



The Saudi Public Dealings with False News, Published on Social Media

Hisham Abd Alla Alhag Mohamed *

Department of Communication and Media, Faculty of Arts, King Faisal University, Al-Hofuf, Saudi Arabia.

Abstract

Objectives: The study aimed to find out the awareness of the Saudi public about the seriousness of false news published through social networking sites, and how they deal with this news.

Methods: The study relied on the descriptive methodology, where the questionnaire tool was used to collect information from the sample members, which were chosen by random probability from the Saudi public. The questionnaire was distributed to groups on Twitter and WhatsApp, and (124) individuals responded. One of the most important questions asked were the true role played by social networking sites in spreading false news, and what are the most important ways in which the public deals with this news.

Results: The study found that the majority of respondents agree with a very high degree that social networking sites have increased the speed of spread and circulation of false news. The study concluded that confronting false news with correct facts, data, and information from relevant authorities and jurisdiction helps limit its spread.

Conclusions: The study recommended the need to investigate news, and rely on reliable sources to obtain news from social networking sites and not repeat it and re-publish it, only after verifying its authenticity. The need to enact deterrent laws to punish publishers and promoters of false news, benefit from the experiences of other countries at the regional and international levels in the field of combating false news and prevent its dangers.

Keywords: The Saudi public, false news, social networking sites.

تعامل الجمهور السعودي مع الأخبار المغلوطة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

هشام عبدالله الحاج محمد*

قسم الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة الملك فيصل، البهوف، المملكة العربية السعودية.

ملخص

الأهداف: هدفت الدراسة إلى معرفة وعي الجمهور السعودي بخطورة الأخبار المغلوطة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والكيفية التي يتعامل بها مع هذه الأخبار.

المنهجية: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، حيث جرى استخدام استبيان لجمع المعلومات من أفراد العينة التي اختيرت عن طريق الاحتمال العشوائي من الجمهور السعودي. جرى توزيع الاستبيان على مجموعات في تويتر وواتسآب واستجابة (124) فرد. من أهم التساؤلات التي طرحت على أفراد العينة السؤال عن حقيقة الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار المغلوطة، وما هي أهم الطرق التي يتعامل بها الجمهور لمواجهة هذه الأخبار.

النتائج: توصلت الدراسة إلى أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية جداً على أن مواقع التواصل الاجتماعي زادت من سرعة انتشار وتداول الأخبار المغلوطة. توصلت الدراسة إلى أن مواجهة الأخبار المغلوطة بالحقائق والبيانات الصحيحة والمعلومات من الجهات ذات الصلة والاختصاص يساعد في الحد من انتشارها.

الخلاصة: أوصت الدراسة بضرورة التحري في استقاء الأخبار والاعتماد على المصادر الموثوقة في الحصول عليها من مواقع التواصل الاجتماعي وعدم ترديدها وإعادة نشرها إلا بعد التأكد من صحتها. كما توصي بضرورة سن القوانين الرادعة لمعاقبة ناشري ومرجعي الأخبار المغلوطة والإفادة من تجارب الدول على المستوى الإقليمي والدولي في مجال محاربة الأخبار المغلوطة ودرء أخطارها.

الكلمات الدالة: الجمهور السعودي، الأخبار المغلوطة، مواقع التواصل الاجتماعي.

Received: 14/8/2022

Revised: 6/11/2022

Accepted: 28/11/2022

Published: 30/11/2023

* Corresponding author:
hmohamad@kfu.edu.sa

Citation: Mohamed, H. A. A. A. (2023). The Saudi Public Dealings with False News, Published on Social Media. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 50(6), 40–54.
<https://doi.org/10.35516/hum.v50i6.1913>



© 2023 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

المقدمة:

بلا شك في أن الثورة الكبيرة التي لحقت عالم الاتصال والمعلومات اليوم التي بدأت ارهاصاتها خلال القرن الماضي بسبب التطور الكبير الذي لحق بالإعلام ووسائله وما أفرزته المعلوماتية من تنوع في أشكال المعلومات وطرقها ووسائلها حيث أصبحت الأخبار والمعلومات تأتي من كل حدب وصوب وقد ساعد على ذلك ولادة الشبكة العنكبوتية في ستينيات القرن الماضي وذيعها وانتشارها وتسارع أجيالها المتلاحقة التي كان لتطورها بالغ الأثر في عالم الإعلام الذي ظهر في ثوبه الجديد، وتكاملت فيه الوسائل الإعلامية المتعددة في ثوبها الرقعي مؤذنة بميلاد إعلام شبيكي جديد، بالإضافة لتفاعلية الكبيرة التي أتاحتها برامح التواصل الاجتماعي حيث شكلت واقعاً افتراضياً جديداً جذب إليه كل أفراد المجتمع بكل قطاعاته، وقد ساعدت السهولة والمرنة الكبيرة التي أتاحتها التطبيقات لهذه البرامج تفاعل الجمهور معها فأصبحت ضمن البرنامج الحيوي اليومي لفئة كبيرة من أفراد المجتمع، وقد ساعد على ذلك وجود الأجهزة الذكية كالهواتف الشخصية واللوحية والهواتف الذكية وانخفاض أسعارها نسبياً، كل تلك الأسباب جعلت من وسائل التواصل الاجتماعي قوة ضاربة في مجال الإعلام والاتصال وأثرت أثراً بالغاً في الإعلام التقليدي، والجمهور السعودي كغيره من الجماهير تفاعل معها تفاعلاً كبيراً، وبعض برامح التواصل الاجتماعي بعد الجمهور السعودي من أعلىها استخدماً على مستوى العالم، مثل تويتر الذي تحتل فيه المملكة العربية السعودية المرتبة الأولى عربياً والتاسعة عالمياً (Abu alilla, 2022)، وكما نعلم أيضاً أن وسائل التواصل الاجتماعي لها إيجابيات وسلبيات متعددة ومن هذه السلبيات وجود قدر كبير من المعلومات الكاذبة والمغلوطة والمضللة، ومن الأسباب التي دعت الباحث إلى إجراء هذه الدراسة هي معرفة الكيفية التي يتعامل بها الجمهور السعودي مع المعلومات المغلوطة التي تأتي عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وقد أجرى الباحث دراسة مسحية لعينة ملئت كل فئات المجتمع السعودي، واعتمدت الدراسة على وسيلة الاستبيان على نحو أساسي لجمع المعلومات من أفراد العينة موضوع البحث، والجدير بالذكر أن هذه الدراسة اندرجت تحت الدراسات الوصفية واختار الباحث الفترة الزمنية من أكتوبر 2020 إلى ديسمبر 2021 حيث أجري عليها الدراسة البحثية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج المهمة، كما اقترحت الدراسة مجموعة من التوصيات.

