



مجلة البحوث والدراسات الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

العدد التاسع - يوليو - سبتمبر ٢٠١٩ م

بحوث المؤتمر العلمي الرابع

للمعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

بحوث الإعلام ومنهجية التكامل المعرفي

في إطار التحولات الدولية الراهنة وتداعياتها

القاهرة ٨ - ٩ إبريل ٢٠١٩ م

المجلد الثاني



مجلة البحوث والدراسات الإعلامية

دورية علمية محكمة تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق

العدد التاسع - يوليو - سبتمبر ٢٠١٩ م

رئيس مجلس إدارة المجلة ورئيس التحرير

أ.د. محمد سعد إبراهيم

مساعد رئيس التحرير

أ.د. سهير صالح

مديرا التحرير

أ.م.د. إلهام يونس أ.م.د. رامي عطا

سكرتيرا التحرير

أ.م.د. فاطمة شعبان ، د. حسين ربيع

المنسق الإداري

أ. أمين يسري



رئيس مجلس الإدارة

لواء د. أحمد عبد الرحيم

المراسلات

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

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

الرقم المختصر : ١٩٦٤٤ محمول : ١٠٠٥٦٠٠٠٦٧ / ٦٨ / ٦٩

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ١٨٩٦٤ / ٢٠١٤ م

ISSN for Journal: (ISSN 2357-0407)

E.mail: crsjournal@sha.edu.eg

الموقع الإلكتروني : magazine.sha.edu.eg

متاحة على قاعدة بيانات دار المنظومة

www.mandumah.com

مجلة البحوث
والدراسات الإعلامية





المؤتمر العلمي الرابع

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

القاهرة ٨ - ٩ إبريل ٢٠١٩ م

برعاية

الأستاذ / محمد فريد خميس

مؤسس أكاديمية الشروق

أ.د. خالد عبد الغفار

وزير التعليم العالي والبحث العلمي

عميد المعهد رئيس المؤتمر

أ.د. محمد سعد إبراهيم

رئيس مجلس الإدارة

لواء دكتور / أحمد عبد الرحيم

المجلد الثاني

قواعد النشر

للنشر والاشتراك

مجلة البحوث والدراسات الإعلامية (CRS JOURNAL)

مجلة علمية مُحكّمة، تصدر عن المعهد الدولي العالي للإعلام بمدينة الشروق، وغايتها نشر الأبحاث العلمية والمُحكّمة في مجال الإعلام، وتُنشر باللغات العربية والأجنبية.

- ترحب المجلة بنشر المقالات العلمية للسادة الأساتذة المتخصصين، كما ترحب بإسهامات الباحثين بعرض الكتب والدراسات والمؤتمرات والمقالات الحديثة.
- تتم مراجعة البحوث وتحكيمها من قبل أساتذة متخصصين في مجال البحث المقدم لتحديد صلاحية البحث للنشر.
- تُقبل البحوث باللغة العربية أو الأجنبية، ويُقدم مع البحث ملخص باللغتين العربية والإنجليزية لا يقل عن صفحة واحدة.
- لا يزيد عدد صفحات البحث عن 30 صفحة بحجم A4.
- تتلقى إدارة المجلة ثلاث نسخ من البحث مطبوعة بالكمبيوتر، على أن يُكتب اسم الباحث وعنوان بحثه على غلاف مستقل، ويُشار إلى الهوامش والمراجع في المتن بأرقام، وترد قائمتها في نهاية البحث وليس في أسفل كل صفحة، بالإضافة إلى ال CD الخاص بكتابة البحث.
- إدارة المجلة غير ملزمة برد الأبحاث التي لا تُقبل للنشر إلى أصحابها، مع التزامها بتوضيح أسباب عدم قبول النشر.
- يُشترط ألا يكون البحث قد سبق نشره في أي مكان آخر، مع الالتزام بتعهد الباحث بأن بحثه لم ينشر من قبل ولن ينشر إلا بناء على رد من إدارة المجلة.
- يحصل الباحث على نسخة من المجلة فور صدورها.
- تُنشر الأبحاث بأسبقية قبولها للنشر.
- للنشر والاشتراكات: مقر المعهد بمدينة الشروق- القاهرة.
- رقم الإيداع بدار الكتب المصرية: ١٨٩٦٤ / ٢٠١٤م.
- ISSN for Journal: (ISSN 2357-0407)
- تستقبل البحوث قبل تحكيمها على إيميل ersJournal@sha.edu.eg.

مستشارو المجلة

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

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

فهرس المحتويات

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

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

مقدمة

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

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

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



د. محمد سعد إبراهيم

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

افتتاحية العدد

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

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

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

أ.د. محمد سعد إبراهيم

الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها "دراسة ميدانية"

منى عيد محمد عيد

قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة المنصورة

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور ، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المعتمدة على منهج المسح باستخدام إستمارة الإستبيان ، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى ما يأتي: أن الأخبار الزائفة أكثر اثاره من الأخبار الصحيحة كما إنها أكثر انتشاراً ، كثرة انتشار الأخبار الزائفة حول المؤسسات الأمنية تكون اتجاه سلبى لدى الجمهور وتهتز ثقة الجمهور فى المؤسسات الأمنية.



Abstract

The study aimed at knowing the fake news on the social networking sites about the security institutions and their relation to the trends of the public. This study is one of the descriptive studies based on the survey methodology using questionnaire questionnaire. The most important results of the study reached the following: The false news is more interesting than the correct news, Widespread, frequent proliferation of false news about security institutions is a negative trend in the public and shake the confidence of the public in the securityinstitutions.



المقدمة :-

تلعب وسائل التواصل الاجتماعي دورا كبيرا في تدفق الأخبار بمختلف أنواعها، بل شكلت ثورة حقيقية في تسهيل التواصل والدفاع عن حقوق الأفراد من التعسف وتحول العديد من المواطنين بهواتفهم المحمولة الى وسائل لتصوير الأحداث والقطات نادرة وأحيانا يقومون بترويج أخبار دون معرفة حتى مصدرها والهدف من نشرها، ولكن الأمر السلبي في هذه الثورة التكنولوجية هو سهولة الخطأ أحيانا بين الحقيقة مع الإشاعة، أو الأخبار الزائفة وهو ما أصبح يعرف بـ"الفاك نيوز" وجعل العديد من المحترفين يستغلون هذه الوسائل وهذا الجمهور لنشر أخبار زائفة تحقق لهم ربحا من خلال نجاح فيديوهاتهم أو من خلال بيع كتب المؤامرة أو لخدمة جهة معينة او دولة ما ومصالحها.

وتكمن خطورة الانتشار في أن الأشخاص يميلون لتواصل ومشاركة الأخبار مع من يتفقون معهم في المواقف في صفحات معينة، ثم يعيدون نشرها دون الشك في احتمال خطأها خاصة أنها قادمة من دوائر الثقة القريبة منهم". وهذه الإشاعات تكون مختلفة حسب الجهات التي قامت بترويجها، قد تكون سياسية ربما تؤدي إلى انتشار السخط والعداء ضد المؤسسات القائمة وتهدد الأمن العام، مثل ما حدث عدة مرات بالمغرب من خلال نشر صور مآسي إنسانية واجتماعية لا علاقة لها بالمغرب وتقديمها على أساس ذلك، وقد تكون اقتصادية تشكك المستهلك في جودة منتج ما وخطورته على الصحة أو يتضمن مواد محرمة دينيا، وهي إشاعة أطلقت على العديد من المشروبات أو إشاعة أخلاقية تستهدف شخصية عامة ويتم نشرها لتشويه صورة المعني أو إشاعة صحية تتحدث عن وجود مرض خطير مما يؤدي إلى حالة الرعب



بالمجتمع ويتم نشرها عبر الفيسبوك دون التأكد من صحتها أو من مصدرها. وهذه الأخبار تسمى في الإعلام الأمريكي الفاك نيوز وترويج المؤامرة.

