

الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الإجتماعى و تأثيرية الآخرين

د. أميرة سمير طة دروريش*

ملخص الدراسة:

سعيًا وراء وضع تصور لحجم الخطر الذى يستشعره الناس نحو انتشار الأخبار الزائفة، لا سيما عبر وسائل التواصل الاجتماعى، ركزت الدراسة على هذه الظاهرة فى ضوء نظرية تأثيرية الآخرين. تنقسم الدراسة إلى شقين: الشق الكمي، الذى اعتمد على إجراء دراسة مسحية على عينة مكونة من 250 من طلاب الإعلام بالجامعات المصرية. فى الوقت نفسه اعتمد الشق الكيفى على إجراء مقابلات متعمقة مع مجموعة من الصحفيين الاستقصائيين، ومجموعة من المؤثرين على موقع فيسبوك. تم التوصل إلى عدة نتائج من أهمها: إثبات صحة الفرض الإدراكى لنظرية تأثيرية الآخرين؛ حيث تبين أن المبحوثين يعتقدون أن الآخرين أكثر منهم تأثراً بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعى، وأن هذا الاعتقاد له علاقة ايجابية دالة بالفجوة الإدراكية بين (تعرض الذات وتعرض الآخرين) لهذه النوعية من الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعى. أما فيما يتعلق بالفرض السلوكى للنظرية، فقد تبين عدم وجود علاقة دالة بين إدراك تأثيرية الآخرين بالأخبار الزائفة أكثر من الذات، وكل من درجة تأييد الإجراءات التقييدية، ودرجة تأييد الإجراءات التصحيحية المتمثلة فى

تطبيق محو الأمية الإعلامية، فى حين تبين وجود علاقة ايجابية دالة بالنسبة للإجراءات التصحيحية المتمثلة فى نية القيام بنشاط عبر وسائل التواصل الاجتماعى. وجد كذلك أن الفاعلية الذاتية فى تقييم الأخبار الزائفة كان لها علاقة ايجابية دالة بدرجة تأييد الإجراءات التقييدية والتصحيحية. على الجانب الآخر ومن خلال الدراسة الكيفية، وضع المبحوثون رؤيتهم للإجراءات التقييدية والتصحيحية التى يرون ضرورة اتخاذها لمواجهة هذه الظاهرة، ومحاولة الحد من تأتى

الكلمات المفتاحية: الأخبار الزائفة؛ تأثيرية الآخرين؛ وسائل التواصل الاجتماعى؛ الإجراءات التقييدية والتصحيحية؛ محو الأمية الإعلامية

* استاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب- جامعة طنطا

Fake News on social media and Third Person Effect

Abstract:

In order to propose a solid vision about how dangerous that people feel towards the spreading of fake news, especially through social media, the study aimed to focus on this phenomenon in light of the theory of the “Third Person Effect”. The study is divided into two parts: the quantitative part, which was based on conducting a questionnaire on a sample of 250 mass communication students, while the qualitative part relied on conducting in-depth interviews with groups of investigative journalists and influencers on Facebook.

Results:

-It was found that the respondents believe that others are more affected than them by fake news on social media, and that belief has a positive and significant relationship with the perceptual gap between (self-exposure and others exposure) to this type of news.

-It was found also that there was no significant relationship between respondents’ belief- that others are more affected than them- by fake news on social media, and both the degree of support for restrictive actions, and the degree of support for media literacy interventions, while it was found that there was a positive and significant relationship with the degree of support for corrective actions (intent to engage in social media activism). It was found that the self-efficacy in evaluating fake news had a positive and significant relationship with the degree of support for restrictive and corrective actions. Regarding to the qualitative study, the respondents developed their vision of the restrictive and corrective actions needed to fight this phenomenon and limiting its impact.

Key Words:

Fake News; Third Person Effect; social media; restrictive and corrective actions; media literacy.

مقدمة

ارتبط التطور السريع لوسائل التواصل الاجتماعي بتسهيل عملية نشر المعرفة، حيث لا يوجد أي قيود على هذه الوسائل قد تحد من عملية انتشار الأخبار والمعلومات بصفة عامة.

وفقا لمركز بيو للأبحاث فإن ما يقرب من سبعة من كل عشرة أمريكيين يستخدمون أحد مواقع التواصل الاجتماعي، وهي حصة ظلت مستقرة نسبياً على مدى السنوات الخمس الماضية. وبحسب أحدث دراسة مسحية للمركز لعام 2021 فقد تبين أن موقعي يوتيوب وفيسبوك قد سيطرا على المشهد؛ حيث وجد أن 81% من البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية يستخدمون اليوتيوب في حين أن 69% يستخدمون الفيسبوك (Auxier & Anderson, 2021).

تتفق هذه الاحصائيات مع العديد من الدراسات العربية الحديثة، التي توصلت إلى ارتفاع معدل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، والاعتماد عليها بوصفها مصدر أساسي لاستقاء الأخبار والمعلومات (ابراهيم، 2019؛ يسعد، 2020؛ سلامة، 2020؛ محمود 2022)

في ظل هذا الاعتماد المتزايد على هذه الوسائل تثار مشكلة عالمية على قدر كبير من الخطورة تتمثل في انتشار الأخبار الزائفة عبر هذه الوسائل جنبا إلى جنب مع الأخبار الحقيقية وبشكل يصعب على الشخص العادي أن يفرق بين النوعين.

وعلى الرغم من أن هذه الأخبار الزائفة لها تأثيرات قد تكون محدودة على المستوى الفردي، إلا أنها في النهاية يمكن أن يكون لها نتائج واسعة النطاق، كما أن تواجها يمكن أن تستمر لمدى زمني بعيد. لعل أحد أبرز نتائج انتشار مثل هذه الأخبار يتمثل في دفع وتوجيه الرأي العام في اتجاهات مضللة، وهو ما قد يكون له تبعات غاية في الخطورة من الناحية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

ومع تفاقم هذه المشكلة في السنوات الأخيرة ثار النقاش حول مدى إمكانية التحكم في هذه الظاهرة بالغة الخطورة، لا سيما وأن أصابع الاتهام جميعها تربط فكرة نشر الأخبار الزائفة بوسائل التواصل الاجتماعي، بل واعتبار هذه الوسائل هي المسئول الأول عن هذه الظاهرة.

ويواجه فيسبوك – الذي يعد الأكبر بين مواقع التواصل الاجتماعي عالميا - منذ فترة طويلة نسبيا نقدا لاذعا، فمن خلال إحدى جلسات الاستماع المشتركة -التي ضمت ممثلين لصانعي السياسات في العالم- واجه موقع فيسبوك انتقادات تمثلت في عدم قدرة الموقع على وقف انتشار المعلومات الخاطئة وحماية البيانات الشخصية للمستخدمين (Romm, 2018).

وقد اعترفت مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وتويتر بأن هناك حسابات زائفة على شبكتها يمكن من خلالها نشر معلومات كاذبة، أو دعم أو مهاجمة فكرة أو منتج أو مرشح، بشكل قد يؤثر على اتخاذ مستخدمي هذه الشبكات لقراراتهم المختلفة. (Atodiresei et al., 2018)

وفى إطار إحساس هذه المواقع بالمسئولية سعى بعضها إلى القيام ببعض الإجراءات التى من شأنها الحد من انتشار الأخبار والمعلومات الزائفة. يأتى على رأس هذه الإجراءات ما قامت به إدارة الفيسبوك من الإعلان عن إنشاء ما أطلق عليه " غرفة الحرب الانتخابية" والتى يتم من خلالها اختبار تحديثات وإعادة تصميم البرمجيات بما يضمن اجتناب المعلومات الخاطئة ومراقبة الأخبار الزائفة وحذف الحسابات المزيفة (Corbu et al., 2020, p.166).

لا شك أن محاربة المحتوى الزائف قد أصبح مطلباً عالمياً ملحا، وهو الأمر الذى أسفر عن طرح العديد من الإجراءات تتلخص فى الآتى: (Lazer et al., 2018)

- تمكين الأشخاص من تحسين قدراتهم فى تقييم جودة مصادر الأخبار من خلال التعليم.
- تشجيع البرامج التدريبية على المهارات النقدية للمعلومات فى المدارس الابتدائية والثانوية.
- قيام المنصات المختلفة على شبكة الانترنت بتعديل الخوارزميات وذلك لزيادة جودة المحتوى.

الأخبار الزائفة Fake News

ظهر مصطلح الأخبار الزائفة لأول مرة من خلال الصحفى الكندى كريج سيلفرمان الذى استخدمه فى إحدى تغريداته عام 2014 التى هاجم فيها أخبارا كاذبة كان قد نشرها أحد مواقع الأخبار الوهمية. وقد قام سيلفرمان عام 2016 بنشر مجموعة مقالات حول الأخبار الزائفة التى كانت جزءا من الانتخابات الرئاسية الأمريكية (لحمر، 2020، ص 581).

وبالفعل فقد أصبح تأثير القصاص الإخبارية الكاذبة أو ما أطلق عليه مصطلح "الأخبار الزائفة" التى يتم تداولها عبر وسائل التواصل الاجتماعى مصدرا للقلق (Allcot et al., 2017, p.212). فبحسب تقدير (Guess et al. 2018, p.4) فإن 27.4% من الأمريكيين الذين تبلغ أعمارهم 18 عامًا أو أكثر قد اطلعوا على مقال على موقع إخباري زائف سواء كان مؤيدا لترامب أو لكلينتون خلال الأسابيع الأخيرة من حملة الانتخابات الرئاسية عام 2016.

وقد تعددت المحاولات لوضع تعريف دقيق لمصطلح الأخبار الزائفة fake news ؛ حيث يعرفها الخطاب المعاصر – وخاصة التغطية الإعلامية - على أنها "تشير إلى منشورات تنتشر على نطاق واسع، وتستند إلى حسابات وهمية مصنوعة لتبدو وكأنها تقارير إخبارية" (Tandoc et al., 218, p.138) كما تم تعريفها بوصفها " المعلومات التى تم تليفها ونش ها عمدًا بقصد خداع الآخرين وتضليلهم من خلال تصديق الأكاذيب أو الشك فى الحقائق التى يمكن التحقق منها؛ وهى معلومات مضللة يتم تقديمها -أو من المحتمل أن يتم إدراكها- على أنها أخبار" (McGonagle, 2017, p203).

وفقا لتعريف (Lazer et al.,2018, p.1094) فالأخبار الزائفة هي " معلومات ملفقة تحاكي محتوى وسائل الإعلام الإخبارية في الشكل ولكن ليس في العملية التنظيمية أو القصد".

وقد قام (Tandoc el al.,2018) بمراجعة 34 مقال أكاديمي استخدم مصطلح "الأخبار الزائفة". وقد توصلوا إلى أن هذه الدراسات حصرت الأشكال التي تقدم من خلالها الأخبار الزائفة في الآتي: السخرية والمحاكاة الساخرة للأخبار والتلفيق والتلاعب والدعاية والإعلان. وتظهر جميع هذه الأشكال مدى تشابه الأخبار الزائفة مع الأخبار الحقيقية من ناحية الشكل؛ سواء من حيث شكل المواقع أو كيفية كتابة المقالات. بالإضافة لذلك، فالأخبار الزائفة تحاكي انتشار الأخبار الحقيقية من خلال بناء شبكة من المواقع المزيفة. من خلال هذا الاختلاس لمصادقية الأخبار، يمكن للأخبار الزائفة تقويض شرعية الصحافة، لا سيما في بيئة وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يتم غالبًا إزالة المصدر الفعلي للمعلومات.

ترى (Wardle, 2017) أنه على الرغم من الاتفاق على عدم فائدة مصطلح "الأخبار الزائفة"، إلا أنه لا يوجد مصطلح بديل. وربما تكمن إشكالية المصطلح في أن الأمر لا يتعلق بالأخبار فقط، ولكنه يتعلق بالنظام البيئي للمعلومات بأكمله الذي ينقسم بدوره إلى ثلاثة عناصر هي: الأنواع المختلفة للمحتوى الذي يتم إنتاجه ومشاركته، ودوافع أولئك الذين ينتجون هذا المحتوى، وطرق نشر هذا المحتوى. في الوقت نفسه فإن صفة الزيف لا تعبر عن درجة تعقيد المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة.

وقد قدم كل من (Wardle & Derakhshan, 2017, p 20) إطارًا مفاهيميًا جديدًا أول مكوناته هو ما أطلقوا عليه "اضطراب المعلومات" information disorder، والذي يشمل ثلاثة أنواع، وذلك من أجل حل مشكلة الخلل التي كانت تحدث في ظل مصطلح "الأخبار الزائفة". تتمثل هذه الأنواع في:

- المعلومات الخاطئة Mis-information: وتشير إلى معلومات كاذبة، ولكن لا يقصد منها إحداث ضرر متعمد.
- المعلومات المضللة Dis-information: وتشير إلى معلومات كاذبة تم إنتاجها عن عمد لإلحاق الضرر بشخص أو مجموعة اجتماعية أو منظمة أو دولة.
- المعلومات الضارة Mal- information: وهي المعلومات التي تستند إلى الواقع، وتستخدم لإلحاق الضرر بشخص أو منظمة أو دولة.

يؤكد هذا المعنى (Wang et al., 2019, p1-2)؛ حيث يرون أن مصطلح الأخبار الزائفة fake news يتداخل مع مصطلحي المعلومات الخاطئة misinformation والمعلومات المضللة disinformation، والتي تعكس جميعها الرسائل والقصص والنظريات أو الآراء غير الصحيحة التي تنتشر بسرعة من خلال الاتصالات الاجتماعية أو وسائل الإعلام عبر الإنترنت. فقط يكمن الفرق في القصد وطريقة الانتشار.

بغض النظر عن الاختلاف بين العلماء في تحديد أبعاد المصطلح أو وجود مصطلحات بديلة، فإن ما يدق ناقوس الخطر هو تطور الأمر حتى أصبح إنتاج وتوزيع الأخبار الزائفة صناعة ذات أهداف تجارية. تأتي شركة Media vibes SNC البلجيكية كأبرز مثال على ذلك؛ حيث تمتلك أكثر من 180 عنوان URL مخصصا لصناعة ونشر أخبار زائفة على الويب وعلى شبكات التواصل الاجتماعي مثل 24aktuelles.com و react 365.com، بالإضافة إلى إمداد مستخدمي الانترنت بتطبيق لتطوير أخبارهم الزائفة ونشرها على حساباتهم على شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ما أدى لظهور مفهوم "الأخبار الزائفة التي ينتجها مستخدمى الانترنت". (Figueira& oliveira, 2017 p.819)

مما سبق يتضح لنا مدى خطورة الموقف وتشعب الظاهرة التي أصبحت تمثل خطرا ليس على المستوى المحلي فقط ولكن على المستوى العالمي كذلك، مما يدعو إلى محاولة تكثيف الجهود البحثية من أجل التوصل إلى حلول للقضاء على هذه الظاهرة أو على الأقل الحد من تأثيرها.

الإطار النظري والدراسات السابقة:

نظرية تأثيرية الآخرين* (TPE) Third Person Effects

بحسب نظرية تأثيرية الآخرين Third Person Effect التي وضعها دافيسون " فالناس يميلون إلى المبالغة في تقدير التأثير الذي تمارسه الرسائل الإعلامية على اتجاهات وسلوكيات الآخرين، كما أن التأثير الذي يتوقعونه لهذا الاتصال على الآخرين قد يدفعهم إلى القيام ببعض السلوكيات" (Davison, 1983,p.3).

في هذا الإطار يمكن أن نفرق بين فرضيين أساسيين لنظرية تأثيرية الآخرين:

أولاً: الفرض الإدراكي Perceptual Hypothesis :

يشير هذا الفرض إلى وجود فجوة بين المدركات حول تأثيرات وسائل الإعلام على الذات وعلى الآخرين (Corbu et al., 2020,p.168). ويشير إلى ذلك بـ Third Person Perception (TPP).

يتمثل أحد الجوانب المهمة للفرض الإدراكي في كونه مرتبط بالرسائل ذات النتائج غير المرغوب فيها أو غير المقبولة اجتماعيا، وهي حالة يطلق عليها نتيجة طبيعية للتأثير السلبي (Gunther& Story, 2003/P.200)، مثل المحتوى الإباحي والدعائي والتمرن الإلكتروني.

وقد حاول العديد من الباحثين تقديم تفسير لهذا الفرض الإدراكي من الناحية السيكلوجية؛ حيث ناقش (Rucinski& Salmon, 1990) في دراستهما إمكانية فهم ذلك من خلال نظرية الإسناد Attribution Theory، وخاصة من خلال مفاهيم مثل "تحيز خدمة الذات" "Self-Serving Bias".

* تم تبني الترجمة التي وضعها أ.د. أيمن منصور ندا لنظرية Third person effect ؛ حيث أن الترجمة الحرفية لمسمى النظرية "تأثير الشخص الثالث" لا يعبر عن النظرية بشكل واضح.

أشار أيضا كل من (Yang & Horning, 2020, p.3) إلى العديد من الدراسات التي فسرت ذلك من خلال مفهوم "تحيز التعزيز الذاتي" Self-Enhancements Bias الذي يقود الأفراد إلى التقليل من قابليتهم للتأثر بالرسائل غير المرغوب فيها اجتماعيا، والمبالغة في تقبلهم للرسائل المرغوبة اجتماعيا بغرض الحفاظ على صورة ذاتية متفوقة وتعزيز الأنا.

يفسر ذلك أيضا في ضوء ما يطلق عليه "التحيز المتفائل" Optimistic Bias ؛ حيث يميل الناس للشعور بأنهم أكثر ذكاء ودراية أو أنهم لديهم تحصن أكثر من الآخرين، ومن ثم فهم أقل عرضة للتأثير الإعلامي. (Gunther & story, 2003, p.200)

كما يعتقد أن هذه الظاهرة مثال على حماية الصورة الذاتية Self-Protection Image ؛ حيث تؤكد نظريات حماية الصورة الذاتية على قيام الأفراد بتصفية (فلتر) تأثيرات الاتصال بناء على الكيفية التي يعتقدون أنها تعكس بها على أنفسهم. (Jensen & Hurley, 2005, p.243)

ثانيا: الفرض السلوكي Behavioral Hypothesis:

طبقا لهذا الفرض فإن إدراك وجود تأثيرات للمحتوى الإعلامي على الآخرين أكبر من تلك التأثيرات المدركة على الذات يرتبط باتخاذ موقف معين أو القيام بفعل ما حيال ذلك (Davison, 1983).

