثقافة التي يوليها الناس لوسائل التواصل الاجتماعي خاصة فايسبوك.

وفي هذا الطرح تأتي هذه الورقة البحثية لتدخل في شقها المعرفي، وذلك في محاولة ملامسة الأطر النظرية والفكرية المتعلقة بالأخبار الكاذبة المتدفقة عبر مواقع الفاييسبوك وأثارها في تزييف الوعي.

ومن هذا المنطلق يمكننا طرح الإشكال التالي:

❖ ما دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي لدى مستخدمي الفاييسبوك؟

التساؤلات الفرعية:

- ✓ كيف ساهمت الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تزييف الوعي؟
- ✓ ماهي الأسباب التي ساعدت على انتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ✓ كيف ساهمت صفحة فتيبنوا عبر الفايسبوك في التصدي الأخبار الكاذبة؟
- ✓ ماهي أهم مصادر الأخبار الكاذبة التي تعتمد عليها صفحة فتيبنوا عبر الفايسبوك؟

1. 2 أسباب اختيار الموضوع:

من أصعب المراحل التي تواجه الطالب المقبل على التخرج هي اختيار موضوعه والأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع هي:

- ✓ أهمية الموضوع وقابليته للدراسة.
- ✓ تماشي الموضوع مع مجال تخصصنا الجامعي.
- ✓ الرغبة في التعرف على الأسباب التي تدفع إلى نشر الأخبار الكاذبة.
- ✓ الانتشار الكبير لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة فايسبوك في الجزائر.
- ✓ كثرة الأخبار المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من مصادر مجهولة دون التحقق من صحتها.

1. 3 أهمية الدراسة:

إن أهمية أي دراسة تتجلى من خلال معرفة مدى مساهمتها في تقديم الحلول للمشكلة المطروحة بعد تحديد متغيراتها تحديد دقيق، وتكمن أهمية دراستنا في:

- ✓ إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار دون التحقق من صحتها.
- ✓ أهمية مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية تأثيرها على الوعي عن طريق نشر الأخبار الكاذبة.
- ✓ التعرف على طرق انتشار الأخبار الكاذبة وتأثيرها على الوعي.

1. 4 أهداف الدراسة:

على الطالب أن يحدد الغاية التي يسعى إلى تحقيقها وإزالة الغموض عنها لذلك تهدف دراسة دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي إلى الأهداف التالية:

- ✓ الإجابة عن تساؤلات الدراسة.
- ✓ التعرف على كيفية مساهمة الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تزييف الوعي.
- ✓ معرفة الأسباب التي ساعدت على انتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ التعرف على كيفية مساهمة صفحة فتيبنوا عبر الفايسبوك في التصدي الأخبار الكاذبة.
- ✓ الإحاطة بأهم مصادر الأخبار الكاذبة التي تعتمد عليها صفحة فتيبنوا عبر الفايسبوك.

5.1 الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة هي نقطة انطلاق يبدأ الباحث منها وتساعد في الاستفادة من خبرة الباحثين السابقين من أجل تفادي الوقوع في الخطأ ومن بين الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها نذكر:

1. 5. 1 الدراسة الأولى: بلال كلال، "الشائعة في مواقع التواصل الاجتماعي ومدى تأثيرها على المجتمع الجزائري"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018/2017.

وقد هدفت الدراسة إلى طرح التساؤل الرئيسي: ما مدى الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي في

المجتمع الجزائري؟

التساؤلات الفرعية:

- ماهي وسائل التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى مساهمة وسائل التواصل الاجتماعي في سرعة انتشار الشائعات؟
- ماهي اتجاهات وسلوكيات الشباب تجاه المعلومات المتلقاة من مواقع التواصل الاجتماعي ومساهمتها في انتشار الشائعات؟

- كيف تؤثر مهارات التفكير الناقد في تمكن الشباب من التصدي للشائعات والتعرف عليها؟
- ✓ اعتمد الباحث على المنهج الوصفي، والعينة القصدية، واستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات.

العينة: الجزائريين المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي.

أهم نتائج الدراسة:

- أغلب الجزائريين يفضلون استعمال الفيسبوك.
- أغلب المبحوثين يوافقون على سرعة وصول الخبر عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- كشفت الدراسة على أن أغلب المبحوثين يوافقون على الشفافية في وسائل الإعلام الرسمية.
- كشفت الدراسة أن المبحوثين يوافقون على مقاطعة بعض المنتجات الجديدة نتيجة بعض الأخبار التي من عقائد صاحبها المخالفة لهم.
- بينت الدراسة أن المبحوثين يوافقون على أنه يجب أن توجد إجراءات رسمية رادعة على كل من تسول له نفسه لنشر الإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2. 5. 2. الدراسة الثانية: خليدة سافر، عائشة ظاهر، " أثر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2018/2019.

ولقد هدفت الدراسة إلى طرح التساؤل الرئيسي التالي: ما هو أثر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل

الاجتماعي على تشكيل الرأي العام من وجهة نظر الطلبة؟

التساؤلات الفرعية المطروحة:

- ماهي عادات ودوافع متابعة طلبة علوم الإعلام والاتصال للأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ماهي انعكاسات انتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام من وجهة نظر الطلبة؟

- ماهي الآثار التي تخلفها الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات نحو قضايا الرأي العام من وجهة نظر الطلبة؟
- ماهي الآثار التي تخلفها الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مصدقيها الخيرية على تشكيل الرأي العام من وجهة نظر الطلبة؟
- ✓ اعتمد الباحثون على المنهج المسحي، واستخدموا العينة القصدية، مجتمع البحث: مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة.

نتائج الدراسة

- بينت الدراسة أن الأخبار الكاذبة أفقدت مواقع التواصل الاجتماعي صدقها وموضوعيتها.
- مواقع التواصل الاجتماعي تضع الفرد في موقف عدم القدرة على التمييز بين الخبر الصادق والخبر الكاذب.
- الأخبار الكاذبة التي تطرح عبر مواقع التواصل الاجتماعي غير موثوقة وهو ما يؤكد أنه ليس كل ما ينشر من أخبار صحيح باعتبار أن معظم الأخبار تنشر بجهولة كمصدر فيها ما هو موثوق وما هو غير موثوق.

3. 5. 3 الدراسة الثالثة: أمل بن حامد، "الأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء قانون العقوبات المعدل رقم 20-16" مجلة الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 08، العدد 01/ السنة 2022، ص ص 282-298.

أهم نتائج هذا المقال:

- عدم وجود رقابة مهنية وقانونية كافية على ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي تتماشى والتطور التكنولوجي الهائل والسريع.
- الآثار السلبية للأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة في تغطية الرأي العام والإضرار بالمصلحة العامة وإسهام منصات التواصل الاجتماعي في ترويجها.
- تقليص دور الإعلام الرسمي في تقديم المعلومات والأخبار بشكل دوري وسريع في ظل صعود رهيب للإعلام الجديد في نشر المعلومات وترويجها.

- نقص الوعي لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بقيامهم بنشر أخبار ومعلومات على منصاتهم مع مشاركتها مع الغير دون التأكد من صحتها.
 - اعتبار جريمة نشر الأخبار الكاذبة من الجرائم المستمرة وهذا حسب طبيعة تكوينها والاستمرار الحالة الجنائية فترة من الزمن وتأثيرها الذي يدوم مدة معينة منذ نشرها وترويجها.
4. 5. 4 الدراسة الرابعة: حكيمة جاب الله، أسهمان مريعي، " الأخبار الكاذبة حول فيروس كورونا كوفيد19 في الجزائر: بين مسؤولية قانون الإعلام وقانون العقوبات "، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد32، العدد04، ديسمبر2021، ص ص 341-358.

أهم نتائج هذا المقال:

- تحسين قوانين الإعلام خاصة قانون السمعي البصري بما يتلاءم مع المستجدات على الساحة الإعلامية والرقمية خاصة وأن وسائل الاتصال في تطور مستمر مما يستدعي مسايرة المستجدات وإدخال تعديلات.
- ضرورة إدراج مصطلح الأخبار الكاذبة بشكل واضح وصريح في قوانين الإعلام باعتبارها أزمة حقيقية يستوجب التصدي لها.
- محاربة الأخبار الكاذبة بالتطبيق الصارم للقوانين ومتابعة مرتكبيها جنائيا بعيدا عن العلاقات الشخصية.
- التأكيد على أهمية المدونات المهنية والأخلاقية أثناء الممارسة الإعلامية حيث يزداد دور هذه الأخيرة أثناء الأزمات.

5. 5. 5 الدراسة الخامسة: شريط حورية، "الأخبار الكاذبة Fake news ... مفهوم جديد أو وجه جديد للدعاية والتضليل الإعلامي"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد، العدد04، ديسمبر2022، ص ص 401-418.

وقد هدفت الدراسة إلى طرح التساؤل الرئيسي التالي: هل الأخبار الكاذبة fake news هي إنتاج تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أم مجرد "علامة مقلدة" يعود أصلها لوسائل الإعلام التقليدية؟
التساؤلات الفرعية:

- ما هو البعد التاريخي للأخبار الكاذبة؟

- إلى ماذا يشير مصطلح الأخبار الكاذبة fake news؟
- ماهي أهم خصائص الأخبار الكاذبة وما هي الأشكال التي تتخذها؟
- ماهي الأساليب الجديدة للتضليل الإعلامي؟
- هل أصبحت الأخبار الكاذبة ذريعة للحد من حرية التعبير والكلمة الحرة؟
- ماهي ميكانيزمات التضليل الجديدة وما هي آثاره على مستعملي المنصات الرقمية؟
- ✓ اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي الوصفي.

نتائج الدراسة:

- إذا كان البعض يعتبر أن مصطلح fake news جديد ارتبط ظهوره بالمنصات الرقمية فإن البعض الآخر أرجع أصوله إلى عشرينات القرن الماضي إذ استعملت في أكبر الصحف الأمريكية ما عرف آنذاك بـ "تدقيق الحقائق" لتمحيص الأخبار والتأكد من صحتها.
 - ازداد التخوف من الأخبار الكاذبة بعدما مكنت تكنولوجيا الإعلام والاتصال من صنع ونشر الخبر عبر منصات التواصل الاجتماعي أي خارج وسائل الإعلام التقليدية.
 - يرى بعض الباحثين أن الأخبار الكاذبة مجرد وجه جديد للتضليل الإعلامي الذي طالما مارسه وسائل الإعلام ووكالات الأنباء.
 - قد يتم اللجوء لمحاربة الأخبار الكاذبة كغطاء للحد من حرية التعبير والمعارضة ولقد أصبحت سلاح فعال لدى الحكومات لتقييد الكلمة الحرة.
 - سمحت التكنولوجيا الرقمية لإمبراطوريات الويب من التحكم في مصدر المعلومة وعملية نشرها وهو ما منحها مساحة واسعة لتحريف وتزييف الحقائق.
6. 5. 6 الدراسة السادسة: د/منصر نصر الدين، جريمة نشر الأخبار الكاذبة الماسة بالنظام العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة، المجلد 07، العدد 01، سنة 2022، ص ص 188-214.

أهم النتائج التي توصل إليها هذا المقال:

- بالرغم من إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإعلام إلا أنها أصبحت مجال خصص لنشر الأخبار الكاذبة.
- نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ظل جائحة كورونا تزايد بشكل كبير وساهم في العديد من الحالات في خلق قلق وخوف لدى المواطنين واصطناع أزمات مست النظام العام.
- تعتبر جريمة نشر الأخبار الكاذبة من جرائم الخطر فتكتمل عناصرها بمجرد الشروع في ارتكابها ولا يشترط حصول نتيجة فيها بل يشترط أن يكون من شأن بث هذه الأخبار الكاذبة المساس بالنظام العام والأمن العمومي.
- تعتبر جريمة نشر الأخبار الكاذبة من الجرائم العمدية ويلزم لقيامها توفر القصد الجنائي الذي يقتضي علم الجاني أن نشره للأخبار الكاذبة من شأنه المساس بالنظام العام.

1. 6. الإطار المفاهيمي للدراسة:

هو الخطوات الهامة التي يحتاجها الباحث لشرح المفاهيم التي يدور حولها موضوع الدراسة.

1. 6. 1. الأخبار:

أ. لغة: هو ما ينقل ويحدث به قولاً أو كتابة وخبرت بالأمر أي علمته وخبرت الأمر أخبره إذا عرفته على حقيقته والأخبار هو ماء تآك من نبأ عمن تستخبر ويعني انه شيء ما يحدث ويتناقله الناس

ب. أو هو المعلومات عن أمور جرت ويهمننا معرفتها فنستخبر عنها.¹

اصطلاحاً: هو كل ما ينقل من أخبار وفقاً لاعتبارات مذهبية أو سياسية أو عقائدية أو فكرية تنطلق منها أساساً فما يعتبر خبراً هاماً في وسيلة قد يكون ثانوياً في أخرى أو لا يعتبر خبراً في غيرها.²

¹ <https://bit.ly/3pBJMm5>

² <https://bit.ly/3pBJMm5>

1. 6. 2 الكاذبة:

أ. لغة: نقيض الصدق وكذب يكذب كذبا والكاذب هو الشخص الذي يستخدم الكذب لغايات معينة وبشكل مستمر وتكذيب الرجل أي تم نسب الرجل إليه.¹

ب. اصطلاحا: إخبار عن شيء خلاف ما هو عليه بشكل متعمد أو سهوا وسواء كان الإخبار عن ماضي أو مستقبل أو فعل حاضر.²

1. 6. 3 الأخبار الكاذبة:

أ. اصطلاحا: عرفها ألكوت وجينتزكوف بأنها مقالات إخبارية تتعمد الاختلاق والكذب بهدف تضليل القراء.³
ب. التعريف الإجرائي :

المقصود بالأخبار الكاذبة في هذه الدراسة هي تلك الأخبار التي يتم تمريرها عبر وسائل الإعلام المختلفة سوء التقليدية أو الإعلام الجديد وتناولتها صفحة فتبينوا عبر الفايسبوك بالتكذيب.
أو هي الأخبار الزائفة أو المضللة أو الغير صحيحة التي أصبحت تتفوق بشكل كبير على الأخبار الاحترافية التي مصدرها وسائل الإعلام.

