



اتجاهاتُ الأكاديميين والصحفيين القطريين نحو أساليب التّضليل الإعلاميِّ ووسائله "دراسة مسحية"

محمد نجيب الصرايرة

أستاذ
كلية الإعلام
جامعة البترا- الأردن
melsarayrah@uop.edu.jo

خالد سالم عبد الله الشمري

باحث
الأردن
akq@outlook.com

اتجاهاتُ الأكاديميين والصحفيين القطريين نحو أساليب التّضليل الإعلاميّ ووسائله "دراسة مسحية"

خالد سالم عبد الله الشمري، محمد نجيب الصرايرة

الملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين، نحو مفهوم التّضليل وأهدافه ووسائله وأساليبه المختلفة. كما تبحث في الجهات الأكثر ممارسة للتّضليل وعوامل انتشاره، ودور وسائل الإعلام المختلفة، ومن بينها شبكات التواصل الاجتماعيّ في ذلك. وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي، والاستبانة أداة لجمع المعلومات. واعتمدت الدراسة العينة المتاحة التي بلغ عددها ١٤٢ مفردة موزعة بين الصحفيين والأكاديميين القطريين. وتوصلت الدراسة إلى النتائج الآتية: بينت نتائج الدراسة وجود درجة موافقة مرتفعة بشكل عام على مفهوم التّضليل من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، وبينت النتائج أن الفقرة التي تنص على أنه: "يقصد بالتّضليل نشر معلومات خاطئة بقصد أو بغير قصد"، قد سجلت أعلى مؤشر. وأظهرت النتائج وجود درجة موافقة مرتفعة جداً بشكل عام على مواقف أفراد عينة الدراسة من أهداف التّضليل. وقد سجلت فقرة "تحويل الأنظار أو جذبها عن قضايا معينة" أعلى مؤشر للوسط الحسابي. وتشير النتائج إلى وجود مؤشر مرتفع من الموافقة مرتبط بالوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً في مجال التّضليل من وجهة نظر عينة الدراسة. وبينت النتائج أن الفقرة التي تشير إلى: "شبكات التواصل الاجتماعيّ" قد سجلت أعلى مؤشر للوسط الحسابي.

الكلمات المفتاحية: التّضليل الإعلاميّ؛ الصحفيون القطريون؛ الأكاديميون القطريون؛ شبكات التواصل الاجتماعيّ؛ الخداع.

Attitudes of Qatari Academics and Journalists towards Means and Methods of Media Disinformation: descriptive-analytical study

Kalid Alshamari, Mohamed N. El Sarayrah

Abstract

This descriptive analytical study aims to identify the attitudes of Qatari academics and journalists towards the concept of disinformation, its goals, methods, and techniques. It also examines the most practicing entities for disinformation, its spreading factors, and the role of social networks in that. The study used the survey method and questionnaire as a tool to collect information and the convenient sample of 142 persons. The results of the study indicated that there is a generally high degree of approval on the concept of disinformation from the point of view of the study sample. The results indicated that the statement: "disinformation means to publish false information intentionally or unintentionally", has recorded the highest indicator." The results showed that there is a very high degree of approval in general on the attitudes of the study sample regarding the objectives of disinformation. The paragraph "diverting attention or attracting it from certain issues" scored the highest indicator. The results indicate that there is a high degree of approval related to the most used communication methods in the field of disinformation from the viewpoint of the study sample. The results indicated that the statement that refers to: "social networks" has recorded the highest indicator.

Keywords: Media Disinformation; Qatari Academics; Qatari Journalists; Social Communication Networks; Deception.

حتى يكون قادرا على التعرف عليهما، فكلاهما يسهم في ظاهرة الأخبار المزيفة والتي ما زالت تقود جمهور الإعلام إلى غير الحقيقة والمعلومات الخاطئة (Common Sense Education, Website 2017). وعندما يتم تضليل الناس حول مواضيع مهمة، مثل فرص الاستثمار أو العلاجات الطبية أو المرشحين السياسيين، أو سياسات الحكومة، فقد يتسبب ذلك في أضرار خطيرة. فالمعلومات وجودتها تمثل حالة حاسمة في حياة البشر، وتحمل المكتبات وخدمات المعلومات وقواعد البيانات مكان الصدارة في الجهود المبذولة لضمان وصول الأشخاص إلى المعلومات الصحيحة. وسواء أكان الخطأ ناتجا عن إهمال أم تحيز أم غيره، كما هو في حالة التضليل، فإن هذا يقود إلى أثار خطيرة، ويمثل التضليل إشكالية حقيقية بعكس الأخطاء غير المقصودة، فالثانية تحدث بمحض الصدفة في حين تحدث الأولى بقصد مُبَيَّن (Fallis, 2015).

ومن الأمثلة على التضليل ما حدث خلال الانتخابات الفرنسية (2017)، والمحاولات المزعومة التي رافقت هذه الانتخابات، ومن بينها إنشاء نسخة مكررة متطورة من الصحيفة البلجيكية (Le Soir56)، حملت مقالا كاذبا يزعم أن المرشح الرئاسي إيمانويل ماكرون يتلقى تمويلا من قبل المملكة العربية السعودية (-Ward 45: 2018, le and Derakhshan). ومن أشهر عمليات التضليل الحديثة ما قام به وزير الخارجية الأمريكي كولن باول الذي وقف في الأمم المتحدة يدافع بحماس عن أدلة قوية تثبت امتلاك العراق لأسلحة دمار شامل. فقد قدم الوزير أدلة كانت تبدو دامغة تشير إلى أن العراق يمتلك أسلحة دمار شامل، وقامت الحرب ولم يعثر المفتشون على أي أثر لهذه الأسلحة. واعترف بعدها باول بأن تبريره للحرب كان تضليلا، فقد ضلَّ كما كان هو ضحية لعملية تضليل مارستها أجهزة أخرى لتحقيق أهداف محددة عن طريق الخداع (El Sarayrah, 2014: 26) ومن النماذج الحديثة على التضليل، تعرُّض موقع وكالة الأنباء القطرية الرسمية "قنا" (2017) للقرصنة والاختراق ونشر معلومات مفبركة نُسبت إلى أمير دولة قطر. ونفت حكومة قطر في حينها التصريحات التي نُسبت لأمير الدولة الشيخ تميم، ووصفتها "بالمغلوطة" والعارية من الصحة (Al-Jazeera, 2017).

تسهل تكنولوجيا المعلومات الحديثة على الأشخاص بناء المعلومات ونشرها بقصد الخداع. فعلى سبيل المثال، يمكن خداع مستخدمي الإنترنت، من خلال إنشاء مواقع ويب تنتحل صفات مواقع أخرى لمصادر معلومات تتسم بصدقيتها ودقتها، كما يمكن معالجة الصور المرئية بقصد التضليل بشكل مقنع، وهذا في الواقع، يتطلب مهارة فنية محدودة وبسيطة لإنشاء معلومات مُضَلَّلة ونشرها على نطاق واسع. على سبيل المثال، يمكن لأي شخص لديه إمكانية الوصول إلى الإنترنت إدراج معلومات مُضَلَّلة بشكل مجهول في موقع ويكيبيديا كيفما يشاء ومتى يشاء (Fallis, 2009). ترى بعض الدراسات أن المعلومات المُضَلَّلة هي معلومات مفبركة لها وظيفة. أما حملات التضليل فهي جهد ممنهج يهدف إلى استخدام المعلومات المفبركة من أجل تضليل جمهور معين، سواء كان مؤسسة أو مجموعة أو أفراد؛

تقوم وسائل الإعلام بدور محوري وحيوي في المجتمعات كافة، فهي التي يعتمد عليها الفرد في التعرف على الأخبار بأنواعها ومجالاتها المختلفة، سواء أكانت أخبارا سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية أم ثقافية أم غير ذلك من أنواع الأخبار. إذ أصبحت هذه الوسائل الإعلامية تحمل أهمية ذات تأثير كبير بالنسبة للمجتمعات، فهي تعد من أبرز القوى التي تستطيع التأثير على الرأي العام. ويعد الإعلام الوسيلة الأمثل والأكثر انتشارا للتواصل بين المجتمعات والثقافات المختلفة، وبين الناس أجمع، فأساس الإعلام هو الاتصال والتواصل بين بني البشر. ولا يتوقف تأثير وسائل الإعلام عند نقل المعلومات أو الأخبار بل تسهم في تفسيرها، إلى جانب أدوارها في عمليات التنشئة الاجتماعية والتثقيف وبناء الترابط الاجتماعي والاستشراف وغيرها من الأدوار التي تقوم بها هذه الوسائل.

لقد أدت ظاهرة ثورة المعلومات إلى زيادة في نسبة المعلومات المزيفة والمُضَلَّلة، التي قادت بدورها إلى آثار سلبية، أثرت على بنية المجتمعات واستقرارها. ومع هذه التطورات التقنية غير المسبوقة، أصبح الكل بإمكانه أن يرسل ويستقبل كثيرا من الرسائل الإعلامية، دون التثبت من صحة هذه المعلومات التي يتعامل معها، وهذا - بلا شك - يهدد سلامة المعلومة وصحتها، بالإضافة إلى انتشار الدعاية والتضليل والرسائل المفبركة، وتداولها بشكل كبير في المجتمعات المختلفة، وهو الأمر الذي أثر على أداء هذه المجتمعات وأسهم في تفكيك أواصرها.

هذه الدراسة تبحث في اتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين نحو مفهوم التضليل وأساليبه ووسائله وطرق انتشاره. كما تسعى إلى معرفة أكثر الوسائل استخداما في ممارسة التضليل من وجهة نظرهم، ودور وسائل الإعلام المختلفة، ومن بينها شبكات التواصل الاجتماعي في ذلك.

الأدب النظري للدراسة

يأتي التضليل في اللغة من الفعل (ضَلَّ)، ونقول في اللغة رجل ضليل ومُضَلَّل أي ضال جداً، والضلال عكس الهداية، ويرى البعض أن مصطلح التضليل ومفهومه بشكل عام مرتبط بشكل مباشر بالكذب والتزييف، وهذا يعني أنه عكس الحقيقة، وأن مفهوم التضليل لكي يحقق مبتغاه؛ لا بد أن يكون عكس الحقيقة، وبالمقابل يجب أن يحتوي على جزء منها لكي يخفي ملامح التضليل ويستنكر وجوده (Kazem, 2018: 113). يُميز الباحثون بين مفهومين قريبين الصلة فيما بينهما، وهما: المعلومات الخاطئة Misinformation، والمقصود هنا نشر معلومات غير صحيحة بقصد أو بغير قصد. أما المفهوم الآخر فهو التضليل Disinformation حيث يتمحور حول معلومات كاذبة تنتشر عمداً من أجل الخداع. والفرق الرئيس بين المفهومين له علاقة أكبر فيما إذا كان المصدر لديه نية لخداع الجمهور المستهدف أم لا. ومع ذلك، كلاهما مهم بالنسبة للعاملين في المجال الإعلامي بصورة خاصة، والجمهور بشكل عام،