حيث استطاع مروجى الأخبار الزائفة أن يجذبوا انتباه الرأي العام ويؤثروا فيه بل وساهموا في كثير من الأحيان في قيادته في الاتجاه الذى يروونه ، مما أفرز علاقة مهمة بين اتجاهات الفرد داخل المجتمع حيال تلك الاخبار الزائفة ومستويات إدراكه لدورها في المشهد الأمنى الذى يعيشه خاصة في مجتمعنا الذى يشهد اضطراباً في أوضاعه الأمنية والسياسية والإعلامية ، وهو ما ينعكس على الواقع المصرى.

الدراسات السابقة:-

من خلال المسح العلمى لموضوع الدراسة قامت الباحثة بتقسيم ما توصلت إليه من دراسات إلى محورين أساسين ، وذلك على النحو التالى:

- المحور الاول :- دراسات تناولت الأخبار الزائفة .
- المحور الثانى:- دراسات تناولت وسائل التواصل الاجتماعى والاتجاهات .

المحور الأول :- دراسات تناولت الأخبار الزائفة .

١-دراسة Tomi Pesonen (٢٠١٨) بعنوان تأثيرات الأخبار الزائفة على ثقة المستهلك فى وسائل الإعلام الاجتماعية^١.

سعت الدراسة إلى معرفة تأثيرات ظاهرة الأخبار الزائفة على ثقة المستهلك فى التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعى ، ومدى الثقة تجاة مزودى خدمات وسائل الإعلام الاجتماعى والعلامة التجارية التى تقوم بالتسويق على وسائل الإعلام الاجتماعى ، واعتمدت الدراسة على استخدام المنهج المسحى الكمى من خلال ١٠٠ استمارة استبانته لجمع البيانات ، وقد توصلت أهم نتائج الدراسة إلى ارتفاع معدل انعدام



ثقة المستهلك في المجال الاجتماعي والمنصات الاعلامية والكيانات الأخرى عبر الانترنت.

٢- دراسة Guess and other (٢٠١٨) بعنوان التعرض الإنتقائي للتضليل

دليل استهلاك الأخبار الزائفة خلال حملة الانتخابات الرئاسية لعام ٢٠١٦.

سعت الدراسة إلى فحص ما يسمى بالأخبار الزائفة والتي تعد شكل جديد من التضليل السياسي والذي يحتل مكانة بارزة في حسابات الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية معتمدة على استمارة الاستبانة في جمع البيانات وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى ما أن الفيس بوك ناقلاً رئيسياً للأخبار الزائفة، وأن عمليات التحقق من الأخبار الزائفة لم تصل أبداً إلى المستهلكين، وأن مؤيدي ترامب والأمريكيين الأكبر سناً من ٦٠ عاماً كانوا أكثر تعرضاً للأخبار الزائفة، كما أن الأشخاص الأكثر احتمالاً لزيارة مواقع إخبارية مزيفة فقد كانوا ١٠% من الأمريكيين.

٣- دراسة Hunt Allcott and Matthew Gentzkow بعنوان الأخبار

الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي خلال انتخابات عام ٢٠١٦.

سعت الدراسة إلى التعرف على مدى انتشار الأخبار الزائفة والقصص الوهمية على شبكات التواصل الاجتماعي عقب انتخابات الرئاسة الأمريكية عام ٢٠١٦، ومدى تقبل الساحة الإعلامية لمثل هذه الأخبار، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية المعتمدة على منهج المسح مستخدمة أداة الاستبانة في جمع البيانات، فقد تم اختيار عينة عشوائية من الأخبار الزائفة التي تم تداولها خلال الثلاثة أشهر التي سبقت الانتخابات الرئاسية وقد بلغ عددها ٣٠ عنوان رئيسي ١٥ منها مما كانت تفضل ترامب و ١٥ مما كانت تفضل كلينتون، كما تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ١٢٠٨ شخص مما يزيد أعمارهم عن ١٨ سنة، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى أنه



يتم تداول الأخبار الزائفة بصورة أكبر في مواقع التواصل الاجتماعي وأن القصص الإخبارية الزائفة كانت هي الأكثر تداولاً ، كما أن ٦٢% من الأفراد البالغين في الولايات المتحدة يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار ، كما مال العديد من الأفراد إلى تصديق القصص الإخبارية الزائفة ، وأن هذا الأمر ارتبط بصورة كبيرة على درجة تفضيل المرشح ، وأن القصص الزائفة اتجهت إلى تفضل ترامب على كلينتون .

٤- دراسة Conroy and others (٢٠١٥) بعنوان الكشف التلقائي للأخبار الزائفة^٤.

هدفت الدراسة إلى معرفة الطرق التي يمكن من خلالها معرفة الكشف التلقائي للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المدونين ، والصفحات الرسمية للصحف الإلكترونية وخاصة إنها تجعل من الصعب تحديد مصادر الأخبار الأمر الذي جعل إلى حازه ماسة لمعرفة مصداقية محتوى الإنترنت ، وقد تم تقسيم عينة الدراسة إلى مجموعتين ، المجموعة الاولى تصنف عملية جمع الأخبار والتعليق عليها ، والتحقق من صحتها وتقديم وتحليل لما تتضمنه من دلالات لغوية ، المجموعة الثانية عبارة عن عدد من التجارب لتطوير نماذج للتصنيف والتي تعتمد على مجموعة من المعلومات المعجمية والنحوية ، والدلالية ، ومميزات لخصائص قراءة النص ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، وتوصلت أهم النتائج إلى أن المحتوى تضمن على العديد من الكلمات الوظيفية ، والنفي ، وألفاظ تعبر عن النسبية ، كما أن المحتوى يتضمن عبارات وهمية تستخدم المزيد من الاجتماعية والايجابية التي تعبر عن الحالية والمستقبل ، كما أن واضعي الأخبار الزائفة يستخدمون المزيد من الأحوال والأفعال ، وعلامات الترقيم من واضعي الأخبار الحقيقية .



المحور الثاني :- وسائل التواصل الاجتماعي والاتجاهات .

١- دراسة أسامة زارع (٢٠١٨) بعنوان تعرض المراهقين للمبادرات الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتة باتجاهاتهم نحوها°.

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى حرص المبحوثين على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ، ورصد أشكال التفاعل التي يستخدمونها ، ومعرفة ما تميزت به شبكات التواصل الاجتماعي في عرضها للمبادرات الرسمية ، وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية ، معتمدة على منهج المسح باستخدام استمارة الاستبانة لجمع البيانات ، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى ، أن نسبة كبيرة من المبحوثين تأكد على تقنهم في المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي ، كما جاءت مواقع التواصل الاجتماعي كأهم المصادر التي يعتمد عليها المراهقين لمعرفة المبادرات الرسمية، وكان الاتجاه الايجابي هو الغالب في موقف المبحوثين من المبادرات الرسمية، كما عرضتها شبكات التواصل الاجتماعي .