1. 6. 4 التزييف:

أ) لغة: هو تبدل الحقيقة أو تغييرها وهو يطلق على أي فعل من شأنه تغيير قيمة العملة الصحيحة سواء بالزيادة أو النقصان.⁴

ب) اصطلاحا: وهو أن تصدر من مصدر غير شرعي صورة طبق الأصل لشيء ما خاصة النقود وذلك بهدف الغش.⁵

¹ <https://bit.ly/3W4catk>

² <https://bit.ly/3W4catk>

³ إسماعيل عمرو، النشاطية في مواجهة الأخبار الكاذبة، معهد الصفري للمجتمع المدني والمواطنة ، بيروت، 2008، 55

⁴ <https://bit.ly/3Bsg5GT>

⁵ <https://bit.ly/3IdvtLf>

1. 6. 5. الوعي:

أ) لغة: من وعى وهو الحفظ والفهم والقبول به والإدراك.¹

ب) اصطلاحاً: الحالة الإدراكية التي يكون عليها العقل البشري كما يصف الوعي مدى قدرة الفرد على الاتصال المباشر مع البيئة المحيطة به بواسطة منافذ الوعي المتمثلة بالحواس الخمس.²

1. 6. 6. تزييف الوعي:

أ. اصطلاحاً: تستخدم كلمة تزييف الوعي للإشارة إلى الفهم الخاطئ لطبيعة موضوع ما ومقاصده وفصل الشواهد والأدلة عن سياقاتها الزمنية والمكانية والابتعاد عن المنهج الصحيح وهذا يؤثر بشكل سلبي على الواقع الاجتماعي وعلى تفاعلات الحياة الاجتماعية اليومية.³

ب. التعريف الإجرائي:

وهو عبارة عن عملية تغليط للفهم العقلي لموضوع ما وإبعاد الشواهد والأدلة وذلك من أجل التأثير السلبي على المتلقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويقصد به في هذه الدراسة

1. 6. 7. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

اصطلاحاً: هي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات.⁴

ويعرف أيضاً على أنه مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع عبر شبكة الأنترنت العالمية تتيح التواصل بين أفراد المجتمع في بيئة مجتمعة افتراضية ظهرت مع الجيل الثاني للويب يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات الانتماء.⁵

¹<https://bit.ly/3OdAzee>

²<https://bit.ly/3OdAzee>

³الشرح يعقوب، الوعي الزائف، مجلة الرأي، على الرابط الآتي تمت زيارة الموقع يوم الجمعة 2016. <https://bit.ly/3Mrktez>

⁴بن عجائمة بو عبد الله، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الجزائريين في زمن كورونا، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2022، ص 269.

⁵مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد 1، ص 12.

أ. التعريف الإجرائي:

نقصد بهذا في دراستنا تلك المجموعة من المواقع الاجتماعية التفاعلية ومواقع الويب المصممة للسماح للأشخاص بمشاركة المحتوى بسرعة والتي جعلت مستخدميها على اتصال دائم مع بعضهم البعض، وإعطائهم فرصة الاشتراك في الحياة الاجتماعية والتعبير عن آرائهم.

1. 6. 8 تعريف الفايسبوك:

7 اصطلاحاً: يعرف بأنه: موقع ويب للتواصل الاجتماعي، وهو عبارة عن مدونة شخصية أو صفحة شخصية على الأنترنت بحيث يكون لكل فرد مسجل على الموقع الاجتماعي صفحة واحدة، يتواصل مع جميع الأفراد المشتركين من جميع أنحاء العالم، ليمنح الأفراد المنخرطين في الموقع القدرة على تبادل الآراء والمعلومات والمقترحات والمناقشة فيها ويمكنهم تنزيل صور وفيديوهات وغيرها من الخدمات المتوفرة في الموقع.¹

ب. التعريف الإجرائي:

هو موقع للتعارف والتواصل والمراسلة مجاني عبر الأنترنت ومن الممكن أن تستخدمه فئات المجتمع دون استثناء حيث يسمح بإنشاء صفحات شخصية بالإضافة إلى رفع الصور ومقاطع الفيديو وهو مزيج بين شعوب العالم في مجتمع إلكتروني كبير ومتحضر.

8 . الإجراءات المنهجية للدراسة:

11. 1 مجال الدراسة:

بعدما تم الوصول لاختيار نهائي متفق عليه لموضوع الدراسة والانتهاج من الجانب المنهجي بدأنا في تجميع بيانات ومعلومات حول الجانب النظري للدراسة في منتصف شهر نوفمبر 2022.

¹ عقيلة مقراس ، دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي السياسي على صفحات الفايسبوك ، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية ، المجلد 9 ، ص 440 - 441 ، 2021

أما الجانب التطبيقي كانت بداية العمل عليه في أواخر شهر مارس 2023 حيث كانت البداية عبارة عن تحليل محتوى كمي وكيفي لمنشورات صفحة رسمية على فيسبوك تحت اسم فتيينوا لمكافحة الأخبار الكاذبة لنقوم بعد ذلك بتفريغ البيانات والتوصل في الأخير للنتائج العامة للدراسة.

2. 2. منهج الدراسة:

يعد المنهج الطريقة المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة.¹

تختلف المناهج العلمية وتتعدد حسب الموضوع والأشكال المطروح ولهذا اعتمدنا في موضوعنا " دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي " على المنهج المسحي لأنه من أكثر المناهج ملائمة. المنهج المسحي:

هو ذلك النوع من البحوث الذي يتم بواسطة استجواب جميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة منهم وذلك بهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط دون أن يتجاوز ذلك دراسة العلاقة أو استنتاج الأسباب.²

2.3 مجتمع وعينة الدراسة:

1. 3. 1 مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع الأحداث أو الأفراد أو المؤسسات التي يمكن أن يكونوا أعضاء في عينة الدراسة ومجتمع الدراسة جمع طبيعي أو جغرافي أو سياسي من الأفراد أو الحيوانات أو النباتات أو المواضيع.³ وحسب نتائج تحليل المضمون الذي قمنا به فقد تمثل مجتمع البحث في المنشورات التي تم نشرها على الصفحة الرسمية فتيينوا لمكافحة الأخبار الكاذبة عبر موقع فيسبوك.

¹ بدوي عبد الرحمن، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات شارع فهد السالم، ط3، الكويت، 1977، ص5

² الجزولي، عبد الحفظ عبد الحبيب، الدخيل، محمد عبد الرحمن، طرق البحث في التربية والعلوم الاجتماعية الأسس والإجراءات والتطبيق والتحليل إحصائي الرياض، دار الخريجي للنشر، 2000، ص433

³ <https://bit.ly/454rL0>

2. 3. 2 عينة الدراسة:

تعرف عينة البحث العلمي على أنها مجموعة محدودة من الأفراد يختارهم الباحث من مجموعة أكبر باستخدام طريقة اختيار محددة مسبقاً وتعد طريقة جمع العينات واختبارها من أكثر الطرق فعالية لأجراء البحوث حيث أن من المستحيل أن يقوم الباحث بإجراء دراسته على المجموعة الكبرى من الأفراد والتي تعرف باسم مجتمع الدراسة.¹ ولقد قامت دراستنا على استخدام العينة القصدية والتي تم اختيار أفرادها من مجتمع البحث بشكل محدد وذلك بقصد تحقيق أهداف الدراسة (تحليل 14 منشور على صفحة فتيبنوا لمكافحة الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك في الفترة الممتدة من 01 ديسمبر 2022 إلى 28 فيفري 2023).

2. 4 أدوات جمع البيانات:

هي مكونات لها آلية عم محددة يستخدمها الباحث للإحاطة بموضوع البحث العلمي وتوفير المعلومات الخاصة بهذا البحث.²

-أداة تحليل المضمون (تحليل محتوى):

تحليل المضمون أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن للباحث أن يستخدمها في مجالات بحثية متنوعة لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة التي يراد تحليلها من حيث شكلها ومحتواها تلبية لأهداف البحث التي تم صياغتها في تساؤلات البحث أو فرضياته وفق تصنيفات موضوعية قام الباحث بتحديد مسبقاً حيث تقوم تقنية المضمون على وصف منظم ودقيق لمحتوى نصوص مكتوبة أو مسموعة أو مرئية من خلال تحديد موضوع الدراسة وهدفها وتعريف مجتمع الدراسة الذي سيتم منه اختيار الحالات المراد دراسة مضمونها وتحليلها. مدحت أبو النصر، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، المجموعة العربية لتدريب والنشر، القاهرة، 2017، ص 191.³

تحليل الصفحة من حيث الشكل: تتضمن العناصر التالية:

¹ <https://bit.ly/454rL0c>

² <https://bit.ly/3Bwj1SJ>

³ مدحت أبو النصر، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، المجموعة العربية لتدريب والنشر، القاهرة، 2017، ص 191 .

فئة لغة المنشورات، فئة لون الخط، فئة حجم الخط، فئة الإعجابات، فئة التعليقات، فئة المشاركات، فئة تصميم الصفحة.

تحليل الصفحة من حيث المضمون: تتضمن ما يلي:

فئة نوع المواضيع المنشورة، فئة الجمهور المستهدف؛ فئة نوع التعليقات، فئة الهدف من المنشورات، فئة نوع الأخبار الكاذبة، فئة مصادر الأخبار الكاذبة، فئة كيفية التصدي للأخبار الكاذبة.

3. المقاربة النظرية للدراسة:

نظرية حارس البوابة: تقوم هذه النظرية على أن الرسالة الإعلامية تمر بعدة مراحل وهي تنتقل من المصدر إلى المتلقي، وتشبه هذه المراحل السلسلة المكونة من عدة حلقات. وأن قدر هذه المعلومات التي تخرج من بعض الحلقات أو الأنظمة أكثر مما قد يدخل فيها، لذلك يسميها شانون (أجهزة تقوية)، وأن هناك في كل حلقة فردا ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سوف ينقلها أو لن ينقلها، وما إذا كانت تلك الرسالة ستصل إلى الحلقة التالية بنفس الشكل الذي جاءت به أم سيدخل عليها بعض التغييرات والتعديلات.¹

وقد اعتمدنا على هذه المقاربة للإحاطة بموضوع الدراسة وهو: (دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي)، كون هذه النظرية تهتم بدراسة طرق انتقال الرسائل الإعلامية.

¹عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2014، ص123.

الفصل الثاني:

مدخل عام حول مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

إن التطور الهائل الذي شهده العالم في مجال التكنولوجيا الحديثة في العقود الأخيرة خاصة مع ظهور الأنترنت خلق نوعاً جديداً من التواصل في بيئة افتراضية قائمة على التفاعل بين مستخدميها خاصة مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي بدورها تعد أفضل وسيلة للتواصل بين أفراد المجتمعات ونقل الأخبار وسرد أحداث العالم مما جعله قرية صغيرة في أعين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، كما عملت على تقارب الأفكار وتنمية العلاقات بين الناس على اختلاف عاداتهم وثقافتهم ولغاتهم، ومن أمثلة ذلك الفيسبوك وغيره من المواقع.

ولعل من أسباب الإقبال عليها سهولة الانضمام إليها ومجانتها وسرعتها في نقل الأخبار وتنوع محتوياتها، حيث تعد كوسيلة لنقل الأفكار والمعلومات وأفضلها في التواصل بين الأفراد. وفي هذا الفصل نستعرض نشأة مواقع التواصل الاجتماعي خصائص ومميزاتها، أنواعها ونموذجها، خدمات مواقع التواصل الاجتماعي وكذا إيجابياتها وسلبياتها

1. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي:

بدأت مجموعة من المواقع الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل classante. Com عام 1995م لربط زملاء الدراسة. وفي عام 1997م ظهر موقع degrees.com وقد ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخطية لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع والخدمات المشابهة لما يوجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطيع أن توفر ملاكها الربح مما أدى إلى إغلاقها.¹

وهناك العديد من التطبيقات على الويب (مواقع مشاركة ومدونات الوسائط المتعددة... الخ) اهتمت بتطوير التجمعات الافتراضية مركزة على درجة كبيرة من التفاعل والتعاون، ولقد ارتبطت هذه المرحلة بتطور خدمات شبكة الأنترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع - ماي سبايس- وهو الموقع الأمريكي المشهور، ثم موقع الفاييبوك.²

يعتبر الفيسبوك احد اهم مواقع الشبكات الاجتماعية الافتراضية على الأنترنت، الذي تم تصميمه وابتكاره من طرف مارك زوكربيرج (Mark zuckerberg) في 28 أكتوبر 2003م عندما كان طالبا في السنة الثانية بجامعة هارفارد لكي يسمح لمستخدمي موقعه بالتفاعل مع أصدقائهم ، حيث يقوم كل منهم بعمل بروفایل شخصي خاص به ، يقوم من خلاله بتحميل الصور والرسائل وتكوين مجموعات لها نفس الميول والرغبات.

كما ظهر موقع اليوتيوب اهم واشهر مواقع لتحميل ومشاركة الفيديوهات على مستوى العالم، تم تأسيسه بواسطة ثلاثة موظفين في شركة pay pal الامريكية ، وهم تشاد هورلي (chadhurley) ، وستيف تشن (setevechen)، وجواد كريم (jawadkarim) ، حيث تم اطلاق النسخة التجريبية للموقع في مايو 2005 م ، ثم بعد 6 اشهر اطلقت النسخة الرسمية له.

