



**Prof.Dr Jumah
Muhammed Abdullah**

E-Mail :
g.ankido@tu.edu.iq

Phone Number :
07704815997

Tikrit University/College of Arts

Keywords:

- Covid-19.
- Fake news.
- Health awareness.
- Pandemic.

ARTICLE INFO

Article history:

Received : / /2022

Accepted : / /2022

Available Online : / /2022

FAKE NEWS ON SOCIAL MEDIA AND ITS IMPACT ON HEALTH AWARENESS OF THE IRAQI PUBLIC TOWARDS THE COVID-19 PANDEMIC a field study

A B S T R A C T

Recently, the term "fake news" has spread, which denotes "fabricated news" in contrast to "real data". Fake news "is a dangerous weapon for societies and countries, as it poses a threat to the human mind and psyche, and the stability of And the security of society, especially with its uncontrolled spread, in light of the dominance of social media sites on the largest part of them, which requires firmness in confronting them and raising public opinion about how to deal with them. The period of crises that a society may go through is the most appropriate and best environment in which fake news thrives, for example, what the world has gone through since the emergence of the Corona virus, where we witnessed a large number of publications containing fake news, including fabrication and official and institutional communications to delude the recipient of issuing These institutions provide new decisions and developments,.

أ.م.د. جمعة محمد عبدالله

الإيميل :

g.ankido@tu.edu.iq

رقم الهاتف :

٠٧٧٠٤٨١٥٩٩٧

عنوان عمل الباحث:

جامعة تكريت/ كلية الآداب

الكلمات المفتاحية:

- مواقع التواصل الاجتماعي.
- الجمهور العراقي.
- جائحة (كوفيد -١٩).
- الاخبار الزائفة.
- الوعي الصحي.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٢٠٢٢ / ٤ / ٣

القبول : ٢٠٢٢ / ٤ / ٢٥

التوفر على الانترنت: ٢٠٢٢/٦/٢٧

الاخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على الوعي الصحي للجمهور العراقي تجاه جائحة كوفيد ١٩ دراسة ميدانية

المستخلص

انتشرت في الآونة الأخيرة عبارة "الأخبار الزائفة Fake News" والتي تدل على "خبر تم تلفيقه" بالنقيض من "معطيات حقيقية"، تُعد الأخبار الزائفة " من الأسلحة الخطرة على المجتمعات والدول، وذلك بما تشكله من خطر على عقل ونفسية الإنسان، واستقرار وأمن المجتمع، خصوصا مع انتشارها غير المتحكم فيه، في ظل هيمنة مواقع التواصل الاجتماعي على الحيز الأكبر منها، وهو ما يتطلب حزمًا في مواجهتها وتوعية الرأي العام بكيفيات التعاطي معها. وتعد فترة الأزمات التي قد يمر بها مجتمع ما، أنسب وأفضل بيئة تترعرع فيها الأخبار الزائفة ، وعلى سبيل المثال، ما مر به العالم منذ ظهور فيروس كورونا ، حيث شهدنا عددا كبيرا من المنشورات المتضمنة لأخبار الزائفة، بما فيها فبركة وبلاغات رسمية ومؤسساتية لإيهام المتلقي بإصدار هذه المؤسسات لقرارات ومستجدات جديدة، وكذلك نشر أخبار ذات صلة وحقائق ناقصة وغير كاملة ومشوهة، تهم الحالة الوبائية بالبلاد وما صاحبها من إجراءات موابكة، ومن النماذج القائمة أيضا، أنه بإعلان حالة الطوارئ الصحية، سارعت بعض الصفحات إلى نشر أخبار عن نفاذ مخزون المحلات والمتاجر الممتازة من المواد الغذائية الأساسية، وما يحتاجه المواطن في حياته اليومية، مما سبب ذعرا وقلقا نفسيا لعدد كبير من المواطنين، ودفعهم إلى الانكباب على هذه المحلات، مما أدى إلى ازدحام منقطع النظير عليها وخلق فوضى داخلها، وخرق شرط التباعد الصحي للوقاية من الإصابة بالفيروس.

© 2021 مسر، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

المقدمة : انتشرت في الآونة الأخيرة عبارة "الأخبار الزائفة Fake News" والتي تدل على "خبر تم تلفيقه" بالنقيض من "معطيات حقيقية"، أو هو شيء اقرب إلى الشائعة منه إلى الخبر الإعلامي المتسم مهنيًا بصفات معينة ، وخطورة الشائعات لا تكمن فقط في قوة تأثيرها ولكن في سرعة ومدي انتشارها ، تُعد الأخبار الزائفة أو كما يطلق عليها "The Fake News" من

الأسلحة الخطرة على المجتمعات والدول، وذلك بما تشكله من خطر على عقل ونفسية الإنسان، واستقرار وأمن المجتمع، خصوصاً مع انتشارها غير المتحكم فيه، في ظل هيمنة مواقع التواصل الاجتماعي على الحيز الأكبر منها، وهو ما يتطلب حزمًا في مواجهتها وتوعية الرأي العام بكيفيات التعاطي معها.

وتعد فترة الأزمات التي قد يمر بها مجتمع ما، أنسب وأفضل بيئة تترعرع فيها الأخبار الزائفة وتنمو فيها الشائعات، وعلى سبيل المثال، ما مر به العالم منذ ظهور فيروس كورونا، حيث شهدنا عدداً كبيراً من المنشورات المتضمنة لأخبار الزائفة، بما فيها فبركة وبلاغات رسمية ومؤسساتية لإيهام المتلقي بإصدار هذه المؤسسات لقرارات ومستجدات جديدة، وكذلك نشر أخبار ذات صلة وحقائق ناقصة وغير كاملة ومشوهة، تهم الحالة الوبائية بالبلاد وما صاحبها من إجراءات مواكبة، ومن النماذج القائمة أيضاً، أنه بإعلان حالة الطوارئ الصحية، سارعت بعض الصفحات إلى نشر أخبار عن نفاذ مخزون المحلات والمتاجر الممتازة من المواد الغذائية والأساسية، وما يحتاجه المواطن في حياته اليومية، وتعتد الأخبار الزائفة في انتشارها على أنواع مختلفة في المصادر، من أبرزها التضليل والتمويه الذي يركز على تضليل القارئ، ونشر الفكرة من دون أن يترك له فرصة للتحقق من صحة هذه الأخبار أو عدمها، هذا بالإضافة إلى زيف المصادر المعتمد عليها، وهو الأسلوب الذي يتبع من قبل الصحف ومواقع الإعلانات والأخبار، التي تهدف إلى نشر صور ومواقف لأشخاص أو جهات والتعليق عليها بشكل مختلف كلياً عن المقصد الحقيقي للصورة أو الموقف أو الرأي للشخص المعلن عنه أو الجهة التي تتعلق هذه الأخبار بها. ومن هنا يسعى الباحث في هذه الدراسة إلى معرفة أثر هذه الأخبار على وعي المواطن الصحي تجاه جائحة كوفيد-19 وأثرها على مدى تقبله الحملات التوعوية تجاه هذا الوباء سواء من خلال الإجراءات الاحترازية أو من خلال حملات التطعيم التي تقوم بها الجهات الصحية مع المواطنين.

المبحث الأول : منهجية البحث

■ مشكلة البحث وأهميتها

تتمثل مشكلة البحث في التعرف على نوع الأخبار الزائفة وحجمها في مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على درجة وعي الجمهور العراقي قصور / وزيادة تجاه جائحة كوفيد – 19 من خلال دراسة ميدانية على عينة من الجمهور العراقي

■ أهمية البحث:

يمكن تحديد أهمية الدراسة بالاتي :

أولاً: الأهمية العملية

(١) رصد مستوى المعرفة لدى المجتمع بالمعلومات الصحية في العراق، ومدى اهتمامه بما يدور حوله من أحداث .

(٢) التعرف على أهمية الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور العراقي، وتنمية الوعي لديه وما يدور حوله من أحداث.

ثانياً: الأهمية العلمية للبحث

١. ستوفر هذه الدراسة إسهاماً علمياً واكاديمياً للمكتبة العلمية .
٢. يمكن لنتائج هذه الدراسة، المساعدة في تكوين قاعدة بيانات مهمة حول الوعي الصحي للجمهور العراقي وكيفية توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الايجابي للجمهور العراقي تجاه جائحة كوفيد -١٩ مما يسهل على الجهات المختصة اقامة حملات توعوية اعلامية لتبصير المواطنين بمخاطر الجائحة وكيفية الوقاية منها .

