



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عباس لغرور خنشلة



كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

الرقم التسلسلي

عنوان المذكرة:

الاخبار المفبركة Fake news

عبر منصة الفايسبوك وتأثيرها على الشباب الجزائري
دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي الفاسبوك لولاية خنشلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

تخصص: سمعي بصري

اشراف الأستاذة:

د/غالية غضبان

اعداد الطالبتين :

اية جامعي

سعاد غلوج

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
امينة بن سخرية	استاذ مساعد "ب"	رئيسا
د.غالية غضبان	استاذ محاضر "أ"	مشرفا ومقررا
د.طراد طارق	استاذ التعليم العالي	مناقشا

السنة الجامعية: 2022.2023

شكر و عرفان

اللهم لك الحمد والشكر كما ينبغي لجليل وجهك وعظيم سلطانك، الحمد لك وحده على توفيقك

لنا في العمل وما التوفيق إلا من عنده سبحانه وتعالى.

نتوجه بجزيل الشكر والعرفان وخالص التقدير والامتنان الى أساتذتنا الفاضلة **غالية غضبان** لما

قدمته لنا من إرشادات وتوجيهات قيمة وملاحظات دقيقة.

الى أساتذتنا الكرام في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وبالأخص **أساتذة السمعي البصري**

ولجنة المناقشة الموقرة وطلبتنا الأعزاء.

الى كل من ساعدنا في هذا العمل من قريب او بعيد ولو بكلمة تشجيع ساهمة في تحفيزنا.

اهداء

الى أبي الذي أخذ بيدي الى طريق العلم.

الى أمي التي غمرتني حبا وعطفا وسندا إلى والداي اللذان هما جزء من القلب والفؤاد هم قدوتي
وسندي أدام الله أطلال في عمرهم.

أهدي عملي هذا إلى روح جدي الطاهر المجاهد السبتي جامعي.

الى كل من يقاسمونني أجمل أوقات حياتي وأخوتي وإخوتي خلود أمال إسراء أمين صلاح إسلام
محمد الصالح جمال عائشة خديجة وردة حسنة يمينة نعيمة سليمة وإلى جدتي الغالية.

إلى صديقاتي التي جمعتني معهم أحلي اللحظات مروى إلهام رحمة نصيرة وهيبة نعيمة مريم عبلة
إلى أزواج أخواتي صالح محمد بوزيان عبد الرحمان عبد الرحمان حمزة الى ابن أختي عبد المعين

اية

اهداء

إلهي لا تطيب اللحظات إلا بذكرك وشكرك ولا تطيب الاخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا
بذكرك.

أهدي ثمرة جهدي وتخرجي إلى من هو جزء من القلب والفؤاد وأجمل وأروع إنسان هو قدوتي
وخير مثال لي إلى من أحمل إسمه بكل فخر وعزة وشرف لي أبي العزيز أطال الله في عمره
ورزقه الله الصحة والعافية.

وإلى أُمي حبيبة قلبي التي لطالما كانت بجانبني أتمنى وجودك معي إلى آخر العمر أتمنى من الله
أن يرزقك الصحة والعافية وطول العمر وراحة البال

وإهداء خاص لروح جدتي رحمها الله وكل عائلتي أهدي لكم تخرجي بكل جهوده وشكرا على كل
ما قدمتموه لي من دعم.

سعاد

مُلخَص

الدراسة

الملخص:

سعيًا من خلال الدراسة على معرفة: الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي منصة الفايسبوك لولاية خنشلة ونظرا لطبيعة الموضوع فقد قسمت دراستنا إلى ثلاث فصول الفصل الأول بعنوان الاطار المنهجي للدراسة الفصل الثاني بعنوان انتشار الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك والفصل الثالث الاطار التطبيقي للدراسة استخدمنا في الدراسة المنهج المسحي بغرض جمع المعلومات والبيانات التي تخص البحث وتحليلها وتفسيرها للحصول على النتائج المتوقعة في نهاية البحث، وأيضا اعتمدنا في جمع البيانات على الاستمارة كأداة رئيسية والملاحظة أداة ثانوية، وتم توزيع الاستمارة على 100 شخص من شباب ولاية خنشلة:

ثبتت نتائج الدراسة ان اغلب افراد العينة يعتمدون على منصة الفايسبوك كمصدر للأخبار بنسبة كبيرة وان الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك تؤثر بشكل سلبي على معارف ونفسية وسلوكيات الشباب وأيضا تعرض الشباب على ارتكاب جرائم غير قانونية

الكلمات المفتاحية: الاخبار المفبركة- منصة الفايسبوك- الشباب- الأثر.

Summary:

Through the study, we sought to know: Fake news fabricated news via the Facebook platform A field study of a sample of Facebook platform users in the state of Khenchela. Given the nature of the subject, our study was divided into three chapters. The first chapter is entitled the methodological framework of the study.

In the study, we used the survey method for the purpose of collecting, analyzing and interpreting information and data pertaining to the research to obtain the expected results at the end of the research. We also relied on collecting data on the questionnaire as a main tool and observation as a secondary tool.

The results of the study proved that most of the respondents depend on the Facebook platform as a source of news in a large percentage, and that the fabricated news through the Facebook platform negatively affects the knowledge, psychology and behavior of young people and also incites young people to commit illegal crimes

Key words: fabricated news, Facebook platform, youth, impact.

فهرس المحتويات

	الشكر
	الإهداء
	الملخص بالعربية
	الملخص بالانجليزية
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الاشكال
	مقدمة.....
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
19	1_1_ بناء الموضوع.....
19	1_1_1 : مشكلة الدراسة و تساؤلاتها.....
20	1_1_2 : أسباب اختيار الموضوع.....
20	1_1_2_1 : أسباب ذاتية.....
20	1_1_2_2 : أسباب موضوعية.....
20	1_1_3 : أهداف الدراسة
21	1_1_4 : أهمية الدراسة.....
21	1_1_5 : تحديد مصطلحات الدراسة.....
24	1_1_6 : الدراسات السابقة.....
28	2_1 : الأطار النظري للدراسة.....
28	2_1_1 : نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.....
34	2_1_2 : إسقاط النظرية على الدراسة.....
35	2_1_3 : نظرية انتشار المبتكرات.....
37	2_1_4 : إسقاط النظرية على الدراسة.....
38	3_1 : الإجراءات المنهجية للدراسة.....
38	3_1_1 : نوع الدراسة ومنهجها
39	3_1_2 : تحديد مجتمع الدراسة وعينتها.....
40	3_1_3 : تحديد أدوات جمع البيانات.....
42	3_1_4 : تحديد مجالات الدراسة.....
الفصل الثاني: الاخبار المفبركة عبر منصة الفاييبوك	
46	1_1 : فبركة الاخبار عبر منصة الفاييبوك.....

46:عصنة منصة الفاييبوك II_1_1
51:تطور أساليب الفبركة عبر منصة الفاييبوك II_1_2
55:أنواع الفبركة عبر منصة الفاييبوك II_1_3
58:علاقة منصة الفاييبوك بالفبركة II_2
58:أسباب انتشار الفبركة عبر منصة الفاييبوك II_2_1
61:دور منصة الفاييبوك في مواجهة الفبركة II_2_2
63:أهداف منصة الفاييبوك في نشر الفبركة II_2_3
64:تجريم نشر وترويج الاخبار المفبركة عبر منصة الفاييبوك II_2_4
	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة
68:تحليل بيانات الدراسة III_1_1
103:النتائج العامة III_1_2
106:الخاتمة
:قائمة المصادر والمراجع
:قائمة الملاحق

فهرس الجداول

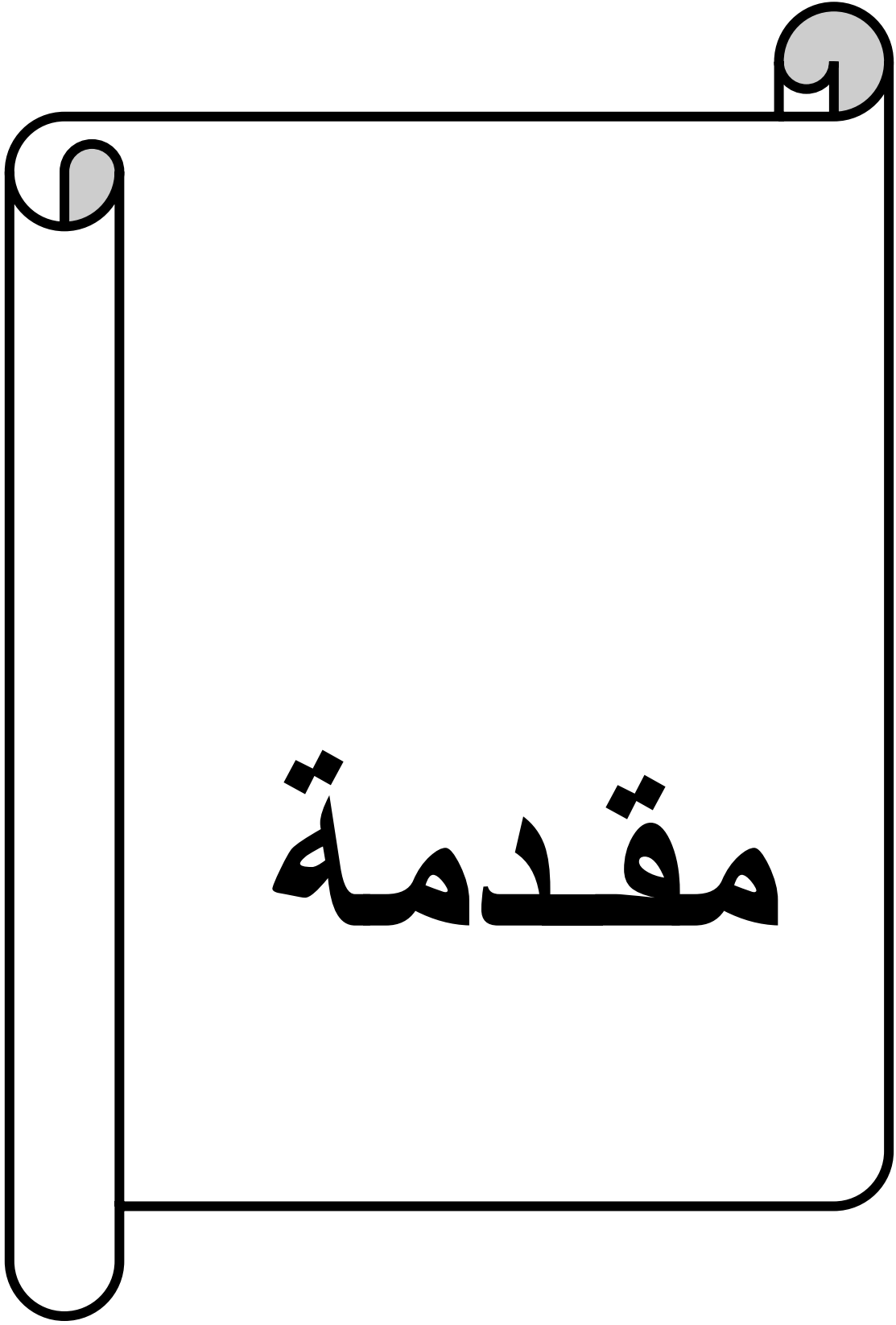
الرقم	عنوان الجـدول	الصفحة
1	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	68
2	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	69
3	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	70
4	يبين توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تجعل الشباب يعتمد على منصة الفايسبوك كمصدر للأخبار	72
5	يبين مدى درجة اعتماد الشباب على الفايسبوك كمصدر للأخبار	74
6	يبين طبيعة المواضيع التي تنتشر عبر منصة الفايسبوك	75
7	يبين مدى درجة عرض منصة الفايسبوك للأخبار المفبركة	77
8	يبين كيفية التعامل مع المعلومات المفبركة عبر منصة الفايسبوك	78
9	يبين كيفية التأكد من صحة الاخبار التي تعرضها منصة الفايسبوك	80
10	يبين توزيع أفراد العينة حسب إن قام بنشر الاخبار المفبركة ونشرها عبر صفحات منصة الفايسبوك	81
11	يبين موقف الشباب من الأشخاص اللذين يقومون بنشر الاخبار المفبركة	83
12	يبين ما السبب الحقيقي لنشر الاخبار المفبركة	84
13	يبين دور منصة الفايسبوك في ظل انتشار الفبركة	86
14	يبين هل تعرض من قبل للابتزاز والتشهير أو نشر خبر مفبرك عبر منصة الفايسبوك	87
15	يبين الأسلوب الأكثر إستعمالا في نشر الفبركة	88
16	يبين توزيع العينة موقف الشباب في حالة تعرضهم للفبركة أو التشهير أو الابتزاز أو التحيل عبر منصة الفايسبوك	90
17	يبين ما مدى درجة تأثير الاخبار المفبركة على معارف الشباب ومكتسباتهم القبلية	92
18	يبين الاليات التي تستخدم للتأكد من صحة الاخبار	93
19	يبين توزيع العينة هل العصبية المفرطة من مخلفات الفبركة والابتزاز الالكتروني	94
20	يبين توزيع العينة هل الرهاب الاجتماعي من مخلفات الابتزاز الالكتروني	95
21	يبين توزيع العينة هل للفبركة الالكترونية سبب في قلة النوم وعدم الاكل	97

98	يبين توزيع العينة حسب ما إذا كانوا يتسلون أحيانا بنشر اخبار مفبركة	22
99	يبين توزيع العينة تصرف الشباب عندما يعثرون على خبر مفبرك ويعتبر سبقا صحفيا	23
100	يبين توزيع أفراد العينة هل الاخبار المفبركة تشجع الشباب على ارتكاب جرائم غير قانونية	24
102	يبين تويج العينة أثر الاخبار المفبركة على أفكار واتجاهات الشباب نحو قضايا المجتمع	25

فهرس الاشكال

الرقم	عنوان الاشكال	الصفحة
1	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	68
2	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	70
3	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	71
4	يبين توزيع أفراد العينة حسب الأسباب التي تجعل الشباب يعتمد على منصة الفايسبوك كمصدر للأخبار	73
5	يبين مدى درجة اعتماد الشباب على الفايسبوك كمصدر للأخبار	74
6	يبين طبيعة المواضيع التي تنشر عبر منصة الفايسبوك	76
7	يبين مدى درجة عرض منصة الفايسبوك للأخبار المفبركة	77
8	يبين كيفية التعامل مع المعلومات المفبركة عبر منصة الفايسبوك	78
9	يبين كيفية التأكد من صحة الاخبار التي تعرضها منصة الفايسبوك	80
10	يبين توزيع أفراد العينة حسب قام بنشر الاخبار المفبركة ونشرها عبر صفحات منصة الفايسبوك	82
11	يبين موقف الشباب من الأشخاص اللذين يقومون بنشر الاخبار المفبركة	83
12	يبين السبب الحقيقي من نشر الاخبار المفبركة	85
13	يبين ما دور منصة الفايسبوك في ظل انتشار الفبركة	87
14	يبين هل تعرض من قبل للابتزاز والتشهير او نشر خبر مفبرك عبر منصة الفايسبوك	88
15	يبين الأسلوب الأكثر استعمالا في نشر الفبركة	89
16	يبين موقف الشباب في حالة تعرضهم للفبركة او التشهير او الابتزاز او التحيل عبر منصة الفايسبوك	91
17	يبين مدى درجة تأثير الاخبار المفبركة على معارف الشباب ومكتسباتهم القبلية	92
18	يبين الاليات التي تستخدم للتأكد من صحة الاخبار	93
19	يبين توزيع العينة هل العصبية المفرطة من مخلفات الفبركة والابتزاز الالكتروني	95
20	يبين توزيع العينة هل الرهاب الاجتماعي من مخلفات الفبركة والابتزاز الالكتروني	96
21	يبين توزيع العينة هل الفبركة الالكترونية سبب في قلة النوم وعدم الاكل	97
22	يبين توزيع مفردات العينة ادا ما كانوا يتسلون أحيانا بنشر اخبار مفبركة	98
23	يبين توزيع العينة حسب تصرف الشباب عندما يعثرون على خبر مفبرك ويعتبر سبقا صحفيا	100

101	يبين توزيع العينة هل الاخبار المفبركة تشجع الشباب على ارتكاب جرائم غير قانونية	24
102	يبين أثر الاخبار المفبركة على أفكار واتجاهات الشباب نحو قضايا المجتمع	25



مقدمة

مقدمة

تعد وسائل الاعلام من أهم الطرق التي يتم من خلالها إيصال المعلومات والايخبار للأشخاص، وتعتبر دافعا أساسيا في بناء المجتمعات من مختلف جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية للأفراد، خاصة في ظل التغيرات التي يشهدها العالم اليوم من ثورة حقيقية في عالم الاتصال وتكنولوجياته وما ظهر من تقنيات عالية متجددة جعل لوظيفة التواصل وظائف أخرى جديدة لم تكن موجودة من قبل اذ استطاع الانسان أن يلغي المسافات ويختصر الزمن، من خلال اقتناء الوسيلة الاعلامية سواء مكتوبة سمعية بصرية أو الكترونية وأصبحت الانترنت من أكثر المظاهر تطورا في تقنيات الاتصال والمعلومات التي نجحت بدرجة كبيرة في فتح طرق جديدة للتواصل أمام الملايين من الافراد للتفاعل من خلال بناء علاقات جديدة عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي التي غيرت أنماط حياة الأفراد اليومية وعلاقاتهم الاجتماعية وطرق تفاعلاتهم التقليدية المألوفة.

وتأتي منصة الفايسبوك في مقدمة هذه الانجازات (فم منصة الفاسبوك تعد من مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت في إحداث ثورة افتراضية على شبكة الانترنت ومواقعها الالكترونية تأسست سنة 2004، كانت مخصصة للطلبة والموظفين ثم تم توسيعها لتشمل كل الاشخاص). وهذه الاخيرة تعتبر فضاء واسع للتعبير ونشر الأخبار وهذا ما يشكل خطرا على مجتمعنا الحالي، وذلك لما ينشر من أخبار مفبركة وكاذبة، هذه الأخبار المفبركة تؤثر على جميع فئات المجتمع وخاصة فئة الشباب الجيل الجديد، لأنها تعتبر من أكثر الفئات استخداما لمنصة الفايسبوك، حيث جعلوا منها منصة رئيسية لطرح قضاياهم التي تهمهم وتشغل بالهم.

من هذا المنطلق جاءت دراستنا لمعرفة: الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك وتأثيرها على الشباب الجزائري دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي منصة الفايسبوك لولاية خنشلة.

ولتحديد ذلك قمنا بتقسيم خطة دراستنا الى ثلاث فصول كالآتي:

الفصل الاول: قمنا بتعريف موضوع دراستنا من حيث تحديد مشكلة الدراسة وطرح تساؤلاتها وأهدافها وأهميتها، وأسباب اختيار الموضوع، وتحديد مصطلحات الدراسة من حيث المنهج المستخدم، وأداة جمع البيانات وشرح العينة المختارة، كما قمنا في هذه الدراسة بتحديد الإطار النظري المتمثل في نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ونظرية إنتشار المبتكرات

الفصل الثاني: جاء تحت عنوان الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك قمنا بتقسيم هذا الفصل الى مبحثين المبحث الاول تحت عنوان فبركة الاخبار عبر منصة الفايسبوك، مقسم الى ثلاث مطالب: المطلب الأول يتحدث عن عصرنة منصة الفايسبوك تحدثنا فيه عن مراحل تطور منصة الفايسبوك ثم في المطلب الثاني تحدثنا عن تطور أساليب الفبركة عبر منصة الفايسبوك، والمطلب الثالث كان تحت عنوان أنواع الفبركة عبر منصة الفايسبوك، المبحث الثاني مقسم الى أربع مطالب: المطلب الأول يتحدث عن أسباب إنتشار الفبركة عبر منصة الفايسبوك، المطلب الثاني يتحدث عن دور منصة في مواجهة الفبركة والمطلب الثالث أهداف نشر الفبركة ثم المطلب الرابع تحدثنا عن تجريم نشر وترويج الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك.

الفصل الثالث: عبارة عن عرض وتحليل نتائج الدراسة، فتطرقنا الى تحليل نتائج اولية في الجداول والتعليق عليها وتحديدها في نسب مئوية لتصل في الاخير الى نتائج النهائية للدراسة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

1_1: بناء الموضوع.

1_1_1: تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

2_1_1: أسباب اختيار الموضوع.

3_1_1: أهداف الدراسة.

4_1_1: أهمية الدراسة.

5_1_1: تحديد مصطلحات الدراسة.

6_1_1: الدراسات السابقة.

2_1: الإطار النظري للدراسة.

1_2_1: نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.

2_2_1: اسقاط النظرية للدراسة.

3_2_1: نظرية إنتشار المبتكرات.

4_2_1: اسقاط النظرية على الدراسة.

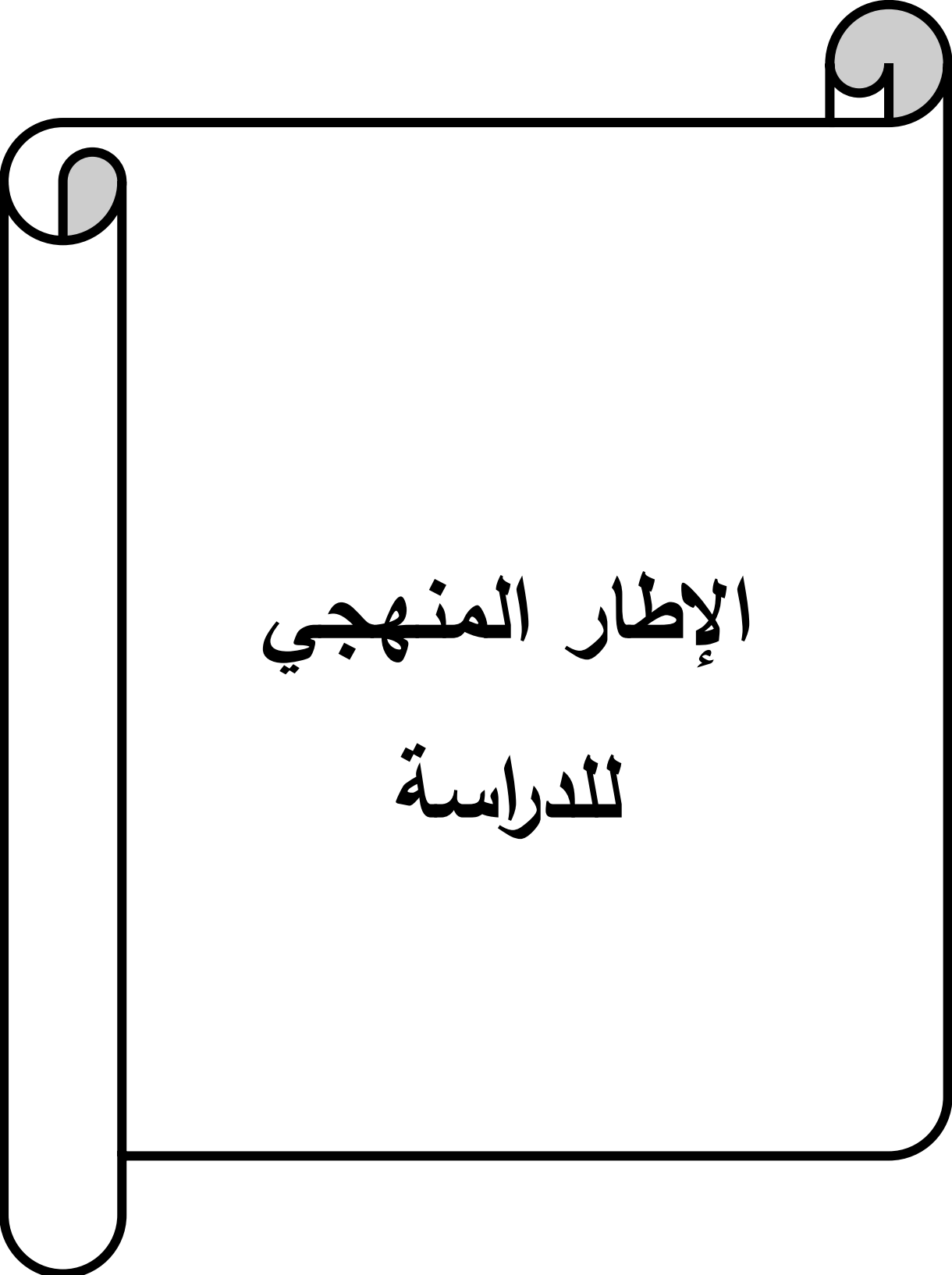
3_1: الإجراءات المنهجية للدراسة.

1_3_1: نوع الدراسة ومنهجها.

2_3_1: تحديد مجتمع الدراسة وعينتها.

3-3-1: تحديد أدوات جمع البيانات.

4-3-1: تحديد مجالات الدراسة.



الإطار المنهجي
لِلدِّرَاسَةِ

1_1: بناء الموضوع

1-1-1: تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

شهد العالم اليوم تطور وانتشار كبيرا خاصة في المجال التكنولوجي، مما أدى هذا الانتشار الى تغيير نمط الحياة البشرية، وأدى هذا التطور الى تحويل العالم الى قرية صغيرة.

ان التطورات التقنية المتواصلة التي يشهدها العالم اليوم خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات جعلت لخدمة الأنترنت أداة ووسيلة للتواصل وتبادل المعلومات على نطاق واسع وفي وقت وجيز، وطبعا هذا بفضل مواقع التواصل الاجتماعي، التي أتاحت عصرا جديدا من الاتصالات التفاعلية وتبادل الآراء ونشر الاخبار بين مختلف فئات المجتمع، ومن بين أهم هذه المواقع هي منصة الفايسبوك التي تعتبر الأكثر استخداما وانتشارا في أوساط المجتمع وخاصة فئة الشباب وهذا لعدة أسباب نذكر منها السرعة في الوصول إلى المعلومة، تقريب المسافات بين الشعوب، دمج الثقافات، لكن لهذه المنصة سلبيات منها الأخبار المفبركة التي أصبحت تشكل خطرا كبيرا على مجتمعنا الحالي وخاصة على فئة الشباب اذ يعتبر من أكثر الفئات استخداما للفيسبوك، وأيضا انتشار ظاهرة الاخبار المفبركة بشكل كبير وسط الشباب ولهذا سنسلط الضوء في هذه الدراسة على:

الاخبار المفبركة Fake news عبر منصة الفايسبوك وتأثيرها على الشباب الجزائري وعليه نطرح الإشكالية التالية :

ما هو تأثير الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك على الشباب الجزائري؟

التساؤلات الفرعية:

1_ ما مدى الثقة التي يضعها الشباب في الأخبار التي تعرضها منصة الفايسبوك؟

2_ كيف يتفاعل الشباب مع الأخبار التي تعرضها منصة الفاييبوك.

3_ ما دور الشباب في ظل انتشار الاخبار المفبركة عبر منصة الفاسبوك؟

4_ كيف تأثر الاخبار المفبركة على الشباب عبر منصة الفاييبوك؟

1_1_2: أسباب اختيار الموضوع

لكل بحث علمي أسباب للدراسة ولكل موضوع دراسة مبررات علمية لإجرائه، ومن هذا المنطلق تمت معالجة ضروريا فرضتها الموضوعية من جهة والجوانب الذاتية من جهة أخرى، ويمكن حصر أهم الاسباب فيما يلي:

1_1_2_1: الأسباب الذاتية:

الاهتمام والميل الشخصي إلى مثل هذا النوع من المواضيع الخاصة بالبيئة الرقمية.