وفي ديسمبر 2009م ، تم تأسيس شركة واتس آب من قبل بريان اکتون (brianacton) ، وجان كوم (jan com) وهو التطبيق الذي لا يخلو أي هاتف من الهواتف الذكية منه حيث احدث انقلابا سريعا في الحياة

¹فهد بن علي الطيار، شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على القيم لدى طلاب الجامعة، تويتر نموذجا دراسة تطبيقية على طلاب جامعة الملك سعود، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، المجلد 31، العدد 21، الرياض، 2014، ص 247.

²مروى عصام صالح، الأسس وأفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 246-247

البشرية خاصة في منطقتنا العربية، يقوم على التراسل الفوري متعدد المنصات يستخدم على منصات أجهزة الايفون والاندرويد والوينداوز فون ، يتيح لمستخدميه التواصل الفوري بالرسائل والصور.

انتقالا الى 10 يونيو 2010م والذي ظهر فيه الانستاجرام الذي يعتبر شبكة اجتماعية تتيح للأفراد تبادل الصور والفيديوهات القصيرة، على يد مؤسسيه كيفن سيستروم (kevinsystrom) ، ومايك كرايجر (mikekrieger) خريجا جامعة ستانفورد الأمريكية . كان الانستاجرام لا يعمل الا في هواتف الايفون فقط.

2. خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

1.2 خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تشارك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية، بينما تتميز بعضها عن البعض بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها ومن أبرزها:

1- الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية: Profile Page

من خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والاهتمامات والصور الشخصية... بالإضافة إلى غيرها من المعلومات ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا ومعرفة منهم أصدقاء هو ماهي الصور الجديدة التي وضعها... إلى غير ذلك من النشاطات.

2- المشاركة: Participation

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

3- الانفتاح: Openness

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

4- المحادثة Conversation :

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

5- الأصدقاء /العلاقات Friends/Connections:

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى «صديق» على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى «اتصال» أو «علاقة» «Contacte» على الشخص المضاف للقائمة.

6- إرسال الرسائل:

تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

7- ألبومات الصور Albums:

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لا نهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاطلاع والتعليق عليها.

8- 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 قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا إلكترونيا متقاربا

9- المجموعات Groups:

تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام، حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتهى حوار مصغر واليوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف بـ Events، أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين والغائبين.

10- الترابط Connectées:

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 أيضا مثل خبر ما على مدونة فيعجب الشخص ويرسله إلى معارفه على فيسبوك، وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.

11- الصفحات Pages:

ابتكر هذه الفكرة موقع (الفيسبوك)، واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم وإظهاره الفئة يحدونها من المستخدمين، ويقوم (الفيسبوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدم وبعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.¹

2-2 مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتحدد وتتطور مميزات مواقع التواصل الاجتماعي بسرعة نظرا للتطور السريع لتقنيات هذه المواقع وانتشارها الواسع عبر العالم، وهذا ما يجعل عملية رصدتها خاضعة لسرعة هذا التطور، وهذه بعض مميزات مواقع التواصل الاجتماعي:

- هي فضاء مفتوح النواحي الإيجابية والسلبية، فقد تشجع على بناء الأفكار وتدهيبها، وقد تؤدي إلى جرائم إلكترونية.
- وسيلة تواصل واتصال، ثنائية وجماعية، تجمع أصدقاء وتكون مجموعات لها اهتمامات متقاربة.
- منخفضة التكلفة، فهي أقل تكلفة مالية من الهاتف والفاكس والتلكس وغيرهم.
- هامش حرية التعبير في مواقع التواصل أوسع من وسائل الإعلام لأنها لا تخضع للرقابة والوصاية.

¹ خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، عمان الأردن، ص 26-27.

- نظرا لانتشارها الواسع في فئات الشباب والمثقفين، أصبحت وسيلة من وسائل تزييف الوعي.
- هي وسيلة تضامن اجتماعي، حيث تساهم في لفت انتباه المواطنين وحشدهم حول قضايا ومسائل خيرية مثل مع التبرعات أو مساعدة المرضى والمحتاجين مثلما يحدث في الجزائر.¹

3. أنواع ونماذج مواقع التواصل الاجتماعي

1.3. أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

تعددت مواقع التواصل الاجتماعي واختلفت شكلا ومضمونا ففي كل مرت يظهر المزيد منها لذلك سوف نقوم تصنيفها:

النوع الأول: يختص في الاتصالات وتبادل الأفكار والمعلومات مثال ذلك:

(1) المدونات Blogs:

توجد العديد من المدونات تختلف فيما بينها فمنها من تقوم بتناقل المعلومات والإخبار والأخرى، تختص بأمور شخصية ومن أهم برامج المدونات: blogger, Expression Engine, live journal, open وغيرها...

(2) المدونة الجزئية Micro Blogs:

هي أسلوب لعرض المعلومات بشكل سريع، تتميز عن المدونات العادية أنها صغيرة الحجم وكمية المعلومات (نصية، صور، صوتية، مرئية) المتداولة عليها، ومن أهم المدونات الجزئية. Plurk، Twitter، Buzz، Google، Tumblr،

(3) خدمات تحديد المواقع الجغرافية (Location Based Services):

تمكن مستخدمها من تحديد الموقع المتواجد فيه، كما تعرف اختصارا للاسم ب LBS ومن فوائد هذه الخدمة تعرف شبكتك بالأماكن الجديدة في أي مدينة قد تزورها أو مدينتك حتى.

¹العقاب محمد، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، دار هومة، للطباعة والنشر والتوزيع، 2013، ص 13-14.

تتميز أيضا هذه الخدمة باقتراح لتجربة شيء جديد ومميز في ذلك الموقع ومن برامج هذه الخدمة: Yammer، Ning.Xing، LinkedIn، Face book

(4) مواقع الفعاليات Events:

هذه نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدعويين، كما تقوم بتحديد مواقع التجمع. ومما يميز هذه المواقع الإلكترونية إمكانية التحديث التلقائي فيمكن تغيير المكان أو الزمان الخاص بالدعوة فيظهر هذا التغيير لدى المدعويين بشكل فوري ومن أشهر هذه المواقع: Meetup، Eventful، Tweetvite.

(5) مواقع تجميع المعلومات (Information Aggregators):

تقوم هذه المواقع بتجميع المعلومات التي تم استخدامها، وبما أن هذا العصر يتميز بكثرة المعلومات المتداولة فتقوم هذه المواقع بتجميعها في مكان واحد بدلا من البحث وإضاعة الوقت في ذلك ومن هذه المواقع: Evri، Netvibes.

(6) مواقع مشاركة الاهتمامات (Social Interests):

وتعرف بأنها من المواقع التي تساعد المستخدم في نشر ومشاركة نوعية الأجهزة التي يستخدمها أو اهتماماته حيث تختلف عن باقي المواقع الأخرى.¹

النوع الثاني: النوع الثاني من مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعرف بمواقع التعاون وبناء فرق العمل .

(1) الويكي (Wiki): وهي مواقع تمكن العديد من الناس من الاشتراك في تكوين معلومات مترابطة بشكل منطقي عن طريق روابط إلكترونية، من أفضل الأمثلة موقع ويكيبيديا الموسوعة العلمية والتي بنيت من قبل مستخدمين عن طريق مشاركة المعلومات.

(2) مواقع المرجعيات Social Bookmaking:

يمكن استخدام هذه المواقع لوضع علامة لموقع يهمك أو يهم غيرك مع إمكانية مشاركة الآخرين هذه المواقع المرجعية وتمكن مستخدميها من اكتشاف مواقع جديدة.

¹صفاء زمان، شبكات الاجتماعية social networks وتعريفها وتأثيرها وأنواعها، مجلة رؤيا العلمية، العدد 2011، 113، ص 56.

3) الملاحة الاجتماعية GPS Social Navigation:

هي عبارة عن برمجيات يقوم المستخدم بتثبيتها على جهاز الهاتف، ومن ثم الاستعانة برسم خريطة حركة المدينة المناسبة له، حيث يكون الاشتراك فيها عن طريق البرامج التالية: Waze، Trapster.

النوع الثالث: هي مواقع الوسائط المتعددة

1- مواقع التصوير والفن Photo Sharing :

تمنحك هذه المواقع مكان لتخزين وحفظ وعرض أعمالك الفنية سواء كانت رسومات أو صور حيث يمكن للناس رؤيتها وإبداء الإعجاب أو انتقادها كما يمكن بيع أعمالك وإيجاد دخل مالي منها مثل: Zoomer، Flickr، Picasa .

2- مواقع مشاركة الفيديو والبث المباشر: Vidéo Sharing & Streaming

وهذه النوعية من المواقع تساعد على إيجاد والبحث عن العديد من مقاطع الفيديو المرئية كما يمكن لمستخدمها إنشاء الفيديو الخاص به عن طريق استخدامه لهاتفه الخليوي او كاميراته في أي وقت كان.

3- مواقع مشاركة المقاطع الصوتية: Music & Audio Sharing

تمكن مستخدميها من مشاركة الآخرين المقاطع الصوتية والموسيقى، كما تساعد الموسيقيين من نشر أعمالهم وإبداعاتهم والتعرف على رأي الجمهور فيها. وتقدم هذه المواقع أيضا خدمة الراديو على الانترنت ومن بين هذه المواقع: Pandora، Radio، Groove، Shark، The Hype.¹

النوع الرابع: هي مواقع الرأي والاستعراض Reviews & Opinions:

1- استعراضات السلع: Product Reviews

هذه المواقع يزورها المستخدم عند حاجته في آراء المستهلكين حول منتج ما او من اجل معرفة جودة السلع ومدى تحملها لعوامل الزمن والاستخدام اليومي فيمكنه زيارة العديد من مواقع الاستعراض التالية: Mouthshut، Epinions.

¹صفاء زمان، شبكات الاجتماعية social networks وتعريفها وتأثيرها وأنواعها، مجلة رؤيا العلمية، العدد 113، 2011، ص57.

2- الأسئلة والأجوبة الاجتماعية (Community Q&A):

كما هو الحال تستخدم هذه المواقع للحصول على إجابات لأسئلة قد تدور في ذهنك حيث تقوم بطرح السؤال وتتلقى الإجابات من طرف المستخدمين ومن ثم يقوم كل من له خبرة او معلومة صحيحة بتعديل الإجابة لإعطائك أدق إجابة ممكنة.¹

النوع الخامس: المواقع الترفيهية الاجتماعية:

مواقع مشاركة الألعاب الاجتماعية: Game Sharing

تعتمد هذه المواقع على فكرة المشاركة للألعاب التي تتطلب العديد من اللاعبين على صفحتك الاجتماعية ومن هذه المواقع: Armor Game،Mini clip.²

2.3. الفيسبوك كنموذج لمواقع التواصل الاجتماعي:

1- مميزات الفيسبوك:

من هذا الموقع الاجتماعي ما يلي :

➤ الملف الشخصي profile:

للاشتراك في الموقع يجب إنشاء ملف شخصي يحتوي على المعلومات الشخصية، صورة، والأمور التي المفضلة للمشارك، من اجل التواصل مع الآخرين بسهولة.

➤ إضافة صديق addFriends:

من خلالها يستطيع المستخدم إضافة أصدقاء أو البحث عن فرد موجود على موقع الفيسبوك بواسطة البريد الإلكتروني.

➤ السوق market place:

وهو الجانب الافتراضي الذي يسمح للمستخدمين نشر إعلانات مميزة بطريقة مجانية.

¹. صفاء زمان، شبكات الاجتماعية social networks وتعريفها وتأثيرها وأنواعها، مجلة رؤيا العلمية، العدد 113، 2011، ص 58

². المرجع نفسه. ص 59

➤ التغذية الإخبارية **new feed**:

وهي التي تظهر على الصفحة الرئيسية، حيث تقوم على تمييز بعض البيانات، والأحداث المرتقبة والمناسبات وأعياد الميلاد الخاصة بالأصدقاء.

➤ انشاء مجموعة **groupes**:

تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الأنترنت لكي تنشئ مجتمعا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت ام اجتماعية أو رياضية ... الخ

- لوحة الحائط **wall**:

وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال رسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- النكرة **pokes**:

منها يتاح للمستخدمين إرسال نكرة افتراضية للأصدقاء لإثارة الانتباه، وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بان أحد أصدقائه يرحب به.

- الصور **photos**:

وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

- الحالة **statuts**:

والتي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- الهدايا **gifts**:

ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي الذي يقوم باستقبال الهدايا.¹

¹وائل مبارك خضر الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، نوفمبر 2010، ص16.

2- إيجابيات موقع الفاييسبوك:

1. إمكانية التواصل بين الأصدقاء والأعضاء المشتركين في هذا الموقع.
2. الاطلاع على الأخبار ومستجدات العالم ككل.
3. المساعدة في نشر المعلومات وتحقيق الأهداف.
4. ممارسة الأعمال التجارية والترويج للمنتجات والسلع.
5. سبب للتسلية والترويح عن النفس ولكن بضوابط الشرعية وعدم تضييع الوقت.
6. منصة متاحة للتعبير عن الرأي في كافة الأخبار والأحداث الموجودة في العالم.