المشكلة البحثية:

يعد الإعلام أحد أدوات التنمية البشرية التي تعمل على تعليم وتوجيه افراد المجتمع وأيضاً تثقيفه وارشاده، كما يعمل كحائط صد ومدافعاً عن هوية المجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده، ولعل الوظيفة الأخبارية هي من أهم الوظائف الإعلامية التي تلبي رغبة الإنسان في الحصول على المعلومات وإشباع حاجته المعرفية خاصة بعد الثورة المعلوماتية ودخول الانترنت على الخط كلاعب أساسى في العملية الإعلامية. وظهور الإعلام الجديد وموقع التواصل الاجتماعي وتفاعل الجمهور في كل الكوكب معها خاصة في المملكة العربية السعودية، حيث تفاعل الجمهور السعودي مع موقع التواصل الاجتماعي وتعدين المستخدمين الأعلى لموقع التواصل الاجتماعي خاصة في بعض الواقع والتطبيقات، وظهور الملاحظة الاستكشافية لحالات انتشار المعلومات المغلوطة وترويجها المؤسسي الذي حولها لصناعة اتصالية ودعائية لها تأثيرها المتزايد وتداعياتها المختلفة، وتكون المشكلة في إدراك تأثير هذه المعلومات المغلوطة على المجتمع السعودي وكيفية تعامل الجمهور السعودي معها من خلال موقع التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من تأثير المعلومات المغلوطة على الثقافة المعلوماتية للمجتمع السعودي سيما منصات التواصل الاجتماعي وشبكاته، كما أن الظاهرة لها أبعاد أخلاقية ومهنية تمس بمصداقية الممارسة الإعلامية والعمل الإعلامي المؤسسي، وأيضاً القضية لها أبعاد أمنية وسياسية واقتصادية مما حدا بكثير من الدول لسن تشاريرات وقوانين لاحتواء تداعيات هذه الظاهرة.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة مستوى وعي الجمهور السعودي بخطورة المعلومات المغلوطة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي، كما تهدف الدراسة أيضاً إلى معرفة الكيفية التي يتعامل بها الجمهور السعودي مع هذه النوعية من المعلومات عبر موقع التواصل الاجتماعي.

يمكن تحليل هذه الأهداف إلى عدة نقاط فرعية:

1. معرفة أهم عادات المشاهدة للجمهور السعودي لموقع التواصل الاجتماعي.
2. معرفة مدى اعتماد الجمهور السعودي على موقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات.
3. معرفة درجة ثقة الجمهور السعودي في المعلومات المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي.
4. معرفة الدور الذي تقوم به موقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات المغلوطة.
5. معرفة أهم الطرق الذي يستخدمها الجمهور السعودي لمواجهة الأخبار المغلوطة.

تساؤلات الدراسة:

1. إلى أي مدى يتبع الجمهور السعودي الأخبار على موقع التواصل الاجتماعي؟
2. كم عدد الساعات التي يقضيها الجمهور السعودي في متابعة الأخبار عبر موقع التواصل الاجتماعي؟
3. إلى أي مدى يعتمد الجمهور السعودي على موقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار؟
4. إلى أي مدى يثق الجمهور السعودي في الأخبار المقدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي؟
5. ما أكثر وسائل التواصل الاجتماعي نشرًا للأخبار المغلوطة؟

فرضيات الدراسة:

1. هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين انتشار الأخبار المغلوطة وتداول موقع التواصل الاجتماعي لها.
2. هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأخبار المغلوطة وتعامل الجمهور السعودي بوعي وإدراك معها.

المنهج المستخدم:

اعتمدت الدراسة على المنهج المختلي بصورة أساسية لعينة من المجتمع السعودي لمعرفة اتجاهاته نحو المعلومات المغلوطة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي.

العينة البحثية:

وتم اختيار عينة الدراسة عن طريق توزيع استمارات Google Forms على فئة من الجمهور السعودي.

حدود الدراسة:

• **الحدود الموضوعية:**

محور الدراسة هو الجمهور السعودي وتعامله مع الأخبار المغلوطة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي.

• **الحدود المكانية:**

الجمهور السعودي الافتراضي الذي يتعامل مع موقع التواصل الاجتماعي.

• **الحدود الزمنية:**

من أكتوبر 2020 إلى ديسمبر 2021.

أدوات البحث:

اعتمدت الدراسة بصورة أساسية على أداة الاستبيان الذي جرى توزيعه على عينة من المجتمع السعودي.

المصطلحات الواردة في البحث:

• **الأخبار المغلوطة:**

هي محتوى ملف يجري تقديمها على نحو مخادع بعده جديداً حقيقةً، وهو يتكون من قصص مصممة لزيادة عدد القراء على الانترنت الذين يساهمون في نشر هذه المحتويات، وإيرادات النقرات على الانترنت، ويتم نشرها بقصد التضليل من أجل الإضرار بوكالة أو شخص أو منافس (Matthew N O Sadiku, fake news and misinformation, 2018).

• ويرى (Makawi, 2020)، في دراسته أن الأخبار المغلوطة هي الأخبار الزائفة والكاذبة والمفقة والمضللة، كل هذه التسميات جمعتها صفة عدم صدقها وموثوقيتها، ومع ذلك ذاع صيت هذا المصطلح فانتشر منذ عام 2016.

• وعني أنها "كل قضية أو عبارة موضوعية نوعية مطروحة للتصديق، وهي تداول من فرد إلى آخر بالكلمة الشفهية في العادة، دون أن تستند إلى دلائل مؤكد على صدقها". (Suliman, 2021).

الجمهور:

• يتحدد مفهوم الجمهور في الاتصال الجماهيري بضخامة حجمه وكثرة عدده وانتشاره الكبير، بالشكل الذي يمكن تحقيق الاتصال المباشر مع القائم بالاتصال (في جمهور وسائل الإعلام) ويختلف أفراده في السمات والخصائص من الناحية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية كما أنهم يعتبرون عناصر مؤثرة ومتأثرة في العملية الاتصالية. (Hijab, 2002, p24).

ال التواصل الاجتماعي لغة: هو ظواهر التواصل بين البشر بعضهم ببعض". (Almadani, 2017, p29).

موقع التواصل الاجتماعي: شبكات اجتماعية، ومواقع للتواصل ومشاركة الفيديو، وكذلك شبكات للتدوين المصغر، وأيضاً موقع للتتصفح والأخبار الاجتماعية. (Jabori, 2019, p78).

- وتعزز أيضًا بأنها تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الالكترونية، وتبادلها بسهولة ويسر، وتتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشاركون في نفس المصالح، وبناء عليه ينبع عن ذلك ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية، حيث يستطيع المستخدمون التجمع في كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية. (Ismael, 2020).
- تعريف آخر لموقع التواصل الاجتماعي أنها كل الأجهزة والموقع التي تسمح لمستخدمها بمشاركة المعلومات عالميا، وتستخدم الواقع في إزالة المسافات الافتراضية بين المشاركين للتجمع وطرح ومشاركة المعلومات، أما الأجهزة فهي التكنولوجيا التي تستخدم للدخول لتك الواقع. (Abd Elfatah, 2017, p56).

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: صحافة المواطن ودورها في الكشف عن الأخبار الكاذبة واقعة "جمال إسماعيل" (نموذجًا)، دراسة تحليلية على عينة من صفحات الفيسبوك. (Salihaa, 2021)

هدفت الدراسة إلى تحديد أشكال النشرات التي استخدمت في الكشف عن الأخبار الكاذبة (واقعة جمال بن إسماعيل نموذجًا) كما هدفت إلى تعرف اللغة التي استخدمتها صحافة المواطن على صفحات الفيسبوك للكشف عن الأخبار الكاذبة للواقعية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي كما اعتمدت على أداة تحليل المضمون بصورة أساسية وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج كان من أهمها تعد صحافة المواطن من أهم المصادر المعتمدة في نقل ونشر الأخبار بكل أنواعها خاصة القضايا الاجتماعية، كما توصلت الدراسة إلى أن النشرات التي تعتمد على الفيديو زائد النص والصور هي الأكثر استخدامًا في الكشف عن الأخبار الكاذبة عن واقعة جمال بن إسماعيل على صفحات الفيسبوك حيث بلغت نسبتها 41.67%، كما توصلت الدراسة إلى أن 50% من المنشورات عن الواقعية على الفيسبوك جرى الكشف عنها بفضل مجهودات المواطنين وصاحب الصفحة.

