دور التطبيقات الرقمية عبر المواقع الرسمية للمؤسسات الحكومية في مواجهة الأخبار الزائفة واتجاهات المراهقين نحوه

أسامة أحمد أحمد زارع
أ.د.محمد معوض إبراهيم
أستاذ الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس
د.نفيسة صلاح الدين محمود
مدرس الإعلام وثقافة الأطفال كلية الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

Osama A. Zaria
Prof.Mohamed M. Ibrahim
Professor of Media, Faculty of Postgraduate Childhood Studies,
Ain Shams University
Dr.Nafisa S. Mahmoud
Lecturer of Media, Faculty of Postgraduate Childhood Studies,
Ain Shams University

الملخص

دور التطبيقات الرقمية فى الوزارات والمؤسسات الحكومية المصرية فى مواجهة الأخبار الزائفة التى تتعرض لها واتجاهات المراهقين من طلاب الجامعات المصرية نحوه. تحليل المضمون، التعرف على مضامين الأخبار الزائفة وتكذيبها المتعلقة بالوزارات والمؤسسات المصرية فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، ومدى تفاعل أفراد عينة الدراسة معها. الجانب الميدانى رصد مدى استجابات المبحوثين من المراهقين طلاب الجامعات المصرية، لتعرضهم لصفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الحكومية وتحديد تعرضهم للأخبار الزائفة وتكذيبها، من خلال صفحة مجلس الوزراء. الحدود الموضوعية: عينة تحليل مضمون صفحة مجلس الوزراء على "الفيسبوك"، من ١ يناير ٢٠٢١: ٣١ ديسمبر ٢٠٢٢، قام الباحث بتحليل ١٥٣ خبرا وتكذيبه، بواقع ١٠١ لسنة ٢٠٢١، ٥٢ خبرا ٢٠٢٢ طلاب خمس جامعات مصرية من الفرقتين الأولى والثانية، عمر (١٧: ١٨) عاما وهم (الأزهر- عين شمس- المنوفية- سوهاج- ٦ أكتوبر) من ١: ٣١ يناير ٢٠٢٢. تنتمى الدراسة الى الدراسات الوصفية وتعتمد على منهج المسح الاعلامى بشقية التحليلى والميداني. دراسة تحليل مضمون صفحة مجلس الوزراء من ١ يناير٢٠٢١: ٣١ ديسمبر ٢٠٢٢. الدراسة الميدانية طلاب الجامعات المصرية. عينة عشوائية قوامها ٥٠٠ مفردة من طلاب الفرقة الأولى والثانية من كليات جامعات (الأزهر- عين شمس- المنوفية- سوهاج- ٦ أكتوبر) وأداة تحليل المضمون، والاستبيان. دراسة تحليل المضمون تبين أن الوزارات والمؤسسات المصرية المستهدفة بالأخبار الزائفة اتسمت بالتنوع مع تفاوت ملحوظ بين قضايا كل وزارة ومؤسسة وأن وزارة التربية والتعليم الفنى حازت على أعلى نسبة من الأخبار الزائفة وتكذيبها، معظم الأخبار الزائفة محلية، وتعددت الألفاظ التى استخدمت فى تكذيب الأخبار الزائفة، والأساليب الإقتناعيه وغلبت الاستمالات العقلية لأنها أقدر على الاقناع وتحقيق المصداقية، تنوعت أليات مكافحة الأخبار الزائفة واعتمدت الصفحة على عديد من الوسائط، وأتاحت التفاعلية للجمهور من خلال أشكالها المختلفة. الدراسة الميدانية أظهرت أن عينة الدراسة تتعرض لصفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الرسمية، وأن تطبيق الفيسبوك أكثر التطبيقات الرقمية متابعة من خلال هذه الحسابات والصفحات.

The role of digital applications through the official websites of governmental institutions in the face of fake news and the attitudes of adolescents towards it

Study the role of digital applications in Egyptian ministries and governmental institutions in confronting the fake news they are exposed to, and the attitudes of adolescents from Egyptian university students towards it. Identify the contents of fake news related to the Egyptian ministries and institutions and its denial on the Council of Ministers page, and the extent to which the members of the study sample interact with it .The field side: Monitor the extent of the responses of the respondents for adolescent's students of Egyptian universities, the sample of the study, to their exposure to the pages and accounts of the ministers and government institutions and determine their exposure to the false brother Bar and its denial, through the page of the Council of Ministers. Analyzing the content of the Council of Ministers' Facebook page from January 1st 2021- December 31st 2022. The researcher analyzed 153 news and denied it, by 101 for the year 2021, 52 news for 2022 .Sample of the field study: Students of five Egyptian universities (Al- Azhar, Ain Shams, Menoufia, Sohag and 6th of October) from the first and second divisions, age (18: 17) years, from 31st- 1st January 2022. The study belongs to the descriptive study methodology and depends on the methodology of the media survey in both analytical and field parts. Study the analysis of the content of Council of Ministers' page from January 1st 2021 to December 31st 2022. Study field: Egyptian Universities' Student. Content analysis tool and questionnaire tool. The study shows that the Egyptian ministries and institutions targeted by fake news were characterized by diversity with a noticeable disparity between the issues of each ministry and institution, the Ministry of Education and Technical Education has the highest percentage of fake news, most of the fake news are local. Mental grooming used to deny fake news prevailed because it is more capable of persuasion and achieving credibility. The mechanisms to combat fake news varied.

مقبول للنشر فى: ١٢/ ٤/ ٢٠٢٣

المقدمة:

ما بين الحين والآخر تتعرض المؤسسات الرسمية فى مصر لعديد من الأخبار الزائفة، التى تحدث أزمات مختلفة فى المجتمع المصري، فما تكاد تنتهى أزمة وتبدأ الأخرى، الامر الذى يدفع تلك المؤسسات الى تقديم الأساليب المختلفة لمواجهة تلك الأخبار الزائفة.

اتضح ذلك فى ظل ظروف الأزمات السياسية والاقتصادية التى تمر بها مصر بين الحين والآخر، وما تعرضت له تلك المؤسسات من أخبار زائفة، حاولت أن تواجهها عبر صفحاتها الرسمية عن طريق تطبيقات رقمية متعددة.

مما دفع الباحث الى القيام بمحاولة دراسة تلك التطبيقات المختلفة، والتعرف على دورها الذى تقوم به فى مواجهة أزمة تلك الأخبار الزائفة، وكذلك التعرف أيضا على اتجاهات المراهقين من طلاب الفرقة الأولى والثانية، من الجامعات المصرية نحو تلك التطبيقات، ومدى معرفتهم بها وجدوى استخدامها تجاه الأخبار الزائفة.

مشكلة الدراسة:

انطلاقا مما أكدته كثير من الدراسات العلمية، على أن شبكات التواصل الاجتماعي، لها تأثير كبير على الشباب، لما لها من قدرة على تيسير البحث عن المعلومات، والخصوصية فى الاتصال، اضافة الى امكانية التعبير عن الذات، وعن المواقف تجاه القضايا العامة، كما أنها أصبحت تمثل الاهتمام الأول لدى الشباب، فى نقل المعلومات والأخبار، بدلا من وسائل الاعلام التقليدية، بل أصبحت عاملا مهما فى تهيئة متطلبات التغيير، عن طريق تكوين الوعى فى نظرة الانسان الى مجتمعة، والعالم، فالمضمون الذى تتوجه به عبر رسائل اخبارية أو ثقافية أو ترفيهية، أو غير ذلك لا يؤدى بالضرورة الى ادراك الحقيقة فقط، بل انه يسهم فى تكوين الحقيقة وحل اشكالياتها.

ومن هنا كان للتطبيقات الرقمية المختلفة عبر المواقع الرسمية للمؤسسات الحكومية، دورا مهما فى مواجهة ما قد ينشر من أخبار، تؤثر على وعى هؤلاء المراهقين بدور تلك المؤسسات الرسمية فى مصر.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من كونها حلقة فى سلسلة الدراسات الاعلامية التى تعتنى بالمراهقين من جانب، وقضايا المجتمع المصرى من جانب آخر. ترجع أهميتها للاعتبارات الآتية:

١. قلة الاهتمام البحثى بدراسة دور التطبيقات الرقمية فى مواجهة الأخبار الزائفة التى تتعرض لها الوزارات والمؤسسات الحكومية فى مصر.
٢. تعد هذه الدراسة خطوة من خطوات دراسة علاقة وسائل التواصل الاجتماعى بقضايا المجتمع المهمة.
٣. أهمية الكشف عن دور الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء فى تفنيدها وتكذيبها للأخبار الزائفة التى تتعرض لها الوزارات والمؤسسات المختلفة، نظرا لأنها تقوم بذلك نيابة عن تلك الوزارات والمؤسسات الرسمية.
٤. أهمية المرحلة العمرية للمراهقين عينة الدراسة وعلاقتهم بما ينشر من أخبار زائفة وتكذيبها عبر الصفحات الرسمية للوزارات والمؤسسات الحكومية فى مصر، ونظرا لخطورة هذه الأخبار وتأثيرها عليهم مما يلزم تنمية وعى المراهقين بذلك.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الى تحقيق مجموعة من الأهداف:

١. التعرف على مضامين الأخبار الزائفة وتكذيبها المتعلقة بالوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري.
٢. رصد الوزارات والمؤسسات الحكومية، التى تعرضت بصورة أكثر للأخبار الزائفة.
٣. التعرف على نوعية الأخبار الزائفة التى تعرضت لها الوزارات والمؤسسات الحكومية.
٤. رصد مدى استجابات المبحوثين من المراهقين طلاب الجامعات المصرية عينة الدراسة، لتعرضهم لصفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الحكومية المصرية.
٥. التعرف على استجابات المبحوثين حول أهم التطبيقات الرقمية، التى يتابعون من خلالها صفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الرسمية الحكومية.
٦. تحديد أهم صفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الرسمية، التى يتابعها عينة الدراسة من المراهقين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
٧. التعرف على استجابات المبحوثين حول استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، كوسيلة اخبارية.

دراسات سابقة:

١. دراسة كريمة كمال عبداللطيف توفيق (٢٠٢٢)، "استخدام التطبيقات الإلكترونية كقنوات اتصال رقمية فى ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠"، تمثلت مشكلة الدراسة فى تقييم الآليات المستخدمة فى تطبيق صحة مصر، لمواكبة أهداف التنمية الصحية المستدامة، من مبادرات وإرشادات صحية وتوعوية، مرورا بإدارة أزمة كورونا من خلال التطبيق، ومدى استمرارية التحديثات بالتطبيق، لمواكبة مفهوم التنمية الصحية المستدامة، وتنتمى هذه الدراسة إلى حقل البحوث الوصفية، من خلال تحليل مضمون تطبيق صحة مصر، واعتمدت على منهج المسح، وطبقت على عينة عشوائية بسيطة قوامها ٣٢٥ مفردة وفقا لخصائصهم الديموغرافية، واقتصرت العينة على مستخدمى التطبيق، واعتمدت الدراسة فى إطارها النظرى على نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها: جاءت نسبة ٩٤% من أفراد العينة ملمين بمميزات تطبيق صحة مصر، بينما أكدت النتائج أن أهم المفاهيم التى يجب على أفراد العينة الإلمام بها هي: الصحة الإلكترونية والعمل عن بعد، وأوضحت غالبية أفراد العينة دور التطبيقات الذكية فى إلمامهم بالمعلومات المهمة عن الوقاية، ومكافحة كورونا وتأثيرها فى مجال الرعاية الصحية، ونسبة ٤٣% استفادوا من التطبيقات فى الإبلاغ وتلقى الردود.