■ اهداف البحث :

لهذه الدراسة اهدافا تسعى الى تحقيقها ويمكن تحديدها بما يلي:

أولاً: أهداف البحث الميدانية :

١. التعرف على شكل وحجم الاخبار الزائفة التي تظهر في مواقع التواصل الاجتماعي .
٢. تحديد الأهداف التي يسعى الى تحقيقها الجمهور العراقي من تصفح مواقع التواصل الاجتماعي في اكتساب المعلومات التي تساعد في تكوين اتجاهاته حول جائحة كوفيد – ١٩ .
٣. التعرف على الأثر الذي يشكله الاخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي في رسم الوعي الصحي للمتلقى العراقي تجاه جائحة كوفيد – ١٩ .

التعريفات الاجرائية للبحث

❖ الجائحة : تعد الجائحة اعلى درجات انتشار المرض وفق الطبيعة الجغرافية بحيث لا تكاد تخلو منطقة من التأثير المباشر منها ، مما يتطلب تدخلات مباشرة واشراف من قبل المنظمات الدولية ، خاصة منظمة الصحة العالمية لمتابعة الاجراءات الوقائية وتحديد السياسات الصحية العالمية.

❖ كوفيد -١٩ " اعلنت منظمة الصحة العالمية اواخر ٢٠١٩ ان هناك وباءً عالميً تسببه الفيروسات التاجية وأعلنت ن ظهوره في ٣١ ديسمبر ٢٠١٩ بمدينة ووهان الصينية وبينت ان هذا الفيروس يستهدف الجهاز التنفسي للإنسان وتصاحبه نزلات برد شديد وممكن يؤدي الى الوفاة.

■ الاجراءات المنهجية للبحث وتشمل :

نوع البحث :

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف جمع الحقائق والبيانات عن ظاهرة معينة وهي اثر الاخبار الزائفة المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي على وعي الجمهور العراقي تجاه جائحة كوفيد - ١٩ ، في محاولة لتفسير هذه الحقائق تفسيراً علمياً دقيقاً .

منهج البحث :

تعتمد هذه الدراسة على استخدام منهج المسحي، من خلال دراسة الجمهور المتصفح لمواقع التواصل الاجتماعي واثرها في تكوين وعيه نحو جائحة كوفيد – ١٩ وقد تم اختيار هذا المنهج لكونه أكثر المناهج ملائمة لمثل هذه الدراسات.

ادوات جمع البيانات :

انطلاقاً من الأهداف المحددة مسبقاً، وكذلك تساؤلات الدراسة المحددة لمتغيرات المتنوعة المطلوب قياسها من خلال هذه الدراسة، ومن خلال منهج البحث، فإنه سيتم استخدام أداة لأجراء هذه الدراسة، وقد تمثلت الأداة في استمارة استبيان الدراسة الميدانية لمعرفة اثر الاخبار الزائفة المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي المختصة بجائحة كوفيد - ١٩ واثرها على الوعي الصحي للجمهور تجاه هذه الجائحة .

■ الإطار الزمني للبحث :

على الرغم من الفترة الزمنية الطويلة منذ بداية ظهور هذه الجائحة الا ان الباحث يرى ان الوقت الزمني المناسب لهذه الدراسة يتحدد بلحظة ظهور اولى حالات اوميكرون المتحور في العراق في ٦ / ١ / ٢٠٢٢ ولغاية ٦ / ٣ / ٢٠٢٢.

■ مجتمع وعينة البحث :

حدد الباحث مجتمع الدراسة بالجمهور الذي سيتم اجراء الدراسة الميدانية عليه والمتمثل بالمجتمع العراقي لكافة فئاته وأطيافه.

أولاً: المجتمع الميداني للبحث وعينته :

نظراً لصعوبة اجراء المسح الشامل على كل محافظات القطر يتحدد مجتمع البحث في الدراسة بالمبحوثين القاطنين في محافظة صلاح الدين على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من ابناء المحافظة.

تساؤلات البحث :

لكي تحقق هذه الدراسة هدفها الرئيسي في معرفة اثر الاخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي على وعي الجمهور العراقي تجاه جائحة كوفيد - ١٩ من خلال تصفحه لهذه المواقع والأهداف الأخرى المرتبطة به، تسعى الدراسة الإجابة عن مجموعة من التساؤلات وهي :

اولاً: التساؤلات الميدانية للدراسة وهي :

- ١- ما معدل استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام ؟
- ٢- ما الاشباعات المتحققة لدي الجمهور العراقي من تصفحه لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٣- ما رأي الجمهور المبحوث بدرجة مصداقية الاخبار المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي؟
- ٤- كيف يمكن للجمهور المبحوث التعرف على الاخبار الزائفة التي يقرأها في مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- ٥- الى اي حد ممكن ان تؤثر الاخبار الزائفة على تصور المبحوثين حيال جائحة كوفيد - ١٩ ؟
- ٦- ما طبيعة الاخبار التي يتصفحها الجمهور المبحوث على مواقع التواصل الاجتماعي التي تتناول جائحة كوفيد - ١٩ من وجهة نظر المبحوثين ؟

المبحث الثاني الإطار المعرفي للمبحث

اولا : مفهوم الاخبار الزائفة وانواعها :

انتشرت في الآونة الأخيرة عبارة "الأخبار الزائفة Fake News"^(١) التي تدل على "خبر تم تلفيقه" بالفيضان من "معطيات حقيقية"، أو هو شيء اقرب إلى الشائعة منه إلى الخبر الإعلامي المتسم مهنيا بصفات معينة ، وخطورة الشائعات لا تكمن فقط في قوة تأثيرها ولكن في سرعة ومدى انتشارها. فقد كشفت دراسة^(٢) لمعهد ماساتشوستس للتكنولوجيا نشرت في مجلة العلوم هذا العام، أن الأكاذيب والشائعات أسرع وأوسع انتشارا علي مواقع التواصل الاجتماعي من المعلومات الحقيقية ،ووفقا للدراسة «فإن نسبة إعادة نشر وإرسال القصص الإخبارية الكاذبة من شخص إلى آخر تفوق نسبة تداول الأخبار الحقيقية بـ ٧٠٪. ، فعلى سبيل المثال وجدت دراسة^(٣) باسم «فوزوجي واخرين» انه ما بين عامي ٢٠٠٦ وحتى ٢٠١٧، انتشرت ١٢٦ ألف شائعة لحوالي ٣ ملايين شخص في ساعات قليلة وأن الوقت الذي استغرقته الأخبار الكاذبة للوصول إلى ١٠٠ ألف شخص، لم تصل خلالها الأخبار الحقيقية إلى ١٠٠٠ شخص فقط ، ومع انتشار وباء «الشائعات» بدأت عدد من دول العالم في التصدي لها بقبضة من حديد من خلال مجموعة من الإجراءات والقوانين الرادعة، أكدت إحصائية نشرت في مؤسسه "أوبن واي"^(٤) أن قرابة ٤٢ بالمائة من الأشخاص قد أكدوا على أنهم يولون جانبا من المصادقية إلى الشائعات التي قد تظهر. وفي هذا السياق، أشارت الخبرة في علم الإنسان، فيرونيك كمبيون-فنسان، إلى أن "نسق تبادل الشائعات قد تغير، حيث أصبحت تنتشر بصفة مكثفة وسريعة ، من الضروري للغاية أن نستفيد من المعلومات التي نتداولها فيما بيننا، ولكن الجانب السلبي بشأن هذا الأمر أنه لدينا نزعة عفوية لتصديق معظم المعلومات التي لا يمكننا التأكد من صحتها بسرعة، بكل سذاجة. وفي هذا الصدد، أورد الأستاذ في العلوم المعرفية بجامعة نيوشاتل السويسرية، فابريس كليمون^(٥)، أنه "من المهم أن نتمتع بالقابلية لتصديق كل ما نتلقاه من معلومات...في المقابل، ننتامي قدرتنا علي الشك في سن مبكرة وتحديد منذ الطفولة، وبالتالي، نواجه كل ما نتلقاه من خلال المعلومات التي نمتلكها مسبقا أو إدراكنا الخاص للأمور ، كل فرد منا معرض إلى تصديق الشائعات في حال رُويت بطريقة متقنة... وحتى تكون القصة مقنعة وجب توحيد سلسلة من العناصر والأحداث التي لا تربط بينها أي علاقة، لتعطي لإشاعة معنى .