٢. غالبًا ما يكون التّضليل ناتجًا عن خداع يتم التخطيط له بعناية كبيرة، وتُستخدم فيه تقنيات عالية ومتطورة تقنيًا، ومن أمثلته: نشر معلومات غير دقيقة بقصد عن طريق التعديل المباشر لمواقع خدمات الأخبار، ويمكن أن يكون إنشاء معلومات مُضلّلة بسيطًا مثل التصريحات الكاذبة، وكذلك التلاعب بمحتويات موقع الويب الذي لا يتطلب دائمًا مهارات قرصنة متطورة، ويمكن لأي شخص إضافة معلومات غير دقيقة إلى ويكيبيديا عن قصد.
٣. لا تأتي المعلومات المُضلّلة دائمًا من المؤسسة أو الشخص الذي ينوي الخداع، وغالبًا ما يتم خداع خدمات الأخبار لنشر معلومات غير دقيقة أو مُضلّلة أنشأها شخص آخر، فقبل بضع سنوات أنشأ شخص بيانًا صحفيًا احتياليًا، ذكر فيه أن الرئيس التنفيذي لشركة Emulex Corporation قد استقال للتو، عندما تم نشر هذا البيان الصحفي الاحتياي فقد ساهم Emulex أكثر من نصف قيمته في بضع ساعات فقط من النشر.
٤. غالبًا ما تكون المعلومات المُضلّلة مكتوبة أو شفوية. لكن هناك أنواعًا آخر من المعلومات غير الدقيقة، منها الصور والرسوم التي يمكن أيضًا أن تكون معلومات مُضلّلة، فعلى سبيل المثال قام السوفييت خلال الحرب الباردة بتزوير الخرائط عمدًا في محاولة لخداع أعدائهم حول مواقعهم المهمة.
٥. غالبًا ما يتم توزيع المعلومات المُضلّلة على نطاق واسع من خلال إرسالها إلى أشخاص يملكون أو يعملون في وسائل الإعلام، أو لهم حضور مهم على قنوات التواصل الاجتماعيّ، أو من يمتلك إمكانية الوصول إلى الإنترنت. لكن يمكن أيضًا استهداف المعلومات المُضلّلة لأشخاص أو منظمات محددة ونشرها عبر وسائل مختلفة وعلى نطاق واسع.
٦. عادة ما تكون الضحية المستهدفة من الخداع شخصًا أو مجموعة من الأشخاص. لكن يمكن أيضًا أن تستهدف المعلومات الخاطئة آلة. يحاول مديرو المواقع الإلكترونية أحيانًا خداع "الزواحف" الآلية التي ترسلها محركات البحث لفهرسة الإنترنت. على سبيل المثال، فلو افترضنا أنك بدأت للتو في بيع منتج ينافس منتجًا آخر. عندما يسأل الزاحف الآلي صفحة الويب الخاصة بك لإضافتها إلى فهرسه، يمكنك إرسال نسخة من صفحة الويب للمنتج الآخر. بهذه الطريقة، عندما يستخدم شخص ما المحرك للبحث عن المنتج الآخر، يقوده محرك البحث إلى رابط صفحة الويب الخاصة بالمنتج الخاص بك.
- يشير تقرير أوروبي إلى أن الاتجاه نحو البيئة الرقمية يتيح للمواطنين الانتقال إلى مزيد من الطرق الجديدة للتعبير عن أنفسهم، والعثور على معلومات ووجهات نظر متنوعة والوصول إليها. كما أنه يتيح زيادة في تداول أنواع مختلفة من المعلومات المُضلّلة. ويمثل التّضليل خطرًا على العملية الديمقراطية، والأمن
- من أجل التأثير عليهم لهدف معين. ومن أمثلة التّضليل المعروفة تاريخيًا إنكار القوميين خلال الحرب الأهلية الإسبانية تورطهم في تفجير مدينة "غيرنيكا" Guernica من خلال إلقاء اللوم على تكتيكات الأرض المحروقة من قبل الجمهوريين، وهو الأمر الذي أدى إلى دمار تلك المدينة؛ ومن ثم فإن المعلومات المُضلّلة تختلف عن المعلومات الخاطئة، ففي حين أن المعلومات المُضلّلة هي معلومات غير صحيحة عن قصد، فإن المعلومات الخاطئة هي معلومات غير صحيحة عن طريق الصدفة. (Lanoszka, 2019: 3)
- ويعرف الباحث الفرنسي فرانسوا جيري التّضليل الإعلاميّ بأنه: "مشروع منظم ومخطط، يهدف إلى تشويش الأذهان والتأثير على العقل كما على العواطف والمخيلة، وليس له سوى هدف واحد، وهو إدخال الشكوك وخلق الاضطراب، وهدم المعنويات. ويعمل التّضليل على جميع مستويات أصحاب القرار وكذلك المواطنين العاديين، كما يجعل من وسائل الإعلام أداة لنشر وتعميم الرسالة المُضلّلة باتجاه الرأي العام". لذلك فإن التّضليل يعد واحدًا من أخطر المشكلات التي تواجه الأفراد والمجتمعات في جميع بقاع الأرض، وهو واحد من الإشكالات المهنية في العملية الإعلامية، حيث إن التّضليل يعني تزويد وسائل الإعلام بمعلومات كاذبة لا تخلو من خليط بين الصدق والكذب، كي لا يفاجأ المتلقي عند رؤية الخبر أو المعلومة المُضلّلة (Jerry, 2011). وتتسم صناعة الكذب والتّضليل الإعلاميّ بعدة صور منها: قلب الحقائق، أو التّضليل بالمعلومات التي ليس لها علاقة بالحدث، ويؤدي الإعلام دورًا خطيرًا في حياة الأمم، ليس في نقل الأخبار والأحداث فقط، وإنما في صياغة وتحديد توجهات الرأي العام، ومن هنا يصبح التّضليل الإعلاميّ الذي يمارسه الإعلام حاليًا بمثابة حرب نفسية تُمارس بحق المتلقي؛ لإحداث أثر سلبي (Al-Kidwa, 2019). ويمارس التّضليل الإعلاميّ دائمًا بصورة منظمة ومحبوكة من أجل صياغة فكر معين أو رأي حيال قضية ما أو هدف يصب في صالح القائم بنشر هذا التّضليل، وبلا شك فإن هذا الهدف يأتي رغبة في تغيير مفاهيم أو تشويهاها عند المتلقي والتأثير في أفكاره ومعتقداته، وصنع الشكوك والاضطراب وعملية غسل الأدمغة في قضايا مصيرية (Winy, 2019). ولا يقتصر التّضليل على فبركة جزء من الحقيقة أو التلاعب في المعلومات فحسب، وإنما أيضًا يندرج تحته نشر الروايات والأساطير، لكن يبقى التّضليل هو التّضليل، حتى وإن تفاوتت نسبته أو مكانته أو استخداماته (Al-Rusaa, 2017). وتشير الدراسات إلى أنواع التّضليل، ومن بينها: (Fallis, 2009).
١. عادة ما يتم اعتبار المعلومات المُضلّلة نشاطًا حكوميًا أو عسكريًا. يقول جورج كارلين: الحكومة لا تكذب، لكنها تشارك في نشر معلومات مُضلّلة، إضافةً إلى ذلك فإن تعريف المعلومات المُضلّلة يرتكز على أن هذه المعلومات المُضلّلة متعمدة، ويتم ترويجها علنًا أو يتم تسريبها من قبل حكومة ما أو من قبل وكالة استخباراتية، كما يمكن للمنظمات الأخرى أيضًا إنتاج معلومات مُضلّلة عن عمد، وكذلك الأفراد يمكن أن يكونوا مصدرًا للتّضليل، ومن بين هؤلاء الصحفيون.

تقوم عليها نظرية البيئة الإعلامية هي (West, 2010: 428): تدخل وسائل الإعلام في كل تصرف أو فعل في المجتمع، كما أنها قادرة على تحديد تصوراتنا، وتنظيم خبراتنا، فضلا عن أن الإعلام يربط العالم ببعضه.

ويمكن الاستفادة من نظرية البيئة الإعلامية في هذه الدراسة في تحديد الآثار التي نتجت عن التطورات التكنولوجية التي أسهمت بشكل واسع في تشكيل بيئة إعلامية جديدة، لها آثار إيجابية وأخرى سلبية قد تؤثر على عملية سريان المعلومات ودقتها ومصداقيتها، بحيث نستطيع من خلال هذه الدراسة تحديد مفهوم التضييل وأبرز وسائله ومجالاته والعوامل التي تسهم في انتشاره ودور السوائل الإعلامية التقليدية والرقمية في ذلك، مع التركيز على دور شبكات التواصل الاجتماعي في هذا المجال.

الدراسات السابقة (الدراسات العربية)

هدفت دراسة فضيلة (٢٠٢١) "الأخبار الكاذبة واضطراب المجال العام الرقمي: العوامل والأثر، إلى البحث في إشكالية الأخبار الكاذبة وعلاقتها باضطراب المجال العام الرقمي، وبخاصة ما يتعلق بدوافع هذه الظاهرة وأثارها على المستوى المحلي والدولي والإقليمي، فضلا عن مستوى العلاقات بين الأفراد والمؤسسات والدول. وقد استخدمت الدراسة المنهج الكيفي التحليلي، وبحثت بشكل متعمق في معالم هذه الظاهرة الآخذة في النمو والتوسع، والتي جاءت نتيجة للتقنيات الرقمية الجديدة، والمزايا التي تزخر بها البيئة الرقمية. وتوصلت الدراسة إلى أن هذه الظاهرة قد شكلت مصدر قلق اجتماعي، أدى إلى اضطراب في السلوكيات والعلاقات التي تحكم المجال العام، وذلك جراء سطوة التزييف والتضييل والأخبار الكاذبة التي تعد من أدوات الدعاية وأخطرها. وعليه وجب تبني نهج واضح في توعية الجمهور حول خطورة هذه الظاهرة وأهدافها من خلال تعميم مفهوم التربية الإعلامية والرقمية وتطوير نظرة نقدية في التعامل معها. أما دراسة يسعد، زهية (٢٠٢٠) الأخبار المزيفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين، دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا، فقد هدفت هذه الدراسة الوصفية إلى معرفة نسب انتشار الأخبار المزيفة بين جمهور المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي. وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي، واعتمدت الاستبانة الإلكترونية التي تم توزيعها وفق أسلوب كرة الثلج والعينة العشوائية، وتوصلت الدراسة إلى أن ٧٨٪ من المبحوثين يعتقدون أن الأخبار التي يتعرضون لها على شبكات التواصل الاجتماعي والمحتويات التي يتصفحونها حول فيروس كورونا وبشكل خاص على الفيس بوك مزيفة، كما يؤكد ما يزيد عن ٧٤٪ من المستخدمين أن التزييف في الأخبار والمحتويات المتعلقة بفيروس كورونا يحدث بشكل كبير إلى كبير جداً، إضافة إلى أن ٨٦,٧٪ من عينة الدراسة أكدوا أن الأخبار المزيفة أثناء أزمة كورونا كانت كثيرة جداً، وأنهم كانوا في كل مرة يبحثون عن وسائل إعلام أخرى لمعرفة الحقيقة ويعتقد حوالي ٥١٪ من المبحوثين أن تلك الأخبار المزيفة تؤثر سلباً على نفسيتهم.

القومي، والنسيج الاجتماعي، ويمكن أن يقوض الثقة في مجتمع المعلومات والسوق الرقمية الموحدة. ويشير التقرير إلى أن الاتحاد الأوروبي والعديد من دوله الأعضاء يواجهون هذه المخاطر مع عموم السكان ذوي التعليم الجيد والمتصلين رقمياً، والمؤسسات السياسية القوية، ووسائل الإعلام المتنوعة، والاقتصاد التنافسي، والمجتمع المدني النابض بالحياة (European Commission, 2018: 10).

ومع ذلك، فإن التضييل يمثل خطراً يتعين مواجهته جماعياً واحتواؤه؛ لتحقيق الإمكانات الديمقراطية والاجتماعية والمجتمعية الكاملة للتقدم التكنولوجي، مع احترام حرية التعبير وحرية تلقي وحرية تداول المعلومات. ويعرف التقرير التضييل بأنه معلومات خاطئة أو غير دقيقة أو مُضَلَّلة تم تصميمها وعرضها وترويجها للتسبب عمداً في إلحاق ضرر علني أو من أجل الربح. ويشمل خطره إلحاق ضرر بالعمليات والقيم السياسية الديمقراطية، والتي يمكن أن تستهدف على وجه التحديد مجموعة متنوعة من القطاعات، مثل الصحة والعلوم والتعليم والمالية وغير ذلك. والتضييل ينتج معلومات مُضَلَّلة ويتم ترويجها لتحقيق مكاسب اقتصادية أو لتحقيق أهداف سياسية أو أيديولوجية، ولكن ذلك قد يقود إلى تفاقم المشكلات بسبب تلقي الجماهير والمجتمعات معلومات مُضَلَّلة ومشاركتها وتضخيمها (European Commission, 2018: 11).