الدراسة الثانية: الأخبار الزائفة على موقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك بولاية المسيلة. (Haya, 2019)

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى انتشار الأخبار الزائفة على موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)، كما هدفت الدراسة إلى معرفة مدى إدراك شباب ولاية المسيلة لمفهوم الأخبار الزائفة وأخطارها وعوامل انتشارها وأنواعها ومدى اعتمادهم وتعاملهم معها، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي من خلال جمع وتنظيم وعرض ووصف البيانات المتاحة، كما اعتمدت الدراسة على أدوات الاستبيان حيث جرى توزيع 60 استمارة اختبرت عن طريق العينة القصدية، كشفت نتائج الدراسة أن أغلب أفراد العينة يرون أن مكانة الفايسبوك عالية جداً بنسبة 60% من بين موقع التواصل الاجتماعي، كما توصلت الدراسة إلى وجود فضاء واسع لانتشار الأخبار الزائفة لا وهو موقع الفايسبوك، وأيضاً تجاوب الشباب بكثرة مع المعلومات أو الأخبار الزائفة والخادعة التي تنشر عبر فيسبوك بين الرفض والقبول.

الدراسة الثالثة: اتجاهات النخبة نحو مستقبل انتشار الأخبار الزائفة بواقع التواصل الاجتماعي، خلال العقد (2030-2021): دراسة استشرافية. (Abd alkhalig, 2021)

هدفت الدراسة إلى تعرف العوامل المؤثرة على انتشار الأخبار المزيفة والمعلومات المغلوطة على منصات التواصل الاجتماعي وعوامل قبول الأخبار المزيفة لدى الجماهير، وكيفية التحقق من الأخبار، وتوقعات الخبراء لمسارات تلك المعلومات عبر موقع التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة في تلك المسارات خلال العقد القادم، واعتمدت عينة الدراسة الاستشرافية على عينة قوامها 45 خبير، توصلت الدراسة لعدد من النتائج منها أن انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة خلال العقد القادم هو نتاج تفاعلات دقيقة بين عناصر متشابكة عدة تتمثل في التطور التكنولوجي والجمهور والقائمين بالاتصال، والحكومات، وسياسات منصات التواصل الاجتماعي.

الدراسة الرابعة: التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية في الواقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ. (Elshareef, 2022)

استهدفت الدراسة الكشف عن العلاقة بين التماس الجمهور المصري للمعلومات حول التغيرات المناخية من موقع التواصل الاجتماعي، والاستراتيجيات المستخدمة في ذلك ومدى ادراكيهم لخطورة تلك التغيرات وتعريف اتجاهاتهم نحو استضافة مصر لقمة المناخ في نوفمبر 2022، استخدمت الدراسة المنهج الممسي واعتمدت على صحيفة الاستقصاء الالكترونية كأداة لجمع البيانات من عينة الجمهور المصري حيث جرى توزيع 400 استمارة بحثية على عينة الدراسة، جاءت اهم نتائج الدراسة لتبين ان موقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها فيسبوك هي المصدر الأول للمبحوثين لالتماس المعلومات حول التغيرات المناخية، كما توصلت الدراسة إلى ان المبحوثين يشعرون بالمخاطر التي يمكن ان تسببها التغيرات المناخية، و أكدت نسبة كبيرة من المبحوثين ان مصر مؤهلة لاستضافة ذلك الحدث، وان ذلك يعد اضافة لمكانتها كدولة مؤثرة في العالم

الدراسة الخامسة: حدود مصداقية موقع التواصل الاجتماعي، التحديات والمكمنات (الفيسبوك نموذجًا) (Alalkawi, 2020)

هدفت الدراسة إلى التدليل على ان الوظيفة الامثل لكافة الوسائل الإعلامية هي الأخبار او الإعلام، اعتمدت الدراسة على المنهج الممسي، اما

مجتمع البحث فقد تمثل بمستخدمي التواصل الاجتماعي "الفيس بوك"، واختار الباحث عينة من هذا المجتمع قوامها 82 بطريقة العينة العارضة، استخدم أداة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج كان من أبرزها الصفحات الرسمية هي أكثر الصفحات التي تتمتع بالمصداقية كونها تابعة لجهات ومؤسسات حكومية وموثوقة بها، مصداقية جهة الحساب والسياسة الاتصالية لصفحة والفصل بين الخبر والرأي بحسب تسلسلها كانت أبرز العوامل المؤثرة والفعالة، تتمتع صفحات الفيس بوك بالمصداقية من خلال ما يجري نشره على هذه الصفحات وهو ما يبيّنه إجابات المبحوثين.

الدراسة السادسة: أثر الأخبار الكاذبة في موقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب. (Ibrahim, 2019)

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر الأخبار الكاذبة في مستويات القلق السياسي لديهم سواء من حيث أداء الحكومة أو طبيعة الأحداث السياسية للمجتمع، شملت عينة البحث 90 مفردة وتم استخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات، استخدم الباحث أيضًا مجموعات النقاش مع 16 طالب، من أهم النتائج معدلات استخدام مرتفعة لموقع التواصل الاجتماعي واعتبروه من طقوس الحياة اليومية لارتباطهم الشديد به واعتمادهم عليه كمصدر رئيسي للحصول على المعلومات والتواصل مع الآخرين ومع العالم، اعتبر الواسطاب والفيسبوك في مقدمة الوسائل المستخدمة، في حين أظهرت نتائج أن البعض أكد أن القنوات الفضائية والموقع الأخبارية أكثر مصداقية والتزام وانهم يثقون في أخبارها لأنها ليست اراء او انبطاعات.

الدراسة السابعة: تكتيكيات الشباب الجامعي في التتحقق من صحة أخبار موقع التواصل الاجتماعي الزائفة. (Mohamed, 2021)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن تكتيكيات الشباب الجامعي في التتحقق من صحة أخبار موقع التواصل الاجتماعي الزائفة، هي دراسة كيفية معتمدة على التحليل الموضوعي في تحليل بيانات المقابلات التي أجريت للشباب المشاركين في الدراسة، بلغت عينة الدراسة 32 شاباً وشابة من الشباب الجامعي، خلصت الدراسة لعدة نتائج أهمها أن الأخبار الزائفة أصبحت جزء لا يتجزأ من البيئة الأخبارية، كما أن الشباب الجامعي المصري ليسوا أقل انخراطًا في العالم الاجتماعية الرقمية من نظرائهم في المجتمعات العربية أو الغربية، أيضاً جاء الفيس بوك والواتس آب في مقدمة البرامج التي يتفاعل معها هؤلاء الشباب.

الدراسة الثامنة: تحقق غرف الأخبار التلفزيونية من المعلومات المتداولة مع موقع التواصل الاجتماعي قبل بها، الجزيرة نموذجًا. (Abu Dari, 2018)

هدفت هذه الدراسة إلى مناقشة إشكالية يواجهها الإعلاميون في غرف الأخبار التلفزيونية في التعامل مع المعلومات المتداولة عبر موقع التواصل الاجتماعي والتحديات المفروضة عليهم للتحقق مما تبثه هذه المواقع من ملابس الصور والأخبار، اختار الباحث أسلوب البحث الممسي، واستخدم أداة الاستبيان لجمع البيانات، بلغ مجموع العينة مئة صحفى ومنتج من قناة الجزيرة بمقرها في دولة قطر، من أهم نتائج الدراسة أن موقع التواصل الاجتماعي فرضت نفسها بشدة على غرف الأخبار التقليدية كمصدر للمعلومات والصور لكنها في نفس الوقت مصدر غير موثوق لدى الصحفيين والمتخصصين مما سبب لهم مشاكل مهنية وقلقاً وارعاجاً، وإن الصحفيين والمتخصصين لا يعتبرون موقع التواصل الاجتماعي مصدرًا موثوقاً وفي الوقت نفسه يرون ضرورة عدم التخلص منها كمصدر للأخبار والصور.