بحسب (Sun et al., 2008) فإن التفاوت بين التأثيرات المدركة للرسائل الإعلامية على الذات والآخرين يقود إلى سلوكيات محددة تتمثل في تقييد الرسائل الإعلامية ذات التأثير السلبي، وتصحيح الرسائل ذات التأثير الغامض أو الملتبس، وتضخيم الرسائل ذات التأثير الإيجابي.

وقد سعى العديد من الباحثين من خلال اختبارهم للفرض السلوكي لنظرية تأثيرية الآخرين إلى دراسة الإجراءات التقييدية بصفة خاصة والتي قد تتمثل في تأييد وجود رقابة على وسائل الإعلام، أو تفعيل الإجراءات التنظيمية من قبل الحكومة.

الواقع أن تأييد مثل هذه الإجراءات التقييدية وعلى رأسها الرقابة على وسائل الإعلام ينبع من نظرية دافع الحماية Protection Motivation. طبقا لهذه النظرية فإن إدراك الخطر المحدق بالآخرين قد يكون دافعا للجوء إلى استراتيجيات لمواجهة الخطر ومحاولة السيطرة عليه (Shah et al., 1999, p.245)

أما فيما يتعلق بالإجراءات التصحيحية فيرى (Rojas, 2010, p.347) أنها تشير إلى "سلوكيات سياسية تأتي كرد فعل يستند على المدركات حول وسائل الإعلام وتأثيراتها، وتسعى هذه السلوكيات إلى التأثير في المجال العام". وتتنوع الإجراءات التصحيحية ما بين تصحيح محتوى عن طريق الاشتراك في محادثات سياسية (Barnidge & Rojas, 2014) أو القيام بالإجراءات التصحيحية من خلال نشاط على الانترنت، لا سيما عبر وسائل التواصل الاجتماعي (Lim & Golan, 2016; Golan & Lim, 211).

وفى إطار الإجراءات التصحيحية - فيما يتعلق بالأخبار الزائفة - طرح بعض الباحثين تدخلات محو الأمية الإعلامية* Media Literacy Interventions كاستراتيجية يمكن الاعتماد عليها؛ مما يسهم فى تحسين تقييم الأشخاص لجودة مصادر المعلومات، وهو ما يتمثل فى تدريب طلاب المدارس على المهارات النقدية (Lazer et al., 2018, p.1095). فى الوقت نفسه سعى بعض الباحثين إلى التركيز على أهمية محو الأمية الإعلامية لوسائل الإعلام الرقمية (Lee, 2018).

نظرية تأثيرية الآخرين بين الأخبار الزائفة وموضوعات أخرى

كما أوضحنا سابقا فإن الدراسات التى سعت لاختبار نظرية تأثيرية الآخرين ركزت على المحتوى الإعلامى غير المقبول اجتماعيا، وفى السنوات الأخيرة ومع تفاقم ظاهرة الأخبار الزائفة سعى عدد من الباحثين إلى دراسة هذه الظاهرة - باعتبارها محتوى غير مقبول- فى ضوء نظرية تأثيرية الآخرين. وسوف نستعرض نتائج مجموعة من الدراسات التى تناولت الأخبار الزائفة، بالإضافة إلى عدد من الموضوعات الأخرى .

الفرض الإدراكي:

سعى الكثير من الدراسات إلى اختبار الفرض الإدراكي لنظرية تأثيرية الآخرين، فمن خلال دراسة (Yang & Tian, 2021) التى سعت إلى اختبار النظرية فى إطار الأخبار الزائفة عن جائحة كورونا، أظهر التحليل أن هناك تباين بين إدراك تأثر الذات/ الآخرين بالأخبار الكاذبة حول الجائحة، مما يعنى أن المبحوثين قدروا أن الآخرين أكثر منهم تأثرا بهذه الأخبار.

توصل كذلك (Corbu et al., 2020) فى دراستهم التى طبقت على عينة فى رومانيا، أن مدركات المبحوثين حول قدراتهم على اكتشاف الأخبار الزائفة أكبر من مدركاتهم حول قدرة الآخرين على اكتشاف هذه الأخبار.

ومن خلال دراسة (Yang & Horning, 2020) - التى أجريت لاختبار نظرية تأثيرية الآخرين فى إطار الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعى، والتى طبقت على عينة مكونة من 335 مبحوثا- أقر المبحوثون بأن تأثير الأخبار الزائفة على الآخرين كان أكبر من تأثيرها على أنفسهم.

توصل أيضا كل من (Cheng & Chen, 2020) - فى إطار دراستهما حول الأخبار الزائفة المرتبطة بالشركات - والتى استندت على نموذج التأثير المفترض لوسائل الإعلام* IPI - إلى أن المبحوثين يفترضون وجود تأثير للأخبار الزائفة حول الشركات على الآخرين أكبر من تأثيرها عليهم.

* تم استخدام مصطلح " محو الأمية الإعلامية" وهو الترجمة الحرفية لمصطلح media literacy؛ حيث ترى الباحثة أنه أكثر ملائمة من تعبير " التربية الإعلامية".

* وفقا لنموذج تأثير التأثير المفترض (IPI) the influence of presumed in fluence، فإن المدركات حول تأثير وسائل الإعلام على الآخرين سيؤثر على اتجاهات الأفراد وسلوكهم.

ومن خلال دراسة (Ho et al.,2019) - التي طبقت على 1187 من آباء الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 8 و 17 عامًا في سنغافورة- فقد تبين أن الآباء يرون أن الأطفال الآخرين أكثر عرضة للتنمر الإلكتروني عبر الانترنت أكثر من أطفالهم.

كما توصلت دراسة (Rosenthal et al.,2018) -التي تم تطبيقها على عينة بلغت 1012 مبحوث في سنغافورة - إلى أن المبحوثين يرون أن المحتوى الإباحي له تأثير سلبي على الآخرين أكبر من تأثيره عليهم.

أما كل من (Jang &Kim, 2018) فقد طبقا دراستهما حول الأخبار الزائفة على عينة بلغت 1299 مبحوث على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية. وقد توصلنا من خلالها إلى أن الأفراد يعتقدون أن الأخبار الزائفة لها تأثير على الجماعات السياسية الخارجية (التي لا ينتمون إليها) أكبر من تأثيرها عليهم أو على الجماعات التي ينتمون إليها.

في دراسة (Lim) (2017) , حول إعلانات الجراحات التجميلية على شبكة الانترنت تبين صحة الفرض الإدراكي ؛ حيث أظهرت النتائج أن المبحوثين يرون الآخرين أكثر منهم تأثرا بهذه الإعلانات.

وقد وجد كل من (Golan& Lim, 2016) في دراستهما حول الدعاية التي تقوم بها منظمة داعش الإرهابية لتجنيد الأشخاص عبر الانترنت، أن المبحوثين يرون أن الآخرين قد يتأثرون بهذه الدعاية أكثر من أنفسهم.

كما اختبرت دراسة (Chen et al.,2015) نظرية تأثيرية الآخرين في سياق المواد الإباحية على الإنترنت في الصين. وقد أشارت نتائج الدراسة التي طبقت على 533 مبحوث إلى وجود تباين كبير بين التأثيرات المدركة على الذات وعلى الآخرين لصالح تأثر الآخرين.

وفي دراسة (Lim& Golan, 2011) حول مشاهدة مقاطع فيديو تمثل محاكاة سياسية ساخرة، أظهرت النتائج أن المبحوثين يرون أن هذه المقاطع مؤثرة على الآخرين أكثر من تأثيرها عليهم.

وفي العام نفسه أجرى (Wei, Chia ,& Lo, 2011) دراسة خلال فترة الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2008؛ حيث طبقت الدراسة على 541 مبحوثا. وقد تبين من التحليل أن المبحوثين يرون أن الآخرين أكثر تأثرانهم بالتقارير الإعلامية التي تتناول استطلاعات الرأي في فترة الانتخابات.

في الإطار نفسه نفسه أجرى (Wei, Lo, &Lu,2011) دراسة في إطار الانتخابات الرئاسية في تايوان (2008). وقد طبقت الدراسة على 1097 مبحوثا. وقد أظهرت النتائج أن المبحوثين يدركون أن الآخرين أكثر عرضة لتأثيرات أخبار استطلاعات الرأي الانتخابية من أنفسهم.

الفرض السلوكي:

على الرغم من ثبوت صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثيرية الآخرين بالنسبة للمحتوى الإعلامي غير المقبول اجتماعيا كما اتضح لنا من استعراض الدراسات السابقة، إلا أن النتائج فيما يتعلق باختبار الفرض السلوكي جاءت متباينة إلى حد ما؛ حيث لم تثبت صحة الفرض السلوكي في بعض الدراسات، وهو ما سيتضح من استعراض الدراسات التالية:

توصلت دراسة (Yang & Horning, 2020) إلى أن إدراك تأثيرية الآخرين بالأخبار الزائفة أكثر من الذات كان مرتبطا بشكل سلبي بتأييد الرقابة. أما عن الإجراءات التصحيحية، فقد تبين من التحليل كذلك أن إدراك تأثيرية الآخرين أكثر من الذات كان له تأثير سلبي مباشر على نية مشاركة الأخبار التي تم الحصول عليها من وسائل التواصل الاجتماعي؛ حيث أن الأشخاص الذين يرون أن الآخرين أكثر تأثرا منهم بالأخبار الزائفة أقل استعدادا لمشاركة الأخبار.

أظهرت أيضا نتائج دراسة (Cheng & Chen, 2020) أن التأثير المفترض للأخبار الزائفة الخاصة بالشركات على الآخرين له علاقة إيجابية بتأييد كل من الإجراءات التصحيحية التي تقوم بها الشركة و تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية ، بالإضافة إلى تأييد التنظيم الحكومي.

من خلال دراسة (Jang & Kim, 2018) فقد أثبت التحليل أن دعم الإجراءات التنظيمية كان مرتبطا سلبيا بإدراك تأثيرية الآخرين أكثر من الذات، في حين كان تأييد محو الأمية الإعلامية مرتبطا إيجابيا بإدراك تأثيرية الآخرين أكثر من الذات.

أما دراسة (Lim, 2017) فقد أثبتت أيضا صحة الفرض السلوكي لنظرية تأثيرية الآخرين؛ حيث أظهر التحليل وجود علاقة إيجابية بين إدراك تأثيرية الآخرين بشكل أكبر من الذات وتأييد الرقابة على إعلانات الجراحات التجميلية عبر الانترنت. في حين لم تكن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة بين إدراك تأثيرية الآخرين بشكل أكبر من الذات واحتمالية المشاركة في أنشطة تصحيحية.

وجد كذلك كل من (Golan & Lim, 2016) من خلال دراستهما وجود علاقة إيجابية دالة بين إدراك تأثيرية الآخرين أكثر من الذات بالمحتوى الذي تبثه داعش عبر الانترنت وزيادة تأييد فكرة تنظيم هذا المحتوى، وكذلك احتمالية المشاركة في أنشطة تصحيحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي مثل مشاركة محتوى مناهض لداعش على الصفحات الشخصية. وتدعم هذه النتائج الفرض السلوكي سواء في شكل الإجراءات التقيدية أو التصحيحية.

أما دراسة (Barnidge & Rojas, 2014) والتي طبقت على مجموعة من المبحوثين في كولومبيا، فقد توصلت إلى أن التأثير المفترض لوسائل الإعلام على الآخرين يرتبط بقيام المبحوثين بإجراء تصحيحي يتمثل في الحديث عن السياسة مع الآخرين (الدوائر المقربة) ومع الأشخاص ممن يتبنون وجهات نظر مختلفة.

كما أظهرت دراسة (Lim & Golan, 2011) أن إدراك التأثير السلبي على الآخرين لمقطع فيديو تتضمن محاكاة سياسية ساخرة كان مرتبطا بشكل إيجابي بزيادة احتمالات اتخاذ إجراء تصحيحي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال التعليق على مواقع مشاركة مقاطع الفيديوها مثل "يوتيوب" أو إنتاج ونشر مقطع فيديو يتعارض مع المحتوى المعروض.

في الوقت نفسه، فقد توصل كل من (Wei, Chia, & Lo, 2011) إلى أن إدراك الباحثين لتأثيرية الآخرين بشكل أكبر من الذات كان مرتبطا باحتمالية تأييد القيود التي يجب أن تفرض على استطلاعات الرأي.

في الإطار نفسه توصل (Wei, Lo, & Lu, 2011) إلى أن إدراك التأثيرات السلبية لأخبار استطلاعات الرأي الانتخابية على الآخرين له علاقة إيجابية ذات دلالة بنية تأييد القيود على هذه التقارير. كما أظهر التحليل أيضا عدم وجود علاقة دالة بين الآثار السلبية المدركة حول أخبار استطلاعات الرأي الانتخابية على الذات والآخرين واحتمالية المشاركة في خطاب الحملة.

التعرض لوسائل الإعلام :

سعى العديد من الباحثين إلى دراسة العلاقة بين التعرض للمحتوى غير المقبول اجتماعيا والفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بهذا المحتوى. على سبيل المثال، فقد توصل (Corbu et al., 2020) من خلال دراستهم إلى أن التعرض المدرك للأخبار الزائفة كان له علاقة إيجابية دالة بإدراك قدرة الذات على اكتشاف الأخبار الزائفة أكثر من الآخرين (سواء الجماعات القريبة أو البعيدة).

كما وجد كل من (Paek & Gunther, 2007) – من خلال دراستهما التي استندت إلى نموذج تأثير التأثير المفترض (IPI)، وطبقت على عينة من المراهقين- أن التعرض المدرك للآخرين (غير المدخنين) للرسائل الإعلامية الخاصة بمكافحة التدخين كان له علاقة إيجابية دالة بالتأثير المفترض لهذه الرسائل عليهم (سواء لجماعات الأقران القريبة أو البعيدة)، في حين أن التعرض المدرك لهذه الرسائل (للمجموعة المدخنة) كان مرتبطا إيجابيا وبشكل دال بالتأثير المفترض للرسائل بالنسبة لجماعة الأقران القريبة فقط.

في الوقت نفسه افترض العديد من الباحثين وجود فجوة بين تقدير حجم تعرض الذات وتقدير حجم تعرض الآخرين للمحتوى الإعلامي غير المقبول اجتماعيا؛ حيث يقل الأشخاص غالبا في حجم تعرضهم، في حين يبالغون في حجم تعرض الآخرين لمثل هذا المحتوى (Golan & Lim, 2016, p.4684).

قام بعض الباحثين كذلك بدراسة العلاقة بين الفجوة الإدراكية بين (تعرض الذات وتعرض الآخرين) والفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين).

على سبيل المثال، فقد توصل (Lim, 2017) إلى وجود علاقة إيجابية دالة إحصائياً بين الفجوة الإدراكية بين (تعرض الذات وتعرض الآخرين) لإعلانات جراحة التجميل عبر الإنترنت والفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بهذه الإعلانات.

أما (Golan & Lim, 2016) فقد أظهرت دراستهما أن فجوة التعرض المدركة بين (الذات/الآخرين) لرسائل داعش عبر وسائل التواصل الاجتماعي كان لها علاقة إيجابية بإدراك تأثرية الآخرين أكثر من الذات.

الفاعلية الذاتية:

طبقاً لباندورا (Bandora, 1977 p.193) فإن توقع الفاعلية يشير إلى "الاقتناع بأن الشخص قادر على أن ينفذ السلوك المطلوب بنجاح لتحقيق النتائج". وقد سعى عدد من الباحثين إلى دراسة العلاقة بين الفاعلية وتأثرية الآخرين في مكوناتها الإدراكية والسلوكية. وقد ركز العديد من الباحثين على متغير الفاعلية efficacy وذلك بعدة طرق مختلفة ترتبط بالتعريف الإجرائي الذي تتبناه الدراسة.

في إطار علاقة الفاعلية الذاتية بالمكون الإدراكي، فقد اختبرت العديد من الدراسات هذه العلاقة انطلاقاً من الافتراض بأن الأكثر شعوراً بالفاعلية الذاتية سوف يكون تقديره لتأثير المحتوى غير المقبول اجتماعياً عليه أقل من تأثيره على الآخرين. فقد توصل (Rosenthal et al., 2018) من خلال دراستهم حول المحتوى الجنسي في الأفلام إلى أن الأشخاص يعتقدون أن الآخرين أقل منهم في فاعلية التنظيم الذاتي Self-Regularity Inefficacy، وأن ذلك يرتبط بالاعتقاد بأن الآخرين أكثر عرضة للتأثير السلبي لهذا المحتوى.

وفي إطار دراسة الدور الوسيط للفاعلية الذاتية في العلاقة بين المشاركة المجتمعية وإدراك تأثرية الآخرين أكثر من الذات، توصل (Yang & Tian, 2021) إلى وجود علاقة إيجابية مباشرة بين الفاعلية الذاتية وإدراك تأثرية الآخرين أكثر من الذات بالأخبار الزائفة حول جائحة كورونا.

قام أيضاً بعض الباحثين بدراسة العلاقة بين الفاعلية الذاتية في التعامل مع التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال وتأثرية الآخرين؛ حيث قام كل من (Cheng & Chen, 2020) من خلال دراستهما باختبار متغير الفاعلية الذاتية لتقييم الأخبار الزائفة من خلال نموذج تأثير التأثير المفترض (IPI)؛ حيث عرفاها بأنها "إيمان الفرد بقدرته على تقييم الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي" (p.5). وقد توصل الباحثان إلى أن الفاعلية الذاتية – وفقاً لهذا التعريف- كان لها علاقة إيجابية بالتأثير المفترض للأخبار الزائفة على الآخرين.

كذلك وجد (zhong, 2009) أن متغير الفاعلية الذاتية للتعامل مع الإنترنت Internet Self- Efficacy كان مرتبطاً بشكل دال بإدراك تأثرية الآخرين أكثر من الذات، وذلك بالنسبة للألعاب عبر الإنترنت.