٢. دراسة محمد محمد عبده بكير (٢٠٢٢)، "تقبل الجمهور لاستخدامات التطبيقات الصحية عبر تقنيات الهواتف الذكية فى المملكة العربية السعودية وتأثيراتها الاتصالية عليهم"، استند الباحث فى استدلالاته البحثية على مدخلين فى هذه الدراسة، الأول "نموذج كيم وروبين للاستخدامات والتأثيرات"، والثانى "نموذج تقبل التكنولوجيا"، وجاء الاعتماد على المدخل الأول "نموذج الاستخدامات والتأثيرات" ليضفى على المتلقى صفة الإيجابية؛ حيث يقترح الربط بين استخدامات الجمهور لوسائل التكنولوجيا، والتأثيرات الناتجة عن الخيارات والسلوكيات الفردية لأفراد الجمهور تجاه هذه الوسائل المختلفة، والمتمثلة فى تأثيرات الرضا، والتفاعل الاجتماعى والغرس الثقافي؛ وذلك نتيجة الاستخدامات النشطة والنفعية للتطبيقات التكنولوجية، وجاء المدخل الثانى "نموذج تقبل التكنولوجيا" للخروج برؤية متكاملة حول مدى تأثير استخدام الجمهور للتطبيقات الصحية على تقبلهم للتكنولوجيا عبر الهواتف الذكية. هدفت الدراسة إلى الكشف عن النشاط المدعم والمعوق للتأثيرات الاتصالية لدى الجمهور فى المجتمع السعودى (من المواطنين والمقيمين) مع التطبيقات الصحية عبر الهواتف الذكية، ورصد العوامل المؤثرة فى تقبل الجمهور للتطبيقات الصحية، واختبار وتفسير العلاقة بين التأثيرات الاتصالية للتطبيقات الصحية، وعوامل تقبل الجمهور لاستخدامها عبر الهواتف الذكية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى عوامل تقبل الجمهور فى المجتمع السعودى من المواطنين والمقيمين لاستخدام التطبيقات الصحية، عبر تطبيقات الهواتف الذكية؛ والتى تمثلت في: (سهولة الاستخدام المدركة)، ثم (الاستفادة المدركة)، ثم (النوايا السلوكية)، وأخيرا (الاستخدام الفعلي).

٣. دراسة منة الله كمال موسى دياب (٢٠٢٢)، "سلوك حماية الخصوصية الرقمية

البيومترية لدى مستخدمى تطبيقات التزييف العميق من طلبة الجامعات المصرية"، هدف البحث إلى التعرف على سلوك حماية الخصوصية الرقمية البيومترية لدى مستخدمى تطبيقات التزييف العميق من طلبة الجامعات المصرية، عرض البحث إطارا مفاهيميا تضمن تقنية التعلم العميق، تقنية التزييف العميق، البيانات الرقمية، سياسة الخصوصية، سياسة الاستخدام، الخصوصية الرقمية البيومترية، برتوكول التطبيقات، آلية جمع البيانات الرقمية البيومترية. واعتمد البحث على المنهج الوصفى بالعينة، والمسح الوصفي. وتمثلت أدوات البحث فى مقياس دافع حماية الخصوصية البيومترية. وتم تطبيقها على عينة قوامها ٣٠٠ وقسمت إلى ١٧٣ من الذكور، و١٢٧ من الإناث من طلبة المراحل الجامعية فى سنوات دراسية مختلفة وهى مأخوذة بشكل عشوائى من ٨ جامعات مصرية حكومية وخاصة متنوعة، ومن كليات علمية وأدبية مختلفة، ومن بيئات ريفية وحضرية منتسبة إلى عدة محافظات مختلفة، وقد تراوحت الأعمار لأفراد عينة الدراسة بين (١٩,٢- ٢٨,٤) سنة بمتوسط عمر زمنى ٢١,٧ سنة. وجاءت نتائج البحث مؤكدة على وجود فروق دالة إحصائيا بين الذكور والإناث فى جميع الأبعاد الفرعية الستة (الشدة المدركة، القابلية للتأثير المدركة، الكفاءة الذاتية، فعالية الاستجابة، المكافآت، الاستراتيجيات المستخدمة والدرجة الكلية لسلوك الحماية البيومترية).

٤. دراسة زينب وحيد جمعة (٢٠٢١)، "استخدام المراهقين للتطبيقات الإخبارية الهواتف الذكية والإشباعات المتحققة منها"، تسعى هذه الدراسة للتعرف على دوافع استخدامات المراهقين للتطبيقات الإخبارية عبر الهواتف الذكية، ورصد الإشباعان المتحققة منها، باعتبارها إحدى الدراسات الوصفية وذلك من خلال منهج المسح حيث تم ملء استمارة الاستبيان بالمقابلة لعينة الدراسة وقوامها ٤٠٠ مفردة وتم مراعاة المتغيرات الديموجرافية لعينة الدراسة. وفيما يلى أهم نتائج الدراسة أن نسبة من يستخدمون شبكة الإنترنت عن طريق الهاتف المحمول (دائما) من إجمالى مفردات عينة الدراسة بلغت ٧٧%، وبلغت نسبة من يستخدمون شبكة الإنترنت (أحيانا) ٢٠% من إجمالى عينة الدراسة. وفيما يتعلق باستجابات المبحوثين لتحديد آرائهم فى العبارات المتعلقة باستخداماتهم للهاتف المحمول، جاءت عبارة "للتواصل عبر شبكات التواصل الاجتماعي" فى الترتيب الأول بمعدل، "تساعدنى فى الحصول على معلومات حول الأحداث الجديدة" فى الترتيب الثالث. توصلت الدراسة إلى دوافع استخدام المبحوثين (النفعية) للتطبيقات الإخبارية، حيث جاء فى الترتيب الأول من حيث الترتيب "أتعرف من خلالها على الأحداث الجارية"، يليه "تساعدنى فى زيادة حصيلة المعلومات فى المجالات المختلفة"، بينما جاء فى الترتيب الثالث "لأتعرف على أحدث الTredn والهاشتاجات". وفيما يخص دوافع استخدام المبحوثين (الطقوسية) للتطبيقات الإخبارية، حيث جاء فى الترتيب الأول من حيث الترتيب "تعودت على استخدامها لأن الهاتف المحمول معى طوال الوقت".

٥. دراسة هانى نادى عبدالمقصود (٢٠٢٢)، "تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المشاركة فى الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠: دراسة ميدانية"، هدف البحث الحالى إلى التعرف على العلاقة بين تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحو المشاركة فى الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠، وذلك من خلال إجراء دراسة وصفية ميدانية باستخدام منهج المسح الإعلامى على عينة عمدية من مستخدمى الشبكات الاجتماعية قوامها ٣٧٦ مفردة من الشباب باستخدام أداة الاستبيان، ومقياس الاتجاهات، نحو المشاركة فى الانتخابات البرلمانية (من إعداد الباحث)، وتوصل البحث إلى: أن نسبة ٦٤,٩% من عينة الشباب يستخدمون الشبكات الاجتماعية دائما، وجاء أهم أسباب استخدام الشباب للشبكات الاجتماعية هو الحصول على معلومات حول الأحداث الجارية، ثم للتفاعل والمشاركة فى النقاشات حول القضايا المطروحة، وأن موقع الفيسبوك Facebook يتصدر قائمة المواقع الأكثر استخداما لدى الشباب، يليه تطبيق الواتسآب WhatsApp، ثم موقع اليوتيوب Youtube، وأن السخرية والتهكم جاءت فى الترتيب الأول من أشكال الأخبار الزائفة التى تتعرض لها العينة عبر الشبكات الاجتماعية، كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية واتجاهاتهم نحو المشاركة فى الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠.

٦. دراسة عبدالسلام مبارك عبدالسلام (٢٠٢٢)، "تعرض الشباب الجامعى للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعى نحو القضايا المثارة فى المجتمع المصري" هدفت الدراسة إلى التعرف على الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب الجامعى نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وكذلك تحديد الأسباب التى تدفع الشباب الجامعى لتداول الأخبار الزائفة، وذلك من خلال دراسة وصفية، اعتمد فيها الباحث على منهج المسح الميداني، مستخدما أداة الاستبيان لمسح اتجاهات الشباب الجامعي، وتم تطبيقها على عدد ٤٠٠ مفردة بأسلوب العينة العمدية من أربع جامعات مصرية (جامعة سوهاج، جامعة المنصورة، جامعة القاهرة، جامعة فاروس). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: كشفت الدراسة عن وجود تأثير قوى للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعى على اتجاهات الشباب الجامعى نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري، وبينت الدراسة أن أكثر مواقع التواصل الاجتماعى نشرا للأخبار الزائفة موقع الفيسبوك، وأكثر المواقع الصحفية نشرا للأخبار الزائفة موقع اليوم السابع، كما أن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين أسباب انتشار الأخبار الزائفة والأضرار التى تنتج عنها، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل الديمغرافية للشباب الجامعي، وتأثير الأخبار الزائفة على اتجاهات الشباب الجامعى نحو القضايا المثارة بالمجتمع المصري.

٧. دراسة جومانة عريقات (٢٠٢٢)، "توظيف شبكة التواصل الاجتماعى "فيسبوك" فى التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة جائحة فايروس كورونا"، دائرة العلاقات العامة فى الشرطة الفلسطينية نموذجا: هدفت هذه الدراسة بشكل رئيس إلى معرفة مدى توظيف دائرة العلاقات العامة فى جهاز الشرطة الفلسطينية، لشبكة الفيسبوك فى تعزيز التوعية الأمنية للتصدى للأخبار الكاذبة، التى انتشرت خلال جائحة كورونا، إضافة إلى التعرف على دور شبكة الفيسبوك فى دعم أنشطة جهاز الشرطة فى التوعية الأمنية، ومدى فاعلية رسائلها، وتوظيف الاستراتيجيات الاتصالية المناسبة فى عمل العلاقات العامة بجهاز الشرطة، والكشف عن مدى اعتماد جهاز الشرطة على شبكة الفيسبوك فى التوعية الأمنية. اعتمدت الباحثة المنهج الوصفى التحليلي، وقد لجأت الباحثة لتوزيع استبانة الكترونية على عينة الدارسة المتمثلة بـ٣٨٤، من متابعى صفحة الفيسبوك لجهاز الشرطة الفلسطينية، إضافة إلى استخدام أداة المقابلة المعمقة على كل من مدراء العلاقات العامة والإعلام، ومتخصصى وسائل التواصل الاجتماعى فى جهاز الشرطة الفلسطينية بالضفة الغربية. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، والتى كان من أهمها: قيام دائرة العلاقات العامة بجهاز الشرطة بتوظيف شبكة الفيسبوك فى التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال جائحة كورونا، بشكل يلبى احتياجات ورغبات الجمهور.

الافادة من عرض الدراسات السابقة:

١. التحديد الدقيق لمشكلة الدراسة وتعميق الاطار المعرفى وتحديده.
٢. دعمت الدراسات السابقة احساس الباحث بأهمية موضوع الدراسة، حيث أظهرت الحاجه الماسة لدراسة الأخبار الزائفة وتكذيبها على مواقع التواصل الاجتماعي، وبخاصة المتعلقة بالوزارات والمؤسسات الرسمية، لما لها من تأثير كبير على اتجاهات المراهقين من المستخدمين.
٣. من خلال الاطلاع على المداخل النظرية (التى اعتمدت عليها الدراسات السابقة) تمكن الباحث من تحديد أنسب المداخل النظرية لموضوع الدراسة.

٤. ساهمت الدراسات السابقة فى صياغة الأهداف، ووضع التساؤلات، وصياغة الفروض.
٥. تم الافادة بالدراسات السابقة فى اجراء بعض المقارنات بين نتائجها والنتائج التى توصلت لها الدراسة الحالية بما ساعد فى توضيح وتفسير بعض النتائج بصورة أكثر عمقا.

مصطلحات الدراسة:

- الأخبار الزائفة: الأخبار الكاذبة تسمى الزائفة أو المزيفة أو المخادعة، وغير المهمة، والأخبار غير الدقيقة، وهى معلومات قد تكون مضللة أو خاطئة أو ملفقة؛ الهدف من نشرها خداع القراء ودفعهم للاعتقاد بأنها معلومات صحيحة وموثوقة؛ تنشر إما فى الوسائل الاتصالية التقليدية، أو فى مواقع الإعلام الاجتماعي، أو فى المواقع الإلكترونية بشكل عام.
- التطبيقات الرقمية: مواقع أو تطبيقات تتيح للمستخدمين التعبير عن آرائهم وجعلها مرئية، والتواصل مع الآخرين ضمن بيئة مجتمع افتراضية مع القدرة على التحكم فى المعلومات المنشورة ومن تمكن الوصول إليها.
- المؤسسات الحكومية: يقصد بها الوزارات والمؤسسات الرسمية الحكومية المصرية التى تعرضت للأخبار الزائفة.