٢- دراسة Jonathan Mellon and Christopher Prosser (٢٠١٧) بعنوان الفيس بوك وتويتر لا يمثلان عامة الجمهور : دراسة المواقف السياسية والتركيبة السكانية لمستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية البريطانية°.

سعت الدراسة للتعرف على تأثير الفيس بوك وتويتر على اتجاهات سكان بريطانيا العظمى نحو المواقف السياسية بالبلاد وقياس درجة الوعي السياسي لدى المبحوثين ومدى تأثير العوامل الديموجرافية على تعرضهم للفيسبوك وسلوكهم الانتخابي، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح بالعينة حيث تم أخذ عينة عشوائية من السكان تتراوح أعمارهم من ١٨ الى ٣٠ عاماً كفئة أولى ومن ٣١ الى ٤٠ عاماً كفئة ثانية أكبر عمراً، وتم استخدام استمارة الاستقصاء لسؤال المبحوثين والمقابلة المباشرة لسؤال من هم أكبر عمراً، وتوصلت اهم نتائج الدراسة إلى أن هناك



تأثير كبير للعوامل الديموجرافية كالعمر والنوع والمنطقة الجغرافية على توجه المبحوثين نحو عملية المشاركة السياسية ، كما أثبتت الدراسة أن مستخدمى الفيسبوك الأقل عمراً يزيد اهتمامهم بالشئون السياسية أكثر من غير المستخدمين الأكبر عمراً .

٣- دراسة إسراء قميحة (٢٠١٧) بعنوان تأثير تعرض الشباب للأخبار السلبية على مواقع التواصل الاجتماعى واتجاههم نحو العنف^٧.

تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير تعرض الشباب للأخبار السلبية على مواقع التواصل الاجتماعى واتجاهاتهم نحو العنف ، ومعرفة كم الأخبار السلبية على مواقع التواصل الاجتماعى ، ومعرفة المصدر الأساسى للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعى، وتنتمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية المعتمدة على المنهج الوصفى التحليلى ، باستخدام استمارة الاستبانة لجمع البيانات ، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى أن الأخبار التى تعرض على مواقع التواصل الاجتماعى تؤثر على العينة إلى حد ما بنسبة ٧٠% وقد جاءت فى الترتيب الأول ، وأن أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعى لسهولة الوصول إلى أى محتوى ، كما أن الأخبار المحزنة أكثر من الأخبار المفرحة بنسبة ٨٥.٨%.

٤- دراسة مصطفى رفعت (٢٠١٧) بعنوان اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمى الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطى بمصر دراسة تطبيقية لما بعد ٣٠ يونيو^٨.

تسعى هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات الرأي العام الالكتروني نحو المتغيرات المختلفة لعملية التحول الديمقراطى وكذلك أحداث التحول الديمقراطى الستة التى تلت ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣ بمصر وهم: إعلان خارطة الطريق فى ٣/٧/٢٠١٣، والاستحقاق الأول: الاستفتاء على التعديلات الدستورية فى ١٤ - ١٥ / ١ / ٢٠١٤ (دستور ٢٠١٤) ، والاستحقاق الثانى: الانتخابات الرئاسية الأخيرة ٢٠١٤ (بين



السياسي وصباحي) ، والاستحقاق الثالث: الانتخابات البرلمانية الأخيرة ٢٠١٥ ، وإصدار قانون تنظيم التظاهر في عهد الرئيس السابق عدلي منصور (القانون رقم ١٠٧ لسنة ٢٠١٣) ، وإصدار قانون مكافحة الإرهاب في عهد الرئيس الحالي عبد الفتاح السيسي (القانون رقم ٩٤ لسنة ٢٠١٥)، وتتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية مستخدمة منهج المسح الإعلامي باستخدام استمارة الاستبانة لجمع البيانات ، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى أن أغلب الاتجاه الإيجابي نحو الشبكات الاجتماعية كمصدر إخباري مقارنة بالوسائل التقليدية الأخرى ٥٣.٣% ، كما جاءت النسبة الأكبر في الآراء الإلكترونية داعمة الاتجاه السلبي نحو الانتخابات الرئاسية والبرلمانية والاستفتاء ، وجاءت المتغيرات المتعلقة بالتحول الديمقراطي التي ساد نحوها اتجاهات رأى إلكتروني سلبي متغير الحالة الاجتماعية ومستوى المعيشة.

٥- دراسة T. Vasanthi and M. Padmapriy (٢٠١٦) اتجاهات الطلاب نحو مواقع التواصل الاجتماعي^٩ .

هدفت الدراسة إلى معرفة اتجاهات الطلاب نحو مواقع التواصل الاجتماعي ، والغرض من استخدامها من قبل الطلاب ، ومعرفة العوامل الكامنة وراء جذب مواقع التواصل الاجتماعي للطلاب في تيروبور مع ١٠٠ طالب من طلاب المرحلة الجامعية والدراسات العليا ، وتتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية معتمدة على استمارة الاستبيان لجمع البيانات ، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى أن الطلاب لديهم اتجاه إيجابي نحو استخدام مواقع التواصل الاجتماعي ، ومواقع التواصل الاجتماعي لديها القدرة على انشاء سياقات وفرص جديدة تزيد من تحفيز الطلاب.



٦- دراسة مفتاح محمد (٢٠١٥) بعنوان العلاقة بين اتجاهات الجمهور الليبي نحو مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكه لدورها في الواقع السياسي الليبي^١.

هدفت الدراسة إلى توصيف وبحث وتحليل العلاقة بين اتجاهات الجمهور الليبي نحو مواقع التواصل الاجتماعي ومدى إدراكه لدورها في الواقع السياسي، ومدى ادراك الجمهور للدور الرقابي والتوجيهي الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي على السلطة السياسية في ليبيا، وتنتهي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية معتمدة على منهج المسح مستخدماً استمارة الاستبانة في جمع البيانات ، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يملكون اتجاهات سلبية نحو مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الاتجاهات الايجابية ، ويرون أن دورها سيزداد في المستقبل أكثر ما هو عليه الآن ، كما أن مواقع التواصل الاجتماعي أسهمت في زيادة اطلاع المبحوثين على الشأن السياسي الليبي للمبحوثين الذين يملكون اتجاهات ايجابية نحوها.

مشكلة الدراسة :-

لقد فتح الاستخدام المتنامي لمواقع التواصل الاجتماعي المتعددة الباب أمام نشر الأخبار الزائفة والمضللة من خلال سهولة الحصول المعلومات عبر هذه المواقع التي أدت إلى جلب مناخ خصب للمعرضين لبث الأخبار الزائفة التي تضر بأمن المجتمع .

تتبلور المشكلة البحثية في الكشف عن الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها، وذلك من خلال رصد وتحليل وتفسير تأثيرات الأخبار الزائفة على اتجاهات الجمهور، وأن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثير علي الفاعلية لم يتصوره الاعلام والاتصال وخبرائه ، بل إنها تفوقت على العديد من الفضائيات في نقل الاخبار والاحداث والوقائع عن طريق بثها مباشر .



أهمية الدراسة :-

١. تتبع أهمية الدراسة من أنها تعد مدخلاً رئيسياً للبحث فى دوافع متابعة الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعى واعتمادهم عليها بشكل كبير فى الحصول على المعلومات والأخبار التى تشكل اتجاهاتهم وآرائهم نحو الموضوعات المختلفة .
٢. أهمية تأثير الاخبار الزائفة على العقول حيث تقدم مزيجاً معقداً من العمليات المعرفية لدى الجمهور ، وأن لها تأثير على الأمن العام والقومى للدولة.
٣. أهمية دراسة اتجاهات الجمهور نحو المؤسسات الأمنية ، كما أن مواقع التواصل الاجتماعى لها تأثير قوى ومباشر على الفرد والمجتمع قد يبلغ حد الهيمنة والسيطرة ، حيث ينتج عنه العديد من النتائج السلبية التى تؤثر على أمن واستقرار المجتمع .

