

المسؤولية المهنية لغرف الأخبار في وسائل الإعلام الأردنية في
مواجهة التضليل الإعلامي "دراسة مسحية"

**The Professional Responsibility of Newsrooms in the
Jordanian Media in Confronting Media Misleading
"Survey Study"**

إعداد

لندا صابر خالد المواجهة

إشراف

د. كامل خورشيد مراد

قدّمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

قسم الصحافة والإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

حزيران، 2023

تفويض

أنا لندا صابر خالد المواجدة، أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً وإلكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: لندا صابر خالد المواجدة.

التاريخ: 2023 / 05 / 30.

التوقيع: 

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة والموسومة ب: المسؤولية المهنية لغرف الأخبار في وسائل الإعلام الأردنية في مواجهة التضليل الإعلامي "دراسة مسحية" للباحثة: لندا صابر خالد المواجدة.

وأجيزت بتاريخ: 30 / 05 / 2023.

أعضاء لجنة المناقشة

التوقيع

جهة العمل

الصفة

الاسم

د. كامل خورشيد مراد

مشرفاً

جامعة الشرق الأوسط

د. محمود الرجبي

عضواً من داخل الجامعة ورئيساً

جامعة الشرق الأوسط

د. منى أبو جامع

عضواً من داخل الجامعة

جامعة الشرق الأوسط

د. عمار طه العامري

عضواً من خارج الجامعة

جامعة بغداد / العراق

.....

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الخلق والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، أشكر الله تعالى أن منّ عليّ بفضله وأعانني على إتمام هذا العمل فله الحمد حمداً كثيراً.

أتقدم بخالص الشكر والامتنان لكل من مد لي يد المساعدة، وفي مقدمتهم أستاذي الفاضل والمشرف على رسالتي الدكتور كامل خورشيد مراد الذي لم يدخر جهداً في مساعدتي، وتقديم الدعم والنصح والإرشاد لي، جزاك الله خيراً، ومتعك بالصحة والعافية، ونفع بك الأمة.

كما أتقدم بالشكر الموصول للأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على تكريمهم بالموافقة على مناقشة هذه الرسالة.

وأتقدم بجزيل الشكر لكافة الأساتذة أعضاء الهيئة التدريسية الكرام في كلية الإعلام في جامعة الشرق الأوسط على جهودهم الكبيرة أثناء مسيرتي العلمية والبحثية في الجامعة. وأتقدم بالشكر والعرفان لكل من ساعدني ونصحتني ووجهني.

أشركم جميعاً

الباحثة

الإهداء

لله الحمد والشكر على جلال فضله وعظيم نعمه الحمد لله الذي أكرمني بالجهد والعزيمة على إتمام دراستي هذه.

أهدي ثمرة جهدي المتواضع:

إلى من شقّ لي طريق النجاح في مسيرتي العلمية وكان عوناً ورفيقاً لي في رحلة بحثي ورحل.
إلى والديّ الكريمين اللذين لم يحرماني دعواتهم وتفاؤلهم ليلاً ونهاراً كلما رأوا جهد البحث والتنقيب والتدوين في عيني.

إلى أستاذي ومشرف رسالتي سعادة الدكتور كامل خورشيد الذي إحتضن هذه الدراسة.

إلى منهم عزوتي وسندي في هذه الحياة ... إخواني

إلى من كانوا لي أوفياء ... أصدقائي جميعاً

إلى كل من علمني حرفاً

إلى كل من ساندني ولو بابتسامة

الباحثة

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
العنوان	أ.....
تفويض	ب.....
قرار لجنة المناقشة	ج.....
شكر وتقدير	د.....
الإهداء	ه.....
فهرس المحتويات	و.....
قائمة الجداول	ح.....
قائمة الأشكال والرسوم البيانية	ي.....
قائمة الملحقات	ك.....
الملخص باللغة العربية	ل.....
الملخص باللغة الإنجليزية	م.....

الفصل الأول: خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة	2.....
ثانياً: مشكلة الدراسة	3.....
ثالثاً: أهداف الدراسة	4.....
رابعاً: أهمية الدراسة	4.....
خامساً: أسئلة الدراسة	6.....
سادساً: فرضيات الدراسة	6.....
سابعاً: حدود الدراسة	7.....
ثامناً: محددات الدراسة	7.....
تاسعاً: مصطلحات الدراسة	7.....

الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة

أولاً: الأدب النظري	10.....
ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة	41.....
ثالثاً: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة	48.....

الفصل الثالث: منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

50	أولاً: منهج الدراسة.....
50	ثانياً: مجتمع الدراسة
51	ثالثاً: عينة الدراسة.....
56	رابعاً: أدوات الدراسة.....
57	أ. صدق الأداة
57	ب. ثبات الأداة.....
58	خامساً: المعالجة الإحصائية
58	سادساً: إجراءات الدراسة.....