الدراسة التاسعة: آليات الجمهور المصري في التتحقق من الأخبار الزائفة وعلاقتها بأنماطهم التفاعلية بموقع التواصل الاجتماعي. (Mohamed, 2021)

هدفت الدراسة إلى الكشف عن رصد آليات تتحقق الجمهور المصري من الأخبار الزائفة وفقًا لأنماط تفاعلهم مع موقع التواصل الاجتماعي، اعتمد الباحث المنهج الوصفي واعتمد استراتيجية المعاينة العشوائية لسحب عينة ممثلة لهذا المجتمع، جرى استخدام أداة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، بلغ مجموع العينة 407 مستخدم لموقع التواصل الاجتماعي من الجمهور المصري، من أهم نتائج الدراسة اتصاف سلوك أكثر من نصف الجمهور المصري عينة الدراسة بالاستخدام "المشاهد" (النطء السلبي)، بينما شاركت أقل من نصف عينة الدراسة باقي الأنماط التفاعلية (النمط الإيجابي) بالرغم من الكثافة المفرطة في استخدام موقع التواصل الاجتماعي لجميع أفراد العينة، كما تصدر كل من "Facebook" و "WhatsApp" قائمة المئات الاجتماعية الأكثر استخداماً من قبل المصريين، أيضًا قيم الجمهور المصري ثقة مصادر أخبار موقع التواصل الاجتماعي بدرجة بُقة مُتوسطة، بينما يتحقق الجمهور المصري من أخبار موقع التواصل الاجتماعي عن طريق مرحلتين، وهُما: التتحقق الداخلي، والتحقق الخارجي، وقد ثبت عدم وجود فروق دالة إحصائياً في آليات تتحقق الجمهور المصري من الأخبار الزائفة وفقًا لكل من: أنماط تفاعلهم مع موقع التواصل الاجتماعي، وكثافة استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي، ودرجه تقييمهم لمصداقية حسابات مصادر الأخبار التي يتابعها على موقع التواصل الاجتماعي.

الدراسة العاشرة: العلاقة بين مستوى المواطن الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكيهم للأخبار الزائفة عبر موقع التواصل الاجتماعي. (Zayid, 2021)

استهدفت الدراسة تعرف مدى إدراك الشباب الجامعي المصري للأخبار الزائفة بموقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بمستويات المواطن الرقمي لديهم، وتعد الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت المنهج الإعلامي الميداني، بالتطبيق على عينة متاحة قوامها 400 مبحوث، توصلت

الدراسة الى عدة نتائج منها يستخدم المبحوثون موقع التواصل الاجتماعي دائمًا بنسبة 85% وأحياناً بنسبة 15% وجاء الفيسبروك كأول موقع التواصل الاجتماعي استخداماً لدى المبحوثين، جاء مفهوم الأخبار الزائفة تبعاً لرأي المبحوثين الخبر المفبرك الكاذب يليه العرض المعمد لادعاءات كاذبة أو مضللة.

التعليق على الدراسات السابقة:

أكّدت معظم الدراسات السابقة على الأثر الكبير لموقع التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات، كما أن موقع التواصل الاجتماعي أصبحت من ضمن ممارسات أفراد المجتمع اليومية، كما أكّدت معظم الدراسات على المسؤولية الكبيرة لأفراد المجتمع في التعامل مع موقع التواصل الاجتماعي بمسؤولية وحذر وعدم نشر الأخبار وتدالوها قبل التأكّد منها، كما أكّدت معظم الدراسات على الدور المهم الذي يجب أن تلعبه الجهات الرسمية في الحد من الآثار السالبة المرتبطة بموقع التواصل الاجتماعي وعمل الترتيبات التقنية وسن التشريعات المناسبة لضبطها واستخدامها.

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسات في اثراء الإطار المنهجي للدراسة والنظري، كما استفاد من أدوات جمع البيانات المستخدمة في هذه البحوث خاصة أداة الاستبيان كما استفاد الباحث من النتائج والتوصيات التي توصلت لها الدراسات السابقة.

وما تتميّز به هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أنها تعد الأحدث بين قرينتها، كما أنها ترتكز على جانب الأخبار المغلوطة وهو ما اغفلته معظم الدراسات السابقة، بالإضافة لكونها تسعى إلى تأكيد دور الجمهور الكبير والمهم في التعامل مع ظاهرة نشر وتداول الأخبار المغلوطة بمسؤولية والتزام اللقضاء عليها والحد من تأثيرها.

ثانياً: إجراءات الدراسة الميدانية

تناول الباحث في هذا الفصل وصفاً للطريقة والإجراءات التي أتبّعها في تنفيذ هذه الدراسة، يشمل ذلك وصفاً لمجتمع الدراسة وعينته، وطريقة إعداد أداتها، والإجراءات التي اتّخذت للتأكد من صدقها وثباتها، والطريقة التي اتبّع لتطبيقها، والمعالجة الإحصائية التي جرى بموجها تحليل البيانات واستخراج النتائج، كما يشمل البحث تحديداً وصفاً لمنهج الدراسة.

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من الأشخاص الذين يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، وتم اختيار عينة الدراسة عن طريق توزيع استمرارات على مجتمع البحث، حيث قام الباحث بمشاركة عدد (124) استمرارة استبيان عن طريق Google Forms على المستهدفين من الجمهور السعودي وقد استجاب (124) فرداً حيث جرى الرد الاستبيانات بعد ملئها بكل المعلومات المطلوبة والجدول رقم (1/2/3) يلخص توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع والعمر والمستوى التعليمي.

جدول (3/1): خصائص العينة الديمغرافية

النسبة المئوية	العدد	البدائل	المتغيرات
%45.2	56	ذكر	النوع
%54.8	68	أنثى	
%100.0	124	المجموع	
%1.6	2	أقل من 18 سنة	العمر
%53.2	66	من 18-30 سنة	
%29.0	36	من 31-40 سنة	
%11.3	14	من 41-50 سنة	
%3.2	4	من 51-60 سنة	
%1.6	2	أكثر من 60 سنة	
%100.0	124	المجموع	
%8.9	11	ثانوي فأقل	المستوى التعليمي
%77.4	96	جامعي	
%13.7	17	فوق الجامعي	
%100.0	124	المجموع	

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022م

نتائج الدراسة ومناقشتها:

جدول (2/2/3): التوزيع التكراري لمتغير مدى متابعتك للأخبار عبر موقع التواصل الاجتماعي

البدائل	العدد	النسبة المئوية
دائماً	69	%55.6
أحياناً	47	%37.9
نادراً	8	%6.5
المجموع	124	%100.0

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022م

تظهر نتائج الجدول (2/2/3) أن مدى المتابعة لغالبية أفراد عينة الدراسة للأخبار عبر موقع التواصل الاجتماعي هو دائماً، حيث بلغ عدد أفراد العينة الذين يتبعون دائماً (69) فرداً وبنسبة (55.6%)، هذه النتيجة تدل على الأهمية الكبيرة لموقع التواصل الاجتماعي لدى أفراد العينة كمصدر للأخبار.

جدول (3/2/3): التوزيع التكراري لمتغير عدد الساعات التي تقضيها في متابعة الأخبار

البدائل	العدد	النسبة المئوية
أقل من ساعة	58	%46.8
من 1-3 ساعات	42	%33.9
من 4-6 ساعات	16	%12.9
من 7 ساعات فأكثر	8	%6.5
المجموع	124	%100.0

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022م

تبين النتائج في الجدول (6/2/3) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يقضون أقل من ساعة في متابعة الأخبار على موقع التواصل الاجتماعي يومياً، إذ بلغ عددهم في العينة (58) فرداً وبنسبة (46.8%)، يلهم الذين يقضون من 1-3 ساعات وهذه النتيجة تتفق مع دراسة (Elshareef, 2022). حيث بلغ عددهم في العينة (42) فرداً وبنسبة (33.9%).