أما الفاعلية السياسية الخارجية External Political Efficacy -التي تشير إلى "معتقدات الفرد حول استجابة الحكومة لمحاولات التأثير من قبل الأفراد" (McLeod et al., 1999, p.319) فقد ربطها بعض الباحثين بتأثيرية الآخرين، لاسيما بالنسبة للمحتوى الإعلامي السياسي. على سبيل المثال توصل كل من (Jang & Kim, 2018) إلى وجود علاقة إيجابية بين الفاعلية السياسية الخارجية وإدراك تأثيرية الآخرين أكثر من الذات .

على الجانب الآخر فقد اختبر بعض الباحثين الفرض المتعلق بالعلاقة بين الفاعلية الذاتية والنتائج السلوكية لتأثيرية الآخرين سواء تمثل ذلك في تأييد الإجراءات التقييدية أو الاشتراك في الأنشطة والإجراءات التصحيحية.

على سبيل المثال فقد ركز (Lim, 2017) على مفهوم الفاعلية السياسية الذاتية عبر الانترنت OPSE- حيث يجمع هذا المفهوم بين الفاعلية الذاتية عبر الانترنت والفاعلية السياسية - وربطها بالإجراءات التقييدية والتصحيحية؛ حيث أظهرت نتائج دراسته أن هناك علاقة إيجابية دالة بين الفاعلية السياسية الذاتية عبر الانترنت وتأييد كل من الإجراءات التقييدية والتصحيحية الخاصة بإعلانات التجميل عبر شبكة الانترنت.

وفي دراسة (Golan & Lim, 2016) أظهر التحليل وجود علاقة إيجابية ذات دلالة بين الفاعلية السياسية الذاتية عبر الانترنت وكل من احتمالية الاشتراك في الإجراءات التصحيحية وتأييد الإجراءات التقييدية.

الاهتمام السياسي:

طبقا لـ (Corbu et al. 2020, p.169) فإن متابعة الأخبار والأحداث السياسية باستمرار سوف تبني للأشخاص قاعدة معرفية واسعة تمكنهم من اكتشاف أى محتوى إعلامى مفبرك. وفقا لذلك فإن هؤلاء الأشخاص يمكن ينظروا إلى الآخرين الأقل اهتماما بالسياسة بوصفهم أكثر تأثرا بالمواد الإعلامية المضللة. فى ضوء ذلك قاموا بدراسة العلاقة بين الاهتمام السياسى والفجوة الإدراكية بين (قدرة الذات وقدرة الآخرين) على اكتشاف الأخبار الزائفة. وقد توصلوا بالفعل إلى أن الأشخاص الأكثر اهتماما بالسياسة يرون أنهم أكثر قدرة من الآخرين (المجموعة القريبة أو البعيدة) على اكتشاف الأخبار الزائفة.

مشكلة الدراسة

نظرا لخطورة ظاهرة انتشار الأخبار الزائفة وارتباطها بوسائل التواصل الاجتماعى بشكل خاص، وما يتبع ذلك من نتائج فى غاية فى الخطورة تتبلور مشكلة الدراسة فى " التعرف على حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثر الذات وتأثر الآخرين بالأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعى) والعلاقة بين حجم هذه الفجوة والجانب السلوكى المقترح لمواجهة هذه الظاهرة والمتمثل فى تأييد اتخاذ العديد من الإجراءات التقييدية والتصحيحية لمواجهة مثل هذه الأخبار."

أهداف الدراسة

1. التعرف على تقدير هؤلاء الطلاب لحجم تعرضهم/ مدى تأثرهم/ قدرتهم على اكتشاف الأخبار الزائفة ومقارنة ذلك بتقديرهم لحجم تعرض/ درجة تأثر/ قدرة اكتشاف الآخرين لهذه الأخبار.
2. التعرف على مستوى الفاعلية التي يرى أفراد العينة أنها تتوفر لديهم لتقييم الأخبار الزائفة التي يتعرضون لها على وسائل التواصل الاجتماعي.
3. تحديد درجة تأييد العينة لاتخاذ إجراءات تقييدية، وإجراءات تصحيحية (تتمثل في استعدادهم للمشاركة في أنشطة تصحيحية عبر مواقع التواصل الاجتماعي من شأنها مواجهة هذه الظاهرة بشكل عملي وتأييدهم لتطبيق محو الأمية الإعلامية).
4. دراسة العلاقة بين الفجوة الإدراكية (بين تأثر الذات وتأثر الآخرين) بالأخبار الزائفة ودرجة تأييد طرق محاربة هذه الأخبار والتي تتمثل في مجموعة من الإجراءات التقييدية والتصحيحية.
5. المقارنة بين رؤية المؤثرين على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والصحفيين الاستقصائيين للظاهرة وطرق مواجهتها.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في الآتي:

1. تجمع الدراسة بين كونها دراسة كمية، وهو ما يتجلى في مسح يجرى على عينة من الطلاب في تخصص الإعلام ، ودراسة كيفية، وهو ما يتمثل في إجراء مقابلات متعمقة مع مجموعة من أصحاب الصفحات من المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي، ومجموعة من الصحفيين في مجال الصحافة الاستقصائية.
2. قلة الدراسات العربية التي ركزت على اختبار نظرية تأثرية الآخرين.
3. نظرا لطبيعة الموضوع، وخطورة ظاهرة الأخبار الزائفة فقد تم التركيز في الجانب الكمي من الدراسة على طلاب الإعلام بشكل خاص باعتبار أنهم الإعلاميون في المستقبل، ومن ثم فإن دراسة توجهاتهم نحو هذه الظاهرة يمثل موضوعا ملحا.

الإجراءات المنهجية:

- فروض الدراسة

تسعى الدراسة في الجزء الكمي منها (الدراسة الميدانية) إلى اختبار الفروض التالية:

الفرض الأول

يدرك الفرد أن الآخرين أكثر منه تأثرا بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الثاني

يدرك الفرد أن الآخرين أقل منه قدرة على اكتشاف الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الثالث

كلما زاد حجم الفجوة الإدراكية بين (تعرض الذات وتعرض الآخرين) للأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي، زاد حجم الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بهذه الأخبار.

الفرض الرابع

كلما زاد مستوى الاهتمام السياسي، زاد حجم الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الخامس

كلما ارتفع مستوى الفاعلية الذاتية لتقييم الأخبار الزائفة، زاد حجم الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بهذه الأخبار.

الفرض السادس

هناك علاقة إيجابية بين حجم الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي، وكل من:

أ. درجة تأييد الإجراءات التقييدية لمواجهة هذه الأخبار.

ب. درجة تأييد الإجراءات التصحيحية (نية المشاركة في أنشطة على وسائل التواصل الاجتماعي) لمواجهة هذه الأخبار.

ج. درجة تأييد الإجراءات التصحيحية (تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية) لمواجهة هذه الأخبار.

الفرض السابع

هناك علاقة إيجابية بين الفاعلية الذاتية في تقييم الأخبار الزائفة، وكل:

أ. درجة تأييد الإجراءات التقييدية لمواجهة الأخبار الزائفة.

ب. درجة تأييد الإجراءات التصحيحية (نية المشاركة في أنشطة على وسائل التواصل الاجتماعي) لمواجهة الأخبار الزائفة.

ج. درجة تأييد الإجراءات التصحيحية (تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية).

المنهج

تعتمد الدراسة في جانبها الكمي على منهج المسح بالعينة. أما في الجزء الكيفي فيتم من خلال

In- depth interview المتعمقة

أداة جمع البيانات:

- بالنسبة للدراسة المسحية : تتمثل أداة جمع البيانات في استمارة استبيان تم تصميمها بحيث تتضمن أسئلة تقيس كافة متغيرات الدراسة.
- بالنسبة للدراسة الكيفية: تم تصميم دليل للمقابلات المتعمقة الخاصة بأصحاب الصفحات الجادة (المؤثرين)، ودليل آخر خاص بالمقابلات المتعمقة مع الصحفيين الاستقصائيين.

العينة:

الدراسة المسحية

- تم تطبيق البحث على عينة عمدية من طلاب الإعلام في الجامعات المصرية المختلفة (الحكومية والخاصة). وقد بلغ حجم العينة 250 طالب وطالبة.

الدراسة الكيفية

- تم إجراء مقابلات متعمقة مع خمسة من المؤثرين* ممن يقدمون محتوى يتعلق بالشئون العامة والأحداث الجارية على مواقع التواصل الاجتماعي. تم أيضا إجراء مقابلات متعمقة مع خمسة من الصحفيين الاستقصائيين* المهتمين بظاهرة الأخبار الزائفة.

* تكونت عينة المؤثرين من كل من:

- تم إجراء مقابلات متعمقة مع عدد من المؤثرين في مجال الشأن العام، وهم:
- أ.د. حسن على. أستاذ الإعلام والعميد الأسبق لكلية الإعلام – جامعة قناة السويس (عدد المتابعين: 5000)
- أ.د. خالد رفعت. أستاذ بكلية الهندسة، ورئيس مركز طبية لقياس الرأي العام (720 ألف عدد المتابعين: ألف متابع).
- محمد قريش مهندس وكاتب وله عدد من المؤلفات (عدد المتابعين = 11 ألف متابع).
- عقيد مهندس عمرو عمار: كاتب جيوسياسي وله العديد من المؤلفات (عدد المتابعين: 36500 على الحساب الرسمي- وعلى الصفحة 82000 ألف متابع).
- محمد صلاح: كاتب freelancer وله عدة مؤلفات (عدد المتابعين 5000 من الأصدقاء+ 27300 متابع)

* تكونت عينة الصحفيين الاستقصائيين من كل من:

- أحمد عاشور: مشرف تحقيقات في مؤسسة أريج ومدير مشروع " حرر وتحز" الذي أطلقته الشبكة العربية لمدققى المعلومات من أريج. حاصل على جائزتي معهد جوتة الألماني للمقال والتحقيقات 2015 و 2018 وجائزة أريج لعام 2020.
- مها صلاح الدين: صحفية بيانات ومدربة ومشرفة على مدققى المعلومات بشبكة أريج. حاصلة على عدد من الجوائز المحلية والعربية والدولية منها: جائزة نقابة الصحفيين 3 مرات على التوالي- جائزة أفضل تحقيق مدفوع بالبيانات في الوطن العربي من شبكة أريج- جائزة الاتحاد الأوروبي لقضايا الهجرة.

مقاييس الدراسة:

التعرض المدرك للأخبار الزائفة

يقصد بالتعرض المدرك تقدير الشخص لمعدل تعرضه/ تعرض الآخرين للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.

تم قياس ذلك بشكل يتوافق مع دراسة (Golan& Lim, 2016)، وذلك على النحو التالي:

- تم سؤال المبحوثين عن تقدير تعرضهم / تعرض الآخرين للأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من خلال مقياس خماسي (من لا أتعرض إطلاقاً = 1 إلى أتعرض كثيراً = 5).

وقد تم الحصول على الفجوة الإدراكية (بين تعرض الذات وتعرض الآخرين) للأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال طرح درجات تعرض الذات من درجات تعرض الآخرين.

-التأثير المدرك للأخبار الزائفة

يشير التأثير المدرك للأخبار الزائفة إلى تقدير الشخص لحجم تأثير الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي عليه وعلى الآخرين.

وقد تم قياس هذا التأثير بشكل يتوافق مع كل من (Golan& Lim,2016; Jang&Kim, 2018)، وذلك على النحو التالي:

- ما مدى تأثير الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي عليك، وذلك من خلال مقياس خماسي من (لا تؤثر إطلاقاً=1 وحتى تؤثر جداً=5).
- ما مدى تأثير الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الآخرين، وذلك من خلال مقياس خماسي من (لا تؤثر إطلاقاً=1 وحتى تؤثر جداً=5).
- تم الحصول على الفجوة الإدراكية (بين تأثر الذات وتأثر الآخرين) بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال طرح التأثير المدرك للأخبار الزائفة على الذات من التأثير المدرك على الآخرين.

-
- صفاء عبد الحميد: مؤسس ومدير تنفيذي لمؤسسة إعلاميات مصر - حاصلة على الجائزة التقديرية للتميز الصحفي من نقابة الصحفيين وجائزة شبكة الصحفيين الدوليين في الكتابة الرقمية- حاصلة على جائزة مؤسسة BMW للأفكار الرائدة.
 - محمد زيدان: صحفي استقصائي ومدرب دولي ومستشار بالمركز الدولي للصحفيين ICFJ. حاصل على جائزة دانيال بيرل للتقارير الاستقصائية – جائزة تقارير الأعمال الاستقصائية ضمن فريق أوراق باندورا 2022- حاصل على المركز الأول في جائزة National Headliner.
 - هدى زكريا: صحفية استقصائية ومدير تحرير تليفزيون اليوم السابع.

اكتشاف الأخبار الزائفة

يقصد باكتشاف الأخبار الزائفة أنها تقدير الشخص لمدى قدرته/ قدرة الآخرين على اكتشاف الخبر الزائف على مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد تم قياس ذلك بشكل يتوافق مع دراسة (Corbu et al.,2020) مع التعديل، وذلك على النحو التالي:

- هل ترى أنك تستطيع أن تكتشف الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال مقياس خماسي؛ حيث (لا تستطيع أن اكتشفها مطلقا $I=1$ وحتى اكتشافها دائما $I=5$)

- هل ترى أن الآخرين قادرون على اكتشاف الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال مقياس خماسي؛ حيث (غير قادرين على اكتشافها مطلقا $I=1$ وحتى قادرين على اكتشافها دائما $I=5$).

- تم الحصول على الفجوة الإدراكية بين (قدرة الذات وقدرة الآخرين على اكتشاف الأخبار الزائفة) من خلال طرح درجات قدرة الآخرين على اكتشاف الأخبار الزائفة من درجات قدرة الذات على اكتشاف هذه الأخبار.

الاهتمام السياسي

يشير الاهتمام الدراسي إلى تقدير الشخص لمدى اهتمامه بالأحداث السياسية بشكل عام.

وبشكل متوافق مع دراسة (Corbu et al. 2020) تم قياس مستوى الاهتمام السياسي من خلال مقياس خماسي للسؤال التالي: ما مدى اهتمامك بالأمر السياسي؛ حيث (غير مهتم مطلقا $I=1$ وحتى مهتم جدا $I=5$).

الفاعلية الذاتية لتقييم الأخبار الزائفة

يقصد بالفاعلية الذاتية لتقييم الأخبار الزائفة مدى اعتقاد الفرد بأن لديه قدرات تمكنه من التعرف على أي أخبار زائفة على هذه الوسائل والتحقق منها، بالإضافة إلى العمل على الحد من تأثيرها.

وقد تم قياس هذا المتغير بشكل يتوافق مع دراسة (Cheng & Chang.,2020) وذلك من خلال مقياس تجميعي خماسي بطريقة ليكرت؛ حيث كانت معارض جدا $I=1$ معارض $I=2$ - محايد $I=3$ - موافق $I=4$ - موافق جدا $I=5$ وذلك للعبارات التالية:

- أعتقد أنني يمكنني تحديد المعلومات الخاطئة بنفسى.
- أعرف كيفية التحقق من الأخبار والمعلومات الكاذبة أو الخاطئة من خلال مواقع التحقق.
- أعتقد أنني يمكن أن أنشر أو اشارك الحقائق بدلا من المعلومات الخاطئة.
- أعتقد أنني يمكنني تقليل احتمالية مشاركة أو تلقي المعلومات الخاطئة.

تأييد الإجراءات التقييدية

يقصد بالإجراءات التقييدية مجموعة القرارات والقوانين التي تتخذها الحكومة والجهات المعنية من أجل منع انتشار الأخبار الزائفة.

تم قياس هذا المتغير بشكل متوافق مع طريقة قياس (Jang&kim, 2018; Yang& Horning,2020)، وذلك من خلال مقياس تجميعي خماسي بطريقة ليكرت الخماسي؛ حيث كانت معارض جدا= 1 معارض= 2 - محايد= 3 - موافق= 4 - موافق جدا= 5 وذلك للعبارات التالية:

- يجب أن يتم منع الأخبار التي تحتوي على معلومات كاذبة ومضللة.
 - لا بد من دعم التشريعات الخاصة بمنع الأخبار الكاذبة.
 - يجب أن تقوم المواقع وشركات الإنترنت مثل فيسبوك وجوجل بحظر الأخبار الزائفة.
 - يجب على الحكومة وضع قوانين وقواعد تنظم التعامل مع الأخبار الكاذبة.
 - الإجراءات التصحيحية (نية الإشتراك في أنشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي):
- المقصود بالإجراءات التصحيحية بعض الأفعال التي قد يقوم بها الشخص من أجل تصحيح معلومات زائفة مثل الإشتراك في محادثة، أو القيام ببعض الأنشطة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

تم قياس هذا المتغير بشكل متوافق مع طريقة قياس (Golan& Lim, 2016)، وذلك من خلال مقياس تجميعي خماسي بطريقة ليكرت؛ حيث كانت معارض جدا= 1 معارض= 2 - محايد= 3 - موافق= 4 - موافق جدا= 5 وذلك للعبارات التالية:

- سأشارك المحتوى الذى يقول الحقيقة على حسابى على مواقع التواصل الاجتماعي.
- سأعرض على صفحتى خطوات للتأكد من صدق الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- سأمتنع عن نشر أى محتوى كاذب على حساباتى على مواقع التواصل الاجتماعي حتى لو بغرض انتقاده.

-الإجراءات التصحيحية (تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية)

تشير محو الأمية الإعلامية إلى القيام بتعليم الفرد العديد من المهارات التي تمكنه من التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة بشكل يضمن له الحماية من أى آثار ضارة لمحتوى هذه الوسائل.

تم قياس هذا المتغير بشكل متوافق مع طريقة قياس (Jang& kim, 2018)

تم قياس هذا المتغير من خلال مقياس تجميعي خماسي بطريقة ليكرت؛ حيث كانت معارض جدا= 1 معارض=2 – محايد=3 - موافق=4 – موافق جدا=5 وذلك للعبارات التالية:

- من المهم تعليم مستخدمي الإنترنت تحليل الرسائل الإعلامية.
- لابد من تعليم مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي كيفية اكتشاف الأخبار الكاذبة والمضللة.
- يجب تدريب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على كيفية تقييم ونقد ما يعرض من أخبار عليهم.

