

اتجاهات النخبة الإعلامية في مدينة كربلاء إزاء التّضليل الإعلامي في الصفّحات المزوّفة

The attitudes of the media elite in the city of Karbala
towards media misinformation in the fake pages

م.م أحمد كامل أبو خليف^(١)

Assist. Lect. Ahmed Kamil AbuKhlef

الخلاصة

يسعى البحث الى تحقيق هدف رئيسي وهو معرفة آليات التّضليل الإعلامي في الخطاب الصادر عن الصفّحات المزوّفة المنتحلة لاسماء وزارات ودوائر حكومية رسمية، ووكالات إخبارية ووسائل اعلامية معروفة، وشخصيات سياسية واجتماعية مهمة؛ لتحديد دوافع انشائها واختلاق احداثها وتحليل آليات التّضليل الإعلامي التي يعتمد عليها هذا الخطاب في عملية التّضليل الاعلامي وتحديد الإجراءات المساعدة في معرفة الصفّحات المزوّفة والتعرف على أهم طرق واساليب التصدي لها. وتحقيقاً لأهداف البحث فقد استعمل الباحث المنهج المسحي باعتماد الدراسة الوصفية، أما أداة البحث فهي (الاستبانة)، و (المقابلة).

وأكدت نتائج البحث إن هناك عدّة دوافع للصفحات المزوّفة للتلاعب وتشويه المعلومات التي تبثها، تأتي في مقدمتها إشغال البلد في الصراعات السياسية، وتلاها اضعاف المجتمع من اجل السيطرة عليه؛ وأظهرت النتائج أن هناك عدّة طرق لمواجهة الصفّحات المزوّفة من قِبَل المستخدمين. بعضهم يقوم بتجاهل

١ - جامعة كربلاء - رئاسة الجامعة ah.kamel2019@st.tu.edu.iq

أخبارها وعدم ترك أي تعليق أو إعجاب وعدم مشاركة محتواها. وهناك من يكشف عن هذه المحتوى ويحاول تحذير الآخرين من الوثوق بها. ومن النادر أن يستخدم المستخدمون ميزة التبليغ عن المحتوى المزيف لإدارة المنصة.

الكلمات المفتاحية: النخبة الاعلامية، التضليل الاعلامي، الصفحات المزيفة.

Abstract

The research seeks to achieve a main goal, which is to know the mechanisms of media disinformation in the discourse issued by the fake pages impersonating the names of official ministries and government departments, well-known news agencies and media, and important political and social figures. To determine the motives for its creation and the fabrication of its events, to analyze the media disinformation mechanisms on which this discourse relies in the media disinformation process, to identify the procedures that help in identifying the fake pages, and to identify the most important methods and methods of addressing them.

In order to achieve the objectives of the research, the researcher used the survey method by adopting the descriptive study, and the research tool is (questionnaire) and (interview).

The results of the research confirmed that there are several motives for the fake pages to manipulate and distort the information they broadcast, foremost of which is the involvement of the country in political conflicts, followed by the weakening of society in order to control it. The results showed that there are several ways to counter fake pages by users. Some of them ignore her news and do not leave any comments or likes and do not share her content. And there are those who reveal this content and try to warn others not to trust it. It is rare for users to use the feature to report fake content to the management of the platform.

Keywords: Media Elite , Media disinformation , Fake pages.

المقدمة

أكدت الأبحاث والدراسات الحديثة إن وسائل التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد نوافذ تسلية للمراهقين او قنوات للتواصل الاجتماعي فحسب، بل تضخم وجودها ودورها لدرجة أنها باتت تؤثر بشكل مستقل في سلوكيات مستخدميها واصبحت المصدر الرئيس للأخبار والمعلومات لدى رواد تلك المواقع؛ ومع صعود قوة الرأي العام وتناميها في كافة المجتمعات المعاصرة واستهداف هذه القوة في حروب المعلومات؛ عادت دراسات التضليل الإعلامي وتزييف الوعي الجماهيري للبروز بقوة في اجندة الابحاث العلمية، لكن الجديد هذه المرة ان القائمين بالتضليل لا يستهدفون النيل من السلطة الخامسة المتمثلة بالرأي العام غايتهم المعتادة، إنما يخططون أيضاً للنيل من الصحافة او السلطة الرابعة وقذف بعضهما ببعض، في تحدٍ سافر لشرعية الاعلام بوصفه احد ابرز ممثلي الرأي العام في مجتمعاتنا المعاصرة، وتتجلى ابعاد هذه الظاهرة بقوة في

الصفحات المزيفة على شبكات التواصل الاجتماعي المنتحلة لأسماء وزارات ودوائر حكومية رسمية، ووكالات إخبارية ووسائل اعلامية معروفة، وشخصيات سياسية واجتماعية مهمة. ولا شك ان صانعي السرديات البديلة عن الواقع عبر الصفحات المزيفة لديهم قدرًا كافيًا من المعلومات النوعية عن عادات وخصائص المتلقين واذواقهم واحتياجاتهم ومشاكلهم وامنياتهم، وفي ضوء هذه المعطيات يضعون خططهم واستراتيجياتهم الإعلامية ويصوغون خطاباتهم الالكترونية المزيفة، خاصة ان المواقع الالكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي مهينين الى حد كبير في تنفيذ استراتيجيات التضييل الإعلامي المعاصر.

ويسعى البحث الى معرفة اتجاهات النخبة الاعلامية ازاء الصفحات المزيفة المنتحلة لأسماء وزارات ودوائر حكومية رسمية، ووكالات إخبارية ووسائل اعلامية معروفة، وشخصيات سياسية واجتماعية مهمة؛ لتحديد دوافع انشائها واختلاقها وطبيعة الخطاب الصادر عنها.

وقد تم تقسيم البحث على أربعة مطالب، خصص المطلب الأول إلى (الإطار المنهجي للبحث) متضمنًا مشكلة البحث وتساؤلاته، وأهميته، وأهدافه، ومنهجه وعينته، ومجتمع البحث ومجالته، وأدواته؛ وتناول المطلب الثاني ثلاثة مطالب اساسية ابتداءً بالتضييل الإعلامي النشأة والمفهوم، وأهداف التضييل الإعلامي والاجراءات المساعدة للتعرف على التضييل الإعلامي والاخبار المزيفة؛ وتناول المطلب الثالث ثلاثة مطالب هي وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الرأي العام، والصفحات المزيفة وانواعها واستخداماتها في التضييل، اساسيات التعرف على الصفحات المزيفة. والمطلب الرابع تناول نتائج الدراسة الميدانية وأهم الاستنتاجات.

المطلب الأول: الإطار المنهجي:

اولاً: مشكلة البحث:

تتبلور مشكلة الدراسة في معرفة اتجاهات النخبة الاعلامية ازاء الصفحات المزيفة المنتحلة لاسماء وزارات ودوائر حكومية رسمية، ووكالات إخبارية ووسائل اعلامية معروفة، وشخصيات سياسية واجتماعية مهمة، لتحديد سمات تلك الصفحات والدوافع المحركة لانشائها، ومعرفة اساليب التضييل الإعلامي التي يعتمد عليها القائم بالتضييل من خلال الصفحات المزيفة.

و تفرع عن هذه الإشكالية التساؤلات الآتية:

١. ما سمات الصفحات المزيفة؟
٢. ما هي اهداف الصفحات المزيفة؟
٣. ما نوع المحتوى المنشور على الصفحات المزيفة؟

٤. ما هي آليات التعرف على الصفحات المزيفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
٥. ما هي أساليب التضليل الإعلامي في الصفحات المزيفة؟
٦. ما هي آليات مواجهة الصفحات والاخبار المزيفة؟

ثانياً: أهمية البحث:

١. ان انتشار الصفحات المزيفة له خطورته على المجتمعات من حيث تأثيره على تشكيل الرأي العام وتأثيره على امن الدول والحكومات، اذ بدأت الظاهرة تتخذ ابعاداً في غاية الخطورة سواء على المستوى السياسي او الاقتصادي او الاجتماعي؛ فالمتلقي في هذا العصر يتوجب عليه في ظل الكثافة المعلوماتية ان يتعلم كيف يواجه تلك الصفحات وكيف يتحقق منها.
٢. يعالج البحث موضوع التضليل الاعلامي الذي اخذ بالظهور مرة اخرى بشكل واسع، وبطرق واساليب اعلامية جديدة ومختلفة، فنحن امام اشكالية مواجهة الصفحات المزيفة واخبارها المضللة وسرعة انتشارها، وتأثيرها على ادراك المتلقي للأحداث الجارية خاصة وانه لم يُعد ذهنياً ومعرفياً للتعامل مع هذا النوع التضليل والتزييف.
٣. يتناول البحث دراسة الاساليب غير التقليدية في التضليل الاعلامي، والسرديات البديلة التي تصدر عن صفحات مزيفة تنتحل اسماء مؤسسات وشخصيات مهمة، وتنسب اليها كذباً وبهتاناً اخبار ومعلومات غير صحيحة، وذلك من شأنه ان يؤثر سلباً على ادراك الجمهور لمصادقية هذه المؤسسات والشخصيات وصورتها الذهنية لديهم.
٤. اهمية التعرف على هذه الظاهرة التي باتت تمثل مشكلة حقيقية بالنسبة للجهات المستهدفة - التي يتم انتحال اسمها -؛ بعد ان اضطرت اغلب المواقع الالكترونية لتلك الجهات نشر اخبار تنفي ما جاء في الصفحات المزيفة وتناشد الجمهور الالتزام بما ينشرها موقعها وصفحاتها الرئيسة على منصات المتنوعة.

ثالثاً: أهداف البحث:

يسعى البحث الى تحقيق هدف رئيسي معرفة اتجاهات النخبة الاعلامية ازاء الصفحات المزيفة المتحللة لأسماء صفحات مهمة، لتحديد دوافع انشائها واختلاق احداثها وتحليل آليات التضليل الإعلامي التي يعتمد عليها هذا الخطاب في عملية التضليل الاعلامي ويتفرع من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية من اهمها:

١. تحديد السمات العامة للصفحات المزيفة موضع البحث.
٢. تحديد الاسباب الكامنة وراء انتحالها لاسماء الجهات المستهدفة، وحرصها على نشر اخبار مضللة.

٣. التعرف على نوع المحتوى المنشور عبر الصفحات المزيفة.
٤. تحديد الاجراءات المساعدة في معرفة الصفحات المزيفة.
٥. الوقوف على ابرز اساليب التضليل الإعلامي في الصفحات المزيفة.
٦. التعرف على أهم طرق واساليب التصدي للصفحات المزيفة وسبل مجابتهها.

رابعاً: منهج البحث وادواته:

نظراً لطبيعة الموضوع الذي يعالجه البحث، اعتمد الباحث على المنهج المسحي، لأنه من البحوث الوصفية التي تعتمد على تفسير المعلومات والظواهر؛ ويقدم هذا المنهج وصفاً دقيقاً للظواهر المتعلقة بموضوع البحث ومواقف الافراد بقصد استخدام هذه البيانات لتحليل الاوضاع او الممارسات القائمة^(١).

١. استعان الباحث باستمارة (الاستبانة) أداة لجمع المعلومات لأنها من أهم وسائل جمع المعلومات وأكثرها شيوعاً في البحوث الوصفية، وشكلت استمارة الاستبانة المصدر الأساس الذي اعتمده الباحث في الحصول على المعلومات المتعلقة بالجانب العملي للوصول إلى تحديد مختلف المفاهيم لموضوع الصفحات المزيفة والتضليل الإعلامي، إذ تم وضعها وفقاً لتساؤلات البحث وأهدافه، ومراعاة قدرتها على تشخيص وقياس ابعاد الدراسة، وبعتماد مقياس (likert) الثلاثي؛ كونه يتسم بالوضوح والبساطة والدقة في تحديد النتائج وتفسيرها.