جدول رقم (7/2/3): التوزيع التكراري لمتغير موقع التواصل الاجتماعي الذي يتلقى منها الأخبار

النسبة المئوية الطالية	الاستجابات		البدائل
	النسبة	العدد	
%78.2	%29.9	97	تويتر
%4.8	%1.9	6	الفيسبوك
%33.9	%13.0	42	انستقرام
%16.1	%6.2	20	يوتيوب
%49.2	%18.8	61	الواتسآب
%4.0	%1.5	5	المدونات
%58.9	%22.5	73	سنابشات
%16.1	%6.2	20	أخرى
%261.3	%100.0	324	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022م

تظهر النتائج في الجدول (3/2/3) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يتلقون الأخبار من تويتر، حيث بلغ عدد استجابتهم (97) استجابة ويمثلون ما نسبته (29.9%) من الاستجابات، يلهم أفراد عينة الدراسة الذين يتلقونها من سنابشات، حيث بلغ عدد استجابتهم (73) استجابة ويمثلون ما نسبته (22.5%) من الاستجابات، يلهم أفراد عينة الدراسة الذين يتلقون الأخبار من الواتسآب، حيث بلغ عدد استجابتهم (61) استجابة ويمثلون ما نسبته

(18.8%) من الاستجابات، ويرى الباحث أن توبيخ استحوذ على المرتبة الأولى في متابعة الأخبار وذلك يرجع إلى أن المملكة العربية السعودية تحتل المرتبة الأولى عربياً والتاسعة عالمياً في استخدامها لتوبيخ.

جدول (4/2/3): التوزيع التكراري لمتغير مدى اعتمادك على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار

البدائل	العدد	النسبة المئوية
اعتماد بدرجة عالية جداً	34	%27.4
اعتماد بدرجة عالية	35	%28.2
اعتماد بدرجة متوسطة	39	%31.5
اعتماد بدرجة ضعيفة	12	%9.7
لا أعتمد	4	%3.2
المجموع	124	%100.0

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022 م

تشير النتائج في الجدول (4/2/3) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يعتمدون على وسائل التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار بدرجة متوسطة، حيث بلغ عددهم (39) فرداً وبنسبة (31.5%)، وهذا يتوافق مع دراسة (Haya, 2019)، كما تضمنت عينة الدراسة على (35) فرداً وبنسبة (28.2%) يعتمدون بدرجة عالية، وتضمنت عينة الدراسة على (34) فرداً وبنسبة (27.4%) يعتمدون بدرجة عالية جداً، يتبيّن من ذلك أن أهمية موقع التواصل الاجتماعي كمصدر مهم للحصول على الأخبار بالنسبة للمجتمع السعودي.

جدول (5/2/3): التوزيع التكراري لمتغير درجة الثقة في الأخبار المقدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي

البدائل	العدد	النسبة المئوية
ثقة بدرجة عالية جداً	11	%8.9
ثقة بدرجة عالية	25	%20.2
ثقة بدرجة متوسطة	58	%46.8
ثقة بدرجة ضعيفة	18	%14.5
لا أثق	12	%9.7
المجموع	124	%100.0

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022 م

تظهر نتائج الجدول (5/2/3) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يثقون في الأخبار المقدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي بدرجة متوسطة، حيث بلغ عددهم أفراد (58) فرداً وبنسبة (46.8%)، وهذه النتيجة تتوافق إلى حد كبير مع دراسة (Abd alkhalig, 2021)، كما تضمنت عينة الدراسة على (25) فرداً وبنسبة (20.2%) يثقون بدرجة عالية، وتضمنت عينة الدراسة على (18) فرداً وبنسبة (14.5%) يثقون بدرجة ضعيفة، كما تضمنت عينة الدراسة على (12) فرداً وبنسبة (9.7%) لا يثقون في الأخبار المقدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي، ويرى الباحث أن الجمهور السعودي على مستوى عالي من الإدراك حيث أنه لا يقوم بتصديق كل ما ينشر على موقع التواصل الاجتماعي.

جدول (6/2/3): التوزيع التكراري لمتغير درجة الثقة في الأخبار الحكومية الرسمية المقدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي

البدائل	العدد	النسبة المئوية
ثقة بدرجة عالية جداً	56	%45.2
ثقة بدرجة عالية	44	%35.5
ثقة بدرجة متوسطة	18	%14.5
ثقة بدرجة ضعيفة	5	%4.0
لا أثق	1	%0.8
المجموع	124	%100.0

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022 م

تشير نتائج الجدول (6/2/3) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يثقون في الأخبار الحكومية الرسمية المقدمة عبر موقع التواصل الاجتماعي بدرجة عالية جدًا، حيث بلغ عددهم أفراد (56) فرداً وبنسبة (45.2%)، كما تضمنت عينة الدراسة على (44) فرداً وبنسبة (35.5%) يثقون بدرجة عالية، وتضمنت عينة الدراسة على (18) فرداً وبنسبة (14.5%) يثقون بدرجة متوسطة، كما تضمنت عينة الدراسة على (5) أفراد وبنسبة (4.0%) يثقون بدرجة ضعيفة، ومن خلال معايشة الباحث للمجتمع السعودي لاحظ أنه يميل لتصديق الأخبار الرسمية المنشورة على صفحات موقع التواصل الاجتماعي الحكومية.

جدول (7/2/3): التوزيع التكراري لمتغير أثاث وسائل التواصل الاجتماعي نشراً للأخبار المغلوطة من وجهة نظرك

النسبة المئوية الكلية	الاستجابات		البدائل
	النسبة	العدد	
%46.8	%22.7	58	تويتر
%25.8	%12.5	32	الفيسبوك
%17.7	%8.6	22	انستقرام
%79.8	%38.7	99	الواتسآب
%30.6	%14.8	38	سنابشات
%5.6	%2.7	7	أخرى
%206.5	%100.0	256	المجموع

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022م

تبين نتائج الجدول (7/2/3) أن غالبية أفراد عينة الدراسة يعتقدون أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي نشراً للأخبار المغلوطة هو الواتسآب، حيث بلغ عدد استجابتهم (99) استجابة ويمثلون ما نسبته (38.7%) من الاستجابات، وهذه النتيجة لا تتوافق مع دراسة (Elshareef, 2022) التي احتل فيها موقع الفيسبوك المرتبة الأولى في نشر الأخبار الزائفة والمغلوطة ويعود تفسير ذلك لأن الجمهور المصري أكثر متابعة لموقع فيسبوك من الجمهور السعودي، يلهم أفراد عينة الدراسة الذين يعتقدون أنها من تويتر، حيث بلغ عدد استجابتهم (58) استجابة ويمثلون ما نسبته (22.7%) من الاستجابات، يلهم أفراد عينة الدراسة الذين يعتقدون أنها من سنابشات، حيث بلغ عدد استجابتهم (38) استجابة ويمثلون ما نسبته (14.8%) من الاستجابات، يلهم أفراد عينة الدراسة الذين يعتقدون أنها من الفيسبوك، حيث بلغ عدد استجابتهم (32) استجابة ويمثلون ما نسبته (12.5%) من الاستجابات.

ثانيًا: أداة الدراسة

أداة البحث الوسيلة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات الازمة عن الظاهرة موضوع الدراسة، ويوجد العديد من الأدوات المستخدمة في مجال البحث العلمي للحصول على المعلومات والبيانات الازمة للدراسة، وقد اعتمد الباحث على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات من عينة الدراسة.