المدخل النظري للدراسة

تبحث نظرية البيئة الإعلامية Media Ecology التي طورها نيل بوستمان Neil Postman، والتي تعد امتداداً لنظرية الحتمية التكنولوجية التي وضع أفكارها مارشال ماكلوهان، في كيفية تأثير وسائل الاتصال على الإدراك الإنساني والفهم والشعور والقيمة، وكيف أن تفاعل البشر مع وسائل الإعلام يؤثر بشكل واضح على فرصهم في البقاء والاستدامة، فهذه الوسائل قد تسهل أو ذلك تعوقه. وتستند النظرية على دراسة وسائل الإعلام بوصفها بيئات لها هيكلها ومحتواها وتأثيراتها على الناس. وتشكل البيئة نظام رسائل معقد، يفرض على البشر بعض طرق التفكير والشعور والتصرف، فهي تعمل على بناء ما يمكننا رؤيته والبوح به، وبالتالي القيام بممارسته. وهي كذلك تعمل على تحديد الأدوار التي نقوم عليها، وتساعدنا على القيام بها، وتحدد ما يسمح، وما لا يسمح لنا فعله، وفي حالة البيئات الإعلامية، مثل الكتب والصحف والراديو والأفلام والتلفزيون ووسائل الإعلام الرقمي وغيرها، تكون المواصفات في الغالب ضمنية غير ظاهرة بافتراض أن ما نتعامل معه ليس بيئة بل مجرد آلة أو وسيلة. لذا فإن نظرية البيئة الإعلامية تحاول أن تجعل هذه المواصفات واضحة، كما تحاول تعريفنا على الأدوار التي تدفعنا وسائل الإعلام على القيام بها، وكيف تعمل وسائل الإعلام على بناء رؤيتنا للمحيط. فنظرية البيئة الإعلامية تهدف إلى دراسة الإعلام ووسائله بوصفه بيئات وليست وسائل وحسب (El Sarayrah, 2018 and Tomar, 2018). ويحدد ويست ثلاثة افتراضات أساسية

وسعت دراسة سلمان (Salman, 2017) "شبكات التواصل الاجتماعيّ ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالي" إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعيّ في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالي، وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي، واستعانت بأداتي الاستبانة والمقابلة كأدوات لجمع المعلومات. وبلغت عينة الدراسة ٣٢٥ مبحوثاً من أعضاء الهيئة التدريسية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج، أهمها أن درجة نشر الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعيّ جاءت بنسبة متوسطة، وحاز موقع فيسبوك على المرتبة الأولى بين أكثر الشبكات نشرًا للمعلومات الخاطئة والشائعات. كما كشفت نتائج الدراسة أن من أبرز مواضيع الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعيّ هي الشائعة السياسية والاجتماعية.

الدراسات الأجنبية

دراسة ساليشيا (Salecha, 2021) المعنونة: دراسة تجريبية لانتشار المعلومات المضلّة: منهج البيانات الضخمة. Empirical Study of the Spread of Misinformation: A Big Data Approach. تؤكد هذه الدراسة التجريبية أن الشبكات الاجتماعية مثل تويتر Facebook قد جعلت العالم مكاناً أكثر ارتباطاً، وأصبحت حالة لا غنى عنها في حياة الناس. ومع ذلك، فقد أصبحت هذه الشبكات أيضاً بيئات مواتية لنشر المعلومات المضلّة على نطاق واسع، وتولد هذه المنصات كميات هائلة من البيانات، يتكون جزء كبير منها مما أصبح يُعرف عمومًا بالأخبار المزيفة. وتعاني هذه الشبكات أيضاً من الروبوتات الآلية التي تعمل كمحفزات لنشر المعلومات الخاطئة. وقد استخدمت الدراسة فكرة بناء مجموعة بيانات ضخمة للأخبار المزيفة كانت غنية بما يكفي لالتقاط الأنماط السلوكية المعقدة. بعد ذلك، استخدمت الدراسة بناء نماذج للتعليم الآلي لاكتشاف ناشري المعلومات الخاطئة على تويتر وتقييم التحقّق التجريبي لهذه النماذج التي تحقق دقة تزيد عن ٩٠٪. وأخيراً، اقترحت الدراسة تصورا لتصفية الروبوتات من مجموعات البيانات هذه، من خلال البناء على أحدث تقنيات اكتشاف الروبوتات الحالية. وقدمت الدراسة تحليلاً شاملاً لتأثيرات هذه الروبوتات على اكتشاف أجهزة نشر الأخبار الوهمية. وخلصت الدراسة إلى أن مرحلة تصفية الروبوت ضرورية لضمان الأداء الأمثل للنماذج في التنبؤ بالموزعات المحتملة. وأجرت البحوث البرلمانية الأوروبية European Parliamentary Research Service (٢٠١٩) دراسة معنونة بـ "المعالجة الآلية للتضليل - Automating the Tackling of Disinformation". حيث هدفت إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعيّ في نشر الأخبار المزيفة. واعتمدت الدراسة التحليل الكيفي للبحث في استخدام الشبكات الاجتماعية ومحركات البحث والإعلان في تسهيل المعلومات الخاطئة ونشرها. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات، من بينها: تفعيل خصائص تعمل على حجب المعلومات المضلّة من الشبكات الاجتماعية، وتعزيز الثقة في المؤسسات العامة والخطاب السياسي عبر الإنترنت، وتحسين الإطار القانوني تجاه هذه الشبكات.

واهتمت دراسة عبد الله، إيمان (٢٠١٩)، آليات التّضليل الإعلاميّ في الخطاب الخبري للصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفاسبوك: دراسة حالة على صحيفتي اليوم السابع والبوابة الزائفتين بالبحث في آليات التّضليل الإعلاميّ في الخطاب الخبري الصادر عن الصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية الشهيرة على شبكة الفاسبوك بالتطبيق على صفحتي اليوم السابع والبوابة الزائفتين في الفترة منذ بداية إبريل ٢٠١٧ وحتى نهاية إبريل ٢٠١٨، لتحديد الدوافع وراء إنشائها واختيار أحداثها وكيفية صياغة أخبارها، أي خصائص الممارسة المهنية وآليات الإقناع والتّضليل الإعلاميّ التي يعتمد عليها هذا الخطاب الزائف في عملية التّضليل المعرفي، واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي الاستكشافي التحليلي واستخدمت تحليل الخطاب كأداة لجمع المعلومات. واستنتجت هذه الدراسة أن الصفحات الزائفة لم تُركز على عمق التغطية الإخبارية وما تحمله من كم هائل من الوقائع والتفاصيل من أجل التأثير على المتلقي في البيئة الرقمية، فيما ركزت على متغيرات أخرى، منها: المعالجة وكثافة التغطية ودرجة الإثارة وتوظيف الاستمالات العاطفية والعناصر الجرافيكية الزائفة. وسعت دراسة كاظم (Kazem, 2018) "التّضليل الإعلاميّ في بث المعلومات" إلى التعرف على مفهوم التّضليل الإعلاميّ من خلال بث المعلومات التي تقوم بها وسائل الإعلام، والبحث في التأثيرات التي تفرضها المؤسسات الإعلامية على العاملين من حيث إتباع سياسة المؤسسة وأجندتها والجهة الممولة لها. واعتمدت على المنهج المسحي، والاستبانة كأداة لجمع المعلومات، واستخدام العينة القصدية التي تكونت من ٥٠ مفردة. وتوصلت الدراسة على عدة نتائج، من بينها: أن ٧٢٪ من عينة الدراسة أشاروا إلى أن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لا تسير بالاتجاه الصحيح. وأن هناك عدة دوافع لبعض وسائل الإعلام في التلاعب وتشويه المعلومات التي تبثها، تأتي في مقدمتها إشغال البلد في الصراعات السياسية. كما أشارت النتائج إلى أن الوسائل الإعلامية الأكثر استخداماً في تضليل المعلومات هي القنوات الفضائية، تليها الدعاية السياسية والتجارية.

أما دراسة شتلة (Shatla, 2017) "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعيّ ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي" فقد هدفت إلى معرفة خطورة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعيّ ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي. وقد تبنت الدراسة المنهج المسحي، واستخدمت العينة العمدية والاستبانة أداة لجمع المعلومات. وقد توصلت الدراسة إلى أن موقع فيسبوك قد جاء في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام والتفضيل بين أفراد العينة، تلاه الواتس أب ثم اليوتيوب. وبيّنت النتائج أن الشائعات تكثر في حالة وقوع أعمال إرهابية وفي أثناء الحروب، وأن أهداف نشر الشائعات تكمن في إثارة العنف والصراع السياسي أولاً، ثم تفكيك وحدة المجتمع ثانياً، تلتها إثارة الفوضى والبلبلة في المجتمع ثم تدمير النظام القيمي والسلام المجتمعي.

- متقدمة في هذا المجال إضافة إلى الوسائل التقليدية.
٣. أظهرت الدراسات خطورة استخدام الحسابات الوهمية في نشر التّضليل، وأن معظم الحسابات التي تقوم بنشر أخبار مزيفة يتم تقديرها على أنها روبوتات أو حسابات آلية، وأن هذه التغريدات المزيفة قامت بتضليل الرأي العام والجمهور خلال فترات زمنية معينة
٤. تشير الدراسات إلى أن هناك مخاوف كبيرة تتقاسمها حكومات كثيرة من احتمال تحول الأخبار المزيفة إلى أسلحة، وأبدت خوفها من أن التّضليل يمكن أن يعكس أثاره السلبية على المؤسسات الديمقراطية.
٥. استندت هذه الدراسات من الدراسات السابقة في بلورة مشكلتها وتحديد منهجيتها إلى جانب تحديد مفاهيمها وتساؤلاتها.

مشكلة الدراسة وأهميتها

تكمّن مشكلة هذه الدراسة في التعرف على اتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين نحو مفهوم التّضليل وأهدافه ووسائله وأساليبه ومجالاته المختلفة، وتبحث في الوسائل الأكثر ممارسة للتضليل وعوامل انتشاره ودور وسائل الإعلام المختلفة بما فيها شبكات التواصل الاجتماعيّ في ذلك، ومعرفة أيّ من هذه الشبكات تستخدم بصورة واسعة في هذا المجال. وتكمّن أهميتها في أنها الدراسة الأولى التي تطبق على فئات من المجتمع القطري، وقد تكون واحدة من الدراسات القليلة التي تهتم بظاهرة التّضليل وكيفية التعامل معها.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها

يرتكز الهدف الرئيس للدراسة على البحث والتعرف على اتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين نحو وسائل التّضليل وأساليبه في وسائل الإعلام المختلفة، وتسعى الدراسة إلى تحقيق هذا الهدف الرئيس من خلال الإجابة عن الأسئلة الآتية:

١. ما المقصود بالتّضليل من وجهة نظر الأكاديميين والصحفيين القطريين؟
٢. ما أهداف التّضليل من وجهة نظر عينة الدراسة؟
٣. ما الوسائل الأكثر استخداماً للتّضليل الإعلاميّ من وجهة نظر عينة الدراسة؟
٤. ما أبرز الأساليب المستخدمة في عملية التّضليل الإعلاميّ من وجهة نظر عينة الدراسة؟
٥. ما أبرز المجالات التي يُمارس بها التّضليل من وجهة نظر عينة الدراسة؟
٦. ما العوامل التي تحد من ظاهرة التّضليل الإعلاميّ من وجهة نظر عينة الدراسة؟
٧. ما الجهات التي تمارس التّضليل بحسب عينة الدراسة؟
٨. ما العوامل التي تسهم في انتشار التّضليل من وجهة نظر عينة الدراسة؟