اختبارات صدق وثبات مقاييس الدراسة

- صدق المقاييس

تم استخدام الاتساق الداخلي Internal Consistency لكل مقاييس الدراسة؛ حيث تم قياس الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس من أجل تقدير مدى ارتباط العبارات بالمقياس ككل ودلالة هذا الارتباط. وفقا لذلك تم الحصول على النتائج التالية:

- مقياس الفاعلية الذاتية لتقييم الأخبار الزائفة

جدول رقم (1) معاملات الارتباط بين كل عبارة ومجموع المقياس الكلي لمقياس الفاعلية الذاتية

العبارة	درجة لارتباط بالمقياس الكلي
1	** 0.632
2	**0.761
3	**0.819
4	**0.687

** ارتباط له دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.001

- مقياس تأييد الإجراءات التقييدية

جدول رقم (2) معاملات الارتباط بين كل عبارة ومجموع المقياس الكلي لمقياس تأييد الإجراءات التقييدية

العبارة	درجة لارتباط بالمقياس الكلي
1	**0.812
2	**0.816
3	**0.761
4	**0.815

** ارتباط له دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.001

– مقياس الإجراءات التصحيحية

جدول (3) معاملات الارتباط بين كل عبارة ومجموع المقياس الكلي لمقياس الإجراءات التصحيحية (النشاط عبر وسائل التواصل الاجتماعي)

العبارة	درجة لارتباط بالمقياس الكلي
1	**0.796
2	**0.815
3	**0.642

** ارتباط له دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.001

– الإجراءات التصحيحية (مقياس تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية)

جدول رقم (4) معاملات الارتباط بين كل عبارة ومجموع المقياس الكلي لمقياس تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية

العبارة	درجة لارتباط بالمقياس الكلي
1	** 0.803
2	**0.835
3	**0.838

** ارتباط له دلالة إحصائية عند مستوى أقل من 0.001

من خلال الجداول السابق يتضح لنا أن معاملات الارتباط بين عبارات كل مقياس ودرجته الكلية جاءت قوية في معظم الحالات، وأعلى من المتوسط في بعض الحالات، كما أنها دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من 0.01، مما يدل على أن مقاييس الدراسة تتمتع بصدق عالي.

- ثبات المقاييس

تم حساب معامل ألفا كرونباخ Cronbach's alpha لكل مقياس من مقاييس الدراسة؛ حيث جاءت النتيجة على النحو التالي:

جدول رقم (5)

معامل ثبات ألفا كرونباخ Cronbach's alpha

المقياس	Cronbach's alpha
تأييد الإجراءات التقييدية	0.855
تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية	0.847
القيام بإجراءات تصحيحية عبر وسائل التواصل الاجتماعي	0.861
الفاعلية الذاتية لتقييم الأخبار الزائفة	0.861

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن مقاييس الدراسة تتمتع بدرجة ثبات مرتفعة؛ حيث تراوحت قيمة معامل ألفا ما بين (0.847 إلى 0.861)، وهي نسب توحى بالثقة في صلاحية مقاييس الدراسة.

التحليل الإحصائي

لاختبار فروض الدراسة تم الاعتماد على الاختبارات الإحصائية التالية:

- اختبار "ت" Paired T- test.
- تحليل الانحدار المتعدد القياسى.

نتائج الدراسة

أولاً: نتائج الدراسة الكيفية

ركزت الدراسة فى شقها الكيفى على إجراء مقابلات متعمقة مع مجموعتين:

المجموعة الأولى: ضمت خمسة من الصحفيين الاستقصائيين بوصفهم أقرب الناس تعاملًا مع ظاهرة الأخبار الزائفة.

المجموعة الثانية: تكونت من خمسة من المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعى، ممن يقدمون محتوى متعلق بالشئون العامة.

- نتائج المجموعة الأولى (الصحفيين)

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وفقا للمحاور المطروحة بدليل المقابلة، وذلك على النحو التالى:

- المحور الأول: مفهوم الأخبار الزائفة

أجمع المبحوثون على أن الأخبار الزائفة هي تلك التى تشمل معلومات غير صحيحة بشكل كامل أو بشكل جزئى، كما أن نشر هذه الأخبار قد يتم بشكل متعمد أو غير متعمد؛ حيث ترى (صفاء عبد الحميد) أن ذلك قد يحدث بسبب "إهمال الإعلاميين فى التحقق من صحة الأخبار فى بعض الأحيان". وبحسب (مها صلاح الدين) فقد تكون هذه الأخبار فى صورة حملات كاملة " لصنع التريند"، وهو ما قد يحدث أحيانا من خلال استخدام الروبوتات مثل الحملات التى تطلق على تويتر.

أوضح 2 فقط من المبحوثين (محمد زيدان وأحمد عاشور) أن مفهوم اضطراب المعلومات information disorder ربما يكون أكثر دقة. وهنا فرقا بين كل من:

- المعلومات الخاطئة misinformation : وهى المعلومات الخاطئة التى تنتشر بشكل غير متعمد.

- المعلومات المضللة *disinformation*: وهي المعلومات الخاطئة أو الموضوعية في سياق مختلف ويكون الهدف من نشر هذه المعلومات إحداث ضرر مقصود بشخص مثلا عن طريق الإضرار بسمعته أو حتى تحسين صورة بعض الأشخاص.
- كما أضاف (أحمد عاشور) فئة المعلومات الضارة: *malinformation* : وهي معلومات صحيحة، ولكنها لا تحقق أى مصلحة عامة من نشرها. ويمكن استخدامها من أجل إحداث الضرر مثل التسريبات الشخصية.
- بصفة عامة يمكن القول أن تعريف (محمد زيدان وأحمد عاشور) يتماشى مع الجهود التي قام بها الباحثون لمحاولة للوصول إلى تقديم رؤية أشمل للأخبار الزائفة.
- وما يلفت النظر هنا اعتبار التسريبات ضمن المعلومات الضارة، وهو ما يدين هذا النوع من المحتوى الإعلامي الذي بدأ ينتشر في السنوات القليلة الماضية باعتباره نوعا من السبق الإعلامي الذي يتفاخر به الإعلاميون على الرغم من تعارض ذلك مع المثل الأخلاقية.

المحور الثاني

الأخبار الزائفة بين الإعلام الجديد - لا سيما وسائل التواصل الاجتماعي- والإعلام التقليدي:

- أجمع المبحوثون على أن الظاهرة ليست جديدة بل ارتبطت بالإعلام التقليدي أيضا من خلال ما يطلق عليه الصحافة الصفراء، إلا أن الأمور كانت تحت السيطرة خاصة وأن هذه النوعية من الصحف كانت توجهاتها معروفة للجميع.
- أرجع (أحمد عاشور) الظاهرة لأبعد من ذلك؛ حيث يرى أن الظاهرة لا ترتبط بالنظام الإعلامي فقط ولكنها نتاج للنظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي، لذلك فقد ظهرت الأخبار الزائفة في فترة ما بين الحربين العالميتين وفي فترة الحرب الباردة من خلال الدعاية.
- أجمع المبحوثون على أن الظاهرة أخذت منحى خطرا جدا مع ظهور الإعلام الجديد وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي. ووفقا لـ (صفاء عبد الحميد) " فالرقمنة صاحبت ظهور إعلام المواطن الذي أصبح هو صانع المحتوى أو حتى مشارك لمحتوى لا يعرف مدى دقته". بطبيعة الحال ينتج عن ذلك في أحيان كثيرة محتوى لا يلتزم بأبسط القواعد المهنية، مما يخلق حالة من "الفوضى الإعلامية والتي توصف بأنها حالة هلامية" على حد تعبير(صفاء عبد الحميد).
- وترى كل من (هدى زكريا ومها صلاح الدين) أن المواقع الإخبارية – حتى تلك التابعة للمؤسسات الإعلامية الكبرى- أصبحت تلهث وراء تحقيق السبق وزيادة معدل المشاهدات دون مراعاة لفكرة التدقيق والتحقق. في الوقت الذي بدأت فيه هذه المواقع في

للجوء أحيانا إلى مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار، وهو ما يعكس بدوره مزيدا من الفوضى الإعلامية.

خلاصة القول أن المشهد الإعلامي الحالي يتسم بالتخبط الشديد نتيجة ممارسات المؤسسات الإعلامية التي لم تستطع حتى الآن الموازنة بين القواعد والضوابط المهنية والتطور في تكنولوجيا الإتصال الذي أدى إلى تغييرات جذرية في المشهد الإعلامي، والذي أفرزت بدوره ظاهرة إعلام المواطن مما عكس مزيدا من الفوضى الإعلامية وزاد من ارتباك المشهد.

المحور الثالث: التأثير بالأخبار الزائفة

أجمع المبحوثون على أنهم على الرغم من خبرتهم إلا أنهم في بعض الأحيان – كجزء من الجمهور- قد يتأثرون بالأخبار الزائفة. لا سيما الأخبار المرتبطة بالنجوم في مجال الفن أو الرياضة (أحمد عاشور- هدى زكريا) أو بالمعلومات الدينية (صفاء عبد الحميد). كما أفرت (مها صلاح الدين) أنها وقعت سابقا في فخ نشر خبر زائف على صفحتها. وبطبيعة الحال عبر المبحوثون عن أن الموقف اختلف إلى حد كبير بعد احترافهم للصحافة الاستقصائية التي تفرص اكتساب مهارات التحقق والتدقيق للمعلومات.

تلقت هذه النتيجة الانتباه إلى أن الأخبار الزائفة ظاهرة خطيرة حتى أن آثارها قد تطال المتخصصين في مجال تدقيق المعلومات الذين قد يقعون في خطأ تصديق خبر كاذب والتصرف وفقا لذلك.

المحور الرابع: تأثر الآخرين بالأخبار الزائفة

أجمع المبحوثون على أن الأخبار الزائفة تؤثر بشدة على الناس العادية وأن هذا التأثير يتمثل في العديد من المشكلات التي قد تحدث في المجتمع نتيجة لانتشار وتصديق مثل هذه الأخبار.

المحور الخامس: القدرة الذاتية على اكتشاف الأخبار الزائفة (في إطار التعرض العادي)

أجمع المبحوثون على أن الخبرة حاليا أصبحت تلعب دورا كبيرا في قدرتهم على اكتشاف الخبر الزائف مؤكدين على أن هناك عدة علامات تعد حاسمة في الحكم بعدم دقة الخبر، وذلك على النحو التالي:

- "توقيت الخبر/ وما الدافع وراء نشر الخبر/ كثافة النشر" (صفاء عبد الحميد)
- "المصدر المجهل/العنوان ليس له علاقة بمتن الخبر/ ذكر أشياء لا تبدو منطقية" ذكر أحد الفنانين أنه قد حصل على لقب أكثر فنان ملهم في موسوعة جينيس، في حين أن الموسوعة لا تحتوى على بند الالهام من الأساس" (مها صلاح الدين)
- "الصورة بدون مساحات بيضاء على الجانبين تؤكد أنه قد تم التلاعب بالصورة / في حالة وجود فيديو يتم حذف المعلومات الخاصة به/ الخلط بين الرأي والمعلومة والتركيز على

المشاعر/ عدم وجود الرابط التشعبي Hyperlink اذا كان الخبر على مواقع التواصل الاجتماعي" (أحمد عاشور).

بنظرة سريعة على إجابات المبحوثين نجد أن معظم ما ذكره هي علامات تؤخذ كدلالات منطقية تقود إلى الحكم على مدى دقة الخبر أو على الأقل تثير الشك الذي يمكن أن يقود إلى مزيد من التحقق. والشئ الذي ينبغي التأكيد عليه أنه ينبغي نشر الوعي بين الناس من أجل الانتباه لتلك العلامات أثناء الاطلاع على السيل الجارف من الأخبار الذي يتعرضون له يوميا حتى لا يقعوا ضحية لخبر زائف.

المحور السادس: إمكانية اكتشاف الأشخاص العاديين للأخبار الزائفة

هناك إجماع بين المبحوثين أن الجمهور العام لا يستطيع اكتشاف الخبر الزائف بسهولة. وترى (مها صلاح الدين) أن ذلك يرجع لافتقارهم مهارات التحقق. كما تؤكد (صفاء عبد الحميد) إلى افتقار الناس للوعي بكيفية البحث على العلامات التي تميز الأخبار الحقيقية عن الأخبار الزائفة، ويتمثل نقص هذا الوعي على حد قولها في " وجود هذا الكم من الـ share (المشاركة) للأخبار على صفحاتهم على مواقع التواصل الاجتماعي".

المحور السابع: الطرق التي المتبعة من قبل الإعلاميين المحترفين للتحقق من المعلومات يؤكد (محمد زيدان) أن الخطوة الأولى من منهجية التحقق قائمة على فكرة التشكك " مفيش معلومة لا يمكن الشك فيها".

أما الخطوة الثانية والتي ركز عليها المبحوثون بالإجماع فهي خطوة التحقق والتدقيق. تشمل هذه الخطوة العديد من الإجراءات التي يقوم بها الإعلامي مخضعا في ذلك كل جزئية من المعلومات للتحقق. وقد ذكر أفراد العينة العديد من الإجراءات التي اتفقوا عليها، كما أضاف بعضهم المزيد من الإجراءات، وذلك على النحو التالي:

- التحقق من المصادر وهل هي موثوقة أو لا.
- الرجوع إلى أكثر من مصدر.
- اللجوء إلى المصادر الأولية والثانوية والمصادر المفتوحة والمغلقة (هدى زكريا).
- الرجوع للمصدر الأصلي (أحمد عاشور)
- استخدام التطبيقات الحديثة التي توفرها التكنولوجيا والتي تساعد في تدقيق كل جزئية، ومن أمثلة هذه التطبيقات:
- التحقق من الوقت والتاريخ
- <http://www.suncalc.net/>
- التحقق من الصور والفيديوهات
- <https://tineye.com/>
- <https://www.Jeffery Friedl's Image Metadata Viewer>
- التحقق من الأماكن
- <https://www.google.com/earth/> - <https://www.google.com/maps/>
- التحقق من الأشخاص
- <https://www.Namechk.com>

- التحقق من أرقام الهواتف
 - <https://www.ThisNumber.com>
 - التحقق من سجلات الشركات
 - <https://www.Opencorporates.com>
 - التحقق من الحسابات على وسائل التواصل الاجتماعي
 - <https://www.whopostedwhat.com>
- من خلال ذلك يتضح لنا تعدد الأدوات المساعدة للإعلاميين بشكل احترافي، وهي أدوات دائمة التطور، لذا يجب على أى إعلامى أن يكون ملما بهذ الأدوات وأن يكون مطلعاً بشكل دائم على أى تطورات تحدث فى هذا المجال حفاظاً على أداء أكثر مهنية.

المحور الثامن: أهم الطرق التى يمكن للشخص العادى استخدامها للتحقق من صحة الخبر

يرى المبحوثون أن أهم الطرق التى تساعد الشخص العادى على التحقق هى:

- التأكد من وضوح المصدر فى الخبر.
 - التأكد أنه مصدر موثوق فيه.
 - الرجوع لأكثر من مصدر للخبر.
 - محاولة التفرقة بين الرأى والخبر. (أحمد عاشور)
 - فى حالة وجود فيديو لابد من توافر المعلومات عنه. (أحمد عاشور)
- وكما هو واضح فإن معظم هذه التوصيات من الممكن لأى شخص عادى أن يطبقها على الأخبار التى يتعرض لها، فهى لا تستلزم مهارات خاصة، كما أنها لا تتناول التعامل مع أى أدوات احترافية. فقط تتطلب بذل القليل من الجهد وإعمال العقل.

المحور التاسع: كيفية انتشار الأخبار الزائفة

وفقاً للمبوثين فهناك 3 محاور أساسية تنتشر عن طريقهم الأخبار الكاذبة:

أولاً: على مستوى الإعلاميين: الجرى وراء السيق وتحقيق معدل عالى من المشاهدات يودى إلى عدم تحرى الدقة فيما ينشر أو يذاع. فى الوقت نفسه الاكتفاء بعرض ما هو موجود وعدم بذل الجهد الكافى للبحث عن الملابسات والتفاصيل.

ثانياً: على مستوى الناس العادية: إعادة النشر للقصص الإخبارية والمنشورات بلا أى تحقق من المحتوى . وترى (مها صلاح الدين) أن "معظم الناس تعيد نشر ما يتوافق مع أفكارهم وأهوائهم الشخصية". فى الوقت نفسه أكد (محمد زيدان) أن "الوضع يزداد سوءاً فى حالة أن يكون هذا الشخص أحد المؤثرين ممن لهم عدد كبير من المتابعين". كما أضافت (صفاء عبد الحميد) أننا "لا يجب أن نغفل خطورة Word of Mouth أى الاتصال الشخصى وتناقل الروايات الخاصة بالأحداث المختلفة"

ثالثا: الحملات الممنهجة: يؤكد (محمد زيدان) على خطورة الحملات الممنهجة التي قد توجه من قبل جهات معينة في محاولات مقصودة للإضرار بالمجتمع " استخدام البوت bots واللجان الالكترونية".

تعكس إجابات المبحوثين فكرة المسؤولية المشتركة ما بين الإعلاميين من جهة وما بين الجمهور من الجهة الأخرى. ففي ظل التطورات التكنولوجية الهائلة في مجال الاتصالات والمعلومات أصبح الجمهور جزءا لا يتجزأ من العملية الإعلامية؛ حيث اختفت فكرة الجمهور المتلقى السلبي وحل محلها الجمهور الفاعل والمتفاعل سواء بوصفه قادرا على إعادة نشر المحتوى، أو صناعة هذا المحتوى ونشره عبر العديد من المنصات الشخصية.

المحور العاشر: وعى الإعلاميين بخطورة الظاهرة وتحققهم من المعلومات

اتفقت أغلبية العينة (4 من 5) أنه على الرغم من خطورة ظاهرة الأخبار الزائفة إلا أن أغلبية الإعلاميين – حتى الإعلاميين الكبار- ليس لديهم الوعي الكافي بحجم هذه الخطورة.