ثالثًا: ثبات وصدق أداة الدراسة

بعد الانتهاء من صياغة النسخة المبدئية من الاستبيان، ثم التحقق من صدقها الظاهري من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين، وتمت الاستجابة للاحظاتهم، ومن ثم إعادة صياغة الاستبيان في صورتها النهائية، ومن ثم جرى استخدام معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان. وترد وراثت قيم معاملات الثبات والصدق (0.80) و (0.89) على التوالي، وتشير هذه القيم إلى صلاحية الاستبيان للتطبيق وإمكانية الاعتماد على نتائجها والوثوق بها.

خامسًا: عرض نتائج الفرضيات ومناقشتها

أولاً: عرض ومناقشة النتائج المتعلقة بفرضية انتشار الأخبار المغلوطة وتبادل موقع التواصل الاجتماعي:
وللحتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى، ويتم حساب الوسيط لاجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة، والوسيط هو أحد مقاييس التوزع المركبة الذي يستخدم لوصف الظاهرة الذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعديًا أو تنازليًا وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (3/3): الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الأولى

درجة الموافقة	الوسط	العبارات	ت
أوافق بدرجة عالية	4	الأخبار المغلوطة المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تصدر عن مصادر غير موثوقة	1
أوافق بدرجة عالية جدًا	5	وسائل التواصل الاجتماعي زادت من سرعة انتشار وتداول الأخبار المغلوطة	2
أوافق بدرجة عالية	4	الأخبار المغلوطة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي أصبحت ظاهرة	3
أوافق بدرجة عالية	4	الأخبار المغلوطة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي لها اهداف مستترة	4
أوافق بدرجة عالية	4	جميع العبارات	

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022م

يتبيّن من الجدول (3/3) أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى بلغت (4)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية على أن الأخبار المغلوطة المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تصدر عن مصادر غير موثوقة وهذه النتيجة توافت مع دراسة (Zayid, 2021) في أن الأخبار الزائفة تصدر عن مصادر غير موثوقة، ويفسر الباحث ذلك إلى أن المصادر الموثوقة توفر فيها قدر كبير من المصداقية والشفافية وأن الجمهور السعودي على درجة عالية من الإدراك.

وبلغت قيمته للعبارة الثانية (5)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية جدًا على أن وسائل التواصل الاجتماعي زادت من سرعة انتشار وتداول الأخبار المغلوطة، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Abd alkhalig, 2021) في ان حسابات مواقع التواصل الاجتماعي تزيد من انتشار المحتوى الكاذب والمضلّل، ويفسر الباحث ذلك نسبة طبيعية لخاصّيات موقع التواصل الاجتماعي التي من أهمّها سرعة تداول الأخبار علىها. وبلغت قيمته للعبارة الثالثة (4)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية على أن الأخبار المغلوطة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي أصبحت ظاهرة، ويرى الباحث أن ذلك يرجع لتكرارها باستمرار وتناولها وانتشارها.

وبلغت قيمته للعبارة الرابعة (4)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية على أن الأخبار المغلوطة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي لها أهداف مستترة، ويرى الباحث أن الأهداف المستترة تقف خلفها جهات لها أجندات خفية ترتبط بمصالحها وفي الغالب هذه الأجندة غير حميدة.

الجدول (3/3) يلخص نتائج اختبار مربع كای لهذه العبارات:

جدول رقم (3/3): نتائج اختبار مربع كای لدلاله الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الأولى

قيمة مربع كای	درجة الحرارة	العبارات	ت
81.32	4	الأخبار المغلوطة المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تصدر عن مصادر غير موثوقة	1
157.69	4	وسائل التواصل الاجتماعي زادت من سرعة انتشار وتداول الأخبار المغلوطة	2
85.84	4	الأخبار المغلوطة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي أصبحت ظاهرة	3
47.53	4	الأخبار المغلوطة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي لها اهداف مستترة	4

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022م

تبين النتائج في الجدول أعلاه، وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة عالية جدًا على أن الأخبار المغلوطة المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تصدر عن مصادر غير موثوقة، كما تشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة عالية جدًا على أن وسائل التواصل الاجتماعي زادت من سرعة انتشار وتداول الأخبار المغلوطة، وتشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة عالية جدًا على أن الأخبار المغلوطة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي أصبحت ظاهرة، كما تشير أيضًا إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بدرجة عالية جدًا على أن الأخبار المغلوطة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي لها اهداف مستترة.

ثانيًا: عرض ومناقشة نتائج فرضية وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأخبار المغلوطة وتعامل الجمهور السعودي بوعي وإدراك معها: وللتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الثانية، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعةً، والوسط هو أحد مقاييس النزعة المركبة الذي يستخدم لوصف الظاهرة الذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعديًا أو تنازليًا وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول (4/3/4): الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية

التفصير	الوسط	العبارات	ت
أوافق بدرجة عالية	4	نشر القيم الأخلاقية والتوعية بأخطار الأخبار المغلوطة وأهدافها يقلل من انتشارها عبر موقع التواصل الاجتماعي	1
أوافق بدرجة عالية جداً	5	عدم ترديد الأخبار المغلوطة وإعادة نشرها وتدالوها يقلل من انتشارها عبر موقع التواصل الاجتماعي	2
أوافق بدرجة عالية جداً	5	ضرورة وجود مراكز متخصصة لرصد وتحليل الأخبار المغلوطة والتصدي لها عبر موقع التواصل الاجتماعي	3
أوافق بدرجة عالية جداً	5	سن القوانين الرادعة التي تعاقب كل من يقوم بصناعة ونشر الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي يساعد على القضاء عليها	4
أوافق بدرجة عالية	4	وجود موثيق شرف تحكم عمل وسائل التواصل الاجتماعي يساعد في التصدي لنشر الأخبار المغلوطة في داخل المملكة	5
أوافق بدرجة عالية جداً	5	مواجحة الأخبار المغلوطة بالحقائق والبيانات الصحيحة والمعلومات من الجهات ذات الصلة والاختصاص يساعد في الحد من انتشارها	6
أوافق بدرجة عالية جداً	5	المتابعة المستمرة لموقع التواصل الاجتماعي التي تنشر الأخبار المغلوطة والإبلاغ عنها يقلل من انتشارها	7
أوافق بدرجة عالية	4	الاستعانة بمجموعة من البرامج والتطبيقات والموقع الإلكتروني المتخصص في المجال تساعد في كشف الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي	8
أوافق بدرجة عالية	4	تشكيل فرق عمل طوعية تتولى مهمة التوعية بأخطار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي تساعد في الحد من انتشارها	9
أوافق بدرجة عالية	4	المصارحة والشفافية بين أفراد المجتمع تساعد من الحد من انتشار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي	10
أوافق بدرجة عالية جداً	5	الاستعانة بالمصادر الحكومية والإعلامية والشخصيات المتخصصة الموثوقة للتأكد من الأخبار المغلوطة والوقوف على صحتها يساعد في محاربتها	11
أوافق بدرجة عالية جداً	5	مواجحة الأخبار المغلوطة والسرعة بالرد عليها وتمحیصها وعدم الانتظار لحين انتشارها يساعد في محاربتها	12
أوافق بدرجة عالية جداً	5	التنسيق المستمر بين مؤسسات المجتمع والأجهزة الأمنية والأفراد يساعد في التقليل من انتشار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي ومحاربتها	13
أوافق بدرجة عالية جداً	5	جميع العبارات	

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022م

يتبع من الجدول (4/3/4) ما يلي:

بلغت قيمة الوسيط للعبارة الأولى (4)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية على أن نشر القيم الأخلاقية والتوعية بأخطار الأخبار المغلوطة وأهدافها يقلل من انتشارها عبر موقع التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Abd alkhalig, 2021) في أن الالتزام بالقيم الأخلاقية يقلل من انتشار وتدالو الأخبار الزائفة.