الفصل الرابع: نتائج الدراسة

61	أولاً: نتائج أسئلة الدراسة.....
74	ثانياً: نتائج فرضيات الدراسة.....

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والتوصيات

85	أولاً: مناقشة نتائج أسئلة الدراسة.....
89	ثانياً: مناقشة نتائج فرضيات الدراسة
92	ثالثاً: أهم نتائج الدراسة

قائمة المراجع والمصادر

95	أولاً: المراجع باللغة العربية.....
99	ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية.....
100	الملحقات.....

قائمة الجداول

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
1 - 3	الأعداد التقديرية للعاملين في غرف الأخبار	51
2 - 3	خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث النوع الاجتماعي والعمر والمؤهل العلمي	51
3 - 3	خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث المنصب الوظيفي	54
4 - 3	خصائص أفراد العينة حسب القطاع الاقتصادي للمؤسسة التي يعملون بها	55
5 - 3	معاملات ثبات كرونباخ ألفا	57
6-3	المعيار الإحصائي لتحديد المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة	58
1 - 4	الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج كيفية تعامل غرف الأخبار في المؤسسات الإعلامية مع المعلومات بشكل عام	61
2 - 4	الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج كيفية تصرف غرف الأخبار مع أخطاء تحصل نتيجة نشر المعلومات المضللة	64
3 - 4	الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج مساهمة بعض الإجراءات في تعزيز التحقق من صحة المعلومات	66
4 - 4	الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج المهارات التي يمتلكها المحررون في سبيل كشف المعلومات المضللة	68
5 - 4	الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج التأهيل العلمي والمهني للمحررين.	69
6 - 4	الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج توظيف التقنيات الحديثة في نشر المعلومات	71
7 - 4	الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج العوامل المؤثرة في جودة المضمون الصحفي	72
8 - 4	اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعا لمتغير الفئة العمرية	75
9 - 4	اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير العمر في الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي	75
10 - 4	اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعا لمتغير المؤهل العلمي	76
11 - 4	اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعا لمتغير القطاع الإعلامي	76

رقم الفصل - رقم الجدول	محتوى الجدول	الصفحة
12 - 4	اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير القطاع الإعلامي في الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي	77
13 - 4	اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعا لمتغير الفئة العمرية	78
14 - 4	اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير العمر في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي	78
15 - 4	اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعا لمتغير المؤهل العلمي	79
16 - 4	اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعا لمتغير القطاع الإعلامي	79
17 - 4	اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير القطاع الإعلامي في الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي	80
18 - 4	اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعا لمتغير الفئة العمرية	81
19 - 4	اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير العمر في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة	82
20 - 4	اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعا لمتغير المؤهل العلمي	82
21 - 4	اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير المؤهل العلمي في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة	83
22 - 4	اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعا لمتغير القطاع الإعلامي	83
23 - 4	اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير القطاع الإعلامي في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة	83

قائمة الأشكال والرسوم البيانية

الصفحة	المحتوى	رقم الفصل - رقم الشكل
53	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئات العمرية	1 - 3
53	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	2 - 3
54	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المنصب الوظيفي	3 - 3
55	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب القطاع الاقتصادي للمؤسسة التي يعملون بها	4 - 3

قائمة الملحقات

الصفحة	المحتوى	الرقم
101	قائمة بأسماء السادة محكمي الاستبانة	1
102	الاستبانة بصورتها النهائية	2

المسؤولية المهنية لغرف الأخبار في وسائل الإعلام الأردنية في مواجهة التضليل

الإعلامي "دراسة مسحية"

إعداد: لندا صابر المواجدة

إشراف: الدكتور كامل خورشيد مراد

الملخص

هدفت الدراسة التعرف على المسؤولية المهنية لغرف الأخبار في وسائل الإعلام الأردنية في مواجهة التضليل الإعلامي بهدف معرفة درجة إدراك العاملين في غرف الأخبار لمسؤولياتهم المهنية في مواجهة التضليل الإعلامي وكذلك التعرف إلى مدى امتلاكهم مهارات التعامل مع المعلومات المضللة.