من جانب اخر بين الأخصائي البريطاني في علم الإنسان، روبين دونبار، يؤكد أن "٦٠٪ من محادثتنا ترد في شكل نميّة وشائعات"^(٦). من جهته، أشار الأستاذ الباحث في المعلوماتية والتواصل، باسكال فروسار، إلى أن "الإشاعات ليست سوي عنصر ثقافي شعبي يقع تبادلها بين الأشخاص علي اعتباره مجرد مزحة أو وصفة طعام". عموما، تساهم الإشاعات في

(١) حمزة عبد المهيمن وآخرون ، الدولة والقانون في زمن جائحة كورونا (الرباط: مكتبة دار السلام للطباعة والنشر ، ٢٠٢٢م) ص ٢٤٣ .

(٢) اشرف فتحي الراعي ، جرائم الصحافة والنشر ، (القاهرة: دار الثقافة للتوزيع والنشر، ٢٠٢٠م) ، ص ٣٠

(٣) اخلاقيات التعامل مع الانترنت ، كيف نتعامل مع الشائعات ، على الموقع ، <https://www.for9a.com/learn>

(٤) كيف تعرف ان الخبر كاذب ، -how-to-identify-fake-news-1.jpg repository/isc/2021/content/ar-ae/images/

(٥) للمزيد انظر ، alaraby.co.uk/entertainment-media/%D8%AF

(٦) جوجل " تعلن إنفاق ٦.٥ مليون دولار لمحاربة المعلومات الخاطئة حول كورونا، وكالة أنباء الشرق الأوسط، ٣ أبريل/ نيسان ٢٠٢٠ .

خلق روابط اجتماعية مبنية علي التواطؤ في سبيل نشر الأكاذيب. وفي النهاية، تبقى الحقيقة في زمن الشائعات مجرد عنصر مكمل في حياتنا، فالأشخاص تعشق سرد ورواية القصص قبل كل شيء ، وتوصلت دراسة، أشرف عليها باحثون من معهد ماساتشوستس للتقنية، إلى أن الأخبار الزائفة تنتشر علي موقع تويتر بشكل أسرع، ويبحث عنها الناس أكثر من الأخبار الحقيقية ، وركزت هذه الدراسة علي نحو ١٢٦ ألف إشاعة وخبر كاذب، انتشروا علي موقع تويتر عبر مدة ١١ عاما، لتجد أن الأخبار الزائفة جري إعادة تغريدها من جانب البشر أكثر من روبوتات الإنترنت، وأرجع الباحثون ذلك إلى أن الأخبار الزائفة غالبا ما تكون غير مألوفة.

ان أكثر القضايا التي يجري تداول أخبار زائفة عنها هي القضايا السياسية، تلتها قضايا أخرى مثل المال والأعمال والعلوم والترفيه والكوارث الطبيعية والإرهاب ، ويقول البروفيسور سينان آرال، أحد المشرفين علي الدراسة: "إن الأخبار الزائفة عادة ما تكون غير مألوفة، لذلك يميل الناس لمشاركة المعلومات غير المألوفة ، ولم يؤكد فريق الباحثين أن الغرابة في حد ذاتها تسبب إعادة تغريد الأخبار، لكنهم قالوا إن الأخبار الزائفة غالبا ما تكون مدهشة مقارنة بالأخبار الحقيقية، مما يجعل فرصتها أكثر في المشاركة.

ونشرت نتائج الدراسة في دورية ساينس العلمية، متضمنة ، ان فرصة الأخبار الزائفة في المشاركة أكثر بنسبة ٧٠ في المئة، مقارنة بالأخبار الحقيقية في حين تستغرق الأخبار الحقيقية ٦ أضعاف المدة التي تستغرقها الزائفة لتصل إلى ١٥٠٠ شخص ، في حين بينت الدراسة ان الأخبار الحقيقية نادرا ما يُشاركها أكثر من ١٠٠٠ شخص، بينما قد يشارك بعض الأخبار الزائفة أكثر من ١٠٠ ألف شخص.

وفي دراسة أخرى بين البروفيسور جيفري بيتي، أستاذ علم النفس من جامعة إيدج هيل في لانكشير^(١): "إن الناس متخمة من الأخبار العادية، لذلك فإن الأشياء يجب أن تكون أكثر إثارة للدهشة أو للاشمئزاز كي تجذب الانتباه ، و إن عبارة "الأخبار الزائفة" هي عبارة ذات تعبيرات متعددة من شأنها أن تهدم دور وسائل الإعلام باعتبارها سلطة رابعة

في حين أكدت الدراسة الصادرة عن جامعة بورنماوث، في مارس الماضي، أن مفهوم الأخبار المزيفة، من الناحية العملية وحتى المصطلحية، ضارٌّ للغاية ، وسعت الدراسة إلى وضع عدة تعريفات للأخبار الوهمية أو المزيفة، وهي إما الكذب المتعمد لكسب زوار للموقع وإما الأخبار الساخرة التي تكشف صراحة أنها وهمية وبالتالي لا تهدف للتضليل ولكن للضحك، أو الأخبار التي تعتبر كنوع من العلاقات العامة بحيث تظهر تحيزًا يبالغ في بعض الحقائق ويحجب أخرى أو نفي تقارير باعتبارها زائفة من قبل شخص أو مؤسسة لأن تلك الأخبار تمثل تحديا لحزبهم أو لما يقولونه ، ولخصت الدراسة تعريف الأخبار المزيفة بأنها "الانتشار المتعمد للتضليل، سواء كان ذلك عبر وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال وسائل الإعلام الاجتماعية".

إن مشكلة الأخبار الكاذبة باتت أزمة عالمية، تجلت بوضوح بعد الانتخابات الرئاسية الأميركية في العام ٢٠١٦، ويرى بعض الخبراء والمتخصصين أن شبكات التواصل الاجتماعي، وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة، والبرمجيات الحديثة، خاصة التي تعتمد علي الذكاء الاصطناعي، ساهمت بشكل كبير في توسعة انتشار الشائعات، وجعلت كشف بعضها أكثر صعوبة، خاصة وأن

(١) خيرالله سبهان الجبوري، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية، (عمان: شركة دار الاكاديميون للنشر، ٢٠١٩م)، ص ٥٩.

التزييف وصل إلى مقاطع الفيديو، التي يتم إنتاجها بتقنيات عالية الجودة ، ومن بين العوامل التي تساعد على انتشار الاخبار الزائفة هي إعادة إرسال تلك الأخبار بين المستخدمين، وخاصة بين دوائر الأصدقاء والمعارف. وأوضحت الدراسة التي أجريت علي ١٢٦ ألف تغريدة نشرت بين عامي ٢٠٠٦ و ٢٠١٧ باللغة الإنجليزية، أن المحتوى السياسي، كان الأوسع انتشاراً بين الموضوعات التي تناولتها التغريدات ، وما زال الجهات الرسمية والمتخصصون يبذلون جهوداً للتصدي لهذه الظاهرة التي تحدث بلبلة في الرأي العام، وقد حاولت شبكات التواصل الاجتماعي، ومنظمات التحقق من الأخبار لعب دور فعال في هذه الأزمة، لكن فيما يبدو فإن اليد العليا ما زالت للشائعات.

- أنواع الاخبار الزائفة

الأخبار الزائفة أو Fake news^(١) ؟. ليس المصطلح جديداً، وليس الفعل بجديد أيضاً ، فاستخدام الأخبار الزائفة بنية معينة من أجل تحقيق هدف محدد، قديم العهد في الاجتماع السياسي للبشرية. ليست الأخبار الزائفة بعيدة عن "البروباغندا" في كثير من الأحيان، ومن المهم دائماً التوقف عند النية والغاية خلف الأخبار الكاذبة. ذلك أنه في بعض الحالات، ما يبدو أخباراً كاذبة قد يكون في الواقع سخرية إخبارية، وهذا النوع من السخرية يلجأ إلى المبالغة، ويدخل عناصر غير واقعية، وهدفه التسلية أو إيصال رسالة ما، وليس الخداع ، أما مجلة «كولومبيا جورناليزم ريفيو» التي تعد من أهم المجالات المعنية بالقضايا الإعلامية والصادرة عن كلية الصحافة بجامعة كولومبيا أشارت في تغطية واسعة لها لمشكلة «الأخبار الكاذبة» إلى أن أولى خطوات مناقشة أي قضية، يجب أن يكون التحديد العلمي الدقيق لها عبر «ضبط المصطلح»، وهنا قدمت تمييزاً بين عدة أنواع من الأخبار، التي نحن بصدددها، وهي^(٢):

- ١- الأخبار المزيفة: وتأخذ شكلاً مشابهاً جداً لما تبثه المواقع واسعة الانتشار، وتحتوي أحياناً صوراً وعناوين تبدو للوهلة الأولى حقيقية.
- ٢- الأخبار المضللة: وتعد أصعب من سابقتها في كشفها، إذ تضم جزءاً حقيقياً في معظم الأحيان، كحقيقة معينة أو حدث، أو حتي اقتباس، لكنها كلها مقتطعة من سياق معين، وبذلك يختلف معناها ودلالاتها.
- ٣- الأخبار المتحيزة: وهي نوع من الأخبار المضللة، التي تسعى لشرح وقائع أو أخبار حقيقية، لكنها متحيزة وتابعة لأجندة معينة بشكل واضح.
- ٤- العناوين المثيرة: وهي تلك المثيرة للدهشة والاستغراب، وتدفع القارئ إلى قراءتها، وأغلبها تكون أخباراً مضللة.