ويتجلى ذلك من خلال عدم سعيهم للتحقق حتى باستخدام الطرق البسيطة معتقدين أن دورهم فقط نقل ما يدور على الساحة دون البحث والتحرى. وترى (صفاء عبد الحميد) أنهم " لا يستوثقون من كلام المصدر وضميرهم مرتاح أن الكلام جاء على لسان المصدر". وتؤكد (مها صلاح الدين) أنه " في حالة وجود أكثر من رواية للحدث يكتفوا بعرض ما يقال دون بذل مجهود للبحث عن الحقيقة فيما يتم تناوله وإبرازها"

كما تؤكد (مها صلاح الدين) على أن " الإعلاميين الذين يملكون مهارات التدقيق في مصر يعدون على أصابع اليد الواحدة".

تعكس هذه الإجابة أحد أهم وأخطر ملامح البيئة الإعلامية التقليدية والرقمية في مصر. والخطورة هنا تطال الإعلام المصري بكافة مؤسساته، وهو ما يدق ناقوس الخطر لوجود هذه البيئة التي تشجع على تفشى الأخبار الزائفة. وعوضا عن أن يكون الإعلام هو وسيلة الرد على الأخبار الزائفة يصبح أحد مصادرها. وبكلمات أخرى بدلا من أن يكون الإعلام أداة في بناء المجتمع يتحول إلى معول هدم.

المحور الحادى عشر: قضايا سادت فيها الأخبار الزائفة على الصعيدين المحلى والعالمى

جاءت إجابات المبحوثين متنوعة، وذلك على النحو التالى:

محليا: جائحة كورونا- حادثة السفينة العالقة بقناة السويس- إعادة مباراة مصر والسنغال- قضية فيرمونت.

عالميا: جائحة كورونا- الحرب الروسية الأوكرانية - انفجار مرفأ بيروت – سد النهضة.

بطبيعة الحال يتضح من خلال هذه الإجابات أن الظاهرة ليست محلية فقط، ولكنها ظاهرة عالمية، حتى أن بعض قضايانا المحلية مثل سد النهضة تنتشر حوله أخبار زائفة على مستوى العالم الخارجى ضمن الجهود الإثيوبية لكسب الرأى العام العالمى.

على الجانب الآخر، فالأخبار الزائفة لم تقتصر على مجال محدد ولكنها شملت كافة المجالات والموضوعات سواء سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، مما يؤكد على مدى تشعب مشكلة الأخبار الزائفة التي أصبحت لصيقة بكافة مناحى الحياة.

المحور الثاني عشر: الاشتراك في الجهود المبذولة للحد من ظاهرة الأخبار الزائفة

أجمع المبحوثون على اشتراكهم في العديد من الجهود لمحاربة الأخبار الزائفة سواء عن طريق التوعية بمدى خطورتها أو العمل على نشر طرق التحقق. من هذه الجهود:

- دورات لطلاب الإعلام في العديد من الجامعات المصرية (محمد زيدان/ مها صلاح الدين) .
- تدريس مادة الصحافة الاستقصائية لطلاب الدراسات العليا (هدى زكريا).
- دورات أعضاء هيئة التدريس بالجامعة (محمد زيدان).
- دورات للصحفيين بالتعاون مع مؤسسة أريج (مها صلاح الدين).
- تدريب الصحفيين على الصحافة الاستقصائية التي يعد من أهم وسائلها طرق التحقق (هدى زكريا).
- أفاد (أحمد عاشور) باشتراكه في عدة جهود تتمثل في الآتي:
 - 1- العمل كمدير لمشروع " حرر وتحرر " - الذي أطلقته الشبكة العربية لمدققي المعلومات (AFCN) التابعة لمؤسسة أريج - حيث عقدت من خلال المشروع ندوات للجماهير العام يديرها خبراء لتدريب الناس على اكتشاف الأخبار الزائفة.
 - 2- مشروع "صح" التابع للشبكة العربية لمدققي المعلومات من أريج؛ حيث تم عمل الآتي:

وضع منهجية للصحفيين للتعرف على المحتوى المراد تدقيقه. التعرف على الجهات التي تتبعها بعض الحسابات على وسائل التواصل الاجتماعي ومدى تفاعل الجمهور مع ما ينشر عليها مع إبلاغ إدارات وسائل التواصل الاجتماعي عن هذه الحسابات. بالإضافة إلى نشر تقارير دورية من خلال موقع الشبكة العربية لمدققي المعلومات عن محتوى الحسابات المضلل. " حالياً يتم عمل ترويج لهذه التقارير بحيث تصل للفئات المستهدفة".

تعطينا هذه الإجابات مؤشراً بالغ الأهمية حول وجود جهود حقيقية تبذل في مجال محاربة الأخبار الزائفة، إلا أن هذه الجهود مازالت قليلة للغاية كما أنها في نطاق الجهود الفردية وغير الرسمية، مما يستدعي مزيد من الاهتمام والدعم من المؤسسات الإعلامية المصرية سواء الرسمية أو الخاصة وعدم الاكتفاء بما هو موجود الآن؛ حيث أن الظاهرة خطيرة ونتاجها كارثية وليس من السهل السيطرة عليها.

المحور الثالث عشر: آليات محاربة الأخبار الزائفة

أجمع المبحوثون على أن هناك عدة إجراءات يمكن من خلالها محاصرة هذه الظاهرة ، وذلك من خلال:

إجراءات تقييدية (التنظيم/ الرقابة)

يرى كل من (محمد زيدان و مها صلاح الدين) أنه على الرغم من وجود جهد كبير يقوم به المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء والمتمثل في تكذيب الشائعات، إلا أن هذا الجهد لا يزال قاصرا عن محاصرة هذه الظاهرة، وقد جاءت الاقتراحات التي وضعها المبحوثون على النحو التالي:

- أجمع المبحوثون على وجوب إتاحة المعلومات للإعلاميين وللجمهور في وجود قانون يضمن حرية تداول المعلومات ومنع التعتيم، مما سيقبل من انتشار الأخبار الزائفة . وقد علق أحمد عاشور بعبارة تلخص ذلك قائلا: " العملة الصحيحة تدحض العملة الفاسدة".
- رفض فكرة الرقابة على الإعلام بشكل عام. وبحسب كلمات (هدى زكريا) "ليس لأي جهة أن تتدخل إلا المجلس الأعلى للإعلام أو نقابة الصحفيين".
- في الوقت نفسه يرى (أحمد عاشور) أنه ينبغي أن يتم تفعيل قوانين لتنظيم وسائل التواصل الاجتماعي مع الحرص على أن يكون القانون واضح وصريح وخاص بالانتهاكات؛ حيث يجب على المشرع أن يكون واعي حتى لا يتم التلاعب بنص القانون.
- تؤكد (صفاء عبد الحميد) أنه لا بد من المخاطبة الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي لحجب الحسابات الزائفة.
- في الوقت نفسه توجيه هذه المواقع لبذل مزيد من الجهد لزيادة آليات التحكم للسيطرة على انتشار الأخبار الزائفة، وذلك من خلال تطوير الخوارزميات للكشف عن هذه الأخبار. (مها صلاح الدين/صفاء عبد الحميد/أحمد عاشور).
- يرى كل من (صفاء عبد الحميد ومحمد زيدان) أنه ينبغي تعديل اللوائح الداخلية لمؤسسات الإعلام المختلفة بما يضمن مواجهة أي تجاوزات تتضمن نشر أخبار زائفة. في الوقت نفسه تفعيل دور النقابات الإعلامية بما يضمن شطب أي إعلامي ينشر أخبارا زائفة بدون التحقق منها.

إجراءات تصحيحية:

- أجمع أفراد العينة على إقرار مادة " محو الأمية الإعلامية" أو ما يطلق عليه التربية الإعلامية كمنهج أساسي لطلاب المدارس.
- يؤكد (أحمد عاشور) على وجوب وجود المزيد من المبادرات الخاصة بتدقيق المعلومات ونشر الوعي سواء بين الإعلاميين أو الجمهور العام.

وبصفة عامة يمكن القول أن الإجراءات التي أجمع عليها المبحوثون هي:

1. إتاحة المعلومات وضمان ذلك من خلال قانون يضمن حرية تداول المعلومات؛ حيث أن ذلك هو السبيل الوحيد لمحاربة سيطرة الأخبار الزائفة.
2. عدم فرض الرقابة على الإعلام؛ حيث أن الرقابة غالباً تأتي بنتائج عكسية.
3. الاتجاه لتطوير وتعديل اللوائح الداخلية للمؤسسات الإعلامية بما يضمن مواجهة ظاهرة الأخبار الزائفة.
4. وضع مواقع التواصل الاجتماعي أمام مسئوليتها، وإشراكها كطرف أساسي فاعل للسيطرة على الظاهرة.
5. تدريس محو الأمية الإعلامية لطلاب المدارس بما يضمن أجيال جديدة لديها من الوعي ما يجعلهم يفرقون بين الأخبار الحقيقية والأخبار الزائفة.

المحور الرابع عشر: مدى كفاية الجهود المبذولة حالياً لمحاربة هذه الظاهرة

- أجمع أغلبية المبحوثين (4 من 5) على عدم رضاهم عن الجهود المبذولة في مصر لمحاربة الأخبار الزائفة على مستوى الوعي العام للجمهور والإعلاميين. وكما تقول (مها صلاح الدين) أن "هناك 3 أو 4 أشخاص فقط قادرين على عمل دورات في مهارات التحقق. في الوقت نفسه لا يوجد أقسام للتحقق أو متخصصين في تدقيق المعلومات في المؤسسات الإعلامية". وتضيف (مها صلاح الدين) أن "قليل من الجامعات هي من تهتم بعمل دورات لطلابها حول هذا الأمر".
- على العكس يقول (أحمد عاشور) "أنا راضى نسبياً عما يبذل من جهود على المستوى العربي بصفة عامة." ويؤكد (عاشور) على وجود 55 مبادرة عربية للتحقق منها 4 مبادرات مصرية مثل "متصدقش". في الوقت نفسه يذكر أن هناك 3 مبادرات عربية استطاعت الحصول على الاعتماد الدولي من الاتحاد الدولي لمدققى المعلومات، ليس من بينهم أى مبادرة مصرية ". في الوقت نفسه بدأت الشركات التكنولوجية الكبرى تقوم بجهود لكشف الأخبار الزائفة، كما بدأت المنصات ومواقع التواصل الاجتماعي في وضع مبادئ ومعايير لما ينشر عبرها، إضافة إلى تطوير خوارزمياتها لمحاولة السيطرة على هذه الأخبار. ويجمل (عاشور) رأيه بقوله "مازال في فجوة بين العالم الرقمي وما ينتجه من أخبار زائفة والجهود المبذولة لمحاربة الأخبار الزائفة ونشر الوعي لكن كخطوة أولى فأنا أشعر بالرضا".

- مجموعة المؤثرين

ضمت هذه المجموعة خمسة من المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي. ووفقاً لدليل المقابلة المعد فقد جاءت إجاباتهم على النحو التالي:

المحور الأول: الموقع الأساسي المستخدم للتواصل مع الآخرين

أكد (4 من 5) من المبحوثين على أن موقع فيسبوك هو الموقع الأساسي الذي يتواجدون عليه من خلال حساباتهم الرسمية أو من خلال إنشاء صفحات خاصة بهم للتعبير عن وجهات

نظروهم في الأحداث الجارية وفي الشأن العام . جاء الاختلاف مع (محمد صلاح)؛ حيث أكد أنه يستخدم موقع تويتر للمتابعة بشكل أكبر، إلا أنه يستخدم موقع فيسبوك للكتابة.

تتوافق هذه النتيجة مع نتائج عدد كبير من الدراسات والتقارير التي تؤكد على أن موقع فيسبوك هو من أكثر المواقع شعبية لدى الناس، وبالتالي فهو بالفعل الاختيار الأمثل للمؤثرين لا سيما مع طبيعة المحتوى الذي يسعون لتشاركه مع الآخرين. كما أن وجود عدد ضخم من المتابعين لهؤلاء المؤثرين يؤكد على أن هذه الصفحات أصبحت قبلة لعدد كبير من الأشخاص. يعكس لنا ذلك الدور الكبير الذي أصبحت تمارسه مواقع التواصل الاجتماعي سواء بشكل مباشر بوصفها منصات يستخدمها المواطن في التعبير عن آرائه، و حلقات للمناقشة وتبادل وجهات النظر حول الأحداث الجارية وأهم المستجدات على الساحة، أو بشكل غير مباشر من أجل الإطلاع على الأخبار المختلفة وتحليلاتها وتفسيراتها.

المحور الثاني: معدل الكتابة اليومية على الفيسبوك

أجمع أغلبية المبحوثين (4 من 5) أنهم يكتبون من منشور إلى منشورين في اليوم بشكل دائم، فيما أوضح (د. خالد رفعت) أنه يكتب بمعدل أقل؛ حيث يكتب منشور واحد كل يومين. وقال (محمد صلاح) أن عدد منشوراته وقت الأزمات قد يصل لـ 7 منشورات يوميا.

يعكس ذلك مدى حرص المؤثرين على التواجد مع متابعيهم بشكل مستمر لاستمرار طرح ما يحدث على الساحة. يعطينا ذلك أيضا مؤشرا واضحا على إيمان هؤلاء المؤثرين بدورهم في إثراء الحوار المجتمعي حول القضايا المختلفة.

المحور الثالث: المصادر الأساسية لاستقاء الأخبار

تنوعت المصادر التي يعتمد عليها المبحوثون؛ حيث جاءت على النحو التالي:

- المواقع والقنوات العالمية مثل BBC - France 24- CCN (د. حسن علي / محمد قريش/ محمد صلاح).
- العلاقات الشخصية (د. خالد رفعت/ محمد صلاح / د. حسن علي " بشكل محدود").
- متابعة بعض الصفحات التي لها مصداقية كبرى مثل "صفحة السفير فوزى العشماوى" (د. حسن علي)
- المواقع الرسمية لبعض المؤسسات العالمية (عمرو عمار).
- الكتب سواء عربية أو مترجمة (محمد قريش/ عمرو عمار/ محمد صلاح).

المحور الرابع: الوعي بظاهرة الأخبار الزائفة

أجمع المبحوثون على أنهم قرأوا من قبل عن المعلومات الزائفة من خلال عدة مصادر، وذلك على النحو التالي:

- (محمد قريش): كان مصدره الأساسى هو الكتب " مثل كتاب رأسمالية الكوارث"، وكذلك (عمرو عمار) " من خلال الاطلاع على أكثر من كتاب عن فكرة التلاعب بالعقول وعلم البرمجة اللغوية والعصبية التى يعد من ضمن أساليبها استخدام الأخبار الزائفة"، كما أضاف " بحكم إنى باحث أطلع مواقع رسمية لمؤسسات دولية مثل موقع مؤسسة روكفلر "
- يؤكد (د. حسن على) على أنه قرأ كثير حول هذه الظاهرة "من خلال مقالات بحثية بحكم تخصصى الذى يمكننى من الاطلاع على أحدث الدراسات وأيضاً لعملى فى مجال تحكيم البحوث".
- أكد كل من (د. خالد رفعت / محمد صلاح) أن المصدر الأساسى تمثل فى قراءات عامة حول الأخبار الزائفة وتأثيراتها .

تعكس هذه النتيجة الوعي الكبير للمبوحين بوجود الظاهرة ومدى انتشارها وأبعادها المختلفة التى تمثل خطراً داهماً على أى مجتمع . يمثل هذا الوعي مؤشراً إيجابياً، لا سيما أنهم أشخاص تصدوا للكتابة فى الشأن العام ولهم متابعين بأعداد ضخمة، وبالتالي يعرفون أهمية أمانة الكلمة ويتحملون مسئولية كل حرف يكتبونه.

المحور الخامس: مفهوم الأخبار الزائفة

يجمع المبحوثون على أن الأخبار الزائفة يمكن أن تكون أخبار خاطئة بشكل كامل أو أخبار جزء منها صحيح والآخر خاطئ، كما أنها يمكن أن تكون مقصودة أو غير مقصودة لعدم مراعاة شروط التدقيق. ويوسع (محمد صلاح) من مفهوم الأخبار الزائفة من خلال قوله بأن " أى مشكلة فى أى عنصر من عناصر عملية الاتصال سواء من المرسل أو الرسالة أو المستقبل أو حتى توقيت الرسالة قد تخلق خبراً زائفاً".

بشكل عام يتماشى هذا المفهوم للأخبار الزائفة مع ما وضعه الباحثون فى هذا المجال؛ مما يعكس وضوح المفهوم فى أذهانهم إلى حد بعيد.

المحور السادس: الأخبار الزائفة بين الإعلام الجديد -لا سيما وسائل التواصل الاجتماعى - والإعلام التقليدى

أجمع المبحوثون على أنه لا يصح أن نلقى بالتهمة على وسائل التواصل الاجتماعى فقط، وأن القضية مطروحة منذ سنوات طويلة ولها جذور ممتدة؛ حيث يرى:

- (عمرو عمار) أن الموضوع فى الأصل مخطط عالمى وأن له جذور تتعلق بالدعاية السياسية التى تستخدم وسائل الإعلام منذ "جوبلز"، والآن مع من يطلق عليهم

الجوبلزيون الجدد والحرب الثقافية الباردة التي تعد أحد أهم أسلحتها هي الأخبار الزائفة. ثم يأتي دور وسائل التواصل الاجتماعي وعلى رأسها الفيسبوك لتكمل المسيرة "الفيسبوك مصنع الثورات الملونة".

- يؤكد ذلك (محمد قريش)؛ حيث يؤكد على أن الموضوع ليس حديثاً وإنما يرتبط بالإعلام التقليدي كذلك مثل الكتب التي تناولت معلومات غير مؤكدة وتمس سمعة الأشخاص وحتى شرائط الكاسيت الدينية التي انتشرت في حقبة السبعينيات والثمانينيات وصولاً للتسعينيات. أما وسائل التواصل الاجتماعي فعلى الرغم من كونها إحدى قنوات نشر الأخبار الزائفة إلا أنها من وجهة نظره "تعطى على الأقل الفرصة للرد والتصحيح".
- ويؤكد (محمد صلاح) أن ضعف مستوى العاملين بوسائل الإعلام التقليدية يتحمل جزءاً من مسؤولية سيطرة وسائل التواصل الاجتماعي، وما ينشر عليها من أخبار زائفة.
- وفي الإطار نفسه يأتي رأى (د. حسن على ود. خالد رفعت)؛ حيث يؤكدان على أن وسائل التواصل لم تصنع الظاهرة ولكنها زادت منها وجعلت من الصعب التحكم فيها، لا سيما مع وجود اللجان الإلكترونية التي قد تعمل لصالح أحد الأطراف.