وقد اعتمدت الدراسة المنهج المسحي وأداة الاستبانة، حيث طبقت على عينة عشوائية من (212) مفردة من العاملين في غرف الأخبار في المؤسسات الإعلامية الأردنية من أصل (440) عاملاً في هذا المجال. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

1. إن المحررين في غرف الأخبار يدركون بدرجة مرتفعة أن المعلومات المضللة تزعزع الأمن الوطني والقومي في المنطقة، ويدركون كذلك خطورة نشر المعلومات المضللة.
 2. يدرك المحررون في غرف الأخبار بدرجة مرتفعة مسؤولياتهم المهنية ويعتمدون على مبدأ التشدد في التعامل مع المعلومات المضللة والتصدي لها، وامتلاك مهارات التحقق من صحة الأخبار والمعلومات.
 3. إن أهم آليات التحقق في غرف الأخبار هي التحقق من المصادر والاسئلة والقيم والصفات التي يعكسها الخبر، وحظر الحسابات التي تنتشر الأخبار المزيفة.
 4. إن أهم المهارات التي يمتلكها المحررون في سبيل كشف المعلومات المضللة يتمثل في وعي المحررين في التعامل مع الأجندات المقصودة.
 5. إن التأهيل المهني للمحررين يحسن من الواقع الإعلامي في العصر الرقمي، وأن المحررين بحاجة دائمة لتطوير مهاراتهم المهنية.
 6. إن المضمون الصحفي أكثر ما يتأثر بالخبرات المهنية للمحررين، ثم بتوجهات المؤسسة الإعلامية وسياستها التحريرية، ثم بمستوى أو سقف الحريات الصحفية في البلاد عموماً.
- الكلمات المفتاحية: المسؤولية الاجتماعية والمهنية، الإعلام الأردني، التضليل الإعلامي.

The Professional Responsibility of Newsrooms in the Jordanian Media in Confronting Media Misleading "Survey Study"

Prepared by: Linda Al-Mawajdah

Supervised by: Dr. Kamel Khurshid Murad

Abstract

The study aimed to identify the degree of awareness of professional responsibilities in facing media disinformation, as well as to identify the extent to which they possess skills in dealing with misleading information.

The study relied on the survey method and the questionnaire tool, as it was applied to a random sample of (212) media professionals and workers in Jordanian media institutions, out of (440) workers in this field.

The study reached a number of results, the most important of which are:

1. Editors in newsrooms are highly aware that disinformation undermines national security, and they are also aware of the danger of disseminating.
2. Newsroom editors are highly aware of their professional responsibilities and rely on the principle of being strict in dealing with and countering misinformation, and possessing the skills of fact-checking news and information.
3. The most important mechanisms for verification in newsrooms are checking the sources, questions, values and characteristics that the news reflects, and banning accounts that publish fake news.
4. The most important skill that editors possess in order to detect misleading information is the awareness of editors in dealing with the intended agendas.
5. The professional qualification of editors improves the media reality in the digital age, and those editors constantly need to develop their professional skills.
6. The media content is most influenced by the professional experiences of the editors, the orientations of the media institution and its editorial policy, the level or ceiling of press freedoms in the country in general.

Keywords: Social and Professional responsibility, Jordanian media, disinformation.

الفصل الأول
خلفية الدراسة وأهميتها

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

أولاً: المقدمة

لا يختلف واقع المشهد الإعلامي والرقمي في العالم العربي عما يشهده العالم من انتشارٍ للأخبار الكاذبة والمُضللة الذي يتخذ صورتين رئيسيتين، إما بتقديم معلوماتٍ خاطئةٍ تماماً، أو معلوماتٍ صحيحة لكنها توظف بشكلٍ خاطئٍ لخدمة هدفٍ مُعين.

وخلال العقد الماضي من القرن الواحد والعشرين الحالي الذي شهد ما يُسمى بـ ” الربيع العربي ” تفتت ظاهرة الأخبار المضللة، وبرزت الأدوار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي التي كانت أحد المحركات الأساسية لموجات متتالية من الاضطرابات والصراعات، وساحة لبث الشائعات من أجل التأثير في الرأي العام.

ومع الانتشار السريع لشبكات التواصل الاجتماعي وبرزت ظاهرة المواطن الصحفي أصبح لزاماً على الإعلام التقليدي المهني مواجهة هذا التحدي وتحمل المسؤولية الاجتماعية والمهنية في الحد من انتشار الأخبار المضللة، خصوصاً أولئك الإعلاميين العاملين في غرف الأخبار، فقبل سنوات قليلة كانت وسائل الإعلام لا تعد شبكات التواصل الاجتماعي مصدراً للأخبار، إلا أن التدفق الكبير للمعلومات من خلال هذه الشبكات وقدرتها على التأثير في الناس وتضليلهم، يفرض على صناع الإعلام التقليدي مراجعة طرائق تعاملهم مع مضامين هذه الشبكات التي ما لبثت أن تحوّلت إلى منصات إعلامية.