الرغبة في معرفة أثر الاخبار المفبركة عبر منصة الفاسبوك على الشباب.

الموضوع يندرج ضمن تخصصنا العلمي، وهو تخصص الاعلام والاتصال وتحديد السمعى البصري.

1_1_2_2: الاسباب الموضوعية:

قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.

انتشار استخدام منصة الفاسبوك بشكل كبير في الجزائر.

قلة الدراسات نظرا لحدثة الموضوع التي تناولت الاخبار المفبركة Fake news.

1_1_3: أهداف الدراسة:

من الضروري على الباحث قبل الشروع في بحثه أن يضع جملة من الاهداف التي تكون
عونا له، وأساسا يرتكز عليه في توجيه بحثه في مختلف مراحلہ ومحطاته، فلا يمكن تصور بحث

دون

وجود أهداف مسبقة تحكمه هذا من جهة ومن جهة أخرى فإن قيمة أي بحث في العلوم الانسانية والاجتماعية يرتبط ارتباطا وثيقا بقيمة الاهداف والنتائج التي توصل إليها الباحث إلى تحقيقها وعلى قدر علميتها وعمليتها وقيمتها للفرد والمجتمع على حد سواء تكون قيمة هذا البحث.

وتهدف الدراسة الى:

التعرف على مدى الثقة التي يضعها الشباب في الاخبار التي تعرضها منصة الفاسبوك.
مدى تفاعل الشباب مع الاخبار التي تعرضها منصة الفاسبوك.

التعرف على دور الشباب للتصدي للفبركة.

معرفة تأثير الاخبار المفبركة على الشباب الجزائري.

1_1_4: أهمية الدراسة:

إن أهمية أي دراسة تتجلى من خلال مساهمتها في إثراء المشكلة المطروحة بعد تحديد كل متغيراتها تحديدا دقيقا، والتي تشكل الوحدة البحثية لتسهيل معرفة القيمة العلمية والتطبيقية ككل (سارة عايب منال بوتي، 2019، ص16) تتمثل أهمية هذه الدراسة في كونها:

تعالج إحدى مواضيع الساعة، حيث تفيد القارئ برصيد من المعارف وأنها تتناول موضوع حساسا، الا وهو الاخبار المفبركة Fake news عبر منصة الفاسبوك وأثرها على الشباب الجزائري، تتناول ظاهرة اجتماعية خطيرة كانت منذ الازل لكن ازدادت انتشار أكبر في الفترة الاخيرة وهذا لتطور منصة الفاسبوك فيمكن ان تساعدنا هذه الدراسة في معرفة أثر الاخبار المفبركة على الشباب.

1_1_5: تحديد مصطلحات الدراسة:

إن تحديد المصطلح يبدأ أولاً بتحديد إطاره النظري من خلال مراجعة القواميس والمعاجم العلمية، حيث يقوم الباحث بإعطاء التعريف العلمي الشائع لدى الباحثين لهذا المصطلح، ثم تحديد

معناه الاجرائي المستخدم في البحث وفيما يخص دراستنا فإن المفاهيم والمصطلحات التي يجب الوقوف عليها وتعريفها تعريفا دقيقا (سارة عايب منال بوتوي، 2019، ص17) هي: الاخبار - الفبركة - منصة الفايستوك-الاثر.

1_الخبر:

اللغوي: ما ينقل ويحدث به قول أو كتابة، وخبرت بالأمر أي علمته، وخبرت الأمر أي علمته M وخبرت الأمر أي علمته وخبرت الأمر أخبره إذا عرفته على حقيقته، والخبر جمعه اخبار هو: ما اتاك من نبا عن ستخبره. (المنجد في اللغة والاعلام، 1991، ص 167)

الاصطلاحي: الخبر هو المادة الخام التي يقوم عليها الصحافة، وهو وصف لحادث آني يحظى بالاهتمام، وهو الرؤية الموضوعية والكاملة للأحداث ذات الاهمية أو النفع بالنسبة للجمهور حيث تسعى الصحافة للحصول على الخبر من مصادره المختلفة في كل أنحاء العالم، وبشتى السبل المتاحة ومن ثم يتم نقله للناس في مواقعهم ومنازلهم ومكاتبهم، بطريقة موضوعية بتغطية شاملة لكل الاحداث ذات الاهمية أو النفع بالسبة للجمهور. (فاروق أبو زيد، 1997، ص 37)

التعريف الإجرائي: هو كل ما ينقله المستخدمون من معلومات تنقلها لهم وسائل الاعلام او مواقع التواصل الاجتماع

2_الفبركة:

اللغوي: فبرك، يفبرك، فهو مفبرك، فبرك الحديث أي

لفقه. (ptth:\\mlaWWWynam.moc)

الاصطلاحي: إن الفبركة هي تلفيق وكذب وتزوير وتدليس وتلبيس وافتراء، تصنع كي تصدق أو كي تخدم غرض أداري او اقتصادي أو سياسي أو اجتماعي أو ثقافي أو غرض شخصي أو

نحوها وهي بهذا المعنى اعتداء مبتذل على الحقيقة، وعلى كل ما تدور حوله الفبركة، فالمفبرك يستخدم

وسائل تؤثر مباشرة في المعرفة وتؤدي إلى تشويش وعي الناس والفبركة تختلف عن الشائعة في وجوه وتتفق معها في وجوه أخرى. (ptth:\\tammilak.moc)

الشائعة:

هي تصريح يطلق كي يحرف الرأي العام عن الوصول إلى الحقيقة، وتنتشر من دون التحقق من صحة الخبر، أي ان الاختلاف بين الشائعة والفبركة هو أن الشائعة تقوم على اساس صحيح جزئيا. (ptth:\\tammilak.moc)

التعريف الاجرائي: الاخبار التي يتم تداولها عبر منصة الفاسبوك او وسائل التواصل الاجتماعي بدون معرفة مصدرها وعدم التأكد من صحتها.

3_منصة الفاسبوك:

التعريف الاصطلاحي: عرفه قاموس الاعلام والاتصال بأنه موقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت تأسس عام 2004م حيث يمكن نشر الصفحات الشخصية، كان مصمم أصلا لطلاب الجامعات وهيئة التدريس والموظفين ثم تم توسيعه ليشمل كل الأشخاص. (محمود الرشيدى، 2012، ص18)

التعريف الاجرائي: هي منصة افتراضية متاحة لكل فئات المجتمع، نستطيع من خلالها فتح صفحات متنوعة، كما لها استخدامات متنوعة كالتواصل، تبادل الصور، الفيديوهات، نشر الاخبار.

4-الآثر:

اللغوي أي التأثير على الرأي العام وتوجيهه عن طريق استخدام ألفاظ معينة في اللغة وهو ما قد استخدمه هتلر كأسلوب للدعاية له ولاتجاهاته السياسية وقد نجح فعلا في التأثير على الشباب في ألمانيا. (محمد منير حجاب، 2004، ص114)

الاصطلاح: اي التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة، فقد تلفت الرسالة انتباهه ويدركها، وقد تضيف إليه معلومات جديدة وقد تجعله يكون اتجاهات جديدة أو يعدل اتجاهاته القديمة. (محمد منير حجاب، 2004، ص114)

التعريف الاجرائي: هو كل ما تخلفه وسائل الإعلام التقليدية والحديثة أي كل ما تقدمه وسائل الاعلام المسموعة والمرئية والإلكترونية من نتائج مقصودة أو غير مقصودة في تشكيل سلوك الأفراد وقد يكون الأثر نفسي أو اجتماعي.

1_1_6: الدراسات السابقة:

هي كل تلك البحوث والدراسات العلمية التي تتشابه مع البحث الراهن أو تقترب منه في جانب ما وتكون قد أجريت من طرف باحثين آخرين، وتعرف أحيانا باسم الدراسات المشابهة، وعندما نقول الدراسات السابقة فإننا نقصد بذلك تلك الدراسات والبحوث التي اجريت في وقت سابق للوقت الحالي الذي نجري فيه البحث أو الدراسة الراهنة. (سارة عايب منال بوتي 2019، ص19)

الدراسة الاولى: خليدة سافر، عائشة بالطاهر، أثر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام، دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم العلوم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير تخصص اتصال الجماهيري والوسائط المتعددة 2018 / 2019 تمثلت إشكالية الدراسة في:

ما هو تأثير الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام من وجهة نظر الطلبة؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي عدة أسئلة فرعية وهي:

ماهي عادات ودوافع متابعة طلبة علوم الإعلام والاتصال للأخبار عبر مواقع التواصل؟

ماهي انعكاسات انتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام من وجهة نظر الطلبة؟

ماهي الآثار التي تخلفها الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الاتجاهات نحو قضايا الرأي العام من وجهة نظر الطلبة؟

ماهي الآثار التي تخلفها الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مصداقيتها الخبرية على تشكيل الرأي العام من وجهة نظر الطلبة؟

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واداة الاستبيان من اجل الاستطلاع آراء عينة قسدية من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال جامعة ورقلة، ومن النتائج المتوصل إليها:

كشفت نتائج الدراسة:

1-أكدت نتائج الدراسة ان اغلب أفراد العينة يتتبعون الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي بشكل دائم بنسبة 58% وهذا راجع لسهولة الوصول الخبر وسرعة انتشارا وغزارة المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي وكونها الملجأ الوحيد الذي يفرغون من خلاله الضغوطات اليومية وبالتالي ينحازون الاستخدام هذه المواقع.

2-كشفت نتائج الدراسة ان اغلبية الطلبة المبحوثون ليس لديهم وقت محدد لمتابعة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبكثرة بدون تحديد للفترات كما يلجأ لها لتعويض الفراغ والاحباط الاجتماعي عن طريق اللجوء الى هذه المواقع من خلال الوصول الى الآخرين الذين يقدمون له دعم افتراضي من خلال هذه المواقع.

3-اظهرت نتائج الدراسة ان اغلبية الطلبة يفضلون استخدام الهاتف الذكي بنسبة 92,50% ومتابعة الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا راجع لسهولة الاستعمال والسرعة في توصيل

المعلومات والأخبار .

4- أثبتت نتائج الدراسة ان اغلبية الطلبة يرون ان ظاهرة الاخبار الكاذبة افقدت مواقع

التواصل الاجتماعي صدقها وموضوعيتها في نقل الأخبار بنسبة % 61,02

الدراسة الثانية: علواني. حياة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي "الفايسبوك،

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي الفاسبوك لولاية المسيلة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة 2018-2019.

وتمثلت إشكالية الدراسة في هل يتطلع مستخدمي الفاسبوك من الشباب لولاية المسيلة الى التحقق

من الأخبار الزائفة ومصدرها؟

ويندرج تحت هذا السؤال ثلاث اسئلة فرعية:

1- ما مدى مساهمة الفاسبوك في انتشار الأخبار الزائفة؟

2- هل يمكن ربط الاخبار الزائفة بالهويات المجهولة لصاحبها؟

3- ما مدى الثقة التي يضعها الشباب المستخدم الفاسبوك في الأخبار التي يتم نشرها؟

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدموا في أداة جمع البيانات الاستبيان من أجل

استطلاع عينة قصدية آراء من مستخدمي منصة الفاييسبوك لولاية المسيلة، ومن النتائج المتوصل

إليها:

1- توصلت نتائج الدراسة ان اغلب أفراد العينة ذكور بنسبة %53,33 يعود ذلك الى طغيان

عنصر الذكور في مجتمع دراستنا شباب ولاية المسيلة

2- اشارت نتائج الدراسة الى ان اغلبية المبحوثون يتابعون الأخبار مجهولة المصدر على مواقع

التواصل الاجتماعي بنسبة %61,

3- تبين نتائج الدراسة ان اغلبية الطلبة المبحوثون يفضلون منصة الفاسبوك بنسبة 75% وهذا راجع الى انتشار استخدام منصة الفاسبوك بين أفراد العينة بشكل دائم.

الدراسة الثالثة : نصر الدين بوزيان مقالة بعنوان الأخبار الكاذبة، الذباب الالكتروني و تزيف الوعي: سبب الوقاية و مساعي المواجهة حيث حاولت هذه المقالة تسليط الضوء على ظاهرة الاخبار الكاذبة، البلبلة، و تزيف الوعي فبعد الاشارة الى امتدادها التاريخية، تم التركيز على دور و علاقة الانترنت خصوصا بازدهار الأخبار الكاذبة ثم بعد ذلك تشخيص عوامل الانتشار السريع للأخبار الكاذبة مع التطرق لظاهرة الذباب الالكتروني الذي يمثل احد اوجه التضليل و التزيف المعاصرة، ثم ذهب نصر الدين بوزيان الى مساعي مواجهة هذه الظواهر المرضية ذات التأثيرات الجماهيرية الخطيرة وسبل الوقاية منها.

جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

تعتبر هذه الدراسات من أقرب الدراسات المشابهة لدراستنا، حيث أنها تقترب منها كثيرا من ناحية الحدود الموضوعية، وتتناول المتغيرات المعنية بالدراسة في دراستنا الحالية، كما أنها دراسات ميدانية وحديثة نشرت في مجلات علمية محكمة.

وقد تمت الاستفادة من الدراسات السابقة في:

-تكوين نظرة شاملة عن الموضوع محل الدراسة.

-الاستفادة المعرفية وإثراء الجانب النظري والاستفادة من المراجع العلمية ذات الصلة بمتغيرات الدراسة.

-تصميم استمارات البحث وعباراتها.

-الاطلاع على كيفية التحليل والتفسير واستخلاص النتائج .

2_1: الإطار النظري للدراسة:

1_2_1: نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.

نشأة وتطور نظرية الاعتماد:

اهتم بعض الباحثين في العشرينيات بدراسة تأثير وسائل الاعلام على المستوى المعرفي، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساساً إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الاعلام بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة، من ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الاعلام على يد الباحثة "ساندرا بول روكش" وزملائها عام 1974، عندما قاموا بورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات «وطالبوا فيها بضرورة الانتقال من مفهوم الاقتناع لوسائل الاعلام، الى وجهة النظر التي ترى أن قوة وسائل الاعلام كنظام معلوماتي يستمد المعلومات من المصادر النادرة، التي تسيطر عليها وسائل الاعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى، ومن هذا المنطلق تركز نظرية الاعتماد على أن العلاقة بين وسائل الاعلام والجمهور والنظام الاجتماعي تتسم بخصائص اجتماعية من الاعتماد المتبادل الذي تفرضه سمات المجتمع الحديث، حيث يعتمد أفراد الجمهور على وسائل الاعلام كنظام فرعي للإدراك وفهم نظام فرعي عن آخر، وبذلك تمثل وسائل الاعلام مصادر رئيسية يعتمد عليها الافراد والجمهور في انتقاء معلومات على الاحداث الجارية. (شاكر، 2015، ص115)

مفهوم النظرية:

وهو الاعتماد المتبادل بين الافراد ووسائل الاعلام وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد بين وسائل الاعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، اذ يعتمد الافراد لتحقيق اهدافها على مصادر معلومات الاعلام من جمع المعلومات و معالجتها ونشرها وتعتمد فكرة النظرية على استخدامنا لوسائل الاتصال بمعزل من التأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن

ووسائل الاتصال والطريقة التي تستخدم بها وسائل الاتصال، و تتفاعل مع تلك الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع، كما نتأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي تتعامل فيها مع وسائل الاتصال لذلك فإن أي رسالة نتلقاها من وسائل الاتصال قد تكون لها نتائج مختلفة اعتمادا على خبرتنا السابقة عن الموضوع وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة. (إسماعيل، 2003، ص278)

وتقوم علاقات الاعتماد على ركيزتين أساسيتين هما:

الأهداف:

لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

المصادر:

يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الاعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم وتتحكم وسائل الاعلام في ثلاث أنواع من مصادر المعلومات وهي:

1. جمع المعلومات: فالمندوب الصحفي يجمع المعلومات عن أحداث حقيقية أو خيالية تتيح لنا هدف اللعب أو المرح أو الاسترخاء.

2. تنسيق المعلومات: ويشير إلى تنقيح المعلومات التي يتم جمعها بالزيادة أو النقصان، لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي أو فيلم سينمائي.

3. نشر المعلومات: أو القدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدد. (حسن عماد مكاوي ليلى السيد، 1998، ص 314_315)

ويستخدم مؤسس النظرية ملفين ديلفير وساندر بول روكتش، مصطلح المعلومات للإشارة إلى إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الاعلام، ويشيرون إلى أن الفروق التقليدية الأخبار شيء بالمعلومات، في حين أن التسلية ليست كذلك، هي فروق مظلة إلى أن هذا الأسلوب من التفكير غير صحيح لسببين:

1_ يتجاهل الطرق التي يستخدم بها الأشخاص محتويات التسلية لفهم أنفسهم وعالمهم أو العوالم الكبرى التي تتجاوز خبراتهم المباشرة على توجيه أعمالهم وتفاعلاتهم التبادلية مع الآخرين، وقصر فكرة المعلومات على الأخبار فقط سوف يوحي بأن ما يتعلمه الناس من التسلية ليست له أية نتائج هامة على المعاني التي ينشئونها ويتصرفون بموجبها، او على تطبيعهم المجتمع.

2_ عندما نستبعد التسلية عن دنيا المعلومات فإننا نقلل دور اللعب في الحياة الشخصية والاجتماعية رغم الحكمة النفسية والإنسانية المناقضة لذلك فإن اللعب بصفة عامة يعمل بشكل خاطئ. (حسن عماد مكايي ليلي السيد، 1998، ص 314)

تأثيرات وسائل الاعلام على الفرد:

يبدأ الفرد يتصفح وسائل الاعلام بدقة، ليقدر بفعالية ما يرغب في الاستماع إليه أو مشاهدته أو قراءته أو بشخص يتصل بشكل عرض محتويات وسيلة إعلامية وتحدث الخطوات التالية:

1_ يتسم القارئون بالاختيار بالنشاط وينتقي محتوى معين من وسائل الإعلام ويتوقع أن التعرض سوف يساعده على تحقيق هدف أو أكثر من الفهم والتوجيه والتسلية وتعتمد التوقعات على:

_ تجارب وخبرات سابقة.

_ تحادث اصدقاء أو زملاء.

-إشارات يحصل عليها من مصادر من مصادر الإعلام. (حسن عماد مكاوي ليلي السيد، 1998، ص 315_316)

2_ تصبح جوانب أخرى من عملية الاعتماد ذات أهمية، فليس كل الأشخاص الذين يتعرضوا لوسائل الاعلام، سوف يفعلون ذلك بنفس القدر من الاعتماد كما أنه ليس كل الأشخاص لتحرك بواعث اهتماماتهم من خلال فترة تعرض، وتتوقف شدة اعتماد الأفراد على وسائل الاعلام من خلال فروق وهي:

_الأهداف الشخصية.

_الوضع الشخصي والاجتماعي.

_التوقعات فيما يتعلق بالفائدة المحتملة.

_سهولة الوصول إلى المحتويات. (حسن عماد مكاوي ليلي السيد، 1998، ص 317)

3_ يعتبر الاشتراك مفهوما أساسيا فهو يتحدث عن أهمية مشاركة الجمهور ويشير إلى ضرورة الاشتراك والمساهمة النشطة في تنسيق المعلومات، فالأشخاص الذين أثيروا إدراكيا وعاطفيا سوف يشتركون في نوع من التنسيق الدقيق للمعلومات بعد التعرض.

4_ الأفراد الذين يشاركون بشكل مكثف في تنسيق المعلومات أكثر قابلية للتأثر بمحتوى وسائل الاعلام، وتهتم بأغلب بحوث وسائل الاعلام بالآثار الإدراكية او الآثار على الإدراك الحسي

والمواقف والمعرفة والقيم أما الآثار الوجدانية مثل: مشاعر الخوف والسعادة والحب والكرهية فإنها تحظى باهتمام أقل، كذلك فإن الصلة بين أبعاد التأثيرات الإدراكية والسلوكية أقل وضوحا. (حسن

عماد مكاوي ليلي السيد، 1998، ص 318)

آثار الاعتماد على وسائل الاعلام:

يرصد ملفين ديلفير وساندرا بول روكتش مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الاعلام من خلال ثلاث فئات أساسية وهي: الآثار المعرفية. الآثار الوجدانية، والسلوكية

وسوف نفضل فيها فيما يلي:

أولا الآثار المعرفية:

تشتمل الآثار المعرفية لوسائل الاعتماد وفقا لنظريه الاعتماد على: كشف الغموض: تكوين الاتجاهات، ترتيب الاهتمام، واتساع المعتقدات والقيم.

الغموض:

عبارة عن مشكلة ناتجة إما عن نقص في المعلومات أو معلومات بها صراع وتناقض، فالغموض يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقرون إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث أو يفتقرون إلى المعلومات التي تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الاعلام وتشير البحوث السابقة إلى أن نسبة الغموض تزداد حين تقع أحداث غير متوقعة مثل: كانت طبيعية أو اغتيال زعيم سياسي، وحين تقدم وسائل الاعلام معلومات غير متكاملة أو معلومات متضاربة بشأن هذه الأحداث في هذه الحالة يتولد الإحساس بالغموض لدى أعضاء الجمهور، فهم يدركون وقوع الحدث، ولكنهم لا يستطيعون تفسيره أو معرفة أسبابه وأثار احتمالاته المستقبلية وفي حالات عديدة تكون وسائل الاعلام هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات، ويحدث الغموض حين تكون هذه المعلومات غير مكتملة أو يكتنفها الغموض والتضارب، يحدث الغموض للجمهور أيضا في ظروف

التغيرات الاجتماعية السريعة، وتحديث المجتمعات التقليدية والناس اللذين يعتمدون أكثر على وسائل الاعلام هم اللذين يحاولون الحصول على المعلومات بسرعة الازالة الغموض، وبدون الاعتماد على وسائل الاعلام، وقد يحتاج الأمر إلى أيام وشهور وسنوات لكشف أسباب الغموض للمعلومات.

تكوين الاتجاه:

من الآثار المعرفية الشائعة للأفراد اللذين يعتمدون على وسائل الاعلام أنهم يستخدمون معلومات تلك الوسائل في تكوين الاتجاهات نحو القضايا الجدالية المثارة في المجتمع، وقد حدث

ذلك كثيرا بأن ساهمت وسائل الاعلام في تكوين اتجاهات الأفراد نحو قضايا مثل: مشكلة البيئة أزمات الطاقة والفساد السياسي الدعاية لرموز سياسية جديدة وقادة الدين، والعلماء والرياضيين، ونشر المبتكرات وتنظيم الأسرة ويجب عدم إغفال دور العوامل الانتقائية في تكوين اتجاهات الأفراد. (حسن عماد مكاوي ليلي السيد، 1998، ص 325_326)

ثانيا التأثيرات الوجدانية:

المتعلقة بالمشاعر والاحساس مثل زياده المخاوف والتوتر، وأيضا التأثيرات المعنوية مثل الاغتراب عن المجتمع. (سارة عايب منال بوتوي، 2019، ص 30)

ثالثا لتأثيرات السلوكية:

المتتمثلة في الحركة أو الفعل، الذي يظهر في سلوك علني، وهذه التأثيرات الناتجة عن التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية ومترتبة عليهم. (عطاء الله وأحمد شاكر، 2015، ص 240)

فروض نظرية الاعتماد:

كلما زادت التغيرات والازمات في المجتمع، زادت حاجة المجتمع للمعلومات أي تغير اجتماعي وسياسي او اقتصادي يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الاعلام كلما كان النظام الاعلامي قادر على الاستجابة لاحتياجات النظام الاجتماعي أو الجمهور، وفي هذه الحالة ينبغي على النظام الاعلامي أن يتطور.

يختلف الجمهور من حيث اعتماده على وسائل الاعلام الصفوة قد تكون له وسائل اعلامية الخاصة به عبر الوسائل التقليدية، بمعنى أن هذه الصفوة مصادرها في الحصول على المعلومات برقيات او وكالات أنباء وهي متاحة لكل الناس. (عطاء الله وأحمد شاكر، 2015، ص 240)

الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد:

تبالغ النظرية في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الاعلام، واستقلالها على النظام الاجتماعي فوسائل الاعلام غالباً تكون محايدة حيث أنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الاعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر أهمية وسيطرة في المجتمع.

معظم الباحثين عرفوا الاعتماد اجرائياً بالتعرض، رغم أنه ليس كل ما يتعرض لوسيلة يعتمد عليها، فعلى سبيل المثال قد يتعرض الفرد لفترة طويلة في مشاهدة التلفزيون في حين يعتمد على وسيلة أخرى مثل الصحف في اكتسابه للمعلومات السياسية او في موضوع ما. (محمود حسين وإسماعيل، 2003، ص 278)

2_2_1: اسقاط النظرية على الدراسة:

اعتمدنا على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في دراستنا هذه من أجل معرفة مدى تأثير الاخبار المفبركة في منصة الفايسبوك على الشباب الجزائري، وبما أن نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام تحتوي على مجالات التأثير الناتجة عن النظرية وهي: التأثيرات المعرفية والتأثيرات الوجدانية والتأثيرات السلوكية، ثم تظهر العلاقة في أن وسائل الاعلام بما فيها الوسائط الاجتماعية أي منصة الفايسبوك مصادر رئيسة يعتمد عليها الافراد والجمهور في الحصول على الاخبار خاصة في حالة

الاستقرار والتحولات والصراعات داخل البيئة الاجتماعية، التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الاعلام وترتكز في نشاطها على المسائل والاحداث التي ترى أهميتها للنظام الاجتماعي للمستخدمين معاً.

ا_2_3: نظرية انتشار المبتكرات:**نشأة نظرية انتشار المبتكرات**

خلال السنوات الاخيرة من الخمسينيات والستينات، ذهب عدة علماء من المنظرين إلى الاخذ بفرضية تدفق الاتصال على مراحل وقد أخذ بهذا الرأي كثير من دارسي نموذج انتشار المبتكرات، وهذا النموذج قريب الشبه بنظرية تدفق المعلومات على مرحلتين، غير أنه يسمح بالمزيد من الاحتمالات المعقدة لتدفق الاتصال اذ أنه يرى أن تدفق المعلومات ينساب عبر أفراد عديدين. (حسن عماد مكاي، ليلي السيد، 1996، ص254)

ولا يتغير مفهوم قادة الرأي في نظرية انتشار المبتكرات عن مفهومه في نظرية تدفق المعلومات عبر مرحلتين:

الابتكار: هو أي فكرة جديدة أو أسلوب أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة، ففكرة تنظيم الاسرة أو إدخال أساليب في الزراعة أو إستحداث وسيلة اتصالية مثل الهاتف كل ذلك يعتبر إبتكار ويقدم "روجزر" و"شوميكر" نموذجهما كوجهة نظرا مركبة لانتشار المبتكرات في النظام الاجتماعي، ويعد هذا النموذج اسهاما كبير لفهمنا لانتشار الرسائل الاتصالية وتأثيرها، ويتم انتشار المبتكرات حين تنشر فكرة او شيء معين من نقطة الاصل الى المناطق الجغرافية المحيطة بها او شخص لآخر خلال منطقة واحدة. (حسن عماد مكاي، ليلي السيد، 1996، ص254)

وقد وضع الباحثان "روجز" و"شوميكر" عناصر عملية تدفق المعلومات الخاصة بالابتكار من نموذج "دليد برلو" على النحو التالي:

المصدر: المخترعون والعلماء، وعوامل التغيير الاجتماعي، وقادة الرأي.