تساؤلات الدراسة:

١. ما مضامين الأخبار الزائفة وتكذيبها، المتعلقة بالوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء؟
٢. ما الوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية التى تعرضت للأخبار الزائفة؟
٣. ما المجال الجغرافى للأخبار الزائفة التى تم تكذيبها على الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى؟
٤. ما آليات المكافحة وأساليب المواجهة للأخبار الزائفة فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء؟
٥. ما حجم تفاعل المستخدمين من أفراد عينة الدراسة (الاعجاب Like- اعادة النشر والمشاركة Share- التعليقات Coment) مع المضامين الاخبارية المتعلقة بالأخبار الزائفة وتكذيبها فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى؟
٦. ما مدى تعرض المبحوثين من المراهقين عينة الدراسة طلاب الجامعات المصرية، لصفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الحكومية المصرية؟
٧. ما مدى تعرض المبحوثين للأخبار الزائفة وتكذيبها عبر الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى؟
٨. ما أهم التطبيقات الرقمية التى يتابع من خلالها أفراد العينة صفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية؟
٩. ما أشكال تفاعل المبحوثين مع الأخبار الزائفة وتكذيبها المنشورة عبر الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى؟

نوع ومنهج الدراسة:

تنتمى هذه الدراسة الى جملة الدراسات الوصفية، كما تستخدم منهج المسح الاعلامى بشقية التحليلى والميدانى الذى يعد من أنسب المناهج ملائمة ويرتبط ارتباطا وثيقا بكل من موضوع هذه الدراسة وأهدافها.

أدوات الدراسة:

استخدمت الدراسة استمارة الاستبيان، واستمارة تحليل المضمون.

عينة الدراسة:

- عينة الدراسة التحليلية: تم اختيار الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى على "الفيسبوك" وتم تحليل ١٥٣ خبرا فى الفترة من ١ يناير ٢٠٢٢ الى ٣٠ ديسمبر ٢٠٢٣.
- عينة الدراسة الميدانية: عينة عمدية من طلاب وطالبات الفرقة الأولى من سن (١٧: ١٨) عاما من الجامعات المصرية الآتية (الأزهر- عين شمس- المنوفية- سوهاج- ٦ أكتوبر) وتم اجراء العينة على ٥٠٠ مفردة.

أساليب المعالجة الاحصائية:

تم استخراج النتائج باستخدام البرنامج الاحصائى SPSS، وتم استخدام الاختبارات الاحصائية الآتية: التكرارات البسيطة، والنسب المئوية مقربة، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، ومعامل ارتباط بيرسون، واستخدام معامل T. Test لدراسة الدلالة الاحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من المبحوثين، واستخدام تحليل التباين ذى البعد الواحد والمعروف اختصارا ANOVA لدراسة الدلالة الاحصائية للفروق بين متوسطات حسابية أكثر من مجموعتين، واختبار LSD.

نتائج الدراسة:

- نتائج دراسة تحليل المضمون:

جدول (١) الوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية التى تعرضت للأخبار الزائفة وتكذيبها فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري

الوزارات	٢٠٢١		٢٠٢٢		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
وزارة التربية والتعليم الفني	٢٣	٢٢	١١	١٣,٥	٣٤	٢٢,٢
مؤسسات أخرى	١٩	١٩	٦	١١,٥	٢٥	١٦,٣
وزارة التموين والتجارة الداخلية	١٠	٨	٦	١٣,٥	١٦	١٠,٤
وزارة الصحة والسكان	٩	٩	٥	٩,٦	١٤	٩,١
وزارة المالية	٨	٨	٣	٥,٨	١١	٧,٢
وزارة الأوقاف	٤	٤	٢	٣,٨	٦	٣,٩
وزارة التعليم العالى والبحث العلمي	٣	٢,٩	٣	٥,٨	٦	٣,٩
وزارة السياحة والآثار	٣	٢,٩	٢	٣,٨	٥	٣,٣
وزارة الكهرباء والطاقة	٣	٢,٩	٢	٣,٨	٥	٣,٣
وزارة الزراعة	٣	٢,٩	١	١,٩	٤	٢,٦
وزارة التضامن الاجتماعي	٢	١,٩	٢	٣,٨	٤	٢,٦
وزارة الداخلية	١	٠,٩	٢	٣,٨	٣	١,٩
وزارة الموارد المائية	٣	٢,٩	–	–	٣	١,٩
وزارة التنمية المحلية	١	٠,٩	٢	٣,٨	٣	١,٩
وزارة النقل	١	٠,٩	١	١,٩	٢	١,٣
وزارة الإسكان	٢	١,٩	٢	٣,٨	٢	١,٣
وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات	١	٠,٩	١	١,٩	٢	١,٣
وزارة الشباب والرياضة	١	٠,٩	١	١,٩	٢	١,٣
وزارة الاقتصاد	٢	١,٩	–	–	٢	١,٣
وزارة القوى العاملة والتدريب	١	٠,٩	١	١,٩	٢	١,٣
وزارة البيئة	١	٠,٩	١	١,٩	٢	١,٣
وزارة الطيران المدني	٢	١,٩	–	–	٢	١,٣
وزارة التجارة والصناعة	–	–	١	١,٩	١	٠,٦
وزارة العدل	١	٠,٩	–	–	١	٠,٦
المجموع	١٠١	١٠٠	٥٢	١٠٠	١٥٣	١٠٠

يوضح الجدول السابق تنوع الوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية المستهدفة بالأخبار الزائفة، مع تفاوت ملحوظ بين قضايا كل وزارة أو مؤسسة وموضوعاتها، ويتضح أن وزارة التربية والتعليم والتعليم الفنى حازت أعلى نسبة من الأخبار الزائفة فى فترة الدراسة، ففى عام ٢٠٢١ بلغ عدد الأخبار الزائفة التى تعلقت بهذه الوزارة ٢٣ خبرا بنسبة ٢٢%، وفى عام ٢٠٢٢ بلغ عدد الأخبار ١١ خبرا بنسبة ١٣,٥%، وبلغت نسبتها ٢٢,٢% من إجمالى الأخبار فى فترة الدراسة المتعلقة بالوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية. فى حين جاءت مؤسسات وهيئات أخرى فى المركز الثانى بنسبة ١٦,٣%، على النحو الموضح تفصيلا فى جدول (٦)، واحتلت وزارة التموين والتجارة الداخلية المرتبة الثالثة بنسبة ١٠,٤%، وفى عام ٢٠٢١ بلغ عدد الأخبار الزائفة المتعلقة بهذه الوزارة ١٠ أخبار بنسبة ٨%، و٦ أخبار فى عام ٢٠٢٢ بنسبة ١٣,٥%، وجاءت وزارة الصحة والسكان فى المركز الرابع بنسبة ٩,١% (٩ تكرارات فى ٢٠٢١ بنسبة ٩%، و٥ تكرارات فى عام ٢٠٢٢ بنسبة ٩,٦%) على النحو الموضح فى جدول (٤). أما وزارة المالية فقد احتلت المركز الخامس بعدد ١١ تكرارا بنسبة ٧,٢%، وبلغ ٨ تكرارات فى عام ٢٠٢١ بنسبة ٨%، و٣ تكرارات فى عام ٢٠٢٢ بنسبة ٥,٨%. وفى المركز السادس جاءت وزارة الأوقاف بنسبة ٣,٩%،

وبلغ ٤ تكرارات فى عام ٢٠٢١ بنسبة ٤%، وفى عام ٢٠٢٢ بلغ عدد التكرارات ٢ بنسبة ٣,٨%. "إهدار أموال الأوقاف لتنفيذ مشروعات لا جدوى منها بموجب قانون- صندوق الوقف الخيري".

ومن نماذج الأخبار الزائفة فى عام ٢٠٢٢، ما نشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتم تكذيبه عبر الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء "موضع الدراسة": خبر حول "صدور قرار بإقامة صلاة التراويح فى جميع المساجد على مستوى الجمهورية دون ضوابط محددة لإقامتها"، وجاءت نسبة وزارة التعليم العالى والبحث العلمى من الأخبار الزائفة ٣,٩%، لتحتل المركز السابع، حيث بلغ عدد الأخبار الزائفة الخاصة بهذه الوزارة فى عام ٢٠٢١ ٣ تكرارات بنسبة ٢,٩%، وفى عام ٢٠٢٢ ٣ تكرارات بنسبة ٥,٨%، وعلى سبيل المثال، ما نشر فى مايو ٢٠٢١ عن: "إيقاف الدراسة بالمعاهد والجامعات وإلغاء الامتحانات والاستعاضة عنها بتقديم أبحاث".

وفى عام ٢٠٢٢ خبر حول "فرض رسوم على طلاب الجامعات الحكومية كشرط لأداء امتحانات نهاية الفصل الدراسى الثانى للعام الدراسى ٢٠٢١/ ٢٠٢٢".

أما وزارتا السياحة والآثار والكهرباء والطاقة فقد احتلتا الترتيب الثامن بنسبة ٣,٣% لكل منهما، على سبيل المثال ما نشر فى وسائل التواصل الاجتماعى عن: "تداول صور تزعم وجود هبوط أرضى بمحيط هرم خوفو بما يهدد مبنى الهرم الأكبر بالانهيار".

ومما نشر عن وزارة الكهرباء والطاقة: "اختلاف أسعار شرائح الكهرباء وفقا لنوع العداد المستخدم" فى حين جاءت وزارتا الزراعة واستصلاح الأراضي، والتضامن الاجتماعي، فى المركز التاسع بنسبة ٢,٦% لكل منهما، على سبيل المثال بالنسبة لوزارة الزراعة واستصلاح الأراضي، تداول خبر حول "تداول مبيدات زراعية محظورة تسببت فى تسمم المحاصيل بالأسواق نتيجة غياب الرقابة" وبالنسبة لوزارة التضامن الاجتماعي، كان من الأخبار الزائفة التى استهدفتها، خبر بعنوان "خصم تكلفة خطوط المحمول المقدمة لمستفيدى برنامج تكافل وكرامة من قيمة الدعم النقدى الشهري" وجاء كل من: وزارة الداخلية، ووزارة الموارد المائية والري، ووزارة التنمية المحلية، بنسبة ١,٩% لكل وزارة على حدى. مثال ما ورد عن وزارة الداخلية من أخبار زائفة، خبر يشير إلى: "إصدار الحكومة قرارا بتغليظ العقوبة على تسمية المواليد الجدد بأسماء دخيلة على المجتمع المصرى تصل للحبس لمدة عام وبغرامة لا تقل عن ٥ آلاف جنيه". وبالنسبة لوزارة الموارد المائية والري، خبر حول "بيع مياه الرى للمزارعين وفقا لمشروع قانون الموارد المائية والرى الجديد". أما وزارة التنمية المحلية، فقد كان من الأخبار الزائفة التى تعرضت لها، خبر حول "صدور قرار وقف تراخيص البناء للوحدات السكنية بالمحافظات لمدة ستة أشهر جديدة" أما وزارات النقل، والإسكان، والاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، والشباب والرياضة، والاقتصاد، والقوى العاملة والتدريب، والبيئة، والطيران المدني، فقد جاءت نسبة الأخبار الزائفة لكل منها ١,٣%. وعلى سبيل المثال، بالنسبة للأخبار الزائفة التى تعرضت لوزارة النقل: "إهدار مبالغ طائلة على تطوير شبكة القطارات المتهالكة".

ومثال ما تعرضت له وزارة الإسكان من أخبار زائفة، خبر حول "طرح الحكومة مشروع قانون بإخلاء الساكنين المتعاقدين بنظام الإيجار القديم من منازلهم".

أما عن وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، فقد نشر خبر فى وسائل التواصل الاجتماعي، وكذبته الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، حول "فرض رسوم على متلقى المكالمة التليفونية فئة العشرة قروش لكل دقيقة بدءا من شهر أكتوبر ٢٠٢١.

ومما نشر عن وزارة الشباب والرياضة: "تحمل وزارة الشباب والرياضة تكلفة المساحات الطبية الخاصة للكشف عن كورونا لأندية الدورى خلال الفترة المقبلة.