٢. المقابلة: وهي الاداة الثانية التي استخدمها الباحث لجمع المعلومات والبيانات اللازمة لموضوع البحث، واستخدم الباحث هذه الأداة للحصول على بعض المعلومات والبيانات التي لا يمكن أن تغطيها الاستبانة، إذ أجرى الباحث مقابلة مع مدير ادارة نقابة الصحفيين فرع كربلاء المقدسة.

خامساً: مجتمع البحث وعينته:

يتمثل مجتمع بحثنا في من الاعلاميين العاملين في مجال الصحافة والاعلام في محافظة كربلاء المقدسة - حيث يبلغ عدد الصحفيين العاملين في وسائل الاعلام المختلفة (تلفاز، اذاعة، صحافة وكالات)، (٢٥٠) صحفياً، في المحافظة.

اما عينة البحث فهي عينة قصدية إذ تم اختيار النخبة الاعلامية بهدف الحصول على بيانات أكثر نضجاً ودقة فيما يتعلق بالجانب المهني للممارسة الاعلامية، ونعني بالنخبة الاعلامية (الصحفيين العاملين في وسائل الاعلام اولاً؛ يحملون شهادات جامعية -اولية او عليا- في تخصص الاعلام ثانياً؛ وينتمون الى

٢- محمد شفيق: مناهج البحث الخطوات المنهجية لاعداد البحوث الاجتماعية، الاسكندرية، المكتبة الجامعية، ٢٠٠٠، ص

نقابة الصحفيين العراقيين ثالثاً) ويبلغ عددهم (٧٥) صحفياً وفق المحددات السابقة.*؛ جرى استطلاع آراء (٥٦) مشاركاً من خلال توزيع استبانة التحقيق استطاع الباحث الوصول إليهم، وتم استرداد (٥٢) استبانة وتعذر على الباحث. استرداد الاستمارات الأربعة الباقية؛ وتجاهل الباحث استبانتي بناءً على عدم اقتناعه بالإجابات نظراً لعدم اهتمام المشاركين وعدم الرد على بعض الأسئلة. بالتالي، يصبح العدد الإجمالي للعينة (٥٠) مشاركاً.

سادساً: مجالات البحث:

١. الحدود البشرية: تحدد مجتمع البحث بالنخب الإعلامية العاملين في محافظة كربلاء، كعينة مختارة عن الإعلاميين في العراق.
٢. الحدود المكانية: محافظة كربلاء.
٣. الحدود الموضوعية: الصفحات المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي.
٤. الحدود الزمنية: من ٢٠٢٣/٥/١ إلى ٢٠٢٣/٦/٣٠. تزامنت ضمن فترة أعداد الاستبانة وتحكيمها وتوزيعها على الباحثين واسترجاعها.

سابعاً: الصدق والثبات:

ان اختبار الصدق يسعى لتأكيد صحة أداة الدراسة او المقياس المستخدم في الدراسة وصلاحياتها سواء في جمع البيانات او قياس المتغيرات وبدرجة عالية من الكفاءة والدقة. لتحقيق الصدق تم عرض استمارة الاستبانة على عدد من الخبراء والمختصين في الاعلام وبلغ عددهم (٥) محكمين من ذوي الخبرة والاختصاص*، لتحديد مدى صلاحيتها لقياس ما مطلوب قياسه، ومدى ملاءمتها للمحور الذي تنتمي إليه، وقد ابدى المحكومون مجموعة من الملاحظات العلمية القيمة والدقيقة، وتم الأخذ بجميع ملاحظاتهم ومقترحاتهم وجرى تعديل الاستبانة بشكلها النهائي بما يحقق الاجماع لآراء المحكمين.

وتم استخدام معامل (كرونباخ الفا) للتحقق من إجراءات الثبات من خلال اعادة الاستبيان على ١٠٪ من عينة البحث بعد شهر من اجراء الدراسة الميدانية، وكانت نسبة الثبات ٨٢,٧٪؛ وهي أكبر من الدرجة

* ضياء مزر الموسوي: مدير إدارة نقابة الصحفيين فرع كربلاء المقدسة، مقابلة اجراها الباحث، في مقر النقابة، بتاريخ ٢٠٢٣/٦/٢٨.

* المحكمون الذين تم عرض الاستبانة عليهم:
أ.م.د. ربا قحطان احمد- قسم العلاقات العامة - كلية الاعلام - جامعة بغداد
أ.م.د. جمعة محمد عبد الله- قسم الاعلام - كلية الاداب - جامعة تكريت
د. اياد محمد خزعل البلداوي- قسم الاعلام - كلية الاداب - جامعة اهل البيت
د. فراس حسين البياس- وزارة البلديات
م. جليلة عبد الله خلف- قسم الاعلام - كلية الاداب - جامعة اهل البيت

التي حددها الباحثون لهذا المقياس البالغة (٦٠%)، وهذا يشير إلى أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات وبالتالي يمكن الاعتماد على النتائج والوثوق بها وصلاحياتها للتحليل الاحصائي.

ثامناً: مفاهيم البحث:

الاتجاه: هو "عبارة عن رأي مؤيد أو معارض إزاء موضوع أو موضوعات معينة، تكونت خلال التجارب والخبرات السابقة التي مر بها الإنسان".^(٣)

النخبة: "هي مجموعة قليلة من الأشخاص الذين توافرت لديهم شروط موضوعية، وأخرى ذاتية، بالشكل الذي يجعلها متميزة عن باقي أفراد المجتمع"^(٤).

النخبة الاعلامية يمكن تعريف النخبة الاعلامية اجرائياً بانهم: مجموعة الاعلاميين العاملين في احد وسائل الاعلام بشكل دائم، وحاصلين على شهادة جامعية في الاعلام، وينتمون الى نقابة الصحفيين العراقيين.

التضليل الإعلامي: يشير هذا المفهوم الى اي عملية اتصالية تتضمن نشر معلومات واخبار غير صحيحة او دقيقة عبر وسائل الاعلام من اجل خداع الجماهير المستهدفة^(٥).

صفحات الاعلام الإجتماعي المزيّفة: "هي صفحات موجهة تُدار من قبل فرد واحد أو جماعات تنشأ على حسابات الكترونية زائفة في شبكات التواصل الإجتماعي، تهدف الى تحقيق اغراض مشبوهة، من خلال ممارسة نوع من الاعلام الاجتماعي"^(٦).

تاسعاً: الدراسات السابقة:

١- دراسة السعيد بومعيزة (٢٠٠٤) ^(٧):

تهدف الدراسة الى معالجة الأسباب الكامنة وراء ظاهرة التضليل الإعلامي عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية، التي تخلت تدريجياً عن وظيفتها التقليدية كسلطة رابعة، لتصبح أداة من أدوات "السلطة الخامسة" للتلاعب بالرأي العام. وتناولت الدراسة العوامل التي ساهمت في تحول وظائف وسائل الاعلام، ودور الحكومات في التضليل الإعلامي والتلاعب بالرأي العام، والتقنيات المستعملة في التضليل الإعلامي. وخلصت الدراسة الى ضرورة وعي الجمهور بمحاولات التضليل الإعلامي والتحلي بالعقل الناقد والشك اتجاه كافة الخطابات الإعلامية التي نشاهدها او نقرأها أو نسمعها، بذلك يمكن أن نكون رأينا بصفة

٣- كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام التطور- الخصائص - النظريات، عمان، دار المسيرة، ٢٠١١، ص ٣٥٨.

٤- شيرين حامد خليفة: اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام الموقع الإخباري الفلسطينية بأخلاقيات المهنة، رسالة ماجستير (غير منشورة)، الجامعة الاسلامية - غزة، كلية الآداب، ٢٠١٥، ص ٥٢.

٥- منظمة الأمم المتحدة: التقرير السنوي للأمم العام، مكافحة التضليل الإعلامي من أجل تعزيز وحماية حقوق الإنسان والحريات الأساسية، (٢٠٢٢)، ص ٢.

٦- <https://www.atheer.om/archives/465347>، الحسابات الوهمية، مفهوماها، ومضارها، وكيف نتكشفتها، تاريخ الزيارة،

٢٠٢٣/٤/١٥.

٧- السعيد بومعيزة: التضليل الإعلامي وأقول "السلطة الرابعة"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد ٩، جامعة الجزائر، ٢٠٠٤.

مستقلة، و ليس ما يراد لنا تكوينه، وان ممارسة التضليل الإعلامي تعتمد أساساً، على الدوافع الكامنة في الإنسان مثل: الخوف و الرغبات وحب التملك و السيطرة، وأصبحت عمليات التضليل سهلة في عصرنا الراهن بسبب تطور تقنيات التلاعب بالعقول اذ أصبح الرأي العام أقل إطلاعاً و أكثر عرضة للتلاعب والتضليل الإعلامي.

٢- دراسة عبد الحسين كاظم العطاوي (٢٠١٨) (٨):

هدفت الدراسة إلى معرفة التضليل الإعلامي في بث المعلومات التي تقوم بها وسائل الإعلام والتعرف على اثر التضليل في تدفق المعلومات، واستعمل الباحث المنهج المسحي باعتماد الدراسة الوصفية، أما أداة البحث فهي (الاستبانة)، وخلصت الدراسة الى ان المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لا تسير بالاتجاه الصحيح، وتشويه المعلومات بدافع إشغال البلد في الصراعات السياسية، كما ان الممارسات التي تركز عليها وسائل الإعلام في تضليل الاعلامي هي إثارة النزعات الطائفية، والتضخيم من قدرة الإرهاب.

٣- دراسة ايمان محمد حسني (٢٠١٨) (٩):

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي، وهو استكشاف الخطاب الخبري السياسي غير الحقيقي في موقع شبكة الحدود الساخرة، لتحديد خصائص الممارسة المهنية وتحليل استراتيجيات البنية الإقناعية التي يعتمد عليها هذا الخطاب في النقد والسخرية، ووفقاً لمتطلبات الدراسة، تم تحديد منهج دراسة الحالة، منهجاً للدراسة، واعتمدت الدراسة على أداة تحليل الخطاب للكشف عن البنية الإقناعية داخل النصوص الإخبارية غير الحقيقية.

وخلصت الدراسة الى ضرورة توعية القراء بتدريبات المعرفة الإعلامية لتمييز الأخبار غير الحقيقية وأهدافها، فضلاً عن تشجيع الجمهور على تنمية ملكة التحليل والتفكير النقدي فيما يقدم لهم من خطابات؛ الى جانب التأكيد على تفعيل موثيق الشرف الاعلامي والمعايير الأكاديمية الضابطة لواقع الممارسة المهنية الاعلامية في تحرير النصوص الإخبارية.

عاشراً: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

أ- مجالات الإفادة من الدراسات السابقة:

١. أسهمت الدراسات السابقة في تعزيز وتدعيم الجانب النظري للدراسة الحالية واثرائها.

٨- عبد الحسين كاظم مريخ العطاوي: التضليل الإعلامي في بث المعلومات، جامعة بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٤٠،

٢٠١٨.

٩- ايمان محمد حسني: الخطاب الخبري السياسي غير الحقيقي ما بين خصائص الممارسة المهنية واستراتيجيات السخرية النقدية،

المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال - العدد ٢١، القاهرة، ٢٠١٨.