أهداف الدراسة:-

يتمثل الهدف الرئيسى للدراسة فى "محاولة معرفة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور"، ويتفرع من الهدف الرئيسى عدة أهداف فرعية :-

١. معرفة مدى تعرض الجمهور للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى.
٢. رصد خصائص الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى.
٣. التعرف على مدى تفاعل الجمهور مع الاخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات الأمنية.
٤. معرفة مدى تأثير الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات الأمنية على اتجاهات الجمهور.



تساؤلات الدراسة :-

١. ما مدى تعرض الجمهور للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى؟
٢. ما خصائص الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى؟
٣. ما مدى تفاعل الجمهور مع الاخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات الأمنية؟
٤. ما مدى تأثير الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات الأمنية على اتجاهات الجمهور؟

فروض الدراسة :-

١. توجد علاقة دالة احصائيا بين معدل تعرض المؤسسات الامنية للأخبار الزائفة وبين مدى ثقة الجمهور فى المؤسسات الامنية.
٢. توجد فروق ذات دلالة احصائيا بين العوامل الديموغرافية للجمهور ، وبين معرفة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات الأمنية .

نوع الدراسة :-

تتنمى هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التي تهتم برصد الواقع والاحداث والظواهر ولا تقف عند هذا الحد ، فتقوم بتحليلها وتفسيرها بغرض الوصول لاستنتاجات مفيدة لتصحيح الواقع وتطوره ، وقد لا تتوقف الدراسات الوصفية عند حدود الوصف والتشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض اكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميمها .



منهج الدراسة :-

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح، حيث إن المنهج المسحي هو محاولة لوصف أو توضيح المواقف والاتجاهات ، وشرح ما هو موجود منها حالياً فى الظاهرة موضع الدراسة ، حيث يتيح دراسة العلاقة بين متغيرين او أكثر وذلك من أجل اختيار فروض الدراسة والإجابة على التساؤلات.

مجتمع وعينة الدراسة :-

ويتمثل مجتمع الدراسة فى مواقع التواصل الاجتماعى ، وتمثلت عينة الدراسة فى الجمهور العام من مستخدمى مواقع التواصل الإجتماعى ، وقوامها (400) مفردة متنوعة الخصائص الديموغرافية.

أدوات جمع البيانات:-

تم تصميم استمارة استبيان الكترونية للحصول على البيانات اللازمة للإجابة على أسئلة الدراسة وفروضها.

الثبات والصدق :

تم اجراء الاختبار الثبات والصدق على الاستبيان من أجل التأكد من صلاحيتها للتطبيق العملى وتحقيقها لأهداف الدراسة .

أولاً: إجراء صدق استمارة الاستبيان.

قد تم التأكد من صدق المقياس ، ومحتوى فقرات الاستمارة بالصدق الظاهرى ، فقد تم عرض الاستمارة على عدد من الخبراء فى الإعلام لمعرفة آرائهم وتوجهاتهم ، فقد طلب من الخبراء الذين تم توزيع الاستمارة عليهم أن يبدوا آرائهم على كل فكرة ، وسؤال من أسئلة الاستمارة ، وقد تم تجميع الاستمارة من الخبراء ، وقد أخذت الباحثة بتوجهات المحكمين شكلاً ومضموماً بما يلائم أهداف الدراسة وتساؤلاتها.



ثانياً: ثبات استمارة الاستبيان .

قامت الباحثة بإجراء تحليل الثبات على عينة عمدية من متابعي مواقع التواصل الاجتماعي و الصفحات الرسمية للمؤسسات الأمنية ، لإعادة تطبيق استمارة الاستبيان على عينة الدراسة باستخدام نفس أداة الترميز ، وقد بلغ قوام هذه العينة (٥٠) مفردة ، وذلك بنسبة ١٢.٥% من اجمالي عينة الدراسة وقد تم تطبيق معادلة هولستي والتي تعنى :

معامل الثبات:

$$95.5\% = \frac{220}{230} = \frac{2 \times 110}{(115+115)} =$$

المفاهيم الإجرائية :-

الخبر : الخبر في مجال الاعلام هو وجه من وجوه النشاط الإنساني الذي يهتم الرأي العام أو جزء منه على الاقل ويضيف جديدا إلى معلوماته، والخبر في اللغة هو ما ينقل ويتحدث به قولاً وكتابة ويجمع على أخبار ، والجمهور هو الذي يصنع الاخبار ، وطبيعة الجمهور الذي يتوجه اليه الخبر هو الذي يزيد ثقل هذا الخبر.

الأخبار الزائفة : هي أخبار أو قصص أو خدع تم إنشاؤها لتضليل القراء أو خدعاهم عمداً، عادة ، يتم إنشاء هذه القصص إما للتأثير على آراء الناس ، أو دفع أجندة سياسية أو التسبب في الارتباك ، ويمكن أن تكون في الغالب تجارة مربحة للناشرين عبر الإنترنت. يمكن للقصص الإخبارية المزيفة أن تخدع الأشخاص من خلال البحث عن مواقع موثوق بها أو استخدام أسماء وعناوين ويب مشابهة لمؤسسات إخبارية مرموقة.

مواقع التواصل الاجتماعي : هي التطبيقات التي تعتمد في عملها على وجود شبكة الانترنت ، والتي يتم بناؤها على القواعد والأساسيات التكنولوجية ، وتتيح وسائل



التواصل الاجتماعي التواصل والتفاعل بين المستخدمين وأن يقوموا بنشر أفكارهم وصورهم ومقاطع الفيديو التي يريدون نشرها بالإضافة إلى المقاطع الصوتية وتتيح أيضاً تفاعل المتلقين لهذه المنشورات معها وتسمح برجع الصدى بدرجة كبيرة جداً عن وسائل كثيرة جداً.

الاتجاه:- عبارة عن اطار مرجعي يزودنا بالمعلومات التي تجعلنا نتضامن مع الاخرين أو نحصل على دعمهم ،ونحن نتعلم اتجاهاتنا من الحياة ومن خبراتنا الشخصية ومن تأثير الاخرين علينا كالأسرة والاصدقاء والمدرسة ووسائل الاعلام ومن ردود أفعالنا ، ونتعرف على اتجاهات الناس من سلوكهم لأن اتجاهاتنا تؤثر على سلوكهم، اما الاتجاه كمفهوم فهو عبارة عن ميل الانسان أو استعداده لتبنى نشاط معين.

نظرية التماس المعلومات:-

ظهرت بداية هذه النظرية متأثرة بالدراسات التي قام بها كل من وسلى وبارو عام 1957، ودراسة بيرلو عام 1960، حيث تسعى نظرية التماس المعلومات لتقصي أثر وسائل الاتصال على المعرفة ، وتركز النظرية على سلوك الفرد في بحثه عن المعلومات من مصادر الاتصال المختلفة ، والتعرف على العوامل التي تؤثر في هذا السلوك ، وبالتالي فهذه النظرية تستهدف متلقى الاتصال بدلاً من القائم بالاتصال.