ومثال لوزارة الاقتصاد، ما نشر عن "إلغاء العملة الورقية فئة الجنية بالأسواق".

ومثال لوزارة القوى العاملة والتدريب: "تلقى العمالة غير المنتظمة مكالمات هاتفية من وزارة القوى العاملة والتدريب بدعوى تحديث بياناتهم بصرف منحة جديدة بقيمة ٥٠٠ جنيه".

وكذلك ما ورد عن وزارة البيئة: "تلوث مياه الإسكندرية نتيجة تسرب بقعة زيتية من السفن الضخمة" أما وزارة الطيران المدنى فكان مما أثير حولها من أخبار زائفة: "بيع الموانئ والمطارات المصرية لجهات أجنبية". أما وزارتا الصناعة والتجارة والعدل فقد حصلتا على أدنى نسبة من مجموع الأخبار الزائفة وتكذيبها فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري، بلغت ٠,٦%، وجاء الخبر الزائف الوحيد المتعلق بشركة مصر للطيران حول "تسريح العاملين بشركة مصر للطيران بالتزامن مع دمج الشركات التابعة لها ترشيدا للنفقات".

أما وزارة العدل فقد جاء الخبر الزائف حولها عن: "نزع ملكية الوحدات السكنية من أصحابها حال عدم تسجيلها فى الشهر العقارى وفقا للتعديل التشريعى الجديد.

جدول (٢) الأخبار الزائفة وتكذيبها فى المؤسسات الرسمية غير الوزارية فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري

الفئات	٢٠٢١		٢٠٢٢		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
رئاسة مجلس الوزراء	٣	١٥,٨	١	١٦,٧	٤	١٦
الجهاز المركزى للتنظيم والإدارة	٣	١٥,٨	١	١٦,٧	٤	١٦
شركة العاصمة الإدارية الجديدة	٢	١٠,٥	١	١٦,٧	٣	١٢
هيئة قناة السويس	٢	١٠,٥	–	–	٢	٨
البنك المركزى المصري	١	٥,٣	١	١٦,٧	٢	٨
صندوق تطوير العشوائيات	١	٥,٣	١	١٦,٧	٢	٨
صندوق مصر السيادي	٢	١٠,٥	–	–	٢	٨
محافظة القاهرة	٢	١٠,٥	–	–	٢	٨
الهيئة القومية للتأمين الاجتماعي	–	–	١	١٦,٧	١	٤
هيئة الدواء المصرية	١	٥,٣	–	–	١	٤
هيئة الإسعاف المصرية	١	٥,٣	–	–	١	٤
المتحف المصري	١	٥,٣	–	–	١	٤
المجموع	١٩	١٠٠	٦	١٠٠	٢٥	١٠٠

يبين الجدول السابق المؤسسات الرسمية غير الوزارات الحكومية المصرية التى تعرضت للأخبار الزائفة بنسبة ١٦,٣%، واحتلت المرتبة الثانية بالنسبة لكل الوزرات والمؤسسات الرسمية المصرية.

ويتضح أن كلا من رئاسة مجلس الوزراء، والجهاز المركزى للتنظيم والإدارة استحوذا على المركز الأول بالنسبة للمؤسسات الرسمية غير الوزارية، فمثال الأخبار التى كذبها مجلس الوزراء ما نشر حول "قرار من رئيس الوزراء بتعطيل الدراسة يوم الأحد ٢١ نوفمبر ٢٠٢١ فى جميع مدارس وجامعات محافظات القاهرة الكبرى لسوء الأحوال الجوية".

وأيضا ما نسب لمجلس الوزراء من قرار يزعم "تأجيل بدء الدراسة فى الفصل الدراسى الثانى فى جميع المدارس والجامعات على مستوى الجمهورية لحين إشعار آخر".

أما ما تعلق بالجهاز المركزى للتنظيم والإدارة، فمنه خبر يفيد: "تقليص أيام العمل بالجهاز الإدارى للدولة ثلاثة أيام أسبوعيا مع تخفيض الأجور تزامنا مع الانتقال للعاصمة الإدارية الجديدة"، وخبر آخر يشير الى قرار "بتسريح عدد كبير من العاملين بالدولة تزامنا مع قرارات تحديث ملفاتهم الوظيفية".

واحتلت شركة العاصمة الإدارية الجديدة المركز الثانى بنسبة ١٢%، وكان من الأخبار الزائفة التى أسيرت حولها عبر مواقع التواصل الاجتماعى وتم تكذيبها فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، خبر حول "تمويل مشروع المدينة الترفيهية بالعاصمة الإدارية الجديدة من الموازنة العامة للدولة".

أما "هيئة قناة السويس"، و"البنك المركزى المصري"، و"صندوق تطوير العشوائيات"، و"صندوق مصر السيادي"، و"محافظة القاهرة"، فقد حصلت على نسبة ٨%.

وكان مما تعرضت له قناة السويس من أخبار زائفة وتم تكذيبها على الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء: "صدور قرار بالاستغناء عن العاملين بهيئة قناة السويس"، وكذلك خبر يفيد بـ"تأثر قناة السويس بأعمال التكريك التى تمت حول السفينة الجانحة بالقناة".

أما ما نشر عن البنك المركزى المصرى فى مواقع التواصل الاجتماعي، فمنها منشور يزعم "إصدار البنك المركزى تعليمات بوقف توفير التمويلات اللازمة لاستيراد عدد من السلع من بينها السيارات والهواتف المحمولة".

أما صندوق تطوير العشوائيات فكان من نصيبه خبر حول "هدم عدد من الأحياء السكنية المحيطة بالمتحف القومى للحضارة المصرية بدعوى التطوير مع تهجير قاطنيها دون تعويضهم".

وكان من الأخبار التى تعرضت لصندوق مصر السيادى خبر حول "اعتزام صندوق مصر السيادى بيع مجمع التحرير لمستثمرين أجانب".

وكذلك كان من الأخبار الزائفة التى نفتها محافظة القاهرة: "نقل أسواق العتبة والمسكى والفجالة إلى مناطق بديلة تمهيدا لبيع المنطقة لأحد المستثمرين الأجانب".

أما "الهيئة القومية للتأمين الاجتماعي"، و"هيئة الدواء المصرية"، و"هيئة الإسعاف المصرية"، و"المتحف المصري"، فقد حصلت كل منها على نسبة ٤%، وكان الخبر الذى يخص الهيئة القومية للتأمين الاجتماعى حول "اعتزام الحكومة إلغاء معاش المرأة المطلقة وفقا لقانون التأمينات الاجتماعية والمعاشات الجديد".

وما نشر عن هيئة الدواء المصرية خبر حول "انتشار أدوية مغشوشة وغير مطابقة للمواصفات القياسية بالصيدليات"، ونشر عن هيئة الاسعاف المصرية خبر زائف حول "تداول قائمة على مواقع التواصل منسوبة لهيئة الإسعاف المصرية تشمل أسعار نقل الحالات المرضية الطارئة بواسطة سيارات الهيئة"، وخبر حول "تداول روابط تزعم الإعلان عن وظائف جديدة بالمتحف المصرى الكبير".

جدول (٣) تصنيف الأخبار الزائفة وتكذيبها فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري

التصنيف	ك	%
خبر مفبرك	٨٥	٥٥,٦
خبر مضلل	٢٠	١٣,١
الربط المزيف	١٨	١١,٨
التلاعب بالمحتوى	١٥	٩,٨
خبر مزور	١٠	٦,٥
السياق المزيف	٥	٣,٢
المجموع	١٥٣	١٠٠

تتفق نتائج الجدول السابق مع ما ذكره (Zhang, et.al., 2019) من أن الأخبار الزائفة تشمل جميع أنواع القصص، أو الأخبار الكاذبة التى تنشر أساسا عبر شبكة الإنترنت، لتضليل القراء، أو خداعهم، أو إغرائهم، عن قصد لتحقيق مكاسب مالية أو سياسية أو غير ذلك، ومع ما تراه (Oremus, 2017) أيضا من أن الأخبار الزائفة عبارة عن معلومات صممت لخلطها بالأخبار المشروعة، وهى معلومات خاطئة أنتجت عن قصد.

حيث يتبين أن مجموعة "الأخبار المفبركة"، وهى التى تتضمن محتوى جديدا وغير صحيح بمعظمه بهدف الخداع والأذى، قد احتلت المرتبة الأولى لأنواع الأخبار الزائفة التى تعرضت للوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية، وكذبتها الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، وذلك بنسبة ٥٥,٦%.

ومن هذه الأخبار ما تعرضت له وزارة التربية والتعليم الفني، حول "منح الطلاب الراسبين بامتحانات شهادة الثانوية العامة للعام الدراسى ٢٠٢١/ ٢٠٢٢ الدرجة الفعلية لامتحان الدور الثاني".

أما "الخبر المضلل"، وهو من أنواع الأخبار الزائفة؛ يحتوى على أنصاف حقائق، ويعتمد على توجيه المعلومات بشكل يوحى أو يوجه الاتهامات ضد فرد أو جهة أو قضية، وقد استحوذ على نسبة ١٣,١%، محتلا المركز الثانى من بين أنواع الأخبار الزائفة فى عينة الدراسة.

ومثال على ما نفته وزارة الصحة والسكان ما جاء حول "اعتزام الحكومة خصخصة المستشفيات الحكومية تمهيدا لإلغاء العلاج المجانى للمواطنين"، حيث أكدت الوزارة كما نشرت الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، أنه لا صحة لذلك على الإطلاق، مشيرة إلى أن الشراكة مع القطاع الخاص فى المجال الصحى تقتصر على بناء المستشفيات الحكومية وتطويرها، وآليات تشغيلها، وإدارتها، مع استمرار ملكيتها للدولة.

وتتفق هذه النتيجة بالنسبة للخبر المضلل، وجاء النوع الثالث من أنواع الأخبار الزائفة، وهو "الربط المزيف"، الذى يكون عن طريق وضع عناوين أو صور لا علاقة لها بالمحتوى، وقد حصل على نسبة ١١,٨% من مجموع نسب الأخبار الزائفة، مثال ذلك صورة تداولتها وسائل التواصل الاجتماعى لقرار رسمى بشأن تكليف تلاميذ الصف الرابع الابتدائى بإجراء بحث علمى فى العام الدراسى ٢٠٢١/ ٢٠٢٢، وقد نفته وزارة التربية والتعليم الفني، مؤكدة أنه لا صحة لذلك، وأن الصورة المتداولة مزيفة وغير صادرة عن الوزارة".

وجاء "التلاعب بالمحتوى"، عن طريق التركيب أو القص أو غيرها من عمليات التلاعب بالمعلومات والصور الحقيقية بهدف الخداع، بنسبة ٩,٨%، أما "الأخبار المزورة"، وهى التى تقوم على انتحال هوية المصادر الحقيقية، فقد حصلت على نسبة ٦,٥.

أما "السياق المزيف"، وهو الذى يتمثل بوضع معلومات حقيقية ضمن إطار وسياق مزيف، فقد حصل على أقل نسبة بلغت ٣,٢% من أنواع الأخبار المزيفة التى تعرضت لها الوزارات والمؤسسات الحكومية المصرية إبان فترة الدراسة، فى حين لم يعثر الباحث على أخبار ذات مضمون ساخر فى هذا الصدد.