3- سلبيات موقع الفيسبوك:

1. نشر الأخبار الكاذبة والمضللة.
 2. تضييع الوقت.
 3. الانعزال عن الحياة الواقعية.
 4. تدني التحصيل الدراسي.
 5. بسبب النقاشات الغير مجدية قد يؤدي إلى تزييف الوعي لدى الأفراد.
 6. قد يستغله بعض المستخدمين ضعاف النفوس في الجرائم الإلكترونية مثل الابتزاز ونشر الصور الفاضحة والفيديوهات الغير أخلاقية.
 7. يمكن أن تستخدمه بعض الجهات في توجيه الأفكار السيئة ونشر الفتن.
 8. نشر إساءات للدين الإسلام والعقيدة.
 9. قلة التواصل الحقيقي بين الأصدقاء أو بين الأسرة، وضعف الروابط والعلاقات فيما بينهم.¹
4. خدمات مواقع التواصل الاجتماعي:

من الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي ما يلي:

1. ملفات الشخصية أو صفحات الويب: وهي تلك الملفات التي يقدم فيها الفرد بياناته الشخصية مثل الاسم، السن، تاريخ الميلاد، البلد، الصور الشخصية، الاهتمامات ويعد هذا الأخير هو بوابة الوصول إلى عالم الشخص.
2. الأصدقاء والعلاقات: وهي عملية تمكن الفرد من الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع، أو الذين يحملون الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي وتمتد العلاقة ليس بأصدقائه فقط.

¹علي خليل شفرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، ص71.

3. إرسال الرسائل: تقوم هذه الخدمة على إرسال الرسائل سواء إلى الأصدقاء الذين في قائمة الشخص، أو غير الموجودين في القائمة.¹

4. البومات الصور: تسمح هذه الخدمة للمستخدمين إنشاء عدد هائل ولا نهائي من الألبومات ورفع آلاف الصور، وإتاحة المشاركة لهذه الصور للاطلاع عليها.

5. المجموعات: تتيح مواقع التواصل الاجتماعي فرصة إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة ويوفر موقع الشبكة لمالك المجموعة والمنضمين إليها مساحة أشبه بمنتدى حوار مصغر واليوم صور مصغر أيضا.

6. الصفحات: تقوم الفكرة على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو حدث ما ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات أو الأخبار عن طريق تقسيمات محددة.²

5. إيجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

1/ إيجابيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- ✓ سهولة التواصل والتعارف بين الأفراد من مجتمعات مختلفة رغم بعد المسافة.
- ✓ التعبير عن الذات، حيث أن وسائط التواصل الاجتماعي تعكس رأي صاحبها وتعبّر عن رغباته واهتماماته وأفكاره وطموحاته.
- ✓ سرعة تداول المعلومات والأحداث في نفس الوقت عبر جميع أنحاء العالم.
- ✓ فتح مجال الحرية أكثر في بث أو إرسال أي محتوى مكتوب أو مسموع دون قيود قانونية.
- ✓ توفير التسلية والترفيه، نظرا لتنوع الثراء ما تبته وسائل التواصل الاجتماعي من أفلام وفيديوهات.³

2/ سلبيات مواقع التواصل الاجتماعي:

- ✓ الإدمان الإلكتروني مع عدم الإحساس بمرور الوقت.
- ✓ ظهور الجرائم الإلكترونية وعولمتها نتيجة تنوع وتطور وسائل الإعلام الإلكترونية وتعددتها وانتشارها الواسع.
- ✓ ظهور بعض الأعراض النفسية على المدمنين الذين يستغرقون ساعات طويلة في المواقع مثل الاكتئاب والملل.
- ✓ خرق خصوصية الأفراد واقتحام حياتهم، خاصة المشاهير.
- ✓ انتهاك حقوق التأليف المحفوظة، حيث تسهل عمليات السرقة الأدبية للملفات العلمية والأدبية.⁴

¹ أسامة غازي المدني، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، جامعة أم القرى نموذجاً قسم الإعلام، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، تاريخ الاستلام 2014/12/14 تاريخ القبول 2015/06/08، ص 400/399.

² ماهر عودة الشمايلة وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 211.

³ إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 68.

⁴ علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعتز للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص 90.

خلاصة الفصل

تعد مواقع التواصل الاجتماعي من أهم الموضوعات التي عرفت انتشارا واسع على ساحة الموضوعات التكنولوجية الحديثة، وذلك لما تتيحه من إمكانيات وتطبيقات جديدة التي كسرت كل الحواجز الجغرافيا وجعلت من العالم قرية صغيرة حيث أنها الأكثر ارتيادا في عالم الأنترنت حيث ترتادها كل الفئات، وهذا إلى جانب وجود معارضين والذين يذكرون السلبيات التي تحملها هذه الوسائل برغم من أنها تبقى سلاح ذو حدين ويتوقف تأثيرها على طبيعة الاعتماد عليها سلبا أم إيجابا.

الفصل الثالث:

مدخل عام حول الأخبار الكاذبة

تمهيد:

لقد عرف عصرنا الحالي عصر التكنولوجيا والرقمنة والمعلومات تقدما وتطورا واسعا سهل نقل الأخبار والمستجدات الحصرية عبر مختلف الشبكات، بما في ذلك تداول الأخبار الكاذبة التي لقيت تفاعلا كبيرا من أفراد المجتمعات، من هذا سنتطرق للتعرف أولا على نشأة الأخبار الكاذبة، وأنواعها وخصائصها ودورها في تزييف الوعي وعلاقتها مع مواقع التواصل الاجتماعي.

1- نشأة الأخبار الكاذبة:

مصطلح الأخبار الكاذبة هو مفهوم متعدد المعاني ومثير للجدل سياسياً، ويعود الأصل في انتشار هذا المصطلح إلى الصحفي الكندي كريج سيلفرمان التي استخدمه لأول مرة في تغريده 14 أكتوبر 2014. حيث استنكر الأخبار الكاذبة لموقع أخبار وهمية nationalreport.Net، الذي أعلن عن الحجر الصحي لمدينة تكساس بعد إن زعمت عائلة إصابتها بفيروس ايبولا، هذا الفيروس شديد العدوى الذي أدى بحياة الآلاف خلال تفشي المرض في غرب إفريقيا من 2014 إلى 2015.

ولكن عمل سيلفرمان على الأخبار الكاذبة لم يعرف بعد ذلك. لكن تغير هذا الموقف في خريف عام 2016 بعد نشره مجموعة من المقالات المؤثرة حول مدى هذه الظاهرة على الأنترنت كجزء من الانتخابات الرئاسية الأمريكية.

كما لا يمكن نسب عبارة الأخبار الكاذبة إلى الرئيس دونالد ترامب ، لكننا نستطيع القول بأنه اكسبها شهرة وزادها انتشارا. فمن بين 2608 تغريدات أنتجها خلال عامه الأول في البيت الأبيض، كان تعبير " الأخبار الكاذبة " هو الأكثر تكرارا، إذ وردت هذه العبارة في 196 تغريده في إطار تهجمه على وسائل الإعلام، وزده على أخبارها التي لا يتفق معها أو يصنفها باعتبارها معادية له. وحتى قبل دخوله البيت الأبيض وعلى مدى فترة حملته الانتخابية، تكررت هذه العبارة كثيرا في خطباته ولقاءاته الجماهيرية، وأصبحت من بين التعبيرات واسعة التداول.

و في نهاية 2017، أصبحت الأخبار الكاذبة كلمة العام وفقا لاختيارات قاموس كولينز للكلمات الأكثر تأثيرا وحضورا.

كما تجدر الإشارة إلى أن دراسة إعلامية نشرت في المملكة المتحدة عن جامعة بورنماوث عرفت مصطلح الأخبار الزائفة على أنها " نوع من العلاقات العامة يظهر تحيزا مبالغا في بعض الحقائق يحجب البعض الآخر " . كما لخصت دراسة جامعة بورنماوث تعريف الأخبار الكاذبة بأنها " الانتشار المعتمد للتضليل، سواء كان ذلك عبر وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

ويعمد الكثيرون إلى نشر الأخبار الكاذبة لغايات عديدة، وتنحصر غالبيتها في الرغبة في التأثير في ظل قدرة الإعلام الاجتماعي على الوصول لملايين المستخدمين في أماكن عدة، في البلدان الديكتاتورية تنشأ مقاطع فيديو

وصور مزيفة تحمل على موقع اليوتيوب ومواقع أخرى بأمل أن تجدهم المؤسسات الإخبارية والجمهور وتنشرهم عبر مواقع حقيقية"، الديمقراطية بدورها لا تخلو من ذلك، لا سيما في ظل السيل الكبير للمعلومات المتدفقة والأموال الكبيرة التي تصرف لهذا الجانب، خاصة خلال الحملات الانتخابية بهدف التأثير السياسي.

كما يمكن اعتبار الأخبار الكاذبة أنها أي معلومات المقصود منها أن يكون غالبا كاذبة أو مضللة. والدوافع من إنشاء هذه الأخبار الوهمية تكون مالية في الغالب مثل - عن طريق الحصول على الناس للنقر على المواقع بحيث تتعرض للإعلان- أو لإقناع الآخرين باتخاذ قرار شراء منتج، أو الدعم أو تعارض قضية أو مرشح سياسي.¹

2- أنواع الأخبار الكاذبة:

- أخبار الساخرة: تسلط الضوء على حدث أو قضية بطريقة ساخرة وبمجرد انتشارها تصبح ذات قدرة كبيرة على خداع الجمهور أو المتلقي الذي يتعرض لها.
- أخبار مضللة: تحمل معلومات حقيقية موظفة في سياق خاطئ وغالبا ما تحمل حقائق واقتباسات تم انتقائها بعناية ودقة من الصعب كشفها بسهولة.
- أخبار ذات صلة خاطئة: تحمل عناوين ليس لها أي ارتباط بالمضمون تسعى لتحقيق أهداف تجارية كالحصول على مشاهدات أو تفاعل الجمهور.
- أخبار ملفقة: تدفع المستخدمين والمتلقين إلى تأييد موقف خاطئ أو تغيير صورة معينة في أذهانهم، تحمل مضامين كاذبة لا أساس لها من الصحة.
- أخبار يتم فيها انتحال هوية شخصيات سياسية أو فنية مشهورة: وذلك عن طريق تصميم صفحات أو إنشاء حسابات وهمية ينشر فيها أخبار ومضامين كاذبة أو إنتاج مقاطع فيديو مذبذبة ومعدلة.
- أخبار متحيزة: تدفع المتلقي للانحياز وراء تلك الأخبار حتى إن كانت خاطئة أو كاذبة، هنا نستغل بعض وسائل الإعلام الوضع لنشر معلومات مذبذبة يجعلها تحظى بشعبية لأنها تتفق ومعتقداتهم.²

3- خصائص الأخبار الكاذبة:

تتصف الأخبار الكاذبة بعدة خصائص تميزها عن باقي الأخبار يمكن حصرها في الآتي:

¹ نبيل حمر، الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وأثارها على اتجاهات الرأي العام دراسة في المفهوم، العلاقة والأهداف، جامعة بسكرة-الجزائر، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مجلد 07، عدد 02، سنة 2020، ص 581-582.

² حكيمة جاب الله، أستمهان مربي، الأخبار الكاذبة حول فيروس كورونا "كوفيد 19" في الجزائر: بين مسؤولية قانون الإعلام وقانون العقوبات، كلية علوم الإعلام والاتصال قسم الاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، مجلد 32، عدد4، ديسمبر 2021، ص 344.

- تتضمن الأخبار الكاذبة معلومات غير صحيحة قد تستخدم كستار لإخفاء حقيقة معينة وتكوين صورة وهمية بعيدة عن الواقع، بهدف تحقيق مصالح الجهات المصدرة لها.
- سهولة التداول وسرعة الانتشار بين الأفراد، خاصة في ظل الظروف الاستثنائية التي تفرض حالة من الترقب والتطلع للحصول على المعلومات المتعلقة بالأزمة التي يعيشونها، فيزداد حجم تناقل المعلومات والأخبار، دون العمل على التأكد من صدقها، خاصة مع توفر وتعميم استخدام التكنولوجيا المساعدة على ذلك، من ألواح الكترونية وهواتف نقالة مربوطة بشبكة الأنترنت، والتي تشكل الوسائل الأساسية للتواصل بين الأفراد عبر مختلف الوسائط والفضاءات الإلكترونية بسهولة وبتكلفة مادية منخفضة.
- اعتماد صانعي الشائعات والأخبار الكاذبة على عناصر الإثارة والتشويق لجذب انتباه الأفراد وإرضاء فضولهم في الحصول على المعلومات المطلوبة، من خلال استخدام عناوين مثيرة وجاذبة للجمهور، وأحياناً اعتماد تقنية فبركة الصور والفيديوهات والتسجيلات الصوتية التي تخدم الهدف من بث هاته الشائعات بالإضافة لاعتماد أسلوب التلميح والغموض الذي يفتح باب التأويل والتشكيك وإثارة الفضول لدى المتلقين لها، والذي يساعد بشكل كبير في تناقلها بين الأفراد، وفي أحيان كثيرة يتم استخدام عبارات تحذع المتلقين بإضفاء مصداقية صورية على الشائعات التي يتم نشرها تجعلهم يصدقونها، كالإشارة في بداية الخبر بأنه رسمي أو صادر عن جهات مختصة، أو من مصادر مطلعة ومؤكدة، أو أنها أخبار حصرية... الخ.
- عادة ما تكون مصادر الشائعات جهات مجهولة أو حسابات وهمية غير معروفة على شبكة الأنترنت، مما يصعب عملية التصدي لها ومتابعة المسؤولين عن نشرها قضائياً.
- المعلومات الواردة في الأخبار الكاذبة تتغير باستمرار أثناء تداولها بين الأفراد، حيث تتضخم وتتحور نتيجة إضافة أو تعديل يمس محتواها الأصلي، فكل متلقي يدلي بدلوه فيضيف أو يحذف أو يحرف ما يريد، خاصة إذا اتصفت هاته الأخبار بالغموض.
- حتى تنتقل الشائعة ويتم تداولها بين الناس يشترط توافرها على شرطين، أولهما تعلقها بموضوع ذي أهمية بالغة بالنسبة للأفراد، أما الشرط الثاني أن تتسم بجانب من الغموض الذي ينشأ إما من انعدام المعلومات أو قلتها

أو تضاربها أو عدم الثقة في مصادرها، الأمر الذي يدفع بالأفراد للبحث عن أي مصدر كان بهدف الحصول على المعلومات التي يريدونها.¹

4- الأخبار الكاذبة وتزييف الوعي:

أخذت ظاهرة الأخبار الكاذبة في ظل الانتشار الواسع للإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي أبعاد عالمية، فالكثير من الدول تشكي من هذه الظاهرة وتحاول تجنبها لما تثيره من فوضى وبلبلة وإشاعات.²

ففي التقرير الصادر عن المفوضية الأوروبية سنة 2018 بعنوان مكافحة التضليل على النت: مقارنة أوروبية سيتطرق للتعرض الواسع للمواطنين الأوروبيين للأخبار الكاذبة، واعتبر مكافحة هذه الأخيرة من أهم التحديات التي تواجهها الدول، ففي هذا الشأن يشير التقرير إلى طلب المجلس الأوروبي من الممثلة العليا لوضع مخطط عمل ضد حملات التضليل الروسية.