٢. تمثل الدراسات السابقة تراكمًا معرفيًا وفكريًا مكن الباحث من الانطلاق منها لوضع الاطر الخاصة لبحثه.

٣. ساعدت في تحديد مجتمع الدراسة الأنسب لتطبيق البحث اذ تم اختيار مجتمع النخبة للحصول على بيانات أكثر نضجاً ودقة فيما يتعلق بالممارسة المهنية.

٤. الامام بالوسائل الإحصائية الملائمة للدراسة الحالية.

ب- أوجه التشابه بين هذه الدراسة والدراسات السابقة:

١. تقع الدراسة ضمن الدراسات الوصفية.

٢. اسهمت بتوضيح الاطار العام لابعاد التضليل الاعلامي.

ج- أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

١. تعد الدراسة الحالية الأولى التي تناولت التضليل الاعلامي عبر الصفحات المزيفة في البيئة العراقية.

٢. كما اختلفت من حيث مكان الدراسة، فإنها اختلفت أيضاً عن الدراسات السابقة من حيث زمانها والمجتمع الذي اختارته الدراسة.

المطلب الثاني: التضليل الإعلامي والصفحات المزيفة

اولاً: التضليل الإعلامي النشأة والمفهوم:

على مر العصور، كانت عملية استغلال والتلاعب بالمعلومات تمارس منذ فترة طويلة قبل ظهور الصحافة الحديثة وتبنيها معايير النزاهة. وتعود هذه الممارسة إلى العصور القديمة، اذ شهدت روما القديمة على سبيل المثال اولى تلك الممارسات، فحينما قابل أنطونيو كليوباترا واجه سياسية معادية من قبل أوكتافيان الذي شن عليه حملة تشويه ضده بواسطة شعارات قصيرة حادة كتبت على عملات معدنية بأسلوب مشابه للتغريدات القديمة. وأصبح المرتكب الأول لهذه الجريمة إمبراطوراً رومانياً، وسمحت المعلومات المزيفة لأوكتافيان بالسطرة على النظام بشكل دائم بعد ان اصبح امبراطوراً^(١٠).

ومع ذلك، في القرن الحادي والعشرين، شهدنا استخدام المعلومات كسلاح بمدى غير مسبوق. تقنيات التكنولوجيا الحديثة القوية جعلت التلاعب بالمحتوى وتصنيعه أمراً سهلاً. ومع توسع شبكات التواصل الاجتماعي، انتشرت الأكاذيب التي يروج لها المضللون عبر الصفحات الزائفة، وتناقلها جمهور لا يستطيع تمييز الحقيقة من الدعاية. فأصبحت المنصات الاجتماعية بيئة ملائمة لتضليل الرأي العام من خلال

١٠- منظمة الامم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو): الصحافة والاعخبار الزائفة والتضليل، عمان، مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية (المكتب الاقليمي للشرق الاوسط وشمال أفريقيا)، ٢٠٢٠، ص ١٤.

السرديات البديلة التي يقدمها القائمون على تزييف الأخبار من خلال الصفحات الزائفة، وأطلق على هذه الظاهرة مصطلح "دمية الجورب" و"المخادعين" وغيرها من أساليب التضليل. وفيما بعد، استغل "مزارع المتصيدين" هذه التكتيكات للتلاعب في الانتخابات^(١١).

وتشير المقاربات والدلالات اللسانية والاصطلاحية في مفهوم التضليل الإعلامي الى ان التضليل يأتي في اللغة من الفعل (ضل) الشئ ضاع وهلك، ورجل (ضليل) و (مضلل) أي ضال جداً، و(الضلال) ضد الرشاد^(١٢) ويعتقد البعض أن مفهوم التضليل بشكل عام هو الكذب، وان الكذب هو عكس الحقيقة، إلا أن مفهوم التضليل لكي يحقق مغزاه لا يجب أن يكون عكس الحقيقة لكنه يجب أن يحتوي على جزء من الحقيقة لكي يخفي معالم التضليل ويستنكر وجوده^(١٣).

والتضليل خلق واقع مزيف ومغلوط ومقنع بما فيه الكفاية، وذلك بهدف إيقاع الخصم في الخطأ بينما هو يفكر بشكل صحيح^(١٤).

ويعرف الباحث الفرنسي (فرانسو جبريه) التضليل الإعلامي بأنه: "مشروع منظم ومخطط يهدف إلى تشويش الأذهان والتأثير على العقل كما على العواطف والمخيلة، وليس له سوى هدف واحد هو إدخال الشكوك وخلق الاضطراب، وهدم المعنويات، ويعمل التضليل على جميع مُستقويات أصحاب القرار حتى المواطنين العاديين، كما يجعل من وسائل الإعلام أداة لنشر وتعميم الرسالة التضليلية باتجاه الرأي العام"^(١٥).

فالتضليل تصب غايته على صرف الانتباه عن عنصر الحقيقة في موضوع معين أو إخفائها عن الجمهور المستقبل ووسائله هي التلوين والرمز أو التقييم أو الاجتزاء في نقل المعلومات عن الحدث وعن سياسة معينة في ظرف زمني محدد^(١٦)؛ لذلك فإن التضليل يعد من اخطر إشكالات الهيمنة الإعلامية^(١٧).

تمثل الأخبار الكاذبة أو المزيفة الجانب الأبرز لعمليات التضليل الإعلامي، وعلى الرغم من طول تاريخ هذا النوع من الاتصال، إلا أنه يبدو اليوم ظاهرة أكثر تعقيداً في سياقها الرقمي. حيث تتداخل أبعاد تكنولوجية واتصالية ومعلوماتية وعلمية وأمنية وسياسية في صناعة هذه الأخبار. وتشمل شبكة واسعة من الفاعلين في سلاسل إنتاجها وترويجها.

١١- المصدر نفسه: ص ١٥.

١٢- محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، بيروت، دار الكتاب العربي، ١٩٨١، ص ٣٨٣.

١٣- جلال الشافعي: من التضليل الإعلامي، عمان، دار البشير للطباعة والنشر، ٢٠٠٥، ص ١٨.

١٤- حسنين شفيق: التضليل الإعلامي والغيوبة المهنية، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠١١، ص ٢٦.

١٥- مجد نبيل محمود عثمان: الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية، عمان، جامعة البترا، ٢٠١٥، ص ١٥.

١٦- محمود عبد الله الخوالدة، وحسين علي العموش: علم النفس السياسي والإعلامي، عمان، دار الخالد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨، ص ٣٦٧.

١٧- عبد الحسين كاظم مريخ العطاوي: التضليل الإعلامي في بث المعلومات، جامعة بغداد، كلية الاعلام، مجلة الباحث الإعلامي،

العدد ٤٠، ٢٠١٨، ص ١١٣.

وقد زاد من انتشار التضليل الإعلامي مع وجود وانتشار مواقع الاعلام الإجتماعي التي اعطت المجال واسعاً امام المتلقين بنشر ما يريدون بكل حرية سواء كان نصاً او صورة او فيديو، اذ اخذت هذه المحتويات الرقمية اشكالاً ودوافع جديدة لها تاثيرات بالغة الاهمية على ارض الواقع حيث ساهم في صناعة وانتاج تلك المواضيع وانتشارها بشكل سريع فاق ما تنشره الوسائل التقليدية وما ينتجه الصحفيون^(١٨).

ثانياً: أهداف التضليل الإعلامي:

عندما يتعلق الأمر بالتضليل الإعلامي كصناعة اتصالية وسياسية لا محدودة، يجب أن يكون لديها أهداف محددة يعبر عنها الأطر التي تُشكل رؤية السرديات البديلة للخطاب المنافس. يكون الفاعل في عملية التضليل مهووساً بالتأثير في الرأي العام.

ويذكر (شيللر) أهداف التضليل الإعلامي على النحو الآتي^(١٩):

١. السلبية: وهي السلبية الفردية والتي تتحول بالجمع إلى سلبية جماعية، تجعل أمر قيادة العقول أسهل بكثير من قيادة جماعات ايجابية وربما يمكن الاستغناء عن التضليل الإعلامي إذا وصل الرأي العام إلى السلبية التامة.
٢. توجيه وتغيير الثقافة: من الممكن فرض نوع معين من الثقافة عن طريق المطاردة المستمرة من وسائل الإعلام، ومن ثم توجيه هذه الثقافة بكاملها لتغيير الاهتمامات بثقافات محددة تحدم أهداف التضليل.
٣. إرساء القيم الاستهلاكية لخدمة مصالح القوى الاستثمارية لتلبية احتياجات رؤوس الأموال حتى وان تعارض مع المصلحة العامة.
٤. تقرير وتبرير وتعزيز الوضع الراهن: مما يضمن إظهار الأنظمة بأنها تبذل قصارى جهودها ولا يوجد من يدنو من الجهد المبذول.

ثالثاً: أساليب التضليل الإعلامي:

تتعد اساليب التضليل الاعلامي وتنوع وفقاً لخبرات القائم بالاتصال واستراتيجياته، ووفقاً لوسائل الإعلام المتاحة او التي سيتم توظيفها بهذا المجال، ويذكر الباحثون العديد من تلك الممارسات والاساليب، وهناك شبه إجماع على عددٍ من الاساليب التي ربما اتفق عليها الباحثون ضمناً؛ ويقدم الدكتور عادل خليل

١٨- وفاق حافظ بركع: مضامين الأخبار الكاذبة في مواقع الإعلام الاجتماعي، سبل المواجهة وآليات التحقق دراسة تحليلية /ميدانية، مجلة أريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الإتصال، العدد ٣، المجلد ٢، كانون الثاني ٢٠٢١، ص ٩٦.
١٩- هربرت شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، ط ٢، الكويت، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٩، ص ٣٩-٤٦.

الزبيدي مقارنة علمية يلخص بها ما ذهب اليه الباحثون والمختصون في هذا المجال^(٢٠)؛ وسنركز هنا على اهم هذه الاساليب بما يتفق واتجاهات بحثنا الحالي:

١. دس السم بالعسل: وهو أخطر الأساليب المستخدمة في التضليل الإعلامي. فتعمل وسائل الإعلام التي تمارس دس السم في العسل تنتج الاخبار والمعلومات على أسس سليمة، وتضع نسبة ٩٠-٩٥٪ من المعلومات الصادقة والحقائق الدامغة بينما تدس فيما تبقى السم الزعاف.
 ٢. الإيهام والتدليس: تبت وسائل الإعلام الوهم وتدلس على المتلقين من خلال استخدام ألفاظ تحمل معان متعددة أو تتلاعب بالألفاظ ليتوهم المتلقي بأمر غير صحيحة، ويبقى موقفها سليماً، أو تعمل على منح نفسها المصدقية، تمارس وسائل الإعلام التدليس على المتلقين وتقوم بإيهام الجمهور أنها تأتي بالأخبار من مصادرها الأصلية، بحيث يظن القارئ أو المستمع أو المشاهد أن الوسيلة الإعلامية حصلت على المعلومات من مصدرها الأصلي.
 ٣. التهويل أو التضخيم: يسعى القائم بالتضليل لخلق صورة مبالغ بها لحدث أو قضية أو مشكلة ليترك ذلك انطباعاً زائفاً بحجمها لدى الرأي العام.
 ٤. الاستخفاف أو الاستغفال: يعد الاستخفاف من أهم أسباب تجرأ وسائل الإعلام على ممارسة الدعاية وقلب الحقائق واستخدام أساليب التضليل الإعلامي المتعددة؛ إذ إنَّ المتلقين الذين يدققون في الرسائل الإعلامية سيتوصلون بمتابعة تراكمية لها مع شيء من التركيز الواعي إلى أنهم يتعرضون إلى دعاية موجهة وسيكتشفون أنهم لا يتلقون معلومات مجردة يمكن الاعتماد عليها في التحليل وبناء المواقف.
 ٥. التكرار: من الثوابت في النظريات الإعلامية أن الإعلام يحقق نتائج إيجابية لصالح المخططات الإعلامية بجهود تراكمية يرفد بعضها بعضاً، ويتأتى ذلك من خلال تكرار الرسالة الإعلامية بوسائط متعددة ووسائل مختلفة وعلى ألسنة شخصيات وجهات متعددة التوجهات.
 ٦. عرض الحقائق: إنَّ الاستمرار في التضليل الدائم، وبالأساليب المذكورة سابقاً، يمكن أن يؤدي مع مرور الوقت إلى فقدان جمهور المستهدفين الثقة في الرسالة الإعلامية الواردة إليهم من الجهة القائمة بالتضليل، وبذلك يفقد مصداقيته، وبالتالي تأثيره في الرأي العام، لذلك فإنه بحاجة بين الحين والآخر إلى عرض الحقائق كما هي بدون شواذب، وطبعاً ينتقي منها ما يناسب أهدافه الموضوعية مسبقاً.
- كما يستخدم القائم بالتضليل أساليب متعددة ضد المتلقي لتحقيق أهدافه، كالتضليل بالاحصائيات غير الحقيقية، أو عن طريق اغراق الجمهور بمعلومات لا يحتاج إليها ولا تهمه - ما بات يعرف بالنفايات