في حين حددتها الباحثة في علوم الإعلام كليز واردل من First Draft News سبعة أنواع من الأخبار الزائفة^(٣):

- ١- السخرية أو الباروديا (ليست هناك نية لإلحاق الأذى، إنما إمكان الخداع قائمة).

(١) ياسين قرناي، مواقع التواصل الاجتماعي وقيم الشباب، (عمان: دار الايام للنشر ، ٢٠١٩م)، ص ٣١٦.
(٢) منى فوزي شفيق ابوشنب : تعرض المراهقات للصفحات المتخصصة للمرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتنقيف الاسري لديهن ،المجلة العلمية لكلية التربية النوعية ، القسم الاول ،مصر ،جامعة المنوفية ، العدد ٢٠٢٠ ، ص ٧٥.

(٣) سعد سلمان المشهداني وآخرون : دور الصفحات المتخصصة لمواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم السلم الاهلي – صفحة التقنية من اجل السلام انموذجا ، بحث منشور في كتاب الاعلام والامن المجتمعي رؤية واقعية واستشرافية ،القسم الاول ،عمان ،جمعية البصيرة للبحوث والتنمية الاعلامية، ٢٠٢١ ، ص ٨ .

- ٢- الربط الخاطئ (العناوين الرئيسية أو المواد البصرية أو العناوين الفرعية وكلام الصور لا تدعم المضمون).
- ٣- المضمون المضلل (استخدام مضلل للمعلومات بهدف وضع مسألة أو شخص ما في إطار معين).
- ٤- المضمون الخاطئ (عندما يتم نشر مضمون حقيقي عبر الاستعانة بمعلومات سياقية خاطئة).
- ٥- المضمون التدجيلي (عند انتقال صفة مصادر حقيقية" عبر اختلاق مصادر كاذبة).
- ٦- المضمون الذي جري التلاعب به ("عندما يتم التلاعب بمعلومات أو صور حقيقية بهدف الخداع"، كما هو الحال عند تعديل الصور والتلاعب بها لأغراض معينة).
- ٧- المضمون الملقق (المضمون الجديد كاذب مئة في المئة، بهدف الخداع والتسبب بالأذى).

آلية انتشار الاخبار الزائفة

يزداد القلق العالمي تجاه الأخبار الزائفة (Fake-News) وإمكان تأثيرها علي سلامة الأوضاع السياسية والاقتصادية والاجتماعية. لفهم الوسائل التي تنتشر من خلالها الأخبار الزائفة، استخدم سوروش فوسوغي وديب روي وسنان آرال، وفقا لمقالة نشرتها ساينس-ماغازين^(١)، ان مجموعة بيانات عن شائعات علي "تويتر" من ٢٠٠٦ إلى ٢٠١٧ رصدت حوالي ١٢٦ الف شائعة نشرها ٣ ملايين شخص ، مما يدل ان الأخبار الزائفة تصل إلى الناس أكثر مما تفعله الأخبار الحقيقية، وفقا لما توصل إليه فريق البحث ١% من مجموعات الأخبار الزائفة تنتشر من الف إلى ١٠٠ الف شخص، في حين أن الحقيقية نادرا ما تصل إلى أكثر من الف شخص. كذلك، تنتشر الأخبار الزائفة في شكل أسرع من الحقيقية. قد تكون درجة الحداثة والتفاعلات العاطفية للمتلقين مسؤولة عن الاختلافات الملاحظة ، وتحقق الفريق من الانتشار التفاضلي لجميع الأخبار الصادقة والزائفة الموزعة علي "تويتر" من ٢٠٠٦ حتي ٢٠١٧. وتشمل بيانات نحو ١٢٦ الف القصة غرّدها ٣ ملايين شخص أكثر من ٤,٥ ملايين مرة. كذلك، صنف الأخبار علي أنها صحيحة أو خاطئة باستخدام معلومات من ٦ منظمات مستقلة مختصة بالتدقيق في الحقائق، واتفقت علي ٩٥% إلى ٩٨% من التصنيفات.

وتبين أن الأخبار الزائفة انتشرت في شكل أكبر وأسرع وأعمق وأوسع نطاقا من الأخبار الحقيقية في جميع فئات المعلومات. وكانت التأثيرات أكثر وضوحا بالنسبة إلى الأخبار السياسية الزائفة، مما كانت للأخبار الزائفة عن الإرهاب والكوارث الطبيعية والعلوم والأساطير الحضرية أو المعلومات المالية ، كما أن الأخبار الزائفة أكثر إبداعا من الأخبار الحقيقية، الأمر الذي يوحي أن الناس كانوا أكثر ميلاً إلى المشاركة في معلومات جديدة. في المقابل، ألهمت القصص الزائفة الخوف والاشمئزاز والمفاجأة وفقا لردود الفعل، بينما ألهمت القصص الحقيقية الترقب والحزن والفرح والثقة ، وبعبكس الحكمة التقليدية، سارعت الروبوتات إلى نشر الأخبار الحقيقية والكاذبة بالمعدل نفسه، مما يعني أن الأخبار الزائفة تنتشر أكثر من الحقيقية، لأن البشر، وليس البشر الآليين، هم الأكثر عرضة لنشرها.

- المواجهة الإعلامية والإلكترونية للأخبار الزائفة

(١) موقع هيئة مكافحة الشائعات ، ينظر : <http://norumors.net/?page-id=7> تاريخ الزيارة (٢٠٢٢/٣/١٣) .

تحت شعار مواجهة "الأخبار الكاذبة والمفبركة" دشنت غرف الأخبار الحديثة في كبريات المؤسسات الإعلامية صفحات علي مواقعها الإلكترونية، مع أقسام متخصصة للتحقق من مصداقية الأخبار قبل نشرها، وذلك من أجل محاربة الأخبار الكاذبة التي تمثل تحديات وضغوطاً كبيرة علي الصحفيين في ظل الفيض المعلوماتي الذي تبثه يومياً المواقع الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي، فسارت الدول العربية علي نفس الخطي ودشنت مبادرات للتحقق من الأخبار لتوعية المستخدمين بالتأثيرات السلبية للأخبار الزائفة بحال انتشارها علي نطاق واسع، ولتعزيز ثقة القراء في المؤسسات الإعلامية التي تطبق الضوابط المهنية والأخلاقية في نشر المحتوى الإعلامي ويمكن اجمال عدد من هذه المحاولات الساعية للتحقق والكشف عن الاخبار الزائفة وكما يأتي

- سعت صحيفة "لوموند" ^(١) الى انشاء أداة DECODEX في الأول من شباط ٢٠١٧، للمساعدة علي تمييز المعلومات الصحيحة من تلك الكاذبة، ويمكن إدخال المواقع الإلكترونية عبر خانة لهذه الخاصية فيعطي "ديكودكس" جواباً عما إذا كان الموقع المذكور موثقاً به أم لا وأنشأت صفحة "لي ديكدور" بأسلوب مهني محترف علي موقع "لوموند"، وقد استخدمت "لوموند" أساليب تقنية، وفريق من المهندسين لتقصي أصل الخبر وانتشاره، ولكن وُجهت لها انتقادات وتعاليت صيحات لـ "وضع الجريدة نفسها في موقع القاضي والطرف"، أو لـ "تنصيب نفسها حكماً غير متحيز وشفاف"، من جانب آخر عملت - جريدة ليبراسيون (Libération) الباريسية علي اطلاق موقع Check News، وهو أول موقع للتحقق من الأخبار في خدمة مستخدمي الإنترنت ويمكن تقديم سؤال مباشر لصحفي خدمة Désintox، لكشف ما هو حقيقي أو زائف .