وتعد دراسة هندمان وباراش (Hindman & Barash, 2018) التّضليل وحملات التأثير على تويتر Disinformation and In-fluence Campaigns on Twitter واحدة من أكبر الدراسات التحليلية التي اهتمت بالأخبار المزيفة على تويتر خلال فترة الحملة الانتخابية الأمريكية لعام ٢٠١٦، حيث تم استخدام أدوات وأساليب التعيين من شركة Graphika وهي شركة استخبارات الوسائط الاجتماعيّة والتي حلت من خلال هذه الدراسة أكثر من ١٠ ملايين تغريدة من ٧٠٠ ألف حساب على تويتر يرتبط بأكثر من ٦٠٠ منفذ أخبار مزيف. وقد استهدفت هذه الدراسة الجمهور الأمريكي الذي تعرض للأخبار المزيفة خلال فترة انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام ٢٠١٦، وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن كثيراً من الأخبار المزيفة مازالت منتشرة في منصة تويتر حيث وجدت الدراسة أن هناك أكثر من ٦,٦ مليون تغريدة مزيفة في الشهر الذي سبق الانتخابات الأمريكية لعام ٢٠١٦. وبينت الدراسة أيضاً أن معظم الحسابات التي تقوم بنشر أخبار مزيفة يتم تقديرها على أنها روبوتات أو حسابات آلية، وأن هذه التغريدات المزيفة قامت بتضليل الرأي العام والجمهور خلال تلك الفترة. وخلصت الدراسة إلى عدة استنتاجات، من بينها أن هناك حسابات مترابطة تلعب دوراً كبيراً في نشر التّضليل عبر موقع التواصل الاجتماعيّ تويتر. أما دراسة سكوت وإدي (Scott & Eddy, 2017) "أوروبا تكافح عدواً جديداً للاستقرار السياسي الأخبار المزيفة" Europe Combats a New Foe of Political Stability Fake News فتتحدث عن أن هناك صحفاً وقنوات أوروبية تسعى لأحداث عدم استقرار سياسي في أوروبا، بسبب الأخبار المزيفة والمعلومات المغلوطة والشائعات التي يطلقونها، حيث رصدت هذه الدراسة أن هناك أكثر من ١٢ ألف منصة إعلامية على فيسبوك وتويتر تقوم بنشر تقارير يومية ونشرات إخبارية أسبوعية عن قصص مزيفة بالإضافة إلى تقارير العنف التي تحارب اللاجئين المسلمين وتصويرهم على أنهم إرهابيون. وتقول الدراسة إن هذه المعلومات التي تنتشر يومياً أثرت على الدول الأوروبية، وجعلت منها ساحةً للاحتجاجات والمظاهرات والهجمات المسلحة بسبب ما يحدث من خطاب كراهية عارٍ عن الصحة تجاه الأقليات، وتتحدث الدراسة عن أن هناك مخاوف تتقاسمها حكومات كثيرة من احتمال تحول الأخبار المزيفة إلى أسلحة، وتوصلت الدراسة إلى أن بعض الحكومات الأوروبية أبدت خوفها من أن هذا النوع من الأخبار والمواد يمكن أن يقوّض المؤسسات الديمقراطية إلى نهاية المطاف. وبالنظر إلى الدراسات السابقة يمكن استنتاج الآتي:

١. شكلت ظاهرة التّضليل مصدر قلق لدى العديد من المجتمعات نظراً لنتائجها الواضحة على السلوكيات والعلاقات المجتمعية، وذلك جراء انتشار التزييف والتّضليل والأخبار الكاذبة التي تعدّ من أدوات الدعاية وأخطرها.
٢. بينت نتائج الدراسات أن معظم شبكات التواصل الاجتماعيّ يمكن استخدامها في مجال التّضليل. ففي دراسات معينة كان الفيس بوك الأكثر استخداماً في حين جاء تويتر في مراتب

بالخصائص الديموغرافية تنوعاً نسبياً بين أفراد العينة، وهذا بالطبع يحسب لصالح الدراسة.

أداة جمع المعلومات

استخدمت الدراسة الاستبانة أداة لجمع المعلومات، وتكوّنت من مجموعة من الأسئلة تم من خلالها الإجابة على أسئلة الدراسة، وكذلك التعامل مع فرضياتها، وقد شملت مفهوم التّضليل وأهدافه ووسائله والعوامل التي تسهم في انتشاره، ودور وسائل التواصل في هذا الانتشار، والأسباب وراء ذلك، إلى جانب أكثر وسائل التواصل الاجتماعيّ استخداماً في مجال التّضليل، والعوامل التي قد تقود إلى تخفيض مستويات التّضليل.

قياس الصدق والثبات

تم تطبيق اختبارات الصدق من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من الأكاديميين (١) بالإضافة إلى الاختبار القبلي لصحيفة الاستبانة على عينة محدودة من مجتمع البحث وتم تعديلها في ضوء الملاحظات التي وردت للباحث. وللتأكد من ثبات أداة الدراسة تم احتساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من الفقرات في الاستبانة عن طريق استخدام معادلة كرونباخ ألفا على عينة الدراسة الأصلية، وذلك لمعرفة ثبات الاتساق الداخلي لفقرات أداة القياس لكل محور من محاور أداة الدراسة، ولأداة الدراسة ككل (جميع الفقرات)، ويبين الجدول رقم (١) نتائج تحليل الاعتمادية (Reliability Analysis).

الجدول (١)

قيم معامل كرونباخ ألفا لمحاور أداة القياس وللأداة ككل

الرقم	محاور أداة الدراسة	قيمة معامل كرونباخ ألفا
١	مفهوم التّضليل	٠,٨٠٣
٢	أهداف التّضليل	٠,٨٧٤
٣	الوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً في مجال التّضليل	٠,٨٤٠
٤	المجالات التي تكثر فيها ممارسة التّضليل	٠,٧٨١
٥	الجهات التي تمارس التّضليل بصورة عامة	٠,٧٢٣
٦	الأساليب الأكثر استخداماً في مجال التّضليل	٠,٩١٦
٧	العوامل التي تسهم في انتشار التّضليل	٠,٩٠١
٨	هل تعتقد أن شبكات التواصل الاجتماعيّ أسهمت بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التّضليل؟ والأسباب وراء ذلك.	٠,٩٤٩
٩	ما هي شبكات التواصل الاجتماعيّ الأثر استعمالاً للتّضليل؟	٠,٨٤٤
١٠	الأساليب التي يمكن أن تسهم في خفض مستويات التّضليل بصورة عامة	٠,٩٠٧
	جميع محاور الدراسة مجتمعة	٠,٨٥٤

٩. ما الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعيّ في مجال التّضليل؟

١٠. ما شبكات التواصل الاجتماعيّ الأكثر استخداماً في مجال التّضليل؟

١١. ما الأسباب وراء الدور الذي تؤديه شبكات التواصل الاجتماعيّ في مجال التّضليل؟

فرضية الدراسة:

١. لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التّضليل بحسب اتجاهات الصحفيين والأكاديميين القطريين تُعزى لمتغيرات النوع الاجتماعيّ، والمستوى التعليمي، والتخصص، والمسمى الوظيفي والخبرة.

نوع الدراسة ومنهجها

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية، وقد استخدمت المنهج المسحي للحصول على بيانات تتعلق باتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين نحو أساليب التّضليل الإعلاميّ ووسائله.

مجتمع الدراسة والعينة

يتكون مجتمع الدراسة من الأكاديميين والصحفيين القطريين، وتم اختيار عينة متاحة من خلال توزيع ٢٠٠ استبانة على الأكاديميين والصحفيين القطريين مع مراعاة تنوع التخصصات مثل الإعلام والشؤون السياسية وعلم الاجتماع وعلم النفس والتربية والتاريخ وغيرها من التخصصات الأخرى والتقسيم حسب النوع الاجتماعيّ والعمر والخصائص الديموغرافية الأخرى. وقد تمكن الباحث من جمع ١٤٢ استبانة صالحة تم اعتبارها عينة متاحة لإجراء هذه الدراسة. وشملت قائمة المؤسسات الأكاديمية التي وزعت بها الاستبانة ١١ مؤسسة هي: جامعة قطر، وكلية المجتمع، كلية شمال الأطلنطي، وجامعة حمد بن خليفة، وجامعة ستندن (فرع قطر) معهد الدوحة للدراسات العليا، ومؤسسة وعي للبحوث والدراسات، ومركز الجزيرة للدراسات، ومركز ابن خلدون للدراسات، ومؤسسة قطر للتربية والعلوم، ووزارة التربية والتعليم والتعليم العالي، في حين شملت المؤسسات الصحفية ١٣ مؤسسة هي: المركز القطري للصحافة والمؤسسة القطرية للإعلام، وشبكة قنوات الجزيرة، وقنوات الكأس الرياضية، وقناة الريان، وتلفزيون قطر، وصحيفة الشرق، وجريدة الوطن، وجريدة الراية، وجريدة لوسيل، وإذاعة قطر، وإذاعة صوت الخليج، ومجلة الدوحة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة تساوي نسبة الذكور ونسبة الإناث بين أفراد العينة، حيث بلغت النسبة ٥٠٪ لكل منهما. وتشير النتائج كذلك إلى أن ما يقارب نصف أفراد العينة هم ممن يحملون شهادة البكالوريوس بنسبة مئوية بلغت ٤٩,٣٪. كما كان تخصص علوم الاتصال هو الأعلى بين التخصصات الأخرى إذ بلغت نسبته ٤٨,٦٪ وهو الأعلى بين التخصصات الأخرى. وقد أظهرت النتائج المتعلقة

الداخلي لفقرات كل محور ووضوح هذه الفقرات ومفرداتها لمن سوف تشملهم الدراسة وكذلك صالحة للتحليل الإحصائي. حيث إنه إذا بلغت قيمة معامل كرونباخ ألفا ٧٠٪ أو أكثر، فإن أداة القياس تعتبر مقبولة في معظم الدراسات الاجتماعية (DeVellis, 2012).

يتبين من نتائج تحليل الاعتمادية في الجدول أعلاه أن قيمة معامل كرونباخ ألفا لكل محور من محاور الدراسة كانت أعلى من ٧٠٪، كما بلغت قيمة معامل كرونباخ ألفا لجميع فقرات أداة القياس في جميع المحاور ٨٥,٤٪ وهي نسبة جيدة جداً، وهذا يدل على ثبات الاتساق

نتائج الدراسة وتحليلها:

الجدول (٢): ماذا يقصد بالتضليل؟ من وجهة نظر المستجيبين

الترتيب	المستوى	مؤشر الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	نص الفقرة	رقم الفقرة
١	مرتفع جداً	٩٢,٦٪	٠,٦٥٨	٤,٦٣	يقصد بالتضليل نشر معلومات خاطئة بقصد أو بغير قصد.	١
٢	مرتفع جداً	٨٥,٤٪	٠,٨١٨	٤,٢٧	يقصد بالتضليل نشر معلومات صحيحة وغير صحيحة وإنصاف حقائق بهدف خداع الطرف المستهدف.	٣
٣	متوسط	٦٠,٨٪	١,٤٧٥	٣,٠٤	يقصد بالتضليل نشر معلومات غير صحيحة دون أن يكون هناك أهداف محددة.	٢
٤	متوسط	٥٤,٤٪	١,٥٢٧	٢,٧٢	يقصد بالتضليل نشر معلومات مفبركة بطريق الصدفة.	٥
٥	متوسط	٥٣٪	١,٥٢١	٢,٦٥	يقصد بالتضليل نشر معلومات غير صحيحة بطريقة الخطأ.	٤
	مرتفع	٦٩,٢٦٨٪	٠,٩٤١٥٢	٣,٤٦٣٤	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	

المستهدف" في المرتبة الثانية بوسط حسابي بلغ ٤,٢٧ وبمعدل موافقة مرتفع جداً أيضاً.

وأظهرت النتائج أن درجات الموافقة التي سجلت في الثلاث فقرات المتبقية كان مؤشرها متوسطاً. وقد شمل هذا المؤشر الفقرات رقم (٢) والتي تنص على: "يقصد بالتضليل نشر معلومات غير صحيحة دون أن يكون هناك أهداف محددة" بوسط حسابي بلغ ٣,٠٤. تلتها الفقرة رقم (٥) التي تنص على: "يقصد بالتضليل نشر معلومات مفبركة بطريق الصدفة" بوسط حسابي بلغ ٢,٧٢، وسجلت الفقرة رقم (٤) "يقصد بالتضليل نشر معلومات غير صحيحة بطريقة الخطأ" أقل مؤشر للوسط الحسابي حيث بلغ الوسط الحسابي ٢,٦٥، وهو مؤشر متوسط من الموافقة على مفهوم التضليل من وجهة نظر المستجيبين.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن عينة الدراسة على وعي مرتفع بمفهوم التضليل، ويمكنها أن تميزه عن غيره من المفاهيم. وهذا بالطبع ربما يكون متوقعا بسبب الخلفيات التي يتمتع بها أفراد العينة وجلهم صحفيون وأكاديميون، يتمتعون بمستويات تعليمية مناسبة، وخبرات عملية متنوعة.