٢٠- أ.د عادل خليل الزبيدي: اساليب وتقنيات التضليل الاعلامي، محاضرة لطلبة المرحلة الثالثة، قسم الصحافة، كلية الاداب، جامعة اهل البيت، ٢٠١٨.

المعلوماتية او الاعلامية -، فضلاً عن إخفاء الحقائق والمعلومات، واختلاق وقائع لا اساس لها، والتلاعب بالصور والفيديوهات لخداع البصر والحواس الأخرى، وتقديم الصورة كدليل على مصداقية الموضوع المنشور؛ اضافة الى التلاعب بالمعلومات وترتيب الحقائق من خلال اجراء أو ادخال تغييرات وتحويرات على المعلومات والأخبار عن طريق التلاعب بالمحتوى والنصوص وتزوير المعاني.... الخ.

رابعاً: الاجراءات المساعدة للتعرف على المحتوى المضلل:

مع تلاشي سلطة حارس البوابة، وخاصة في دوره التنظيمي والرقابي، حيث كان الإعلام التقليدي يمكن حراس البوابة من السيطرة على الحلقات الاستراتيجية لعملية الاتصال وإدارة إنتاج المحتوى. أصبح المجال الرقمي - الشبكي بنمطه الاتصالي الأفقي، وتوسع شبكاته ومنصاته، ملاذاً وملجأً لتصنيع الأخبار والأحداث المفبركة وتزييف البيانات، بالإضافة إلى تشويه سياقات الأحداث،، في عصر بات يعرف ب (ما بعد الحقيقة) هذا الامر اضاف على المتلقي واجباً غير تقليدي في التأكد من صحة الاخبار والمعلومات وحتى الصفحات الناشرة للمعلومات، وهناك مجموعة من الآليات للمساعدة في معرفة المحتوى الزائف والمضلل وهي (٢١):

- معرفة المصدر الرئيسي المحتوى الإعلامي ومن قام باعداده و اعاده نشره سواء كان نصاً مكتوباً او صورة او فيديو، مع تحديد مختلف المصادر المدعّمه له.
- التحقق من تاريخ المنشور لمعرفة ما اذا كان حديثاً او قديماً من خلال استخدام الانترنت على شاكلة (google emag) او استخدام تقنية البحث العكسي بالنسبة للصورة، حتى لاطار الفيديو -صورة ثابتة تاخذ من الفيديو المراد التحقق منها-.
- التحقق من النوايا وراء تلك المناشير على اعتبار ان البعض منها يتم اعداده بدواعي ترفيحية وبعضها بدواعي سياسية.
- تفعيل وانتهاج كل المناهج الخاصة بالنقد - لاكتشاف الصحيح من الخطأ والسلي من الايجابي فيها - من خلال التعمق في نقد الافكار والمعلومات التي يطرحها المنشور خاصة اذا كان فيديو متعدد المشاهد والقطعات.
- الاستعانة بمختلف البرامج الالكترونية المساعدة في التحقق من تلك الاخبار والمعلومات.
- الاستعانة بمختلف الخبراء والباحثين والمختصين في المجال الالكتروني ومكافحة الجريمة الالكترونية المنظمة.

٢١- محمد علاوة: الاخبار الكاذبة وصحيفيو القنوات الاخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الواقع والتحديات، الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد ٦، العدد ٢، ٢٠٢٢، ص ٦٢٠.

وعلى مستوى الاخبار التي تشكل الجزء الأكبر من عملية التضليل فقد حدد معهد الاعلام الاردني بعض الارشادات للقراء لتجنب الوقوع في فخ الاخبار الكاذبة وهي (٢٢):

- ضرورة التشكيك في عنوان الخبر، كلما كان غير منطقي وغريب يفضل عدم الوثوق به.
- التحري من رابط الخبر في الموقع لوجود مواقع مزيفة تحاكي المواقع الاصلية.
- التحقق من مصدر الاخبار ويفضل ان تكون مصادر مجربة وتتصف بالمصداقية.
- التدقيق في الصور والفيديوهات المنشورة، اذ تنشر معظمها من غير سياقها.
- تحري تاريخ الخبر، فقد ينشر مضمون الخبر حصل من فترة ماضية.
- التأكد من الشواهد المقدمة في الخبر والمصادر المعتمدة.
- التأكد من نشر الخبر في أكثر من مصدر، فتعدد المصادر يعطي موثوقية للخبر.
- التأكد من ان الخبر ليس للسخرية او لمزحة، وهذا يكون واضح من سياق الخبر وتفصيله واللغة المستخدمة.
- ضرورة التحري من منطقية الخبر وعدم نشر خبر لم يتم التأكد من مصداقيته.

خامساً: الصفحات المزيفة اسبابها وأهدافها:

ساهمت البيئة الرقمية الجديدة، مع منصاتها ووسائلها المتنوعة، في تغيير نمط إنتاج وتوزيع المحتوى، حيث أصبح ينتقل "من الجميع إلى الجميع". وهذا جذب انتباه الفاعلين، سواء كانوا أفراداً أو مؤسسات، إلى حاملي المحتوى الجديد وأهمية المحتوى نفسه. ونشأ صراع رمزي وقيمي بينهم عبر حروب إعلامية، يستخدمون فيها كل الوسائل المشروعة وغير المشروعة. كما استغلوا خصوصية البيئة الرقمية، التي توفر مساحة واسعة لانتشار السرديات البديلة ومواجهة السرديات السائدة. وتم تأثير المستخدمين تدريجياً عبر نشر خطاب بديل يستخدم التديليس ويحاصر وعي الجمهور المستهدف، ويكبح نشاط الأفراد والجماعات والمؤسسات التي تروج لهذا الخطاب (٢٣).

وترتبط الصفحات المزيفة إرتباطاً وثيقاً بالفضاء الرقمي التواصلي؛ حيث ينتج هذا التدفق الإخباري المغلوط آثاراً سلبية تلحق أضراراً بليغة على مستوى مدركات وإتجاهات الجمهور، ما يسبب فزعاً وفوضى معرفية في تلقي الأخبار والمعلومات تؤدي بدورها إلى تأثيرات سلبية على الرأي العام وإتجاهاته نحو كل القضايا المحيطة به والمكونة لبيئته (٢٤).

٢٢- لنا عجيات: دليل التربية الإعلامية، ج٣، عمان، معهد الاعلام الأردني، ٢٠١٩، ص٣٨.
٢٣- محمد الراجي: صناعة الأخبار الكاذبة ولولب الحصار المعلوماتي للرأي العام، بحث منشور على موقع (مركز الجزيرة للدراسات)، وعلى الرابط التالي: <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/05/180527110035087.html>
٢٤- نبيل لخم: الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على إتجاهات الرأي العام دراسة في المفهوم، العلاقة والأهداف، الجزائر، جامعة بسكر، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، العدد ٢، المجلد ٧، ٢٠٢٠، ص٥٩٢.

ان عملية انشاء وتزييف الصفحات وأخبارها قد تكون اسبابها اجتماعية، او نفسية، أو عنصرية او قد تكون جزءاً من شبكة اتصالية تزييفية مؤسسية ضمن أنشطة الجيوش الإلكترونية^(٢٥).
ومن ابرز اسباب انشاء الصفحات المزيفة^(٢٦):

١. أسباب دعائية: كالمشاركة في بناء اجندة الاخبار وتحديد اولويات اهتمام الجمهور.
٢. أسباب سياسية: كالأشادة بقوى معينة او التشهير باخرى او مجرد الاساءة الى اسم جهة او شخصية معينة.
٣. اسباب مادية: اي دوافع اقتصادية، اذا يكون التزييف مجرد رفع معدلات المرور والاعجاب بالصفحة، وهو ما يترجم الى اعلانات ومن ثم اموال، وهو ما يعرف ب"اقتصاد الانتباه".
ولا تبتعد كثيراً أهداف الصّفحات المزيّفة عن أهداف التّضليل الإعلامي والاشاعات، ومن ابرز تلك الأهداف^(٢٧):

- تجعل الصّفحات المزيّفة من الرأي العام رأياً مُضللاً وقوةً ضاغطةً تفرض هيمنتها على الحكومة وصانعي القرار فيها باعتبارها قوة إجتماعية لها وقعها فيما يُشرع من قوانين وأحكام، ممّا يؤدي إلى العجلة لإقرار بعض القوانين أو التمهّل للتراجع عن البعض الآخر بشكل لا تتحقق به المصلحة العامة، وتزييف معه الحقائق، وتُسلب به الحقوق.
 - تسهم الصّفحات المزيّفة برفع مستوى الشك بمدى مصداقية وموثوقية الجهات المختصة واصحاب القرار لأنّ التّضليل دائماً يعمل على نشر الذعر والرعب في نفوس المواطنين.
 - صرف النظر عن كيفية الحلول للمشكلات الرئيسة وتستنزف المجتمع والدولة.
 - إشغال البلد في الصراعات السياسية.
 - اضعاف المجتمع من اجل سهولة السيطرة عليه.
- سادساً: الصّفحات المزيّفة وأهم انواعها:**

ظهر هناك العديد من الاستخدامات لمصطلح «الصفحات المزيفة»؛ ويوضح موقع احصائيات غوغل (Google Trends) أن الناس بدأوا البحث عن المصطلح بشكل مكثف في النصف الثاني من عام

٢٥- محمد الراجحي: المصدر السابق.

26- Kai Shu & et al: "Disinformation, Misinformation, and Fake News in Social Media", Springer Nature ,Switzerland , 2020 , p.p 87- 91.

٢٧- جميلة قادم: الشائعات الإلكترونية ودورها في تضليل الرأي العام - الفضاء السيبراني نموذجاً، الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الانسانية، المجلد ٧، العدد ٣، ٢٠٢٢، ص ٣٠٨ - ٣١٠. بتصرف

٢٠١٦. ويقصد بالمحتوى الانتحالي (عندما يستخدم البعض اسم أو شعار جهة أو شخصية رغم عدم وجود صلة معهم) (٢٨).