- "أطلق موقع (النهار) ^(٢) حملة لتقصي الأخبار الكاذبة الرائجة علي مواقع التواصل الاجتماعي من أجل معرفة أصل التضليل وكشف الحقيقة، فتعاوننا مع كبريات الصحف العالمية للاستفادة من تجاربها، وقدمنا دورات للصحفيين لتدريبهم علي آليات الكشف عن الأخبار الكاذبة وتقديم الحقيقة للجمهور، كما أجابت عن أسئلة الجمهور حول الأخبار المنشورة بالموقع، ثم يقوم مراسلها بتقصي الحقيقة ويجيب عن أسئلة القراء، إلى جانب توعية القارئ بوسائل كشف الأخبار الزائفة وأهدافها، حيث قامت بإنشاء ، صفحة علي شبكة الإنترنت بعنوان Lebanonnownews.com ، ونشرت عليها ثلاثة روابط تتضمن أخباراً زائفة، وهي: "الكهرباء ٢٤/٢٤ ساعة في المناطق اللبنانية كافة.. إليكم التفاصيل"، و"وباء خطير ينتشر في لبنان... ٣٠٠ ضحية في شهر واحد"، و"سعر صفيحة البنزين يرتفع إلى ٤٠ ألف ليرة... إليكم التفاصيل". وقد شمل المضمون عنوان الخبر الزائف، وتحت مباشرة جاء إعلان (النهار) الذي يحذر الشخص من أنه قام بالضغط علي رابط مُضلل لخبر زائف، ويدعوه إلى عدم مشاركة أخبار مماثلة ، كما تم إنشاء صفحة خاصة بالموقع المذكور علي فيسبوك، ونشر عليها الأخبار المذكورة أعلاه، وبعد ثلاثة أيام تفاعل العديد من المستخدمين مع الرسالة التوعوية التي أرادت النهار إيصالهم لهم، وقد انعكس ذلك في مشاركتهم وتعليقاتهم التي وصلت إلى أكثر من ٢٢٠٠ مشاركة، ومئات التعليقات، في حين اهتم بعض المتفاعلين بعنوان الخبر فقط ولم يتبينوا حقيقة الخبر".

(١) حسون عبيد هجيج ، حسن مهدي حمزة ، جريمة بث الاشاعات والاخبار الكاذبة ، دراسة مقارنة ، مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية ، المجلد ٢٨ العدد ٨ السنة ٢٠١٨ ص ٢٣٨.

(٢) عبد المجيد رمضان ، حق الحصول على المعلومة كآلية لمحاربة الاخبار الزائفة اثناء الازمات ، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية ، العدد ٤ سنة ٢٠٢٠ ص ١٣٢.

- أطلقت أيضاً منظمة "مراسلون بلا حدود" ومؤسسات إعلامية كبرى مبادرة لمكافحة الأخبار المضللة والتي تضمنت مجموعة جديدة من معايير الثقة والشفافية للصحفيين.
- برنامج تلفزيوني يبث من أوكرانيا يدعي StopFake News^(١)، مهمته التدقيق في الأخبار ورصد الكاذب منها وفصحها وكشفه أمام المشاهدين.
- فيسبوك أطلق حملة دعائية تهدف إلى تثقيف ما يقدر بـ ٦.١ مليون مستخدم علي تحديد الأخبار الوهمية وتقديم أدوات جديدة تساعد علي كشف المحتوى غير الصحيح.
- مؤسس موقع ويكيبيديا الإلكتروني خطط لـ موقع إخباري ممول من الجمهور يقوده ٦٠٠٠ من الكتاب والمحرفين الذين سوف يكتبون، يحررون ويتحققون من المقالات المنشورة حول الأحداث الإخبارية في تصدي لانتشار الأخبار المزيفة.
- دولة الإمارات العربية المتحدة وشركة "فيسبوك"، يتفقان علي تأسيس شراكة تهدف إلى الحد من انتشار الأخبار المضللة والكاذبة.
- شركة "غوغل" في تدوينة لها، قررت مضاعفة خطواتها في منع ما وصفته بالأخبار "الكاذبة"، من خلال مبادرتين جديدتين لدعم الصحافة "الموضوعية"، ومحاربة نشر الأخبار الخاطئة. وتعهدت "غوغل"، باستثمار ٣٠٠ مليون دولار أميركي في السنوات الثلاث القادمة.
- فريق تصميم ألعاب في الجامعة الأميركية أنشأ لعبة فاكتيشيوس لتقديم نصائح للاعبين تطلعهم علي المقالات الوهمية في المستقبل ويمكن للمستخدم إما الضرب أو النقر، للفصل بين الأخبار الحقيقية والأخبار الوهمية.
- الجيش الصيني أطلق، موقعاً إلكترونياً يدعو المواطنين إلى الإبلاغ عن التسريبات والأخبار الكاذبة، بالإضافة إلى الأنشطة غير المشروعة علي الإنترنت التي يقوم بها أفراد من الجيش. وأعلنت BBC في يناير/كانون الثاني ٢٠١٧، تشكيل فريق للتدقيق في الوقائع وفصح زيف الأخبار المضللة التي يتم تناقلها علي أنها صحيحة وذلك من خلال قسم Reality Check.
- سارعت «bbc»^(٢) لمواجهة الـ«fack news».. «الأخبار الزائفة» بحملة أطلقت عليها «slow news».. «الأخبار البطيئة»، للتأكد من صحتها وفحصها قبل بثها.

- البحث الثالث النتائج الميدانية للدراسة

■ عرض صحيفة الاستقصاء على المحكمين.

بعد الإنهاء من تصميم صحيفة الاستقصاء وصياغة الأسئلة صياغة دقيقة ، والتي شملت كل أهداف الدراسة وتسأولاتها، تم عرضها على مجموعة من الخبراء والأساتذة المتخصصين^(*) لمعرفة آرائهم في مدى استيفاء هذه الصحيفة لأغراض البحث والخطوات المنهجية السليمة المفروض إتباعها في إعداد واكتشاف القصور في الموضوعات التي تتضمنها الاستمارة حتى

(١) وليد عبد الحليم ، تأثير وسائل الاعلام على التوعية الاسرية لمواجهة كورونا ، دراسة ميدانية ، مجلة الدراسات الاعلامية ، العدد الحادي عشر ، مايو ٢٠٢٠ ص ٥٢٣.

(٢) محمد احمد فياض ، دور الاعلام الجديد في توعية الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين ، مجلة الفنون والاعلام جامعة مصراته ، ليبيا ، العدد الثاني ، ٢٠١٦ ، ص ٥٤.

(*) أسماء السادة المحكمين في ملحق خاص في نهاية البحث .

يمكن تلافي هذه الأخطاء وإعادة تصحيحها قبل النزول بها لجمع البيانات والمعلومات من الميدان في صورة الاستمارة النهائية.

■ إجراءات الصدق والثبات.

للتأكد من صدق استمارة الاستبيان في مقياس متغيرات الدراسة، قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعه من الخبراء والمحكمين في الإعلام ومناهج البحث للحكم على صلاحيتها في قياس متغيرات الدراسة وتحقيق أهدافها، وتم إجراءات التعديلات التي اقترحوها، وأخيرا عرضت الاستمارة على المشرف لتصبح جاهزة للتطبيق المبدئي وإجراءات الاختبار القبلي للتأكد من ثبات الاستمارة.

اولا : توصيف عينة الدراسة

قبل عرض نتائج الإجابة عن تساؤلات الدراسة أو اختبار فروض الدراسة سيتم استعراض وتوصيف خصائص وسمات عينة الدراسة طبقا للبيانات الواردة بصحيفة الاستبيان.

(١) توزيع عينة الدراسة وفقاً للنوع (الذكور – الإناث)

جدول (٣ - ١) توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع (الذكور – الإناث)

تبعاً للنوع	ذكور		إناث	
	ك	%	ك	%
النوع	١٦٤	٤٩.٤	٣٩	١٩.٤
المجموع	٢٠٤			

بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا نوعهم طبقاً لصحيفة الاستبيان (٢٠٤) من مجموع العينة العشوائية البالغة (٢٥٠) مفردة بواقع (١٦٤) مفردة للذكور من مجموع عينة الدراسة و عدد (٣٩) مفردة للإناث من إجمالي عينة الدراسة، وقد قسمت العينة بناءً على العينة العشوائية لتوزيع المبحوثين من حيث الإناث والذكور.

(٢) توزيع عينة الدراسة وفقاً للفئة العمرية

جدول (٣ - ٢) توزيع عينة الدراسة طبقاً للفئة العمرية

العبرة	من ١٨ – أقل من ٢٤		من ٢٤ – أقل من ٣٠		من ٣٠ – أقل من ٣٥	
	ك	%	ك	%	ك	%
الفئة العمرية	٤٤	٢٠.٤	١٠١	٥١.٥	٥٩	٣٠.١
العدد الاجمالي	٢٠٤					

بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا أعمارهم طبقاً لصحيفة الاستبيان (٢٠٤) مفردة من مجموع العينة البالغة (٢٥٠ مفردة) بواقع (٤٤) مفردة للفئة العمرية من ١٨ سنة إلى أقل من ٢٤ سنة من مجموع عينة الدراسة و عدد (١٠١) مفردة الفئة العمرية من ٢٤ سنة إلى أقل من ٣٠ سنة من إجمالي عينة الدراسة، وعدد (٥٩) مفردة الفئة العمرية من ٣٠ سنة إلى أقل من ٣٥ سنة من إجمالي عينة الدراسة.