الرسالة: الابتكار الجديد.

الوسيلة: قنوات وسائل الاعلام، قنوات الاتصال الشخصي.

المستقبل: أعضاء الجمهور في النظام الاجتماعي.

الآثر: تغبر عن الأفكار والاتجاهات والسلوك.

ويفترض هذا النموذج أن قنوات وسائل الاعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول

المبتكرات، يرى الباحثان أن عملية اتخاذ قرار حول انتشار المبتكرات يشمل أربع مراحل:

المعرفة، الإقناع والقرار، التدعيم، الوقت. (حسن عماد مكاوي ليلى السيد، 1996، ص 255_256)

مراحل عملية تبني الأفكار والأساليب المستحدثة:

تمر هذه العملية بخمس مراحل رئيسية حسب الترتيب التالي:

1-مرحلة الوعي بالفكرة:

في هذه المرحلة يسمع الفرد او يعلم بالفكرة الجديدة لأول مرة، ولا يستطيع أحد الجزم بما اذ

كان هذا الوعي يأتي عفويا أو مقصودا ولا يتفق العلماء على أن اهمية هذه المرحلة تركز في

كونها مفتاح الطريق إلى سلسلة المراحل التالية في عملية التبني.

2-مرحلة الاهتمام:

في هذه المرحلة يتولد لدى الفرد رغبة في التعرف على وقائع الفكرة، والسعي الى مزيد من

المعلومات بشأنها، ويصبح الفرد أكثر ارتباطا من الناحية النفسية بالفكرة او الابتكار عنه في

المرحلة السابقة، ولذلك فإن سلوكه يصبح هادفا بشكل قاطع. (حسن عماد مكاوي، ليلى

السيد، 1996، ص 258)

3-مرحلة التقييم:

في هذه المرحلة يزن الفرد ما تجمع له من معرفة ومعلومات عن الفكرة المستحدثة او الابتكار، في ضوء موقفه وسلوكه والاحوال السائدة في الحاضر وما يتوقعه مستقبلا، وينتهي به الامر أن يقرر إما رفض الفكرة أو إخضاعها للتجريب العلمي.

4-مرحلة التجريب:

يستخدم الفرد الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق، كلما كان ذلك ممكنا على سبيل التجربة لكي يحدد فائدتها في نطاق ظروفه الخاصة، فإذا ما اقتنع بفائدتها فإنه يقرر أن يتبناها ويطبقها على نطاق واسع، أما إذا لم يقتنع بجوداها يقرر رفضها.

5_مرحلة التبني:

تتميز هذه المرحلة بالثبات النسبي فالفرد قد انتهى الى قرار يتبنى الفكرة المستحدثة بعد ان اقتنع بجوداها وفوائدها، غير انه يجب ان يتذكر انه في بعض الحالات يتمكن الفرد على عقبيه تاركا الفكرة المستحدثة الاسباب عديدة يتعذر حصرها.(حسن عماد مكاوي، ليلى السيد،1996، ص259)

1_2_4: اسقاط النظرية على الدراسة:

اعتمدنا أيضا على نظرية انتشار المبتكرات في دراستنا من اجل معرفة مدى تأثير الاخبار المفبركة في منصة الفاسبوك على الشباب الجزائري، تتكون عناصر عملية الابتكار من نموذج "دافيد برلو"من مراحل وهي: المصدر. الوسيلة -المستقبل-الرسالة -الأثر، وايضا مراحل تبني الافكار والاساليب المستحدثة وهي خمس مراحل: مرحلة الوعي بالفكرة: في هذه المرحلة يعلم الفرد بالفكرة

الجديدة أو المستحدثة، مرحلة الاهتمام: فبي هذه المرحلة يبدأ الفرد بالاهتمام بالفكرة ويتم بمشاركة
الخبر

مرحلة التقييم: في هذه المرحلة يبدأ الفرد بالبحث عن مصادر أخرى للخبر، مرحلة التجريب: هذه المرحلة تعتبر أهم مرحلة ففي هذه المرحلة يتبين سلوك الفرد تجاه الفكرة المستحدثة أو الخبر، مرحلة التنبؤ: وهي مرحلة تبني الخبر أو المعلومة، فلذا ارتئنا أن نظرية انتشار المبتكرات الأنسب لدراستنا.

3_1: الإجراءات المنهجية للدراسة.

1_3_1: نوع الدراسة ومنهجها:

إن نوع الدراسة وطبيعة الموضوع هما المحددان الأساسيان في اختيار المنهج الملائم لها، تنتمي دراستنا هذه إلى الدراسات الوصفية.

تعريف المنهج:

لغة: هو الطريق ومنه نهج الطريق بمعنى أبانه وسلوكه.

اصطلاحاً: هو الطريق المؤدي للكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير الفعل وتحدد عملياته إلى نتيجة معلومة.

تعريف المنهج المسحي:

يمكننا أن نعرف المسح أو المنهج المسحي بأنه تجميع منظم للبيانات المتعلقة بمؤسسات إدارية، علمية أو ثقافية أو اجتماعية كالمكتبات والمدارس والمستشفيات، ويعتمد عليه في التحليل من خلال المعلومات الكافية والدقيقة عن ظاهر أو موضوع محدد خلال فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية يتم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. (محمد محمود واخرون، 1999، ص 46)

1_3_2: تحديد مجتمع الدراسة وعينتها:

لا يمكن إجراء بحث علمي يخلو من مجتمع البحث الذي يعتبر مجموعة من العناصر، وله خاصية أو عدة خصائص مشتركة يميزها عن العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي.

وانطلاقاً من فكرة التعريف واستناداً إلى دراستنا مسحية، نهدف من خلالها لجمع البيانات من خلال أسلوب العينات، ومعالجتها احصائياً ثم تحليلها للوصول إلى نتائج نستطيع تعميمها على المجتمع الكلي للدراسة (عبيدات وآخرون، 1999، ص 46) فقد اعتمدنا الي تقسيم مجتمع دراستنا كالتالي:

1_ المجتمع الكلي: هو الشباب الجزائري.

2_ المجتمع المتاح: شباب ولاية خنشلة.

تعريف العينة:

هي الجزء الذي يمثل مجتمع الأصل أو النموذج الذي يجري الباحث محور عمله عليه، ولا يمكن أن ينجح البحث إلا إذا كان الباحث يستخدم أساليب خاصة باختيار العينات، أي أن الباحث عند دراسة الأفراد والمجموعات لا يستطيع أن يأخذ كافة الأفراد أو المجتمع بأسره للدراسة، لأن هذا يتطلب جهداً ووقتاً وتكاليف مادية كبيرة. (محجوب وجيه، 2005، ص 149)

بعد تحديدنا لمجتمع الدراسة تحديداً صحيحاً، قمنا بتحديد عينة الدراسة وهي العينة

العشوائية البسيطة.

تعريف العينة العشوائية البسيطة:

أنها ما يتم انتقائه من عينات بصورة تمكن كافة الوحدات في المجتمع الإحصائي للتمثيل والظهور في كل مرة من مرات الاختيار، وبذلك فلكل عينة حجمها واحتمال الاختيار من بين العينات الممكنة. (كامل سالم أبو ضاهر، 2017، ص 6_7)

والعينة العشوائية البسيطة هي العينة التي يكون لكل مفردة من مفردات المجتمع الإحصائي الذي أخذت منه نفس الفرصة بأن تكون ممثلة في هذه العينة، وهي أكثر أنواع العينات الإحصائية شيوعاً، وتستخدم عندما يكون المجتمع الإحصائي متجانساً. (كامل سالم أبو زاهر، 2017، ص 6_7)

وقد اعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة وهذا لأن مجتمع الدراسة كبيراً ومن الصعب استطلاع كافة آرائه نظراً لصعوبة الوصول إليه، ولقد اعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة بشكل يعكس طبيعة هذا المجتمع وهو شباب ولاية خنشلة، ولقد بلغت عينة الدراسة 100 مفردة .

الجنس	التكرار	% النسبة
ذكر	60	60
انثى	40	40
المجموع	100	100

يتمثل الشباب الجزائري الذي يتراوح سنهم من 18 إلى 37 سنة والذين يتابعون منصة الفايسبوك وهم المجتمع الكلي للدراسة، فنظراً لصعوبة دراسة المجتمع الكلي للدراسة قمنا باختيار العينة العشوائية البسيطة تمثلت في شباب ولاية خنشلة المستخدم لمنصة الفايسبوك.

1-3-3: تحديد أدوات جمع البيانات:

قد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة، أو الإجابة على أسئلتها، ويجب على الباحث أن يقرر مسبقاً الطريقة المناسبة لبحثه أو دراسته أو يكون ملماً بالأدوات والأساليب المختلفة لجمع المعلومات لأغراض البحث العلمي. (عليان ربحي مصطفى وعثمان محمد غنيم، 2008، ص 81)

ونحن في دراستنا قد اعتمدنا على الملاحظة والاستبيان لجمع المعلومات المرتبطة بموضوعنا، حيث اعتبرنا هذه الأداة هي الأنسب والأدق في جمع البيانات

الملاحظة:

تعرف الملاحظة بأنها عملية مراقبة أو مشاهدة لسلوك الظواهر والمشكلات والأحداث ومكوناتها المادية والبيئية ومتابعة سيرها واتجاهاتها وعلاقاتها، بأسلوب علمي منظم ومخطط وهادف بقصد التفسير، لتحديد العلاقة بين المتغيرات والتنبؤ لسلوك الظاهرة وتوجيهها لخدمة أغراض الانسان وتلبية حاجاته. (عليان ربحي ومحمد غنيم، 2000، ص144)

اما الملاحظة المباشرة تتم حين يقوم الباحث بملاحظة لسلوك معين، من خلال اتصاله مباشرة بالأشخاص أو الأشياء التي يدرسها. ([aflejd.www//:ptth.ofni](http://www.aflejd.ptth.ofni))

وعليه قد اعتمدنا في دراستنا على الملاحظة المباشرة، التي استدعت وجوب ضرورة الخوض في إشكالية: الأخبار المفبركة Fake news عبر منصة الفاسبوك وتأثيرها على الشباب الجزائري.

استمارة استبيان:

يقصد بها مجموعة من الأسئلة المصممة لجمع البيانات اللازمة عن مشكلة الدراسة، وهي من اهم الوسائل الفعالة لجمع البيانات، شرط ان يكون الباحث على معرفة دقيقة بالبيانات المطلوب جمعها وبكيفية قياس المتغيرات المرغوب دراستها. (محمد عبد الفتاح، حافظ الصرفي، 2002، ص115)

وتعرف أيضا: هي تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيره عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، من اجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة. (سهيل رزق دياب، 2003، ص49)

لتصميم الاستبيان لابد من تحديد الهدف منه في ضوء تحديد مشكلة البحث وأسئلته تم تحويل كل سؤال رئيسي إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية، حيث يرتبط كل سؤال فرعي بجانب من جوانب المشكلة، ثم وضع عدد من الاسئلة المتعلقة من كل موضوع أو جانب الاستبيان.

وقد اشتملت استمارة الاستبيان في هذه الدراسة المحاور التالية:

البيانات الشخصية: اشتملت على مجموعة من الأسئلة الخاصة بالسمات العامة للمبحوثون مثل: الجنس، السن، المستوى التعليمي.

المحور الاول: مدى ثقة الشباب في الاخبار التي تعرضها منصة الفايسبوك.

المحور الثاني: تفاعل الشباب مع الاخبار التي تعرضها منصة الفايسبوك .

المحور الثالث: دور الشباب في التصدي للأخبار المفبركة.

المحور الرابع: تأثير الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك على الشباب.

تحكيم الاستمارة:

وقد اعتمدناها كأداة رئيسية من أدوات جمع البيانات وتم عرضها على مجموعة من الأساتذة، وهم كل من الدكتورة شهرزاد السوفي من جامعة خنشلة والدكتورة زينة جدعون من جامعة خنشلة، وقمنا بتعديل هذه الاستمارة وتدارك الأخطاء والاختذ بالملاحظات قبل البدء في توزيعها.

1-3-4: تحديد مجالات الدراسة:

تتمثل مجالات الدراسة في:

المجال المكاني: المكان الذي أجرينا فيه هذه الدراسة هي الجزائر ولاية خنشلة.

المجال الزمني: هو المجال الذي قمنا فيه بإعداد مذكرتنا والتي قسمت الى ثلاث فصول.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة والذي قمنا بإعداده في الفترة الممتدة بين 24 ديسمبر.

2022 إلى غاية 02 جانفي 2023.

الفصل الثاني: تحت عنوان علاقة منصة الفايستوك بالفبركة في الفترة الممتدة بين 03 جانفي

2023 إلى غاية 04 فيفري 2023.

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة من 01 ماي 2023 إلى غاية 16 ماي 2023.

الفصل الثاني

الأخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك

تمهيد

II -1: فبركة الاخبار عبر منصة الفايسبوك.

II_1_1: عصرنة منصة الفايسبوك.

II_1_2: تطور أساليب الفبركة عبر منصة الفايسبوك.

II_1_3: أنواع الفبركة عبر منصة الفايسبوك.

II_2: علاقة منصة الفايسبوك بالفبركة.

II_2_1: أسباب نشر الفبركة عبر منصة الفايسبوك .

II_2_2: دور منصة الفايسبوك في مواجهة الفبركة.

II_2_3: أهداف منصة الفايسبوك من نشر الفبركة.

II_2_4: تجريم نشر وترويج الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك.

تمهيد:

ليست الاخبار المفبركة وليدة اليوم، فقد كانت احدى وسائل التظليل الأساسية ولا سيما في الحروب وغيرها، ولما لها من القدرة على تغيير الواقع والتأثير في الرأي العام، واليوم مع انتشار الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبح تداول الأخبار المفبركة أكثر سرعة وانتشار وخطر في آن واحد، إذ يصعب في الكثير من الأحيان تعقب مصدر الاخبار غالبا ما تعتمد الى إثارة المشاعر او نشر الخوف، فكثيرا ما يتداولها الناس من دون السعي الى التأكد منها، وأيضا ثقة المواطنين بوسائل الإعلام التقليدية، ووسائل التواصل الاجتماعي بصورة أكبر، للحصول على الأخبار والمعلومات.

1-1: فبركة الاخبار عبر منصة الفاييبوك.

1_1_1: عصرنة منصة الفاييبوك.

كان في البداية عبارة عن مدونة شخصية، كانت نشأتها عام 2004 في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الامريكية من قبل طالب يدعى مارك كوزبيرغ « كانت مدونته أي الفاييبوك محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة من التسجيل في هذه الخدمة، وبعد فترة وجيزة انضم كل من إدوارد وسافرين المدير التنفيذي لشركة، ولد ستين بموسكو، وأندرو ماكولام رسام جرافيك و كريس هيور إلى مارك لمساعدته في تطوير الموقع، وفي شهر مارس 2004 فتح الفاييبوك أبوابه أمام جميع الكليات من جامعات ستانفورد وكولومبيا وبيل، وبعد ذلك اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة واشنطن وجامعة إيفي ليج، وشيئا فشيئا أصبح متاحا للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الامريكية. (الديهى، 2015، ص 435)

وفي شهر يونيو من عام 2004 تم نقل مقر الفاييبوك إلى مدينة بالو آلتو في ولاية كاليفورنيا، وفي 26 سبتمبر من عام 2006 فتح الموقع أبوابه بين جميع البالغين من العمر 18 سنة فأكثر (الصلاح مروى، 2015، ص 252_253) والذين لديهم عنوان بريدي إلكتروني صحيح، وفي نفس العام قرر مارك أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه وكانت النتيجة طفرة كبيرة في عدد من مستخدمي الموقع، وفي أكتوبر 2007 اشترت شركة مايكروسوفت حصة من الفاييبوك نسبتها 1,6% بقيمة 240 مليون دولار، حيث قدرت قيمة الموقع آنذاك بنحو 15 مليون دولار (امين رضا، 2015، ص 115) وفي أكتوبر عام 2008 أعلن القائمون على إدارة، الفاييبوك على اتخاذ مدينة دبلين عاصمة إيرلندا مقرا دوليا له، كما قرر مارك أن يدخل في تعاقدات مع المعلنين الذين يسعون للاستفادة من قاعدته الجماهيرية الواسعة،

حيث لقي عرض لشراء موقعه بمليار دولار ولكنه رفض العرض وفي عام 2010 تطور الموقع بحيث وصل عدد مشتركيه لنصف مليار مشترك، 55 مليون من الوطن العربي. (سارة عايب منال بوتى، 2019، ص 47)

مكونات منصة الفاييبوك:

اللوحي: هناك ثلاثة عناصر هي نفسها في كل صفحة في الفاييبوك لأي مستخدم، مما يعطي بعض النقاط المرجعية المتناغمة هي: الشريط الأزرق، التذليل، شريط التطبيقات، وتسمى هذه العناصر اللوح. (السعدي مؤيد، 2016، ص 173)

الشريط الأزرق: يوجد أعلى كل صفحة في الفاييبوك شريط الأزرق ويمثل الشريط الأساسي والثابت عند فتح واجهة المستخدم، وتساعد الارتباطات في الشريط الأزرق على التنقل في الموقع ويتألف من:

الصفحة الرئيسية: وهي صفحة تضم كل مشاركات الأصدقاء المنظمين إلى المستخدم وتأخذك هذه الصفحة إلى بدايتك في الفاييبوك.

الصفحة الشخصية: وتمثل هذه الصفحة المستخدم خاصة التي تضم سيرة المستخدم التي أنشأها وتضم سيرته الذاتية ومشاركته الخاصة.

البحث عن الأصدقاء: وهي الصفحة التي يمكن فيها رؤية لائحة بكل الأصدقاء جدد للمستخدمين في الفاييبوك، وعند فتح هذه القائمة تتبثق منها قائمة أخرى لخيارات البحث عن الأصدقاء الجدد للمستخدمين ودعوتهم للانضمام.

البريد الوارد: وهو مركز رسائل المستخدم في الفاييبوك، ويعبر الرقم بجانب البريد الوارد عن عدد الرسائل الجديدة الواردة للمستخدم.

الإعدادات: وتمثل مجموعة من الأدوات التي تساعد في عملية تنظيم وإعداد حسابه وفق الكيفية التي يريدھا، عند الضغط عليها سوف تظهر قائمة تتيح للمستخدم صفحة الإعدادات الحساب أو إعدادات الخصوصية كما يضم مفتاح الخروج المستخدم من الموقع واغلاقه نهائيا. (سارة عايب منال بوتی، 2019، ص 50)

طلبات الصداقة: تشعر المستخدم بالطلبات الصداقة الواردة له.

حقل البحث العام: وهو حقل خاص بالبحث عن كل ما يرغب بالحصول عليه المستخدم من الموقع مثل: اشخاص، مجموعات، احداث.

الاشعارات: ويشمل ذلك مجموعة من الاشعارات التي يتم عن طريقها إشعار المستخدم بمشاركة الاصدقاء. (جاب الله، 2018، ص 163)

التذييل: يوجد في أسفل كل صفحة في الفاييبوك لائحة ارتباطات أفقية تسمى التذييل. (السعدي مؤيد، 2016، ص 173)

انشاء صفحة: ويتيح للمستخدم إنشاء صفحة خاصة بمهنته او مشروع خاص به، او اي جانب يرغب المستخدم بالإعلان عنه لتوطيد العلاقة مع جمهوره.

الخصوصية: وتمثل مجموعة من الادوات التي يمكن المستخدم الذي يعطي مؤشرات عن بدء العمل ومعلومات الأمان.

شريط التطبيقات: وهو شريط يضم التطبيقات العامة التي يمكن للمستخدم استعمالها يكون مرئيا ودائما، وهو يحتوي على قائمة تعطيك وصولا سريعا إلى تطبيقاتك في الفاييبوك، وسماحه في الوسط الإنشاء أزرار إرتباط سريع إلى التطبيقات المفضلة كما يوجد برنامج دردشة الفاييبوك على شريط تطبيقات أيضا.

مميزات منصة الفاييبوك:

1. **الملف الشخصي eliforp**: عندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر المعلومات لشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد. (مقدادي خالد، 2013، ص 35_36_37)

2. **اضافة صديق dda dneirf**: وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفايبيوك بواسطة بريده الالكتروني.

3. **انشاء مجموعة spuorg**: تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة الكترونية على الانترنت، أن تنشئ مجتمعنا الكترونيا يجتمع حول قضية معينة سياسية كانت ام اجتماعية ام رياضية... الخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة أو الاصدقاء أو عامة يشترك بها من هو مختم بالموضوع.

4. **لوحة الحائط ilaw**: هي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم (بن كحيل، شهرزاد، 2015، ص 73) بحيث تتيح الاصدقاء إرسال الرسالة المختلفة إلى هذا المستخدم.

5. **نكزه sekop**: يتاح للمستخدمين إرسال نكزه إفتراضية الاثارة إنتباه بعضهم البعض وهي عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بأن أحد الاصدقاء يقوم بترحيب.

6. **الصور serutcip**: خاصية تمكن من تحميل الألبومات والصور من الاجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

7. **الحالة seutats**: التي تتيح للمستخدمين امكانية ابلاغ اصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من اعمال في الوقت الحالي.

8. **التغذية الاخبارية:** التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجمع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك احداث المرتقة واعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

9. **الاعجاب:** هي خاصية لم تكن موجودة عند ظهور الفاييبوك الاول مرة حيث قام المطورون بإصدارها و تعني اعجبت بشيء من صور او ذلك نقوم بنقر على 'emial' .

10. **أزرار التفاعل:** أطلقتها شبكة الفاييبوك العالمية يوم الاربعاء 24 فيفري 2016 وتعتبر الازرار الجديدة عن 05 مشاعر: الحب والضحك والدهشة والحزن والغضب.

مزايا تطور ميتا 2022/2023

التحديث الاول:

اعلنت شركة ميتا عن تغييرات وتحديثات في الخصوصية، وحماية المراهقين، وايضا تحضر شركة ميتا طريقة لمنع المراهقين من التصفح في منصة الفاييبوك وهذا التحديث يحمي المراهقين من التحرش الذي يمكن أن يتعرضوا له، يمكن للمتصفح من خلال هذا التحديث من تحميل وإنشاء إعلانات لنشاط تجاري أو تسويق لمنتج معين خاص بالمبيعات.

ptth//koobecaF.moc

التحديث الثاني:

تم إضافة تحديث جديد في مواقع التواصل الاجتماعي وأيضا منصة الفاييبوك خدمة مدفوعة اسمها deifirevatem بتوثيق حسابات الفاييبوك وأنستغرام مقابل المال، وهذا لحماية الحساب من أي شخص يمكن أن ينتحل صفتك ويعمل الحساب باسمه، ومن متطلبات الاشتراك ان يكون العمر 18 سنة فما فوق مع اشتراك شهري قيمته 12 دولار، الا ان هذه الخدمة متاحة

فقط في أستراليا ونيوزلندا وسوف يتم تعميمها تدريجيا على مستوى العالم.

ptth//koobecaF.moc

II_1_2: تطور أساليب المفبركة عبر منصة الفاييبوك.

أساليب المفبركة عبر منصة الفاييبوك:

1_ أسلوب مباشر (نقل من شخص إلى شخص): تأخذ الشائعات فيها صورة الرواية

الكلامية في أسلوبها القصصي المألوف. (فؤاد علام فهمي مقبل واخرون، 1984، ص

56_57)

2_ أسلوب غير مباشر: حيث بلجا مروج الإشاعة إلى أساليب غير مكشوفة و غير مباشرة

في نشرها وترويجها، ومن هذه الأساليب الأغاني الشعبية، التمثيل الدعابة النكتة، الصورة أو الرسم

الكاريكاتوري ، فالأغاني الشعبية والتمثيل بنوعيه السينمائي والمسرحي يمكن أن يكون وسيلة فعالة

تؤثر في الأوساط وذلك بسبب الطابع الرمزي لها وما تحمله في جوانبها من تعليقات وانتقادات

الغير مباشرة، لوضع معين سياسيا كان أم اقتصاديا أم اجتماعيا، يرددها هؤلاء بعد تقبلها وتبينها

بسبب ما تصادفهم في نفوسهم من هوى ونزعة لنقد ، ورغبة في تنفيس عن شعور مكبوت لديهم،

وأغاني شعبية تشكل أسلوبا قويا من اساليب التواصل الجماهيري. (فؤاد علام فهمي مقبل

واخرون، 1984، ص 56_57)

والدعابة والنكتة بنوعها السياسي واجتماعي، وخاصة الأول من هما زمن الحرب، فهي تعتبر

من أخطر اساليب نشر الشائعات لما لها من تأثير كبير على أنواع الرأي العام وخاصة في أوساط

ذات المستوى الثقافي المنخفض الذي يسهل تأثير فيها واستوائها عن طريق الدعابة والنكت.

وقد استغل خبراء لحرب النفسية السرعة المدهشة التي تنتقل كالفكاهة عادة بين أوساط

الشعب، لذا فهم يقومون أحيانا بتصميم الإشاعة المغرضة على شكل نكتة، فهم يستفيدون من

عذوبة النكته وسرعة انتشارها ومن براءتها كفاهاة لدس السم وتحقيق اهداف دعائية عدوانية محددة، تأخذ الشائعات جاذبية فيه صورة الرواية الكلامية في أسلوبها القصصي.

أما الرسم الكاريكاتوري له قوة بعيدة الأثر والمدى ويمكن انتشاره بين المستويات الثقافية المختلفة بل إن أثره قد يتعدى الإطار المحلي والقومي الذي يتواصل أفراده بلغة معينة واحدة إلى إطار أكثر اتساعا يتعامل أفراده بلغات متعددة لا يصلح مع انتشار الشائعات الكلامية ما يجعل الشائعات المصورة أثرا عميقا وسريعا في ذبوعها (فؤاد علام فهمي مقبل وآخرون، 1984، ص 56_57) وبعد ذلك ومع تطور مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة منصة الفاييبوك تطورت معهم أساليب الترويج الفبركة والتي سنوضحها فيما يلي.

الفبركة الالكترونية:

لا يمكن فهم ازدهار تجارة التضليل وتسويق الفبركة الالكترونية في الجزائر باعتبارها من أكثر الدول العربية تعرضا لهذه الموجة، ومع انتشار وباء كورونا عادت بكثرة وعام الحراك الشعبي الذي شهد كما هائلا من ترويج المعلومة المفبركة كون الحراك أشبه بالحرب السلمية، لا يطلق فيها الرصاص لكن تطلق الشائعات بقوة ولمنصة الفاييبوك. muoyla.moc

[hptt//www.tarame](http://www.tarame)

العوامل الفعالة في نشر الجريمة الالكترونية:

1_ ثورة المعلومات حولت العالم إلى قرية صغيرة، وجاءت الثورة المعلوماتية لتكسر الحواجز.