وصف الوسط الحسابي (١-٨,٨) منخفض جداً، ٢,٦٠-١,٨١ منخفض، ٣,٤٠-٢,٦١ متوسط، ٤,٢٠-٣,٤١ مرتفع، ٥-٤,٢١ مرتفع جداً)

تظهر نتائج الجدول رقم (٢) وجود درجة موافقة مرتفعة بشكل عام على مفهوم التضليل من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة بوسط إجابات كلي بلغ ٣,٤٦٣٤ وانحراف معياري ٠,٩٤١٥٢ وهذا يدل على مؤشر مرتفع من الموافقة على مفهوم التضليل. وعلى مستوى محاور المقياس نلاحظ أن اثنين من محاور المقياس قد جاءت بدرجة موافقة مرتفعة جداً، وثلاثة بدرجة موافقة متوسطة. كما تشير المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابي لفقرات المحور الأول المكونة من خمس فقرات، أن الفقرة رقم (١) التي تنص على أنه: " يقصد بالتضليل نشر معلومات خاطئة بقصد أو بغير قصد"، قد سجلت أعلى مؤشر بين فقرات هذا المحور حيث بلغ الوسط الحسابي ٤,٦٣، وهذا يدل على أن مؤشر الموافقة مرتفع جداً. وجاءت الفقرة رقم (٣) التي تنص على: "يقصد بالتضليل نشر معلومات صحيحة وغير صحيحة وأنصاف حقائق، بهدف خداع الطرف

الجدول (٣): أهداف التضليل من وجهة نظر المستجيبين

الترتيب	المستوى	مؤشر الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	نص الفقرة	رقم الفقرة
١	مرتفع جداً	٩٤٪	٠,٤٨٨	٤,٧٠	تحويل الأنظار أو جذبها عن قضايا معينة.	٤
٢	مرتفع جداً	٩٣,٦٪	٠,٤٩٩	٤,٦٨	توليد الصراعات السياسية والاقتصادية وغيرها.	١
٣	مرتفع جداً	٩٢,٨٪	٠,٥٣٧	٤,٦٤	إخفاء الجرائم أو تبريرها والتنصل منها.	٥
٤	مرتفع جداً	٩٢,٤٪	٠,٥٢٩	٤,٦٢	إثارة الفوضى لدى الطرف المستهدف.	٢
٥	مرتفع جداً	٩١,٢٪	٠,٧٣٩	٤,٥٦	كسب المشروعية للقيام بأفعال محددة.	٦
٦	مرتفع جداً	٨٩,٤٪	٠,٨٠٥	٤,٤٧	التمهيد لشحن حروب ومواجهات مسلحة.	٣
	مرتفع جداً	٩٢,٢٣٪	٠,٤٧٩٥٨	٤,٦١١٥	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	

على أن تحويل الأنظار أو جذبها عن قضايا معينة كان الأعلى موافقة من وجهة نظر المستجيبين. تلتها الفقرة رقم (١) "توليد الصراعات السياسية والاقتصادية وغيرها" بوسط حسابي بلغ ٤,٦٨ وهو مؤشر مرتفع جداً، ثم جاءت بعدها في الترتيب الفقرة رقم (٥) التي تشير إلى "إخفاء جرائم أو تبريرها والتوصل منها" في المرتبة الثالثة وبوسط حسابي بلغ (٤,٦٤) وهو أيضاً مؤشر مرتفع. وقد كانت باقي الفقرات لهذا المحور ذات مؤشر مرتفع جداً أيضاً، وسجلت الفقرة رقم (٣) والتي تنص على "التمهيد لشحن حروب ومواجهات مسلحة" أدنى مؤشر بوسط حسابي (٤,٤٧)، وهو مؤشر مرتفع جداً أيضاً. هذه النتائج بالطبع تعكس مستوى عالياً من المعرفة بأهداف التّضليل وتنوعها وربما تراتبيتها من حيث الأهمية من وجهة نظر عينة الدراسة التي أشرنا سابقاً أنها تتمتع بخلفيات معرفية كبيرة وخبرات متنوعة.

الجدول (٤): ما الوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً في مجال التّضليل؟

رقم الفقرة	نص الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
٦	شبكات التواصل الاجتماعي	٤,٥٩	٠,٥٩٧	٩١,٨%	مرتفع جداً	١
٥	الاتصال المباشر	٤,٤٤	٠,٦٣٥	٨٨,٨%	مرتفع جداً	٢
٨	المواقع الإلكترونية	٤,١٩	٠,٧٩٨	٨٣,٨%	مرتفع	٣
٩	المواقع الإخبارية الرقمية	٤,١٥	٠,٧٧١	٨٣%	مرتفع	٤
٢	التلفزيون	٣,٨٩	٠,٩٦٥	٧٧,٨%	مرتفع	٥
٣	الصحف	٣,٨٧	٠,٩٠٩	٧٧,٤%	مرتفع	٦
٤	المجلات	٣,١٠	٠,٩٧٧	٦٢%	متوسط	٧
١	الراديو	٣,٠١	٠,٩١٩	٦٠,٢%	متوسط	٨
٧	المدونات	٣,٠١	١,٠١٤	٦٠,٢%	متوسط	٩
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	٣,٨٠٤٤	٠,٥٦٦٠٨	٧٦,٠٨٨%	مرتفع	

مرتفعة، كان أعلاها الفقرة رقم (٨) التي تشير إلى: "المواقع الإلكترونية" بوسط حسابي بلغ (٤,١٩)، تلتها المواقع الإخبارية الرقمية بوسط حسابي بلغ ٤,١٥ وبدرجة موافقة مرتفعة، وحل التلفزيون ثم الصحف، وقد جاء كل منهما بدرجة موافقة مرتفعة أيضاً. كما سجلت ثلاث فقرات درجة موافقة متوسطة، كان أعلاها الفقرة رقم (٤) التي تشير إلى: "المجلات" بوسط حسابي بلغ (٣,١٠)، تلاها الراديو والمدونات وبدرجة موافقة متوسطة أيضاً.

إن هذه النتائج تبين أن شبكات التواصل الاجتماعي هي الوسائل الأكثر استخداماً في مجال التّضليل الإعلاميّ ربما بسبب انتشار المعلومات بين مرتاديها بشكل سريع، دون التحقق من صحة هذه المعلومات أو التحقق من صدقية مصادرها. كما تظهر النتائج أن العديد من قنوات الاتصال الرقمي ربما تكون أدوات يمكن استخدامها في عملية التّضليل لأسباب ربما تكون مرتبطة بطبيعة هذه الوسائل وخصائصها وعدم التزام الكثير منها بالمبادئ المهنية والاخلاقية التي تحكم العمل الإعلاميّ والصحفي.

وصف الوسط الحسابي (١-١,٨) منخفض جداً، ٢,٦٠-١,٨١، منخفض، ٣,٤٠-٢,٦١، متوسط، ٤,٢٠-٣,٤١، مرتفع، ٤-٤,٢١، مرتفع جداً)

تشير نتائج الجدول رقم (٣) إلى وجود درجة موافقة مرتفعة جداً بشكل عام على مواقف أفراد عينة الدراسة من أهداف التّضليل بوسط إجابات كليّ، بلغ ٤,٦١٥ وانحراف معياري (٠,٤٧٩٥٨). وهذا يدل على مؤشر مرتفع جداً من الموافقة. وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابي لفقرات المحور الثاني الذي يتعلق بأهداف التّضليل، نجد تسجيل الفقرة رقم (٤) "تحويل الأنظار أو جذبها عن قضايا معينة" أعلى مؤشر للوسط الحسابي بين فقرات هذا المحور حيث بلغ الوسط الحسابي ٤,٧٠، وهو مؤشر مرتفع جداً من الموافقة

وصف الوسط الحسابي (١-١,٨) منخفض جداً، ٢,٦٠-١,٨١، منخفض، ٣,٤٠-٢,٦١، متوسط، ٤,٢٠-٣,٤١، مرتفع، ٤-٤,٢١، مرتفع جداً).

يشير الجدول رقم (٤) إلى وجود مؤشر مرتفع من الموافقة مرتبط بالوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً في مجال التّضليل من وجهة نظر المستجيبين، إذ بلغ الوسط الحسابي لجميع فقرات هذا المحور (٣,٨٠٤٤). وهذا يدل على مؤشر مرتفع من الموافقة. وعلى مستوى محاور المقياس نلاحظ أن فقرتين جاءتتا بدرجة مرتفع جداً، وأربع فقرات بدرجة مرتفع، وثلاث فقرات بدرجة متوسط. كما تظهر النتائج بناء على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابي لفقرات المحور الثالث الذي يتعلق بالوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً في مجال التّضليل، أن الفقرة رقم (٦) التي تشير إلى: "شبكات التواصل الاجتماعي" قد سجلت أعلى مؤشر للوسط الحسابي بين فقرات هذا المحور حيث بلغ الوسط الحسابي ٤,٥٩ وهو مؤشر مرتفع جداً من الموافقة. تلتها في المرتبة الثانية الاتصال المباشر بوسط حسابي بلغ ٤,٤٤ وهو مؤشر مرتفع جداً أيضاً. وسجلت أربع فقرات درجة موافقة

الجدول (٥): المجالات التي تكثر فيها ممارسة التّضليل

الترتيب	المستوى	مؤشر الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	نص الفقرة	رقم الفقرة
١	مرتفع جداً	٪٩٥	٠,٧٥٥	٤,٧٥	الدينية	٧
٢	مرتفع جداً	٪٩١,٢	٠,٥٧٨	٤,٥٦	الاقتصادية	٣
٣	مرتفع جداً	٪٨٩,٨	٠,٥٩٢	٤,٤٩	السياسية	١
٤	مرتفع جداً	٪٨٧,٨	٠,٨٧٤	٤,٣٩	العلمية	٦
٥	مرتفع جداً	٪٨٧,٤	٠,٧٤٨	٤,٣٧	العسكرية	٢
٦	مرتفع جداً	٪٨٥,٤	٠,٩٨٩	٤,٢٧	الاجتماعية	٤
٧	مرتفع	٪٨٢,٦	١,٠٦٧	٤,١٣	الثقافية	٥
الوسط الحسابي للفقرات جميعها						
	مرتفع جداً	٪٨٨,٥	٠,٥٣٨٥٣	٤,٤٢٢٥		

(٣) التي تشير إلى المجال الاقتصادي بوسط حسابي بلغ ٤,٥٦ تلاه المجال السياسي، ثم العلمي ثم العسكري ثم الاجتماعي وجميعها حصلت على موافقة مرتفعة جداً أيضاً. من جهة أخرى، تظهر النتائج أن أدنى مستوى موافقة كان للفقرة رقم (٥) التي تشير إلى المجالات: "الثقافية" بوسط حسابي بلغ ٤,١٣، وهو مؤشر مرتفع، حيث يعتقد المستجيبون أن المجالات الثقافية غالباً ما تكثر فيها ممارسة التّضليل.

ويظهر من نتائج هذه الدراسة أن عينتها ترى أن المجالات الأكثر عرضة للتضليل هي المجالات الدينية والاقتصادية والسياسية. غير أن التّضليل يمكن أن يمارس على نطاقات مرتفعة في مجالات أحر، مثل المجالات العلمية والعسكرية والاجتماعية والثقافية، بمعنى أن ممارسة التّضليل يمكن أن تصيب كل المجالات دون استثناء.

الجدول (٦): الجهات التي تمارس التّضليل بصورة عامة

الترتيب	المستوى	مؤشر الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	نص الفقرة	رقم الفقرة
١	مرتفع جداً	٪٩٢,٨	٠,٦٩٨	٤,٦٤	الأفراد	٤
٢	مرتفع جداً	٪٩٠,٨	٠,٧٩٦	٤,٥٤	المؤسسات التجارية	٣
٣	مرتفع جداً	٪٨٧	٠,٩١٦	٤,٣٥	الحكومات	١
٤	مرتفع	٪٨٢,٦	٠,٩٤	٤,١٣	المؤسسات الاستخباراتية	٢
٥	مرتفع	٪٨١,٢	١,٠٣٣	٤,٠٦	الجواسيس والطابور الخامس	٥
الوسط الحسابي للفقرات جميعها						
	مرتفع جداً	٪٨٦,٩	٠,٦٠٩٢٢	٤,٣٤٥١		

مرتفعة. كما تشير المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابي لفقرات المحور الخامس إلى أن الفقرة رقم (٤) التي تشير إلى: "الأفراد" سجلت أعلى مؤشر للوسط الحسابي بين فقرات هذا المحور حيث بلغ الوسط الحسابي ٤,٦٤ وهو مؤشر مرتفع جداً من الموافقة، حيث يعتقد المستجيبون أن الأفراد هم دائماً أكثر الجهات التي تمارس التّضليل بصورة عامة. تلتها من حيث الترتيب الفقرة رقم (٣) التي تشير إلى: "المؤسسات التجارية" بوسط حسابي بلغ ٤,٥٤ وهو مؤشر مرتفع جداً، ثم جاءت الفقرة رقم (١) والتي تشير إلى: "الحكومات" في المرتبة الثالثة بوسط حسابي بلغ ٤,٣٥

وصف الوسط الحسابي (١-١,٨) منخفض جداً، ٢,٦٠-١,٨١ منخفض، ٣,٤٠-٢,٦١ متوسط، ٤,٢٠-٣,٤١ مرتفع، ٤-٤,٢١ مرتفع جداً).