وبلغت قيمته للعبارة الثانية (5)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية جداً على أن عدم ترديد الأخبار المغلوطة وإعادة نشرها وتدالوها يقلل من انتشارها عبر موقع التواصل الاجتماعي.

وبلغت قيمته للعبارة الثالثة (5)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية جداً على أن ضرورة وجود مراكز متخصصة لرصد وتحليل الأخبار المغلوطة والتصدي لها عبر موقع التواصل الاجتماعي.

وبلغت قيمته للعبارة الرابعة (5)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية جداً على أن سن القوانين الرادعة التي تعاقب كل من يقوم بصناعة ونشر الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي يساعد على القضاء عليها، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Haya, 2019) ودراسة (Zayid, 2021) اللتان تربان أن سن القوانين الرادعة التي تعاقب كل من يقوم بنشر الأخبار الكاذبة والمضللة يساعد في القضاء عليها.

وبلغت قيمته للعبارة الخامسة (4)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية على أن وجود مواثيق شرف تحكم عمل وسائل التواصل الاجتماعي يساعد في التصدي لنشر الأخبار المغلوطة في داخل المملكة.

وبلغت قيمته للعبارة السادسة (5)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية جدًا على أن مواجهة الأخبار المغلوطة بالحقائق والبيانات الصحيحة والمعلومات من الجهات ذات الصلة والاختصاص يساعد في الحد من انتشارها، وهذه النتيجة أيضًا تتوافق مع دراسة (Zayid, 2021) الذي يرى من الضرورة بمكان مواجهة الأخبار الكاذبة بالحقائق والمعلومات الصحيحة من الجهات ذات الاختصاص يساعد في التقليل من انتشارها.

وبلغت قيمته للعبارة السابعة (5)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية جدًا على أن المتابعة المستمرة لواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر الأخبار المغلوطة والإبلاغ عنها يقلل من انتشارها.

وبلغت قيمته للعبارة الثامنة (4)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية على أن الاستعانة بمجموعة من البرامج والتطبيقات الواقع الإلكتروني المتخصصة في المجال تساعد في كشف الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Abd alkhalig, 2021) التي ترى ضرورة الاستعانة بالتطبيقات المتخصصة التي تساعد في كشف الأخبار الزائفة والكاذبة.

وبلغت قيمته للعبارة التاسعة (4)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية على أن تشكيل فرق عمل طوعية تتولى مهمة التوعية بأخطار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي تساعد في الحد من انتشارها.

وبلغت قيمته للعبارة العاشرة (4)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية على أن المصارحة والشفافية بين أفراد المجتمع تساعد من الحد من انتشار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي.

وبلغت قيمته للعبارة الحادية عشر (5)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية جدًا على أن الاستعانة بالمصادر الحكومية والإعلامية والشخصيات المتخصصة الموثوقة للتأكد من الأخبار المغلوطة والوقوف على صحتها يساعد في محاربتها، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة (Mohamed, 2021) التي ترى ضرورة الاستعانة بالمصادر الحكومية للتحقق من صحة الأخبار إذا كانت مثيرة للجدل أو مضللة أو تحتوي على أخطاء متعمدة أو غير متعمدة.

وبلغت قيمته للعبارة الثانية عشر (5)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية جدًا على أن مواجهة الأخبار المغلوطة والتوعية بها وتمحيصها وعدم الانتظار لحين انتشارها يساعد في محاربتها.

وبلغت قيمته للعبارة الثالثة عشر (5)، وتعني أن غالبية أفراد العينة موافقين بدرجة عالية جدًا على أن التنسيق المستمر بين مؤسسات المجتمع والأجهزة الأمنية والأفراد يساعد في التقليل من انتشار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي ومواجهتها.

نتائج اختبار مربع كاي لدلاله الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثانية

الجدول (5/3) يلخص نتائج اختبار مربع كاي لعبارات الفرضية:

ت	العبارات	درجة الحرية	قيمة مربع كاي
1	نشر القيم الأخلاقية والتوعية بأخطار الأخبار المغلوطة وأهدافها يقلل من انتشارها عبر موقع التواصل الاجتماعي	4	83.10
2	عدم ترديد الأخبار المغلوطة واعادة نشرها وتدوينها يقلل من انتشارها عبر موقع التواصل الاجتماعي	4	170.68
3	ضرورة وجود مراكز متخصصة لرصد وتحليل الأخبار المغلوطة والتصدي لها عبر موقع التواصل الاجتماعي	3	94.06
4	سن القوانين الرادعة التي تتعاقب كل من يقوم بصناعة ونشر الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي يساعد على القضاء عليها	4	136.56
5	وجود مواثيق شرف تحكم عمل وسائل التواصل الاجتماعي يساعد في التصدي لنشر الأخبار المغلوطة في داخل المملكة	3	60.39
6	مواجهة الأخبار المغلوطة بالحقائق والبيانات الصحيحة والمعلومات من الجهات ذات الصلة والاختصاص يساعد في الحد من انتشارها	4	163.26
7	المتابعة المستمرة لواقع التواصل الاجتماعي التي تنشر الأخبار المغلوطة والإبلاغ عنها يقلل من انتشارها	4	103.90
8	الاستعانة بمجموعة من البرامج والتطبيقات الواقع الإلكتروني المتخصصة في المجال تساعد في كشف الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي	3	44.97

قيمة مربع كاي	درجة الحرارة	العبارات	ت
73.10	4	تشكيل فرق عمل طوعية تتولى مهمة التوعية بأخطار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي تساعده في الحد من انتشارها	9
92.29	4	المصارحة والشفافية بين أفراد المجتمع تساعده من الحد من انتشار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي	10
94.32	3	الاستعانة بالمصادر الحكومية والإعلامية والشخصيات المتخصصة الموثوقة للتأكد من الأخبار المغلوطة والوقوف على صحتها يساعد في محاربتها	11
133.74	4	مواجهة الأخبار المغلوطة والسرعة بالرد عليها وتمحیصها وعدم الانتظار لحين انتشارها يساعد في محاربتها	12
137.13	4	التنسيق المستمر بين مؤسسات المجتمع والأجهزة الأمنية والأفراد يساعد في التقليل من انتشار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي ومواجهتها	13

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2022م

1. تبين نتائج الجدول أعلاه، أن هنالك فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن نشر القيم الأخلاقية والتوعية بأخطار الأخبار المغلوطة وأهدافها يقلل من انتشارها عبر موقع التواصل الاجتماعي.
2. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن عدم ترديد الأخبار المغلوطة وإعادة نشرها وتداولها يقلل من انتشارها عبر موقع التواصل الاجتماعي.
3. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن ضرورة وجود مراكز متخصصة لرصد وتحليل الأخبار المغلوطة والتصدي لها عبر موقع التواصل الاجتماعي.
4. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن سن القوانين الرادعة التي تعاقب كل من يقوم بصناعة ونشر الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي يساعد على القضاء عليها.
5. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن وجود مواثيق شرف تحكم عمل وسائل التواصل الاجتماعي يساعد في التصدي لنشر الأخبار المغلوطة في داخل المملكة.
6. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن مواجهة الأخبار المغلوطة بالحقائق والبيانات الصحيحة والمعلومات من الجهات ذات الصلة والاختصاص يساعد في الحد من انتشارها.
7. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن المتابعة المستمرة لموقع التواصل الاجتماعي التي تنشر الأخبار المغلوطة والإبلاغ عنها يقلل من انتشارها.
8. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن الاستعانة بمجموعة من البرامج والتطبيقات والموقع الإلكتروني المتخصص في المجال تساعده في كشف الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي.
9. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن تشكيلاً فرق عمل طوعية تتولى مهمة التوعية بأخطار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي تساعده في الحد من انتشارها.
10. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بشدة على أن المصارحة والشفافية بين أفراد المجتمع تساعده من الحد من انتشار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي.
11. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن الاستعانة بالمصادر الحكومية والإعلامية والشخصيات المتخصصة الموثوقة للتأكد من الأخبار المغلوطة والوقوف على صحتها يساعد في محاربتها.
12. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن مواجهة الأخبار المغلوطة والسرعة بالرد عليها وتمحیصها وعدم الانتظار لحين انتشارها يساعد في محاربتها.
13. وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح المواقفين بدرجة عالية جداً على أن التنسيق المستمر بين مؤسسات المجتمع والأجهزة الأمنية والأفراد يساعد في التقليل من انتشار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي ومواجهتها.