2_ حرية التعبير، وهي الفكرة التي ظلت محصورة لسنوات طويلة في الوطن العربي،

العتبات سياسية ومصالح مختلفة. (عثمان محمد ملا، 2023، ص31)

الفوتوشوب:

هو محدد رسومات ثم تطور ونشر بواسطة شركة أوديبي لنظام التغيير مايكروسوفت، تم إنشاءه سنة 1988، يتم من خلاله العديد من الاحتمالات، كتزييف الصور ونشرها في مواقع التواصل الاجتماعي التي توتدي الى تشويه سمعة الأشخاص.

ptth//www.inaboc//aruka.moc

استخدامات الفوتوشوب:

1_ دمج الصور:

من المميزات الممتعة في فوتوشوب هي إمكانية استخدام فلاتر مختلفة للإضافة تأثيرات فنية على الصورة وهي كثيرة جدا ومتوفرة بإضافات يمكن زيادتها حسب الحاجة.

ptth//www.inaboc//aruka.moc

تصميم صور ثلاثية الأبعاد D3:

يمكن تصميم نصوص وصور ثلاثية الأبعاد والتلاعب بالونها وحجمها كما يخلو لك.

تصميم واجهات الموقع:

يمكن تصميم واجهات الموقع ببرنامج الفوتوشوب وإعادة تدويدها بكل سهولة، وهذا أمر

جميل في البرنامج. ptth//www.inaboc//aruka.moc

2_ الكتابة على الصور.

3_ إنشاء صور متحركة:

يمكن إنشاء عدة صور متحركة بكل سهولة في برنامج الفوتوشوب فيمكن التحكم بزمن

الصورة وهذا ما يجعل البرنامج مثير للاستخدام وهذه الاستخدامات تساعد مستخدمي منصة

الفايبوبك ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي باسئغالها بطريقة سلبية وهذا لترويج وفبركة الصور والأخبار. [ptth//www.inaboc//aruka.moc](http://ptth/www.inaboc//aruka.moc).

4_الاحتبال عبر منصة فاييبوبك:

يقوم الأشخاص بإنشاء حسابات زائفة واختراق حسابات أو صفحات شخصية وفي العادة تتضمن عمليات إغواء، تشجع الضحايا المحتملين على تقديم معلومات شخصية مثل توقيعاتهم أو معلومات عن حساباتهم المصرفية، ودفع رسوم مسبقة معينة وأكثرها تقدم على أنها رسوم إدارية، يمكن للمحتالين استخدام أسماء حقيقة لأشخاص مشهورين من أجل النصب.

طرق الاحتبال عبر منصة فاييبوبك:

1_ الترويج للزواج فتيات عبر منصة فاييبوبك:

هي من أهم أساليب الاحتبال الجديدة والمتطورة هي الخطبة الإلكترونية وهي منتشرة على كل مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة منصة الفاييبوبك، وهذا الأسلوب يترتب عليه العديد من مشكلات الأسرية، ويأتي هذا الاحتبال في شكل إعلانات على مواقع وهمية أي حسابات مجهولة، وهذه الحسابات تقوم بإنشاء إعلانات لي الذين يريدون الزواج والبحث عن شريك حياتهم والتعرف عليه والتحاور مع الشريك المحتمل، وهذا طبعا مقابل مبلغ مالي، كما حذرت شركة ونسترن يونيون المتخصصة في قطاع تحويل الأموال وإجراء عمليات السداد على مستوى العالم، مستخدمي مواقع الزواج عبر الأنترنت من الوقوع ضحية عمليات الاحتبال المالي المتزايد في الآونة الأخيرة، والذي يستهدف مستخدمي هذه المواقع لتصل حاليا إلى نحو مليار دولار أمريكي سنويا، أي ما يعادل نحو 3,67 مليارات درهم على مستوى العالم، أي الاحتبال عبر منصة الفاييبوبك أصبح خطير ولا يتوقف فقط على الخطبة الإلكترونية بل الوضع أصبح أكثر خطورة

وتحول أيضا إلى تهجير الشباب أي الهجرة غير شرعية. muoyla.moc

[ptth//www.tarame](http://ptth/www.tarame)

2_ الترويج للهجرة الغير الشرعية:

تعتبر قضية الهجرة السرية في دول شمال إفريقيا أكثر رواجاً وانتشاراً بغض النظر عن باقي أماكن العالم بأسره؛ وذلك نتيجة ارتفاع نسبة الفقر والجريمة في الأحياء التي يقيم فيها المهاجرون بعد أن فقدوا الأمل في بلوغ أوروبا وقرروا البقاء في دول العبور الأمر الذي يفاقم من المشكلات الاجتماعية في تلك الأحياء، مما يجعل دول العبور هذه بحاجة إلى مساعدة أوروبية، وبالتالي فقد احتلت مساحة كبيرة من اهتمام وسائل الإعلام وعدد من منظمات المجتمع المدني والمؤسسات الحكومية والإقليمية في الآونة الأخيرة، بعد أن باتت قضية الهجرة غير الشرعية المستقبل الأول للمهاجرين غير الشرعيين من دول شمال إفريقيا، وهذا ما دفع عدد من المحتالين بإنشاء صفحات وهمية تشجع فيها الشباب بالهجرة نحو البلدان الأوروبية وأيضاً يقترحون عليهم مساعدات من أجل تحقيق هدفهم وطبعاً هذا كله مقابل المال ويقومون بفبركة صور ونشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنصة الفاييسبوك من أجل استدراج الضحايا. (فريزة عودية، 2015، ص8)

3_ فبركة الأصوات:

هي تقنية خطيرة جداً في تزيف الصوت عن طريق الذكاء الاصطناعي، باستعمال عدة تقنيات مثل تقنية ekaF peeD التي أصبحت متوفرة بسهولة ويمكنها ان تخدع الانسان والأجهزة الالكترونية. (ptth://lynammla.moc)

II_1_3: أنواع الفبركة عبر منصة الفاييسبوك:

قبل الخوص في أنواع الفبركة لابد أولاً من ذكر مراحل الفبركة وهي:

مرحلة ميلاد الفبركة:

هذه المرحلة تعرف بأنها مرحلة إنتاج الفبركة وتولدها والعرض والطلب عليها، في هذه المرحلة يقوم العدو وعملاء ومضللين والمفبركين في عملية التفكير في فبركة خبر أو تسمى بعملية إنتاج الفبركة وهذا لعدة أهداف منها زرع بذور الشر والفتنة والكراهية بين الجماعات والشعوب، فهم يختارون الطريق المناسب لنشر تلك الفبركة. (هباس بن رجاء الحربي، 2015، ص81)

مرحلة المغامرة أو المجازفة:

وهي مرحلة انتشار الفبركة وتوزيعها بين الناس.

مرحلة قتل أو موت الفبركة:

هذه المرحلة هي النتيجة النهائية لعملية تولد وانتشار الفبركة ونهاية عمرها، فهناك فبركة تدوم اسابيع أو أسابيع أو شهر. (هباس بن رجاء الحربي، 2015، ص107)

أنواع الفبركة: تنقسم الفبركة إلى:

1_ فبركة الأحلام والأمانى:

وهي تلك الفبركة التي تنتشر بين الناس وتجد لديهم تغير أو إشباعا، وهي تنفيس لحاجات وآمال ورغبات الناس نتاج لمجرد التوقع عن حدوث شيء قبل حدوثه. (محمد جمال الفار، 2014؛ ص202)

2_ فبركة الخوف:

تنتشر عندما ينتاب الناس عامل الخوف، في هذه الحالة من القلق يكون الإنسان مستعدا لأن يتوهم أشياء كثيرة ولا يستند إلى الأساس الصحيح وفيها إنذار بالخطر. (محمد جمال الفار؛ 2014 ص202)

3_ الفبركة الاندفاعية:

تنتشر بين الناس في وقت قصير وهي متعلقة بالكوارث والحروب واعمال العنف وتستند إلى انفعالات قوية كالفرع الغضب الفرح. (محمد جمال الفار، 2014، 200)

4_ الفبركة الزائفة:

وهي التي تنتشر ببطيء وبالسرية بين الأفراد، المروجين لهذا النوع من الفبركة يقومون بنشر الفبركة بسرية ويخفون أهدافها الحقيقة ويزيفون المعلومات لتظهر للأفراد أنها معلومة صحيحة. (عثمان محمد مالا؛ 2020؛ ص48)

5_ الفبركة الغاطسة:

تنتشر في ظروف صعبة ثم تختفي أي تغطس لتعاود الظهور مرة أخرى في ظروف مماثلة. (عثمان محمد مالا؛ 2020؛ ص48)

6_ الفبركة الصادقة:

هي ذات مصدر موثوق وحقيقة مؤكدة نقال لاستبيان تأثير الخبر على سامعه، ويتم على ضوءه استنتاج ما يحتاجه ذلك الموضوع من تعديلات وتغييرات قبل إلزام تنفيذه وتطبيقه مثل نشر خبر منحة البطالة في منصة الفاييسوك كان في بداية الامر إشاعة فقط، لكن لقي الخبر ترحيب كبير من قبل الشعب الجزائري ونشر في الجريدة الرسمية وصرح به رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون ودخل حيز التطبيق (سعيود نوال، لملوم مريم 2020 ص48)

7_ فبركة الرعب:

تهدف إلى بث الرعب والخوف في نفوس الناس خاصة عندما تكون الحروب، حيث تدفعهم تلك الشائعات إلى الهروب واليأس وأيضا نشر الكراهية في المجتمع فمثلا عند وقوع زلزال تركيا وسوريا نجد الكثير من صفحات منصة الفاييسبوك يتحدثون عن وجود زلزال آخر في نفس المنطقة وفي تلك اللحظة. (عثمان محمد مالا ، 2020 ص 47)

8_ فبركة الأوبئة والامراض:

ينتشر هذا النوع من الفبركة بشكل كبير، خاصة عند وجود أمراض معدية كفيروس كورونا، وتهدف إلى تخويف الناس وإلحاق الضرر بهم من ناحية النفسية والناحية المادية. (سعيد نوال لملوم مريم، 2020 ص 48)

9- فبركة العنف:

تروج أثناء الكوارث والانهزامات الانتصارات والحروب وهي تنتشر بسرعة بين الأعداء، وهذا النوع من الإشاعات يعتمد على نشر أكذوبة قوية تدفع فئة ما او حتى كل الفئات إلى الغضب والاندفاع مثال.

10_ الفبركة الزاحفة:

وهي تلك الفبركة التي تروج ببطية ويتناقلها الناس همسا وبطريقة سرية، وفي الأخير تنتهي بأن يعرفها الجميع، ويتضمن هذا النوع الاخبار الزائفة التي تروج لعرقلة نضام اقتصادي سياسي أو اجتماعي. (ياسمين محمد ياسين، 2014، ص 128)

2_ علاقة منصة الفاييسبوك بالفبركة**1_2_ أسباب انتشار الفبركة عبر منصة الفاييسبوك:**

عرف العلماء في السنوات الأخيرة تطورا كبيرا في جميع المجالات، وخاصة المجال التكنولوجي الذي أحدث تغير بسبب وسائله وخدماته، وتعد مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة منصة الفاييسبوك واحدة من بين المنصات التي أحدثت نقلة نوعية للإعلام، و لكن لهذه المنصة عدة سلبيات التي ظهرت آثارها على السطح، بعد انتشار استخدامها ومن بين اهم هذه السلبيات فبركة الاخبار، التي زادت انتشارا مع تطور منصة الفاييسبوك وهذا راجع لسرعة تداولها بين الأفراد، وهذا لأن منصة الفاييسبوك تتيح للمستخدمين متابعة أخبار الشخصيات المشهورة والأخبار في كافة المجالات السياسية الاقتصادية الثقافية والاجتماعية، وهذا يسهل للمستخدمين صناعة خبر كاذب أو فبركة صورة مما أدى إلى تغير بنية الفبركة وطريقة انتشارها في المجتمع من نصب واحتيال وفوتوشوب وتغيير الأصوات وصفحات الزواج والاحتفال.

يعد نشر الفبركة من أسس مخاطر إساءة استخدام منصة الفاييسبوك لأنها تساهم في إنتشار الشائعة وتضخيمها بشكل مبالغ فيه في فترة قصيرة لا تستغرق ساعات، وفي ظل منصة الفاييسبوك التي أوجدت مجتمعات افتراضية ذابت خلالها الحدود الجغرافية والقيود الاجتماعية فإن أي شخص يستلم رسالة إلكترونية أو منشور على منصة الفاييسبوك يحتوي على فبركة أو إشاعة، فيرسلها أو يشاركها مع اصدقائه، فإن الفبركة تحتفظ بهيكلتها وجاذبيتها مدة أطول.(سعيد نوال لملوم مريم، 2020ص40، 41)

كما أن الفبركة عبر منصة الفاييسبوك تفتتي مادتها وأدواتها من مصادر مجهولة، عكس الشائعة التقليدية وهذا لأن الفبركة عبر منصة الفاييسبوك تعبر عن محتواها بالنص المكتوب والمنطوق والصوت والصورة والرسوم المتحركة والفيديوهات أحيانا، يعني أن الفبركة عبر منصة الفاييسبوك في تطور خطير وهذا التطور قد يؤثر على الفرد والمجتمع.(نصر الدين بوزيان، 2021ص30، 31)

توجد عدة أسباب يمكن أن تساهم في انتشار المفبركة عبر منصة الفاييبوك ومن بين هذه العوامل سرعة انتقال المعلومات والاخبار بين المستخدمين سواء كانت صحيحة أو كاذبة، وعدم وجود رقابة كافية على هذه الصفحات، وأيضاً صعوبة التفريق بين المعلومات الصحيحة والمعلومات الكاذبة.

لذا فإن انتشار المفبركة يعد من أخطر سلبيات منصة الفاييبوك لا سيما في وقت الأزمات السياسية والاقتصادية وفي ظل غياب دور وسائل الإعلام الأخرى في تغطية تلك الأزمات ورغبة الجمهور في معرفة التفاصيل والتطورات التي تحدث باستمرار

فمنصة الفاييبوك يصعب عليها مراقبة ومتابعة كل الأخبار التي يعرضها المستخدمين وهذا راجع إلى:

بروز فواعل جديدة: بمعنى ان منصة الفاييبوك سمحت بظهور فواعل جديدة تساهم في صناعة المحتوى الإعلامي ففي بعض الحالات تكون مساهمات الأفراد من الجماهير في مواقع إلكترونية تابعة للصحف ومؤسسات الإعلام التي تخصص فضاءات تفاعلية وتشاركية قد تستغل في نشر الأخبار المفبركة، وفي هذه الحالات تكون مساهمات والمشاركات مستقلة عن المؤسسات الإعلامية التقليدية معتمدة على الفضاءات الجديدة التي برزت في البدايات على شكل مدونات ثم أخذت طابعها الشائع باستغلال مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات الفاييبوك، وهي كلها منصات مفتوحة للمشاركة وإنتاج المحتوى الإعلامي الذي يعد ملايين الفيديوهات والصور والمنشورات. (نصر الدين بوزيان، 2021ص32)

صعوبة المراقبة: فالنظر إلى الأعداد الكبيرة من محتويات التي يتم نشرها ومشاركتها يوميا، يصعب مراقبة ومتابعة كل ما ينشر لذلك يجد مروجو الأخبار المفبركة فضاءات مناسبة للتزييف ونشر ما يودونه من افتراءات وإشاعات دون حسيب ولا رقيب، فقلة المراقبة على المنشورات التي تخلف بصاحبها العقاب والمتابعة خصوصا في ظل تنامي كبير للمطالبة بحرية التعبير وهذا ما

صعب علينا التأكد من المعلومات، وأيضاً خطورة مواقع التواصل الاجتماعي، وخاصة منصة الفاييبوك التي تتصل بالأجهزة الخفية و التي تدير حملات واسعة لخدمة مجموعة من الأهداف الجيوبوليسية الأمنية والاقتصادية وغيرها، ويمكن في هذا الإطار الإشارة إلى ما عرفته المنطقة العربية ابتداء من سنة 2010 في ما بات يعرف بالربيع العربي.(نصر الدين بوزيان، 2021ص33)

النشر الواسع: من المزايا المهمة التي أتاحتها الأنترنت لمواقع التواصل الاجتماعي وخاصة منصة الفاييبوك هي النشر الواسع فأرقام التعرض يمكن أن تتجاوز المليون في وقت وجيز، فضلاً عن تعديها للحدود الجغرافية والعوائق القانونية فيمكن للجماهير المنتشرة عبر مختلف مناطق العالم التعرض لهذه المحتويات الإعلامية المفبركة والمضللة، أي سمحت الأنترنت بتجاوز المؤسسات التقليدية أي إلزامية المرور عبر وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية لضمان النشر الواسع، فما تصل إليه بعض المواقع يتجاوز بكثير ما يمكن أن تحققه وسائل الإعلام الجماهيرية التي أصبحت هي الأخرى تلجأ إلى مواقع التواصل الاجتماعي وما تتيحه الأنترنت من فرص للنشر الواسع وسط الجماهير. (نصر الدين بوزيان، 2021، ص 31_32_33)

II_2: دور منصة الفاييبوك في مواجهة الفبركة:

هناك العديد من الجهود والماساعي التي تقوم بها الدول والمؤسسات لمواجهة الفبركة وينصح بها الأفراد العاديين، فعلى مستوى الدول نجد العديد من المبادرات التي أخذت الطابع القانوني أساساً سيما من خلال شن عقوبات ردية لمن يثبت تورطهم في مثل هذه الأعمال المضللة لرأي العام والماساة في بعض الحالات بأمن واستقرارها ومؤسساتها السيادية، وقد افتضت الحاجة لبعض البلدان إلى إنشاء هيئات متخصصة مثل السعودية التي أنشأت هيئة مكافحة الإشاعة في 2012.(نصر الدين بوزيان، 2021 ص41)

اذن فان مظاهر التضليل والفبركة والكذب تفاقمت خاصة في منصة الفاييسبوك، فالعديد من الدول تحاول مكافحة ظاهرة الأخبار المفبركة التي باتت تشغل بشكل متزايد بال الحكومات، ومنه نجد العديد من المبادرات والإجراءات التي تأخذ الطابع القانوني تارة والتوعوي تارة أخرى للتعامل مع المعلومة من خلال حث مستخدمي المواقع الإلكترونية على طرح عدد من الأسئلة والأخذ بعين الاعتبار الاسئلة التالية: من مؤلف المعلومة؟ ما هدف المؤلف؟ ما طبيعة الموقع الإلكتروني والمرسل؟ ما هدف الموقع؟ مصدر المعلومة؟ تاريخ المعلومة؟ وعلاوة على ذلك تحت الحكومات والتقارير الصادرة عن المؤسسات على ضرورة تكثيف نشر المعلومات الصحيحة وتصحيح المعلومات الخاطئة والرد على الأخبار المفبركة، (نصر الدين بوزيان، 2021، ص 44) والحرص على الاستفادة من المزايا التي تتيحها الوسائط الجديدة.

وزيادة على ذلك فهناك عدة حلول المقترحة على الأفراد من أجل التأكد من المعلومة التي تعرض على مواقع التواصل الاجتماعي:

التحقق من صحة الخبر: نقصد به التأكد من مصدر الخبر أي علاقة المصدر بالخبر؟ وكيف وصل إليه؟ ولماذا تم مشاركة هذا الخبر في هذا التوقيت؟ وماهي تداعيات نشره وخلفية المصدر؟ ودائرة علاقاته واهتماماته ومصالحه؟ وهل ينسب هذا المصدر إلى مصادر أخرى؟ أي انه يجب على مستخدمي منصة الفاييسبوك قبل نشر الخبر أو تصديقه التأكد من مصدره من أجل الحد من ظاهرة خطيرة وهي ظاهرة فبركة الأخبار. <http://addiyar.com>.

التحقق من صحة الصورة: التعامل مع الصورة يختلف بين مسألة أخرى قد تكون الصورة مفبركة أو فوتوشوب، وقد تكون الصورة صحيحة أو حقيقة لكن استخدمت في غير سياقها، وقد يكون في الأمر خطأ ما أو قد يكون الأمر مقصودا، كقناة المغاربية تنقل صور من الحراك السلمي الذي حصل في الجزائر بين عامي 2018/2019 وتنقل الخبر تحت عنوان ثورة كبيرة في

الجزائر، وهذا بهدف زرع الخوف والرعب والفتنة في قلوب الشعب الجزائري، وهذه الفبركة أيضا

تستهدف الفنانين والسياسيين وغيرهم. <http://www.tineye.com>.

ولتحقق من صحة الصورة يمكن الاستعانة بمجموعة من التطبيقات مثل:

Tineye reverse image search

Google image

yandex rever image sharch

Bing

التحقق من صحة الموضوع: عندما نجد على مواقع التواصل الاجتماعي خبرا ما، منسوب

إلى موقع اخباري، فلا بد لنا من زيارة الموقع الأصلي الذي نشر الخبر أو قيل انه نشره، فزيارة

الموقع تتيح بالدرجة الأولى التيقن مما إذا كان الموقع قد نشر المادة أم لا، وبالدرجة الثانية معاينة

الموقع نفسه تصميمه ولغته وسجله.

التحقق من صحة الفيديو: قد يصادف أي مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي وخاصة

منصة الفاييبوك، فيديو يرغب في التأكد من صحته، وقد يصادف وجود تعليقات فيها شريط

مصور أثار شكوك المستخدم، وكما الصورة هناك نوعان من الفيديوهات المتلاعب بها، فيديو

صحيح لكنه استخدم على غير حقيقته وفيديو تعرض للتلاعب، يمكننا التحقق من الفيديو

باستخدام الأدوات التالية:

Invid

Youtube tube Dataviewer

وهي أدوات تساعد على التقاط صور من الفيديو والبحث عن مشاهد شبيهة ، إضافة إلى التحقق من حسابات مواقع التواصل الاجتماعي ولاسيما يوتيوب الذي يعد المنصة الأولى لأفلام كهذه ،ويمكن اعتماد تطبيقات مختلفة لمعاينة المشاهد مشهدا مشهدا مثل تطبيق CIV و يمكن الاستعانة بتطبيقات أخرى <http://tineye.com> مثل :

Wikimapla

Suncalc

Google earth

II_2_3: اهداف منصة الفاييبوك في نشر الفبركة:

إن الفبركة عبر منصة الفاييبوك لها العديد من الأهداف نذكر منها:

بث الحقد والخوف والكره والحقد والكراهية والعدوان وزرع بذور الفتنة والشك واليأس في نفوس الجمهور المستهدف.

تشويه سمعة وصورة الأفراد والجماعات والمجتمعات والشعوب والدول والقادة.

تهجير المدنيين عن طريق بث الرعب في قلوبهم، وبيدأ الأفراد بالتفكير بالهجرة نحو المجتمعات المستقرة.

العمل على تكوين الرأي العام أو حبسه أو تعبئته أو تضليله حول موضوع ما يلامس حياة الناس اليومية.

أهداف منصة الفاييبوك في نشر الفبركة:

إخفاء النشاط العسكري.

التقليل من شأن العدو.

تستعمل الفبركة كستار لإخفاء الحقائق أي يعتمد هذا الأسلوب على حقيقة أن الشائعة يمكن أن تخفي الحقيقة، فيقوم أحد المتخصصين المتحاربين بالسماح بتسريب بعض المعلومات ولذلك يصعب على الجانب الآخر اكتشاف الأسرار الحقيقة من الأخبار المفبركة.

الخط من شأن مصادر الأنباء.

لمواجهة شائعة أخرى.

حبس الراي العام.

كشف الحقائق. (سعيد نوال لموم مريم، 2020، ص 43)

II_2_4: تجريم نشر وترويج الاخبار المفبركة عبر منصة الفاييبوك:

تطرقت أغلب التشريعات الجزائية للدول إلى تجريم نشر وترويج الشائعة، واتفقت من حيث كونها تقوم على الركنين الركن المادي والركن المعنوي. (نبيلة رزاق، 2021، ص 384) الذي يصدر عن فاعلها من أفعال وما يترتب عليها من آثار والركن المعنوي المتمثل في الجانب النفسي أو ما يعرف بالإدارة الآتمة.

الركن المادي لجريمة نشر وترويج الشائعة الإلكترونية:

يتمثل الركن المادي هو الماديات المحسوسة للجريمة في العالم الخارجي كما حددتها نصوص التجريم، فكل جريمة لابد لها من ماديات فالقاعدة أنه "لا جريمة بدون ركن مادي" ويقوم الركن المادي لجريمة نشر وترويج الفبركة أو الشائعة الإلكترونية كغيرها من الجرائم، تحتوي على عناصر معينة تتمثل في السلوك الإجرامي محل السلوك الإجرامي النتيجة الإجرامية والعلاقة السببية. (عادل يوسف الشكوى، 2011، ص 159)

تباين موقف المشرع الجزائري من حيث نطاق السلوك الإجرامي لنشر وترويج الفبركة:

يتحقق النشاط الإجرامي لهذه الجرائم في التشريع الجزائري بقيام الفاعل بالنشر عمداً، وبأية وسيلة كانت أخبار، أنباء كاذبة مغرضة بين الجمهور يكون من شأنها المساس بالأمن العمومي أو النظام العام، وهو ما أقرته المادة 196 من تعديل قانون العقوبات 06-20 ويقصد بالنشر عموماً استخدام المكتوبة أو المرئية أو المسموعة سواء كانت نصوصاً أو مشاهداً أو أصواتاً أو صور ثابتة أو متحركة بغرض التداول.

بالنظر إلى أن نص المادة 196 من قانون العقوبات الجزائري يتضح أن المشرع لم يشترط وسيلة معينة لقيام جرائم نشر الأخبار الكاذبة أو المغلوطة، فيمكن أن تقع هذه الجرائم بأية وسيلة كانت بما في ذلك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بجميع أشكالها ومن ذلك مثلاً نشر أخبار تتعلق بفساد أحد الموظفين الساميين في الدولة أو أخبار أخرى تتعلق بالوضع الصحي للبلاد وخاصة في ظل ما مر به العالم من تفشي لجائحة كورونا حيث كثرت الإشاعات عبر وسائل التواصل الاجتماعي سواء تلك المتعلقة بكيفية انتشار الفيروس كوفيد_19 أو حتى ترويج الإشاعات التي تتعلق باستخدام عقاقير وطرق لعلاجه والقضاء عليه نهائياً. (قعيد إبراهيم بخت إبراهيم، 2017، ص 51)

العقوبة المقررة على نشر أو ترويج الشائعات الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في القانون الجزائري:

نص المشرع الجزائري على العقوبة المقررة لجريمة نشر وترويج الشائعات الإلكترونية أي الفبركة بموجب نص 196 مكرر من قانون العقوبات المعدلة بموجب القانون رقم 06_20 كما يلي "يعاقب بالحبس من سنة إلى ثلاث سنوات وبغرامة مالية من (100.000 دج إلى 300.000 دج) كل من ينشر أو يروج عمداً بأي وسيلة كانت أخبار أو أنباء كاذبة أو مغرضة بين الجمهور يكون من شأنها المساس بالأمن العمومي أو النظام العام تضاعف العقوبة في حالة العود.

نلاظ أن المشرع الجزائري قد شدد العقوبة في حالة نشر وترويج الشائعة بشكل عام بما في ذلك تلك التي تتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنصة الفاييبوك.