المحور السابع: التأثير بالأخبار الزائفة

أكد (3 من 5) من العينة على أنهم قد يتأثرون أحياناً بخبر زائف ولكن مع الخبرة أصبح ذلك قليلاً جداً ما يحدث، في حين نفى كل من (محمد قريش/ محمد صلاح) تأثرهما حالياً بأى خبر كاذب. "بعد سنوات من الخبرة في مجال الكتابة لم أعد أتأثر بأى خبر زائف" (محمد قريش).

المحور الثامن: تأثر الآخرين بالأخبار الزائفة

"طبعاً يتأثرون إلى حد كبير". هذه كانت الإجابة التي أجمع عليها المبحوثون مؤكدين أن هذا النوع من الأخبار ينطلي على الناس العادية ويؤثر فيهم بطرق مختلفة. يؤكد (محمد صلاح) أن الأمر أيضاً يخضع في جزء منه إلى مستوى تعليم وثقافة الشخص.

المحور التاسع: القدرة على اكتشاف الأخبار الزائفة

أجمع المبحوثون على أنهم يستطيعون اكتشاف كون الخبر كاذباً أو مضللاً بدرجة كبيرة، وهو ما يعود إلى الخبرة.

بالإضافة إلى ذلك فالطبيعة الوظيفية كان لها تأثير في بعض الحالات؛ حيث عبر (د. حسن على) عن ذلك بقوله "أن العلم يزيد من قدرة الإنسان على التفكير النقدي". في حين قال د. خالد رفعت "الأستاذ الجامعي دارس بحث علمي، وبالتالي سيحاول أن يطبق خطوات البحث العلمي مما يسهل عليه اكتشاف الخبر الكاذب".

المحور العاشر: إمكانية اكتشاف الأشخاص العاديين للأخبار الزائفة

تؤكد مجموعة المؤثرين على أن الأشخاص العاديين لا يسهل عليهم اكتشاف الأخبار الزائفة؛ حيث يؤكد (د. حسن على) " أن المشكلة في غياب العقلية الناقدة ". أما (محمد صلاح) فيرى أن " عملية الاكتشاف تحتاج وعى وعقل شغال، والناس بيتعاملوا مع الفيسبوك كأنه مصدر له مصداقية". في الوقت نفسه يؤكد (محمد قريش) أنه من الصعب على الناس العادية التحقق " لصعوبة التكنيكات المستخدمة".

المحور الحادي عشر: الوقوع في خطأ نشر خبر زائف

أجمع المبحوثون على أنهم وقعوا من قبل في خطأ نشر خبر زائف، لكنهم سرعان ما أزالوا المنشور واعتذروا عن الخطأ، كما نفوا الخبر إن لم يكن له أساس أو قاموا بتصحيحه في حالة إذا ما كان غير صحيح. في الوقت نفسه أكدوا على أن هذا الموقف جعلهم أكثر حرصاً قبل نشر أى خبر.

المحور الثاني عشر: تأثير الأخبار الزائفة على المجتمع المصرى

يجمع أفراد العينة على التأثير المدمر للأخبار الزائفة على المجتمع التي تنتشر بشكل كبير، لا سيما عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويتمثل هذا التأثير في عدة اتجاهات، وذلك على النحو التالي:

- يؤكد (د. خالد رفعت) أن نشر هذه الأخبار يكون بغرض تشكيل و توجيه الرأى العام " ده بيظهر مع شغل اللجان الالكترونية" التي تعمل لصالح أحد الأطراف.
 - بحسب (عمرو عمار) فإن نشر هذه الأخبار وانتشارها - في وسائل الإعلام وبخاصة وسائل التواصل الاجتماعي- يتم وفق أجندات لتغييب العقول، مما يشكل حالة من اللاوعى الجمعى والتي تنتهى بتفكك المجتمع "مثل الفئران تفرض فى جوانب الدولة".
 - يرى (د.حسن على) أن مثل هذه الأخبار تمثل خطراً على الدولة المصرية " أخطر من العدو المباشر" . كما أنها تفقد الثقة فى الإعلام المحلى، مما قد يدفع الجمهور إلى الإعلام المعادى.
 - وفقاً لـ (محمد قريش) فإن هذه الأخبار تنتشر حالة من الإحباط العام " نشر الأجور المبالغ فيها للفنانين- سيارة حمو بيكا الذهبية"، كما تؤدي إلى إحداث قدر كبير من البلبلة وإهتزاز الثوابت، مما يعمل على تفكيك المجتمع.
- تلقت هذه النتيجة النظر إلى أن تأثير الأخبار الزائفة ليس تأثيراً قوياً فقط، ولكنه واسع المدى كذلك. فالهدف النهائى لانتشار مثل هذه الأخبار هو الوصول بالمجتمعات إلى حالة الانهيار التام على أن يتم ذلك بشكل ممنهج وتدرجى، مما يزيد من درجة خطورتها ووجوب التماس كل السبل لمحاربتها.

المحور الثالث عشر : الطرق المتبعة للتحقق من الأخبار

اتفق المبحوثون على أنهم يتبعون عدة طرق للتأكد من صحة الخبر قبل نشره والتعليق عليه سلبا أو إيجابا. وقد تمثلت هذه الطرق فى الآتى:

- الرجوع إلى المصدر الأصلي للخبر أو المعلومة.
- الرجوع لأكثر من مصدر للتأكد (3 مصادر على الأقل).
- أضاف (عمرو عمار) لما سبق التريث قبل النشر والتعليق حتى تتأكد صحة الخبر وتظهر ملاسباته، بالإضافة إلى استخدام المنطق " المعقول واللامعقول".
- أكد كذلك (محمد قريش) على مبدأ "القياس على ما سبق".

المحور الرابع عشر: آليات محاربة الأخبار الزائفة

تنوعت الإجراءات التى يرى المبحوثون ضرورة اتخاذها لمحاربة الأخبار الزائفة، وذلك على النحو التالى:

الإجراءات التقييدية (التنظيم / الرقابة):

- أكد (د. حسن على) على أهمية وجود قانون يضمن حرية تداول وتدفق المعلومات وإتاحة الوصول للمعلومات، بالإضافة إلى وجود موثيق شرف تدعم حرية حرية الإعلام.
- كما يرى أيضا (د. حسن على/ د. خالد رفعت) أنه يجب إزالة أى تشريع يحد من حرية الإعلام عن طريق العقوبات المختلفة، بما يضمن "وجود إعلام حر غير موجه يسمح بتصارع الأفكار" (د. خالد رفعت).
- فى حين يرى (عمرو عمار) وجوب وجود قوانين تحارب الاستخدام السيئ لوسائل الإعلام و نشر الأخبار الزائفة، مع مراعاة وجود ضمانات ووضوح فى صياغة القانون تمنع استخدامه ضد حرية الإعلام. فى الوقت نفسه يؤيد وجود قدر من الرقابة على الإعلام لمنع كل ما يطمس الهوية المصرية أو يهدد قيم الأسرة، مع عدم الدعوة لتقييد حرية الرأى والتعبير. ويؤكد (محمد قريش) المعنى نفسه من خلال دعوته لتفعيل تجريم نشر الأخبار الكاذبة، ووجود رقابة على المواقع الإخبارية مع الحرص ألا تكون الرقابة أداة لكبت الحريات فهى "مراقبة أكثر منها رقابة".

الإجراءات التصحيحية

اتفق المبحوثون على وجوب نشر الوعى الإعلامى، لا سيما بين طلاب المدارس عبر تدريس مادة " محو الأمية الإعلامية" أو ما يطلق عليه التربية الإعلامية. يرى (د. حسن على) أنه " يجب أن تضاف أيضا لدليل المعلم وكذلك تكون هناك دورات خاصة بذلك توجه لأولياء الأمور".

فيما اقترح المبحوثون بشكل فردى بعض الإجراءات على النحو التالى:

(عمرو عمار):

- التدريب المكثف للإعلاميين على طرق التحقق من الأخبار.
 - فتح حوار مجتمعي يتضمن كل من المتخصصين في الشأن الإعلامي والمفكرين والكتاب، وذلك لبحث كيفية مواجهة هذه الظاهرة، لا سيما على وسائل التواصل الاجتماعي.
 - إعادة الهيكلة الوظيفية لمؤسسات الإعلام بحيث لا يحترف هذه المهنة إلا دارسى الإعلام.
- (محمد قریش):

- وجود قناة إخبارية مصرية على مستوى عالمي تعيد بناء الثقة مرة أخرى مع الجمهور.
 - على المستوى الشخصي أكد (محمد قریش) أنه يقوم بعدة إجراءات " انشر بعض المنشورات لتصحيح معلومة غير صحيحة، وأعلق على بعض الموضوعات مع عدم نشر المنشور الأصلي أو الرابط" وذلك ضمانا لعدم المشاركة غير المباشرة لنشر الأكاذيب.
- (د. حسن على):

- عمل دورات تدريبية أو فتح برنامج دراسات عليا بأكاديمية ناصر لدراسة الأمن القومي الإعلامي لإعداد إعلاميين على وعى بمهددات الأمن القومي.
 - وضع منشورات على وسائل التواصل الاجتماعي أو تنويهات على الفضائيات لتوضيح بعض الموضوعات والرد على الشائعات.
- (محمد صلاح):

- إطلاق كيان إعلامي - تابع للدولة - يتعامل مع وسائل التواصل الإعلامي يتم من خلاله توظيف مجموعة من المؤثرين ممن لهم قبول عند الجمهور مع إتاحة المعلومات لهم حتى يتم توضيح الحقائق للجمهور.
 - وبشكل شخصي أوضح (محمد صلاح) أنه يقوم بتصحيح الأخبار الزائفة والمعلومات التي يتم تداولها.
- من خلال إجابات المبحوثين في المجموعتين يتضح لنا الآتي :

- اتفاق بين جزء من عينة المؤثرين مع إجماع عينة الصحفيين حول إتاحة المعلومات وحرية تداولها وضمانة ذلك بالقانون، بالإضافة إلى ضمان حرية الإعلام كأبرز الإجراءات التنظيمية التي يمكن أن تحد من انتشار الأخبار الزائفة؛ حيث لا مجال لتصديق الأكاذيب في وجود الحقائق الكاملة.
- الرفض الكامل من الصحفيين لفكرة الرقابة على وسائل الإعلام، في حين أن بعض المؤثرين رأى وجوب وجود رقابة محسوبة في محاولة للحد من أضرار انتشار الأخبار الزائفة.

• اتفاق المجموعتين على وجوب تدريس " محو الأمية الإعلامية" كمنهج في المدارس باعتبار ذلك من الإجراءات التي يمكن أن تساعد على إنشاء جيل جديد لديه من الوعي الإعلامي ما يجعله لا يقع ضحية لوسائل الإعلام بشكل عام.

وفقا لذلك نستطيع القول أن الحل الأمثل لمواجهة الأخبار المزيفة هو إتاحة الوصول للمعلومات الحقيقية من ناحية وتنمية الوعي لاكتشاف الأخبار الزائفة من ناحية أخرى.

ثانيا: نتائج الدراسة الميدانية

(1) النتائج العامة:

الوسائل التي يعتمد عليها المبحوثون لمتابعة الأخبار

أشارت نتائج التحليل الخاص بالوسائل* التي يعتمد عليها المبحوثون بشكل أساسي لمتابعة الأخبار والأحداث الجارية إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى؛ حيث أشار (63.6%) من المبحوثين إلى أنهم يعتمدون على هذه المواقع بشكل أساسي. كما جاءت المواقع الإلكترونية للصحف الورقية في المرتبة الثانية بنسبة (38.8%). أما التلفزيون فجاء في المرتبة الثالثة بنسبة (30.4%)، في حين جاءت الصحف الورقية والراديو في ذيل القائمة بنسبتي (8.4% - 6%) على التوالي. وتشير هذه النتيجة إلى المكانة التي تتمتع بها مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب بوصفها مصدرا للأخبار مع ملاحظة أن العينة من طلاب الإعلام، مما يلفت النظر إلى طغيان هذه المواقع على حساب الوسائل التقليدية. ومما يسترعى الانتباه هنا أن هذه المواقع لا تعرض دائما أخبارا معلومة المصدر، وهو ما يمثل مكنم الخطورة؛ حيث أن مواقع التواصل تظل منصة مفتوحة بلا قيود واضحة، ومن ثم فاعتبارها مصدرا رئيسا للأخبار يلفت نظرنا إلى ما قد يترتب على ذلك من مشكلات متعلقة بانتشار الأخبار الزائفة وسريان الشائعات.

مستوى تعرض الذات / الآخرين للأخبار الزائفة

أشارت نسبة كبيرة من المبحوثين إلى أنهم يتعرضون كثيرا إلى الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي (55.2%)، في حين أشار (38%) إلى أنهم يتعرضون أحيانا. كما أشار باقي المبحوثين إلى أنهم يتعرضون قليلا أو نادرا بنسبة (5.6%-1.2%) على التوالي. وفيما يتعلق بتعرض الآخرين، أشار (71.6%) من العينة أنهم يعتقدون أن الآخرين يتعرضون كثيرا إلى الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، في حين أن (21.2%) من العينة يرون أن الآخرين يتعرضون لمثل هذه الأخبار أحيانا. كما أشار باقي المبحوثين إلى أنهم يظنون أن الآخرين يتعرضون قليلا أو نادرا أو لا يتعرضون إطلاقا للأخبار الزائفة بنسب (4.4%-1.2% - 1.6%) على التوالي. وتلفت هذه النسب الانتباه إلى خطورة الموقف الذي يقره المبحوثون أنفسهم، فالتعرض للأخبار الزائفة بل وبشكل كبير ومتكرر أصبح واقعا ملموسا يستدعي وقفة جادة لدراسة أبعاد الموقف ومحاولة إيجاد حلول لمواجهة ذلك.

* يلاحظ أنه سمح للمبحوث أن يختار أكثر من وسيلة.

إدراك تأثير الأخبار الزائفة على الذات/ الآخرين

من خلال النتائج التي تم التوصل إليها يتضح لنا أن (24%) من العينة يرون أن الأخبار الزائفة تؤثر عليهم جدا و (35.2%) يرون أنها تؤثر عليهم إلى حد ما و (20.8%) تؤثر قليلا، و (10%) تؤثر قليلا جدا، (10%) لا تؤثر عليهم على الإطلاق. أما بالنسبة للآخرين فقد كانت تقديرات العينة على النحو التالي: (47.6%) من المبحوثين يرون أن الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي تؤثر على الآخرين بدرجة كبيرة جدا، و (42.4%) يرون أنها تؤثر إلى حد ما، في حين يرى (8.4%) منهم أنها تؤثر قليلا و (1.6%) يرون أن تأثيرها قليلا جدا، كما لم يعبر أحد من أفراد العينة عن عدم تأثير الأخبار الزائفة على الآخرين.

وبشكل عام نلاحظ الآتي:

- أكثر من نصف العينة (59.2%) يرون أن الأخبار الزائفة لها تأثير عليهم وإن تراوح حجم هذا التأثير من بين تأثير كبير إلى متوسط.
- أغلبية العينة (90%) تعتقد أن الأخبار الزائفة تؤثر على الآخرين وأن هذا التأثير ما بين كبير إلى متوسط.
- تؤكد هذه النتائج مدى خطورة الموقف، فالمشكلة لا تكمن فقط في إقرار المبحوثين بتعرضهم وتعرض الآخرين للأخبار الزائفة، ولكن الأمر يتعدى ذلك إلى إدراكهم لوجود تأثير فعلي لهذه الأخبار، لا سيما على الآخرين. يعنى ذلك أن هناك تقدير واضح لحجم المشكلة التي تواجه المجتمع بشكل عام.

إدراك قدرة الذات / الآخرين على اكتشاف الأخبار الزائفة

من خلال النتائج يتضح لنا أن (24.8%) من المبحوثين يرون أنهم دائما ما يستطيعون التعرف على الخبر الزائف، في حين أن (61.6%) يرون أنهم أحيانا ما يستطيعون ذلك. في الوقت نفسه فإن (10%) يعتقدوا أنهم قليلا ما يقدرون على اكتشاف الخبر الزائف، كما جاءت نسبة من يرون أنهم نادرا ما يستطيعون كشف الخبر الزائف أو أنهم لا يملكون هذه المهارة مطلقا (2.4%-1.2%) على الترتيب. على الجانب الآخر يظهر التحليل أن (8%) فقط من المبحوثين يعتقدون أن الآخرين يستطيعون دائما اكتشاف الأخبار الزائفة، في حين أن (52.4%) يرون أنهم يستطيعون ذلك في بعض الأحيان. في الوقت نفسه فإن (32%) من المبحوثين يظنون أن الآخرين قليلا ما يستطيعون اكتشاف الأخبار الزائفة. تبين كذلك أن (7.2%) من المبحوثين يرون أن الآخرين نادرا ما يستطيعون اكتشاف الخبر الزائف، وأن (0.4%) يرون عدم إمكانية اكتشاف الأخبار الزائفة مطلقا من قبل الآخرين..

الاهتمام السياسي

من خلال النتائج يتضح لنا أن (11.6%) من العينة يهتمون جدا بالأمور السياسية، كما أن (22.8%) مهتمون. كذلك قدر (33.6%) من العينة أن مستوى اهتمامهم بالأمور السياسية متوسطا، كما أقر (24%) من العينة أنهم يهتمون قليلا بالأمور السياسية، في حين عبر (8%) عن أنهم لا يهتمون بالأمور السياسية مطلقا.