وفي ظل تنامي ظاهرة الصفحات المزيفة وخصوصاً النسخ المطورة منها والمعروفة بـ "دمية الجورب" و "مزارع المتصيدين" وغيرها صاحبها خطورة على المجتمعات من خلال تأثيرها على تشكيل الرأي العام، الى جانب تأثيرها على أمن الدول والحكومات؛ اذ أصبحت الظاهرة تتخذ ابعاداً ومجالات في غاية الخطورة سواء على المستوى السياسي او الإجتماعي او الاقتصادي (٢٩).

١- دمية الجورب:

يُعرف قاموس أوكسفورد الإنجليزي مصطلح دمية الجورب (Sock puppet account) دون الإشارة إلى الإنترنت، على أنه "شخص يتحكم في أفعاله شخص آخر". وتُعرف دمية الجورب على أنها دمية مصنوعة من الجورب يتحكم في أفعالها شخص آخر؛ إشارة إلى التلاعب بدمية عن طريق شخص يخفي هويته الحقيقية. وقد أصبح يستخدم مصطلح دمية الجورب على الإنترنت للإشارة إلى هويات مزيفة عبر الإنترنت أو حسابات غير حقيقية تستخدم بهدف تضليل الرأي العام والتلاعب به وخداع الناس والتأثير عليهم (٣٠).

تم توسيع استخدام مصطلح دمية الجورب ليشمل الآن استخدامات مضللة أخرى للهويات عبر الإنترنت، مثل - الصفحات المزيفة المنتحلة لاسماء جهات او شخصيات مهمة - او تلك التي تم إنشاؤها لمدح شخص أو منتج أو منظمة أو الدفاع عنها أو دعمها، أو للتلاعب بالرأي العام اي المحتوى الذي يتم فيها انتحال هوية جهات او شخصيات سياسية او فنية مشهورة، عن طريق تصميم صفحات او انشاء حسابات وهمية، ينشر فيها اخبار ومضامين كاذبة او انتاج مقاطع فيديو مفبركة ومعدلة باستخدام تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي (٣١).

٢- مزارع المتصيدين:

مزارع المتصيدين هي حسابات وهمية تهدف للتلاعب بالرأي العام السياسي في زمن الصراعات ومهمة المتصيدين ازعاج المستخدمين واثارة قلقهم لزرع الفتنة داخل المجتمع المستهدف وهي في الغالب توجه الى خارج الحدود. وتعد مزارع المتصيدين نسخة مطورة عن دمية الجورب اذ تكون مدعومة بجيوش الكترونية.

٢٨- منظمة الامم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو): الصحافة والاخبار الزائفة والتضليل، مصدر سابق، ص ٤٠.
29- Kembrew McLeod ،Melissa Zimdars: "Fake News Understanding Media and Misinformation in the Digital Age"، MIT Press ، Michigan,usa ، 2020 ، p 207.

30- Adib farhadi, Anthony j masys:th great powercompetition volume 1, Springer Nature ,Switzerland , 2021 , p. 34.

31- <https://www.tathwir.com/2022/06/Sock-puppet-account.html> ٢٠٢٣/٤/٢٧ تاريخ الزيارة

لزيادة التأثير أكثر على الرأي العام ولخلق انطباعات زائفة ومنح الرسالة او الصفحة المزيفة مصداقية أكثر لدى المتلقي وقد عمد اصحاب تلك الصفحات الى التحايل على القيود، مثل زيادة مشاهدات مزيفة أو وضع تعليقات وهمية ليعطي من يقرأ انطباعاً أن عدداً كبيراً يدعم وجهة نظره التي طرحها في رسالته او صفحته المزيفة. وكان اهم اهدافها في بداية ظهورها هو التأثير في الانتخابات^(٣٢).

ومن وظائف المتصيد التابع لتلك الصفحات؛ وضع تعليقات أو كلام مثير للجدل لا علاقة له بالموضوع المشارك فيه داخل مجتمع الإنترنت؛ يهدف به الهدم والخروج عن الموضوع، وإثارة الجدل والمشاكل بين أفراد ذلك المجتمع؛ عن طريق استمالة عواطفهم وتحريكها ضد بعضهم البعض، وتحويل بيئة المجتمع من بيئة تكاملية متعاونة إلى بيئة متصارعة متنازعة؛ غير محكومة بضوابط وقواعد مناسبة للنقاش العلمي والمفيد. ويتبع المتصيد مثل هذا الأسلوب في النقاش «مرتديا عباءة الانسان الصالح» بتعليقات ظاهرها طيب، وباطنها خبيث (لإثارة الجدل بين المتحاورين وتأليبهم على بعضهم)، ويحاول دائماً عدم جعل نهاية لموضوع النقاش؛ لينجح في بث الفتنة والكراهية والفرقة^(٣٣).

سابعاً: آليات التعرف على الصفحات المزيفة:

ظهرت في الفترة الاخيرة مجموعة من المبادرات لمواجهة التضليل الاعلامي والصفحات المزيفة؛ وقُدمت مجموعة من الخطوات للتحقق من صفحات التواصل الاجتماعي، لا سيما بعد ان اصبحت البيئة الرقمية مصدراً مهماً في نشر المعلومات واستقتها، وما تمتلكه من دور مهم في التأثير في الرأي العام، مما ادى الى زيادة الضغوطات والضرورات من اجل ايجاد اليات للتحقق من هذه الصفحات والمعلومات^(٣٤)، يمكن ان نوجزها بما يأتي:

١. تحليل حسابات الفيسبوك: باستخدام أداة Intel Techniques عبر الانترنت إذ يمكنك معرفة المزيد عن مصدر ما عن طريق تحليل حساب فيسبوك الخاص به.
٢. هذا النوع من الصفحات لا يحتوي رابطها على بروتوكول http.
٣. العلامة الزرقاء Verified التحقق من الصفحة بهذه الطريقة ليس اختباراً مثالياً، ولكنه يبقى أحد أقوى العلامات على مصداقية الصفحة.

32- Adib farhadi, Anthony j masys: op. cit , p 39.

٣٣- ar.wikipedia.org/wiki / تاريخ الزيارة ٢٨/٤/٢٠٢٣.

٣٤- ينظر الى:

- منظمة الامم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو): الصحافة والاخبار المزيفة والتضليل، مصدر سابق، ص ٩٠-٩٥.
- نبيل حمير: مصدر سابق، ص ٥٩٠-٥٩١.
- محمد علاوة، مصدر سابق، ص ٦٢٠-٦٢٢.

٤. تحقق من اسم الصفحة عن كذب اذ يقوم صناع هذه الصفحات بتزوير رابط مقرب من مواقع رسمية مثل اضافة نقطة في نهاية الاسم او استبدال حرف o بالغة الانكليزية بالصدر لذا يجب أن تنظر للرابط جيداً الذي دخلت عليه.
٥. ربط الحسابات: غالباً تلجأ الصفحات العامة لربط حسابتهم الشخصية على "فيسبوك، وتويتر، وإنستجرام، ويوتيوب" ببعضها، ليتمكن المتابعون من الوصول لكل الحسابات بشكل سريع، وللتأكيد على أن هذا الحساب هو الرسمي.
٦. معلومات الحساب: يمكن كشف الحسابات المزيفة من خلال الإطلاع علي معلومات الحساب الشخصية والتي يمكن الوصول إليه من الدخول إلى حول أو About، فعندما تدخل علي قسم حول ستجد معلومات صاحب الحساب و هي العمل و التعليم، مكان الإقامة، أفراد العائلة، معلومات الإتصال و الموقع الرسمي وحسابات التواصل الإجتماعي الخاص به.
٧. خدمة (info and ads) يتيح فيس بوك عن طريق هذه الخدمة معرفة تاريخ الصفحة، ومعرفة اسمها الأصلي عند إنشائها، وما إذا كان الاسم تم تغييره من الأساس أم لا.

ثامناً: الاتجاه مفهومه ومكوناته:

ورد مفهوم الاتجاه في معجم العلوم الاجتماعية بأنه: "تنظيم نفسي مستقر للعمليات الإدراكية والوجدانية لدى الفرد، يساهم في تحديد الشكل النهائي للاستجابة، الصادرة نحو الأشياء والأشخاص والمسلمات المعنوية من حيث أن هذه الاستجابة استجابة بالقبول أو النفور"^(٣٥).

ويعرف الاتجاه في علم الاعلام بأنه: "استعداد للإستجابة لأشياء محددة في الوسط الإنساني بطريقة معينة، وهو المصدر الحقيقي للرأي، ويتم التعرف على طبيعة اتجاهات الأفراد عندما يعبر عنها بالفعل او بالكلمة المسموعة أو الإشارة أو الإيماءة او الرمز"^(٣٦).

والاتجاه ايضاً: هو "عبارة عن رأي مؤيد أو معارض إزاء موضوع أو موضوعات معينة، تكونت خلال التجارب والخبرات السابقة التي مر بها الإنسان"^(٣٧).

يتشكل اتجاه الفرد بمرور الوقت وتجربته وتفاعله مع بيئته، ويعتمد بشكل كبير على المعارف التي يكتسبها والخبرات التي يتعلمها. كما يتأثر بقناعاته واعتقاداته ومدى قبوله للأفكار والمفاهيم المختلفة.

٣٥- نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين: معجم العلوم الاجتماعية، معهد العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، ١٩٧٥، ص٥٠.

٣٦- كامل خورشيد مراد: مصدر سابق، ص ٣٥٩.

٣٧- محمد سالم الأسطل: اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو دور المواقع الفمسطينية الإلكترونية في ترتيب أولوياتهم تجاه قضايا الهجرة غير الشرعية دراسة ميدانية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، الجامعة الإسلامية - غزة، كلية الآداب، ٢٠١٦، ص٣٠.

ويؤكد الباحثون أن للاتجاه مكونات مختلفة تتداخل مع بعضها لتشكيل الاستجابة النهائية التي يتخذها الفرد تجاه محفز معين. وتتمثل هذه المكونات في ما يلي (٣٨):

أ- المكون العاطفي:

يتمثل الجانب العاطفي في مجموعة العواطف والمشاعر التي يظهرها الفرد في تعامله مع موضوع معين مرتبط باتجاهه. يعكس هذا الجانب مدى ارتباط الفرد بالموضوع ومدى تأثره به. وبالتالي، يؤثر هذا الشعور العام على استجابة الفرد بالموافقة أو الرفض لموضوع الاتجاه. ويشير إلى الجوانب العاطفية والانفعالية المتعلقة بالموضوع التي تظهر في سلوك الفرد.

ب- المكون المعرفي:

تتضمن المعتقدات الشخصية للفرد وجهة نظره تجاه الأشياء، حيث لا يمكن للفرد أن يكون له اتجاهات تجاه أي موضوع إلا إذا كان لديه معرفة مسبقة به. وتعد الاتجاهات نتيجة لتجميع الفرد للخبرات والآراء والمعتقدات من خلال تفاعله مع بيئته المادية والاجتماعية.

ج - المكون السلوكي:

يشمل هذا المكون جميع التحضيرات السلوكية المرتبطة بالاتجاه. عندما يكون للفرد اتجاه إيجابي نحو شيء معين أو موضوع معين، فإنه يسعى لدعم وتعزيز هذا الاتجاه. بالمقابل، إذا كان للفرد اتجاه سلبي نحو موضوع أو شيء معين، فإنه يظهر سلوكًا معاديًا لهذا الشيء أو الموضوع.

تترابط هذه الفئات الثلاث مع بعضها البعض وتشكل معًا محتوى الاتجاه. ويعد المكون العقلي الأهم من بين المكونات الأخرى، حيث يقع على عاتقه القيادة وتحديد الأولويات لبناء الاتجاه (٣٩).