الفصل الثالث:

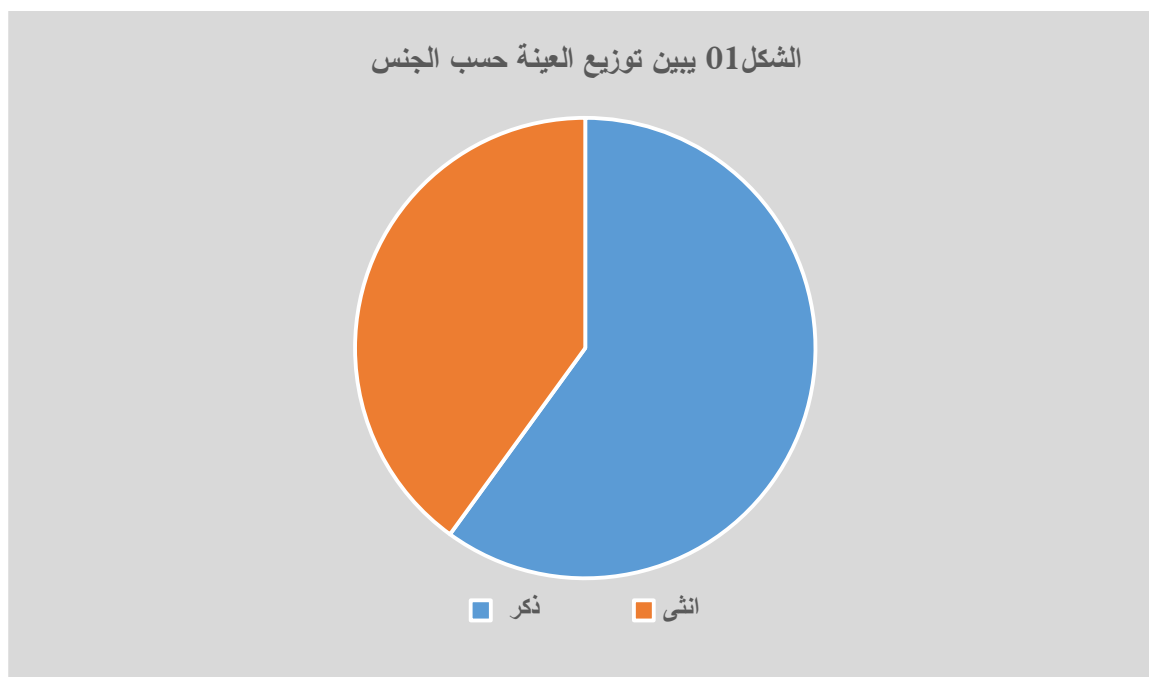
الإطار التطبيقي للدراسة.

تحليل نتائج الدراسة

الجدول رقم 01: بين توزيع العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	% النسبة
ذكر	60	60
انثى	40	40
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 01، استمارة الاستبيان



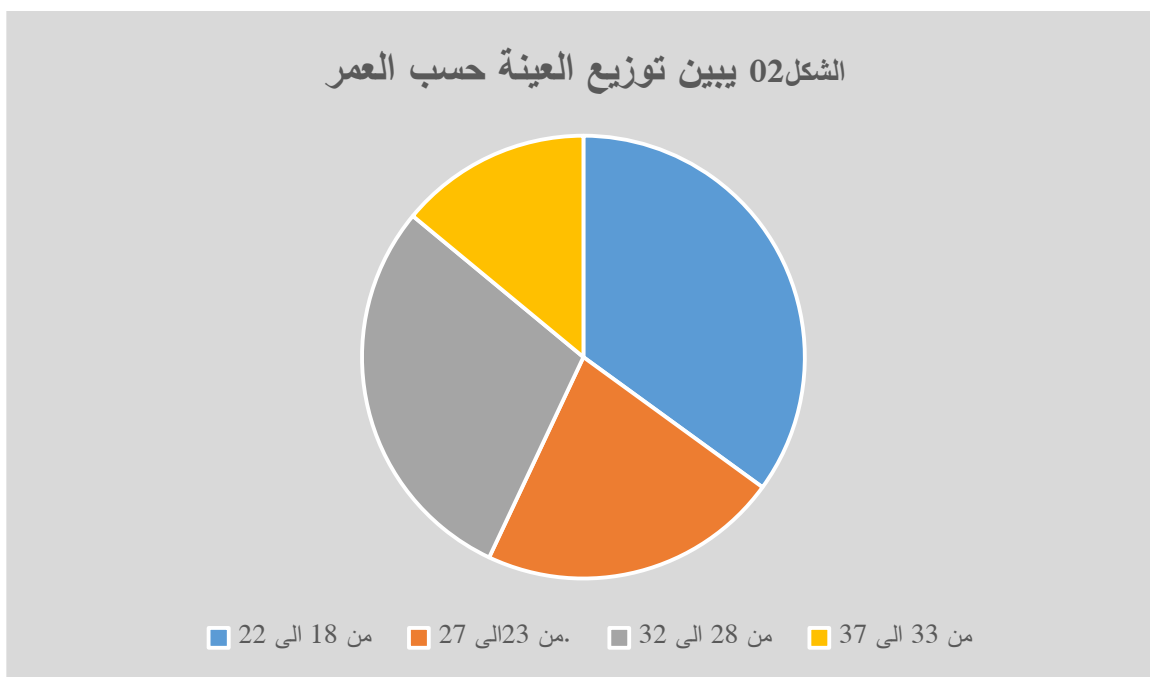
نلاحظ من خلال الجدول رقم 01 والدائرة النسبية والرسم البياني ان نسبة الذكور تفوق نسبة الاناث حيث تقدر نسبة الذكور ب: 60% في حين نسبة الاناث تقدر ب: 40% وهذا يعود في حب

الشباب وخاصة الذكور في الاستطلاع واختصار المسافات والوقت من خلال التصفح عبر منصة الفايسبوك وأيضا يستخدم الذكور منصة الفايسبوك لترفيهه والتسلية وقضاء أوقات الفراغ مع الآخرين وأيضا التعامل المباشر مع الأصدقاء المحادثات الفورية ومكالمات الفيديو المباشر وغيرها وهذا ما جعل الذكور يستخدم منصة الفايسبوك أكثر من الاناث .

الجدول رقم 2: بين توزيع العينة حسب متغير العمر

العمر	التكرار	% النسبة
من 18 الى 22	35	35
من 23 الى 27	22	22
من 28 الى 32	29	29
من 33 الى 37	14	14
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 02، استمارة الاستبيان



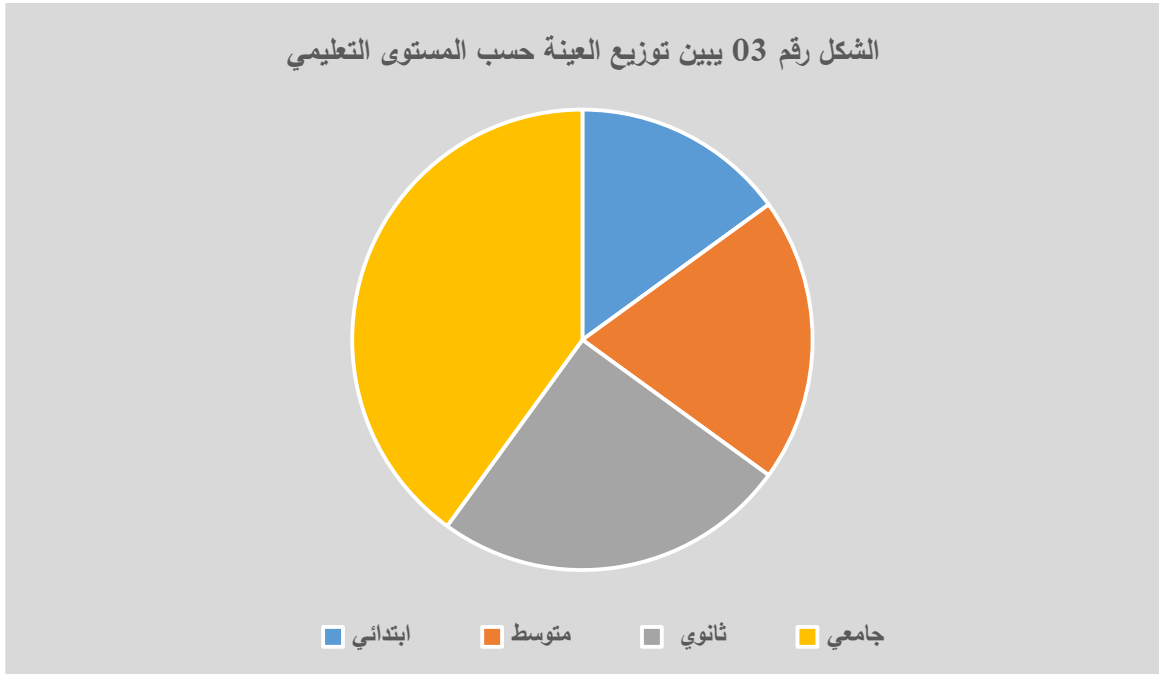
يبين من خلال الجدول رقم 02 والدائرة النسبية أن أعلى نسبة من أعمار أفراد العينة تعود للفئة العمرية من 18 الى 22 سنة بنسبة 35% ثم تليها الفئة العمرية الثانية من 28 الى 32 سنة بنسبة 29% ثم تليها الفئة العمرية الثالثة حسب ترتيب أفراد العينة من 23 الى 27 سنة بنسبة 22% ثم تأتي الفئة العمرية الأخيرة من 33 الى 37 بنسبة 14% ومنه نستنتج أن أعلى فئة عمرية مستخدمة لمنصة الفاسبوك هي الفئة من 18 الى 22 سنة وهذا راجع لأن هذه الفئة الأكثر مواكبة للتطورات التكنولوجية بينما الفئة العمرية من 33 الى 37 سنة فهي تدل على قلة هذه الفئة لمتابعة منصة الفيسبوك بالإضافة إلى أن التوزيع كان بطريقة عشوائية ولم نراعي فيه اختيار الفئات قصدياً.

الجدول رقم 3: بين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
15	15	ابتدائي

20	20	متوسط
25	25	ثانوي
40	40	جامعي
100	100	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 03، استمارة الاستبيان



وضح الجدول رقم 03 والرسم البياني ان المستوى التعليمي الجامعي هم الأكثر استخداما لمنصة الفاسبوك وهذا بنسبة تقدر ب:40% ثم يليه المستوى الثانوي بنسبة تقدر ب:25% ثم المستوى المتوسط بنسبة 20% و أخيرا المستوى الابتدائي بنسبة 15%.

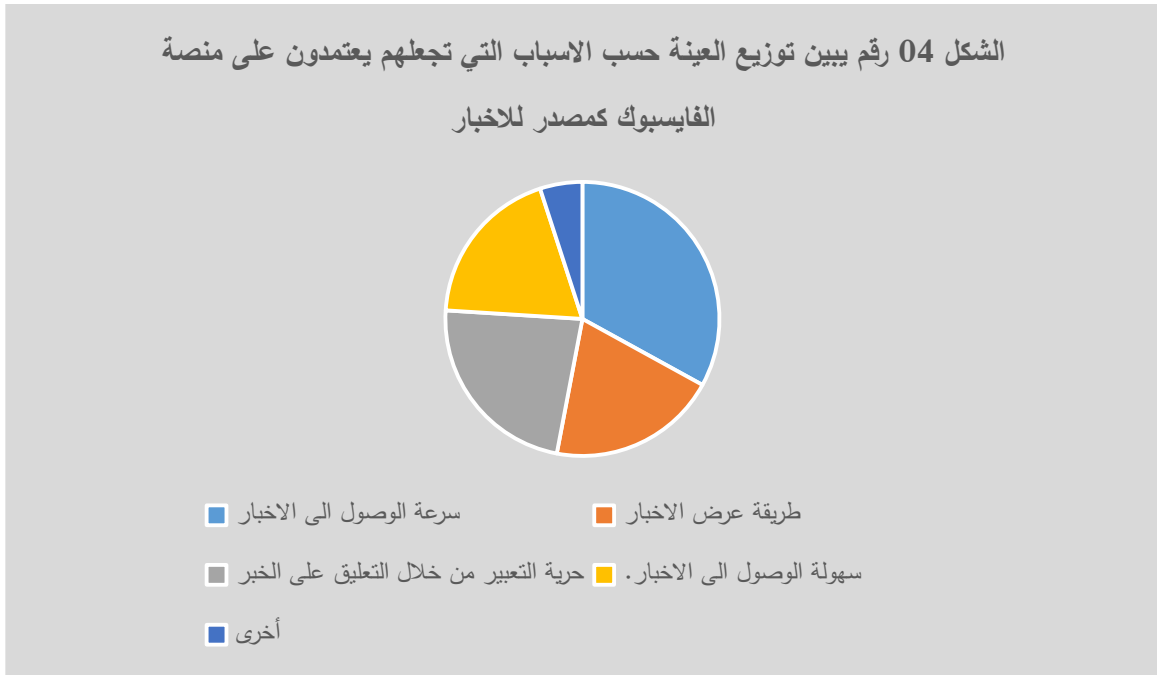
من خلال الجدول نلاحظ أكبر نسبة من المبحوثون تعود الى المستوى الجامعي بنسبة 40% وذلك راجع الى ان الجامعيين لهم من المستوى الثقافي الذي يجعلهم مقبلين ومهتمين بمنصة الفاسبوك وأيضا أن الفئة التي تدرس في الجامعة من أكثر الفئات استخداما لمنصة الفاسبوك

وهذا للبحث عن المراجع وتبادل المعلومات كونهم مقبلين عن التخرج، وينطبق ذلك على الفئة التي تدرس في المستوى الثانوي ولكن بأقل درجة، بينما الفئة التي تدرس المتوسط والابتدائي فهم أقل نسبة، بالإضافة إلى أن التوزيع كان بصفة عشوائية لم نراعي الاختيار القصدي لأفراد العينة .

الجدول رقم 04: يوضح توزيع العينة حسب الأسباب التي تجعلهم يعتمدون على منصة الفاسبوك كمصدر للأخبار

س 4	التكرار	% النسبة
سرعة الوصول الى الاخبار	33	33
طريقة عرض الاخبار	20	20
حرية التعبير من خلال التعليق على الخبر	23	23
سهولة الوصول الى الاخبار	19	19
أخرى	05	05
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 04، استمارة الاستبيان

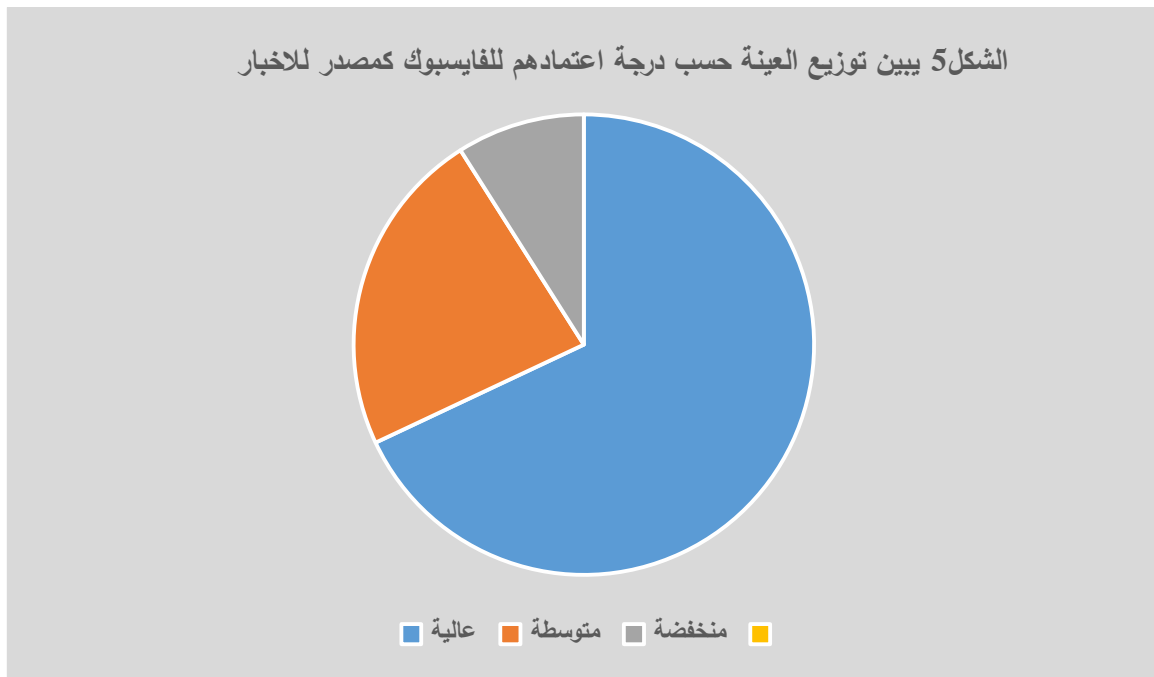


يبين الجدول رقم 04 والدائرة النسبية أن أكبر سبب يجعل الشباب يعتمد على منصة الفاسبوك كمصدر للأخبار هو سرعة الوصول للأخبار وهذا بنسبة 33% ثم السبب الثاني هو حرية التعبير من خلال التعليق على الخبر بنسبة 23% ثم السبب الثالث هو طريقة عرض الاخبار بنسبة 20% ثم سهولة الوصول للخبر بنسبة 19% وأخيرا هناك أسباب آخر تجعل الشباب يعتمد على منصة الفاسبوك كمصدر للأخبار بنسبة 5% ومنه نستنتج ان أكبر سبب يجعل الشباب يعتمد على منصة الفاسبوك كمصدر للأخبار هو السرعة أي سرعة الوصول للأخبار بنسبة 33% ويرجع ذلك أيضا إلى الإقبال الكبير على منصة الفايسبوك لتمضية الوقت فهم يعتمدون على منصة الفايسبوك كمصدر للأخبار وهذا لسرعة الوصول للأخبار بنسبة كبيرة، وأيضا سهولة استخدام هذه المنصة وهذا ما توصلت إليه الدراسة السابقة ل: خليفة سافر و عائشة بالطاهر أثر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام دراسة مسحية على عينة من طلبة الاعلام والاتصال جامعة ورقلة.

الجدول رقم 05: يوضح توزيع العينة حسب درجة اعتمادهم على منصة الفاسبوك كمصدر للأخبار

س 5	التكرار	% النسبة
عالية	68	68
متوسطة	23	23
منخفضة	09	09
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 05، استمارة الاستبيان



نستنتج من خلال الجدول رقم 05 والرسم البياني ان درجة اعتماد الشباب على منصة الفاسبوك كمصدر للأخبار عالية بنسبة 68% ثم الاحتمال الثاني أي درجة اعتماد المبحوثون

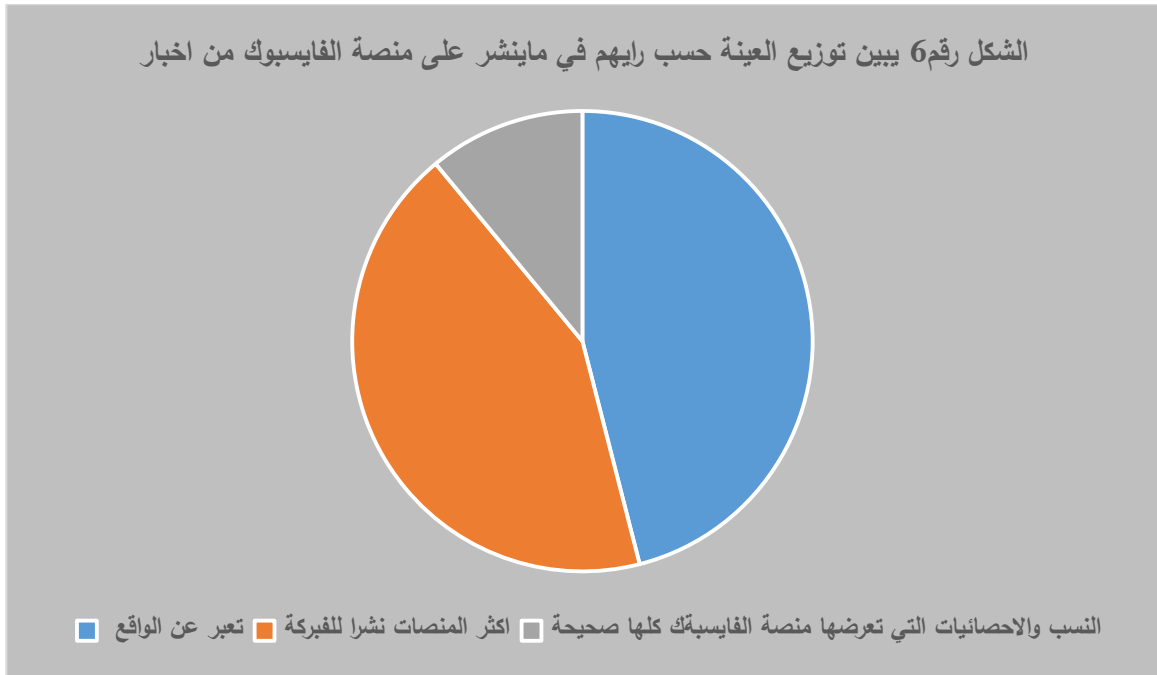
على منصة الفاسبوك كمصدر للأخبار اعتماد متوسط بنسبة 23% وهناك فئة قليلة من افراد العينة لا تعتمد على منصة الفاسبوك كمصدر للأخبار بنسبة 09%.

ومنه نستنتج ان اغلب افراد العينة يعتمدون على منصة الفاسبوك كمصدر للأخبار بنسبة 68% وهذا راجع لسهولة استخدام منصة الفاييسبوك وأيضا سهولة الوصول إلى المعلومة ويميل الكثير من الشباب لاستخدامه لأنه فضاء للتعبير عن الآراء بكل أريحية، وهذا ما أكدته الدراسة السابقة ل **علواني حياة** الاخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي الفاييسبوك دراسة مسحي على عينة من مستخدمي الفاييسبوك لولاية المسيلة

الجدول رقم 6: يوضح توزيع العينة حسب رأيهم حول ما ينشر في منصة الفاسبوك من اخبار

س 6	التكرار	%النسبة
تعبير عن الواقع	46	46
أكثر المنصات نشرا للفيركة	43	43
النسب والاحصائيات التي تعرضها منصة الفاسبوك كلها صحيحة	11	11
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 06، استمارة الاستبيان



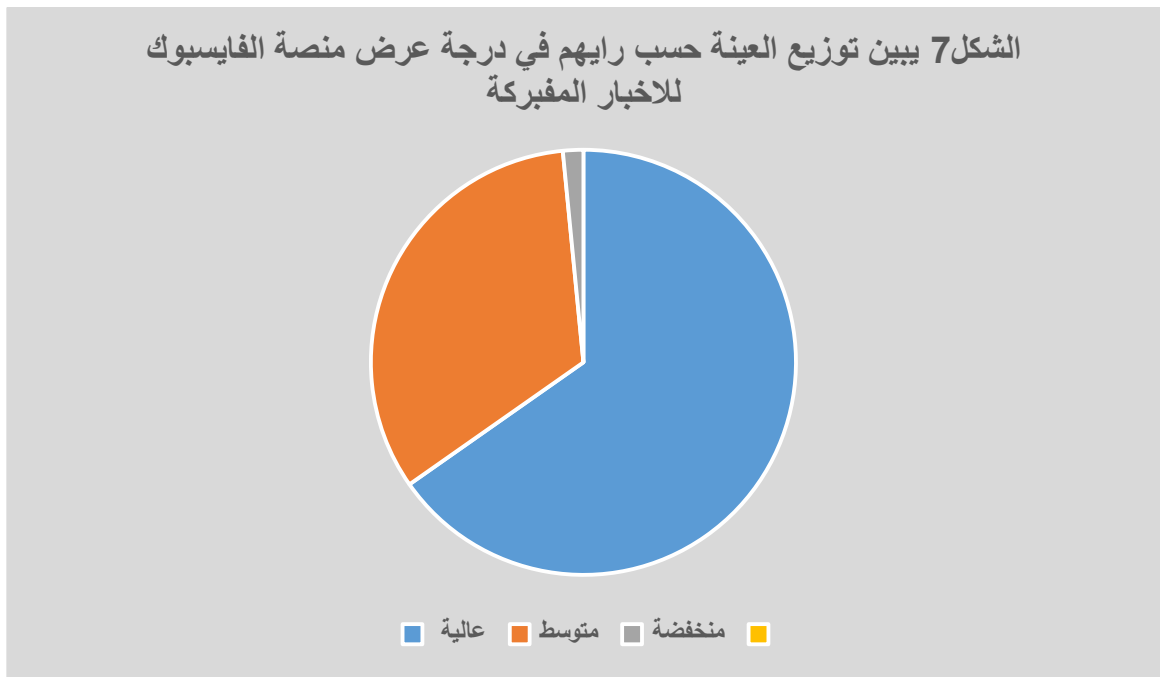
يبين الجدول رقم 06 و الدائرة النسبية ان حسب رأي افراد العينة حول ما ينشر في منصة الفاسبوك من اخبار فيرون ان الاخبار التي تعرض على منصة الفاسبوك تعبر عن الواقع بنسبة 46% وايضا يرون ان منصة الفاسبوك هي من اكثر المنصات نشرا للمفبركة بنسبة 43% وأيضا النسب والاحصائيات التي تنشر على منصة الفاسبوك كلها صحيحة بنسبة 11% .

حسب رأي افراد العينة ان الاخبار التي تعرض على منصة الفاسبوك معظمها تعبر عن الواقع بنسبة 46% فيرى الشباب أن منصة الفاسبوك تساعد في معرفة ما يدور حولهم وأنها تعبر عن الواقع بنسبة كبيرة، وهذا راجع إلى كثرة تصفح الشباب لمنصة الفاسبوك وهذا لسهولة استعمالها وقلة تكاليفها ولانتشارها ضمن مختلف شرائح المجتمع

الجدول رقم 7: يوضح توزيع العينة حسب رأيهم في درجة عرض منصة الفاسبوك للأخبار المفبركة

س 7	التكرار	% النسبة
عالية	59	59
متوسطة	30	30
منخفضة	11	11
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 07، استمارة الاستبيان



يوضح الجدول رقم 07 والدائرة النسبية ان حسب رأي أفراد العينة درجة عرض الفاسبوك

للأخبار الكاذبة عالية بنسبة 59% ثم متوسطة بنسبة 30% واخير منخفضة بدرجة 11%.