وقد أوضح هايد جارد أن عملية التماس المعلومات تشتمل على ستة مراحل وهي:

الشروع أو البدء: ويمثل مرحلة تحديد الهدف من التماس المعلومات.

الإختيار : ويمثل المرحلة التي يقوم فيها المشاركون بمناقشة كيفية تفسيهم لعملية التماس المعلومات ، ثم الشروع بالبحث والالتماس .

الاستكشاف : ويتم التخطيط على عدد من أسئلة البحث التي يستخدمها فريق ما.

الصياغة : وهي المرحلة التي يتم فيها بلورة طريقة البحث عن المعلومات .



الجمع : وهى مرحلة تجميع المعلومات التى تم الحصول عليها من عملية البحث.
التقديم أو العرض : وتتمثل فى الاستجابة التى يقوم الأفراد بها بعد تعرضهم للمعلومات التى تم جمعها.

فروض نظرية التماس المعلومات :-

وتختبر نظرية التماس المعلومات فرضية مؤداها أن التعرض الانتقائى للأفراد يجعلهم يختارون المعلومات التى تؤيد اتجاهاتهم الراهنة ، إلا أن هناك عوامل عديدة يمكن ان تؤثر على اختيار الفرد للرسائل الاتصالية التى يتعرض لها ، وكذلك على استخدام المعلومات فى تدعيم الاتجاهات الحالية ، ومن هذه العوامل إمكانية توظيف المعلومات لخدمة أهداف محددة أو إشباع حاجات أساسية فى موضوع معين ، أو البحث عنها لمجرد الترفيه أو التسلية ، أو الحاجة للتتويج ، أو بسبب سمات شخصية.

يستخدم الأفراد مصادر المعلومات الإلكترونية المباشرة لأهداف مختلفة نظراً لأن التصفح فى حد ذاته يجمع بين كونها وسيلة لإلتماس المعلومات وأسلوب بحثى مرئى.

نتائج الدراسة:-

جدول رقم (١)

البيانات الأولية للمبحوثين.

المتغيرات	الفئة	ك	%
النوع	ذكر	٢٤٣	٦٠
	أنثى	١٥٧	٤٠
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
السن	أقل من ٢٠	١	٠
	أقل من ٢٥	٢٣	٦
	أقل من ٣٠	١٦٤	٤١
	٣٠ فما فوق	٢١٢	٥٣
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
التعليم	متوسط	١٥٠	٣٨
	جامعى	٢٠٠	٤٩
	فوق جامعى	٥٠	١٣
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
المنطقة السكانية	ريف	١٠٠	٢٥
	حضر	١٤٠	٣٥
	مدينة	١٦٠	٤٠
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠



جدول رقم (٢)

مدى تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى .

التعرض	ك	%
دائماً	٣٢٠	٨٣
أحياناً	٦٠	١٥
لا	٢٠	٢
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

تشير بيانات الجدول إلى أن ٨٣% من أفراد العينة يتعرضون للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى ، بينما ١٥% يتعرضون للأخبار الزائفة أحياناً ، فى حين أن ٢% لا يتعرضون للأخبار الزائفة .

تتفق هذه النتيجة مع دراسة Guess and other (٢٠١٨)^{١١} والتي أكدت أن مؤيدي ترامب والأمريكيين كانوا أكثر تعرضاً للأخبار الزائفة.

وقد تعكس هذه النتيجة تزايد وتفاقم الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى .

جدول رقم (٣)

مدى استطاعة أفرد العينة التمييز بين الأخبار الزائفة والأخبار الصحيحة على

مواقع التواصل الاجتماعى

استطاعة	ك	%
نعم	١٠٥	٢٦.٢٥
أحياناً	٩٥	٢٣.٧٥
لا	٢٠٠	٥٠
المجموع	٤٠٠	%١٠٠



يبين الجدول أن ٢٦.٢٥% من أفراد العينة يستطيعون التمييز بين الأخبار الزائفة من الأخبار الصحيحة على مواقع التواصل ، بينما ٢٣.٧٥% أحياناً أفراد العينة يستطيعون، بينما ٥٠% من أفراد العينة لا يستطيعون.

وترى الباحثة هذه النتيجة قد ترجع لاعتماد ناشري الأخبار الزائفة على جزء من الواقع مما يوحي بمصداقية الخبر، استخدامهم للتقنيات الحديثة والنصوص الفائقة في صناعة الأخبار.

جدول رقم (٤)

تداول بعض الأخبار أو المعلومات ثم ثبت لك أنها زائفة .

تداول	ك	%
نعم	١٨٨	٥٣
أحياناً	٨٧	١٣
لا	١٢٥	٣٤
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

يشير الجدول إلى أن نسبة ٥٣% من أفراد العينة يتداولوا الأخبار ثم ثبت لهم إنها أخبار زائفة ، يليها لا بنسبة ٣٤% من أفراد العينة لا يتداولون الأخبار ، ثم أحياناً بنسبة ١٣%.

تتفق هذه النتيجة مع دراسة Guess and othe (٢٠١٨) أن مواقع التواصل ناقلاً رئيسياً للأخبار الزائفة.



وقد ترجع هذه النتيجة إلى ثقة أفراد العينة فى الأشخاص المشاركون للأخبار فيقومون بتداولها ، أو قد يكون لديهم بعض القصور فى تكوين وجهات نظر مختلفة تجاه الأخبار مما يدفعهم للتعرف على مشاركة الاخبار .

وتأكد هذه النتيجة نتيجة الجدول السابق بأنهم لا يستطيعون التمييز فيقومون بتداول الاخبار دون التمييز .

جدول رقم (٥)

ما يميز الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى .

الانحراف المعيارى	الوسط الحسابى	معارض		محايد		موافق		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٥٣	٢.٧٥٤	٥	١٩	١٥	٦٠	٨٠	٣٢٠	الأخبار الزائفة أكثر انتشاراً من الأخبار الصحيحة
٠.٧٦٧	٢.١٧	٣٨	١٥٢	٤٠	١٥٨	٢٢	٨٩	الأخبار الزائفة موثقة بصور وإحصائيات
٠.٤٩	١.٥٧	٦	٢٥	٨٦	٣٠١	١٨	٧٣	أسلوب عرض الأخبار الزائفة واضح فى أفكاره
٠.٥٨٢	٢.٦٩	٧	٢٩	٣٠	١٢٠	٦٢.٥	٢٥٠	الأخبار الزائفة أكثر اشارة من الصحيحة

٠.٧١٤	١.٨٠٢	١٨	٧٠	٣٧	١٤٩	٤٥	١٨٠	الأخبار الزائفة متنوعة في أشكالها وأنواعها
٠.٤٣٨	٢.٦٤	٤	١٥	٨٩	٣٦٠	٧	٢٨	كثرة المشاركات والتعليقات والإعجاب تؤكد من مصدقيتها
٠.٨٠	٢.٣٣	٢١	٨٤	٥٤	٢١٦	٢٥	٩٩	الأخبار الزائفة تزيد من المعلومات المغلوطة
٠.٠٠٨	٢.٦٩	٩٦.٥	٣٨٦	.٢	٥	.٤	٨	الأخبار الزائفة تؤثر على نمط التفكير

ومن خلال الإطلاع على الجدول السابق تبين أن ما يميز الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعي جاء على النحو التالي :-