المطلب الثالث: الجانب التطبيقي

تم تحليل آراء أفراد عينة البحث وتقديم النتائج. وسنقوم في هذا الفصل بتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال استبانة التحقيق. وتكون استبانة التحقيق من (٣٠) سؤالاً بالإضافة إلى الجزء الأول الذي يتعلق بالمعلومات الشخصية. تمت الإجابة عن جميع الفقرات المتعلقة بالصفحات المزيّفة والتضليل الإعلامي باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي. وتنوعت درجات المقياس على النحو التالي: موافقة بوزن ثلاث درجات، محايد بوزن درجتين، وعدم الموافقة بوزن درجة واحدة.

٣٨- منال قدواح: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة منتوري- قسنطينة - كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، ٢٠٠٧، ص ١١٦ - ١١٨.
٣٩- المصدر نفسه: ص ١٢٦.

المحور الأول: المعلومات الشخصية:

١- الجنس:

الجدول (1) يوضح توزيع العينة حسب الجنس من خلال ذكر العدد والنسبة المئوية.

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	٣3	٪٦٦
انثى	١٧	٪٣٤
المجموع	٥٠	٪١٠٠

يوضح الجدول (١) أن نسبة الذكور تبلغ ٪٦٦ من إجمالي العينة، بينما تبلغ نسبة الإناث ٪٣٤ من إجمالي العينة. وهذا يشير إلى أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث. يعتقد الباحث أن هذا التفاوت في النسب يعود إلى صعوبة العمل الصحفي ومتطلباته، والخطورة التي قد تصاحبه في بعض الأحيان.

٢- العمر:

الجدول (2) يوضح توزيع العينة حسب العمر من خلال ذكر العدد والنسبة المئوية.

العمر	العدد	النسبة
سنة 20-30	5	٪10
سنة 31-40	20	٪40
فاكثر 41	25	٪50
المجموع	50	٪100

تبين الجدول (2) توزيع العينة حسب الفئة العمرية. وبينت النتائج أن نسبة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين (41-50) سنة بلغت ٪50 من إجمالي العينة. وكانت نسبة الأفراد في الفئة العمرية بين (31-40) سنة ٪40. وأخيراً، كانت نسبة الأفراد في فئة الأعمار بين (30-20) سنة ٪10. عند مراجعة النسب، نجد أن الفئة العمرية بين (41-50) سنة تحتل المرتبة الأولى بين الفئات العمرية، مما يشير إلى أن العدد الأكبر من المشاركين ينتمون إلى هذه الفئة. وتأتي في المرتبة الثانية الفئة العمرية بين (31-40)، مما يعني أن هناك تفوقاً لفئة الشباب على الفئات العمرية الأخرى، مما يؤكد وجود نضج وخبرة لدى معظم المشاركين.

٣- التحصيل الدراسي:

الجدول (3) يوضح توزيع العينة حسب المستوى الدراسي بشكل نسبة مئوية

النسبة	العدد	التحصيل الدراسي
٩٠%	٤٥	بكالوريوس
٠%	٠	دبلوم عالي
١٠%	٥	ماجستير
٠%	٠	دكتوراة
١٠٠%	٥٠	المجموع

توضح البيانات الموجودة في الجدول (3) توزيع العينة حسب التحصيل الدراسي، مع عرض العدد والنسبة المئوية. يُشار إلى أن حملة شهادة البكالوريوس يمثلون نسبة (90%) ويحتلون المرتبة الأولى. يأتي بعدهم في المرتبة الثانية أولئك الذين يحملون شهادة الماجستير، حيث بلغت نسبتهم (10%). أما بالنسبة لحملة شهادة الدكتوراه والدبلوم العالي، فقد حصلوا على المرتبة الأخيرة حيث لم يتم تسجيل أي تكرارات لهم.

المحور الثاني: سمات الصفحات المزيفة

جدول (4) سمات الصفحات المزيفة

العبارات	اتفق		محايد		لا اتفق		الوسط الحسابي	الأهمية النسبية	اتجاه العينة
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
مصادر الصفحات المزيفة في بعض الأحيان مُجهلة المصدر وغير معروفة	54%	27	26%	13	20%	10	2.34	٧٨%	موافق
ضعف الجانب التحريري وركاكة الاسلوب	46%	23	30%	15	24%	12	2.22	٧٤%	محايد
انفراد الصفحات المزيفة بنشر معلومات دون غيرها	52%	26	26%	13	22%	11	2.3	٧٧%	موافق
وجود الروابط الوهمية في بعض اخبار الصفحات المزيفة	40%	20	22%	11	38%	19	2.0	٦٧%	محايد
استخدام برامج معالج الصور الفوتوشوب لتزييف الصور للايحاء بصدق الاخبار (تصميم كتب رسمية مزورة، تركيب الصور...)	52%	26	26%	13	22%	11	2.3	٧٧%	موافق
المعدل العام									
							2.23	٧٤%	

بناءً على النتائج الموضحة في الجدول (4) المتعلق ب (سمات الصفحات المزيفة)، يتضح أن معظم النتائج التي تم التوصل إليها تظهر متوسطات عالية تتجاوز الوسط الفرضي (2). وقد حققت أعلى إجابة في الفقرة

الأولى المتعلقة ب (مصادر الصفحات المزيفة في بعض الأحيان مجهولة وغير معروفة)، حيث بلغت المتوسط الحسابي (2.34)، وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (78%). اي ان هناك موافقة من قبل أفراد العينة بان مصادر الصفحات المزيفة مجهولة وغير معروفة.

وجاء في المرتبة الثانية الفقرتان الثالثة الخاص ب (انفراد الصفحات المزيفة بنشر معلومات دون غيرها) والخامس الخاص ب (استخدام برامج معالجة الصور الفوتوشوب لتزييف الصور للايحاء بصدق الاخبار تصميم كتب رسمية مزورة، تركيب الصور...) اذ حققت وسطاً حسابياً بلغ (2.3) وهذا يعني ان اجابات المبحوثين اتجهت نحو الاتفاق بأهمية نسبية بلغت (77%) معاً. اي ان هناك موافقة من قبل افراد العينة بان الصفحات المزيفة تنفرد بنشر معلومات غير حقيقية وتعتمد في صناعة خطابها على المعلومات المضللة والصور المفتركة، للتأثير على المتلقي.

والمرتبة الرابعة من سمات الصفحات المزيفة هي (ضعف الجانب التحريري وركاكة الاسلوب)، بوسط حسابي بلغ (2.22) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين مالت نحو الحياد بأهمية نسبية بلغت (74%) اي ان الجانب التحريري وركاكة الاسلوب وجوده قليل الى حد ما في الصفحات المزيفة؛ كونها تسعى الى التأثير في المتلقي واستمالته سواء باستخدام الأساليب اللغوية او دلالات الالفاظ التي تعد من الاستمالات العاطفية.

وبينما كانت أدنى إجابة للفقرة الرابعة (وجود الروابط الوهمية في بعض اخبار تلك الصفحات) اذ بلغ الوسط الحسابي (2) وهو مساو للوسط الفرضي (2) وهذا يعني ان اجابات المبحوثين اتجهت نحو الحياد. هو مؤشر على قلة استخدام الروابط كونه من الاساليب التي تكشف بسهولة زيف تلك الصفحات بمجرد الدخول الى الرابط.

المحور الثالث: أهداف الصفحات المزيفة

جدول (5) أهداف الصفحات المزيفة

العبارات	اتفق		محايد		لا اتفق		الوسط الحسابي	الأهمية النسبية	اتجاه العينة
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
تشجيت الرأي العام لتسهيل السيطرة عليه	64%	32	22%	11	14%	7	2.5	83%	موافق
تضليل الرأي العام وجعله قوة ضاغطة تفرض هيمنتها على الحكومة وصانع القرار، لارباك ادارة الدولة	54%	27	20%	10	26%	13	2.28	76%	محايد

إشغال البلد في الصراعات السياسية	34	%68	9	%18	7	%14	2.54	%٨٥	موافق
رفع مستوى الشك بمدى مصداقية وموثوقية الجهات الحكومية	22	%44	10	%20	18	%36	2.08	%٦٩	محايد
تعميق الكراهية بين الجمهور وصانع القرار	32	%64	12	%22	6	%14	2.52	%84	موافق
المعدل العام							2.38	%٧٩	

من الجدول (5) أعلاه، يتضح أن (أهداف الصفحات المزيفة) حقق متوسطاً حسابياً عام يبلغ (2.38)، وهو أعلى من الوسط الفرضي (2)، كما أنه حقق أهمية نسبية عامة بلغت (79%). يشير ذلك إلى أن أهداف الصفحات المزيفة لها طابع سلبي على المتلقي، وتوضح جميع الإجابات متوسطات حسابية عالية تتجاوز الوسط الفرضي.

وعلى مستوى الاجابات الفرعية حصل على المرتبة الاولى من وجهة نظر الباحثين عن أهم أهداف الصفحات المزيفة الفقرة الثالثة (إشغال البلد في الصراعات السياسية) اذ حققت وسطاً حسابياً بلغ (2.54) وهذا يعني ان اتجاهات الباحثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (85%) اي ان هناك موافقة من قبل أفراد العينة بان أهداف الصفحات المزيفة إشغال البلد في الصراعات السياسية، وهذا يعني بان اهدافها سياسية بالدرجة الاولى لذا تكون مضامينها ومحتواها سياسياً في اغلب الاحيان وكانت اجابات الباحثين مقارنة الى حد كبير اجاباتهم في الجدول (6) عن نوع المحتوى والايخبار المنشورة على الصفحات المزيفة اذ حقق المحتوى السياسي المرتبة نفسها وتقارب كبير بالاجابات.

وجاءت في المرتبة الثانية عن أهم أهداف الصفحات المزيفة الفقرة الخامسة (تعميق الكراهية بين الجمهور وصانع القرار)، بوسط حسابي بلغ (2.52) وهذا يعني ان اجابات الباحثين اتجهت نحو الاتفاق بأهمية نسبية بلغت (84%) اي ان هناك موافقة من قبل افراد العينة بان الصفحات المزيفة تهدف الى تعميق الكراهية بين الجمهور وصانع القرار.

وفي المرتبة الثالثة لأهداف الصفحات المزيفة جاءت الفقرة الاولى (تقسيم الرأي العام لتسهيل السيطرة عليه) بوسط حسابي بلغ (2.5) وهذا يعني ان اتجاهات الباحثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (83%) اي ان هناك موافقة من قبل افراد العينة بان الصفحات المزيفة تهدف الى تقسيم الرأي العام لتسهيل السيطرة عليه.

تلاها في المرتبة الرابعة (تضليل الرأي العام وجعله قوة ضاغطة تفرض هيمنتها على الحكومة وصانع القرار، لارباك ادارة الدولة)، بوسط حسابي بلغ (2.28) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين مالت نحو الحياد بأهمية نسبية بلغت (76%).

والمرتبة الخامسة لأهداف الصّفحات المزيّفة جاءت الفقرة الرابعة (رفع مستوى الشك بمدى مصداقية وموثوقية الجهات الحكومية)، اذ بلغ الوسط الحسابي (2.08) وهذا يعني ان اجابات المبحوثين اتجهت نحو الحياد باهمية نسبية بلغت (69%). هو مؤشر على ضعف هذا الهدف.