ومنه نستنتج حسب رأي أفراد العينة ان درجة عرض منصة الفاسبوك للأخبار الكاذبة عالية

بنسبة 59% وبالتالي أي نسبة عرض منصة الفايسبوك للأخبار المفبركة بنسبة عالية وهذا راجع

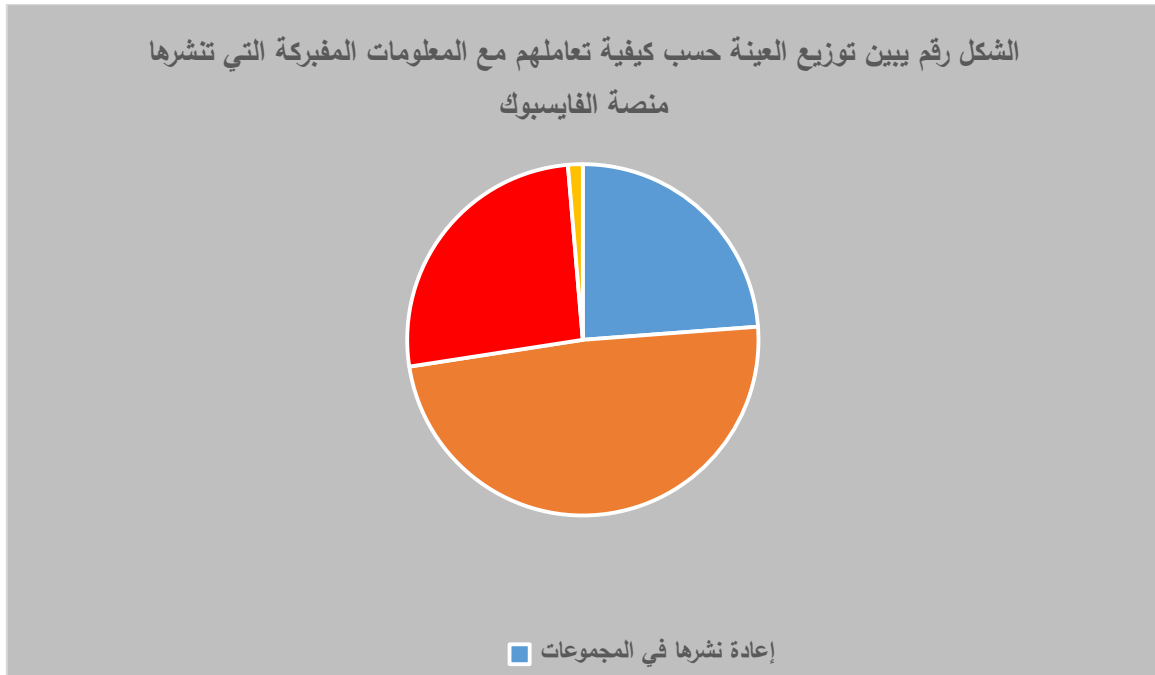
لعدة أسباب نذكر منها صعوبة المراقبة أي يصعب على منصة الفايسبوك مراقبة كل الأخبار التي

تعرضها منصة الفايسبوك وأيضا النشر الواسع أي سهولة ونشر الاخبار عبر مختلف البلدان وهذا ما يسهل في سرعة والانتشار الواسع للأخبار الكاذبة وبروز فواعل جديدة أي ظهور أهداف وفواعل جديدة يقوموا بها المحتالين عبر منصة الفايسبوك عن طريق عرض خبر كاذب من أجل الاحتيال على مستخدمين منصة الفايسبوك كما عروض الزواج والهجرة الغير شرعية وهذا ما تم ذكره في الدراسة .

الجدول رقم 8: يوضح توزيع العينة كيفية تعاملهم مع المعلومات المفبركة التي تعرضها منصة الفاسبوك

س 8	التكرار	% النسبة
إعادة نشرها في المجموعات	21	21
مشاركتها مع الأصدقاء	43	43
عدم الاهتمام بها	23	23
محاولة تحذير مستخدمي الفاسبوك من الصفحة	13	13
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 08، استمارة الاستبيان



يوضح الجدول رقم 08 والدائرة النسبية التعامل مع الاخبار المفبركة التي تعرضها منصة الفاسبوك ان معظم افراد العينة يشاركونها مع الأصدقاء بنسبة 43% ثم تليها نسبة 23% من أفراد العينة اللذين لا يهتموا للأخبار المفبركة وهناك فئة من العينة اللذين يقومون بإعادة نشر الاخبار المفبركة في مجموعات بنسبة 21% وأخيرا محاولة تحذير مستخدمي الفاسبوك من الصفحة بنسبة 13% تؤكد نتائج الدراسة أن معظم أفراد العينة يقومون بإعادة نشر الأخبار المفبركة مع أصدقائهم بنسبة كبير وهذا في حب الشباب للاستطلاع والكشف عن كل ما هو جديد وأن أكثرهم ينشرون المعلومات من أجل الشهرة فقط .

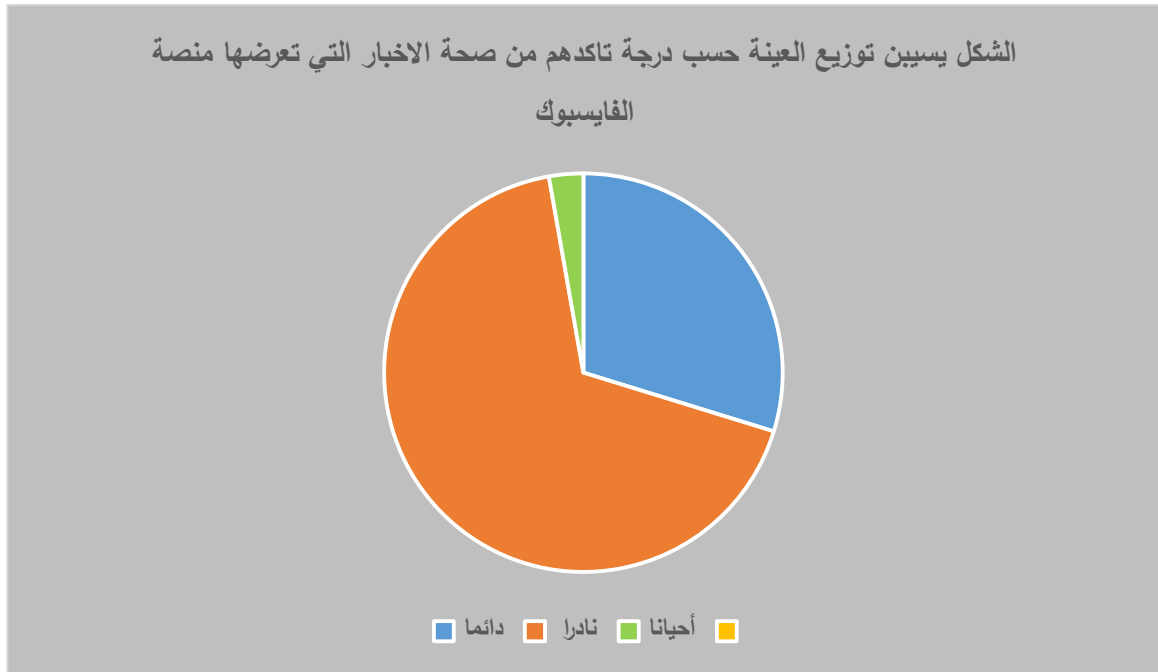
ومنه نستنتج أن معظم أفراد العينة يقومون بنشر الاخبار المفبركة مع اصدقائهم بنسبة 43% وهذا ما يساعد في نشر الاخبار المفبركة عبر منصة الفاسبوك وأيضا يشكل خطر كبير على جميع فئات المجتمع وليست فئة الشباب فقط وهذا ما يساعد في سرعة انتشار الاخبار المفبركة وسط الشباب وأن معظم الشباب يقومون بنشر المعلومات المفبركة مع أصدقائهم بنسبة كبيرة وهذا لحب الشباب للاستطلاع وحب عن كل ما هو جديد وأن أكثرهم يشاركون المعلومات المفبركة مع

أصدقائهم من أجل تصحيحها بالإضافة إلى أن التوزيع كان بصفة عشوائية لم نراعي الاختيار القسدي لأفراد العينة .

الجدول رقم 9: يوضح توزيع العينة حسب درجة تأكدهم من صحة الاخبار التي تعرضها منصة الفاسبوك.

س 9	التكرار	% النسبة
دائما	15	15
نادرا	34	34
أحيانا	51	51
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 09، استمارة الاستبيان



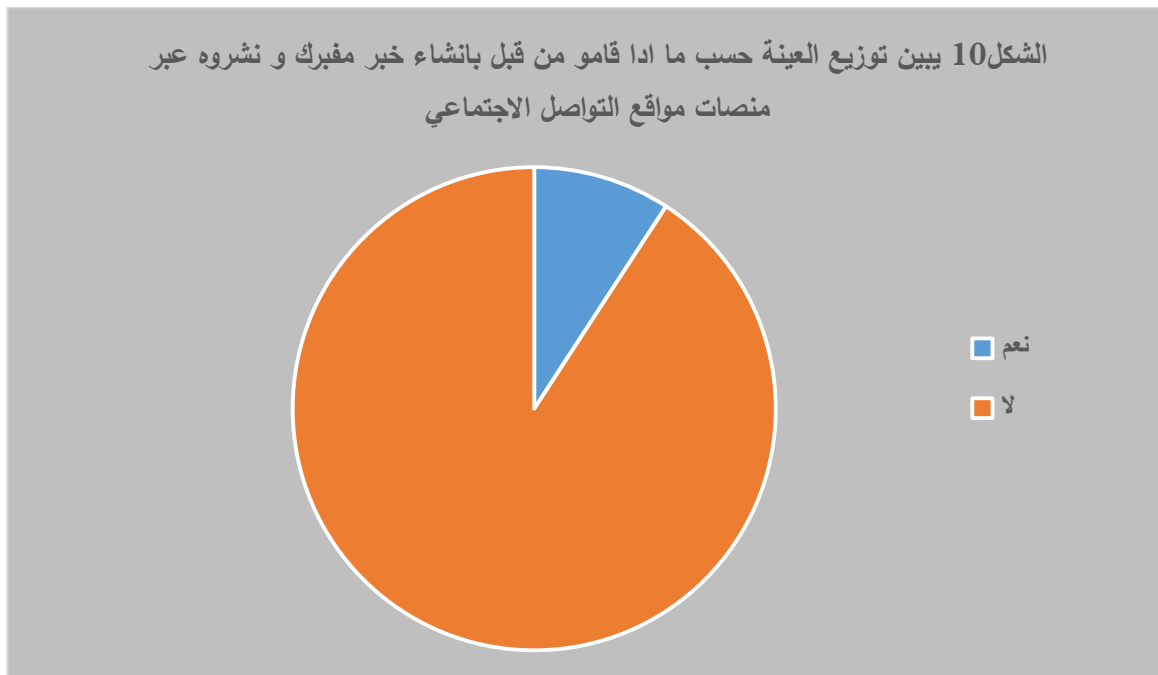
يوضح الجدول رقم 09 والدائرة النسبية توزيع العينة حسب تأكد الشباب من صحة الاخبار عبر منصة الفاسبوك ومنه نستنتج أن معظم افراد العينة أحيانا ما يتأكدون من صحة الأخبار وهذا بنسبة 51% ثم تليها نسبة 34% من أفراد العينة اللذين نادرا ما يتأكدون من صحة الأخبار عبر منصة الفاسبوك وأخيرا نسبة 15% من الشباب اللذين دائما ما يتأكدون من صحة الأخبار عبر منصة الفاسبوك.

ومنه نستنتج ان الشباب أحيانا ما يتأكدون من صحة الأخبار عبر منصة الفاسبوك وهذا بنسبة 51% وهذا ما يساعد في نشر الأخبار المفبركة عبر منصة الفاسبوك تؤكد نتائج الدراسة أن معظم الشباب لا يتأكدون من صحة لأخبار المنتشرة عبر منصة الفايسبوك وهذا ما يساعد في سرعة نشر الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك وانتشارها بشكل كبير وسط الشباب وهذا يؤثر بشكل سلبي على الفرد والمجتمع .

الجدول رقم 10: يوضح توزيع العينة حسب ما إذا قاموا من قبل بإنشاء خبر مفبرك ونشره عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي

س 10	التكرار	% النسبة
نعم	19	19
لا	81	81
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 10، استمارة الاستبيان

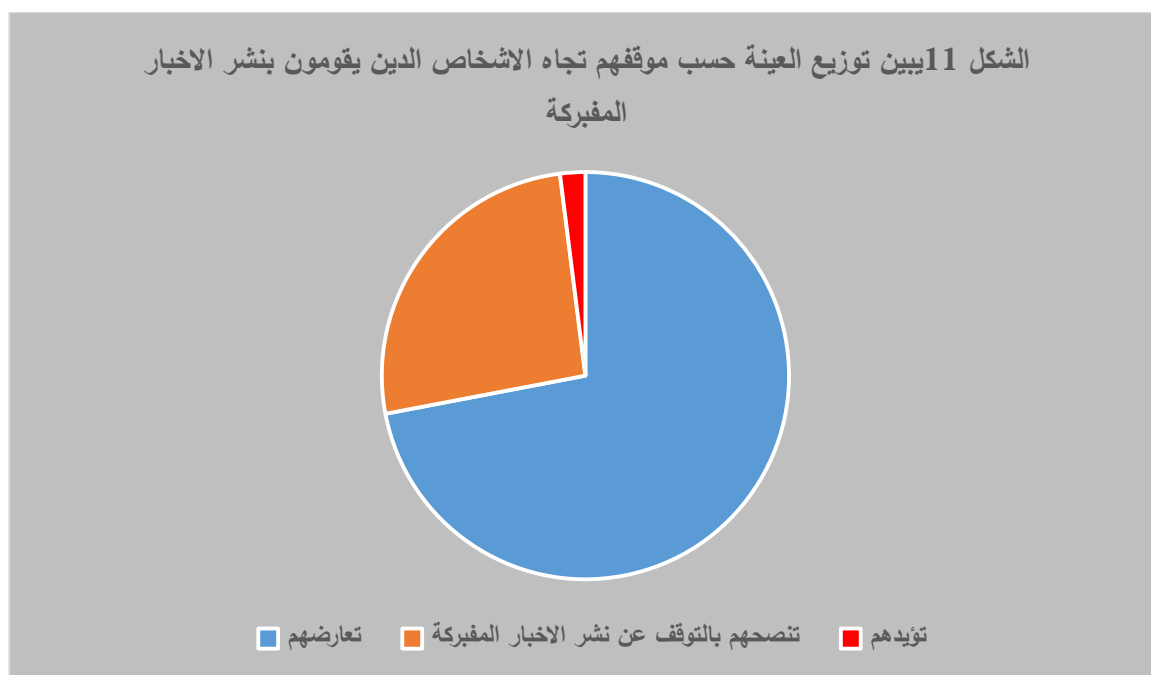


يبين الجدول رقم 10 والرسم البياني توزيع العينة حسب ما إذا قاموا من قبل بإنشاء خبر مفبرك ونشره عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وكانت الإجابة بنعم بنسبة تقدر ب: 19% والإجابة ب لا بنسبة تقدر ب 81% ومنه نستنتج أن معظم الشباب يقومون بعدم نشر الأخبار المفبركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما جعل الأخبار المفبركة وهذا لوعي الشباب وخاصة الشباب الجامعي من خطورة الأخبار المفبركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأيضا لثقافة الشباب وخاصة الشباب الجامعي فهم على دراية من خطورة الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك فيتصفحون من منصة الفايسبوك من أجل الاستطلاع الكشف عن كل ما هو جديد لكن لا ينشرون معلومات مفبركة بمعنى أصح يتصفحون منصة الفايسبوك فيأخذون منها سوى إيجانتها .

الجدول رقم 11: يوضح توزيع العينة حسب موقفهم تجاه الأشخاص الذين يقومون بنشر الأخبار المفبركة

س 11	التكرار	% النسبة
تعارضهم	72	72
تنصحهم بالتوقف عن نشر الاخبار المفبركة	26	26
تؤيدهم	02	02
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 11، استمارة الاستبيان



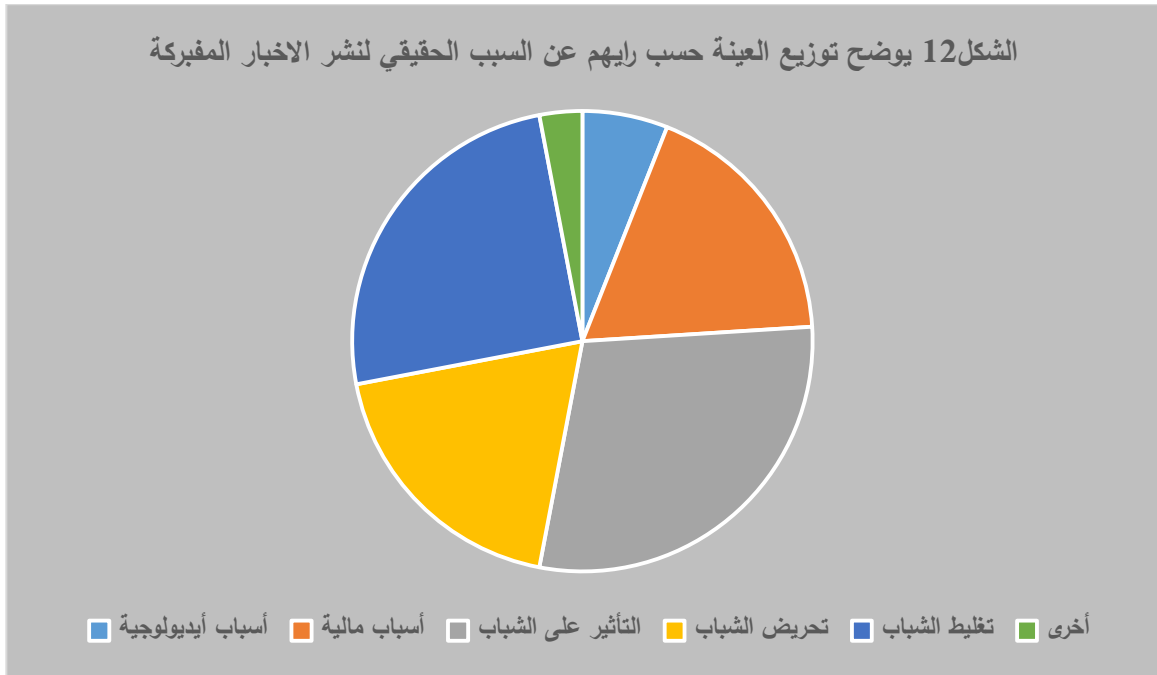
يوضح الجدول رقم 11 والدائرة النسبية توزيع العينة حسب موقفهم تجاه الأشخاص اللذين يقومون بنشر الاخبار المفبركة حيث نجد أن أغلب يعارضون نشر الاخبار المفبركة وهذا بنسبة 72% ثم تليه نسبة 26% من افراد العينة اللذين يقومون بنصح المحتالين عن التوقف من نشر الاخبار المفبركة وأخيرا نسبة 02% من أفراد العينة اللذين يؤيدون نشر الأخبار المفبركة.

ومنه نستنتج أن أغلبية الشباب يعارضون الأخبار المفبركة بنسبة 72% ويدركون خطورة المفبركة على الفرد والمجتمع وأيضا في توزيع العينة كان في المستوى الدراسي اغلبية افراد العينة يدرسون في الجامعة أي ان الشباب الجامعي مثقف ويدرك خورة الاخبار المفبركة ولا يقع في فخ المحتالين عبر منصة الفايسبوك.

الجدول رقم 12: يوضح توزيع العينة حسب رأيهم في السبب الحقيقي لنشر الاخبار المفبركة

س 12	التكرار	% النسبة
أسباب أيديولوجية	06	06
أسباب مالية	18	18
التأثير على الشباب	29	29
تحريض الشباب	19	19
تغليب الشباب	25	25
أخرى	03	03
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 12، استمارة الاستبيان



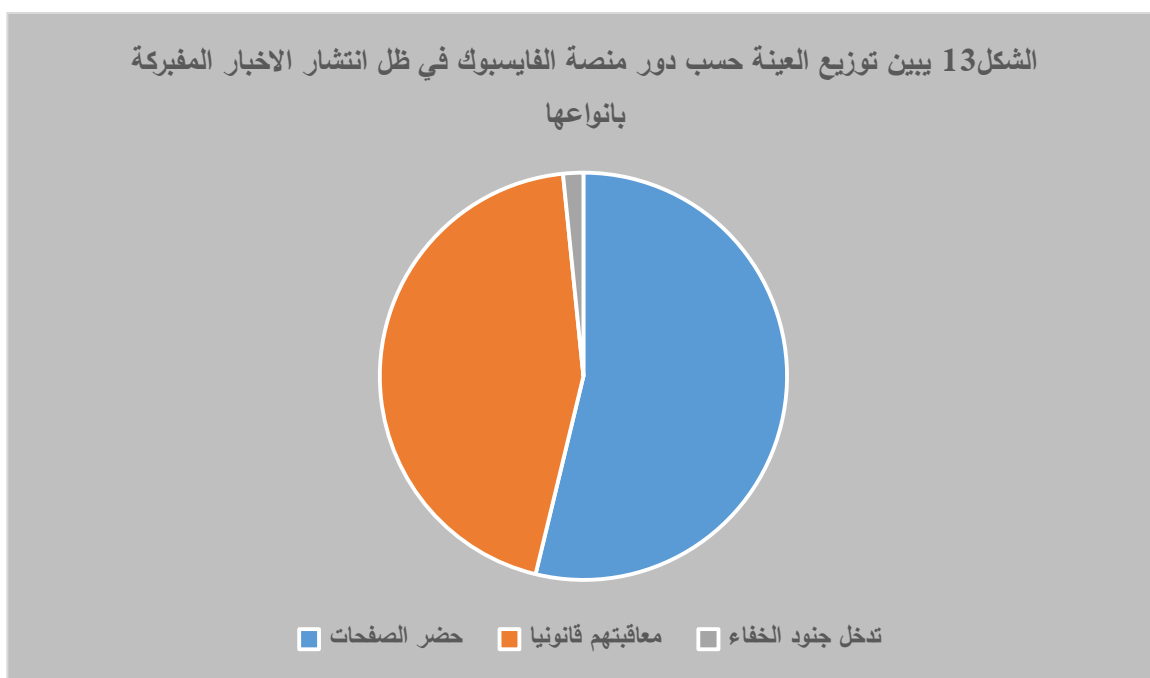
نستنتج من خلال الجدول رقم 12 والرسم البياني تويح العينة حسب رأيهم في السبب الحقيقي لنشر الأخبار المفبركة عبر منصة الفاسبوك و كانت النتيجة 29% من أفراد العينة اللذين يرون أن السبب الحقيقي من وراء نشر الأخبار المفبركة هو التأثير على الشباب ثم يليه السبب الثاني تغليب الشباب بنسبة 25% من أفراد العينة والسبب الثالث هو تحريض الشباب بنسبة 19% ثم نسبة 18% من أفراد لعينة اللذين يرون سبب نشر الأخبار المفبركة تعود لأسباب مالية وهناك نسبة 03% من أفراد العينة اللذين يرون أن هناك أسباب أخرى لنشر الفبركة.

من خلال الجدول نستنتج أن السبب الحقيقي حسب رأي أفراد العينة من نشر الفبركة هو التأثير على الشباب بنسبة 29% ونستنتج من خلال الدراسة أن معظم الأخبار المفبركة هدفها الوحيد هو التأثير على الشباب سوى على نفسيتهم أو معارفهم أو مشاعرهم وهذا ما أشارت إليه نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام وأيضا أشارت إليه الطالبتين في الدراسة.

الجدول رقم 13: يوضح توزيع العينة حول دور منصة الفاييسبوك في ضل انتشار الفبركة بأنواعها

س 13	التكرار	% النسبة
حضر الصفحات	47	47
معاقتهم قانونيا	39	39
تدخل جنود الخفاء	14	14
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 13، استمارة الاستبيان



يبين الجدول رقم 13 والرسم البياني توزيع العينة حول دور منصة الفاسبوك من نشر في ظل نشر الأخبار المفبركة بأنواعها وكانت نسبة 47% للذين من أفراد العينة اللذين يطالبون بحظر صفحاتهم تليه نسبة 39% من أفراد العينة اللذين يؤكدون بضرورة معاقتهم قانونيا والنسبة الأخيرة هي تدخل جنود الخفاء بنسبة 14% أي أن الشباب يقترحون بقيام بحملة عبر منصة

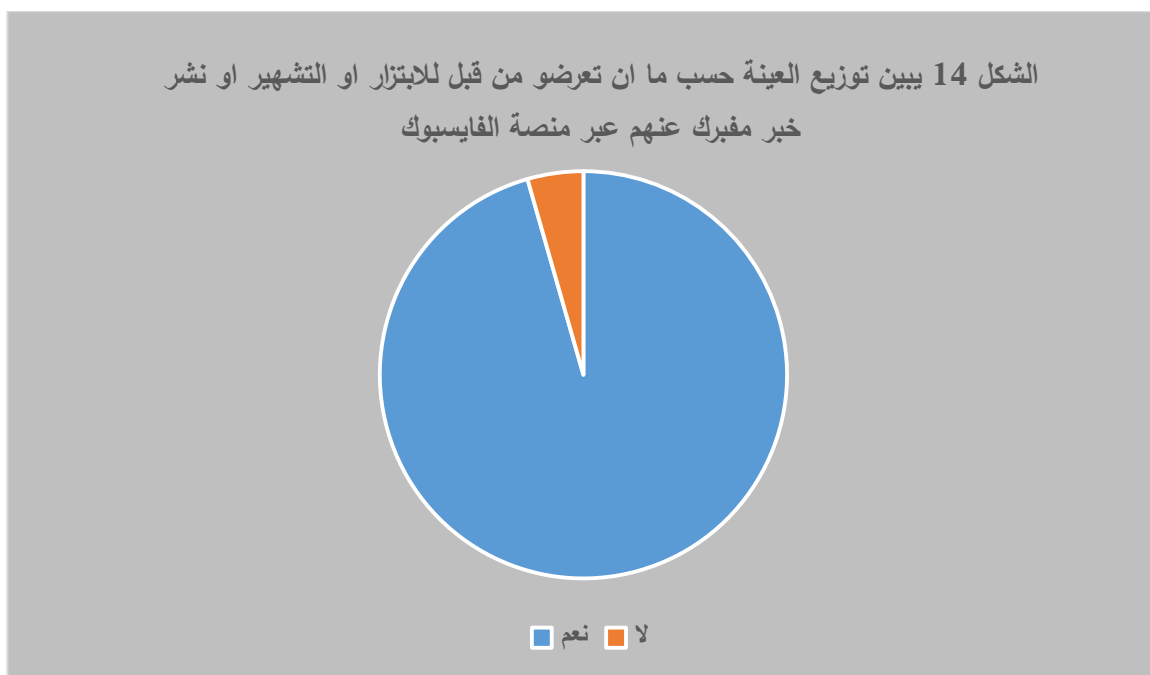
الفايسبوك هدفها هو القضاء على ظاهرة الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك وحظر كل صفحة تقوم بترويج ونشر الأخبار المفبركة .

ومنه نستنتج أن 47% من أفراد العينة يرون أنه يجب حظر صفحات المحتالين اللذين يقومون بإنشاء الأخبار المفبركة وهذا من أجل تفادي خطورة الأخبار المفبركة والقضاء عليها بصفة نهائية لأن ظاهرة الأخبار المفبركة ليست وليدة هذا العصر وكانت السبب في الحروب سابقا وخاصة ثورات الربيع العربي لذا فيجب الحد من انتشار هذه الظاهرة الخطيرة لتجنب مخاطرها .

الجدول رقم 14: يوضح توزيع العينة حسب ما ان تعرضوا من قبل للابتزاز والتشهير او نشر خبر مفبرك عنهم عبر منصة الفاسبوك

س 10	التكرار	% النسبة
نعم	69	69
لا	31	31
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 14، استمارة الاستبيان



نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 والدائرة النسبية توزيع العينة حسب ما إن تعرضوا للابتزاز والتشهير أو نشر خبر كاذب عنهم عبر منصة الفاسبوك وكانت الإجابة بنعم بنسبة 69% وكانت الإجابة ب لا بنسبة 31%.