(٥) توزيع عينة الدراسة وفقاً للمستوى التعليمي
جدول (٣ - ٣) توزيع عينة الدراسة طبقاً للمستوى التعليمي

العبارة	أقل من متوسط		إجمالي		أعلى من الجامعي	
	ك	%	ك	%	ك	%
المستوى التعليمي	٧	٣,٥	٥٩	٢٩,٥	٩٧	٤٨,٥
العدد الإجمالي	٢٠٤					

بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا مستواهم التعليمي طبقاً لصحيفة الاستبيان (٢٠٤) مفردة من مجموع العينة الكلية للدراسة والبالغة (٢٥٠) بواقع (٧) مفردة لل حاصلين على شهادات تعليمية أقل من المتوسط، وعدد (٥٩) مفردة لل حاصلين على شهادات تعليمية متوسطة، وعدد (٩٧) مفردة لل حاصلين على شهادات التعليم الجامعي، وعدد (٤١) مفردة لل حاصلين على شهادات تعليمية ما فوق الجامعي طبقاً لعينة المبحوثين، حيث أظهرت هذه البيانات المستوى التعليمي العالي للمبحوثين حيث جاء ممن يحملون الشهادة الجامعية بالمرتبة الأولى وهذا أيضاً ما يفسر النسبة العالية ممن يتابعون أخبار الجائحة من المجموع الكلي ممن ادلوا بأرائهم التي بلغت ١٧٤ مفردة.

أسلوب التحليل الإحصائي المستخدم في تحليل نتائج الدراسة.

اعتمد الباحث في تحليل بيانات الدراسة على ما يأتي :

تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج " الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

كما تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية الآتية في تحليل بيانات الدراسة:

- التكرارات البسيطة والنسب .

- معامل ارتباط بيرسون .

ثانياً : النتائج الميدانية للدراسة

جدول (١) مدى متابعة الجمهور المبحوث الأخبار التي تتناول جائحة كوفيد - ١٩

م	متابعة الاخبار	ك	%	المرتبة
١	نعم	١٧٤	٨٦,٤	١
٢	لا	٣٠	١٣,٦	٢
٣	المجموع	٢٠٤	١٠٠	

بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا متابعتهم للأخبار من عدمه التي تتناول جائحة كوفيد – ١٩ بواقع (٢٤٠) ممن ادلوا بأرائهم لصحيفة الاستبيان من مجموع العينة البالغة (٢٥٠) مفردة ، حيث بين (٣٠) مفردة انهم لا يتابعون الاخبار التي تتناول جائحة كوفيد – ١٩ ، في حين اوضح (١٧٤) مفردة انهم يتابعون الاخبار التي تتناول الجائحة ، ان هذه النسبة العالية ممن يتابعون اخبار الجائحة وهذا يدل على مدى اهميتها في حياتهم الناس واثرها البالغ في نمط حياتهم الصحية واليومية .

جدول (٢) يوضح موقف العينة من عدم متابعة الاخبار التي تتناول جائحة كوفيد ١٩

م	العبارة	ك	%	المرتبة
١	ليس هناك شيء اسمه جائحة كوفيد ١٩	٦	٢١،٤	١
٢	لا اصدق كل ما ينشر حول هذا الموضوع	١٦	٥٣،٨	٢
٣	الامر كله لا يعني	٨	٢٤،٨	٣
٤	المجموع	٣٠	١٠٠	

بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا عدم متابعتهم للأخبار التي تتناول جائحة كوفيد – ١٩ بواقع (٣٠) ممن ادلوا بأرائهم لصحيفة الاستبيان من مجموع العينة البالغة (٢٠٤) مفردة ، حيث بين (١٦) مفردة انهم لا يصدقون الاخبار التي تتناول جائحة كوفيد – ١٩ ، في حين اوضح (٨) مفردات ان الامر لا يعنيهم ، (٦) مفردة ليس هناك شيء اسمه جائحة كوفيد – ١٩

جدول(٣) يبين مصادر الاخبار التي يعتمدها المبحوثين في متابعة اخبار جائحة كورونا

م	مصادر الاخبار التي يعتمد عليها المبحوثين	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	القنوات الفضائية العربية	٣٤	١٨،٦	٣
٢	القنوات الفضائية العراقية	٢٣	١٣،٨	٥
٣	القنوات الفضائية الاجنبية الناطقة باللغة العربية (القنوات الفضائية الوافدة	٤٢	٢٣،٥	٢
٤	مواقع التواصل الاجتماعية	٥٤	٢٩،٤	١
٥	المواقع الاخبارية	٢١	١٤،٧	٤
٦	المجموع	١٧٤	١٠٠	

بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا نوع المصادر التي يعتمدون عليها المبحوثين للأخبار التي تتناول كوفيد – ١٩ ، حيث جاءت مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الاولى من حيث تفضيلات المبحوثين كمصدر للمعلومات التي تتناول جائحة كوفيد -١٩ ، بواقع (٥٤) مفردة بنسبة ٢٩،٤ % ، في حين جاءت القنوات الفضائية العربية بالمرتبة الثانية بواقع (٣٤) مفردة ما يشكل ما نسبته ١٨،٦ % من المبحوثين ، في حين جاءت المواقع الاخبارية بالمرتبة الثالثة بواقع (٢١) مفردة من المبحوثين ما يشكل ما نسبته ١٤،٧ % من المبحوثين ، وتلتها المصادر الاخرى

تباعا كلا حسب تسلسله ، وما يلفت النظر ان القنوات الفضائية العراقية قد جاءت بالمرتبة الرابعة كمصدر يعتمد عليه من قبل المبحوثين في متابعة الاخبار التي تتناول الجائحة ، وهذا يدل على الفجوة الكبيرة بين المبحوثين وبين القنوات الفضائية العراقية كمصدر للمعلومات ، وكذلك يدل على ضعف ثقة المبحوثين بهذه القنوات.

جدول (٥) يبين مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة اخبار جائحة كوفيد -١٩ على مواقع التواصل الاجتماعية

م	مدى اهتمام المبحوثين بمتابعة اخبار الجائحة على مواقع التواصل الاجتماعي	تكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	اهتم الى حد كبير	٤٦	٢٥,٥	٢
٢	اهتم الى حد ما	٩٠	٥٥,٩	١
٣	لا اهتم بها اطلاقا	٣٨	١٨,٦	٣
٤	المجموع	١٧٤	١٠٠	

بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا مدى اهتمامهم للأخبار التي تتناول جائحة كوفيد - ١٩ بواقع (١٧٤) ممن ادلوا بأرائهم لصحيفة الاستبيان من مجموع العينة البالغة (٢٠٤) مفردة ، حيث جاء بالمرتبة الاولى ممن يهتمون الى حد ما بالأخبار التي تتناول الجائحة بواقع (٩٠) مفردة ما يشكل ما نسبته ٥٥,٩ % ، في حين جاءت فئة اهتم الى حد كبير بالمرتبة الثانية بواقع ٤٦ مفردة ما يشكل ما نسبته ٢٥,٥ % من المبحوثين الذين ادلو بأرائهم ، في حين جاء بالمرتبة الثالثة فئة الذين لا يهتمون بأخبار الجائحة اطلاقا بواقع ٣٨ مفردة ما يشكل مانسبته ١٨,٦ % من المبحوثين الذين ادلو بأصواتهم ، ان النتائج السالف ذكرها تبين ان اهتمام المبحوثين بأخبار الجائحة يحظى باهتمام كبير ويرى الباحث هذا يعود الى المستوى التعليمي العالي للمبحوثين حيث جاء ممن يحملون شهادة جامعية وشهادة اعلى من جامعية قد استحوذت على النسب الاولى من المبحوثين.