جدول (٤) آليات مكافحة الأخبار الزائفة (الاعتماد على الوسائط المتعددة) فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري

الوسائط	ك	%
نص	١٥٣	١٠٠
إنفوجرافيك	١٥٣	١٠٠
روابط	١٥٣	١٠٠
هاشتاج	١٥٣	١٠٠
المجموع	ن= ١٥٣	

يبين الجدول السابق أن الوسائط المتعددة التى استخدمت كآليات لمكافحة الأخبار الزائفة عبر الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى كانت كالآتي: جاء النص بنسبة ١٠٠%، أى فى كل الأخبار الزائفة، فى عرضها وتفنيدها، وكذلك استخدم الإنفوجرافيك الثابت بنسبة ١٠٠%، وهو عبارة عن تصميم ثابت مطبوع يقدم معلومات فى موضوع محدد باستخدام الكلمات والصور والرسوم ولا تصاحبه مؤثرات حركية أو سلوكية، واستخدم هنا للتركيز على تكذيب الخبر الزائف الذى وضع فى إطار ملون بعدة ألوان، يتضمن عنوانا ثابتا "شائعات"، ثم عنوان الخبر الزائف، مصحوبا بشعار المركز الإعلامى لرئاسة مجلس الوزراء المصري، ثم عنوان ثابت آخر للتكذيب باسم "حقائق" واسم الوزارة أو المؤسسة المعنية، وتلخيص التكذيب، مع صورة تعبر عن مضمون التكذيب الخاص بالوزارة أو المؤسسة المعنية، مصحوبا بشعار تلك المؤسسة أو الوزارة، ومن هنا يتضح (طبقا لنظرية ثراء الوسيلة) أن استخدام الإنفوجرافيك قدم مضمونا ثريا بالمعلومات بشكل بسيط يجذب القارئ، فالوسيلة التى توصف بالثراء هى التى لها خصائص معينة، وقدرة على تقديم المعلومات بقدر يزيل الغموض والشك لدى المتلقى عند التعرض للرسالة أو الموضوع المقدم، وذلك باستخدام هذا المزيج من العناصر والوسائط الحديثة المناسبة لتوصيل الرسائل للجمهور وفقا لطبيعة الموضوع، ولاسيما مع الأخبار الزائفة التى تحظى بقدر كبير من الغموض وتحتاج لنوع من التوضيح عند عرض المعلومات بها، فيأتى دور الإنفوجرافيك فى إزالة هذا الغموض. كما جاءت الروابط أيضا بنسبة ١٠٠%؛ بوضع رابط الموقع الرسمى لكل وزارة أو مؤسسة يتعلق بها الخبر الزائف، وإحالة القراء إليه

لمعرفة الحقائق، مثل رابط الموقع الرسمى لوزارة التربية والتعليم ولتعليم الفني http://tawasol.emis.gov.eg، والموقع الرسمى لوزارة القوى العاملة www.manpower.gov.eg، كما أن الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى حرصت على أن تضع فى نهاية كل تكذيب للخبر الزائف هاشتاج باسم باسم "#شائعات_حقائق"، "#المركز_الإعلامي_لمجلس_الوزراء"، و"#رئاسة_مجلس_الوزراء". ويلاحظ فى تكذيب الأخبار الزائفة أنه يكون باستخدام النص والروابط تارة، وأخرى باستخدام الإنفوجرافيك، مما يؤكد حرص الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء المصرى على جذب انتباه المتابعين، ومن هنا يتحقق الثراء بالتكرار لإزالة الغموض والشك وسرعة رجع الصدى، كما يتضح ذلك بإتاحة التفاعل مع المنشورات والمشاركات والتعليقات والإعجاب فى تكذيب الأخبار الزائفة، كما أن إضافة شعار المركز الإعلامى لمجلس الوزراء المصري، وشعار الوزارات المعنية "لوجو"، وصور ذات علاقة بالحدث، ويعود ذلك لتحقيق هدف معين، هو أن التكذيب رسمى من الوزارة، مما يظهر المكونات الثلاث (العاطفي، والإدراكي، والسلوكي) لتحقيق التركيز الشخصي، كما أن تكرار الصورة ووضوحها يؤدى إلى تثبيت الأفكار وتقليل الغموض، وبذلك يتحقق الثراء فى الصفحة الرسمية.

- نتائج الدراسة الميدانية:

جدول (٥) استجابات المبحوثين حول تعرضهم لصفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الرسمية

	ك	%	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى العام للتعرض
نادرا	٨٧	١٧,٤	١,٩٦	٠,٦٢١	متوسط
أحيانا	١٠٦	٢١,٢			
دائما	٣٠٧	٦١,٤			
الإجمالي	٥٠٠	١٠٠			

يتبين من نتائج الجدول السابق أن المستوى العام لتعرض المبحوثين لصفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية كان "متوسطا" للحصول على المعلومات والأخبار المتعلقة بهذه الوزارات والمؤسسات، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابى ١,٩٦%، وتبين أن نسبة ٦١,٤% يتعرضون بصفة دائمة، ومن يتعرضون أحيانا جاءت نسبتهم ٢١,٢%، فى حين من يتعرضون بشكل نادر بلغت نسبتهم ١٧,٤%، وتعكس هذه النتيجة اهتماما متوسطا من أفراد عينة الدراسة من المراهقين بالتعرض لصفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية، ويمكن تفسير ذلك فى ضوء ارتفاع معدل تعرض المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعى من جهة، وكثرة الشائعات والأخبار الكاذبة فى هذه الشبكات من جهة أخرى، مما يجعل الصفحات الرسمية مصدرا للتعرف على المعلومة الحقيقية.

جدول (٦) استجابات المبحوثين حول أهم التطبيقات الرقمية التى يتابعون بواسطتها صفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الرسمية

أهم التطبيقات الرقمية	ك	%
فيسبوك	٤٥٠	٩٠
إنستجرام	١٤٠	٢٨
واتساب	١٢٠	٢٤
يوتيوب	١١٠	٢٢
تويتر	١٠٥	٢١
تيليجرام	٧٥	١٥
حسابات رسمية	٧٥	١٥
تطبيقات المؤسسات الحكومية	٧٠	١٤
تطبيقات الموقع عبر الهواتف الذكية والأجهزة المحمولة	٥٥	١١
البريد الإلكتروني	٤٠	٨
لينكد إن	٢٥	٥
تطبيق البث المباشر	٢٥	٥
	ن= ٥٠٠	

يتضح من الجدول السابق أن تطبيق "فيسبوك" حصل على أعلى نسبة من استجابات المبحوثين حول أهم التطبيقات الرقمية التى يتابعون بواسطتها صفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الرسمية، وهى ٩٠%، مما يؤكد أهمية هذا التطبيق بالنسبة لاستخدامات المبحوثين فى متابعتهم للصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري ٩٣%، مقارنة بمواقع التواصل الاجتماعى الأخرى، وجاء تطبيق "إنستجرام" فى المركز الثانى بفارق كبير، وذلك بنسبة ٢٨%، وفى المركز الثالث "واتساب" بنسبة ٢٤%، أما "يوتيوب" فقد حصل على نسبة ٢٢%، وحصل "تويتر" على ٢١%، ويلاحظ تقارب نسب تطبيقات "إنستجرام"، و"واتساب"، و"يوتيوب"، و"تويتر"، ويشير ذلك إلى أن وسائل التواصل الاجتماعى تأتى فى مقدمة التطبيقات الرقمية التى تستخدمها عينة الدراسة من المراهقين طلاب الجامعات المصرية، أما "الحسابات الرسمية"، و"تليجرام" فقد حصلا على نسبة ١٥% لكل منهما، متقاربين مع "تطبيقات المؤسسات الحكومية" التى بلغت نسبتها ١٤%، مع أن عدد المواقع الإلكترونية للوزارات المصرية بلغ ٣٣ موقعا. فى حين جاءت "تطبيقات الموقع عبر الهواتف الذكية والأجهزة المحمولة" بنسبة ١١%، والبريد الإلكترونى بنسبة ٨%، فى حين حصل كل من "تطبيق البث المباشر"، و"لينكد إن" على أدنى نسبة فى استجابات المبحوثين أفراد عينة الدراسة من المراهقين طلاب الجامعات المصرية موضع الدراسة بنسبة ٥% لكل منهما.

ويؤكد ذلك أن "الاعتماد على تطبيقات الإعلام الجديد بات نمطا يوميا للأفراد والمؤسسات فى العالم، فى الحصول على المعلومات المختلفة، وصارت المعلومات أهم محركات التقدم والتطور فى المجتمعات البشرية الحديثة، وشكل البعد السياسى لمجتمع المعرفة واحدا من الأبعاد الجوهرية المعنية لإشراك الجماهير والرأى العام، فى اتخاذ القرارات بطريقة رشيدة وعقلانية مستندا إلى المعلومات".

جدول (٧) استجابات المبحوثين حول اقتراحات استخدام التطبيقات الرقمية بصورة أفضل فى مواجهة الأخبار الزائفة عبر صفحات المؤسسات الرسمية المصرية (ن= ٥٠٠)

المقترحات	ك	%
توعية الجمهور بصفة عامة بما يجب تداوله ونشره من أخبار عبر التطبيقات الرقمية وما يجب التحفظ عليه، بالتأكد من روابط تلك الأخبار ومرجعيتها الصحيحة، وعدم الأخذ بالأخبار الزائفة ونشرها، لأنها تتناسب مع الأهواء الشخصية	٣٢٠	٦٤
ضرورة توعية الشباب بصفة خاصة وتنمية حرصهم فى التأكد من صحة المعلومات والأخبار المنتشرة عبر التطبيقات الرقمية والتحقق منها	٢٣٠	٤٦
ضرورة رصد ما ينشر عبر التطبيقات الرقمية وتوصيفه وتحليله وإخضاعه للدراسة المتعمقة بهدف الكشف عن اتجاهات الرأى العام فى عديد من الأخبار الزائفة	١٩٥	٣٩
نشر الوعى المجتمعى بالخطر الذى يمكن أن تشكله الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية	١٧٠	٣٤
تشجيع المؤسسات الرسمية وغير الرسمية على إنشاء وتطوير منصات إعلاميه تتصدى للأخبار الزائفة والرد عليها، بواسطة المتحدث الرسمى والمواقع الإلكترونية وصفحات شبكات التواصل الاجتماعى لتلك المؤسسات	١٥٠	٣٠
أن تعمل وزارات الإعلام وهيئات شئون الإعلام ومجالس الإعلام المستقلة فى البلدان العربية والإسلامية على رصد حسابات مروجى الأخبار الزائفة ومنتدياتهم وكشف خططهم امام الرأى العام	١٥٥	٣١
ضرورة العمل على تطوير التشريعات التى تنظم العمل والتفاعل بواسطة التطبيقات الرقمية	١٣٥	٢٧
جعل المنصات التى تتصدى للأخبار الزائفة بالمؤسسات الرسمية سهلة الاستخدام ومشجعة لتكرار الزيارة	١٣٠	٢٦
تقديم المنصات التى تتصدى للأخبار الزائفة بالمؤسسات الرسمية معلومات مفيدة وإتاحة التفاعلية والحوار	١١٧	٢٣,٤
كل ما سبق	١٨٧	٣٧,٤

يوضح الجدول السابق أن استجابات المبحوثين حول الاقتراحات المقدمة لاستخدام التطبيقات الرقمية بصورة أفضل لمواجهة الأخبار الزائفة، وقد جاء فى مقدمة