تظهر نتائج الجدول رقم (٥) أن الوسط الحسابي لجميع فقرات محور المجالات التي تكثر فيها ممارسة التّضليل قد بلغ ٤,٤٢٢٥ وهذا يدل على مؤشر مرتفع جداً من الموافقة بخصوص المجالات التي تكثر فيها ممارسة التّضليل من وجهة نظر المستجيبين. وعلى مستوى محاور المقياس نلاحظ أن الفقرة رقم (٧) التي تشير إلى المجالات: "الدينية" قد سجلت أعلى مؤشر للوسط الحسابي بين فقرات هذا المحور حيث بلغ الوسط الحسابي ٤,٧٥ وهو مؤشر مرتفع جداً، حيث يعتقد المستجيبون أن المجالات الدينية دائماً ما تكثر فيها ممارسة التّضليل. تلتها الفقرة رقم

وصف الوسط الحسابي (١-١,٨) منخفض جداً، ٢,٦٠-١,٨١ منخفض، ٣,٤٠-٢,٦١ متوسط، ٤,٢٠-٣,٤١ مرتفع، ٤-٤,٢١ مرتفع جداً).

يبين الجدول رقم (٦) أن الوسط الحسابي لجميع فقرات هذا المحور قد بلغ ٤,٣٤٥١، وهذا يدل على مؤشر مرتفع جداً من الموافقة عن الجهات التي تمارس التّضليل بصورة عامة من وجهة نظر المستجيبين. وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابي لفقرات المحور الخامس، تبين أن ثلاثة من فقرات المقياس قد جاءت بدرجة موافقة مرتفعة جداً، وفقرتين بدرجة موافقة

وعليه فإن عينة الدراسة ترى أن الأفراد هم الأكثر ممارسة للتضليل، وربما ينسجم ذلك مع اعتبار شبكات التواصل الاجتماعيّ الأكثر استخداماً في مجال التّضليل حيث يتم استخدامها بصورة واسعة من قبل الأفراد وكذلك المؤسسات التجارية التي تستخدم هذه القنوات للترويج لمنتجاتها وخدماتها.

وبمؤشر مرتفع جداً. في حين سجلت الفقرة رقم (٢) التي تشير إلى "المؤسسات الاستخباراتية" مؤشراً مرتفعاً للوسط الحسابي حيث بلغ الوسط الحسابي ٤,١٣، تلتها الفقرة رقم (٥) التي تشير إلى "الجواسيس والطابور الخامس" بوسط حسابي ٤,٠٦ وهو مؤشر مرتفع أيضاً.

الجدول (٧): الأساليب الأكثر استخداماً في مجال التّضليل

الترتيب	المستوى	مؤشر الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	نص الفقرة	رقم الفقرة
١	مرتفع جداً	٩١,٤%	٠,٥٣٨	٤,٥٧	استخدام الشائعات	٧
٢	مرتفع جداً	٩١,٤%	٠,٥٦٤	٤,٥٧	فبركة الصور والفيديوهات	١١
٣	مرتفع جداً	٩٠,٨%	٠,٥٤١	٤,٥٤	فبركة الأخبار	٣
٤	مرتفع جداً	٨٩,٢%	٠,٥٧٩	٤,٤٦	قرصنة مواقع الإلكترونية وتغيير محتواها	٦
٥	مرتفع جداً	٨٩%	٠,٦٠٢	٤,٤٥	عرض أدلة مفبركة	٥
٦	مرتفع جداً	٨٨,٨%	٠,٦٢٤	٤,٤٤	استخدام التهويل والمبالغة	٤
٧	مرتفع جداً	٨٧,٨%	٠,٥٥٧	٤,٣٩	استخدام أنصاف الحقائق	٢
٨	مرتفع جداً	٨٧,٢%	٠,٦٨٨	٤,٣٦	استخدام معلومات وأحداث واقعية وإخراجها من سياقها الصحيح	٩
٩	مرتفع جداً	٨٥%	٠,٨٥٤	٤,٢٥	مخاطبة العواطف والمشاعر	٨
١٠	مرتفع	٨١%	٠,٩٦٣	٤,٠٥	الربط المزيف بين حقائق أو أحداث بشكل تعسفي	١٠
١١	مرتفع	٧١,٢%	١,١٥١	٣,٥٦	استخدام الحقائق والمعلومات الدقيقة	١
	مرتفع جداً	٨٦,٦%	٠,٥٣٢٥٤	٤,٣٣١٦	الوسط الحسابي لل فقرات جميعها	

وجاءت الفقرة رقم (٤) التي تشير إلى: "استخدام التهويل والمبالغة" في المرتبة السادسة تلتها الفقرة رقم (٢) التي تشير إلى: "استخدام أنصاف الحقائق" في المرتبة السابعة وجاءت الفقرة رقم (٩) التي تشير إلى: "استخدام معلومات وأحداث واقعية وإخراجها من سياقها الصحيح" في المرتبة الثامنة وجاءت الفقرة رقم (٨) التي تشير إلى: "مخاطبة العواطف والمشاعر" في المرتبة التاسعة. وسجلت الفقرة رقم (١٠) التي تشير إلى: "الربط المزيف بين حقائق أو أحداث بشكل تعسفي" مؤشراً مرتفعاً للوسط الحسابي حيث بلغ الوسط الحسابي (٤,٠٥)، في حين أن الفقرة رقم (١) التي تشير إلى: "استخدام الحقائق والمعلومات الدقيقة" سجلت أدنى مؤشر بوسط حسابي ٣,٥٦ وهو مؤشر مرتفع أيضاً.

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسات عديدة تمت الإشارة إليها سابقاً بأن الشائعات تحمل أهمية كبيرة كأسلوب من أساليب التّضليل. كما تتفق نتائج الدراسة مع دراسات عديدة في اعتبار فبركة الصور والفيديوهات من الأساليب الأكثر استخداماً في مجال التّضليل. ويمكن القول وبناءً على نتائج الدراسة: إن هناك تنوعاً في استخدام أساليب التّضليل، وجميع هذه الأساليب تحمل مؤشرات مرتفعة من حيث استخدامها في هذا المجال.

وصف الوسط الحسابي (١-٨) منخفض جداً، ١,٨١-٢,٦٠ منخفض، ٣,٤٠-٢,٦١ متوسط، ٤,٢٠-١٣,٤ مرتفع، ٤,٢١-٥ مرتفع جداً).

يبين الجدول رقم (٧) أن الوسط الحسابي لجميع فقرات هذا المحور قد بلغ ٤,٣٣١٦، وهذا يدل على مؤشر مرتفع جداً من الموافقة بخصوص الأساليب الأكثر استخداماً في مجال التّضليل. وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابي لفقرات المحور السادس، تبين أن تسعاً من فقرات القياس قد جاءت بدرجة موافقة مرتفعة جداً، واثنيتين بدرجة موافقة مرتفعة. وقد سجلت الفقرة رقم (٧) التي تشير إلى "استخدام الشائعات" والفقرة رقم (١١) التي تشير إلى "فبركة الصور والفيديوهات" أعلى مؤشرين للوسط الحسابي بين فقرات هذا المحور حيث بلغ الوسط الحسابي لكل منهما ٤,٥٧ وهو مؤشر مرتفع جداً من الموافقة، تلتها الفقرة رقم (٣) التي تشير إلى: "فبركة الأخبار" بوسط حسابي بلغ ٤,٥٤ وبمؤشر مرتفع جداً، وجاءت الفقرة رقم (٦) التي تشير إلى: "قرصنة مواقع الإلكترونية وتغيير محتواها" في المرتبة الرابعة بوسط حسابي بلغ (٤,٤٦)، تلتها الفقرة رقم (٥) التي تشير إلى: "عرض أدلة مفبركة" في المرتبة الخامسة.

الجدول (٨): العوامل التي تسهم في انتشار التّضليل

الترتيب	المستوى	مؤشر الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	نص الفقرة	رقم الفقرة
١	مرتفع جداً	٪٩٣,٦	٠,٦٢٥	٤,٦٨	شبكات التواصل الاجتماعي	٣
٢	مرتفع جداً	٪٩٣,٤	٠,٥٤٢	٤,٦٧	عدم التحقق من المعلومات قبل تداولها	٤
٣	مرتفع جداً	٪٩٣	٠,٥٢٢	٤,٦٥	الحروب والأزمات	٢
٤	مرتفع جداً	٪٩٢	٠,٥٧٢	٤,٦٠	غياب المعلومات	١٢
٥	مرتفع جداً	٪٩١,٦	٠,٥٧٤	٤,٥٨	غياب حرية الصحافة	١١
٦	مرتفع جداً	٪٩١	٠,٥٥٣	٤,٥٥	غياب الشفافية والمصادقية	١٠
٧	مرتفع جداً	٪٨٨,٨	٠,٧٩٤	٤,٤٤	عدم الاستقرار في المجتمع	١
٨	مرتفع جداً	٪٨٥,٨	٠,٨٤٧	٤,٢٩	فقدان الثقة بمصادر المعلومات الوطنية	٥
٩	مرتفع جداً	٪٨٥,٦	٠,٨٢	٤,٢٨	استخدام من يقوم بالتضليل أساليب علمية مدروسة يصعب اكتشافها	٦
١٠	مرتفع جداً	٪٨٤,٦	٠,٩٠٢	٤,٢٣	وسائل الإعلام التقليدية	٧
١١	مرتفع	٪٨٤	٠,٩٤٩	٤,٢٠	الاختلالات الاجتماعية والاقتصادية في المجتمع	٩
١٢	مرتفع	٪٨٣,٢	٠,٩٩٤	٤,١٦	انتشار الأمية وانخفاض مستوى التعليم	٨
	مرتفع جداً	٪٨٨,٩	٠,٥١٤١٤	٤,٤٤٣٧	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	

وعليه تظهر هذه النتائج أن عوامل انتشار التّضليل متعددة وربما تحمل نفس الأهمية النسبية، كما تشير النتائج إلى أن عينة الدراسة على معرفة بالعوامل التي تسهم في انتشار التّضليل وتنوعها ومستوى أهميتها.

الجدول (٩): هل تعتقد أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التّضليل؟

المتغير	الفئات	التكرار	النسبة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
هل تعتقد أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التّضليل؟	نعم	١١٠	٪٧٧,٥	١,٣٧	٠,٧١٩
	لا	١٢	٪٨,٥		
	لا أعرف	٢٠	٪١٤,١		
	المجموع	١٤٢	٪١٠٠		

تشير نتائج الجدول رقم (٩) أن ٪٧٧,٥ من المستجيبين وعددهم ١١٠ مستجيب، يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التّضليل، في حين أن ٪٨,٥ من المستجيبين وعددهم ١٢، لا يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التّضليل، والنسبة المتبقية من المستجيبين (١٤,١٪) أجابوا بلا أعرف وعددهم (٢٠). ويبين الجدول رقم (١٥) تحليل فقرات المحور الثامن لمن أجابوا بـ(نعم) من المستجيبين:

وصف الوسط الحسابي (١-١,٨) منخفض جداً، ١,٨١-٢,٦٠، منخفض، ٢,٦١-٣,٤٠ متوسط، ٣,٤١-٤,٢٠ مرتفع، ٤,٢١-٥ مرتفع جداً).

يبين الجدول رقم (٨) أن الوسط الحسابي لجميع فقرات هذا المحور قد بلغ ٤,٤٤٣٧، وهذا يدل على مؤشر مرتفع جداً من الموافقة على العوامل التي تسهم في انتشار التّضليل. وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابي لفقرات هذا المحور تبين أن عشر فقرات من فقراته قد جاءت بدرجة موافقة مرتفعة جداً، وجاءت فقرتان بدرجة موافقة مرتفعة.