تلفت هذه النسب النظر إلى أمر في غاية الأهمية، فأكثر من ثلث العينة اهتمامهم السياسى إما قليل أو منعدم، وهو ما يعد أمر بالغ الخطورة، لا سيما أن العينة التي طبقت عليها الدراسة من طلاب الإعلام؛ حيث من المفترض أن يكونوا الأكثر اهتماما بمجريات الأمور على الساحة الداخلية والخارجية وعلى رأسها الأمور السياسية على الأقل بحكم التخصص.

الفاعلية الذاتية فى تقييم الأخبار الزائفة

من خلال التحليل تبين أن (62.8%) من عينة الدراسة لديهم مستوى مرتفع من الإحساس بقدرتهم على تقييم الأخبار الزائفة. فى الوقت نفسه فإن (34%) كان إحساسهم بالفاعلية الذاتية لتقييم الأخبار الزائفة متوسط. أما من كان إحساسهم بالفاعلية الذاتية منخفض فكانت نسبتهم منخفضة؛ حيث بلغت (3.2%) من العينة. وتعكس هذه الأرقام أن معظم أفراد العينة يرون أن لديهم قدرة كبيرة إلى متوسطة لتقييم الأخبار الزائفة. ربما تعود تلك النتيجة إلى طبيعة دراستهم للإعلام وارتباط مجال تخصصهم بدراسة مثل هذه الظواهر وكيفية اكتشافها و التعامل معها.

تأييد الإجراءات التقييدية

فى إطار الإجراءات التقييدية لمحتوى ضار بالمجتمع يتضح لنا من خلال النتائج أن (90.4%) من عينة الدراسة يؤيدون اتخاذ إجراءات حاسمة من قبل الحكومة ومسئولى مواقع التواصل الاجتماعى من أجل منع نشر أى أخبار زائفة. تتمثل هذه الإجراءات فى عدة أشياء مثل وجود تشريع يمنع نشر الأخبار الزائفة أو اتخاذ مواقع التواصل الاجتماعى لإجراءات من شأنها حظر مثل هذه الأخبار. فى الوقت نفسه فإن (8.8%) كان يؤيدون مثل هذه الإجراءات ولكن بشكل متوسط، فى حين أن (0.8%) فقط من عينة الدراسة هم من كانوا يؤيدون هذه الإجراءات بشكل ضعيف. تعبر هذه النتائج عن رؤية العينة من طلاب الإعلام لفكرة تنظيم عملية نشر الأخبار الزائفة، ووجوب التدخل من قبل الحكومة والجهات المعنية لمحاربة هذه الظاهرة.

الإجراءات التصحيحية (نية الاشتراك فى أنشطة عبر وسائل التواصل الاجتماعى)

أما فيما يتعلق بالاستعداد للاشتراك فى أنشطة عبر مواقع التواصل الاجتماعى من أجل مواجهة الأخبار المزيفة، فقد عبر (73.2%) من عينة الدراسة أن لديهم استعداد كبيراً للمشاركة فى بعض الأنشطة التى يمكن أن تحد من انتشار الأخبار الزائفة مثل عرض خطوات تساعد الآخرين للتحقق من صدق المحتوى المعروض عليهم. فى الوقت نفسه أبدى (25.2%) استعداداً متوسطاً للقيام بمثل هذه الأنشطة، فى حين عبر (1.6%) عن استعداد منخفض للاشتراك فى مثل هذه الأنشطة. وتدل هذه النسب على أن أغلبية المبحوثين لديهم استعداد قوى لمواجهة انتشار الأخبار الزائفة، وهو ما قد يعود بنسبة كبيرة إلى كونهم يدرسون تخصص الإعلام، ومن ثم يدركون أنفسهم بوصفهم مؤهلين لهذا الدور.

الإجراءات التصحيحية (تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية)

أبدى (83.6%) من عينة الدراسة تأييدا قويا لتطبيق إجراءات محو الأمية الإعلامية والتي تتمثل في العديد من الإجراءات مثل تعليم الناس كيفية تحليل ونقد ما يعرض عليهم على وسائل التواصل الاجتماعي من أجل الحكم عليه بطريقة صحيحة. كما تبين أن (16.4%) من العينة يؤيدون هذا الاتجاه بشكل متوسط. تؤكد هذه النتيجة على الإيمان بأهمية مدخل محو الأمية الإعلامية - بوصفه شكلا من أشكال الإجراءات التصحيحية - كتوجه فاعل لمواجهة الظواهر الإعلامية الخطرة على المجتمع؛ حيث أن هذا التوجه لا يقل أهمية عن فكرة التقييد بل ربما يتفوق عليها في التأثير على المدى البعيد.

(2) نتائج اختبارات الفروض:

الفرض الأول: يدرك الفرد أن الآخرين أكثر منه تأثرا بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (6) اختبار Paired Samples T- test للمقارنة بين إدراك تأثرية الذات وتأثرية الآخرين بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي.

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة T	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
.000	249	11.177	1.239	3.5	التأثير المدرك على الذات
			.7045	4.3	التأثير المدرك على الآخرين

من خلال الجدول رقم (6) يتضح لنا أن متوسط درجة إدراك المبحوثين لتأثرهم بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي أقل من متوسط درجة إدراكهم لتأثر الآخرين بهذه الأخبار؛ حيث كانت الفروق دالة إحصائيا، فقد بلغت قيمة $t = 11.177$ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.001). **وفقا لذلك نقبل الفرض الأول للدراسة.**

الفرض الثاني: يدرك الفرد أن الآخرين أقل منه قدرة على اكتشاف الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي.

جدول رقم (7)

اختبار Paired Samples T-test للمقارنة بين إدراك قدرة الذات وقدرة الآخرين على اكتشاف الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة T	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
.000	249	7.200	.7416	4.0	القدرة الذاتية المدركة على اكتشاف الأخبار الزائفة
			.7546	3.6	قدرة الآخرين المدركة على اكتشاف الأخبار الزائفة

من خلال الجدول رقم (7) يتضح لنا أن متوسط درجة إدراك المبحوثين لقدرةهم على اكتشاف الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي أكبر من متوسط درجة إدراكهم لقدرة الآخرين على اكتشاف هذه الأخبار؛ حيث كانت الفروق دالة إحصائيا، فقد بلغت قيمة $t = 7.2$ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.001). **وفقا لذلك نقبل الفرض الثاني للدراسة.**

تؤكد هذه النتيجة صحة الفرض الإدراكي لنظرية تأثيرية الآخرين، فالفرد الذي دائما ما يرى أنه أقل تأثرا من الآخرين بمحتوى مثل الأخبار الزائفة، من الطبيعي أن ينظر إلى نفسه على أنه أقدر من الآخرين على اكتشاف مثل هذه الأخبار.

الواقع أن هاتين النتيجتين من الممكن أن يرجعا كذلك إلى طبيعة العينة التي طبقت عليها الدراسة والتي تتكون من طلاب الإعلام، وهو الشئ الذي قد يكون أحد مبررات نظرتهم الأكثر إيجابية لأنفسهم – سواء من ناحية التأثير أو القدرة على الاكتشاف- مقارنة بالآخرين نظرا لطبيعة دراستهم وباعتبار الأخبار الزائفة واحدة من أبرز الموضوعات المرتبطة بالتحصص.

الفرض الثالث: كلما زاد حجم الفجوة الإدراكية بين (تعرض الذات وتعرض الآخرين) للأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي، زاد حجم الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بهذه الأخبار.

الفرض الرابع: كلما زاد مستوى الاهتمام السياسي، زاد حجم الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي.

الفرض الخامس: كلما ارتفع مستوى الفاعلية الذاتية لتقييم الأخبار الزائفة، زاد حجم الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بهذه الأخبار.

الجدول رقم (8) الانحدار المتعدد القياسي لحجم الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بالأخبار الزائفة

المتغيرات المستقلة	الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) (β)
النوع	0.216***
فجوة التعرض المدركة	0.172**
الاهتمام السياسي	0.117
الفاعلية الذاتية	0.072
	R2= 0.097 F= 6,611***

*مستوى معنوية أقل (0.05) .. ** مستوى معنوية أقل (0.01) .. *** مستوى معنوية أقل من (0.001)

من خلال الجدول رقم (8) يتضح لنا الآتي:

- وجود علاقة إيجابية دالة إحصائيا بين فجوة التعرض المدركة وإدراك تأثيرية الآخرين أكثر من الذات؛ بمعنى أنه كلما زادت درجة اعتقاد المبحوثين أن الآخرين يتعرضون للأخبار الزائفة بصورة تفوق تعرضهم لهذه الأخبار، زاد تقديرهم لتأثير الأخبار الزائفة على الآخرين أكثر من أنفسهم ($\beta= 0.172, p < 0.01$). تبدو هذه النتيجة منطقية؛ حيث أن الأكثر تعرضا من الطبيعي أن يكون هو الأكثر تأثرا. وعلى هذا نقبل الفرض الثالث

- عدم جود علاقة دالة إحصائياً بين الاهتمام السياسى والفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بالأخبار الزائفة. وفقاً لذلك نرفض الفرض الرابع.
 - عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين كل الفاعلية الذاتية فى تقييم الأخبار الزائفة والفجوة الإدراكية بين (تأثرية الذات وتأثر الآخرين) بهذه الأخبار . وفقاً لذلك نرفض الفرض الخامس.
- الفرض السادس:** هناك علاقة إيجابية بين حجم الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعى، وكل من:
- أ. درجة تأييد الإجراءات التقييدية لمواجهة هذه الأخبار.
 - ب. درجة تأييد الإجراءات التصحيحية (نية المشاركة فى أنشطة على وسائل التواصل الاجتماعى) لمواجهة هذه الأخبار.
 - ج. درجة تأييد الإجراءات التصحيحية (تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية) لمواجهة هذه الأخبار.
- الفرض السابع:** هناك علاقة إيجابية بين الفاعلية الذاتية فى تقييم الأخبار الزائفة، وكل:
- أ. درجة تأييد الإجراءات التقييدية لمواجهة الأخبار الزائفة.
 - ب. درجة تأييد الإجراءات التصحيحية (نية المشاركة فى أنشطة على وسائل التواصل الاجتماعى) لمواجهة الأخبار الزائفة.
 - ج. درجة تأييد الإجراءات التصحيحية (تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية).
- الجدول رقم (9) الانحدار المتعدد القياسى لتأييد الإجراءات التقييدية والإجراءات التصحيحية (نية المشاركة أنشطة على مواقع التواصل و تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية)**

المتغيرات المستقلة	تأييد الإجراءات التقييدية (β)	الإجراءات التصحيحية (نية المشاركة فى أنشطة عبر مواقع التواصل) (β)	الإجراءات التصحيحية (تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية) (β)
النوع	0.146*	-0.002	0.072
فجوة التعرض المدركة	0.113	-0.019	0.143*
الفاعلية الذاتية	0.416***	0.571***	0.388***
الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين)	-0.048	0.145**	0.069
	R2= 0.208 *** F=16.046	R2= 0.362 F= 34.746***	R2=0.202 F= 15.464***

*مستوى معنوية أقل (0.05) .. ** مستوى معنوية أقل (0.01) .. *** مستوى معنوية أقل من (0.001)

بالنظر فى الجدول رقم (9) يتضح لنا الآتى:

- عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين كل من الفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين) بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي وتأيد الإجراءات التقييدية لمثل هذه الأخبار. طبقاً لذلك نرفض الفرض السادس (أ).
- أما بالنسبة للإجراءات التصحيحية المتمثلة في نية المشاركة في أنشطة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، فقد تبين وجود علاقة ايجابية دالة إحصائية بين إدراك تأثرية الآخرين أكثر من الذات ونية الأشخاص للقيام بمثل هذه الأنشطة؛ حيث بلغ معامل بيتا $(\beta=0.145, P<0.01)$ ، مما يجعلنا نقبل الفرض السادس (ب).
- في الوقت نفسه فقد تبين من خلال التحليل عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين إدراك تأثرية الآخرين أكثر من الذات وتأيد تطبيق محو الأمية الإعلامية، لذلك نرفض الفرض السادس (ج).
- أثبت التحليل كذلك وجود علاقة إيجابية دالة إحصائية بين الفاعلية الذاتية في تقييم الأخبار الزائفة وكل من تأيد الإجراءات التقييدية $(\beta= 0.416, P<0.01)$ ، وتأيد الإجراءات التصحيحية المتمثلة في نية المشاركة في نشاط عبر وسائل التواصل الاجتماعي $(\beta=0.571, P<0.001)$ ، وتأيد تطبيق محو الأمية الإعلامية $(\beta= 0.388, P<0.001)$. وفقاً لذلك نقبل الفرض السابع (أ/ب/ج).

مناقشة نتائج الدراسة

في ظل الانتشار الكبير لظاهرة الأخبار الزائفة، والاهتمام البحثي المتزايد الذي تحظى به هذه الظاهرة بوصفها من أكثر الظواهر خطورة ليس على المستوى المحلي فقط ولكن على المستوى العالمي، سعت هذه الدراسة إلى التركيز على هذه الظاهرة في المجتمع المصري من خلال نظرية تأثرية الآخرين Third person effect؛ حيث تم دراسة ذلك من خلال العديد من الدراسات (Jang & Kim, 2018; Corbu et al., 2020; Yang & Horning, 2020; Yang & Tian, 2021)

تم الجمع في هذه الدراسة بين: الجانب الكمي: وهو ما تمثل في الدراسة المسحية التي أجريت على عينة عمدية من طلاب الإعلام بالجامعات المصرية (الحكومية والخاصة). وقد وقع الاختيار على طلاب الإعلام باعتبار أنهم الأكثر اهتماماً بهذه الظاهرة بحكم التخصص.

الجانب الكيفي: وذلك من خلال إجراء مقابلات متعمقة مع فئتين من المبحوثين: الفئة الأولى تكونت من مجموعة من الصحفيين الاستقصائيين بوصفهم الفئة الأكثر ارتباطاً بتدقيق المعلومات والتحقق من البيانات. أما الفئة الثانية فكانت تضم مجموعة من المؤثرين على موقع فيسبوك المهتمين بمتابعة الأخبار والشؤون العامة والتعليق عليها بشكل دائم.

من خلال هذه الفئات الثلاث حاولت دراستنا التعرف على إدراك المبحوثين لتأثير الأخبار الزائفة سواء على الذات أو على الآخرين، وهو ما يعطينا رؤية واضحة عن تقدير حجم الخطر الذي يشعر به الناس تجاه انتشار مثل هذه الأخبار. في الوقت نفسه حاولت الدراسة أن تضع تصور لأهم الحلول المقترحة لمواجهة مثل هذه الأخبار من المبحوثين على

المستويات الثلاث. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج مهمة، جاء بعضها متوافقا مع الدراسات السابقة، فيما جاء البعض الآخر متناقضا مع هذه الدراسات.

اتفق المبحوثون (الطلاب - الصحفيون- المؤثرون) في اعتقادهم أن الآخرين أكثر منهم تأثرا بالأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي، وتتوافق هذه النتيجة مع الفرض الإدراكي لنظرية تأثيرية الآخرين ، كما أنها أيضا تتفق مع ما توصل إليه العديد من الدراسات التي سعت إلى اختبار هذا الفرض بالنسبة للأخبار الزائفة، وغيرها من الموضوعات غير المقبولة اجتماعيا (Wei, Chia ,& Lo, 2011; Wei, Lo, & Lu,2011; Lim& Golan, 2011; Chen et al., 2015; Golan& Lim, 216; Lim, 2017; Jang &Kim, 2018; Rosenthal et al., 2018; Ho et al., 2019; Cheng& Chen, 2020; Corbu et al.,2020; Yang &Horning,2020; Yang & Tian,2021)

توضح لنا هذه النتيجة أن الإحساس بقدرة الفرد على مقاومة التأثير الضار للمحتوى الإعلامي أكثر من الآخرين يتساوى فيه الشباب من الطلاب والمتخصصين في مجال تدقيق البيانات والمؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، مما يدل على أن هذا الاعتقاد لا يرتبط بمدى القدرات الحقيقية التي يتمتع بها الشخص التي قد تجعله فعليا أكثر مقاومة لمثل هذه الأخبار، ولكنها ربما ترجع للمبالغة في تقدير الذات وهو الشئ الذي تؤكد التفسيرات السيكلوجية التي قدمها الباحثون حول هذا الأمر؛ حيث أرجع البعض ذلك إلى نظرية الإسناد Attribution Theory ، ومفاهيم مثل " تحيز خدمة الذات" Self- Serving Bias (Rucinski& Salmon, 1990) ، أو مفهوم مثل " تحيز التعزيز الذاتي"- Self- Enhancement Bias (Yang& Horning, 2020) ، أو ما يطلق عليه " التحيز المتفائل" Optimistic Bias (Gunther& story, 2003). بطبيعة الحال فإن هذه التفسيرات السيكلوجية تتمحور حول فكرة أن الشخص يعتقد أنه أكثر دراية وذكاء من الآخرين، مما يجعله محصنا ضد تأثيرات المحتوى الإعلامي الضار، وفي الوقت نفسه هو الأكثر تأثرا من الآخرين بالمحتوى الجيد. ويؤكد ذلك النتيجة الخاصة بالقدرة على اكتشاف الأخبار الزائفة؛ حيث ينظر الأفراد في الفئات الثلاث لأنفسهم على أنهم أيضا أكثر قدرة من الآخرين على اكتشاف الأخبار الزائفة. مرة أخرى تؤكد لنا هذه النتيجة مدى إيمان الشخص بأنه ليس ضحية سهلة، فهو قادر على اكتشاف الخبر الزائف وبطبيعة الحال فهذا الخبر لن يكون له تأثير عليه أو على الأكثر سيكون هذا التأثير قليلا، في حين يرى أن الآخرين هم الطرف الأكثر تضررا لأنهم لا يملكون القدرة على هذا الاكتشاف، ومن ثم فهم الأكثر عرضة للتأثير.