جدول (٦): يبين مواقع التواصل الاجتماعي التي يتابع من خلالها المبحوث اخبار

جائحة كوفيد -١٩

م	المواقع التي يتابع من خلالها المبحوث اخبار الجائحة	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	الفيسبوك	١١٤	٦٨,٦	١
٢	تويتر	٣٩	١٩,٦	٢
٣	انستجرام	٧	٤	٤
٤	سناپ جات	٤	٢,٢	٥
٥	تلجرام	١٠	٥,٦	٣
٦	المجموع	١٧٤	١٠٠	

بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا أيًا من مواقع التواصل الاجتماعي يعتمد عليها المبحوثين اثناء متابعتهم الاخبار التي تتناول الجائحة ، حيث جاء موقع الفيسبوك بالمرتبة الأولى بواقع ١١٤ مفردة يشكل ما نسبته ٦٨,٦% من المبحوثين الذين أدلوا [اصواتهم حول اي المواقع اكثر تفضيلا لديهم كمصدر للمعلومات ، في حين جاء التويتر بالمرتبة الثالثة بواقع ٣٩ مفردة ويشكل ما نسبته ١٩,٦% ، وجاء التليجرام بالمرتبة الثالثة بواقع ١٠ مفردات يشكل ما نسبته ٥,٦% كمصدر اخبار للمبحوثين ، ان هذه النتائج تبين ان موقع الفيسبوك قد استحوذ على نسبة عالية من تفضيلات المبحوثين كمصدر للمعلومات ويرى الباحث ان هذه النتيجة تعود على الاعداد الكبيرة ممن يتعاملون من الفيسبوك وايضا تعود الى طبيعة الفيس نفسه بصفته موقع عالي التفاعلية بين المسجلين فيه وكذلك الكم الهائل من الاخبار والمعلومات التي ترد فيه .

جدول (٨): يبين المضامين التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي و تساهم في خلق وعي

صحي تجاه وباء كوفيد -١٩

م	دور المضامين التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي في خلق الوعي الصحي	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	المضامين التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي	٤١	٢٢,٥	٣
٢	تصريحات وزارة الصحة العراقية	٦٠	٣١,٥	١
٣	تقارير واحصائيات منظمات الصحة الدولية	٤١	٢٢,٥	٢
٤	التحقيقات الصحفية	٦	٣,٥	٦
٥	نشرات الاخبار على المواقع الاخبارية	٤	٢,٨	٧
٦	حملات التوعية الصحية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي	١٠	٦,٤	٥
٧	مقاطع فيديو لأطباء متخصصين	١٢	٨,٨	٤
٨	المجموع	١٧٤	١٠٠	

بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا أيًا من المضامين التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي يعتمد عليها المبحوثين في تكوين وعيهم الصحي اثناء متابعتهم الاخبار التي تتناول الجائحة ، حيث جاءت المضامين التي تقدمها تصريحات وزارة الصحة بالمرتبة الاولى بواقع ٦٠ مفردة وتشكل ما نسبته ٣١,٥% من المبحوثين ممن أدلوا بأرائهم لصحيفة الاستبيان ، وتلتها بالمرتبة الثانية المضامين التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية بواقع ٤١ مفردة وتشكل ما نسبته ٢٢,٥% مناصفة بالمرتبة مع المضامين التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بنفس النسبة المئوية ، في حين جاءت المقاطع الفيديوية التي ينشرها بعض الاطباء الاختصاص على مواقع التواصل بالمرتبة الرابعة بواقع ١٢ مفردة وبنسبة ٨,٨% ، ان النتائج التي مر ذكرها تبين ان التصريحات والبيانات التي تقدمها وزارة الصحة قد جاءت بالمرتبة الاولى كمصدر لمعلومات المبحوثين حول الجائحة وهذا امر مفرح يدل ان اعلام وزارة الصحة كان موفقا في عمله كما يبين الجمهور حريص على الحصول على المعلومة من مصادر رصينة وموثوقة ، كما

جاءت البيانات والتقارير التي تقدمها منظمة الصحة العالمية قد جاءت بالمرتبة الثانية وهذا يؤكد ماتم ذكره بان المبحوثين حريصين على استقاء المعلومات من مصادر رصينة وموثوقة .

جدول (٩): يبين سلوك المبحوثين عند تعرضهم للأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعية التي تتناول جائحة كوفيد - ١٩ .

م	حجم تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	تكرارات التعرض	النسبة المئوية	المرتبة
١	مناقشة الاخبار مع الأسرة	٣٨	٢٣،٣	٣
٢	ابحث عن صحة المعلومات من اكثر من موقع	٥٢	٣٠،١	٢
٣	اتأكد من صحة المعلومات من خلال الصفحات المتخصصة لكشف الاخبار الزائفة	٧٠	٣٧،٩	١
٤	مناقشة ما قرأته مع أطباء متخصصين	١٤	٨،٧	٤
٥	المجموع	١٧٤	١٠٠	

بين افراد العينة ممن أوضحوا نوع السلوك الذي يقومون به عند تعرضهم للأخبار الزائفة التي تتناول الجائحة حيث جاء بالمرتبة الاولى التأكد من صحة المعلومات من خلال الصفحات المتخصصة لكشف الاخبار الزائفة بواقع ٧٠ مفردة يشكل ما نسبته ٣٧،٩% ممن أبدوا آرائهم لصحيفة الاستبيان في حين جاء سلوك البحث عن صحة المعلومات في اكثر من موقع بالمرتبة الثانية بواقع ٥٢ مفردة ويشكل ما نسبته ٣٠،١% ، وجاء سلوك مناقشة الاخبار مع الاسرة بالمرتبة الثالثة بواقع ٣٨ مفردة . ان السلوكيات التي قام بها المبحوثين تدل على قدرتهم على معرفة الاخبار الزائفة بحرفية عالية وهذا يتطابق مع ما جاء بخصوص مستواهم التعليمي حيث سبق ان نوهنا ان نسبة عالية من المبحوثين هم ممن يحملون شهادة جامعية وشهادة أعلى من جامعية .

جدول (٨): يبين الكيفية التي يفرق بها المبحوثين بين للأخبار الزائفة والاخبار الحقيقية المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعية

م	حجم تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	التكرارات	النسبة المئوية	المرتبة
١	استعين بذوي الخبرة والاختصاص بالكشف عن الاخبار الزائفة	31	١٨،٤	١
٢	من خلال خبرتي في هذا المجال	٣٢	٢٠،٤	١
٣	البحث عن مصدر هذه الاخبار	٦١	٣٥	١
٤	أحاول التأكد من صحة هذه الاخبار من خلال القنوات الفضائية	٥٠	٢٦،٢	٢
٥	المجموع	١٧٤	١٠٠	

بين افراد العينة ممن أوضحوا الكيفية التي يفرقون بها بين الاخبار الزائفة والاخبار الصحيحة من خلال البحث عن مصادر هذه الاخبار بالمرتبة الاولى بواقع ٦١ مفردة تشكل ما نسبته ٣٥% من المبحوثين ، تلتها بالمرتبة الثانية التأكد من صحة هذه الاخبار من خلال القنوات الفضائية بواقع ٥٠ مفردة تشكل ما نسبته ٢٦,٥% من افراد العينة ، في حين جاء توظيف المبحوثين لخبرتهم في كشف الاخبار الزائفة من الاخبار الحقيقة بالمرتبة الثالثة بواقع ٣٢ مفردة تشكل مانسبته ٢٠,٤% ، وتلتها الاجراءات الاخرى كلا حسب ترتيبه ونسبته .

جدول (٩): مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة وعي المبحوثين الصحي عند تعرضهم للأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعية

م	مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي الصحي لدى المبحوثين	تكرارات التعرض	النسبة المئوية	المرتبة
١	الى حد ما زادت من الوعي الصحي	١٠٩	٥٧,٣	١
٢	الى حد كبير زادت من الوعي الصحي	٥٠	٢٦,٢	٢
٣	لم تساهم في زيادة الوعي الصحي اطلاقا	١١	١٦,٢	٣
٤	المجموع	١٧٤	١٠٠	

بين افراد العينة ممن أوضحوا عن مدى مساهمة مواقه التواصل الاجتماعي في زيادة وعيهم الصحي حيث جاءت فئة زادت من وعيهم الصحي الى حد ما بالمرتبة الاولى بواقع ١٠٩ مفردة تشكل ما نسبته ٥٧,٣% من افراد العينة ، في حين جاءت فئة زادت من وعيهم الى حد كبير بالمرتبة الثانية بواقع ٥٠ مفردة تشكل ما نسبته ٢٦,٢% من افراد العينة ممن ابدوا بأرائهم لصحيفة الاستبيان .