أجاب ٨٠% من أفراد العينة على أن الأخبار الزائفة أكثر انتشاراً من الأخبار الصحيحة في حين ١٥% محايد ، ثم ٥% معارضون .أجاب ٢٢% من أفراد العينة أن الأخبار الزائفة موثقة بصور واحصائيات ، بينما ٤٠% من أفراد العينة محايدون ، ثم ٣٨% معارضون. كما أجاب ١٨% من أفراد عينة الدراسة أن أسلوب عرض الأخبار الزائفة واضح في أفكاره ، في حين ٨٦% محايدون ، ثم ٦% معارضون . أجاب ٦٢.٥% من أفراد العينة أن الأخبار الزائفة أكثر إثارة من الصحيحة ، و ٣٠% محايدون ، بينما ٧% معارضون . أجاب ٤٥% من أفراد العينة أن كثرة المشاركات



والتعليقات والإعجاب تؤكد من مصدقتها ، فى حين ٨٩% محايدون ، بينما ٤% معارضون . أجاب ٢٥% من أفراد العينة أن الأخبار الزائفة تزيد من المعلومات المغلوطة ، بينما ٥٤% محايدون ، ٢١% معارضون . أجاب ٩٦.٥% من أفراد العينة أن الأخبار الزائفة لا تؤثر على نمط التفكير .

وتتفق هذه النتيجة بشكل جزئى مع دراسة Hunt Allcott and Matthew Gentskow (٢٠١٧)^{١٢} إلى أنه يتم تداول الأخبار الزائفة بصورة أكبر فى مواقع التواصل الاجتماعي وأن القصص الإخبارية الزائفة كانت هي الأكثر تداولاً ، كما مال العديد إلى تصديق تلك القصص بما إنها متعددة ومتنوعة فى أشكالها وأنواعها.

جدول رقم (٦)

مدى إهتمامك بمتابعة الأخبار الخاصة بالمؤسسات الأمنية

الاهتمام	ك	%
نعم	١٨٨	٥٣
أحياناً	١٢٥	٣٤
نادراً	٨٧	١٣
المجموع	٤٠٠	١٠٠%

تشير نتائج الجدول الى أن نسبة ٥٣% يهتمون بمتابعة الأخبار الخاصة بالمؤسسات الأمنية ، بينما أحيانا جاءت فى المرتبة الثانية بنسبة ٣٤ % ، فى حين جاءت نادراً فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٣%.

جدول رقم (٧)

مدى تعرض المؤسسات الأمنية للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.

التعرض	ك	%
دائماً	٢٠٨	٦٣
أحياناً	١١١	٢٧
لا	٨١	٢٠
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

يبين الجدول أن المؤسسات الأمنية تتعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي دائماً بنسبة ٦٣% ، يليها أحياناً بنسبة ٢٧% ، ثم لا بنسبة ٢٠% .

جدول رقم (٨)

مدى الثقة فيما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات حول المؤسسات الأمنية .

الثقة	ك	%
نعم	٢٠٧	٥٢
لا	١٩٣	٤٨
المجموع	٤٠٠	%١٠٠

توضح نتائج الجدول أن نسبة ٥٢% من أفراد عينة الدراسة يتفون فيما تقدمه مواقع التواصل الاجتماعي من أخبار ومعلومات حول المؤسسات الأمنية ، بينما لا جاءت بنسبة ٤٨% .



وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أسامة زراع (٢٠١٨) ^{١٣} أن نسبة كبيرة من المبحوثين تأكد على ثقتهم فى المضامين المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعى .

كما تختلف هذه النتيجة مع دراسة Tomi Pesonen (٢٠١٨) ^{١٤} التى أكدت على انعدام ثقة المستهلك فى المجال الاجتماعى والمنصات الإعلامية والكيانات الأخرى عبر الانترنت.

وقد ترجع هذه النتيجة إلى الحرية الكبيرة التى يتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعى فى عرض الاخبار والمعلومات وتفاعل المستخدمين معها دون أى قيود أو شروط، مما يدفع الكثير من المستخدمين لاستخدام وتداول الأخبار والتعبير عن رأيهم فى الأحداث المختلفة بكامل الحرية دون قيود مفروضة عليهم ودون الخوف من أى عقاب من أى جهة.

جدول رقم (٩)

طرق التعامل مع الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات الأمنية .

الانحراف المعيارى	الوسط الحسابى	معارض		محايد		موافق		العبرة
		%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٧	٢.٥١٣٨	٦٣	٢٥٠	٢٥	١٠٠	١٢	٤٩	تقوم بإعادة نشرها حتى ولو كانت غير صحيحة
٠.٧	٢.٥١٦	٦٤	٢٥٦	٢٤	٩٥	١٢	٤٩	تقوم بإعادة نشر الأخبار المثيرة لكى يكون لك السبق فى نشرها

٠.٦٦٧	٢.٥٧٦٤	٦٩	٢٧.٠	٢٢	٨٩	١٠	٤١	البحث عن الشخص الناشر والتأكد من صحة الخبر
٠.٧	٢.٥١٣٨	٦٣	٢٥.٠	٢٥	١٠٠	١٢	٤٩	تقوم بإعادة نشر الأخبار المثيرة من باب التسلية
٠.٦٦٦	٢.٥٥٣	٦٥	٢٦.٠	١٠	٣٩	٢٥	١٠١	تحاول التأكد من الأخبار من مصدر موثوق منه
٦٢٧.	٢.٤٥٣٦	٥٢.٥	٢١.٠	٤٠	١٦١	٧.٥	٢٩	تكتب ردود وتعليقات تبين تزيف الخبر حين تتأكد من ذلك
٠.٦٤	٢.٤٩	٥٧	٢٣.٠	٩	٣٥	٣٤	١٣٥	تشعر بالحذر حول الأخبار التي تشاركها
٠.٥٩٩	٢.٤٤٨	٥	٢١	٦٨	١٩٩	٢٧	١٨٠	ترد على الأخبار الزائفة التي تهدد أمن واستقرار البلد
٠.٦	٢.٦	٢٥	١٠٠	٦	٢٥	٦٩	٢٧٥	غموض مصدر الخبر يؤثر على مصداقيته

تشير نتائج الجدول السابق أن : ٦٣% من أفراد العينة لا يقومون بإعادة نشرها حتى ولو كانت غير صحيحة، كما أن ٦٤% من أفراد العينة لا تقوم بإعادة نشر الأخبار



المثيرة لى يكون لك السبق فى نشرها، و ٦٣% من أفراد العينة لا تقوم بإعادة نشر الأخبار المثيرة من باب التسلية، بينما ٥٧% من أفراد العينة تشعر بالحدز حول الأخبار التى تشاركها.

وقد تعكس هذه النتيجة مدى معرفة أفراد العينة أهمية المؤسسات الأمنية وأن هذه الأخبار تؤثر عليها. فى حين ٦٩% من أفراد العينة لا يبحثون عن الشخص الناشر والتأكد من صحة الخبر، ٦٥% لاتحاول التأكد من الأخبار من مصدر موثوق منه ، و ٥٢.٥% من أفراد العينة لا تكتب ردود وتعليقات تبين تزيف الخبر حين تتأكد من ذلك ، ، فى حين ٦٩% من افراد العينة يأكدون أن غموض مصدر الخبر يؤثر على مصداقيته.

تتفق هذه النتيجة بكل جزئى مع دراسة Guess and othe r (٢٠١٨) أن مواقع التواصل ناقلاً رئيسياً للأخبار الزائفة ، وأن عمليات التحقق من الأخبار الزائفة لم تصل أبداً الى المستهلكين ، كما أن الأشخاص الأكثر احتمالاً لزيارة مواقع إخبارية مزيفة فقد كانوا ١٠% من الأمريكيين.