على الجانب الآخر، وفيما يتعلق بمواجهة الأخبار الزائفة بشكل فعال، فقد تبين لنا من خلال المقابلات مع الصحفيين الاستقصائيين أن هناك بالفعل جهود تبذل لمواجهة هذه الأخبار، ومحاولات عديدة لتقديم ما يكفي من الحلول التي من شأنها التخفيف من حدة الظاهرة. على الرغم من أن معظم هذه الجهود تتم بصورة بعيدة عن الشكل الرسمي، إلا أن ذلك لا ينفى أنها جهود فعالة إلى حد كبير، على الأقل في اتجاه نشر الوعي ومحاولات

التصحيح للكثير من المحتوى الإعلامي، لا سيما على وسائل التواصل الاجتماعي، وهو ما تجلى في العديد من المشروعات على المستوى العربي مثل مشروع "حرر وتحزّر"، بالإضافة إلى العديد من المبادرات التي تستهدف ذلك، فهناك 55 مبادرة عربية منها 4 مبادرات في مصر مثل مبادرة "متصدقش".

وفى هذا الإطار ومن خلال نتائج الدراسة المسحية على عينة من طلاب الإعلام وجدنا أن (90.4%) من العينة يؤيدون - بشكل قوى - الإجراءات التقييدية التي قد تحد من انتشار الأخبار الزائفة، إلا أن المفاجأة تمثلت في أن درجة التأييد لهذه الإجراءات لم يكن لها علاقة بإدراكهم لتأثير هذه الأخبار على الآخرين أكثر من أنفسهم.

وبشكل عام، اختلفت النتائج الخاصة بالفرض السلوكي ما بين الدراسات السابقة، فبالنسبة لتأييد الإجراءات التقييدية بوصفها أحد أشكال النتائج السلوكية، فقد أثبتت عدة دراسات وجود علاقة إيجابية دالة بين درجة تأييد هذه الإجراءات وبين تأثيرية الآخرين أكثر من الذات (Wei, Chia, & Lo, 2011 ; Wei, Lo, & Lu, 2011; Golan & Lim, 2016; Lim, 2017; Cheng & Chen, 2020) ، في حين توصل عدة باحثين آخرين لوجود علاقة دالة ولكنها سلبية (Jang & Kim, 2018; Yang & Horning, 2020).

يمكن تفسير النتيجة التي توصلت إليها دراستنا في ضوء رؤية الباحثين المتمثلة في وجوب التدخل الحكومي أو المؤسسي عبر هذه الإجراءات بصرف النظر عن التفاوت بين إدراك تأثير هذه الأخبار على الذات وعلى الآخرين؛ حيث تمثل هذه الإجراءات حلا جذريا لوقف انتشار التأثير المدمر للأخبار الزائفة.

عبر الصحفيون الاستقصائيون - عبر الدراسة الكيفية- عن وجهة نظر مختلفة؛ حيث أكدوا على أن حل المشكلة نابع من فكرة الإتاحة في الأساس، هذه الفكرة التي تتلخص في وجوب وجود قانون لحرية تداول المعلومات في ظل مبدأ حرية تدفق المعلومات والبعد عن التعقيم، وهو ما يروونه الحل الأمثل لمواجهة هذا التيار المتدفق من الأخبار الزائفة. في الوقت نفسه فهناك عدة إجراءات لابد من اتخاذها مثل تعديل اللوائح الداخلية للمؤسسات، وتفعيل دور النقابات الإعلامية، ووجود قوانين لتنظيم وسائل التواصل الاجتماعي، وحث هذه الوسائل لتطوير خوارزمياتها للمساعدة في حجب مثل هذه الأخبار، مع مراعاة أن يتم ذلك بأكبر قدر من الحرص على عدم المساس بحرية الرأي والتعبير. تبدو هذه النتيجة متسقة تماما مع طبيعة هذه العينة التي تمثل أكثر فئة لها علاقة مباشرة بصناعة الأخبار الزائفة، وربما تكون أكثر فئة ينبغي النظر في رأيها في هذا الصدد؛ حيث أنهم أكثر الفئات دراية بالعوامل التي تساعد على انتعاش صناعة الأخبار الزائفة في المجتمعات المختلفة. يتفق معهم أيضا أغلبية العينة من المؤثرين في فكرة الحفاظ على حرية الرأي والتعبير، في الوقت الذي أشار بعضهم إلى أهمية وجود قدر من الإجراءات القانونية المنظمة، مثل تفعيل تجريم نشر الأخبار الكاذبة، ووجود قدر من الرقابة، وإن استدركوا بضرورة مراعاة عدم استغلال ذلك في تقييد الحريات بأى شكل من الأشكال؛ بمعنى أن يكون ذلك بشكل محسوب يضمن فقط

محاربة كل ما يضر بالمجتمع. على الرغم من صعوبة هذه المعادلة إذا وضعت في حيز التنفيذ، إلا أنهم لا يجدون لها بديلاً من وجهة نظرهم.

أما فيما يتعلق بالإجراءات التصحيحية التي يمكن أن تتخذ في إطار مواجهة الأخبار الزائفة، فقد اتفقت الفئات الثلاث من المبحوثين (طلاب- صحفيين- مؤثرين) على ضرورة تأييد تطبيق "محو الأمية الإعلامية" بل والاتجاه إلى تدريس ذلك لطلاب المدارس، على اعتبار أن ذلك يمثل الجرعة التحصينية المثلى لمواجهة الأخبار الزائفة على المستوى العام، لاسيما وأن ذلك سيتم بالنسبة للأجيال الجديدة في سن صغير يمكنهم بعد ذلك من التعامل بسلاسة مع ما يتعرضون له من محتوى. والحقيقة أن الأمر يتجه الآن إلى فكرة "محو الأمية الخاصة بالإعلام الرقمي"، وهو الشيء الذي بدأت الدراسات تركز عليه سواء بين الأطفال أو البالغين.

مرة أخرى اللافت للنظر في الدراسة المسحية أنه لم يكن لتأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية علاقة دالة إحصائياً بالفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين). وتتعارض هذه النتيجة مع ما توصل إليه كل من (Jang& Cheng& Chen,2020) (Kim, 2018;

وفقاً لذلك يمكن القول أن فكرة تطبيق محو الأمية الإعلامية فكرة مطروحة بغض النظر عن إدراك حجم تأثير مثل هذه الأخبار سواء على الذات أو على الآخرين باعتباره إجراء يجب الأخذ به في كافة الحالات من أجل بناء وعي ذاتي يستطيع من خلاله الفرد من التعامل مع أي محتوى يتعرض له.

استكمالاً للإجراءات التصحيحية من خلال الأنشطة على وسائل التواصل الاجتماعي، فقد وجدنا أن استعداد عينة الدراسة من طلاب الإعلام للقيام بأنشطة تصحيحية عبر حساباتهم على وسائل التواصل الاجتماعي له علاقة دالة إحصائياً بحجم الفجوة الإدراكية بين تأثير الأخبار الزائفة عليهم وعلى الآخرين. تبدو هذه النتيجة منطقية إلى حد كبير، فالإحساس بخطورة هذه النوعية من الأخبار على الآخرين يرتبط لدى الطلاب باستعدادهم للقيام - بشكل شخصي- ببعض الأنشطة التي يرون أنها تشكل جهوداً حقيقية لمواجهة المشكلة. الحقيقة أن هذه النتيجة تدعو للتفاؤل لأنها تتم عن إحساس طالب الإعلام بالمسؤولية، وإحساسه بضرورة وجود دور له يحاول من خلاله مواجهة هذا السيل الجارف من الأخبار الزائفة.

تتفق هذه النتيجة مع كل من (Lim& Golan, 2011; Barnidge& Rojas,2014; Golan& Lim, 2016; Cheng&Chen,2020) . في الوقت نفسه تتعارض هذه النتيجة مع كل من (Wei, Lo, &Lu,211 ; Lim,2017)

في الإطار نفسه أكد بعض الصحفيين الاستقصائيين على قيامهم بعدة إجراءات تصحيحية تمثلت فيما يقومون به بشكل فردي على صفحاتهم من تصحيح المعلومات، والمشاركة في نشر الوعي بالظاهرة وكيفية التحقق من خلال المشاركة في برامج تدريبية أو مبادرات. في الوقت نفسه عبر اثنان من المؤثرين عن قيامهم بإجراءات تصحيحية للعديد من الأخبار الزائفة على صفحاتهم .

من ناحية أخرى قدم كل من الصحفيين الاستقصائيين والمؤثرين عدة اقتراحات تمثل رؤيتهم للإجراءات التصحيحية التي يجب أن تتخذ على عدة مستويات لمواجهة انتشار الأخبار الزائفة. وذلك على النحو التالي:

- وجود المزيد من المبادرات المختصة بمحاربة الأخبار الزائفة.
- التدريب المستمر للعاملين في القطاع الإعلامي على فكرة التحقق والتدقيق.
- إنشاء قناة إخبارية مصرية على أعلى مستوى من الإحترافية حتى تعد مصدر موثوق منه ونافذة تحارب من خلالها الأخبار الزائفة.
- وضع منشورات على وسائل التواصل الاجتماعي وتوجيهات على القنوات الفضائية لتوضيح وتصحيح الأخبار الزائفة والتصدي لها.

إضافة لما سبق، فقد توصلت الدراسة المسحية إلى وجود علاقة إيجابية بين الفجوة الإدراكية بين (تعرض الذات وتعرض الآخرين) والفجوة الإدراكية بين (تأثر الذات وتأثر الآخرين). تتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه كل من (Golan& Lim, 2016; Lim,2017) في الوقت نفسه تبين من التحليل وجود علاقة إيجابية دالة بين الفاعلية الذاتية لتقييم الأخبار الزائفة وتأييد كل من الإجراءات التقييدية والإجراءات التصحيحية (سواء من خلال تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية أو من خلال الأنشطة على مواقع التواصل الاجتماعي). وبكلمات أخرى، فالأكثر إدراكا لذاته على أنه قادر على تقييم الأخبار الزائفة والتعامل معها هو الأكثر تأييدا لوجود إجراءات تقييدية أو إجراءات تصحيحية تساهم في حماية الآخرين الذي يرى أنهم أضعف منه، وغير قادرين على التعامل مع هذه الأخبار. تتفق هذه النتيجة مع كل من (Golan& lim,2016; Lim, 2017)

الخلاصة

تناولت الدراسة اختبارا لنظرية تأثيرية الآخرين من خلال التطبيق على ظاهرة الأخبار الزائفة. وقد تم اختبار كل من الفرض الإدراكي والفرض السلوكي للنظرية، وذلك من خلال الدراسة المسحية التي أجريت على عينة عمدية من طلاب الإعلام . وقد أثبتت الدراسة صحة الفرض الإدراكي؛ حيث وجد أن المبحوثين يعتقدون أن الآخرين أكثر منهم تأثرا بالأخبار الزائفة. أما بالنسبة للفرض السلوكي، فبينما وجد أن هناك علاقة إيجابية دالة بين إدراك تأثيرية الآخرين أكثر من الذات ودرجة تأييد الإجراءات التصحيحية المتمثلة في (نية الإشتراك في أنشطة عبر وسائل التواصل الاجتماعي) مثل عرض خطوات تساعد الآخرين للتحقق من صدق المحتوى المعروف عليهم ، إلا أن التحليل لم يثبت وجود علاقة دالة بين إدراك تأثيرية الآخرين أكثر من الذات وكل من درجة تأييد الإجراءات التقييدية، ودرجة تأييد تطبيق محو الأمية الإعلامية بوصفها أحد أنواع الإجراءات التصحيحية.

وفي إطار الجزء الكيفي من الدراسة تم إجراء مجموعة من المقابلات المتعمقة مع فئتين: الأولى تمثل الصحفيين الاستقصائيين، والثانية تمثل مجموعة من المؤثرين على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك؛ حيث عرض المبحوثون في هذا الجزء رؤيتهم الشاملة لظاهرة الأخبار الزائفة وتبعاتها وتصوراتهم حول أهم الإجراءات التقييدية والتصحيحية التي يمكن أن تتخذ في إطار مواجهة هذه الظاهرة.

المراجع:

أولاً: المراجع الأجنبية

1. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-36.
2. Atodiresei, C. S., Tănăselea, A., & Ifene, A. (2018). Identifying fake news and fake users on Twitter. *Procedia Computer Science*, 126, 451-461.
3. Auxier, B., & Anderson, M. (2021). Social media use in 2021. *Pew Research Center*, 1, 1-4.
4. Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84 (2), 191- 215.
5. Barnidge, M., & Rojas, H. (2014). Hostile media perceptions, presumed media influence, and political talk: Expanding the corrective action hypothesis. *International Journal of Public Opinion Research*, 26(2), 135-156.
6. Chen, H., Wu, Y., & Atkin, D. J. (2015). Third person effect and Internet pornography in China. *Telematics and Informatics*, 32(4), 823-833.
7. Cheng, Y., & Chen, Z. F. (2020). The influence of presumed fake news influence: Examining public support for corporate corrective response, media literacy interventions, and governmental regulation. *Mass Communication and Society*, 23(5), 705-729.
8. Corbu, N., Oprea, D. A., Negrea-Busuioc, E., & Radu, L. (2020). ‘They can’t fool me, but they can fool the others!’ Third person effect and fake news detection. *European Journal of Communication*, 35(2), 165-180.
9. Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public opinion quarterly*, 47(1), 1-15.
10. Figueira, Á., & Oliveira, L. (2017). The current state of fake news: challenges and opportunities. *Procedia Computer Science*, 121, 817-825.
11. Golan, G. J., & Lim, J. S. (2016). Third-person effect of ISIS's recruitment propaganda: Online political self-efficacy and social media activism. *International Journal of Communication*, 10, 21.
12. Guess, A., Nyhan, B., & Reifler, J. (2018). Selective exposure to misinformation: Evidence from the consumption of fake news during the 2016 US presidential campaign. *European Research Council*, 9(3), 4.
13. Gunther, A. C., & Storey, J. D. (2003). The influence of presumed influence. *Journal of Communication*, 53(2), 199-215.
14. Ho, S. S., Lwin, M. O., Yee, A. Z., Sng, J. R., & Chen, L. (2019). Parents' responses to cyberbullying effects: How third-person perception influences support for legislation and parental mediation strategies. *Computers in Human Behavior*, 92, 373-380.
15. Jang, S. M., & Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in human behavior*, 80, 295-302.

16. Jensen, J. D., & Hurley, R. J. (2005). Third-person effects and the environment: Social distance, social desirability, and presumed behavior. *Journal of Communication*, 55(2), 242-256.
17. Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
18. Lee, N. M. (2018). Fake news, phishing, and fraud: a call for research on digital media literacy education beyond the classroom. *Communication Education*, 67(4), 460-466.
19. Lim, J. S. (2017). The third-person effect of online advertising of cosmetic surgery: A path model for predicting restrictive versus corrective actions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(4), 972-993.
20. Lim, J. S., & Golan, G. J. (2011). Social media activism in response to the influence of political parody videos on YouTube. *Communication Research*, 38(5), 710-727.
21. McGonagle, T. (2017). "Fake news" False fears or real concerns?. *Netherlands Quarterly of Human Rights*, 35(4), 203-209.
22. McLeod, J. M., Scheufele, D. A., & Moy, P. (1999). Community, communication, and participation: The role of mass media and interpersonal discussion in local political participation. *Political communication*, 16(3), 315-336.
23. Paek, H. J., & Gunther, A. C. (2007). How peer proximity moderates indirect media influence on adolescent smoking. *Communication Research*, 34(4), 407-432.
24. Rojas, H. (2010). "Corrective" actions in the public sphere: How perceptions of media and media effects shape political behaviors. *International journal of public opinion research*, 22(3), 343-363.
25. Romm, T. (2018). Facebook faces fresh lashing from nine countries for its inability to stop the spread of fake news. *Washington Post*.
26. Rosenthal, S., Detenber, B. H., & Rojas, H. (2018). Efficacy beliefs in third-person effects. *Communication Research*, 45(4), 554-576.
27. Rucinski, D., & Salmon, C. T. (1990). The 'other' as the vulnerable voter: A study of the third-person effect in the 1988 US presidential campaign. *International Journal of Public Opinion Research*, 2(4), 345-368.
28. Shah, D. V., Faber, R. J., & Youn, S. (1999). Susceptibility and severity: Perceptual dimensions underlying the third-person effect. *Communication Research*, 26(2), 240-267.
29. Sun, Y., Shen, L., & Pan, Z. (2008). On the behavioral component of the third-person effect. *Communication Research*, 35(2), 257-278
30. Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "fake news" A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2), 137-153.

31. Wang, Y., McKee, M., Torbica, A., & Stuckler, D. (2019). Systematic literature review on the spread of health-related misinformation on social media. *Social science & medicine*, 240, 112552.
32. Wardle, C. (2017). Fake news. It's complicated. *First Draft*, 16, 1-11.
33. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking.
34. Wei, R., Chia, S. C., & Lo, V. H. (2011). Third-person effect and hostile media perception influences on voter attitudes toward polls in the 2008 US presidential election. *International Journal of Public Opinion Research*, 23(2), 169-190.
35. Wei, R., Lo, V. H & Lu, H. Y. (2011). Examining the perceptual gap and behavioral intention in the perceived effects of polling news in the 2008 Taiwan presidential election. *Communication Research*. 227-206، (2)38،
36. Yang, F., & Horning, M. (2020). Reluctant to share: How third person perceptions of fake news discourage news readers from sharing “real news” on social media. *Social Media+ Society*, 6(3), 2056305120955173.
37. Yang, J., & Tian, Y. (2021). “Others are more vulnerable to fake news than I Am”: Third-person effect of COVID-19 fake news on social media users. *Computers in Human Behavior*, 125, 106950.
38. Zhong, Z. J. (2009). Third-person perceptions and online games: A comparison of perceived antisocial and prosocial game effects. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 286-306.

ثانياً: المراجع العربية:

39. إبراهيم، سهير صالح (2019). أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب. دراسة تجريبية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 18(4)، 343-403.
40. سلامة، حسام على (2020). الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي وكفاءتها كمصادر للمعلومات عن جائحة كورونا. دراسة ميدانية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 19(2)، 161-235.
41. لحر، نبيل (2020). الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على اتجاهات الرأي العام دراسة في المفهوم، العلاقة والأهداف. *مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية*، 7(2)، 579-595.
42. محمود، هاني نادر عبد المقصود (2022). تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المشاركة في الانتخابات البرلمانية 2020م. دراسة ميدانية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 21(1)، 331-364.
43. يسعد، زهية (2020). الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين. دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، 3(1)، 144-122.