ذات التقرير يهدف إلى تحليل الوضعية والإطار القانوني المتعلق بالأخبار الكاذبة، والتحضير لإمكانية التدخل القانوني لمواجهة هذه الأخبار، كما طلب المجلس الأوروبي من الشبكات الاجتماعية والمنصات الرقمية ضمان الشفافية في 2018.

في الولايات المتحدة الأمريكية بيدوان الأمر أكثر تعقيدا، فبناء على ما نقلته صحيفة " واشنطن بوست " فإن الأخبار الكاذبة جزء من يوميات المواطنين، بحيث أحصت 10 آلاف كذبة لرئيس الولايات المتحدة الأمريكية على مدار 827 يوما ومعدل 23 كذبة في اليوم.³

وخلال الانتخابات الأمريكية 2016 هناك 115 كذبة مساندة ل " ترامب " تم مشاطرتها 30 مليون مرة فما ينشره عبر حسابه على " التويتر " من آلاف التغريدات تفوق ما تنشره المهن الأمريكية الكبرى.⁴

في مصر وجه الرئيس المصري كلمته بحفل تخرج طلبة الكلية العسكرية، حيث قال أن نظامه تعرض إلى 61 ساعة خلال ثلاثة أشهر، معتبرا أنها تهدف إلى إثارة البلبلة وعدم استقرار في إحباط المصريين.⁵

¹ صخري طه، الآليات القانونية لمكافحة الأخبار الكاذبة في ظل أزمة كورونا، جامعة باتنة 1 المجلد 09، العدد 01، السنة 2022. ص 288-289.

² Aldrin، 2011، p78.

³ الإنتاجية، 2019، ص 12

⁴ahib، 2018، p08

⁵ هردو، 2018، ص 09

فظاهرة الأخبار الكاذبة أخذت منحاً عالمياً، فهي ظاهرة اعقد مما تظهر متجاوزة الإعجاب والمتابعة فهي قوة تقنية تعمل على نشر الدعاية بشكل فائق وبطريقة مهيمنة وواسعة التأثير، فهي تنشر أحد أهم ما يمكن أن يهدد الديمقراطية والنقاش الحر.¹ وتتجاوز الأخبار الكاذبة تهديد الديمقراطية والنقاش الحر إلى المساس بالأمن القومي للدول، فقد اتهمت روسيا سيما من خلال قناتي sputnik و Russia today شن حرب إعلامية لاستغلال النزاعات الاجتماعية في مختلف البلدان أثناء الممارسة الانتخابية.²

ولقد تعدى الكذب الممارسة العفوية إلى الاعتماد على عمليات واسعة، ومنظمة وممنهجة تعتمد على جملة من التقنيات والأساليب، وهذه الأخبار تعمل على هندسة الرأي العام وأحداث التأثيرات المطلوبة.³

صرح الرئيس المصري أيضاً في حفل تخرج الدفعة الجديدة من الكلية الحربية في جوان 2018 أن الدول المصرية تعرضت في ظرف الأشهر الثلاثة السابقة للحفل إلى 61 ألف إشاعة بغرض إثارة البلبلة وعدم الاستقرار وإحباط المصريين.⁴

إن ظاهرة الأخبار الكاذبة أخذت منحى عالمي، فهي ظاهرة معقدة مما تظهر عليه، متجاوزة الإعجاب والمتابعة فهي قوة تقنية تعمل على نشر الدعاية بشكل واسع وبطريقة مهيمنة وسريعة التأثير، فهي تمثل حقيقة أهم ما يمكن أن يهدد الديمقراطية والنقاش الحر، وتتجاوز كل هذا للمساس بالأمن القومي للدول.

5- تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في نشرها للأخبار الكاذبة:

لقد تسببت مواقع التواصل الاجتماعي في نشرها للأخبار الكاذبة وهذا راجع إلى:

إن هذه الشبكات أتاحت للجميع دون استثناء حرية إنشاء صفحات ومواقع وكل من شأنه أن يسمح للمستخدم بممارسة مختلف عمليات النشر والمشاركة والإعجاب وغيرها، وقد يحدث في هذه السيورة أن تنشر أخبار كاذبة بين المستخدمين الذين تجمعهم صفحات ومواقع معينة، وذلك دون التحقق من مصداقيتها فيقومون بمشاركتها أو التعليق عليها، ويتم بذلك انتشارها على نطاق واسع ويصبح من الصعب جدا الحد منها.⁵

¹crowwami, 2018

²sauvageau, 2018 , p07

³بوزيان، 2021، ص35.

⁴هرودو، 2018، ص09.

⁵Kaishu,2017, p8

ومثال على ذلك ما حدث في ظل جائحة كورونا وانتشار الأخبار الكاذبة في مختلف شبكات التواصل الاجتماعي على نطاق واسع.

أيضا قد تقوم بعض البرمجيات بالتلاعب بالآليات الداخلية الموجودة في شبكات التواصل الاجتماعي، وذلك من اجل تقديم محتوى ومعلومات معينة للفت الانتباه ويكون ذلك من طرف شركات أو جهات معينة تسعى إلى تحقيق أهدافها وأرباحها المادية من خلال المرور الإلكتروني للمستخدمين، بالإضافة إلى ذلك هناك جهات فاعلة أخرى تكون مدفوعة بدوافع ليست مادية وإنما من اجل الترويج لموضوعات شخصية سعيًا للشهرة أو يكون هدفها إرباك وإغضاب الناس.¹

انضمام المستخدمين مواقع التواصل الاجتماعي لنوعية معينة من المجموعات ومشاركتهم لتغريدات والمنشورات التي تتماشى مع آرائهم واتجاهاتهم وأفكارهم يحرمهم في معظم الأحيان من الاطلاع على المعلومات التي يحملها الآخرون المختلفون عنهم، وهو ما يجعل الفرد عرضة للأخبار الكاذبة التي قد يتأكد من كذبها لو كانت فرصة للاطلاع على ما يقوله الآخرون.²

ويرجع انتشارها على نطاق واسع بين المستخدمين خاصة في ظل توفر عائدات مالية مرتبطة بمعدلات المشاهدة المرتبطة هي أخرى بعدد الثغرات على تلك المحتويات، كما أثبتت نتائج دراسة أجرتها جامعة كولومبيا عام 2015، والتي أكدت على أن عددا كبيرا من وسائل الإعلام الجديدة ساهمت في تضليل الجمهور من اجل حصد أكبر عدد من المشاهدات والزيارات لموقعها.³

¹المعهد الديمقراطي، 2018، ص 04.

²Kaman, neil s, 2018, p5

³يسعد، 2020، ص 03.

خلاصة الفصل:

إن الأخبار الكاذبة أصبحت ظاهرة مألوفة في الآونة الأخيرة، حيث أنها أخذت في الانتشار والتزايد خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت بشكل كبير في انتشارها مما أدت إلى تزييف الوعي لدى مستخدمي الفيسبوك وذلك راجع على الأفراد بشكل سلبي وهذا ما درسناه في هذا الفصل.

الجانب التطبيقي

تمهيد:

الجانب التطبيقي هو المرحلة الأخيرة في البحث والذي من خلاله يتم إثراء البحث العلمي بالمعلومات وذلك من خلال تحليل صفحة فتيبنوا لمكافحة الأخبار الكاذبة عبر الفايسبوك وإتباع خطوات البحث العلمي حتى تساعدنا في الوصول إلى النتائج التي من خلالها يمكن الإجابة على إشكالية وتساؤلات الدراسة.

1. نبذة عن منصة فتيبنوا لمكافحة الأخبار الكاذبة:

هي صفحة عربية موثقة عبر منصة فيسبوك تأسست سنة 2018 ولها 874 ألف متابع و817 ألف معجب مختصة في تكذيب ومكافحة مختلف الأخبار الكاذبة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

2. المعالجة الكمية والكيفية لبيانات الدراسة (تحليل محتوى منصة فتيبنوا لمكافحة الأخبار الكاذبة):

قمنا في دراستنا بتحليل منصة فتيبنوا لمكافحة الأخبار الكاذبة من أجل معرفة مدى قدرة هذه الصفحة على مكافحة مختلف الأخبار الكاذبة المنتشرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة.

فقد قمنا بتصفح هذه المنصة في فترة 3 أشهر امتدت من (01 ديسمبر 2022 إلى غاية 28 فيفري 2023) قاموا فيها بنشر 14 منشور لتكذيب مختلف الأخبار الكاذبة المنتشرة في تلك الفترة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وانطلاقاً من هذا سنقوم بتحليل منصة فتيبنوا لمكافحة الأخبار الكاذبة عبر الفاييسبوك تحليلاً من حيث فئات الشكل وفئات المضمون التي قسمناها على النحو التالي:

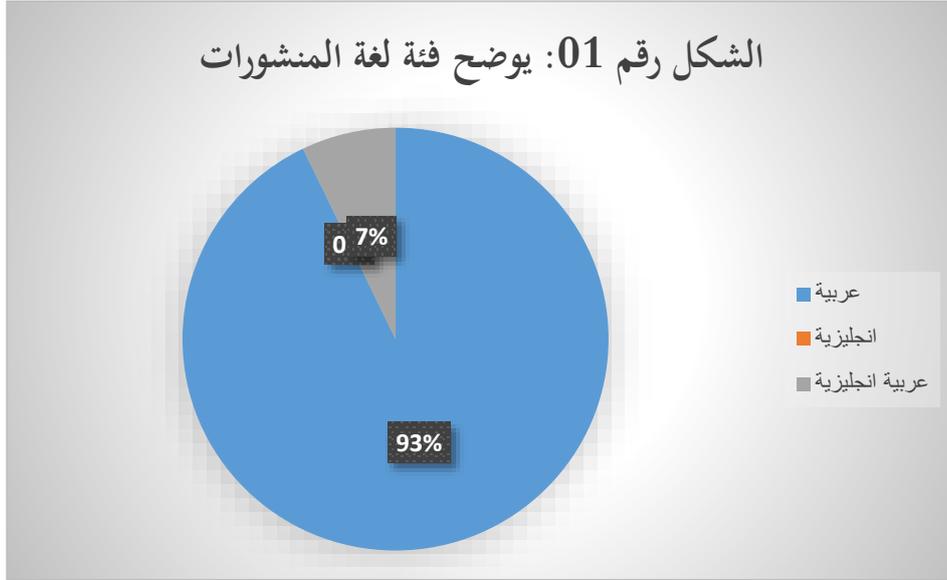
1-2: التحليل حسب فئات الشكل:

أولاً: فئة لغة المنشورات:

الجدول رقم (01):

النسبة	التكرار	اللغة
%92.85	13	عربية
%00	00	إنجليزية
%7.14	01	عربية إنجليزية
%100	14	المجموع

الشكل رقم 01: يوضح فئة لغة المنشورات

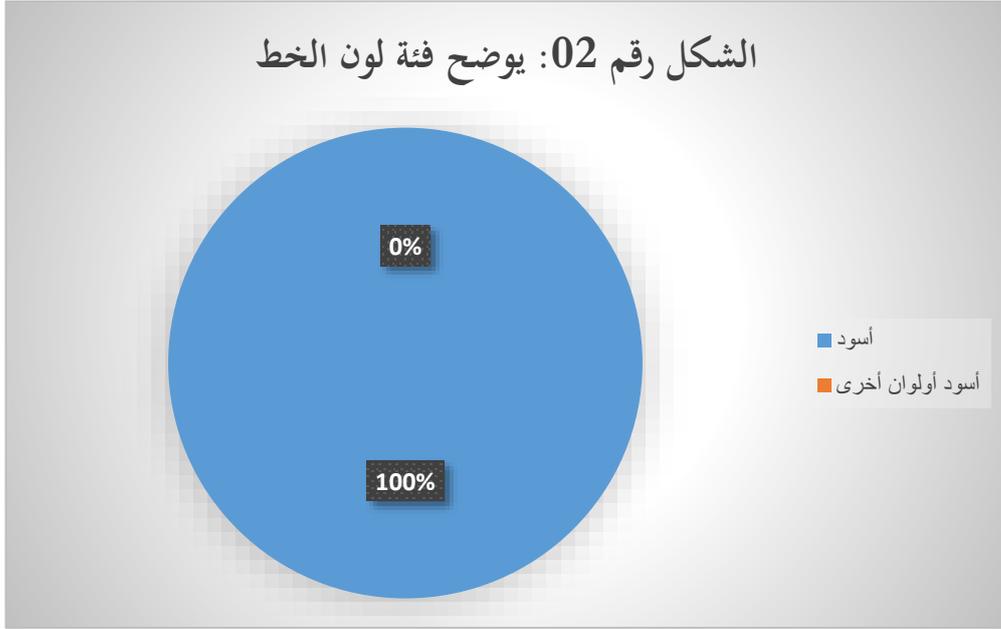


نستنتج من خلال نتائج الجدول أن اللغة الأكثر استخداماً في منشورات الصفحة هي اللغة العربية بنسبة 92,85% وتكرر 13 منشور ثم يليها المزيج بين اللغة العربية واللغة الإنجليزية بنسبة لا تتجاوز 7.14% وتكرر منشور 1 مع الانعدام التام لاستخدام اللغة الإنجليزية في منشور خاص بها بنسبة 00% وهذا ما يبين لنا أن صفحة فتيبنوا لمكافحة الأخبار الكاذبة تستخدم لغة أساسية لنشر محتوياتها وهي اللغة العربية الموجهة لجمهور معين وهو الجمهور العربي.