وتظهر المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابي لفقرات المحور السابع، أن الفقرة رقم (٣) التي تشير إلى: "شبكات التواصل الاجتماعي" قد سجلت أعلى مؤشر للوسط الحسابي بين فقرات هذا المحور حيث بلغ الوسط الحسابي ٤,٦٨ وهو مؤشر مرتفع جداً من الموافقة. تلتها الفقرة رقم (٤) التي تشير إلى: "عدم التحقق من المعلومات قبل تداولها" وبوسط حسابي بلغ ٤,٦٧ وبمؤشر مرتفع جداً، ثم جاءت الفقرة رقم (٢) والتي تشير إلى: "الحروب والأزمات". في المرتبة الثالثة وبوسط حسابي بلغ ٤,٦٥، وجاءت الفقرة رقم (١٢) التي تشير إلى: "غياب المعلومات" في المرتبة الرابعة بوسط حسابي ٤,٦٠ وهو مؤشر مرتفع جداً أيضاً. في حين سجلت الفقرة رقم (٨) التي تشير إلى: "انتشار الأمية وانخفاض مستوى التعليم" أقل مؤشر للوسط الحسابي حيث بلغ الوسط الحسابي ٤,١٦ وهو مؤشر مرتفع.

الجدول (١٠): الأسباب وراء إسهام شبكات التواصل الاجتماعيّ بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التّضليل

رقم الفقرة	نص الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
١	سرعة تناقل المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعيّ	٤,٨٠	٠,٤٠٢	٪٩٦	مرتفع جداً	١
٢	عدم التحقق من المعلومات قبل نشرها	٤,٧٦	٠,٤٤٨	٪٩٥,٢	مرتفع جداً	٢
٦	سهولة تمرير المعلومات المُضلّلة ومشاركتها عبر هذه الشبكات	٤,٧٦	٠,٤٦٨	٪٩٥,٦	مرتفع جداً	٣
٧	سهولة قرصنة المواقع وتغيير محتواها	٤,٧٢	٠,٥٢٧	٪٩٤,٤	مرتفع جداً	٤
٣	بطء التعامل مع المعلومات المُضلّلة ودحضها	٤,٧١	٠,٤٧٦	٪٩٤,٢	مرتفع جداً	٥
٤	تباين المستويات التعليمية والثقافية لأصحاب الحسابات على الشبكات	٤,٦٩	٠,٤٨٤	٪٩٣,٨	مرتفع جداً	٦
٥	تنوع الأساليب التي يظهر فيها التّضليل	٤,٦٨	٠,٥٢٣	٪٩٣,٦	مرتفع جداً	٧
	الوسط الحسابيّ للفقرات جميعها	٤,٧٣٢٥	٠,٤١٧٧٨	٪٩٤,٧	مرتفع جداً	

رقم (١) التي تشير إلى: "سرعة تناقل المعلومات عبر شبكات التواصل الاجتماعيّ" قد سجلت أعلى مؤشر للوسط الحسابي بين فقرات هذا المحور حيث بلغ الوسط الحسابي ٤,٨٠ وهو مؤشر مرتفع جداً من الموافقة. وجاءت الفقرة رقم (٥) التي تشير إلى: "تنوع الأساليب التي يظهر فيها التّضليل" في المرتبة الأخيرة بوسط حسابي ٤,٦٨ ، وهو مؤشر مرتفع جداً أيضاً. وتؤكد النتائج مرة أخرى أيضاً الدور الذي تقوم به شبكات التواصل الاجتماعيّ في انتشار التّضليل، وتظهر الأسباب وراء ذلك، وهي أيضاً أسباب متنوعة، وتحمل الدرجة نفسها من الأهمية بحسب عينة الدراسة التي وافقت على أن هذه الشبكات تسهم في انتشار التّضليل.

وصف الوسط الحسابيّ (١-١,٨) منخفض جداً، ١,٨١-٢,٦٠ منخفض، ٢,٦١-٣,٤٠ متوسط، ٣,٤١-٤,٢٠ مرتفع، ٤,٢١-٥ مرتفع جداً).

يبين الجدول رقم (١٠) أن الوسط الحسابيّ لجميع فقرات هذا المحور قد بلغ ٤,٧٣٢٥، وهذا يدل على مؤشر مرتفع جداً من الموافقة، من جهة أن شبكات التواصل الاجتماعيّ أسهمت بشكل كبير في انتشار ظاهرة التّضليل. وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابيّ لفقرات هذا المحور تبين أن جميع الفقرات جاءت بمستوى موافقة مرتفع جداً. وتظهر المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابيّ لفقرات المحور الثامن، أن الفقرة

الجدول (١١): ما هي شبكات التواصل الاجتماعيّ الأكثر استعمالاً للتّضليل؟

رقم الفقرة	نص الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
٤	الواتس أب	٤,٦٦	٠,٥٩٤	٪٩٣,٢	مرتفع جداً	١
٢	تويتر	٤,٦٥	٠,٦٣١	٪٩٣	مرتفع جداً	٢
٣	انستجرام	٣,٩٣	١,٢٠٧	٪٧٨,٦	مرتفع	٣
٦	يوتيوب	٣,٠٨	١,٧١	٪٦١,٦	متوسط	٤
١	الفيسبوك	٢,٩٠	١,٤٥٥	٪٥٨	متوسط	٥
٥	لينكد ان	١,٧٣	٠,٩٩٧	٪٣٤,٦	منخفض جداً	٦
	الوسط الحسابيّ للفقرات جميعها	٣,٤٩١٨	٠,٨٧٩٠٨	٪٦٩,٨	مرتفع	

ومؤشرات الوسط الحسابيّ لفقرات هذا المحور تبين أن فقرتين من فقراته قد جاءت بدرجة موافقة مرتفعة جداً، وفقرة واحدة بدرجة موافقة مرتفعة وفقرتين بدرجة موافقة متوسطة وفقرة واحدة بدرجة موافقة منخفضة جداً. وتظهر المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات

وصف الوسط الحسابيّ (١-١,٨) منخفض جداً، ١,٨١-٢,٦٠ منخفض، ٢,٦١-٣,٤٠ متوسط، ٣,٤١-٤,٢٠ مرتفع، ٤,٢١-٥ مرتفع جداً).

يبين الجدول رقم (١١) أن الوسط الحسابيّ لجميع فقرات هذا المحور قد بلغ ٣,٤٩١٨، وهذا يدل على مؤشر مرتفع من الموافقة. وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

تشير إلى: "لينكد ان" أقل مؤشر للوسط الحسابي حيث بلغ الوسط الحسابي ١,٧٣ وهو مؤشر منخفض جداً. وتشير هذه النتائج إلى الوايس أب وتويتر بوصفهما أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استعمالاً في مجال التّضليل حسب عينة الدراسة.

ويمكن تفسير ذلك بأن الوايس أب هو شبكة يتناقل الأفراد والمجموعات المعلومات من خلالها دون السيطرة على مضامينها، وبسبب تناقلها بسرعة يختفي مصدر المعلومات ضمن السلسلة وبالتالي يتم تناقل المعلومات دون معرفة المصدر. أما تويتر فقد سجل المرتبة الثانية من حيث إمكانية استخدامه في التّضليل، وهذا ربما يعود إلى طبيعة شبكات التواصل الاجتماعي التي يتم فيها تداول المعلومات دون التأكد من مصادرها أو دقتها وصحتها.

جدول (١٢): ما هي الأساليب التي يمكن أن تسهم في خفض مستويات التّضليل بصورة عامة؟

رقم الفقرة	نص الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مؤشر الوسط الحسابي	المستوى	الترتيب
١	التحقّق من مصادر المعلومات	٤,٨٠	٠,٤٣٨	٪٩٦,٠	مرتفع جداً	١
٢	التعامل مع التّضليل بصورة فورية ودحض روايته	٤,٧٥	٠,٤٦٨	٪٩٥,٠	مرتفع جداً	٢
٣	التوعية وبناء ثقافة إيجابية في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي	٤,٧٤	٠,٥٠١	٪٩٤,٨	مرتفع جداً	٣
٦	عدم تداول المعلومات قبل التحقّق من صحتها	٤,٧٣	٠,٤٧٥	٪٩٤,٦	مرتفع جداً	٤
٧	إنتاج برمجيات تساعد على التحقّق من صدقية المعلومات	٤,٦١	٠,٦٨٣	٪٩٢,٢	مرتفع جداً	٥
٥	إنشاء مواقع الكترونية للتوعية بمفهوم التّضليل ووسائله واساليبه	٤,٦٠	٠,٧٥٤	٪٩٢,٠	مرتفع جداً	٦
٤	سن قوانين تعاقب ارتكاب الجرائم الالكترونية	٤,٥٤	٠,٨٥٦	٪٩٠,٨	مرتفع جداً	٧
	الوسط الحسابي للفقرات جميعها	٤,٦٨٠١	٠,٤٩٣٠٩	٪٩٣,٦	مرتفع جداً	

مؤشر مرتفع جداً أيضاً. وجاءت الفقرة رقم (٦) التي تنص على: "عدم تداول المعلومات قبل التحقّق من صحتها" في المرتبة الرابعة بوسط حسابي ٤,٧٣، وفي المرتبة الخامسة الفقرة رقم (٧) التي تنص على: "إنتاج برمجيات تساعد على التحقّق من صدقية المعلومات" بوسط حسابي بلغ ٤,٦١. وفي المرتبة السادسة جاءت الفقرة رقم (٥) التي تنص على: "إنشاء مواقع الكترونية للتوعية بمفهوم التّضليل ووسائله وأساليبه" بوسط حسابي ٤,٦٠، وفي المرتبة السابعة الفقرة رقم (٤) التي تنص على: "سن قوانين تعاقب ارتكاب الجرائم الالكترونية" بوسط حسابي (٤,٥٤).

وهذا يؤشر بالطبع إلى اتفاق شبه عام بين أفراد عينة الدراسة أن غياب التحقّق من مصادر المعلومات يشكل مشكلة حقيقية في عملية تناقل المعلومات عبر الشبكات الاجتماعية، وهذا يتطلب ممن يستخدم هذه الشبكات ضرورة عدم نشر المعلومات دون التحقّق من مصادرها، حيث يكثر تداول المعلومات دون الإشارة إلى المصدر. ويمكن كذلك مقاومة التّضليل من وجهة نظر عينة الدراسة، من خلال تصحيح المعلومات ودحض المعلومات غير الصحيحة بسرعة وفورية قبل اتساع دائرة انتشارها، وهذا بالطبع يحد من تداولها.

الوسط الحسابي لفقرات المحور التاسع، أن الفقرة رقم (٤) التي تشير إلى: "الواتس اب" قد سجلت أعلى مؤشر للوسط الحسابي بين فقرات هذا المحور حيث بلغ الوسط الحسابي ٤,٦٦ وهو مؤشر مرتفع جداً من الموافقة. تلتها الفقرة رقم (٢) التي تشير إلى: "تويتر" وبوسط حسابي بلغ ٤,٦٥ وبمؤشر مرتفع جداً، في حين سجلت الفقرة رقم (٣) التي تشير إلى: "انستجرام" في المرتبة الثالثة بوسط حسابي بلغ ٣,٩٣ وهو مؤشر مرتفع. وجاءت الفقرة رقم (٦) التي تشير إلى: "يوتيوب" في المرتبة الرابعة بوسط حسابي ٣,٠٨ وهو مؤشر متوسط، تلتها الفقرة رقم (١) التي تشير إلى: "الفيسبوك" في المرتبة الخامسة بوسط حسابي ٢,٩٠ وهو مؤشر متوسط أيضاً. في حين سجلت الفقرة رقم (٥) التي

وصف الوسط الحسابي (١-١,٨) منخفض جداً، ١,٨١-٢,٦٠ منخفض، ٢,٦١-٣,٤٠ متوسط، ٣,٤١-٤,٢٠ مرتفع، ٤,٢١-٥ مرتفع جداً).