هذه الاقتراحات "توعية الجمهور بصفة عامة بما يجب تداوله ونشره من أخبار عبر التطبيقات الرقمية وما يجب التحفظ عليه، بالتأكد من روابط تلك الأخبار ومرجعيتها الصحيحة، وعدم الأخذ بالأخبار الزائفة ونشرها، لأنها تتناسب مع الأهواء الشخصية" بنسبة ٦٤%، وذلك لأن زيادة وعى الجمهور وبنائه ثقافيا عنصر فاعل فى مواجهة الأخبار الزائفة؛ يجعل الجمهور قادرا على التمييز والانتقاء من بين ما يتعرض له من أخبار. وفى المرتبة الثانية جاء اقتراح "ضرورة توعية الشباب بصفة خاصة وتنمية حرصهم فى التأكد من صحة المعلومات والأخبار المنتشرة عبر التطبيقات الرقمية والتحقق منها" بنسبة ٤٦%، وذلك من منطلق أن الشباب أهم جمهور وأكثره استخداما لمنصات التواصل الاجتماعي. وفى المرتبة الثالثة جاء اقتراح "ضرورة رصد ما ينشر عبر التطبيقات الرقمية وتوصيفه وتحليله وإخضاعه للدراسة المتعمقة بهدف الكشف عن اتجاهات الرأى العام فى عديد من الأخبار الزائفة" بنسبة ٣٩%، وذلك أن رصد ما ينشر، وتحليله وتوصيفه وإخضاعه للدراسة المتعمقة يمكن من التعرف على اتجاهات الرأى العام والعوامل المؤثرة فيه حيال القضايا المجتمعية المختلفة. وجاء اقتراح "نشر الوعى المجتمعى بالخطر الذى يمكن أن تشكله الأخبار الزائفة عبر التطبيقات الرقمية" فى المرتبة الخامسة بنسبة ٣٤%، وذلك لما تمثله الأخبار الزائفة من خطورة فى كل ميادين الحياة مما يؤثر سلبا فى الوضع المجتمعى والسلم الاجتماعي. وفى المرتبة السادسة "تشجيع المؤسسات الرسمية وغير الرسمية على إنشاء وتطوير منصات إعلامية تتصدى للأخبار الزائفة والرد عليها، بواسطة "المتحدث الرسمي" والمواقع الإلكترونية وصفحات شبكات التواصل الاجتماعى لتلك المؤسسات" بنسبة ٣٠%، وذلك من الأهمية بمكان لقطع الطريق أمام انتشار الأخبار الزائفة، لما تمثله تلك المنصات، سواء المتحدث الرسمى للمؤسسات المختلفة أو غيره من مصادر، لأنها تعبر تعبيرا حقيقيا عن هذه المؤسسات، وتلقى قبولا إيجابيا لدى الجمهور، أما اقتراح "أن تعمل وزارات الإعلام وهيئات شئون الإعلام ومجالس الإعلام المستقلة فى البلدان العربية والإسلامية على رصد حسابات مروجى الأخبار الزائفة ومنتدياتهم وكشف خططهم أمام الرأى العام" فجاء فى المرتبة السابعة بنسبة ٣١%، وهو دور مهم فى مقاومة الأخبار الزائفة ومروجيها، ويتفق هذا الاقتراح فى بعض جوانبه مع ما توصلت إليه دراسة منى عيد (٢٠٢٠)، بضرورة المراقبة الدائمة لمواقع التواصل الاجتماعى وما ينشر أو يتداول فيها بنسبة ٦٢,٥%، ووسط مرجح ٢,٥٤، واتجاه عام للعبارة قوي. فى حين جاء الدور التشريعي، المتمثل فى "ضرورة العمل على تطوير التشريعات التى تنظم العمل والتفاعل بواسطة التطبيقات الرقمية" فى المرتبة الثامنة بنسبة ٢٧%، لأن ذلك يعد ضبطا للعمل بالتعامل مع التطبيقات الرقمية، ويتفق هذا الاقتراح مع ما ارتأته عينة دراسة منى عيد (٢٠٢٠)، من ضرورة تفعيل سيادة قوانين الدولة على الإعلام الجديد بنسبة ٧٧,٥%، وسط مرجح ٢,٧٠، والاتجاه العام للعبارة اتجاه قوي. وفى المرتبة التاسعة "جعل المنصات التى تتصدى للأخبار الزائفة بالمؤسسات الرسمية سهلة الاستخدام ومشجعة لتكرار الزيارة" بنسبة ٢٦%، وذلك حتى يتمكن الجمهور من الاطلاع على الحقائق، والرد وتفنيد الأخبار الزائفة، من قبل المؤسسات الرسمية. وجاء الاقتراح الأخير بأن "تقدم المنصات التى تتصدى للأخبار الزائفة بالمؤسسات الرسمية معلومات مفيدة وإتاحة التفاعلية والحوار" بنسبة ٢٣,٤%، ويؤدى ذلك إلى إمداد الجمهور بصفة مستمرة بالمعلومات الصحيحة والمفيدة، ويعمل على التفاعل بسهولة فى تلك المنصات، مما يجعل تحصينه ضد الأخبار الزائفة أمرا ممكنا، وجاء اختيار العينة بنسبة ٣٧,٤% لكل الاقتراحات التى سبقت، حيث جاء فى المرتبة الرابعة، مما يؤكد حرص أفراد العينة على تطبيق تلك الاقتراحات وأهميتها بصورة إجمالية.

النتائج العامة للدراسة:

١. توصل الباحث فى ضوء نتائج دراسة تحليل محتوى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى على "فيسبوك"، خلال فترة البحث، تفاوت نسبة الأخبار الزائفة وتكذيبها بين عامى ٢٠٢١ و٢٠٢٢، حيث بلغت عام ٢٠٢١ (١٠١ خبرا)، وفى عام ٢٠٢٢ (٥٢ خبرا). كما أن الوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية المستهدفة بالأخبار الزائفة وتكذيبها اتسمت بالتنوع، مع تفاوت ملحوظ بين قضايا وموضوعات كل وزارة ومؤسسة، فقد تبين أن "وزارة التربية والتعليم والتعليم الفني" حازت أعلى نسبة من الأخبار الزائفة وتكذيبها، وفى مقدمتها الأخبار المتعلقة بـ"الامتحانات" الخاصة بمراحل التعليم المختلفة من الأخبار المتعلقة بهذه الوزارات. يليها مؤسسات وهيئات أخرى متعددة، وفى الترتيب الثالث "وزارة التموين والتجارة الداخلية"، حيث جاءت الأخبار المتعلقة "بأسعار السلع الغذائية" فى مقدمة القضايا التى حازت النسبة الأكبر حول هذه الوزارة. واحتلت "وزارة الصحة والسكان" المركز الرابع، وتبين أن ما يتعلق "باللقاح والمستلزمات الطبية" حاز صدارة الأخبار الزائفة وتكذيبها المتعلقة بهذه الوزارة.

٢. كان المصدر الوحيد للخبر الزائف الذى أكدته الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء مع كل الأخبار الزائفة وتكذيبها التى عالجتها هو "وسائل التواصل الاجتماعي"، دون أن تشير إلى مصادر أخرى.

٣. حرصت الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى دائما مع كل تكذيب للخبر الزائف الإشارة لنفى الخبر وعدم صحته، باتصالها بالوزارة المعنية التى تنفى الخبر الزائف، وتعكس هذه النتيجة أهمية مصدر تكذيب الخبر، حيث إن التكذيب دون مصدر لا قيمة له، فالمصدر يؤكد تكذيب الخبر الزائف، هو ما يبحث عنه القارئ فى ظل انتشار المعلومات والأخبار الزائفة فى فترة الدراسة.

٤. اهتمام الخبر الزائف وتكذيبه بالقرب المكانى فى غالبية الأخبار التى تم تكذيبها بالصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، حيث جاء فى الترتيب الأول الخبر المحلى بنسبة عالية، ما يدل على أن هذه الأخبار خرجت من البيئة المصرية وارتبطت بقضاياها المحلية، أما الأخبار المحلية ذات الارتباط الدولى فقد جاءت فى المرتبة الثانية، يليها الأخبار المحلية ذات الأصداء الإقليمية، وتعكس هذه النتيجة أن القرب المكانى يجذب انتباه القارئ أكثر.

٥. أكثر الأخبار الزائفة التى تم تكذيبها تراوحت ما بين "أخبار مفبركة" تحتوى على مضمون جديد وغير صحيح بهدف الخداع والأذى، "وملفقة" تحاكى واقعا مزيفا، "وأخبار مضللة" تحمل أنصاف حقائق وتعتمد على توجيه المعلومات بشكل يوحى بالاتهامات ضد فرد أو جهة أو قضية، و"الربط المزيف" بوضع عناوين أو صور لا علاقة لها بالمحتوى، و"التلاعب بالمحتوى" عن طريق التركيب أو القص أو غيرها من عمليات التلاعب بالمعلومات والصور الحقيقية بهدف الخداع، وكذلك "الأخبار المزورة" التى تقوم بانتحال هوية المصادر الحقيقية، أما "السياق المزيف" فكان أقل أنواع الأخبار المزيفة التى تعرضت لها الوزارات والمؤسسات الحكومية، وتمثل بوضع معلومات حقيقية ضمن إطار وسياق مزيف.

٦. جاء عرض "تفاصيل مضمون الخبر مع تكذيبه" فى الترتيب الأول، يليه عرض "الخبر مجمل مع تكذيبه"، ثم عرض "عنوان الخبر فقط مع تكذيبه"، فتحقق مفهوم الثراء فى إزالة الغموض والشك لدى المتلقي، بعرض تفاصيل الخبر والتفسيرات التى توضح أبعاد التكذيب له، مما يسهل عملية فهم الخبر وتكذيبه.

٧. غلب "المضمون الإخباري" على تكذيب الأخبار الزائفة فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، وتعكس هذه النتيجة تحقيق تكذيب الخبر الزائف الوظيفة الأساسية التى يقوم بها، وهى الوظيفة الإخبارية، إلى جانب عدة وظائف أخرى، مثل "التوجيه"، و"التوعية"، و"التثقيف"، و"التخويف". وتفسر هذه النتيجة تحقيق المهام الاتصالية للصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري، حيث اهتمت بتكذيب الأخبار الزائفة وإعلام الجمهور بمجريات الأحداث المختلفة.

٨. اهتمت الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى بتعدد وتنوع الألفاظ التى استخدمت فى تكذيب الأخبار الزائفة، ما بين (لا صحة، غير صحيح، نناشد، تنفي، عدم الانسياق، تهيب، تشدد، تحذر)، ويحقق ذلك نظرية ثراء الوسيلة

الإعلامية، بالتنوع فى استخدام ألفاظ اللغة المعبرة، وتحقق مفهوم الثراء فى إزالة الغموض والشك.

٩. تنوع استخدام الأساليب الإقناعية بنسب متفاوتة فى تكذيب الأخبار الزائفة، حيث غلبت الاستمالات العقلية فجاءت فى الترتيب الأول، لما لها من قدرة أكثر على الإقناع وتحقيق المصداقية بتقديم الحجج القوية، والأكثر إثارة بالنسبة لاهتمام القارئ، كما أنها تدعم وجهة النظر، وتزيد الثقة بقدرتها على التأثير فى المتلقى عبر المكون المعرفى للاتجاه. حيث جاءت كالآتي: "الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية"، يليها "تقديم أرقام وإحصاءات"، ثم "بناء نتائج على المقدمات". وجاءت الاستمالات العاطفية فى الترتيب الثاني، ووظفت بسبب قدرتها على التأثير فى المتلقى بواسطة المكون العاطفى للاتجاه، حيث جاء كالآتي: "التهديد والتخويف والكراهية"، ثم "استخدام الشعارات". وفى الترتيب الثالث "الجمع بين الاستمالات العقلية والعاطفية"، مما يوضح تحقق مصطلح من مصطلحات الثراء (تقليص الفوارق وسوء الفهم وإزالة الغموض). ويرجع التفاوت فى استخدام الاستمالات العقلية والعاطفية لتعدد الوزارات والمؤسسات الرسمية، مما يجعل تكذيب كل خبر له إطار مناسب لإقناع القارئ بوجهة النظر الخاصة به، كما يحقق أيضا الثراء فى إزالة الغموض والشك بالتنوع فى استخدام تلك الاستمالات. وعلى الرغم من أن استخدام الاستمالات العقلية أكثر قدرة على الإقناع وتحديد المصداقية، إلا أنها لم تغفل الاستمالات العاطفية باعتبارها أحد المكونات الرئيسة للاتجاه.

١٠. اتضح أن الأخبار الزائفة التى تم تكذيبها يوجد لها عنوان، وأن السمة الغالبة فى طبيعة العناوين كانت أغلبها "بسيطة"، يليها "المركبة"، وغلب عليها أيضا صفة "الوصفية"، يليها العناوين "الإيحائية".

١١. كانت طريقة نشر الأخبار الزائفة وتكذيبها، تتم أولا بنشر الخبر الزائف تحت عنوان ثابت "رئاسة مجلس الوزراء المصري"، مع وجود شعار "اللوجو" لمجلس الوزراء مصاحب، ثم يعنون الخبر بعنوان ثابت "شائعة"، وإضافة عنوان الخبر ذاته، ثم تأتى تفاصيل الخبر وتكذيبه، وهذا يؤكد أهمية استخدام العناوين كعنصر أساس فى إبراز الخبر وتكذيبه، فهو يحتوى على تلخيص لمضمون الخبر، إضافة إلى أن وجود عناوين للأخبار الزائفة وتكذيبها يبين مدى تحقق أهم معيار من معايير الثراء، وهو استخدام عناوين يسهل إدراكها والوصول إلى الخبر الزائف وتكذيبه بسهولة. كما يحقق الدقة التى تعد بعدا من أبعاد الثراء، كما أن سرعة الوصول إليها ساعد على الإبحار عبر محركات البحث، وبذلك يتحقق أيضا معيار من معايير الثراء.