جدول رقم (١٠)

الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات الأمنية.

العبارة	ك	%
من الأسباب الرئيسية لانتشار الأخبار الزائفة حول المؤسسات الامنية كثرة المشكلات فى المجتمع	٣٤٣	٨٥.٧٥
الأخبار الزائفة حول المؤسسات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعى تصور الواقع أسوأ مما هو عليه	٣٢٥	٨١.٢٥



٧٤.٧٥	٢٩٩	من أهم أسباب تصديق الأخبار الزائفة الفهم الخاطئ وعدم التعرف عليها
٧١.٥	٢٨٦	تؤى الاخبار الزائفة على مواقع التواصل إلى مظاهرات واحداث طائفية
٥٧.٥	٢٣٠	تهتز ثقتك في المؤسسات الامنية بسبب كثرة الأخبار الزائفة

ن=(٤٠٠)*

تبين نتائج الجدول إلى أن الأسباب الرئيسية لانتشار الأخبار الزائفة حول المؤسسات الامنية كثرة المشكلات فى المجتمع جاءت بنسبة ٨٥.٧٥% ، فتعكس هذه النتيجة سوء الأوضاع داخل المجتمع وتعددتها وتنوعها.

كما جاءت الأخبار الزائفة حول المؤسسات الأمنية على مواقع التواصل الاجتماعى تصور الواقع أسوأ من هو عليه بنسبة ٨١.٢٥% .

فى حين جاءت من أهم أسباب تصديق الأخبار الزائفة الفهم الخاطئ وعدم التعرف عليها بنسبة ٧٤.٧٥% ، وهذا ما أكدت عليه نتائج جدول رقم (٣) بأنهم لا يستطيعون التمييز بين الخبر الزائف والخبر الصحيح.

بينما جاءت تؤى الاخبار الزائفة على مواقع التواصل إلى مظاهرات واحداث طائفية بنسبة ٧١.٥% ، فتعكس هذه النتيجة مدى تأثير الأخبار الزائفة فى تشكيل الرأى العام اثاره الفتن.

كما جاءت تهتز ثقتك فى المؤسسات الامنية بسبب كثرة الأخبار الزائفة بنسبة ٥٧.٥% ، وقد تعكس هذه النتيجة مدى خطورة الأخبار الزائفة على المؤسسات الأمنية .

* هذا الجدول اتيح فيه اختيار أكثر من بديل .



جدول رقم (١١)

طرق التصدى للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات
الأمنية .

العبارة	ك	%
وضع قوانين صارمة لتنفيذ العقوبة على مطلقى الأخبار الزائفة	٢٣٣	٨٠.٥
المراقبة الدائمة لمواقع التواصل الاجتماعى وما ينشر أو يتداول فيها	٢٨٢	٧٠.٥
تجريم نشر الأخبار الزائفة وتداولها	٢٢٤	٥٦
تفعيل سيادة قوانين الدولة على الإعلام الجديد	١٨٠	٤٥
حجب مواقع التواصل الاجتماعى فى أوقات الأزمات	١٣١	٣٢.٧٥

(ن=٤٠٠) *

ومن خلال الاطلاع على بيانات الجدول السابق يتضح أن : وضع قوانين صارمة لتنفيذ العقوبة على مطلقى الأخبار الزائفة جاءت فى المرتبة الأولى بنسبة ٨٠.٥%، ويلبها المراقبة الدائمة لمواقع التواصل الاجتماعى وما ينشر أو يتداول فيها فى المرتبة الثانية بنسبة ٧٠.٥% ، ثم تجريم نشر الأخبار الزائفة وتداولها فى المرتبة الثالثة ٥٦% بنسبة % ، يليها تفعيل سيادة قوانين الدولة على الإعلام الجديد فى المرتبة الرابعة ٤٥% ، و حجب مواقع التواصل الاجتماعى فى أوقات الأزمات جاءت فى المرتبة الأخيرة بنسبة ٣٢.٧٥%.

* هذا الجدول اتيح فية اختيار أكثر من بديل .

اختبارات الفروض:-

١. توجد علاقة دالة احصائيا بين معدل تعرض المؤسسات الامنية للأخبار الزائفة وبين مدى ثقة الجمهور في المؤسسات الامنية.

مدى ثقة الجمهور في المؤسسات الامنية		
٠.٩٦٩	Pearson Correlation	معدل تعرض المؤسسات الامنية للأخبار الزائفة
٠.٠٠٠	Sig.(2-tailed) الدلالة الاحصائية	
٤٠٠	N	
معامل الارتباط دال احصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠١		

للتحقق من صحة الفرض تم استخدام معامل ارتباط بيرسون للتعرف على اثر المتغيرين والتفاعل بينهما ويتضح من هذا الجدول السابق :-

وجود علاقة طردية قوية بين معدل تعرض المؤسسات الأمنية للأخبار الزائفة وبين مدى ثقة الجمهور في المؤسسات الامنية ٠.٩٦٦ وهي دالة عند ٠.٠١ وبذلك يتحقق الفرض.

٢. توجد فروق ذات دلالة احصائيا بين العوامل الديمغرافية للجمهور ، وبين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية .



أولاً : توجد فروق ذات دلالة احصائيا بين متغير النوع ، وبين معرفة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى .

جدول رقم (١٢)

الدلالة الاحصائيا	قيمة T	أنثى		ذكر		
		الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	المتوسط الحسابى	
٠.٠٠٠	٧.٣٥٦	٩.٥٤	٣٣.٩٤	٥.٢٦	٢٧.٠٦	مدى التعرض للاخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى

أظهر اختبار T.Test إلى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة احصائيا بين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى وبين متغير النوع .

حيث أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائيا عند مستوى الدلالة (٠.٠١) حيث كانت قيمة (T) المسحوبة (-٧.٣٥٦) ومستوى دلالة (٠.٠٠١ > ٠.٠٠٠) .

وبذلك لا يقبل الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة احصائيا بين متغير النوع ، وبين معرفة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى .

ثانياً : توجد فروق ذات دلالة احصائيا بين متغير السن ، وبين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعي.

جدول رقم (١٣)

الدالة الاحصائيا	قيمة F	أقل من ٣٠ سنة		أقل من ٢٥ سنة		أقل من ٢٠ سنة		معرفة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي	
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري		
٠.٠٠٠	٣٧.٧٨٥	٠.٤٥	٣٦.٢٧	٥.٤٧	٢٧.٤٨	٠.٣٦	٣٧.٨٦	١٨.٥٦	٢٢.٣٨

وبتحليل التباين أحادي الاتجاه Avano وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث تشير نتائج الجدول إلى أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير السن وبين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعي.

حيث أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠١) حيث كانت قيمة (F) المسحوبة (٣٧.٧٨٥) ومستوى دلالة (٠.١ > ٠.٠٠٠).

وبذلك لا يقبل الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة احصائيا بين متغير السن ، وبين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعي.



ثالثاً: توجد فروق ذات دلالة احصائيا بين متغير التعليم، وبين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى.

جدول رقم (١٤)

الدلالة الاحصائية	قيمة F	فوق جامعى		جامعى		متوسط		مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى.
		الانحراف الغيارى	المتوسط الحصائى	الانحراف المغيارى	المتوسط الحصائى	الانحراف المغيارى	المتوسط الحصائى	
٠.٠٠٠	٣٦٧.٢٣١	٠.٠٠٠	٢.٠٠٠	٤.٤٨	٣٤.٦٥	٣.٠٠٣	٢٣.٥٢	

تشير نتائج الجدول إلى أنه يوجد فروق ذات دلالة احصائية بين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى وبين متغير التعليم .