ثانياً: فئة لون الخط

الجدول رقم (02):

النسبة	التكرار	اللون
100%	14	أسود
00%	00	أسود ألوان أخرى
100%	14	المجموع

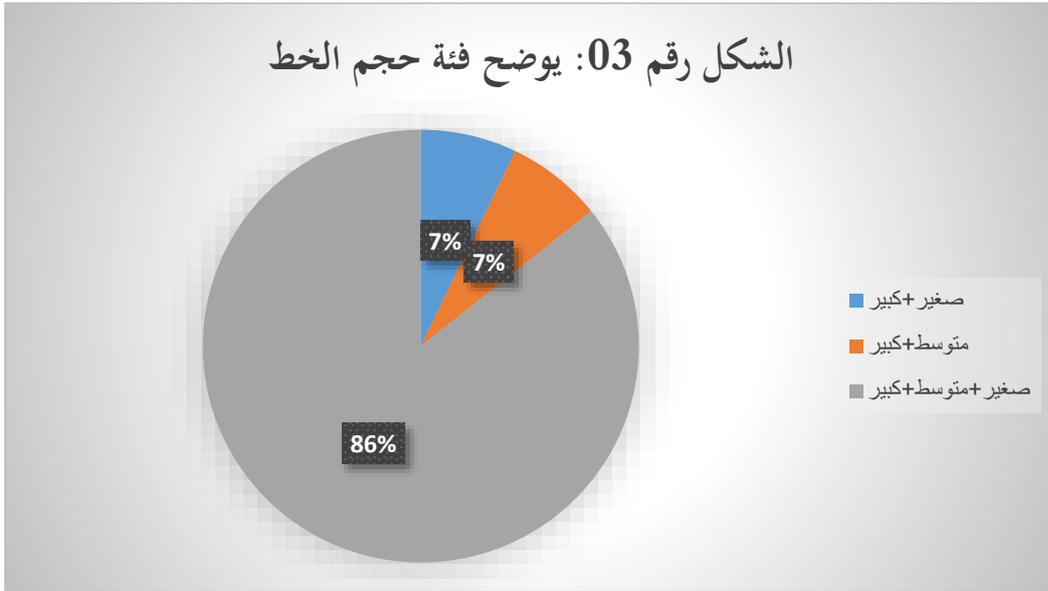


نلاحظ من نتائج الجدول أن اللون الأساسي الذي أستخدم في كتابة المنشورات هو اللون الأسود بنسبة 100% مع تكرار 14 منشور لأنه اللون الافتراضي الذي أستخدمه صفحة فيسبوك لتسهيل عملية القراءة على المتصفحين مع انعدام استخدام أي ألوان أخرى بالإضافة للأسود بنسبة قدرت ب 00% .

ثالثاً: فئة حجم الخط

الجدول رقم (03):

النسبة	التكرار	الحجم
%7.14	01	(صغير + كبير)
%7.14	01	(متوسط + كبير)
%85.71	12	(صغير + متوسط + كبير)
%100	14	المجموع

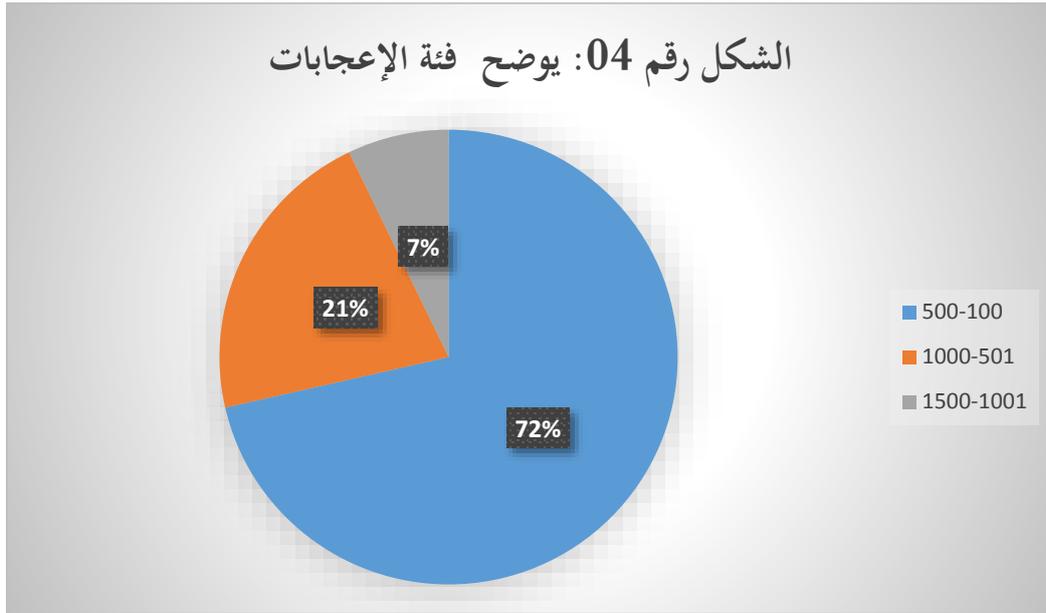


من خلال نتائج الجدول التالي نلاحظ أن حجم الخط الأكثر استخداماً في منشورات الصفحة هو المزيج بين (الصغير + المتوسط + الكبير) بنسبة 85.71% وتكرار 12 منشور وذلك للفة انتباه المتصفح والتركيز على أهم الجمل في المنشور، ثم يليه المزيج بين (الصغير والكبير) والمزيج بين (المتوسط والكبير) بنسب متساوية قدرت بـ 7.14% وتكرار منشور 1 لكل فئة.

رابعاً: فئة الإعجابات

الجدول رقم (04):

النسبة	التكرار	الفئات
71.42%	10	(500 – 100)
21.42%	03	(1000 – 501)
7.14%	01	(1500 – 1001)
100%	14	المجموع



نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن الفئة الأكثر إعجاب هي (100 – 500) بنسبة 71.42% وتكرار 10 منشورات وهذا يعبر على أن هذه الفئة هي فئة المعجبين الأوفياء للصفحة الذين يتفاعلون في أغلب المنشورات ثم تليها فئة (501 – 1000) بنسبة 21.42% وتكرار 03 منشورات وأخيرا فئة (1001 – 1500) بنسبة 7.14% وتكرار منشور 1.

خامسا: فئة التعليقات

الجدول رقم (05):

النسبة	التكرار	الفئات
64.28%	09	(01 – 50)
28.57%	04	(51 – 100)
7.14%	01	(101 – 150)
100%	14	المجموع

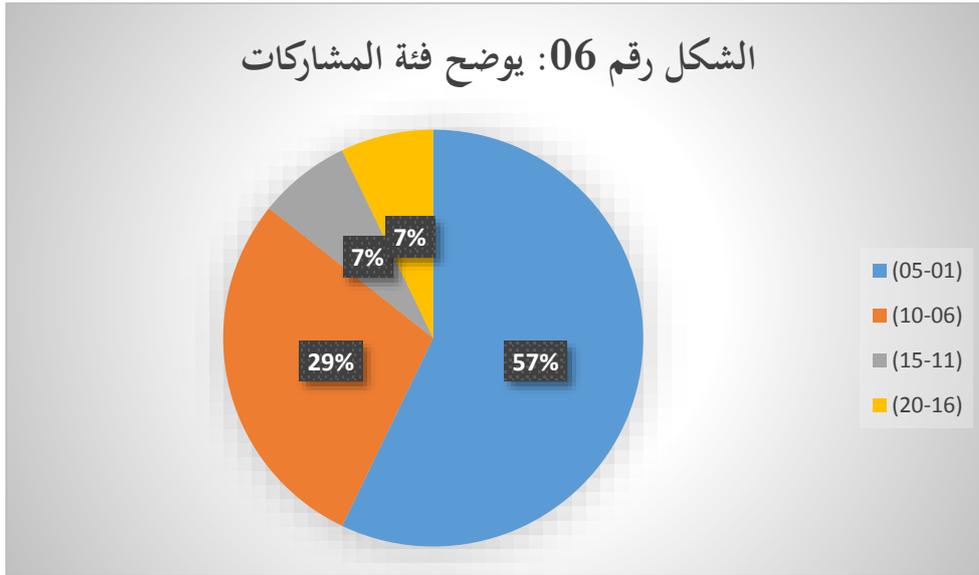


نستنتج من خلال نتائج الجدول التالي أن الفئة الأكثر تعليقات هي (01 - 50) بنسبة 64,28% وتكرار 09 منشورات وهي كمية تعليقات قليلة مقارنة بالفئات الأخرى لكنها تحدد فئة من الجمهور وهو الجمهور الوفي ثم تليها فئة (51 - 100) بنسبة 28,57% وتكرار 04 منشورات وأخيرا فئة (101 - 150) بنسبة 7,14% وتكرار منشور 1 وهو المنشور الخاص بطريقة التواصل مع الصفحة.

سادسا: فئة المشاركات

الجدول رقم (06):

النسبة	التكرار	الفئات
57.14%	08	(05 - 01)
28.57%	04	(10 - 06)
7.14%	01	(15 - 11)
7.14%	01	(20 - 16)
100%	14	المجموع

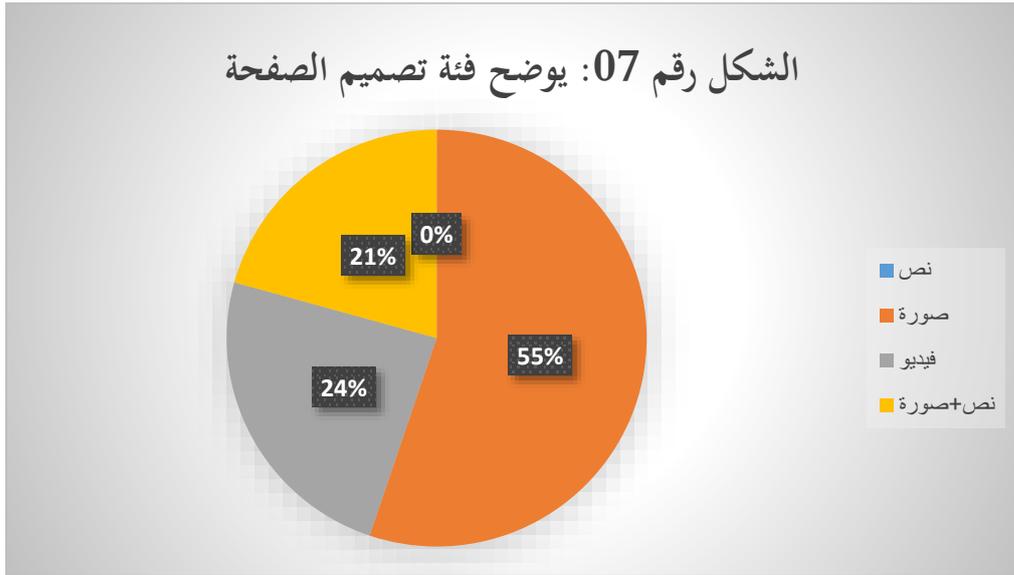


من خلال نتائج الجدول أن الفئة الأكثر تفاعلا بالمشاركة هي فئة (05 – 01) بنسبة 57.14% وتكرار 08 منشورات بالرغم من أنها الفئة الأقل عدد للمشاركات وهذا يدل على أن التفاعل بالمشاركة منخفض في الصفحة ثم تليها فئة (10 – 06) بنسبة 28.57% وتكرار 04 منشورات وأخيرا فئتي (15 – 11) و(20 – 16) بنسب متساوية قدرت ب 7.14% وتكرار منشور 1.

سابعاً: فئة تصميم الصفحة

الجدول رقم (07):

النسبة	التكرار	التصميم
00%	00	نص
7.5%	01	صورة
00%	00	فيديو
92.85%	13	(نص + صورة)
00%	00	(نص + فيديو)
100%	14	المجموع



نستنتج من نتائج الجدول أعلاه أن تصميم الصفحة كان على شكل (نص + صورة) بنسبة 92.85% وتكرر 13 منشور وتليها الصورة بنسبة 7.15% وتكرر منشور واحد مع غياب النصوص والفيديوهات وهذا ما يدل على أن الصفحة الرسمية فتبينوا تعتمد بشكل أساسي وكبير على (نص + صورة) لقدرة الصورة على جذب انتباه المتصفحين ومساهمة النص في إيصال المعلومات بشكل دقيق للمتابعين .