توصيات الدراسة:

- التحري في استقاء الأخبار والاعتماد على المصادر الموثوقة في الحصول عليها من موقع التواصل الاجتماعي، وعدم ترديدها نشرها وتداولها الا بعد التأكيد من صحتها.
- ينبغي على الجمهور السعودي وخاصة الشباب عدم الافراط في استخدام موقع التواصل الاجتماعي فيما لا طائل منه واستغلال الوقت فيما يعود عليه بالنفع.
- ضرورة نشر القيم الأخلاقية والتوعية بأخطار الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي.
- ينبغي على الجهات الرسمية في الدولة كوزارة الإعلام التنسيق مع الجهات الأخرى صاحبة الاختصاص لضرورة العمل المشترك لكشف الجهات التي تقف خلف نشر الأخبار المغلوطة.
- ضرورة الاستعانة بالمصادر الحكومية والإعلامية والشخصيات الموثوقة والمتخصصة للتأكد من الأخبار المغلوطة والوقوف على صحتها ومحاربتها.
- مواجهة الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي والسرعة في الرد عليها وتمحيصها أول بأول وعدم الانتظار لحين انتشارها وتداولها.
- سن القوانين الرادعة لمعاقبة ناشري الأخبار المغلوطة عبر موقع التواصل الاجتماعي.
- انشاء تطبيقات الكترونية تعمل على جميع الأجهزة الذكية تساعد في الحد من تفشي الأخبار المغلوطة ويمكن ان تسهل الحكومة وخاصة وزارة الإعلام بالمملكة العربية السعودية الحصول على هذه التطبيقات او توفيرها مجاناً لأفراد المجتمع السعودي.
- إطلاق حملات توعية بكل أنحاء المملكة تتضامن فيها الجهات الرسمية والشعبية هدفها الرئيسي مكافحة الأخبار المغلوطة التي تنشر عبر موقع التواصل الاجتماعي.
- انشاء مراكز للمعلومات الالكترونية على مستوى المملكة العربية السعودية لها فروع في كل أجهزة الدولة لمكافحة الأخبار المغلوطة.
- مواجهة الأخبار المغلوطة بالحقائق والبيانات الصحيحة والمعلومات المؤكدة.
- دعوة وسائل الإعلام التقليدية والالكترونية المحلية بكل المملكة للتصدي لخطر الأخبار المغلوطة التي تأتي عبر موقع التواصل الاجتماعي.
- الشفافية والمصداقية في العمل الإعلامي الالكتروني والمسارعة للرد على الأخبار المغلوطة من قبل المصادر المعتمدة على مستوى المملكة وإزالة الغموض عن الأحداث التي تحتاج إلى الشرح والتفسير.
- الإفاده من تجارب الدول الأخرى على المستوى الإقليمي والدولي في مجال محاربة الأخبار المغلوطة ودراة أخطارها يساعد في الحد من انتشارها وتداولها.

"تم دعم هذا البحث من قبل عمادة البحث العلمي، وكالة الجامعة للدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة الملك فيصل، المملكة العربية السعودية، رقم المنحة GRANT5651"

المصادر والمراجع

- ابراهيم، س. (2019). أثر الأخبار الكاذبة في موقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب. مركز بحوث الرأي العام، 18 (4)، 403-343.
- أبو العلا، ح. (2022). العلاقات العامة الرقمية. (ط1). المملكة العربية السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.
- أبو داري، م. (2018). تتحقق غرف الأخبار التلفزيونية من المعلومات المتداولة مع موقع التواصل الاجتماعي قبل بثها، الجزيرة نسوزجا. رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- إسماعيل، ع. (2020). موقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة والأخلاقيات المفروضة. (ط1). مصر: دار التعليم الجامعي.
- الشريف، ر. (2022). التماس الجمهور المصري للمعلومات المناخية في موقع التواصل الاجتماعي واتجاهاته نحو قمة المناخ. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (80)، 565-615.
- جبوري، خ. (2019). موقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية. (ط1). الأردن: دار الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- حجاب، م. (2002). المعجم الإعلامي. (ط1). مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- علواني، ح. (2019). الأخبار الزائفة على موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفيسبوك بولاية الميسيلة. رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، الميسيلة، الجزائر.

- سليمان، ع. (2021). المعلومات المغلوطة بـالموقع الإلكتروني المصرية الصحفية وموقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها النفسية والاجتماعية على الجمهور المصري بالتطبيق على أزمة كورونا 2019(كوفيد-19). *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*, (74), 119-167.
- جوهر، ع.، وغلوم، ح. (د.ت). مدى تأثير الشائعات الإلكترونية على الثقافة المعلوماتية في المجتمع الأكاديمي في دولة الكويت. *مجلة كلية التربية آسيوط*. 361-345. (7)34
- صلحية، ش. (2021). صحافة المواطن ودورها في الكشف عن الأخبار الكاذبة واقعة: جمال بن إسماعيل نموذجا. رسالة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدى، أم البواقي، الجزائر.
- عبد الخالق، ي. (2021). اتجاهات النخبة نحو مستقبل انتشار الأخبار الزائفة بموقع التواصل الاجتماعي، خلال العقد (2030-2021): دراسة استشرافية. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*, (77), 691-743.
- عبد الفتاح، ع. (2017). وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على المجتمع. (ط1). مصر: المجموعة العربية.
- العلكاوى، ع. (2020). حدود مصداقية موقع التواصل الاجتماعي، التحديات والممكنات:الفيسبوك نموذج. *مجلة الفنون والادب وعلوم الانسانيات والاجتماع*, (51), 76-55.
- زايد، ل. (2021). العلاقة بين مستوى المواطننة الرقمية لدى الشباب الجامعي وإدراكيهم للأخبار الزائفة عبر موقع التواصل الاجتماعي. *مجلة البحث العلمية الإعلامية*. (57), 719.
- محمد، أ. (2021). تكتيكات الشباب الجامعي في التتحقق من صحة أخبار موقع التواصل الاجتماعي الزائفة. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*. 911-936. (34)21
- محمد، ا. (2021). آليات الجمهور المصري في التتحقق من الأخبار الزائفة وعلاقته بأنماطهم التفاعلية بموقع التواصل الاجتماعي. *مجلة البحوث الإعلامية*. 1066-1003. (2)59
- المدنى، أ. (2017). *الإنترنت والإعلام الجديد المفاهيم-السمات-الآفاق المستقبلية*. (ط1). السعودية: خوارزم العلمية.
- مكاوى، م. (2020). الأخبار الزائفة fake news بين الإعلام التقليدي والرقمي دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من 2016-2020. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*, 19(20), 247.

References

- Sadiku, M., Eze, T., & Musa, S. (2018). Fake news and misinformation. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 4(5), 187-190.