حيث انه توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٠١) حيث

كانت قيمة (f) غير دالة احصائياً على النحو التالى

مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى حيث بلغت

قيمة (ف) المحسوبة (٣٦٧.٢٣١) ومستوى دلالة (٠.٠٠١ > ٠.٠٠٠).

وبذلك يقبل الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة احصائياً بين متغير التعليم، وبين

مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى.

رابعاً: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متغير الحالة الإجتماعية ، وبين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى.

جدول رقم (١٥)

الدلالة الإحصائية	قيمة T	أعزب		متزوج		مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى.
		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
٠.٠٠٠٠	٣٣.٥٢٧-	١.٠٠٤	٨٧.٢٥	١٦.٧٤	٦٧.٦٧	

أظهر اختبار T.test إلى أنه لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية بين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى ، وبين متغير الحالة الإجتماعية .

حيث أنه لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠١) حيث كانت قيمة (T) غير دالة احصائياً على النحو التالى

حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة لمعرفة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى (٣٣.٥٢٧-) ومستوى دلالة (٠.٠٠٠٠ > ٠.٠٠١) .



وبذلك لا يقبل الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة احصائيا بين متغير الحالة الإجتماعية ، وبين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى.

خامساً: توجد فروق ذات دلالة احصائيا بين متغير المنطقة السكانية ، وبين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى.

جدول (١٦)

الدلالة الإحصائية	قيمة F	المدينة		الحضر		الريف		
		الانحراف المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الانحراف المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	الانحراف المتوسط الحسابى	الانحراف المعيارى	
.....	٢٥.٠٧٨	٥.٥٧	٣١.٢٦	٣.٢٣	٢١.٧٤	٠	٢٥.٠٠	مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى

تشير نتائج الجدول إلى أنه يوجد فروق ذات دلالة احصائيا بين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى ، وبين متغير المنطقة السكنية .

حيث أنه توجد فروق ذات دلالة احصائيه عند مستوى دلالة (٠.٠١) حيث كانت قيمة (F) غير دالة احصائيا على النحو التالى:



مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة (٢٥.٠٧٨) عند مستوى دلالة (٠.٠٠١ > ٠.٠٠٠) .
وبذلك يقبل الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة احصائياً بين متغير المنطقة السكانية، وبين مدى التعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الإجتماعى.

النتائج العامة للدراسة:-

١. أكدت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يشعرون بالحدز حول الأخبار التى يشاركونها على مواقع التواصل الاجتماعى ، كما أن غموض مصدر الخبر يؤثر على مصدقيته.
٢. أكدت نتائج الدراسة على أن الأخبار الزائفة أكثر إثارة من الأخبار الصحيحة كما إنها أكثر انتشاراً .
٣. ٨٣% من أفراد العينة يؤكدون أن المؤسسات الأمنية تتعرض للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى ، فى حين ٥٢% من أفراد العينة يتقون فى الأخبار المقدمة عن المؤسسات على مواقع التواصل الإجتماعى.
٤. كثرة انتشار الأخبار الزائفة حول المؤسسات الأمنية تكون اتجاة سلبى لدى الجمهور وتهتز ثقة الجمهور فى المؤسسات الأمنية.



توصيات الدراسة :-

- توصى الدراسة بضرورة تعدد وسائل الرد على الأخبار الزائفة باستخدام شتى الطرق الإعلامية سواء عن طريق الصفحات الرسمية الإلكترونية أو الإعلام التقليدى وبأقصى سرعة .
- ضرورة انشاء ادارات الكترونية لمتابعة مواقع التواصل الاجتماعى مع تفعيل سيادة قوانين الدولة على ناشرين الأخبار الزائفة ، ومن يتداولها .
- الاستعانة بالخبراء الاعلاميين لعمل حملات ارشادية لمعرفة الجماهير
- التفرقة بين الأخبار الزائفة والصحيحة من قبل مديرى الصفحات لتجنب تداول الأخبار الزائفة.

المراجع:-

- ¹ Tomi Pesonen (2018) "The Effect of Fake news on Consumer Trust in Social Media Marketing", **Bachelor's Thesis**, Metropolia University of Applied Sciences, pp.1-39, Available At: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024>.
- ² Guess, Andrew; Nyhan, Brendan; Reifler, Jason (2018), "**Selective Exposure to Misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign**", Dartmouth.edu. Retrieved February 4, 2018. P1-49.
- ³ Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. ***Journal of Economic Perspectives***, V31.N2., P 211-236.
- ⁴ Conroy, N. J., Rubin, V. L., & Chen, Y. (2015). Automatic deception detection: Methods for finding fake news. ***Proceedings of the Association for Information Science and Technology***, V52.N1, P 1-4.
- ^٥ أسامة زارع (٢٠١٨) تعرض المراهقين للمبادرات الرسمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقته باتجاهاتهم نحوها ، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، جامعة عين شمس ، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الإعلام.
- ⁶ Mellon, J., & Prosser, C. (2017). "Twitter and Facebook are not representative of the general population: Political attitudes and demographics of British social media users" ، **Research & Politics**, vol.4, No.(3), pp554-601.
- ^٧ إسرائ قميحة (٢٠١٧) تأثير تعرض الشباب الجامعي للأخبار السلبية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاتهم نحو العنف :دراسة تحليلية ميدانية ، **رسالة ماجستير غير منشورة** ، جامعة المنصورة، كلية الآداب، قسم الاعلام.
- ^٨ مصطفى رفعت (٢٠١٧) اتجاهات الرأي العام الإلكتروني لمستخدمي الشبكات الاجتماعية نحو أحداث التحول الديمقراطي بمصر :دراسة تطبيقية لما بعد ٣٠ يونيو ، **رسالة دكتوراه غير منشورة** ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم العلاقات العامة والإعلان.



⁹ T. Vasanthi and M. Padmapriy (2016) " Students ' Perception and Attitude on Social Networking Sites ", **International Journal of Marketing Research Review** ,Vol.4 ,No.2 ,pp.20-27.

¹⁰ مفتاح محمد (٢٠١٥) العلاقة بين اتجاهات الجمهور الليبي نحو مواقع التواصل الاجتماعي وإدراكه لدورها في الواقع السياسي الليبي ، بحث منشور ، **مجلة الساتل** ، جامعة مصراته ، ليبيا ، مجلد ٩ ، عدد ١٣ ، ص١٤١-١٦٩ .

¹¹ Guess and other. **op.cit.**

¹² Allcott, H., & Gentzkow, M ، **op.cit.**

¹³ أسامة زراع ، مرجع سابق .

¹⁴ Tomi Pesonen, **op.cit.**



المراسلات

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

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

الرقم المختصر : ١٩٦٤٤ محمول : ٦٩ / ٦٨ / ٦٧ / ٥٦ (٠١)

رقم الإيداع بدار الكتب المصرية : ١٨٩٦٤ / ٢٠١٤ م

ISSN for Journal: (ISSN 2357-0407)

E.mail: crsjournal@sha.edu.eg

الموقع الإلكتروني : magazine.sha.edu.eg

متاحة على قاعدة بيانات دار المنظومة

www.mandumah.com