❖ نتائج البحث :

- بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا متابعتهم للأخبار من عدمه التي تتناول جائحة كوفيد - ١٩ بواقع (٢٠٤) ممن ادلوا بأرائهم لصحيفة الاستبيان من مجموع العينة البالغة (٢٥٠) مفردة ، حيث بين (٣٠) مفردة انهم لا يتابعون الاخبار التي تتناول جائحة كوفيد - ١٩ ، في حين اوضح (١٧٤) مفردة انهم يتابعون الاخبار التي تتناول الجائحة .
- بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا نوع المصادر التي يعتمدون عليها المبحوثين للأخبار التي تتناول كوفيد - ١٩ ، حيث جاءت مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الاولى من حيث تفضيلات المبحوثين كمصدر للمعلومات التي تتناول جائحة كوفيد - ١٩ ، بواقع (٥٤) مفردة بنسبة ٢٩,٤% ، في حين جاءت القنوات الفضائية العربية بالمرتبة الثانية بواقع (٣٤) مفردة يشكل ما نسبته ١٨,٦% من المبحوثين ، في حين جاءت المواقع الاخبارية بالمرتبة الثالثة بواقع (٢١) مفردة من المبحوثين ما يشكل ما نسبته ١٤,٧% من المبحوثين .
- حيث جاء بالمرتبة الاولى ممن يهتمون الى حد ما بالأخبار التي تتناول الجائحة بواقع (٩٠) مفردة ما يشكل ما نسبته ٥٥,٩% ، في حين جاءت فئة اهتم الى حد كبير بالمرتبة الثانية بواقع ٤٦ مفردة ما يشكل ما نسبته ٢٥,٥% من المبحوثين الذين ادلو بأرائهم ، في حين جاء

بالمرتبة الثالثة فئة الذين لا يهتمون بأخبار الجائحة اطلاقا بواقع ٣٨ مفردة ما يشكل مانسبته ١٨,٦% من المبحوثين الذين أدلو بأصواتهم.

- بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا أيا من مواقع التواصل الاجتماعي يعتمد عليها المبحوثين اثناء متابعتهم الاخبار التي تتناول الجائحة ، حيث جاء موقع الفيسبوك بالمرتبة الاولى بواقع ١١٤ مفردة يشكل ما نسبته ٦,٦٨% من المبحوثين الذين أدلو [اصواتهم حول اي المواقع اكثر تفضيلا لديهم كمصدر للمعلومات ، في حين جاء التويتر بالمرتبة الثالثة بواقع ٣٩ مفردة ويشكل ما نسبته ١٩,٦% ، وجاء التليجرام بالمرتبة الثالثة بواقع ١٠ مفردات يشكل ما نسبته ٥,٦% كمصدر اخبار للمبحوثين.

- بلغ عدد مفردات العينة ممن أوضحوا أيا من المضامين التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي يعتمد عليها المبحوثين في تكوين وعيهم الصحي اثناء متابعتهم الاخبار التي تتناول الجائحة ، حيث جاءت المضامين التي تقدمها تصريحات وزارة الصحة بالمرتبة الاولى بواقع ٦٠ مفردة وتشكل ما نسبته ٣١,٥% من المبحوثين ممن أدلو بآرائهم لصحيفة الاستبيان ، وتلتها بالمرتبة الثانية المضامين التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بالمرتبة الثانية بواقع ٤١ مفردة وتشكل ما نسبته ٢٢,٥% مناصفة بالمرتبة مع المضامين التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي بنفس النسبة المئوية ، في حين جاءت المقاطع الفيديوية التي ينشرها بعض الاطباء الاختصاص على مواقع التواصل بالمرتبة الرابعة بواقع ١٢ مفردة ونسبة ٨,٨% .

- بين افراد العينة ممن أوضحوا نوع السلوك الذي يقومون به عند تعرضهم للأخبار الزائفة التي تتناول الجائحة حيث جاء بالمرتبة الاولى التأكد من صحة المعلومات من خلال الصفحات المتخصصة لكشف الاخبار الزائفة بواقع ٧٠ مفردة يشكل ما نسبته ٣٧,٩% ممن أبدو آرائهم لصحيفة الاستبيان في حين جاء سلوك البحث عن صحة المعلومات في اكثر من موقع بالمرتبة الثانية بواقع ٥٢ مفردة ويشكل ما نسبته ٣٠,١% ، وجاء سلوك مناقشة الاخبار مع الاسرة بالمرتبة الثالثة بواقع ٣٨ مفردة .

- بين افراد العينة ممن أوضحوا الكيفية التي يفرقون بها بين الاخبار الزائفة والاخبار الصحيحة من خلال البحث عن مصادر هذه الاخبار بالمرتبة الاولى بواقع ٦١ مفردة تشكل ما نسبته ٣٥% من المبحوثين ، تلتها بالمرتبة الثانية التأكد من صحة هذه الاخبار من خلال القنوات الفضائية بواقع ٥٠ مفردة تشكل ما نسبته ٢٦,٥% من افراد العينة ، في حين جاء توظيف المبحوثين لخبرتهم في كشف الاخبار الزائفة من الاخبار الحقيقة بالمرتبة الثالثة بواقع ٣٢ مفردة تشكل ما نسبته ٢٠,٤% ، وتلتها الاجراءات الاخرى كلا حسب ترتيبه ونسبته .

- بين افراد العينة ممن أوضحوا عن مدى مساهمة مواقه التواصل الاجتماعي في زيادة وعيهم الصحي حيث جاءت فئة زادت من وعيهم الصحي الى حد ما بالمرتبة الاولى بواقع ١٠٩ مفردة تشكل ما نسبته ٥٧,٧% من افراد العينة ، في حين جاءت فئة زادت من وعيهم الى حد كبير بالمرتبة الثانية بواقع ٥٠ مفردة تشكل ما نسبته ٢٦,٢% من افراد العينة ممن ابدوا بآرائهم لصحيفة الاستبيان .

❖ مصادر البحث

- (١) اشرف فتحي الراعي ، جرائم الصحافة والنشر ، (القاهرة: دار الثقافة للتوزيع والنشر، ٢٠٢٠م) .
- (٢) حسون عبيد هجيج ، حسن مهدي حمزة ، جريمة بث الاشاعات والاذخار الكاذبة ، دراسة مقارنة ، مجلة جامعة بابل للعلوم الانسانية ، المجلد ٢٨ العدد ٨ السنة ٢٠١٨م.
- (٣) حمزة عبد المهيمن واخرون ، الدولة والقانون في زمن جائحة كورونا (الرباط: مكتبة دار السلام للطباعة والنشر ، ٢٠٢٢م).
- (٤) خيرالله سبهان الجبوري، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات السياسية ،(عمان: شركة دار الاكاديميون للنشر ، ٢٠١٩م).
- (٥) سعد سلمان المشهداني واخرون : دور الصفحات المتخصصة لمواقع التواصل الاجتماعي في تدعيم السلم الاهلي – صفحة التقنية من اجل السلام انموذجا ، بحث منشور في كتاب الاعلام والامن المجتمعي رؤية واقعية واستشرافية ،القسم الاول ،عمان ،جمعية البصيرة للبحوث والتنمية الاعلامية، ٢٠٢١م.
- (٦) عبد المجيد رمضان ، حق الحصول على المعلومة كآلية لمحاربة الاخبار الزائفة اثناء الازمات ، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية ، العدد ٤ سنة ٢٠٢٠م.
- (٧) محمد احمد فياض، دور الاعلام الجديد في توعية الوعي الصحي لدى الشباب في مملكة البحرين ، مجلة الفنون والاعلام جامعة مصراته ، ليبيا ، العدد الثاني ، ٢٠١٦م.
- (٨) منى فوزي شفيق ابو شنب : تعرض المراهقات للصفحات المتخصصة للمرأة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بالتنقيف الاسري لديهن ،المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، القسم الاول ،مصر ،جامعة المنوفية ، العدد ٢٤ ، ٢٠٢٠م.
- (٩) وليد عبد الحليم ، تأثير وسائل الاعلام على التوعية الاسرية لمواجهة كورونا ، دراسة ميدانية ، مجلة الدراسات الاعلامية ، العدد الحادي عشر ، مايو ٢٠٢٠م.
- (١٠) ياسين قرناي، مواقع التواصل الاجتماعي وقيم الشباب، (عمان: دار الايام للنشر ، ٢٠١٩م).
- اخلاقيات التعامل مع الانترنت، كيف نتعامل مع الشائعات، على الموقع، <https://www.for9a.com/learn-content/ar-ae/images/repository/isc/2021/how-to-identify-fake-news-1.jpg>
- (١١) كيف تعرف ان الخبر كاذب ، - alaraby.co.uk/entertainment-media/%D8%AF
- (١٢) موقع هيئة مكافحة الشائعات ، ينظر : <http://norumors.net/?page-id=7> تاريخ الزيارة (٢٠٢٢/٣/١٣) .