المحور الرابع: نوع المحتوى والاخبار المنشورة على الصفحات المزيفة

جدول (6) نوع المحتوى والاخبار المنشورة على الصفحات المزيفة

العبارات	اتفق		محايد		لا اتفق		الوسط الحسابي	الأهمية النسبية	اتجاه العينة
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة			
سياسية	33	66%	10	20%	7	14%	2.52	84%	موافق
امنية	29	58%	14	28%	7	14%	2.44	81%	موافق
اجتماعية	30	60%	9	18%	11	22%	2.38	79%	موافق
اقتصادية	32	64%	8	16%	10	20%	2.44	81%	موافق
فنية	21	42%	13	26%	16	32%	2.1	70%	محايد
المعدل العام							2.37	79%	

من الجدول (6) المعروف أعلاه، يتضح أن محور (نوع المحتوى والأخبار المنشورة على الصفحات المزيفة) حقق متوسطاً حسابياً عام يبلغ (2.37)، وهو أعلى من الوسط الفرضي (2)، كما أنه حقق أهمية نسبية عامة بلغت (79%)، ويظهر أن جميع الإجابات تحقق متوسطات حسابية عالية تتجاوز الوسط الفرضي. وبالنسبة للإجابات الفرعية للأقسام الخمسة المكونة لهذا المحور، أظهرت جميعها متوسطات حسابية عالية تجاوزت الوسط الفرضي. وبلغت أعلى إجابة في السؤال الأول المتعلق بالمحتوى والأخبار السياسية، حيث حققت متوسطاً حسابياً بلغ (2.52) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (84%). يشير ذلك إلى تركيز الصّفحات المزيّفة على إنتاج ونشر المحتوى السياسي للتشويش على الرأي العام. وهذا يتفق بشكل كبير مع نتائج المحور الثالث المتعلق بأهداف الصفحات المزيفة، وفي المرتبة الثانية قضايا الأمن والاقتصاد، حيث حققا متوسطاً حسابياً بلغ (2.44) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (81%). وهذا يدل على استهداف الصّفحات المزيّفة للقضايا التي تمثل أولوية للمواطن. وفي المرتبة الرابعة جاءت القضايا الاجتماعية (2.38) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (79%). وفي المرتبة الرابعة جاءت القضايا الفنية،

حيث بلغ الوسط الحسابي (2.1) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الحياد بأهمية نسبية بلغت (70%). وهذا يشير إلى قلة اهتمام الصّفحات المزيّفة بالقضايا الفنية وتركيزها الأساسي على الجوانب السياسية والاقتصادية نظراً لتأثير تلك القضايا على حياة المتلقي.

المحور الخامس: آليات التعرف على الصفحات والأخبار المزيّفة على مواقع التواصل

الاجتماعي

جدول (7) آليات التعرف على الصفحات والأخبار المزيّفة على مواقع التواصل الاجتماعي

العبارات	اتفق		محايد		لا اتفق		الوسط الحسابي	الأهمية النسبية	اتجاه العينة
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
البحث عن المصدر الرئيسي للخبر	56%	11	22%	11	22%	2.34	78%	موافق	
التأكد من موثوقية الصفحة بوجود وسائل اتصال وارقام هواتف تسمح بالاتصال بمشرفي الصفحة	38%	20	40%	20	22%	2.16	72%	محايد	
التأكد من الوسائل الإعلامية الأخرى هل نشرت الخبر او اشارت اليه	50%	16	32%	16	18%	2.32	77%	موافق	
الاطلاع على التعليقات المصاحبة للخبر	36%	21	42%	21	22%	2.14	71%	محايد	
استخدم المواقع الخاصة للتحقق من الاخبار والمعلومات	44%	15	30%	15	26%	2.18	73%	محايد	
المعدل العام									
						2.22	74%		

من النتائج المشار إليها في الجدول (7)، يتضح أن الوسط الحسابي لمحور (آليات التعرف على الصفحات والأخبار المزيّفة على مواقع التواصل الاجتماعي) في جميع فقراته الخمس بلغ (2.22) وهو أعلى من الوسط الفرضي. وبلغت الأهمية النسبية (74%)، وتشير النتائج المتحققة على مستوى هذا المحور ان افضل طريقة للتعرف على الصفحات والاخبار الكاذبة بالنسبة لافراد العينة هي (البحث عن المصدر الرئيسي للخبر) اذ حققت وسطاً حسابياً بلغ (2.34) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (78%)؛ اي ان هناك موافقة من قبل افراد العينة بان التعرف على الصفحات والأخبار المزيّفة يكون

بالبحث عن المصدر الرئيسي للخبر؛ تلاها في المرتبة الثانية (التأكد من الوسائل الإعلامية الأخرى هل نشرت الخبر او اشارت اليه) بوسط حسابي (2.32) وهذا يعني ان اتجاهات الباحثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (77%).

ثم جاء بالمرتبة الثالثة (استخدم المواقع الخاصة للتحقق من الاخبار والمعلومات) بوسط حسابي بلغ (2.18) وهذا يعني ان اتجاهات الباحثين كانت نحو الحياد بأهمية نسبية بلغت (73%).

وفي المرتبة الرابعة (التأكد من موثوقية الصفحة بوجود وسائل اتصال وارقام هواتف تسمح بالاتصال بمشرفي الصفحة) بوسط حسابي بلغ (2.16) وهذا يعني ان اتجاهات الباحثين كانت نحو الحياد بأهمية نسبية بلغت (72%)، ويمكن تفسير ذلك لامكانية وضع ارقام ووسائل اتصال وهمية.

واخيراً الفقرة الرابعة (الاطلاع على التعليقات المصاحبة للخبر) كاحد اليات التعرف على الصفحات والأخبار الموثوقة بوسط حسابي سجل (2.14) وهذا يعني ان اتجاهات الباحثين كانت نحو الحياد بأهمية نسبية بلغت (71%) اي ان الاطلاع على التعليقات المصاحبة للخبر قليل الى حد ما في التعرف على الصفحات والأخبار الموثوقة، ويبدو ان اجابات افراد العينة نابعة من حذرهم من التعليقات المصاحبة للاخبار الموثوقة لما تمتلكه هذه الصفحات من جيوش الكترونية دورها ينحصر في دعم الاخبار بالتعليقات المؤيدة للافكار المطروحة، وانتقاد الاراء المعارضة كاسلوب من اساليب التضليل التي اعتمدها هذا الصفحات، وهو ما اطلق عليه مؤخراً بمزارع المتصيدين.

المحور السادس: أساليب التضليل الإعلامي في الصفحات المزيفة

جدول رقم (8) أساليب التضليل الإعلامي في الصفحات المزيفة

العبارات	اتفق		محايد		لا اتفق		الوسط الحسابي	الأهمية النسبية	اتجاه العينة
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
استخدام اسلوب عرض الحقائق ويعرف باسلوب دس السم بالعتسل (نشر بعض الاخبار الصحيحة للتستر على زيف الاخبار الكاذبة)	70%	35	24%	12	6%	3	2.64	88%	موافق
الاحالة برابط الى مصدر الخبر للايحاء بمصداقية اخبار الصفحة المزيفة - اسلوب الاستغفال او الاسخفاف -	40%	19	44%	12	16%	19	2	67%	محايد

موافق	٨٥%	2.54	6%	3	34%	17	60%	30	توظيف العناصر الجرافيكية كمعالجة وتزييف الصور والفيديوهات لتعزيز حجتها في الاقناع والتأثير - اسلوب الايهام والتدليس -
موافق	٧٩%	2.36	14%	7	36%	18	50%	25	تفاعل مع الاخبار من قبل حسابات افتراضية وهمية تابعة لنفس الصفحة المزيفة - جزء من اسلوب التهويل -
موافق	٧٩%	2.38	22%	11	18%	9	60%	30	آلية التتابع الزمني المتسلسل (نشر سلسلة من الاخبار الكاذبة ذات المضمون الواحد تنشر في توقيتات محددة تؤكد بعضها بعضاً) - اسلوب التكرار -
		2.38	المعدل العام						
		79%							

في هذا المحور كما في الجدول (8) تم سؤال المبحوثين عن (تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي في الصفحات المزيفة)، وظهرت النتائج ان أهم اسلوب في التضليل الإعلامي تتبعه الصفحات المزيفة هو (نشر بعض الاخبار الصحيحة للتستر على زيف الاخبار الكاذبة) جاء بالمرتبة الاولى حقق وسطاً حسابياً بلغ (٢,٦٤) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (٨٨٪) اي ان هناك موافقة من قبل افراد العينة بان الصفحات المزيفة تتبع اسلوب دس السم بالعسل لتضليل الرأي العام.

وفي المرتبة الثانية جاء (توظيف العناصر الجرافيكية كمعالجة وتزييف الصور والفيديوهات لتعزيز حجتها في الاقناع والتأثير) من ضمن اساليب التضليل المتبعة من قبل الصفحات المزيفة بوسط حسابي بلغ (٢,٥٤) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (٨٥٪) اي ان هناك موافقة من قبل افراد العينة بان الصفحات المزيفة تتبع اسلوب توظيف العناصر الجرافيكية كمعالجة وتزييف الصور والفيديوهات لتعزيز حجتها في الاقناع والتأثير لتضليل الرأي العام.

وفي المرتبة الثالثة حصل اسلوب (آلية التتابع الزمني المتسلسل نشر سلسلة من الاخبار الكاذبة ذات المضمون الواحد تنشر في توقيتات محددة تؤكد بعضها بعضاً) بوسط حسابي بلغ (٢,٣٨) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (٧٩٪) اي ان هناك موافقة من قبل افراد العينة بان الصفحات المزيفة تتبع اسلوب التكرار لتضليل الرأي العام.

تلاها في المرتبة الرابعة اسلوب (التفاعل مع الاخبار من قبل حسابات افتراضية وهمية تابعة لنفس الصفحة المزيفة)، بوسط حسابي بلغ (٢,٣٦) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة بأهمية

نسبية بلغت (٧٩٪) اي ان هناك موافقة من قبل افراد العينة بان الصفحات المزيفة تتبع اسلوب التفاعل مع الاخبار من قبل حسابات افتراضية وهمية تابعة لنفس الصفحة المزيفة لتضليل الرأي العام. واخيراً بالمرتبة الخامسة (الاحالة برابط الى مصدر الخبر للايجاء بمصدقية اخبار الصفحة المزيفة) بوسط حسابي بلغ (٢) وهذا يعني ان اتجاهات الباحثين كانت نحو الحياد بأهمية نسبية بلغت (٦٧٪) اي ان (اسلوب الاستغفال او الاسخفاف) قليل الى حد ما، ضمن اساليب التضليل في الصفحات المزيفة، ويفسر تراجع هذا الاسلوب الى امكانية كشفه بسهولة من قبل المتلقي لذلك قلل الباحثون من اهميته ضمن تقنيات التضليل الإعلامي المتبعة في الصفحات المزيفة.