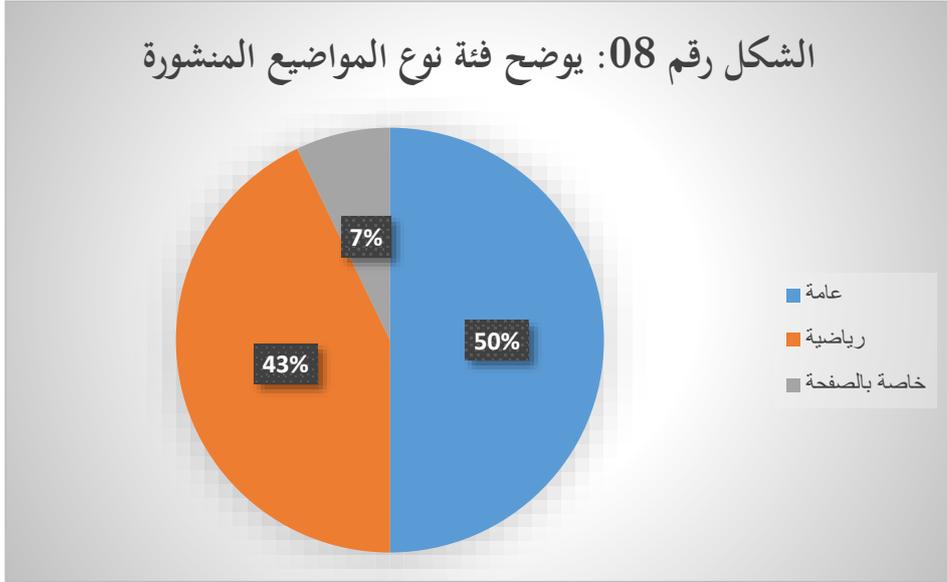
2- 2 : التحليل حسب المضمون :

ثامنا: فئة نوع المواضيع المنشورة

الجدول رقم (08):

النسبة	التكرار	المواضيع
50%	07	عامة
42,85%	06	رياضية
7,15%	01	خاصة بالصفحة
100%	14	المجموع

الشكل رقم 08: يوضح فئة نوع المواضيع المنشورة

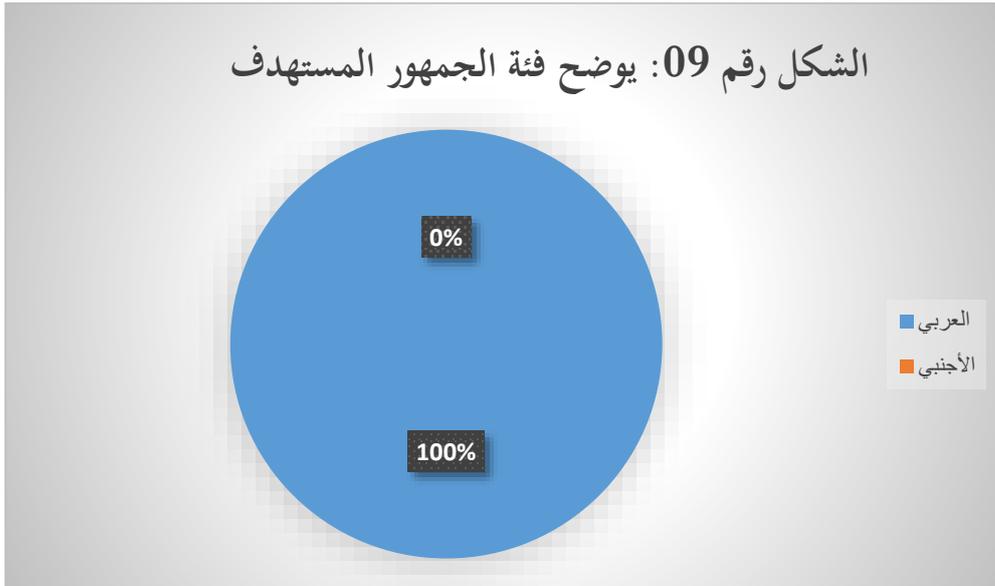


يوضح الجدول التالي نوع مواضيع المنشورات المعروضة على صفحة فتبينوا عبر الفاييسبوك ونلاحظ من خلاله أن أغلب المنشورات هي عامة بنسبة 50% وتكرر 07 منشورات ثم تليها المنشورات الرياضية بنسبة 42.85% وتكرر 06 منشورات وأخيرا المنشورات الخاصة بالصفحة بنسبة 7.15% وتكرر منشور واحد. وهذا ما يوضح أن الصفحة تعتمد أولا على تكذيب الأخبار العامة ثم الأخبار الرياضية بنسب كبيرة وذلك للإحاطة بمختلف المواضيع التي تثير فضول المتصفحين وتقديم المعلومات الضرورية لهم.

تاسعا: فئة الجمهور المستهدف

الجدول رقم (09):

النسبة	التكرار	الجمهور المستهدف
100%	14	العربي
00%	00	الأجنبي
100%	14	المجموع



نستنتج من نتائج هذا الجدول أن الجمهور المستهدف من منشورات صفحة فتبينوا عبر الفيسبوك هو الجمهور العربي بنسبة 100% وتكرار 14 منشور وذلك للغياب التام لاستخدام اللغات الأجنبية وهذا ما يدل على أن القائم بالصفحة لا يركز على الجمهور الأجنبي بل يوجه منشوراته للجمهور العربي.

عاشرا: فئة نوع التعليقات

الجدول رقم (10):

النسبة	التكرار	التعليقات
%64.28	9	إيجابية
%14.28	2	سلبية
%21.42	3	حيادية
%100	14	المجموع

الشكل رقم 10: يوضح فئة نوع التعليقات



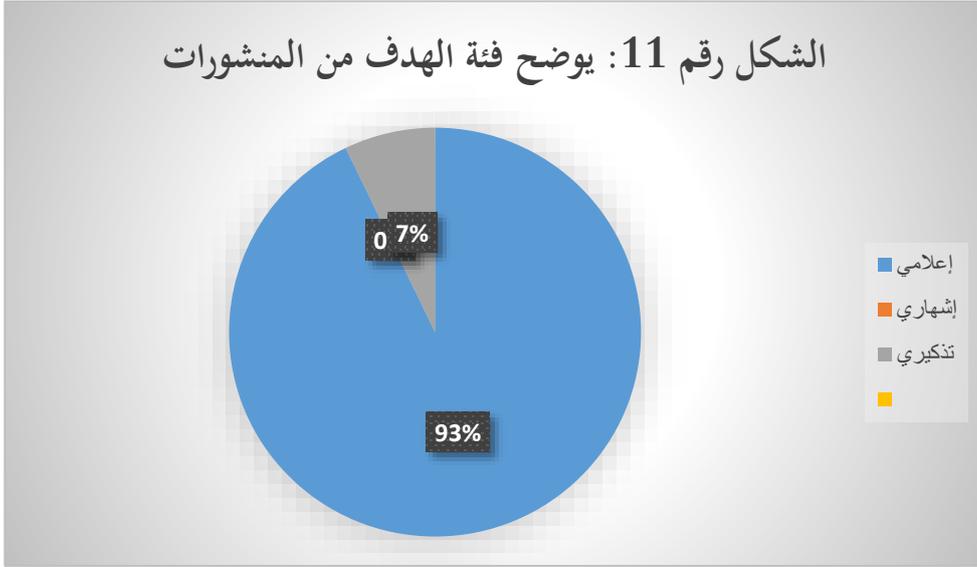
نستنتج من خلال نتائج الجدول أن أغلب المنشورات عبر صفحة فتبينوا لمكافحة الأخبار الكاذبة على الفيسبوك كان لها تفاعل إيجابي بنسبة 64.28% وتكرار 9 منشورات وهذا ما يدل على أن الصفحة ذات مصداقية ولها صورة حسنة لدى جمهورها ثم تليها التعليقات الحيادية بنسبة 21.42% وتكرار 3 منشورات وهي تعليقات لها أهداف شخصية لزيادة التفاعل في صفحة المعلق وأخيرا التعليقات السلبية التي تسعى لتهدم صورة الصفحة وإثارة الشك في متابعتها بنسبة 14.28% وتكرار 2 منشورات.

حادي عشر: فئة الهدف من المنشورات

الجدول رقم (11):

الهدف	التكرار	النسبة
إعلامي	13	92.85%
إشهاري	00	00%
تذكيري	01	7.15%
المجموع	14	100%

الشكل رقم 11: يوضح فئة الهدف من المنشورات



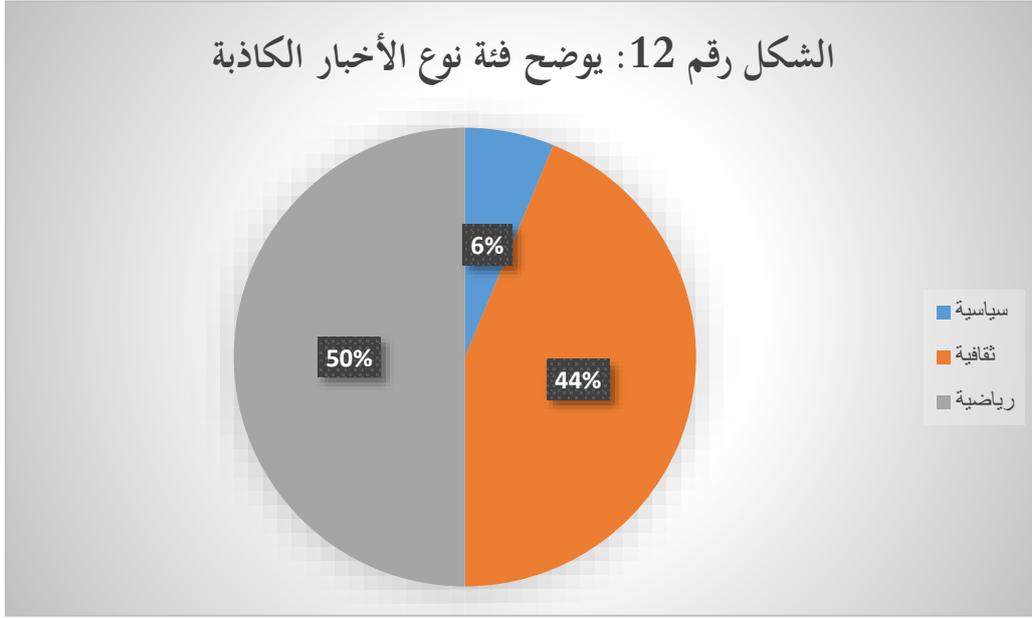
نلاحظ من نتائج الجدول الموضح أن الهدف الأساسي من منشورات صفحة فتبينوا لمكافحة الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك هو إعلامي لتكذيب الأخبار الكاذبة وإعلام الجمهور بها بنسبة 92.85% وتكرار 13 منشور ثم يليها الهدف التذكيري بنسبة 7.15% وتكرار منشور 1 لتذكر المتابعين بطرق التواصل مع الصفحة والاستفسار عن الأخبار وأخيرا انعدام الأهداف الإشهارية في الصفحة بنسبة 0%.

ثاني عشر: فئة نوع الأخبار الكاذبة

الجدول رقم (12):

النسبة	التكرار	نوع الأخبار الكاذبة
7.15%	01	سياسية
42.85%	07	ثقافية
50%	08	رياضية
100%	14	المجموع

الشكل رقم 12: يوضح فئة نوع الأخبار الكاذبة



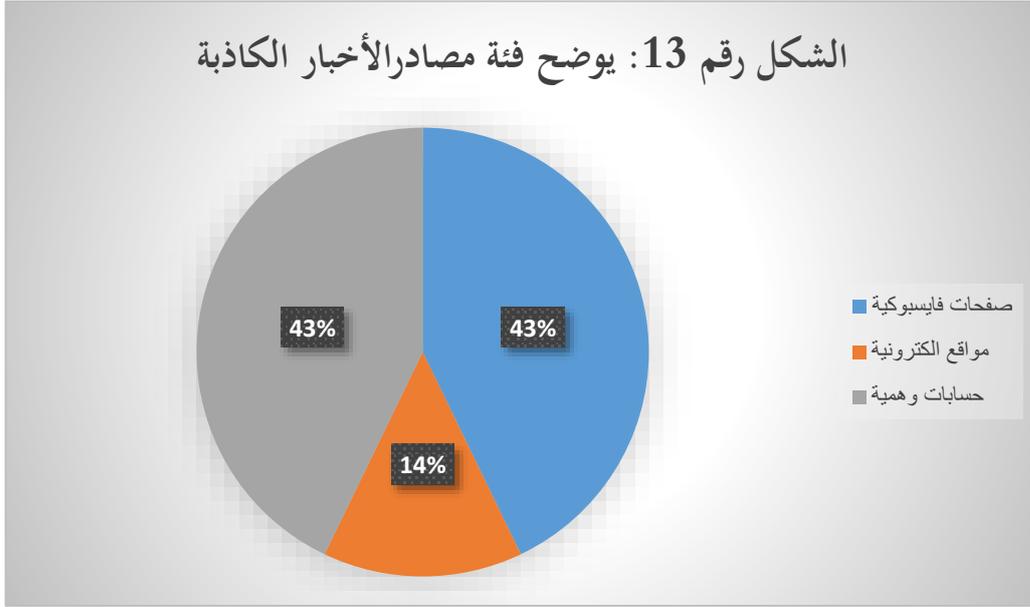
من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول التالي نجد أن أكبر نسبة للأخبار الكاذبة المنتشرة على صفحة فتيبنوا عبر الفيسبوك هي الأخبار الرياضية بنسبة 50% وتكرار 08 منشورات ثم تليها الأخبار الثقافية بنسبة 42.85% و تكرار 07 منشورات وأخيرا الأخبار السياسية بنسبة 7.15% و تكرار منشور 01 وهذا ما يوضح لنا أن أكثر الأخبار الكاذبة المفندة من طرف الصفحة هي الأخبار الرياضية وهذا راجع لميولات أصحاب الصفحة وكذلك الجمهور المستفسر عن صحة الأخبار.