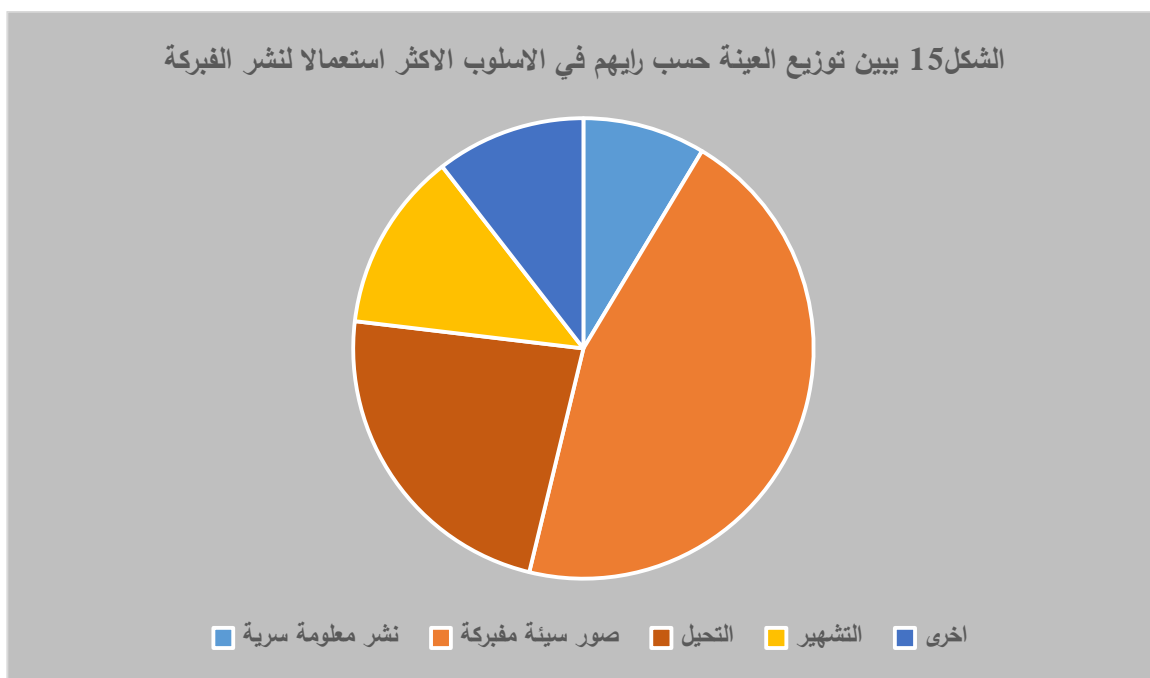
نستج أغلب أفراد العينة قد تعرضوا للابتزاز والتشهير ونشر خبر كاذب عنهم عبر منصة الفاسبوك وهذا بنسبة كبيرة وهذا ما قد يؤثر على نفسية الشباب وعلى مشاعرهم وأيضاً قد يؤثر على معارفهم فيجب التصدي إلى هذه الأفة الخطيرة بالإضافة إلى أن التوزيع كان بصفة عشوائية ولم نراعي الاختيار القصدي لأفراد العينة.

الجدول رقم 15: يوضح توزيع العينة حسب رأيهم في الأسلوب الأكثر استعمالاً لنشر الفبركة

س 15	التكرار	% النسبة
نشر معلومة سرية	13	13

143	43	صور سيئة مفبركة
22	22	التحليل
12	12	التشهير
10	10	أخرى
100	100	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 15، استمارة الاستبيان



يوضح الجدول رقم 15 والدائرة النسبية توزيع العينة حسب رأيهم في الأسلوب الأكثر استعمالا من نشر الفبركة وكانت نسبة 43% من أفراد العينة اللذين اختاروا نشر صور سيئة عن الضحايا ثم يليها التحليل بنسبة 22% ثم تليها نسبة 13% من أفراد العينة اللذين يرون أن الأسلوب الأكثر استعمالا من نشر الفبركة هو نشر معلومة سرية عن الضحايا وهناك أسلوب

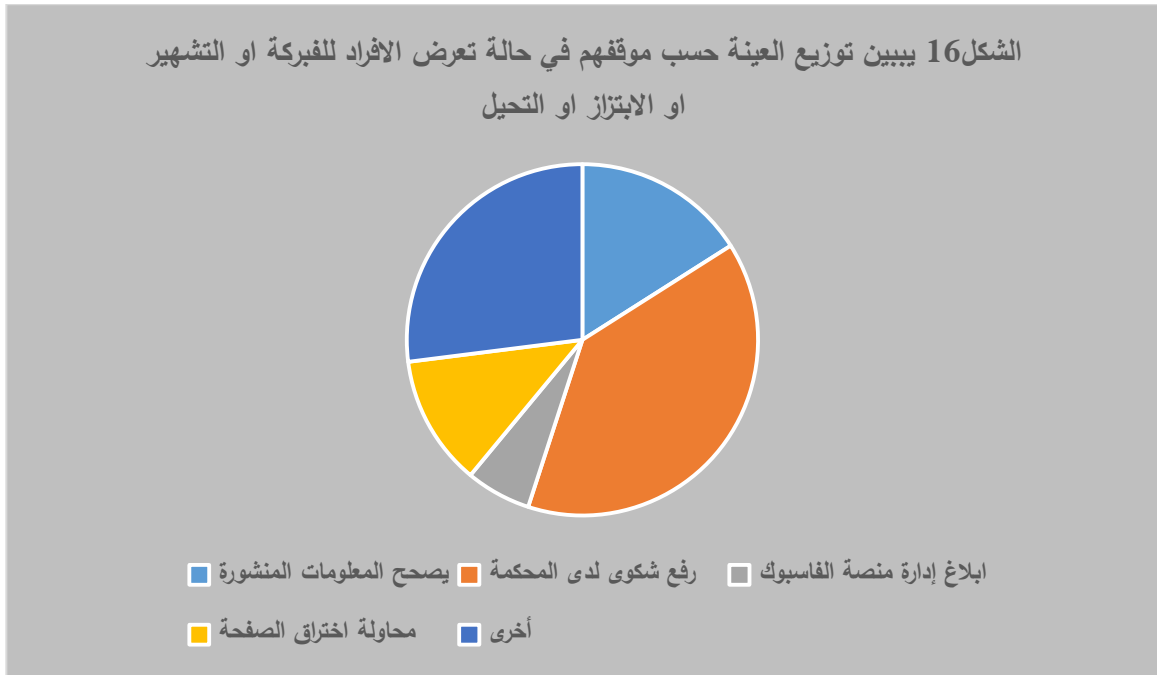
التشهير بنسبة 12% وهناك من اختاروا أساليب أخرى ممن نشر الفبركة عبر منصة الفاسبوك بنسبة 10%.

نستنتج من خلال الجدول رقم 15 حسب رأي أفراد العينة أن الأسلوب الأكثر استعمالاً من نشر الفبركة هو نشر صور سيئة عنهم بنسبة كبيرة ويعتبر هذا الأسلوب من أخطر الأساليب ما قد يشكل في نزع العلاقات الاسرية وانتشار ظاهرة الطلاق ويشكل هذا الأسلوب خطراً كبيراً خاصة على الفتيات وهذا ناتج عن الاستعمال السيئ لتطبيق الفوتوشوب كما أشارت الطالبتين سابقاً ومنصة الفايسبوك.

الجدول رقم 16: يوضح توزيع العينة حسب موقفهم في حالة تعرض الافراد للفبركة او التشهير او الابتزاز او التحيل

س 16	التكرار	% النسبة
يصحح المعلومات المنشورة	16	16
رفع شكوى لدى المحكمة	39	39
ابلاغ إدارة منصة الفاسبوك	06	06
محاولة اختراق الصفحة	12	12
أخرى	27	27
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 16، استمارة الاستبيان



يبين الجدول رقم 16 والرسم البياني توزيع العينة حسب موقفهم في حالة تعرض الأفراد للفبركة والتشهير والتحليل عبر منصة الفاسبوك فأغلب أفراد العينة يرون بأنه يجب عليهم برفع شكوى لدى المحكمة بنسبة 39% ثم تصحيح المعلومة المنشورة بنسبة 16% وثالثا محاولة اختراق صفحاتهم بنسبة 12% وهناك من يرى أنه عليه بإبلاغ إدارة منصة الفاسبوك بنسبة 6% وهناك من يرى حلول أخرى في حالة إن تعرض الفرد للفبركة والتشهير والابتزاز بنسب 27%.

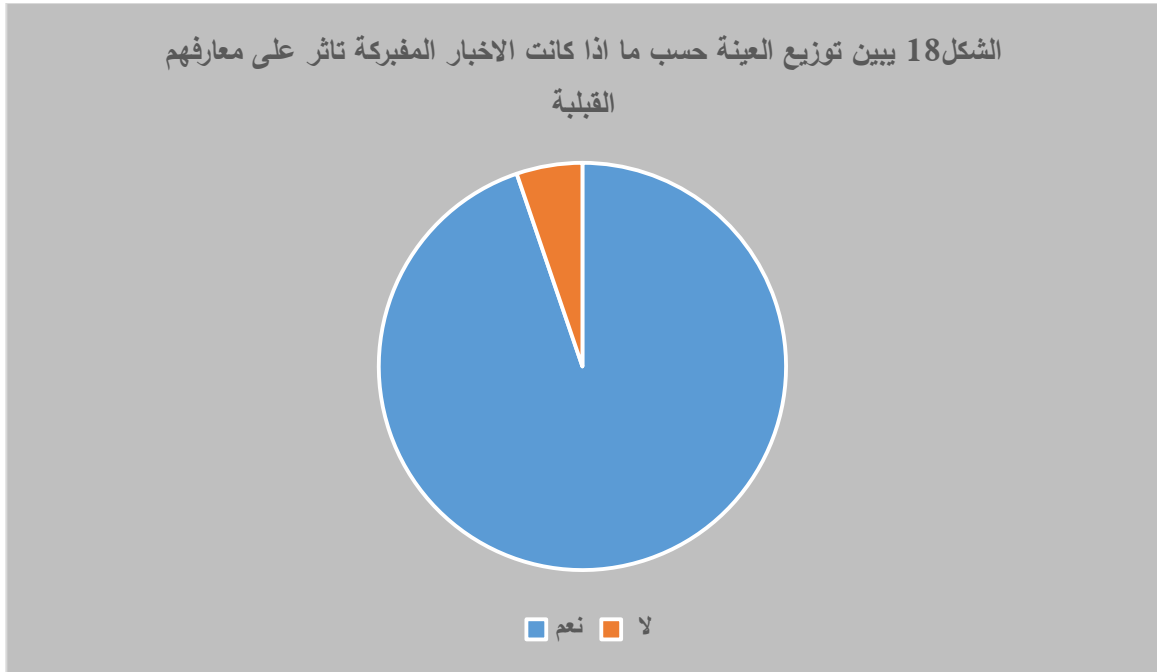
أي أن أغلب أفراد العينة يرون أنه يجب عند تعرض الفرد للفبركة والتشهير أو التحليل عبر منصة الفاسبوك برفع شكوى لدى المحكمة بنسبة 39% أي إتباع أساليب ردعية من التصدي لظاهرة الأخبار المفبركة عبر منصة الفاسبوك وهذا ما أشارت إليه الدراسة السابقة لنصر الدين بوزيان الذباب الإلكتروني وتزييف الوعي سبل الوقاية ومساعي المواجهة.

الجدول رقم 18: يوضح توزيع العينة حسب ما إذا كانت الاخبار المفبركة تأثر

على معارفهم القبلية

س 18	التكرار	% النسبة
نعم	58	58
لا	42	42
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 18، استمارة الاستبيان



نلاحظ من خلال الجدول رقم 18 والرسم البياني توزيع العينة حسب ما إذا كانت الأخبار المفبركة تآثر على معارفهم القبلية وكانت الإجابة بنعم بنسبة تقدر ب: 58% والإجابة بنعم بنسبة 42%.

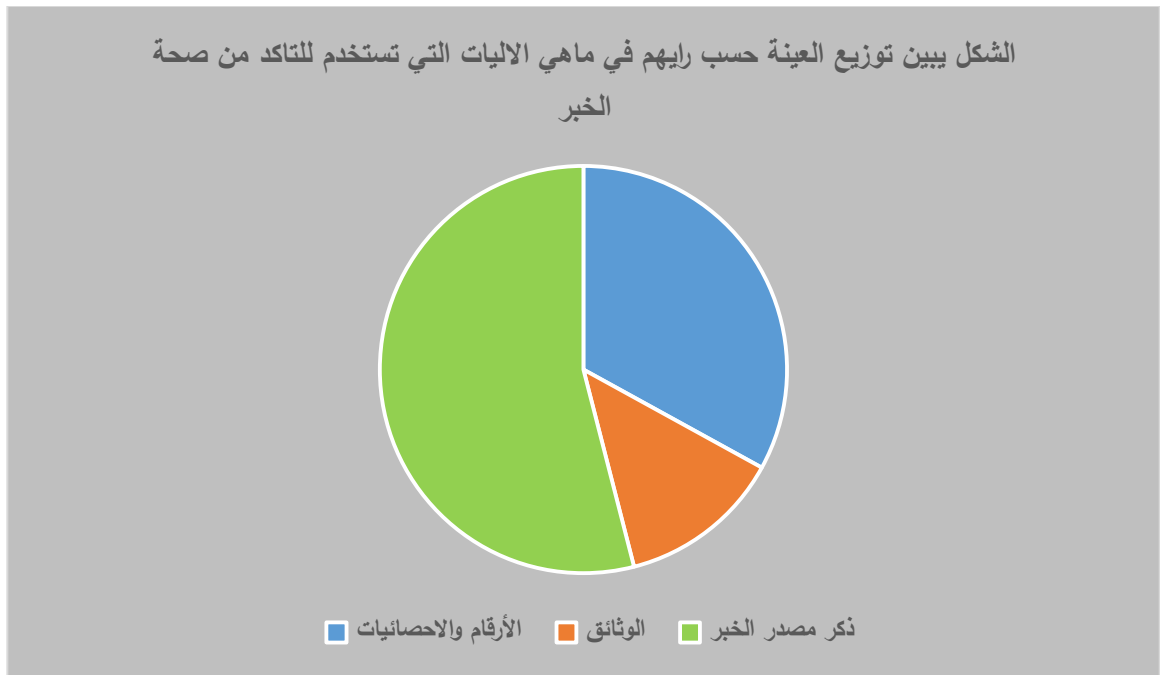
نستنتج أن الأخبار المفبركة تآثر على معارف والمكتسبات القبلية للشباب بنسبة 58% فظاهرة الأخبار المفبركة تؤثر على معارف الشباب وهذا ما أشارت إليه نظرية الاعتماد على

وسائل الاعلام في آثار الاعتماد على وسائل الاعلام فرصدوا مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الفرد على وسائل الاعلام من خلال ثلاث فئات وهي الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية.

الجدول رقم 19: يوضح توزيع العينة حسب رأيهم ماهي الاليات التي تستخدم للتأكد من صحة الاخبار

س 19	التكرار	% النسبة
الأرقام والاحصائيات	33	33
الوثائق	13	13
ذكر مصدر الخبر	54	54
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 19، استمارة الاستبيان



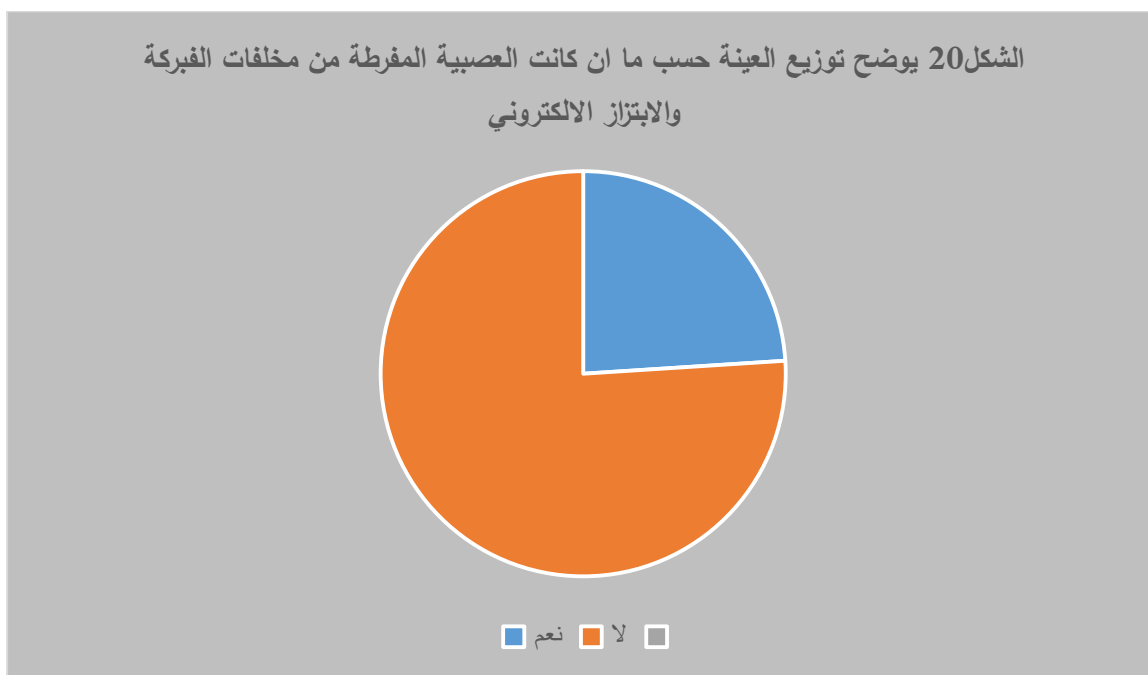
يوضح الجدول رقم 19 والدائرة النسبية توزيع العينة حسب رأي الشباب في الآليات التي تستخدم للتأكد من صحة الأخبار فوجد أولاً ذكر مصدر الخبر بنسبة 54% ثم الأرقام والإحصائيات بنسبة 33% وأخيراً الوثائق بنسبة 13%

نستج أن حسب رأي الشباب في الآليات التي تستخدم للتأكد من صحة الأخبار بذكر مصدر لخبر بنسبة كبيرة وحتى مصدر الخبر يجب التأكد منه وهناك طرق وأساليب للكشف عن مصدر الخبر إن ما إذا هذا المصدر صحيح أم لا وهذا ما أشارت إليه الطالبتين سابقاً في الدراسة.

الجدول رقم 20: يوضح توزيع العينة حسب ما إذا كانت العصبية المفرطة من مخلفات الفبركة والابتزاز الإلكتروني

س20	التكرار	% النسبة
نعم	74	74
لا	26	26
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 20 استمارة الاستبيان،



من خلال الجدول رقم 20 والرسم البياني أنه هناك بعض التأثيرات السلوكية التي تصدر على الشباب نتيجة الاخبار المفبركة والابتزاز الالكتروني من بينها العصبية المفرطة وكانت الإجابة بنعم بنسبة 74% و الإجابة ب لا بنسبة 26%

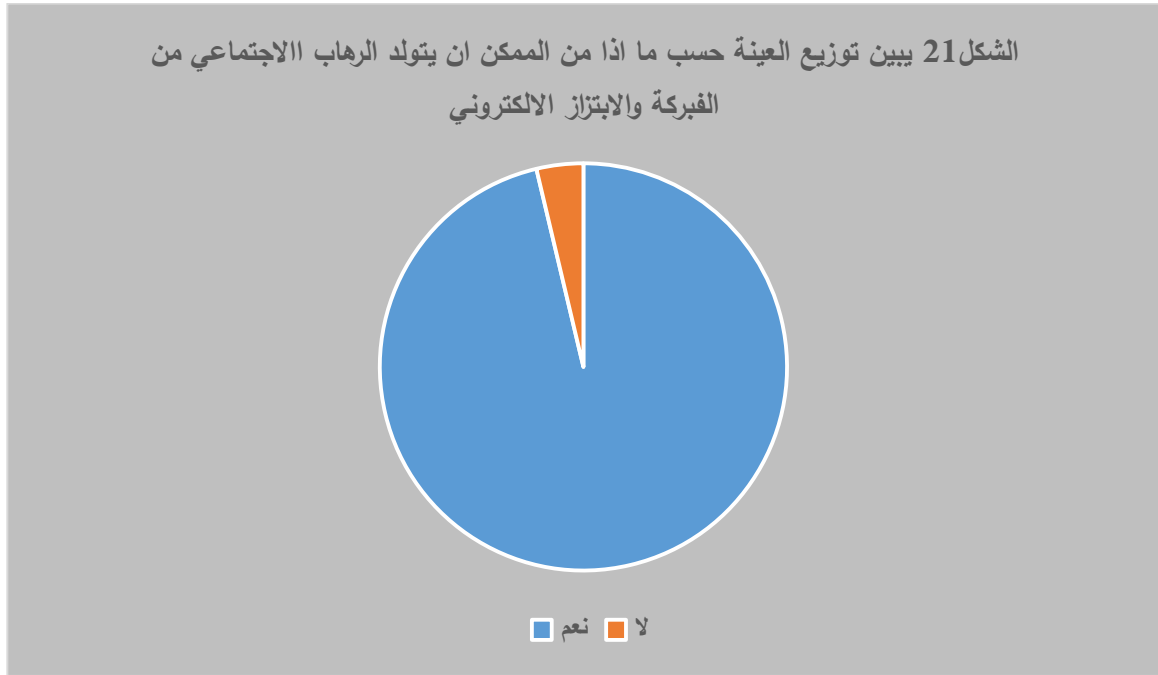
نستج أن العصبية المفرطة لشباب من مخلفات الفبركة والابتزاز الالكتروني بنسبة كبيرة ويرى أفراد العينة أن من التأثيرات النفسية للأخبار المفبركة عبر منصة الفيسبوك هو العصبية المفرطة لشباب وهذا ما أشارت إليه نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام في مستويات التأثير المعرفية والسلوكية والوجدانية أي النفسية.

الجدول رقم 21: يوضح توزيع العينة حسب ما إذ من الممكن ان يتولد الرهاب الاجتماعي من الفبركة والابتزاز الالكتروني

س 21	التكرار	% النسبة
نعم	83	83

17	17	لا
100	100	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 21، استمارة الاستبيان



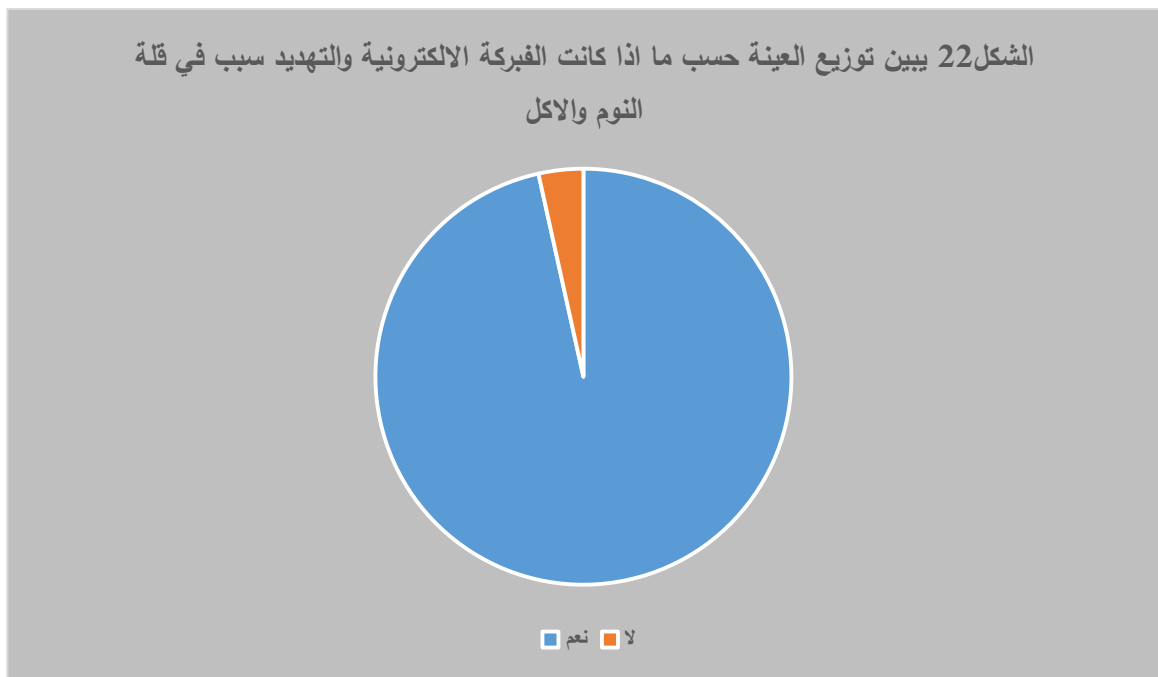
نلاحظ من خلال الجدول رقم 21 والدائرة النسبية توزيع العينة حسب ما اذا من الممكن أن يتولد الرهاب الاجتماعي من الفبركة والابتزاز الالكتروني وكانت الإجابة بنعم بنسبة 83% و ب لا بنسبة 17%.

نستنتج أيضا انه من مخلفات الفبركة والابتزاز الالكتروني على الشباب هو الرهاب الاجتماعي بنسبة 83% أي أن خطورة الاخبار المفبركة عبر منصة المنصة الفايسبوك لا تتوقف فقط على التأثير على نفسية الشباب من خلال العصبية المفرطة بل الامر أصبح أكثر خطورة فالرهاب الاجتماعي أي العزلة وعدم مغادرة المنزل وعدم مخالطة المجتمع وهذا ما أدى في زيادة في نسبة التوحد بشكل كبير بالإضافة إلى أن التوزيع كان بصفة عشوائية لم نراعي الاختيار القسدي للعينة.

الجدول رقم 22: يوضح توزيع العينة حسب ما إذا كانت الفبركة الالكترونية والابتزاز والتهديد سبب في قلة النوم والاكل

س 22	التكرار	% النسبة
نعم	89	89
لا	11	11
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 22، استمارة الاستبيان



يبين الجدول رقم 22 توزيع العينة حسب ما اذا كانت الفبركة الالكترونية والتهديد والابتزاز

سبب في قلة النوم والاكل فكانت الإجابة بنعم بنسبة 89% و الإجابة ب لا بنسبة 11%.