١٢. تبين أن "اللغة المستخدمة" فى تكذيب الأخبار الزائفة هى "اللغة العربية الفصحى"، لأن هذه الصفحة تتصدى لتكذيب الأخبار الزائفة، التى تتعرض لها كل الوزارات والمؤسسات الحكومية المصرية، وهى بذلك ليست موجهة للجمهور المصرى فقط، فكان لزاما استخدام اللغة العربية الفصحى السهلة الواضحة، التى تتسم بالمرونة، ويفهمها عامة الناس، ويتقبلها المثقفون باعتبارها من أهم أدوات التأثير فى المتلقي.

١٣. تنوعت آليات مكافحة الخبار الزائفة أى الاعتماد على الوسائط فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري، حيث جاءت "المادة النصية"، مع كل الأخبار الزائفة، بعرضها وعرض تكذيبها، وكذلك استخدام "الإنفوجرافيك الثابت" للتركيز على تكذيب الخبر الذى وضع فى إطار ملون من عدة ألوان، يتضمن عنوانا ثابتا باسم "شائعات"، ثم عنوان الخبر الزائف مصحوبا بشعار المركز الإعلامى لرئاسة مجلس الوزراء المصري، ثم عنوان ثابت آخر للتكذيب باسم "حقائق" واسم الوزارة المعنية، وتلخيص التكذيب مع صورة تعبر عن مضمون التكذيب الخاص بالوزارة، أو المؤسسة المعنية مصحوبا بشعار تلك الوزارة أو المؤسسة، ومن هنا يتضح طبقا لنظرية ثراء الوسيلة أن استخدام "الإنفوجرافيك" قدم مضمونا ثريا بالمعلومات بشكل بسيط يجذب للقارئ، فالوسيلة التى توصف بالثراء هى التى لها خصائص معينة وقدرة على تقديم المعلومات، بقدر يزيل الغموض والشك من المتلقي، عند التعرض للرسالة أو الموضوع المقدم، وذلك بواسطة عناصر ووسائط حديثة مناسبة، لتوصيل الرسائل للجمهور، وفقا لطبيعة الموضوع لاسيما مع الأخبار الزائفة التى تحظى بقدر كبير من الغموض وتحتاج لنوع من التوضيح عن عرض المعلومات بها، فيأتى دور الإنفوجرافيك فى إزالة الغموض. وتم استخدام الروابط أيضا فى تكذيب كل الأخبار الزائفة، التى تصدت لها الصفحة، وهى رابط الموقع الرسمى لكل وزارة أو مؤسسة حكومية تعلق بها الخبر الزائف، بإحالة القراء إليه لمعرفة الحقائق. فاستخدام النص والروابط تارة، وأخرى استخدام الإنفوجرافيك، يؤكد حرص الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء على جذب انتباه المتابعين، ومن هنا يتحقق الثراء بالتكرار لإزالة الغموض والشك، وسرعة رجع الصدى، كما يتضح بإتاحة التفاعل على المنشورات، والمشاركات، والتعليقات، والإعجاب، على تكذيب الأخبار الزائفة. كما أن إضافة شعار المركز الإعلامى لمجلس الوزراء، وشعار الوزارات والمؤسسات المعنية "اللوجو"، وكذلك استخدام صور ذات علاقة بالخبر، يعود ذلك لتحقيق هدف معين، وهو أن التكذيب رسمى من الوزارة مما يظهر المكونات الثلاثة "العاطفي، الإدراكي، السلوكي"، لتحقيق التركيز الشخصي. كما أن تكرار الصورة ووضوحها يؤدى إلى تثبيت الأفكار، وتقليل الغموض، ومن هنا يتحقق الثراء فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري، ويؤكد أيضا ارتباط مؤسسات الدولة ببعضها.

١٤. من الأساليب التى استخدمتها الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى فى مواجهتها للأخبار الزائفة طرحها "للحقائق والمعلومات من مصادرها"، وتمثل ذلك فى الاتصال بالوزارات والمؤسسات المعنية، ونشر ردها وتكذيبها للخبر الزائف مدعم بالحقائق والمعلومات، ولوحظ مع كل تكذيب للخبر الزائف "مناشدة لجميع وسائل الإعلام ومرتادى وسائل التواصل الاجتماعي" تحرى الدقة والموضوعية فى نشر الأخبار، والتواصل مع الجهات المعنية والتأكد قبل النشر.

١٥. كانت أشكال "تفاعل الجمهور" مع تكذيب الأخبار الزائفة بنسب عالية، حيث تنوع تفاعل المبحوثين بـ"الإعجاب"، و"التعليقات"، و"المشاركات"، وبعد ذلك تفاعلا منطقيا، نظرا لأن عدد متابعى الصفحة الرسمية لمجلس الوزراء المصرى على فيسبوك أكثر من ٥,٢ مليون، مما يشير إلى سرعة رجع الصدى، لذا يتحقق الثراء من إتاحة أنماط التفاعل مع المحتوى، كما يتحقق مبادئ الثراء بخلق مجال مشترك للفهم من الجمهور والقائم بالاتصال.

١٦. اتجاه تعليق المستخدمين على تكذيب الأخبار الزائفة فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري: الأول "إيجابي"، وهو الاتجاه الغالب بنسبة كبيرة، يليه الاتجاه السلبي، ثم يأتى الاتجاه المحايد بنسبة ضئيلة. كما تنوعت التعليقات فشملت (المدح، وأكثر من نوع من التعليقات، وهذان حازا على نسبة عالية، وكذلك النقد، والسخرية، والجدل، وأخيرا "السب" الذى جاء بنسبة ضئيلة). مما يؤكد أن صفحة مجلس الوزراء المصرى أتاحت "التفاعلية" المناسبة لأفراد الجمهور، فاستطاعوا عرض وجهات نظرهم وكتابة آرائهم على المضمون المقدم بكل حرية، فقد تنوعت الاتجاهات والتعليقات، ويعود ذلك إلى اختلاف توجهات الجمهور السياسية، والحزبية، والدينية، واختلافهم أيضا ثقافيا وتعليميا.

١٧. ارتفاع عدد متابعى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء على "فيسبوك"، واختلاف ثقافاتهم ومستوياتهم العلمية، والاجتماعية، وجاءت اللغة المستخدمة فى التعليق على الأخبار الزائفة وتكذيبها فى المرتبة الأولى "المزج بين الفصحى واللهجة العامية"، ويعود ذلك لتسهيل وصول المعلومة أو التعليق من قبل المتابعين، وجاءت "اللهجة العامية" فى المرتبة الثانية ويرجع ذلك إلى بساطتها وقربها من المواطن العادي، أما استخدام "الفصحى"، فقد يكون نتيجة كتابة التكذيب باللغة الفصحى، فيكون الرد باللغة نفسها، وكذلك ارتفاع المستوى التعليمى لمن يستخدمها.

نتائج الدراسة الميدانية:

١. تنوعت السمات الديمغرافية للمبحوثين، وهو الأمر الذى يزيد من احتمالية تمثيل العينة لخصائص وسمات المجتمع الأصلى للدراسة، وهم المراهقون من طلاب الفرقة الأولى والثانية من الجامعات المصرية، مما يزيد من إمكانية تعميم نتائج الدراسة الميدانية على مجتمع الدراسة كاملا.

٢. أظهرت الدراسة الميدانية أن عينة الدراسة من المراهقين من طلاب الجامعات المصرية (موضع الدراسة) يتعرضون لصفحات وحسابات الوزارات والمؤسسات الرسمية، وأن تطبيق "فيسبوك" أكثر التطبيقات الرقمية التى يتابع بواسطتها أفراد العينة هذه الصفحات والحسابات.

٣. أكدت نتائج الدراسة أن أبرز الصفحات التى يتابعها أفراد عينة الدراسة عبر وسائل التواصل الاجتماعى هى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، حيث حازت متابعة ما يقرب من نصف أفراد العينة. وجاء فى المركز الثانى الصفحة الرسمية لوزارة التعليم العالى والبحث العلمي، وتقاربت معها بنسبة أقل الصفحة الرسمية لوزارة التربية والتعليم الفني. وتختلف هذه النتيجة مع نتائج الدراسة التحليلية، حيث حازت وزارة التربية والتعليم الفنى أعلى نسبة من الأخبار الزائفة بالنسبة لبقية الوزارات والمؤسسات الرسمية المصرية، فى حين كان عدد الأخبار الزائفة بالنسبة لوزارة التعليم العالى والبحث العلمى (٦ أخبار) فقط فى فترة البحث، وربما يرجع ارتفاع معدلات استخدام أفراد العينة لهذه الصفحة أنهم طلاب جامعيون يهمهم التعرف على ما يصدر من الوزارة المعنية بهم عبر صفحتها الرسمية.

٤. أكدت نتائج الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعى تعد مصدرا لأفراد العينة من المراهقين، من طلاب الجامعات المصرية موضع الدراسة، لتلقى الأخبار، وأن أهم العوامل التى تدفعهم لذلك "أنها تساعدهم على متابعة الأخبار أولا بأول، وأنها أدت إلى تنوع مصادر الأخبار وثرائها، وأنها أسهمت فى زيادة وعى الرأى العام بما يدور حوله من أحداث، وأكدوا أنها أسهمت فى انتشار الأخبار الزائفة والشائعات ونشر البلبلة فى المجتمع، ولا توجد رقابة عليها لتحديد صحة ما ينشر بها". وتتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسة التحليلية التى أثبتت "زيادة معدل نشر الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي، وبخاصة فيسبوك، الذى يتمتع بدور بارز فى نشر تلك الأخبار، بوصفه أكثر استخداما من قبل الجمهور، كما أن عدم الرقابة على مواقع التواصل الاجتماعى تجعلها فى أغلب الأحيان مجالا خصبا لانتشار الأخبار الزائفة، وتفوقه فى تحقيق أبعاد الثراء بالنسبة للوسائل الاتصالية الأخرى"، وهنا تم تحقيق خطوة رئيسة من نموذج التلقي "تلقى الجمهور للمعلومة"، التى تحقق جزء الاتجاه فى تكوين الأبعاد المعرفية.

٥. أكدت الدراسة أن المبحوثين عينة الدراسة يثقون أحيانا فى الأخبار والمعلومات المقدمة على مواقع التواصل الاجتماعي، وتدل هذه النتيجة على ارتفاع نسبة الثقة لديهم، وكلما زادت الثقة زاد تبنى تلك الأخبار والمعلومات، ومن ثم زاد التأثير.

٦. كانت أهم سمات الخبر الزائف من وجهة نظر المبحوثين: (أن مصدره مجهول وغير معروف- أنها أخبار مصطنعة لزيادة الدخول على المواقع الالكترونية- يتسم بتضخيم الأحداث وتهويلها- بياناته تثير الشك والفزع بين الناس)، وتتفق هذه النتائج مع نتائج الدراسة التحليلية التى أكدت أن أكثر الأخبار الزائفة التى تم تكذيبها على الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري، هى أخبار "مفبركة تحتوى على مضمون غير صحيح بمعظمة، بهدف الخداع والأذى، "وأخبار مضللة، تعتمد على توجيه المعلومات بشكل يوحى بالاتهامات ضد فرد أو جهة أو قضية".

٧. أثبتت النتائج أن أهم الطرق التى يتبعها المبحوثون من أفراد عينة الدراسة للتحقق من الأخبار الزائفة المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعى هي: (قراءة الأخبار من مجموعة متنوعة من المصادر ذات سمعة جيدة- الاهتمام بقراءة المحتوى بالكامل وعدم الاكتفاء بقراءة عناوين الأخبار- التحقق من صحة الأخبار بواسطة وسائل الإعلام الأخرى- البحث عن مصادر لهذه الأخبار- قراءة آراء وتعليقات الأصدقاء والمستخدمين على الخبر المنشور- الاستعانة بأحد محركات البحث جيدة السمعة)، وتتفق هذه النتائج مع بعض ما جاء فى نتائج الدراسة التحليلية، حيث أكدت أن من الأساليب التى استخدمتها الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى فى مواجهتها للأخبار الزائفة "طرحها للحقائق والمعلومات من مصادرها- مناشدتها لجميع وسائل الإعلام ومرتادى وسائل التواصل الاجتماعي- تحرى الدقة والموضوعية فى نشر الأخبار".