يبين الجدول رقم (١٢) أن الوسط الحسابي لجميع فقرات هذا المحور قد بلغ ٤,٦٨٠١، وهذا يدل على مؤشر مرتفع جداً من الموافقة. وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابي لفقرات هذا المحور تبين أن جميع فقراته قد جاءت بدرجة موافقة مرتفعة جداً. وتظهر المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومؤشرات الوسط الحسابي لفقرات المحور العاشر، أن الفقرة رقم (١) التي تنص على: "التحقّق من مصادر المعلومات" قد سجلت أعلى مؤشر للوسط الحسابي بين فقرات هذا المحور حيث بلغ الوسط الحسابي ٤,٨٠ وهو مؤشر مرتفع جداً من الموافقة. وجاءت في المرتبة الثانية الفقرة رقم (٢) التي تنص على: "التعامل مع التّضليل بصورة فورية ودحض روايته" وبوسط حسابي بلغ ٤,٧٥ وبمؤشر مرتفع جداً، في حين سجلت الفقرة رقم (٣) التي تنص على: "التوعية وبناء ثقافة إيجابية في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي" في المرتبة الثالثة وبوسط حسابي بلغ ٤,٧٤، وهو

تحليل فرضية الدراسة

- الفرضية البديلة H_{a1} : توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التّضليل بحسب اتجاهات الصحفيين والأكاديميين القطريين تعزى لمتغيرات الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي، والتخصص، والمسمى الوظيفي والخبرة.

- الفرضية العدمية H_{01} : لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التّضليل بحسب اتجاهات الصحفيين والأكاديميين القطريين تعزى لمتغيرات الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي، والتخصص، والمسمى الوظيفي والخبرة.

جدول (١٣): نتائج تحليل فرضية الدراسة

النتيجة	مستوى الدلالة الإحصائية (Sig.)	قيمة F	قيمة T	نوع التحليل	المتغير
نرفض الفرضية البديلة	٠,٧١٠	-	٠,٣٧٣	T	الجنس
نرفض الفرضية العدمية	٠,٠٠٤	٤,٤٧٠	-	ANOVA	العمر
نرفض الفرضية العدمية	٠,٠٠٠	٦,٥٦٥	-	ANOVA	المستوى التعليمي
نرفض الفرضية البديلة	٠,٠٧٤	١,٩٨٨	-	ANOVA	التخصص
نرفض الفرضية البديلة	٠,٦٣٣	-	-٠,٤٧٩	T	المسمى الوظيفي
نرفض الفرضية العدمية	٠,٠٠٠	٧,١٩٥	-	ANOVA	الخبرة

خلاصة

بناءً على نتائج الدراسة يمكن استخلاص ما يأتي:
أولاً- تعكس نتائج الدراسة وعي عينة الدراسة بشكل عام بمفهوم التّضليل حيث بينت النتائج أن الفقرة: "يقصد بالتّضليل نشر معلومات خاطئة بقصد أو بغير قصد"، قد سجلت أعلى مؤشر، وجاءت الفقرة: "يقصد بالتّضليل نشر معلومات صحيحة وغير صحيحة وأنصاف حقائق بهدف خداع الطرف المستهدف" في المرتبة الثانية.

ثانياً- تشير النتائج إلى وجود مؤشر مرتفع من الموافقة مرتبط بالوسائل الاتصالية الأكثر استخداماً في مجال التّضليل، تظهر النتائج أن "شبكات التواصل الاجتماعيّ" قد سجلت أعلى مؤشر للوسائل الأكثر استخداماً في مجال التّضليل.

ثالثاً- سجلت المجالات: "الدينية" أعلى مؤشر بخصوص المجالات التي يكثر فيها التّضليل، تلاها المجال الاقتصادي ثم السياسي، أما الشؤون الثقافية فحصلت على أدنى مستوى.

رابعاً- بخصوص الجهات التي تمارس التّضليل بينت النتائج أن "الأفراد" سجلوا أعلى مؤشر، وجاءت "المؤسسات التجارية" في المرتبة الثانية.

خامساً- بخصوص الأساليب الأكثر استخداماً في مجال التّضليل، سجلت الفقرة التي تشير إلى "استخدام الشائعات" والفقرة التي تشير إلى "فبركة الصور والفيديوهات" أعلى مؤشرين، تلتها "فبركة الأخبار" ثم "قرصنة مواقع إلكترونية وتغيير محتواها." سادساً- تبين النتائج أن أبرز العوامل التي تسهم في انتشار

تشير نتائج الجدول (١٣) إلى ما يلي:

- بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية بالنسبة للجنس ٠,٧١٠ وهي أكبر من ٠,٠٥ وهذا يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التّضليل بحسب اتجاهات الصحفيين والأكاديميين القطريين تعزى لمتغيرات الجنس.

- يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التّضليل بحسب اتجاهات الصحفيين والأكاديميين القطريين وفقاً لمتغير العمر، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية ٠,٠٠٤ وهي أقل من ٠,٠٥ لذلك نرفض الفرضية العدمية.

- يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التّضليل بحسب اتجاهات الصحفيين والأكاديميين القطريين وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية ٠,٠٠٠ وهي أقل من ٠,٠٥ لذلك نرفض الفرضية العدمية.

- لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التّضليل بحسب اتجاهات الصحفيين والأكاديميين القطريين وفقاً للتخصص حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية ٠,٠٧٤ وهي أكبر من ٠,٠٥ لذلك نرفض الفرضية البديلة.

- لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التّضليل بحسب اتجاهات الصحفيين والأكاديميين القطريين وفقاً للمسمى الوظيفي حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية ٠,٦٣٣ وهي أكبر من ٠,٠٥ لذلك نرفض الفرضية البديلة.

- يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية في مفهوم التّضليل بحسب اتجاهات الصحفيين والأكاديميين القطريين وفقاً لمتغير الخبرة، حيث بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية ٠,٠٠٠ وهي أقل من ٠,٠٥ لذلك نرفض الفرضية العدمية.

الروساء، إبراهيم (٢٠١٧). مقال علمي بعنوان: الرأي العام وصناعة التّضليل، مركز سمت للدراسات الرياض، <https://smtcenter.net/archives/slider/التضليل-العام-وصناعة-التضليل>.

الصرايرة، محمد نجيب (٢٠١٤). قضايا في الإعلام الدولي، عمان، الأردن، مكتبة الرائد العلمية.

الصرايرة، محمد نجيب؛ طومار، شروق (٢٠١٨). صناعة صحافة الروبوت وتحدياتها المهنية والأخلاقية، دراسة إعلامية، الدوحة، قطر، مركز الجزيرة للدراسات.

عبد الله، إيمان (٢٠١٩). آليات التّضليل الإعلامي في الخطاب الخبري للصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفاسبوك: دراسة حالة على صحيفتي اليوم السابع والبوابة الزائفتين، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ١٨ (١)، ٥٠-١.

القدوة، سري (٢٠١٩). "التّضليل الإعلامي وصناعة الكذب"، صحيفة الدستور، العدد ١٨٧٨٠، عمان، الأردن.

كاظم، حسين (٢٠١٨). التّضليل الإعلامي في بث المعلومات، مجلة الباحث العلمي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، بغداد، العراق، ١٠ (٤٠)، ١٣٠-١٠٧.

فضيلة، تومي (٢٠٢١). الأخبار الكاذبة واضطراب المجال العام الرقمي: العوامل والأثر، مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية، ٩ (٣)، ٤٥-٥٥.

١. وني، وسيم (٢٠١٩). التّضليل الإعلامي لعبة العصر، <https://www.raialyoum.com/index.php/د-وسيم-وني-التضليل-الإعلامي-لعبة-العصر/>

٢. يسعد، زهية (٢٠٢١). الأخبار المزيفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين، دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد ٣، العدد ١، ذكر الصفحات.

المراجع الأجنبية

Common Sense education, Website (2017) Misinformation. https://d1e2bohyu2u2w9.cloudfront.net/education/sites/default/files/backgrounder_misinformation.pdf.

DeVellis, R.F. (2012). Scale development: Theory and applications. Los Angeles: Sage. 109–110.

European Commission, (2018). A Multi-Dimensional Approach to Disinformation, Report of the Independent High-Level Group on Fake News and Online Disinformation.

https://blog.wanifra.org/sites/default/files/field_blog_entry_file/HLEGReportonFakeNewsandOnline-Disinformation.pdf.

التّضليل هي: "شبكات التواصل الاجتماعي" فقد سجلت أعلى مؤشر تلاها "عدم التحقّق من المعلومات قبل تداولها".

سابعاً- بينت النتائج أن غالبية العينة يعتقدون أن شبكات التواصل الاجتماعي أسهمت بشكل أكبر في انتشار ظاهرة التّضليل، ويعود ذلك إلى سرعة تناقل المعلومات عبر هذه الشبكات.

ثامناً- أظهرت النتائج أن "الواتس أب" هو أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استعمالاً للتّضليل، تلاه "تويتر".

تاسعاً- تظهر النتائج أن السبب الرئيس الذي يعمل على الحدّ من انتشار التّضليل هو "التحقّق من مصادر المعلومات" تلاها "التعامل مع التّضليل بصورة فورية ودخض روايته".

التوصيات: توصي الدراسة بما يلي:

- أهمية العمل على تنظيم ندوات حول أخطار التّضليل وتداول الشائعات والأخبار المفبركة وأضرارها على المجتمع.
- نشر مقارنات بين الأخبار الحقيقية والأخبار المزيفة في وسائل التواصل الاجتماعي حتى يتعرف المجتمع على حقيقة الأخبار.
- بناء ثقافة مجتمعية رافضة للتّضليل من خلال تشكيل كيانات شعبية تدافع عن حق المجتمع في الحصول على معلومات صحيحة ودقيقة حول الأحداث المختلفة.

الهوامش

١. شارك في تحكيم استبانة الدراسة: أ.د تيسير أبو عرجة، والدكتور إبراهيم الخصاونة (أستاذ مشارك) من جامعة البترا، و أ.د محمد قيرط والدكتور كمال حميدو (أستاذ مشارك) من جامعة قطر.

المراجع

الجزيرة، (٢٠١٧) اختراق وكالة الأنباء القطرية ونسبة تصريحات كاذبة للأمر، <https://www.aljazeera.net/news/23/5/arabic/2017/نسبت-للاّمر>

جيري، فرانسوا (٢٠١١). قاموس التّضليل الإعلامي، نقلًا عن جريدة البيان الامارتية بتاريخ ١٤ أغسطس.

سلمان، أحمد حسن (٢٠١٧). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في جامعة ديالى، (رسالة ماجستير). جامعة الشرق الأوسط.

شتلة، ممدوح السيد عبدالهادي (٢٠١٧). الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في إحداث العنف والصراع السياسي بين الشباب الجامعي: دراسة ميدانية، مجلة بحوث العلاقات العامة، دورية علمية محكمة تصدرها الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ١٦.

- European Parliamentary Research Service (2019), Automated tackling of disinformation, Scientific Foresight Unit (STOA) PE 624.278 – March 2019. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624278/EPRS_STU\(2019\)624278_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624278/EPRS_STU(2019)624278_EN.pdf).
- Fallis, D. T. (2009). A Conceptual Analysis of Disinformation, https://www.researchgate.net/publication/42101173_A_Conceptual_Analysis_of_Disinformation.
- Fallis, D. T. (2015) What is disinformation? Library Trends, 63 (3), <https://doi.org/10.1353/lib.2015.0014>.
- Hindman, Matthew & Vlad Barash (2018) Disinformation, and Influence Campaigns on Twitter, Knight Foundation, USA. <https://www.mediabedriftene.no/siteassets/dokumenter/rapporter/kf-report-final2.pdf>.
- Jerry, Francois (2011) Dictionary of Media Disinformation, quoted from the UAE newspaper, Al Bayan, on August 14, 2011.
- Lanoszka, Alexander (2019) Disinformation in International Politics, European Journal of International Security X: 1–22. https://www.researchgate.net/publication/324111933_Disinformation_in_International_Politics.
- Salecha, Aadesh, (2021), Empirical Study of the Spread of Misinformation: A Big Data Approach, University of Minnesota, USA, P.1-34.
- Scott, Mark & Melissa Eddy (2017) Europe Combats a New Foe of Political Stability Fake News, New York Times, February, 20, 2017, <https://www.nytimes.com/2017/02/20/world/europe/europe-combats-a-new-foe-of-political-stability-fake-news.html>.
- Wardle, Claire and Hossein Derakhshan (2017) Thinking about ‘information disorder’: formats of misinformation, disinformation, and mal-information, UNESCO. https://en.unesco.org/sites/default/files/fifnd_handbook_module_2.pdf.
- West, Richard (2010) Introducing Communication Theory: Analysis and Application, New York: Mc Graw Hill.