نستج أن من التأثيرات النفسية على الشباب للابتزاز لإلكتروني والفبركة هو قلة النوم والاكل

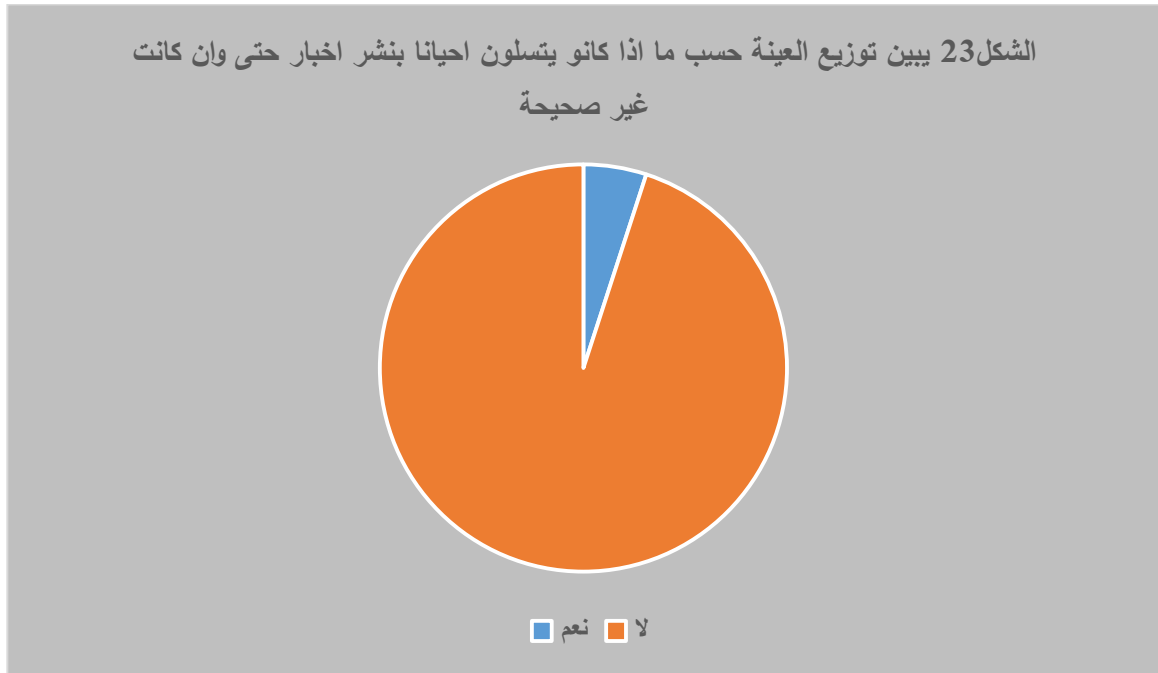
بنسبة كبيرة أي أن ظاهرة الاخبار المفبركة لا تؤثر فقط على نفسية الشباب بل أصبحت تؤثر

على صحتهم فأغلب أفراد العينة يرون أن سبب قلة النوم وعدم الاكل هو الابتزاز والتهديد عبر منصة الفايسبوك فالأخبار المفبركة تؤثر على معارف الشباب ونفسياتهم ومشاعرهم وأصبحت أيضا تؤثر على صحتهم

الجدول رقم 23: يوضح توزيع العينة حسب ما إذا كانوا يتسلون أحيانا بنشر اخبار حتى وان كانت غير صحيحة

س 23	التكرار	% النسبة
نعم	05	05
لا	95	95
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 23، استمارة الاستبيان



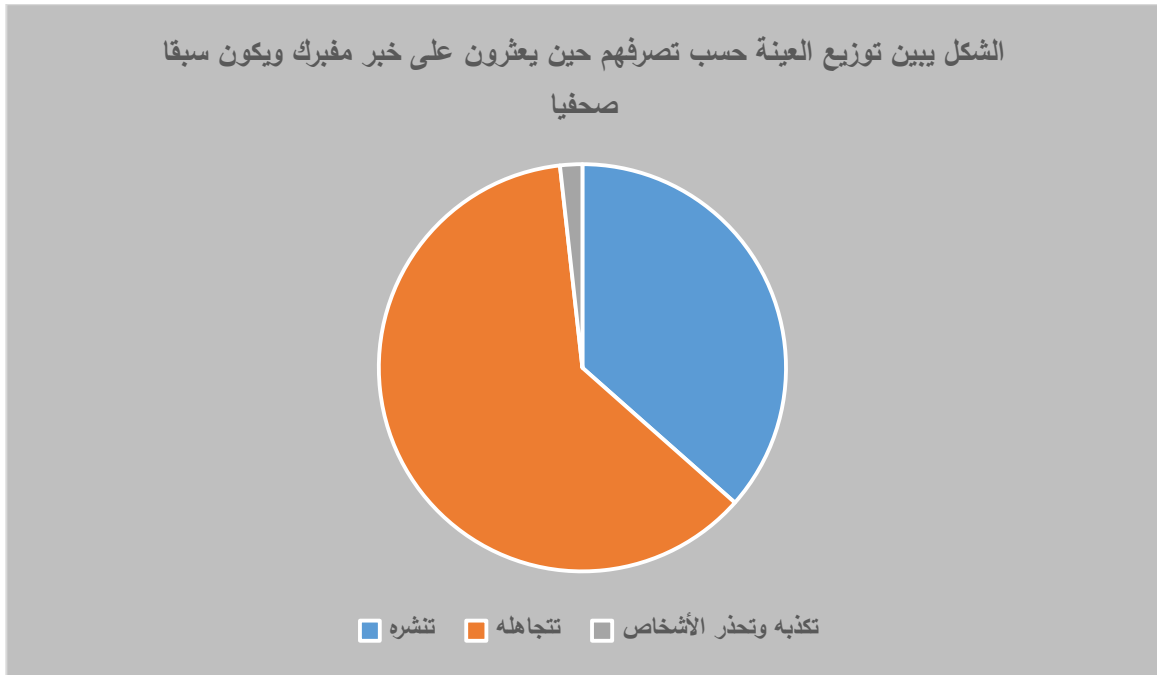
من خلال الجدول رقم 23 والدائرة النسبية توزيع العينة حسب ما إذا ما كانوا يتسلون أحيانا بنشر أخبار حتى وان كانت غير صحيحة وكانت الإجابة ب لا بنسبة تقدر ب: 95% وبنعم بنسبة تقدر ب: 05%.

نستنتج من خلال توزيع العينة أن الشباب لا يقومون بنشر الاخبار المفبركة حتى بهدف التسلية بنسبة كبيرة وهذا لأن الشباب يقومون باستخدام منصة الفايسبوك من أجل استعماله في طرق مفيدة له وللمجتمع فمنصة الفايسبوك لديها العديد من الإيجابيات كنشر معلومات مفيدة التعرف على الأشخاص من مختلف أنحاء العالم فهم يستفيدون منها بطريقة ايجابية .

الجدول رقم 24: يوضح توزيع العينة حسب تصرفهم عندما يعثرون على خبر مفبرك ويكون سبق صحفيا

س 24	التكرار	% النسبة
تنتشره	29	29
تتجاهله	49	49
تكذبه وتحذر الأشخاص	22	22
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 24، استمارة الاستبيان



نلاحظ من خلال الجدول رقم 24 والدائرة النسبية توزيع العينة حسب تصرف الشباب عندما يعثرون على خبر مفبرك ويكون سبق صحفيا فكانت نسبة 49% من افراد العينة اللذين قرروا تجاهله و 29% من أفراد العينة اللذين قرروا نشره ونسبة 22% من أفراد العينة اللذين إختاروا تكذيبه وتحذير الأشخاص.

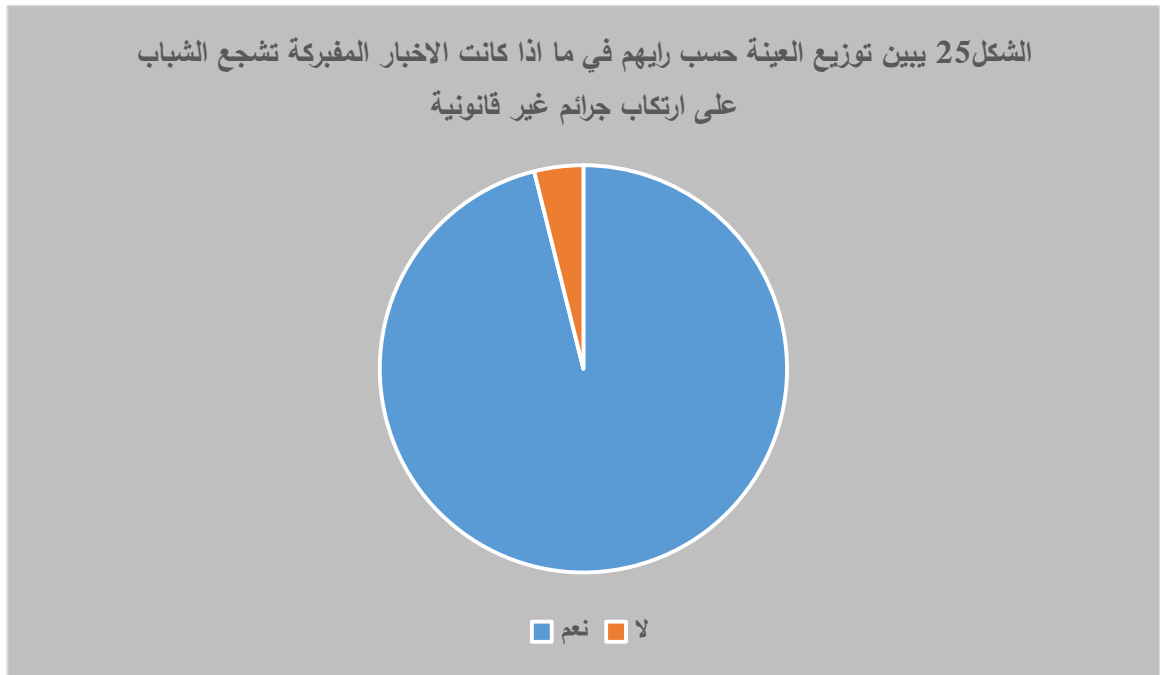
نستج أن تصرف الشباب عندما يعثرون على خبر مفبرك ويكون سبقا صحفيا بتجاهل الخبر بنسبة كبيرة وهذا لوعي الشباب لخطورة الاخبار المفبركة على الفرد وعلى المجتمع فا الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك أصبحت تشكل خطرا كبيرا على جميع فئات المجتمع وخاصة فئة الشباب .

الجدول رقم 25: يوضح توزيع العينة حسب رأيهم فيما إذا ما كانت الاخبار المفبركة تشجع الشباب على ارتكاب جرائم غير قانونية

س 25	التكرار	% النسبة

79	79	نعم
21	21	لا
100	100	المجموع

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 25، استمارة الاستبيان



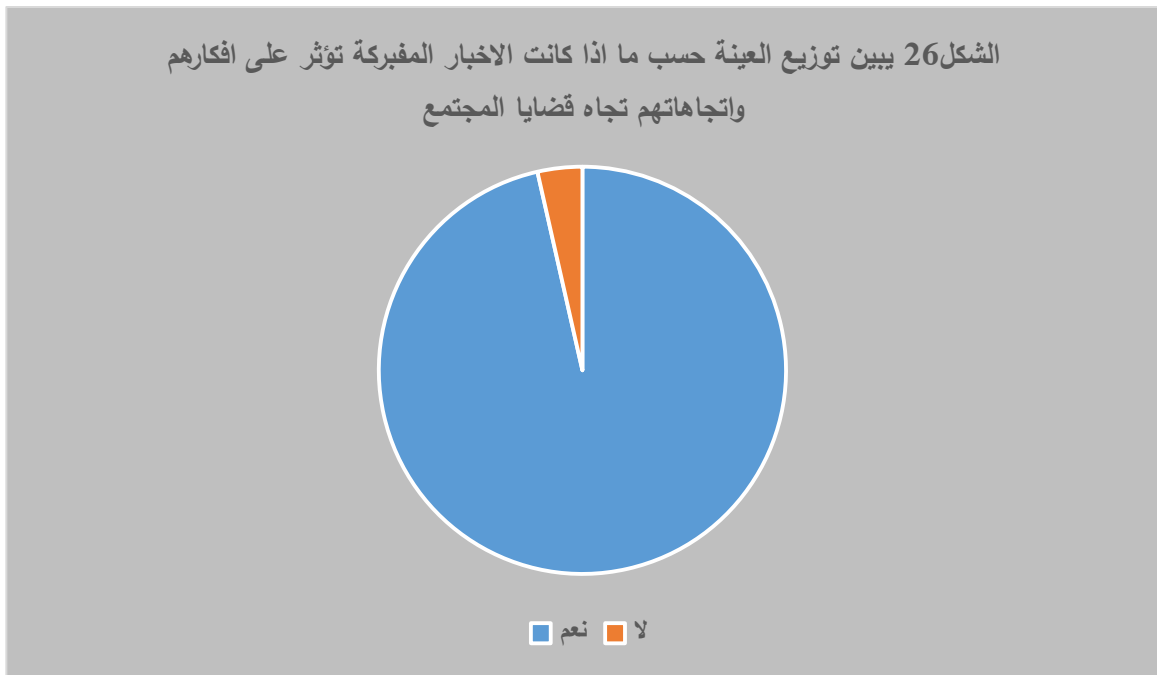
يوضح الجدول رقم 25 والدائرة النسبية توزيع العينة حسب رأيهم فيما اذا ما كانت الاخبار المفبركة تشجع الشباب على ارتكاب جرائم غير قانونية فكانت الإجابة بنعم بنسبة 79% والاجابة ب لا بنسبة تقدر ب: 21%

نستنتج ان الاخبار المفبركة عبر منصة الفاسبوك تشجع الشباب على ارتكاب جرائم غير قانونية بنسبة كبيرة أي أن ظاهرة الاخبار المفبركة أصبحت تشكل خطرا حقيقي على الشباب و يجب التصدي لها فهي أصبحت تؤثر على نفسية ومعارف ومشاعر الشباب وحتى أنها تعرضهم على ارتكاب جرائم غير قانونية كا الهجرة الغير شرعية.

الجدول رقم 26: يوضح توزيع العينة حسب إذا ما كانت الاخبار المفبركة تؤثر على افكارهم واتجاهاتهم تجاه قضايا المجتمع

س 26	التكرار	% النسبة
نعم	87	87
لا	13	13
المجموع	100	100

المصدر: اعداد الطالبتين، السؤال رقم 26، استمارة الاستبيان



يبين الجدول رقم 26 والدائرة النسبية توزيع العينة حسب إذا ما كانت الاخبار المفبركة تؤثر على أفكارهم واتجاهاتهم تجاه قضايا المجتمع فكانت نسبة 87% من افراد العينة اختاروا نعم بنسبة 13% من افراد العينة اللذين اختاروا لا.

نستنتج ان الاخبار المفبركة عبر منصة الفاسبوك تؤثر على أفكار واتجاهات الشباب تجاه قضايا المجتمع بنسبة كبيرة وأيضا الأخبار المفبركة عبر منصة الفاييسبوك تحرض الشباب وتؤثر عليه من جميع النواحي وأيضا تظلل الشباب وتغلطه في قضايا المجتمع.

النتائج:

- 1_ أثبتت الدراسة أن السبب الذي يجعل الشباب يعتمدون على منصة الفاسبوك كمصدر للأخبار هو السرعة في عرض الخبر بنسبة 33 %.
- 2_ بينت نتائج الدراسة أن أغلب افراد العينة يعتمدون على منصة الفاسبوك كمصدر للأخبار بنسبة 68 %.
- 3_ أكدت الدراسة أن الأخبار التي تعرض على منصة الفاسبوك معظمها تعبر عن الواقع بنسبة 46%.
- 4_ أثبتت الدراسة ان منصة الفاسبوك تعرض الاخبار الفبركة عالية بنسبة 59%.
- 5_ من خلال الدراسة نستنتج أن الشباب لا يهتمون بالأخبار المفبركة بنسبة 43%.
- 6_ توضح الدراسة أن الشباب أحيانا ما يتأكدون من صحة الاخبار عبر منصة الفاسبوك بنسبة 51% وهذا ما يساعد في نشر الاخبار المفبركة.
- 7_ تبين الدراسة أن معظم أفراد العينة لا يقومون بنشر الاخبار المفبركة عبر منصة الفاسبوك حتى ولو بهدف التسلية بنسبة 81% وهذا لوعي الشباب من خطورة الاخبار المفبركة.
- 8_ تأكد الدراسة أن أغلبية الشباب يعارضون نشر الاخبار المفبركة بنسبة 72% ويدركون خطورتها على الفرد والمجتمع
- 9_ توصلت الدراسة بأن السبب الحقيقي من نشر الاخبار المفبركة هو التأثير على الشباب بنسبة 29%.

- 10_ تبين الدراسة أن أفراد العينة يرون أنه يجب حظر صفحات المحتالين الذين يقومون بإنشاء الاخبار المفبركة عبر منصة الفاسبوك بنسبة 47%.
- 11_ توضح الدراسة أن أغلب أفراد العينة تعرضوا لتهديد والابتزاز عبر منصة الفاييسبوك بنسبة 69%.
- 12_ توصلت الدراسة بأن الأسلوب الأكثر استعمالا في نشر الفبركة هو نشر صور سيئة بنسبة 43%.
- 13_ من خلال الدراسة نلاحظ أن الحل الأنسب عند تعرض الفرد للفبركة والابتزاز والتشهير عبر منصة الفاسبوك برفع شكوى لدى المحكمة بنسبة 39%.
- 14_ تؤكد الدراسة أن الاخبار المفبركة عبر منصة الفاسبوك تؤثر على معارف ومكتسبات الشباب القبلية بنسبة 58%.
- 15_ تؤكد الدراسة أن الطريقة الاصح للتأكد من صحة الخبر هو مصدر الخبر بنسبة 54%.
- 16_ من خلال الدراسة نستنتج أن العصبية المفرطة لشباب من مخلفات الفبركة الابتزاز الالكتروني بنسبة 74%.
- 17_ تبين الدراسة أيضا أن من المخلفات النفسية للفبركة والابتزاز الالكتروني هو الرهاب الاجتماعي بنسبة 83%

الختامة

الخاتمة

حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على ظاهرة الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك وتأثيرها على الشباب الجزائري دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي منصة الفايسبوك لولاية خنشلة.

من خلال هذه الدراسة على ظاهرة خطيرة من ظواهر العصر التي انتشرت وتطورت بشكل كبير مع انتشار التكنولوجيا وهي الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك وتأثيرها على الشباب الجزائري باعتماد على نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام ونظرية انتشار المبتكرات.

وجاءت الدراسة لتوضيح تأثير الاخبار المفبركة المنتشرة عبر منصة الفايسبوك على الشباب الجزائري، وكيفية التعامل معها وتطور أساليب الترويج لظاهرة الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك على الشباب الجزائري بصفة عامة والشباب الخنشلي بصفة خاصة. باعتبار ان الشباب من بين أكثر الفئات استخداما لمنصة الفايسبوك.

ويتمثل جوهر هذه الدراسة في معرفة أثر الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك على الشباب الجزائري ، حيث توصلنا من خلال الدراسة ان الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك تأثر بشكل سلبي على الشباب الجزائري، كما تساهم في تغليب الشباب وتحريضهم وتشجعهم على ارتكاب جرائم غير قانونية أي الاخبار المفبركة تأثر على معارف ونفسية وسلوك الشباب نحو قضايا المجتمع، ويمكن القول ان منصة الفايسبوك تلعب دورا مهما في نشر الاخبار المفبركة والترويج لها بأساليب متطورة كا الفوتوشوب، ولهذا يصعب المراقبة على جميع الاخبار التي تعرضها منصة الفايسبوك وهذا ما يساهم في انتشار ظاهرة الاخبار المفبركة وتأثيرها السلبي على الشباب الجزائري، لكن هناك إجراءات ردية تجرم كل من ينشر او يروج للأخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

الكتب

- 1- أمين رضا، الاعلام الجديد، دار الفجر، 2012.
- 2- إسماعيل محمود حسين، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، طبعة الاولى، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003.
- 3- جرار ليلي، الفايسبوك والشباب العربي، مكتبة الفلاح، الطبعة الأولى، 2012.
- 4- الديهي محي الدين، تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي الإعلامية على جمهور المتلقين، الطبعة الأولى، مكتبة الوفاء القاهرة، 2015.
- 5- الصلاح مروى، الاعلام الجديد، الطبعة الأولى مؤسسة طيبة القاهرة، 2015.
- 6- السعدي مؤيد، فلسفة التواصل في موقع الفايسبوك، الطبعة الاولى، قسنطينة الجزائر، 2016.
- 7- المقدادي خالد، ثورة الشبكات الاجتماعية، الطبعة الأولى، دار النفائس الأردن، 2013.
- 8- عليان ربحي مصطفى وعثمان محمد غنيم، مناهج أساليب البحث العلمي، كتاب النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار الصفاء، عمان 2008.
- 9- عادل يوسف الشكوى، المسؤولية الجنائية الناشئة عن الاهمال، دار الكتاب القانونية القاهرة، 2014.
- 10- علي عبد الفتاح علي، نظريات الاتصال والاعلام الحديثة، دار النشر، عمان
- 11- فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي عالم الكتاب، 1984.
- 12- فؤاد علام وفهمي مقبل وآخرون، الاشاعة والحرب النفسية، الرياض، المركز العربي للدراسات والتدريب، 1984.

- 13-مكاوي حسن عماد وليلى السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، سرية للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 1996.
- 14-محمود الرشيدي، الانترنت والفايسبوك، الطبعة الأولى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2012.
- 15-محمد محمود الدنيات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد المراحل التطبيقات، دار وائل للنشر والطباعة، الطبعة الثانية، بيروت، 1999.
- 16-محجوب وجيه، أصول البحث العلمي ومناهجه، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، 2005.
- 17-محمد عبد الفتاح حافظ الصرفي، البحث العلمي الدليل التطبيقي للباحثين، دار وائل للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2002.
- 18-سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، مركز التطوير لوكالة الغوت، فلسطين، 2003.
- 19-كامل عبد الفتاح علي، نظريات الاتصال والاعلام، دار النشر عمان، 2003.

المجلات والدوريات:

- 20-نبيلة رزقي، تجريم نشر وترويج الشائعات الالكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، المجلة الاكاديمية للبحث القانوني، 2021.
- 21-نصر الدين بوزيان، الاخبار الكاذبة، الذباب الالكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية مساعي المواجهة، مجلة أكاديمية للدراسات السياسية، المجلد 06 العدد 05، 2021.

رسائل الماجستير والدكتوراء

- 22-بن كحيل شهرزاد، الممارسة اللغوية في مواقع التواصل الاجتماعي، جامعة وهران، الجزائر، 2014.

- 23-عثمان محمد مالا، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في نشر الشائعات وسط الشباب، دراسة تطبيقية على موقع الفايسبوك، بحث تكميلي لنيل شهادة الدبلوم العالي في الاعلام، 2020.
- 24-سارة عايب ومنال بوتي، نشر الوعي بالعمل التطوعي عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة في محتوى صفحتي أولاد خنشلة وجمعية كافل اليتيم، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، 2019.
- 25-سعيد نوال ولموم مريم، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الاشاعات الفايسبوك نموذج، دراسة ميدانية على طلبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع 2020.
- 26-فريزة عودية، مكافحة الهجرة غير الشرعية في ظل التشريعات الوطنية والاتفاقيات الدولية، أطروحة لنيل الدكتوراه في القانون العام، 2015.

القواميس والمعاجم

- 27-المنجد في اللغة والاعلام، دار المشرق، الطبعة الاولى، بيروت 1991.
- 28-محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، دار الفجر للتوزيع والنشر، القاهرة، الطبعة الاولى، 2004.

المواقع الالكترونية:

- 29-HTTP// WWW.almanmy.com
- 30-http\\ emarat alyoum.com
- 31-http\\ WWW cabar nas nllkura .com
- 33-http\\ WWW alarbya. net
- 34-http\\ WWW djellfa. info
- 35-http\\www.facebooc.com

الملاحق

البيانات الشخصية

1: الجنس.

ذكر

انثى

2: السن.

من 18 الى 22

من 23 الى 27

من 28 الى 32

من 33 الى 37

3: المستوى التعليمي.

ابتدائي

متوسط

ثانوي

جامعي

المحور الأول: مدى ثقة الشباب في الاخبار التي تعرضها منصة الفايسبوك.

1: الأسباب التي تجعلك تعتمد على منصة الفايسبوك كمصدر للأخبار.

سرعة الوصول الى الاخبار

طريقة عرض الاخبار

حرية التعبير من خلال التعليق على الخبر

سهولة الوصول الى الاخبار

أسباب أخرى اذكرها.....

.....

.....

2: ماهي درجة اعتمادكم على منصة الفايسبوك كمصدر للأخبار.

عالية

متوسطة

منخفضة

3: ما رأيك حول ما ينشر في منصة الفايسبوك من اخبار.

تعبّر عن الواقع

- هل منصة الفايسوك أكثر المنصات نشرًا للمبركة نعم لا
- هل النسب والاحصائيات التي تعرضها منصة الفايسوك كلها صحيحة نعم لا

4: في رأيكم ماهي درجة عرض منصة الفايسوك للأخبار المبركة

- عالية
- متوسطة
- منخفضة

المحور الثاني: تفاعل الشباب مع الاخبار التي تعرضها منصة الفايسوك.

1: كيف تتعامل مع المعلومات المبركة التي تعرضها منصة الفايسوك.

- إعادة نشرها في مجموعات
- مشاركتها مع الأصدقاء
- عدم الاهتمام بها
- محاولة تحدير مستخدمي الفايسوك من الصفحة

2: هل تتأكد من صحة الاخبار التي تعرضها منصة الفايسوك.

- دائما
- نادرا
- احيانا

3: هل قمت من قبل بإنشاء خبر مبرك ونشرته في بعض الصفحات.

- نعم
- لا

4: ما هو موقفك تجاه الأشخاص الذين يقومون بنشر الأخبار المبركة

- تعارضهم
- تتصحهم بالتوقف عن نشر الاخبار المبركة
- تؤيدهم

5: في رأيك ما هو السبب الحقيقي لنشر الاخبار المبركة.

- أسباب ايدولوجية
- أسباب مالية
- التأثير على الشباب
- تحريض الشباب
- تغليب الشباب

..... أسباب أخرى اذكرها.....

المحور الثالث: دور الشباب لتصدي للأخبار المفبركة.

1: ما دور منصة الفايسبوك في ضل انتشار الفبركة بأنواعها.

- حضر الصفحات
- معاقبتهم قانونيا
- تدخل جنود الخفاء

2: هل تعرضت من قبل للابتزاز والتشهير او نشر خبر كاذب عنك عبر منصة الفايسبوك

- نعم
- لا

..... اذا كان نعم مكان موقفك.....

3: حسب رأيك ما هو الأسلوب الأكثر استعمالا لنشر الفبركة

- نشر معلومة سرية
- صور سيئة مفبركة
- التحيل
- التشهير

..... أساليب أخرى اذكرها.....

4: حسب رأيك في حالة تعرض الفرد للفبركة او التشهير او الابتزاز او التحيل يجب ان:

- يصح المعلومات المنشورة
- رفع شكوى لدى المحكمة
- ابلاغ إدارة منصة الفايسبوك
- محاولة اختراق الصفحة

أخرى اذكرها.....

المحور الرابع: تأثير الاخبار المفبركة عبر منصة الفايسبوك على الشباب.

التأثيرات المعرفية

1- في رأيك ماهي الاخبار المفبركة.....

2- هل الاخبار المفبركة تؤثر على معارفك القبلية

نعم

لا

3- في رأيك ماهي الاليات التي تستخدم للتأكد من صحة الاخبار

الأرقام والاحصائيات

الوثائق

ذكر مصدر الخبر

التأثيرات الوجدانية

1- هل العصبية المفرطة من مخلفات الفبركة والابتزاز الالكتروني

نعم

لا

2- هل من الممكن ان يتولد الرهاب الاجتماعي من الفبركة والابتزاز الالكتروني

نعم

لا

3- هل الفبركة الالكترونية والابتزاز والتهديد سبب في قلة النوم والاكل

نعم

لا

التأثيرات السلوكية

1- هل تتسلى أحيانا بنشر اخبار حتى وان كانت غير صحيحة

نعم

لا

2- ماهو التصرف الذي تقوم به عندما تعثر على خبر مفبرك ويكون سبق صحفيا

تنشره

تجاهله

تكذبه وتحذر الأشخاص

3- في رأيك هل الاخبار المفبركة تشجع الشباب على ارتكاب جرائم غير قانونية

نعم

لا

2: في رأيك هل تأثر الاخبار المفبركة على القيم الأخلاقية لدى الشباب.

نعم

لا

3: هل الاخبار الكاذبة تؤثر على افكارك واتجاهاتك تجاه قضايا المجتمع.

نعم

لا