٨. أكدت النتائج اهتمام المبحوثين بمتابعة الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء، وثقتهم المرتفعة فيما ينشر فيها، وأن دوافعهم لذلك تمثلت فيما تنشره عن الوزارات المختلفة من أخبار ومعلومات، وحرصها بإبراز ردود المسئولين على الأخبار الزائفة، كما أنها تتيح فرصة للجمهور للتعليق على ما تنشره من أخبار، وكذلك استخدامها لأنواع متعددة من التطبيقات الرقمية"، وهذه النتائج تتفق مع نتائج الدراسة التحليلية التى أكدت أن الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى تنشر ردود الوزارات والهيئات الرسمية المختلفة، على ما يثار عبر المواقع الاخبارية ووسائل التواصل الاجتماعى من أخبار زائفة، مفندة تلك الأخبار، موضحة الردود مع نشر الروابط الالكترونية للمواقع الرسمية لتلك الوزارات والهيئات، حتى يتثنى للمتابعين الرجوع إليها لمزيد من المعلومات عن أية قضية تثار حولها الأخبار الزائفة، ويؤكد ذلك ثقة المبحوثين فيما تنشره، وكلما زادت الثقة زاد تبنى تلك المعلومات والأخبار، ومن ثم زاد التأثير، كما أنها أتاحت الفرصة للمتابعين للتعليق على ما ينشر من أخبار.

٩. أكدت النتائج حرص الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى على إتاحة التفاعل للمستخدمين بأشكاله المختلفة، سواء أكان إعجابا أم مشاركة أو تعليقا، حيث جاء فى مقدمة هذه الأشكال (الاطلاع فقط- إرسالها لصديق وبيان زيف الخبر- تسجيل تفاعل أعجبنى Like- المشاركة من أجل تحذير الآخرين- عمل إشارة للأصدقاء فى المنشورات- التعلق بتصحيح بعض المعلومات الواردة فى الخبر- الإبلاغ عن الصفحة- التعليق على بعض المستخدمين الآخرين- توجيه رسائل لمدير الصفحة حول بعض المستخدمين)، كما تتفق هذه النتيجة أيضا مع الدراسة التحليلية، حيث أتاحت الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصرى كل أشكال تفاعل الجمهور مع الأخبار الزائفة وتكذيبها بنسب عالية، وتنوع هذا التفاعل بالإعجاب، والتعليقات، والمشاركات، وهنا تأتى السمة التفاعلية حسب نموذج التلقي، كما تحقق فرض نموذج التلقي، حيث يدل على اكتساب المبحوثين للأخبار الزائفة وتكذيبها، وتلقيهم الخبر الزائف وتكذيبه ثم قبوله أو رفضه ثم اعتماده لتكوين الاتجاه، وبذلك يتشكل الاتجاه بأبعاده الثلاثية، المعرفية والوجدانية والسلوكية، قبل التفاعل مع الأخبار الزائفة وتكذيبها.

١٠. أكدت النتائج أن المبحوثين استخدموا عدة أساليب لمواجهة الأخبار الزائفة التى يتعرضون لها عبر التطبيقات الرقمية، ومن أهم هذه الأساليب:

أ. رفضهم المشاركة فى نشر الأخبار الزائفة بأى نوع من المشاركة.

ب. أنهم يحرصون على اللجوء للصفحات الرسمية للوزارات والمؤسسات الرسمية المختلفة، للتأكد من صدق الأخبار المنشورة عنها.

ج. كما أنهم لمزيد من التأكيد من ذلك، يلجأون لذوى الخبرة لمناقشتهم فى طبيعة هذه الأخبار والقضايا.

د. كما أنهم فضلا عن ذلك، يحذرون آخرين بإعادة نشر هذه الأخبار لعدم مصداقيتها.

ه. كذلك تبليغهم إدارة الموقع عن ناشر الخبر الزائف.

و. كما أن نسبة منهم أكدت أن من أساليب المواجهة إلغاء اشتراكهم بالصفحة.

ز. ومنهم من أكد أنه يعلق على أنه خبر زائف، وذلك بنشر الحقائق المتعلقة بتلك الأخبار.

ح. أما آخر الأساليب التى يستخدمها أفراد العينة لمواجهة الأخبار الزائفة عبر

التطبيقات الرقمية، فكان محاولة الوصول إلى مصدر الخبر والتواصل معه، وكذلك ما أكده بعض أفراد العينة من أنه يقل اهتمامهم وتفاعلهم مع الصفحة التى تنشر الخبر الزائف.

ط. وأكدت النتائج فاعلية أساليب المبحوثين لمواجهة الأخبار الزائفة التى يتعرضون لها عبر التطبيقات الرقمية المختلفة.

١١. أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن استجابات المبحوثين، حول اتجاهاتهم الايجابية نحو التطبيقات الرقمية المستخدمة، فى الصفحات الرسمية للوزارات والمؤسسات الحكومية المصرية، تمثلت فى عدة عوامل، جاء فى مقدمتها:

أ. لأنها ساعدتهم فى توضيح الأفكار والمعلومات المتضمنة فى الخبر.

ب. كما أن هذه التكذيبات للأخبار الزائفة اتسمت بجودة صياغة المحتوى وطريقة عرضه، مما يدفع المستخدمين إلى ضرورة التكيف مع هذه التطبيقات والممارسات، والقيم وأشكال التفاعل المرتبطة بها.

ج. كما أن أفراد العينة أكدوا أن هذه الصفحات ساعدتهم فى تكذيب الأخبار مجهولة المصدر، التى تنشر عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، وكذلك ساعدتهم فى التفاعل الإيجابى مع الحدث. ويؤكد ذلك وعى أفراد العينة تجاه ما ينشر فى الصفحة الرسمية لرئاسة مجلس الوزراء المصري، من تكذيب للأخبار الزائفة. وتعود هذه النتيجة إلى ما أظهرته نتائج الدراسة التحليلية من أنه بعرض الأخبار الزائفة وتكذيبها، مدعمة بكل عناصر الإبراز والإقناع والوسائط المتنوعة التى تساعد على التأثير فى المتلقي، وطرحها للحقائق والمعلومات من مصادرها الأساسية، وكذلك إتاحتها التفاعل على المنشورات والمشاركات والتعليقات والإعجاب على تكذيب الأخبار الزائفة.

١٢. وأكدت النتائج أيضا أن بعض أفراد العينة نظروا بصورة سلبية لتلك الصفحات من حيث مواجهتها للأخبار الزائفة وتكذيبها، فأشاروا إلى "أنها تهتم بصورة زائدة بالترويج لإنجازات الوزارة"، كما أنها "بإمكانها التلاعب وتزيف الصور والفيديوهات الإخبارية".

١٣. أكدت النتائج أن أكثر المبحوثين راضون إلى حد ما عن دور التطبيقات الرقمية، للوزارات والمؤسسات الحكومية المصرية فى مواجهتها للأخبار الزائفة.

١٤. تمثلت أهم اقتراحات المبحوثين لاستخدام التطبيقات الرقمية بصورة أفضل لمواجهة الأخبار الزائفة فى الآتي:

أ. توعية المواطنين بصفة عامة، والشباب بصفة خاصة بما يجب تداوله ونشره من أخبار عبر هذه التطبيقات الرقمية، وما يجب التحفظ عليه بالتأكد من روابط تلك الأخبار ومرجعيتها الصحيحة، وعدم الأخذ بالأخبار الزائفة ونشرها.

ب. ويؤكد ذلك أن زيادة وعى الجمهور عامة، والشباب خاصة، وبناءه ثقافيا، عنصر فاعل فى مواجهة الأخبار الزائفة، مما يجعله قادرا على التمييز والانتقاء من بين ما يتعرض له من أخبار.

ج. وكذلك اقتراح رصد ما ينشر من التطبيقات الرقمية، وتوصيفه وتحليله وإخضاعه للدراسة المتعمقة، بهدف الكشف عن اتجاهات الرأى العام فى عديد من الأخبار الزائفة، لأن ذلك يمكن من التعرف على اتجاهات الرأى العام، والعوامل المؤثرة فيه حيال القضايا المجتمعية المختلفة.

د. ومن الأدوار المهمة التى اقترحها المبحوثون لمواجهة الأخبار الزائفة "أن تعمل وزارات الإعلام، وهيئات شئون الإعلام، ومجالسه المستقلة فى البلدان العربية والإسلامية، على رصد مروجى الأخبار الزائفة ومنتدياتهم وكشف مخططاتهم.

ه. وكذلك ضرورة العمل على تطوير التشريعات التى تنظم العمل، والتفاعل بواسطة التطبيقات الرقمية، ويؤكد ذلك وعى أفراد العينة بخطورة المنصات وما ينشر فيها من أخبار زائفة، وعلى الوعى المجتمعى بالخطر التى تشكله هذه الأخبار.

و. كما جاءت بعض الاقتراحات لتؤكد أهمية تشجيع المؤسسات الرسمية وغير الرسمية على إنشاء وتطوير منصات إعلامية تتصدى للأخبار الزائفة والرد عليها بواسطة: المتحدث الرسمي، والمواقع الإلكترونية، وصفحات شبكات التواصل الاجتماعى لتلك المؤسسات، لما تمثله تلك المنصات من كونها تعبر عن تلك المؤسسات، وتلقى قبولا لدى الجمهور.

المراجع:

١. أسامة عبدالرحيم. **استراتيجيات مواجهة الأخبار الزائفة بالمواقع الإلكترونية فى ضوء بعض عوامل الشخصية للصحفيين (دراسة ميدانية صناعة الإعلام فى ظل الفرص والتحديات التكنولوجية والاستثمارية)**. جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٩.

٢. جومانة عريقات. **توظيف شبكة التواصل الاجتماعى "فيسبوك" فى التوعية الأمنية ضد الأخبار الكاذبة خلال أزمة جائحة فايروس كورونا: دائرة العلاقات العامة فى الشرطة الفلسطينية نموذجا.** هولندا، ع٤٨، ٣٠ سبتمبر، ٢٠٢٢، ص٨٨- ١٢٧.

٣. زينب وحيد جمعة. (٢٠٢١). **استخدام المراهقين للتطبيقات الإخبارية الهواتف الذكية والإشباعات المتحققة منها.** جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، قسم الاعلام وثقافة الأطفال.

٤. عبدالسلام مبارك عبدالسلام. **تعرض الشباب الجامعى للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعى نحو القضايا المثارة فى المجتمع المصري**، جامعة سوهاج. ع٦٢، ج١,٢، يناير ٢٠٢٢، ص٢٩١- ٣٣٦.

٥. كريمة كمال عبداللطيف توفيق. "**استخدام التطبيقات الالكترونية كقنوات اتصال رقمية فى ضوء رؤية مصر ٢٠٣٠: تطبيق صحة مصر نموذجا**"، ع٨٠، يوليو- سبتمبر، ٢٠٢٢، ج٢، مج٢، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ص٩٩٣- ١٠٢٥.

٦. محمد محمد عبده بكير. **تقبل الجهور لاستخدامات التطبيقات الصحية عبر تقنيات الهواتف الذكية فى المملكة العربية السعودية وتأثيراتها الاتصالية عليهم، دراسة فى اطار نموذجى الاستخدام والتأثيرات، والتقبل التكنولوجي**، ع٦٠، ج٢، جمادى الأول ١٤٤٣هـ- يناير٢٠٢٢، جامعة الأزهر، كلية الاعلام، ص٦٢٥- ٦٨٠.

٧. منى عيد محمد. (٢٠٢٠). **الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعى حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها (دراسة تطبيقية)**، كلية الآداب، قسم الاعلام، جامعة المنصورة.

٨. هانى نادى عبدالمقصود، تعرض الشباب للأخبار الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المشاركة فى الانتخابات البرلمانية ٢٠٢٠: دراسة ميدانية، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، مركز بحوث الرأى العام، مج٢١، ع١، مارس ٢٠٢٢، ص٣٣١- ٣٦٤.