ثالث عشر: فئة مصادر الأخبار الكاذبة

الجدول رقم (13):

النسبة	التكرار	مصادر الأخبار الكاذبة
42.85%	06	صفحات فايسبوكية
14.30%	02	مواقع إلكترونية
42.85%	06	حسابات وهمية
100%	14	المجموع

الشكل رقم 13: يوضح فئة مصادر الأخبار الكاذبة



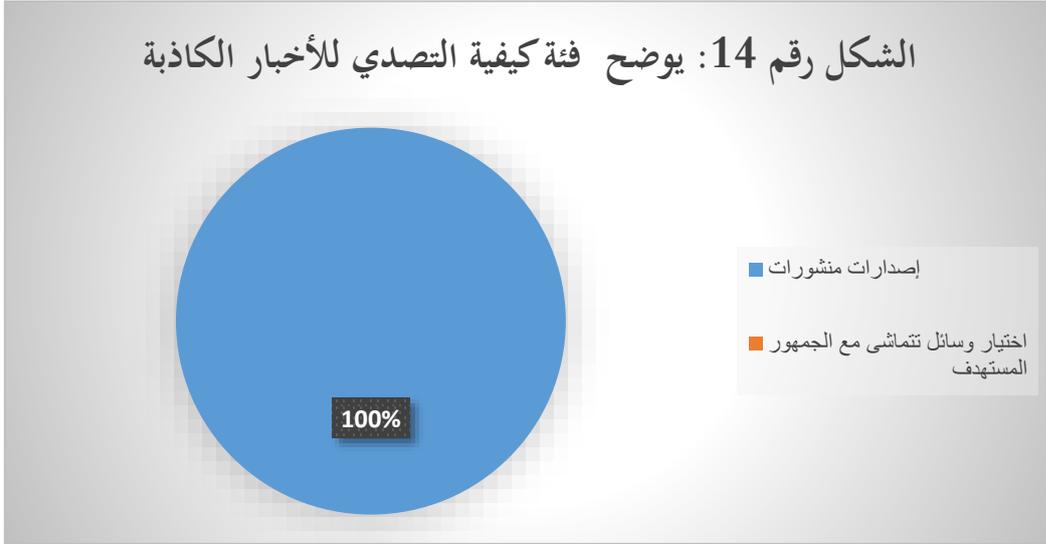
حسب نتائج الجدول الموضح أمامنا لفئة مصادر الأخبار الكاذبة نستنتج أن أغلب مصادر الأخبار الكاذبة التي تفندھا صفحة فتبينوا ترجع لصفحات فاييسبوكية وحسابات وهمية بنسبة متساوية قدرت بـ 42.85% و تكرار 06 منشورات لكل فئة ثم تليها المواقع الإلكترونية بنسبة 14.30% و تكرار منشورين وهذا راجع لانعدام الرقابة على هذه الصفحات والحسابات والمواقع.

رابع عشر: فئة كيفية التصدي للأخبار الكاذبة

الجدول رقم (14):

النسبة	التكرار	كيفية التصدي للأخبار الكاذبة
100%	14	إصدار منشورات
00%	00	اختيار وسائل تتماشى مع الجمهور المستهدف
100%	14	المجموع

الشكل رقم 14: يوضح فئة كيفية التصدي للأخبار الكاذبة



نستنتج من خلال نتائج الجدول التالي أن الطريقة الأكثر فاعلية التي تستخدمها صفحة فتيبونا للتصدي للأخبار الكاذبة عبر الفاييسبوك هي إصدار منشورات لتكذيب الأخبار الكاذبة بنسبة % 100 و تكرار 14 منشور مع انعدام تام لاختيار وسيلة تتماشى مع الجمهور المستهدف بنسبة وتكرار .00

3 . نتائج الدراسة:

3.1 نتائج تحليل المضمون:

من خلال تحليل مضمون صفحة فتيبونا لمكافحة الأخبار الكاذبة عبر الفاييسبوك توصلنا للنتائج التالية:

- ✓ إن اللغة الأكثر استخداما في منشورات الصفحة هي اللغة العربية وهذا ما يبين لنا أن صفحة فتيبونا لمكافحة الأخبار الكاذبة تستخدم لغة أساسية لنشر محتوياتها وهي اللغة العربية الموجهة لجمهور معين وهو الجمهور العربي.
- ✓ اللون الأساسي الذي استعملته الصفحة في كتابة المنشورات هو اللون الأسود لأنه اللون الافتراضي الذي تستخدمه صفحة فيسبوك لتسهيل عملية القراءة على المتصفحين.
- ✓ اعتمدت صفحة فتيبونا لمكافحة الأخبار الكاذبة عبر فاييسبوك على المزيج بين الخط (الصغير + المتوسط + الكبير) وذلك للفت انتباه المتصفحين والتركيز على أهم الجمل في المنشور.
- ✓ يتضح من خلال نتائج الجدول الرابع أن الفئة الأكثر إعجاب هي (100 – 500) وهم المعجبين الأوفياء للصفحة الذين يتفاعلون في أغلب المنشورات.

- ✓ ويتضح كذلك من نتائج الجدول الخامس أن الفئة الأكثر تعليقات هي (01 - 50) وهي كمية تعليقات قليلة مقارنة بالفئات الأخرى لكنها تحدد فئة من الجمهور وهو الجمهور الوفي.
- ✓ أما الفئة الأكثر تفاعلا بالمشاركة هي فئة (01-05) وهو عدد منخفض وهذا يدل على أن التفاعل بالمشاركة منخفض في الصفحة بالمقارنة مع باقي الفئات (الإعجابات والتعليقات).
- ✓ من خلال نتائج الجدول السابع نجد بأن صفحة فتيبينا تعتمد بشكل كبير على طرح منشوراتها في شكل (نص + صورة) لقدرة الصورة على جذب انتباه المتصفحين ومساهمة النص في إيصال المعلومات بشكل دقيق للمتابعين.
- ✓ يتضح أن أغلب المنشورات المعروضة على صفحة فتيبينا عبر الفايسبوك هي عامة تليها المنشورات الرياضية وهذا ما يدل على أن الصفحة تعتمد أولا على تكذيب الأخبار العامة ثم الأخبار الرياضية بنسب كبيرة وذلك للإحاطة بمختلف المواضيع التي تثير فضول المتصفحين وتقديم المعلومات الضرورية لهم.
- ✓ الجمهور المستهدف من منشورات صفحة فتيبينا عبر الفايسبوك هو الجمهور العربي وذلك للغياب التام لاستخدام اللغات الأجنبية وهذا ما يدل على أن القائم بالصفحة لا يركز على الجمهور الأجنبي بل يوجه منشوراته للجمهور العربي.
- ✓ من خلال نتائج الجدول العاشر أن اغلب المنشورات عبر صفحة فتيبينا لمكافحة الأخبار الكاذبة على الفايسبوك كان لها تفاعل إيجابي في التعليقات وهذا ما يدل على أن الصفحة ذات مصداقية ولها صورة حسنة لدى جمهورها.
- ✓ الهدف الأساسي من منشورات صفحة فتيبينا لمكافحة الأخبار الكاذبة عبر الفايسبوك هو إعلامي لتكذيب الأخبار الكاذبة وإعلام الجمهور بها.
- ✓ يتضح أن أكبر نسبة للأخبار الكاذبة المنتشرة على صفحة فتيبينا عبر الفايسبوك هي الأخبار الرياضية ثم تليها الأخبار الثقافية وهذا ما يوضح لنا أن أكثر الأخبار الكاذبة المفندة من طرف الصفحة راجع لميول أصحاب الصفحة وكذلك الجمهور المستفسر عن صحة الأخبار.
- ✓ حسب نتائج الجدول الثالث عشر نجد أن أغلب مصادر الأخبار الكاذبة التي تفندها صفحة فتيبينا ترجع لصفحات فايسبوكية وحسابات وهمية وهذا راجع لانعدام الرقابة على هذه الصفحات والحسابات.

✓ الطريقة الأكثر فاعلية التي تستخدمها صفحة فتبينوا للتصدي للأخبار الكاذبة عبر الفايسبوك هي إصدار منشورات لتكذيب الأخبار الكاذبة.

3. 2. النتائج على ضوء التساؤلات:

- ساهمت الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تزييف الوعي من خلال توجيه الأفكار السيئة ونشر الفتن والإساءات الدينية وغيرها من الأشكال التي تأخذها الأخبار الكاذبة وتساهم من خلالها في تزييف الوعي لدى الأفراد.
- من أهم الأسباب التي ساعدت على انتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي أنها أتاحت للجميع دون استثناء بممارسة مختلف عمليات النشر والمشاركة والإعجاب للأخبار بين المستخدمين دون التحقق من مصداقيتها بذلك انتشارها على نطاق واسع ويصبح من الصعب جدا الحد منها.
- ساهمت صفحة فتبينوا عبر الفايسبوك في التصدي الأخبار الكاذبة عن طريق إعادة نشر الخبر الكاذب ونفيه بمنشورات تحمل الأخبار الصحيحة من مصادر موثوقة.
- أهم مصادر الأخبار الكاذبة التي تعتمد عليها صفحة فتبينوا عبر الفايسبوك هي حسابات وهمية ومواقع إلكترونية وصفحات فايسبوكية مزيفة تسعى إلى تزييف الأخبار ونشرها على نطاق واسع وذلك لغياب الرقابة عليها.

خاتمة عامة

وفي الأخير ختاماً لموضوعنا، يمكن القول بأن مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة الفايسبوك من أكثر تقنيات وخدمات وسائل الاتصال شعبية وهذا نتيجة التقدم السريع الحاصل في التكنولوجيا، فبات الحديث عنها اليوم مرتبط بالتأثيرات الخارجية كونها المصدر الأساسي لنشر الأخبار الكاذبة وتزييف الوعي بين مختلف المستخدمين وقد حاولنا في دراستنا معرفة دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

ومن خلال دراسة الجانب التطبيقي للدراس، وبالإطلاع على صفحة فتبينوا لمكافحة الأخبار الكاذبة عبر الفايسبوك حاولنا تسليط الضوء على الآثار السلبية وكيفية تأثير الأخبار الكاذبة والمزيفة على الوعي، وتوصلنا إلى أن غياب الرقابة وسهولة الولوج والاشتراك ونشر المضامين في مختلف مواقع التواصل الاجتماعي هو السبب الرئيسي لانتشار هذا النوع من الأخبار وتأثيرها بشكل سلبي على وعي المتصفحين.

قائمة المصادر والمراجع

الكتب:

- 1-أسامة غازي المدني، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات السعودية، جامعة ام القرى نموذجاً قسم الإعلام، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، تاريخ الاستلام 2014/12/14 تاريخ القبول 2015/06/08.
- 2-إسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 3-إسماعيل عمرو، النشاطية في مواجهة الأخبار الكاذبة، معهد الصفري للمجتمع المدني والمواطنة، بيروت، 2008.
- 4-بن عجاجية بو عبد الله، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الجزائريين في زمن كورونا، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر، 2022.
- 5-حكيمة جاب الله، أسمةان مريعي، الأخبار الكاذبة حول فيروس كورونا "كوفيد 19" في الجزائر: بين مسؤولية قانون الإعلام وقانون العقوبات، كلية علوم الإعلام والاتصال قسم الاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، مجلد 32، عدد4، ديسمبر 2021.
- 6-خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس، عمان الأردن.
- 7-صخري طه، الآليات القانونية لمكافحة الأخبار الكاذبة في ظل أزمة كورونا، جامعة باتنة1 ، المجلد 09، العدد01، السنة2022.
- 8-صفاء زمان، شبكات الاجتماعية **social networks** وتعريفها وتأثيرها وأنواعها، مجلة رؤيا العلمية، العدد 2011، 113.
- 9-علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، دار المعتر للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
- 10-علي خليل شفرة، الإعلام الجديد وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.

- 11- لعقاب محمد، مهارات الكتابة للإعلام الجديد، دار هومة، للطباعة والنشر والتوزيع، 2014.
- 12- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- 13- مروى عصام صالح، الأسس وأفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015
- 14- نبيل لحر، الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وأثارها على اتجاهات الرأي العام دراسة في المفهوم، العلاقة والأهداف، جامعة بسكرة-الجزائر، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، مجلد 07، عداد 02، سنة 2020.
- 15- وائل مبارك خضر الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة، نوفمبر 2016.
- 16- الإنتاجية، 2019.
- 17- هردو، 2018.
- 18- وزيان، 2021.
- 19- المعهد الديمقراطي، 2018.
- 20- سعد، 2020.¹
- 21- إسماعيل عمرو، النشاطية في مواجهة الأخبار الكاذبة، معهد الصفري للمجتمع المدني والمواطنة، بيروت، 2008.
- 22- بدوي عبد الرحمان، مناهج البحث العلمي، وكالة المطبوعات شارع فهد السالم، ط3، الكويت، 1977.
- 23- الجزولي، عبد الحفظ عبد الحبيب، الدخيل، محمد عبد الرحمن، طرق البحث فيا لتربية والعلوم الاجتماعية الأسس والإجراءات والتطبيق والتحليل إحصائي الرياض، دار الخريجي للنشر، 2000.
- 24- مدحت أبو النصر، مناهج البحث في الخدمة الاجتماعية، المجموعة العربية لتدريب والنشر، القاهرة، 2017.
- 25- عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الإعلام، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2014.

- 1-عقيلة مقراس، دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي السياسي على صفحات الفايسبوك ، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الإنسانية ، المجلد 9، 2021.
 - 2-مشتاق طلب فاضل، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي، مجلة تكريت للعلوم السياسية، العدد1.
- المواقع بالفرنسية:

1-Kaman, neil s,2018

2-ahib, 2018.

3- <https://bit.ly/3pBJMm5>

4- <https://bit.ly/3W4catk>

5- <https://bit.ly/3W4catk>

6-<https://bit.ly/3Bsg5GT>

7-<https://bit.ly/3IdvtLf>

8-<https://bit.ly/3OdAzee>

9- الشراح يعقوب، الوعي الزائف، مجلة الرأي، على الرابط الآتي تمت زيارة الموقع يوم الجمعة 2016.

<https://bit.ly/3Mrktez>

10-<https://bit.ly/454rL0>

11-<https://bit.ly/454rL0c>

12-<https://bit.ly/3Bwj1SJ>