المحور السابع: سبل مواجهة الصفحات والاخبار المزيفة

جدول (9) سبل مواجهة الصفحات والاخبار المزيفة

العبارات	اتفق		محايد		لا اتفق		الوسط الحسابي	الأهمية النسبية	اتجاه العينة
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
الرد على الخبر من خلال التعليقات وكشفه للاخرين وتكذيبه وذكر الحقائق	٥٨٪	13	٢٦٪	8	١٦٪	8	2.42	٨١٪	موافق
اهمال الخبر وعدم ترك اي تعليق او اعجاب ومشاركة	٦٦٪	9	١٨٪	8	١٦٪	8	2.5	٨٣٪	موافق
تبليغ ادارة المنصة عن الصفحات الزائفة والمحتوى المنتحل	٥٨٪	11	2٢٪	10	٢٠٪	10	2.38	٧٩٪	موافق
استحداث فرق عمل واجهزة رقابية متخصصة لمراقبة الصفحات المزيفة وتتبع مصادرها لاغلاقها ومحاسبة المسؤولين عنها	٥٠٪	14	٢٨٪	11	22٪	11	2.28	٧٦٪	موافق
ادخال مادة التربية الاعلامية للمدارس والجامعات كشكل من أشكال التنشئة الاجتماعية	٦٠٪	10	٢٠٪	11	22٪	11	2.42	٨١٪	موافق
المعدل العام							2.55	٨٠٪	

يتضح من الاجابات الفرعية للفقرات المكونة لمحور رقم (9) الخاص ب(سبل مواجهة الصفحات والاخبار المزيفة) ان افضل طريقة لمواجهة الصفحات والاخبار الكاذبة هي (اهمال الخبر وعدم ترك اي تعليق او اعجاب او مشاركة) اذ حقق وسطاً حسابياً بلغ (٢,٥) وهذا يعني ان اتجاهات الباحثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (٨٣٪)، اي ان هناك موافقة من قبل افراد العينة اهمال الخبر للحد من تاثير الصفحات

المُؤَيَّفَة، ويمكن تفسير هذه النتيجة حرص المبحوثين على عدم الترويج لتلك الاخبار والصفحات من خلال التفاعل والتعليق مما يعزز انتشارها وتصدرها لتلك المواقع.

وفي المرتبة الثانية جاءت الفقرتان الاولى (ادخال مادة التربية الاعلامية للمدارس والجامعات كشكل من أشكال التنشئة الاجتماعية) والفقرة الخامسة (الرد على الخبر من خلال التعليقات وكشفه للاخرين وتكذيبه وذكر الحقائق) من ضمن اساليب مواجهة الصفحات المُؤَيَّفَة بوسط حسابي بلغ (2.42) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (٨١٪)، اي ان هناك موافقة من قبل افراد العينة بادخال مادة التربية الاعلامية للمدارس والجامعات كشكل من أشكال التنشئة الاجتماعية؛ والرد على الخبر من خلال التعليقات وكشفه للاخرين وتكذيبه وذكر الحقائق لمواجهة تلك الصفحات، وهذا مؤشر على ضرورة ادخال مادة التربية الاعلامية للمدارس، لتعزيز الامن الفكري لدى الطلبة المدارس والجامعات، الى جانب تكذيب الخبر وذكر الحقائق.

وفي المرتبة الرابعة اسلوب (تبليغ ادارة المنصة عن الصفحات الزائفة والمحتوى المنتحل)، بوسط حسابي بلغ (٢,٣٨) مما يشير الى ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة بأهمية نسبية بلغت (٧٩٪) اي ان هناك موافقة من قبل افراد العينة بتبليغ ادارة المنصة عن الصفحات الزائفة والمحتوى المنتحل.

والمرتبة الخامسة من وجهة نظر المبحوثين (استحداث فرق عمل واجهزة رقابية متخصصة لمراقبة الصفحات المُؤَيَّفَة وتتبع مصادرها لاغلاقها ومحاسبة المسؤولين عنها)، اذ حقق اهمية نسبية بلغت (٧٦٪) ووسطاً حسابياً بلغ (٢,٢٨) وهذا يعني ان اتجاهات المبحوثين كانت نحو الموافقة.

النتائج:

سنقدم أهم النتائج التي توصل إليها الباحث بناءً على الجانب النظري والنتائج التحليلية التي تم مناقشتها في جانب التحليل في البحث.

١. ان من ابرز سمات الصفحات المُؤَيَّفَة ان مصادرها في بعض الاحيان مجهولة وغير معروفة وانفرادها بنشر معلومات دون غيرها و (استخدام برامج معالج الصور الفوتوشوب لتزييف الصور للايحاء بصدق الاخبار تصميم كتب رسمية مزورة، تركيب الصور) وهذا مؤشر على ان الصفحات المُؤَيَّفَة تنفرد بنشر معلومات غير حقيقية وتعتمد في صناعة خطابها على المعلومات المضللة والصور المفبركة، للتاثير على المتلقي.

٢. كشفت النتائج ان أهداف الصفحات المُؤَيَّفَة هي إشغال البلد في الصراعات السياسية، وتعميق الكراهية بين الجمهور وصانع القرار.

٣. اهتمت الصفحات المزيفة بالمحتوى والاحبار (السياسية) مما يشير الى تركيز الصفحات المزيفة على انتاج ونشر المحتوى السياسي للتشويش على الراي العام؛ وكذلك القضايا (الامنية والاقتصادية)، وهذا مؤشر على ان الصفحات المزيفة تستهدف القضايا التي تمثل اولوية بالنسبة للمواطن.
٤. اظهرت النتائج ان آليات التعرف على الصفحات والأخبار المزيفة على مواقع التواصل الإجتماعي تتمثل بالبحث عن المصدر الرئيسي للخبر، والتأكد من مصادر ووسائل إعلامية أخرى هل نشرت الخبر او اشارت اليه.
٥. وبينت النتائج ان أهم اسلوب في التضليل الإعلامي تتبعه الصفحات المزيفة هو (نشر بعض الاخبار الصحيحة للتستر على زيف الاخبار الكاذبة) وفي المرتبة الثانية (توظيف العناصر الجرافيكية كمعالجة وتزييف الصور والفيديوهات لتعزيز حجتها في الاقناع والتأثير).
٦. ان افضل طريقة لمواجهة الصفحات والاحبار الكاذبة هي (اهمال الخبر وعدم ترك اي تعليق او اعجاب ومشاركة لضمان عدم الترويج لتلك الاخبار والصفحات من خلال التفاعل والتعليق مما يعزز انتشارها وتصدرها لتلك المواقع.

التوصيات:

١. اقامة الندوات وورش العمل؛ لغرض التوعية بخطر التضليل الاعلامي وبالخصوص خطر الصفحات المزيفة.
٢. ضرورة ادخال مادة التربية الاعلامية للمدارس والجامعات كشكل من أشكال التنشئة الاجتماعية، لتعزيز الامن الفكري لدى الطلبة المدارس والجامعات.
٣. انشاء اجهزة رقابية متخصصة لمتابعة الحسابات المزيفة والحد من نشاطها واغلاقها.

المصادر والمراجع:

اولاً: الكتب العربية والمترجمة:

١. جلال الشافعي: من التضليل الإعلامي، عمان، دار البشير للطباعة والنشر، ٢٠٠٥.
٢. حسنين شفيق: تضليل الإعلامي والغيبوبة لمهنية، الكويت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ٢٠١١.
٣. عمرو محمد عبد الحميد: العداء لوسائل الإعلام التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور، القاهرة، دار العربي للنشر والتوزيع، ٢٠١٩.
٤. لينا عجيلات: دليل التربية الإعلامية، ج٣، عمان، معهد الإعلام الأردني، ٢٠١٩.
٥. كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام التطور-الخصائص- النظريات، عمان، دار المسيرة، ٢٠١١.

٦. مجد نبيل محمود عثمان: الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية، جامعة البترا، ٢٠١٥.
٧. محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي: مختار الصحاح، بيروت، دار الكتاب العربي، ١٩٨١.
٨. محمود عبد الله الخوالدة، وحسين علي العموش: علم النفس السياسي والإعلامي، عمان، دار الخالد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨.
٩. منظمة الأمم المتحدة: التقرير السنوي للأمين العام، مكافحة التضليل الإعلامي من أجل تعزيز وحماية حقوق الإنسان والحريات الأساسية، (٢٠٢٢).
١٠. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو): الصحافة والأخبار المزيّقة والتضليل، عمان، مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية (المكتب الاقليمي للشرق الاوسط وشمال أفريقيا)، ٢٠٢٠.
١١. هربرت شيللر: المتلاعبون بالعقول، ترجمة عبد السلام رضوان، ط ٢، الكويت، عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٩.
١٢. نخبة من الأساتذة المصريين والعرب المتخصصين: معجم العلوم الاجتماعية، معهد العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية للكتاب، القاهرة، ١٩٧٥.

ثانياً: البحوث المنشورة في الدوريات العلمية:

١. السعيد بومعيزة: التضليل الإعلامي وأقول "السلطة الرابعة"، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد ٩، جامعة الجزائر، ٢٠٠٤.
٢. ايمان محمد حسني: الخطاب الخبري السياسي غير الحقيقي ما بين خصائص الممارسة المهنية واستراتيجيات السخرية النقدية، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال - العدد (٢١)، القاهرة، ٢٠١٨.
٣. جميلة قادم: الشائعات الإلكترونية ودورها في تضليل الرأي العام - الفضاء السيبراني انموذجاً، الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الانسانية، المجلد ٧، العدد ٣، ٢٠٢٢.
٤. عبد الحسين كاظم مريخ العطواني: التضليل الإعلامي في بث المعلومات، جامعة بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٤٠، ٢٠١٨.
٥. محمد علاوة: الاخبار الكاذبة وصحفيو القنوات الاخبارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي الواقع والتحديات، الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد ٦، العدد ٢، ٢٠٢٢.
٦. نبيل لحر: الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على إتجاهات الرأي العام دراسة في المفهوم، العلاقة والأهداف، الجزائر، جامعة بسكر، مجلة الباحث للدراسات الاكاديمية، العدد ٢، المجلد ٧، ٢٠٢٠.

٧. وفاق حافظ بركع: مضامين الأخبار الكاذبة في مواقع الإعلام الاجتماعي، سبل المواجهة وآليات التحقق دراسة تحليلية / ميدانية، مجلة أريد الدولية للدراسات الإعلامية وعلوم الإتصال، العدد ٣، المجلد ٢، كانون الثاني ٢٠٢١.

ثالثاً: الرسائل الجامعية:

١. شيرين حامد خليفة: اتجاهات النخبة الإعلامية نحو التزام الموقع الإخباري الفلسطينية بأخلاقيات المهنة، رسالة ماجستير (غير منشورة)، الجامعة الاسلامية - غزة، كلية الآداب، ٢٠١٥.
٢. محمد سالم الأسطل: اتجاهات الشباب الجامعي الفلسطيني نحو دور المواقع الفلسطينية الإلكترونية في ترتيب أولوياتهم تجاه قضايا الهجرة غير الشرعية دراسة ميدانية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، الجامعة الاسلامية - غزة، كلية الآداب، ٢٠١٦.
٣. منال قدواح: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة منتوري - قسنطينة - كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، ٢٠٠٧.

رابعاً: المحاضرات:

١. أ.د. عادل خليل الزبيدي: اساليب وتقنيات التضليل الاعلامي، محاضرة لطلبة المرحلة الثالثة، قسم الصحافة، كلية الاداب، جامعة اهل البيت، ٢٠١٨.

خامساً: المقابلات:

١. ضياء مزره الموسوي، مدير إدارة نقابة الصحفيين فرع كربلاء المقدسة، مقابلة اجراها الباحث، في مقر النقابة، بتاريخ ٢٨/٦/٢٠٢٣.

سادساً: المصادر الاحبية

1. Kai Shu & et al: "Disinformation, Misinformation, and Fake News in Social Media", Springer Nature, Switzerland, 2020.
2. Kembrew McLeod, Melissa Zimdars: "Fake News Understanding Media and Misinformation in the Digital Age", MIT Press, Michigan, usa, 2020.

سابعاً: المواقع الالكترونية:

1. <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/05/180527110035087.html>.
2. <https://www.tathwir.com/2022/06/Sock-puppet-account.html>.
3. ar.wikipedia.org/wiki/.
4. <https://www.atheer.om/archives/465347>.