وقد برزت بشكل واضح ظاهرة الأخبار والمعلومات المضللة خلال جائحة كورونا منذ نهاية عام 2019، وهو ما عمق الأزمة من ناحية مصداقية الأخبار ومجهولية مصادرها وتضارب تحليلاتها،

وبات نشر المواد المغلوطة، من نصوص وصور وفيديو في بعض وسائل الإعلام، فحاً لم يفلح الجميع من تقادي مخاطره، إما بسبب غياب المعلومة كلياً، أو بسبب تضارب المعلومات وتعدد مصادرها، بسبب الانقسام السياسي، أو سعي الصحفي لإيجاد زوايا جديدة لتناول أخبار الجائحة، والاهتمام بقيمة (الغربة) و(الإثارة) و (السبق الصحفي) على حساب (الدقة) و (الموضوعية) وغير ذلك من المعايير المهنية وما تقتضيه المسؤولية الاجتماعية للصحفيين، والسبب الذي اتفق عليه الصحفيون من أنحاء المنطقة العربية هو الحاجة إلى مزيد من التدريبات المهنية على التدقيق الأخباري ومواجهة التضليل خاصة ما يتعلق منها باستخدام التكنولوجيا وفهم الذكاء الاصطناعي.

ثانياً: مشكلة الدراسة

تعتبر وسائل الإعلام جزءاً أساسياً من المجتمع ولها دوراً هاماً في نقل المعلومات، وتشكيل الرأي العام. إلا أنه في السنوات الأخيرة، شهدت الصناعة الإعلامية زيادة كبيرة في ظاهرة التضليل الإعلامي، وتوجيه المعلومات المضللة أو المغلوطة للجمهور، بهدف تأثير في الرأي العام وتشويه الحقائق.

وقد تزايدت مخاطر ظاهرة التضليل الإعلامي بفعل تطور التكنولوجيا وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي، إذ تستهدف الضغط على الوعي العام للمجتمع وتضليله إعلامياً، بما يخدم التوجهات المعلنة والخاصة بطرف أو بآخر، مما يشكل تحدياً كبيراً أمام المسؤولية المهنية لغرف الأخبار في وسائل الإعلام.

تأسيساً لما سبق تكمن مشكلة الدراسة في عدم وجود توجه واضح وموحد للمسؤولية الاجتماعية والمهنية لغرف الأخبار في وسائل الإعلام الأردنية في مواجهة التضليل الإعلامي، إذ يعاني

الصحفيون والمحررون من تحديات عديدة في ممارسة مهامهم بشكل مهني وأخلاقي في ظل الضغوط المتزايدة لزيادة القراءة والمشاهدة والمتابعة على وسائل الإعلام.

لذلك جاءت هذه الدراسة للإجابة على السؤال الدراسة الرئيس: "ما المسؤولية المهنية لغرف الأخبار في وسائل الإعلام الأردنية في مواجهة التضليل الإعلامي؟"

ثالثاً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة التعرف إلى درجة إدراك الصحفيين والإعلاميين والعاملين في غرف الأخبار في وسائل الإعلام لمسؤولياتهم الاجتماعية والمهنية ومدى امتلاكهم لمهارات التعامل مع المعلومات المضللة.

وينبثق من هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

1. تبيان كيفية تعامل غرف الأخبار في المؤسسات الإعلامية مع المعلومات بشكل عام.
2. التعرف على كيفية تصرف غرف الأخبار مع أخطاء تحصل نتيجة نشر المعلومات المضللة.
3. معرفة مساهمة بعض الإجراءات في تعزيز التحقق من صحة المعلومات.
4. معرفة المهارات التي يمتلكها المحررون في سبيل كشف المعلومات المضللة.
5. التعرف على التأهيل العلمي والمهني للمحررين الذي يسهم في مواجهة الأخبار المضللة.
6. الاطلاع على طبيعة التقنيات الحديثة الموظفة في نشر المعلومات.
7. تحديد العوامل المؤثرة في جودة المضمون الصحفي.

رابعاً: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة بشقيها التطبيقي والنظري من خلال البحث في المسؤولية المهنية ودورها للصحفيين في غرف الأخبار في مواجهة التضليل الإعلامي:

وفيما يأتي استعراض لأهمية الدراسة التطبيقي والنظري:

الأهمية النظرية

تتمثل الأهمية النظرية بما يلي:

- تكوين تصوّر مفاهيمي عن متغير الدراسة (المسؤولية المهنية والتضليل الإعلامي) من خلال عرض مفهوم المتغيرات، وتوضيح أهميتها وشرح أبعادها.
- توجيه الباحثين الإعلاميين لإجراء المزيد من الدراسات والبحوث حول المسؤولية المهنية ودورها في الحد من التضليل الإعلامي.
- تزويد المكتبة العربية بشكل عام والمكتبة الأردنية بشكل خاص بمرجع ذا أهمية أكاديمية.

الأهمية التطبيقية

تتمحور الأهمية التطبيقية للدراسة بما يأتي:

- تزويد المؤسسات الإعلامية بمفهوم المسؤولية المهنية، وتقديم رؤية واضحة حول استخدامها في وسائل الإعلام الجماهيرية على مستوى الأردن، وما يسهم في إثراء المحتوى الأخباري خالياً من الأخبار المضللة والمغلوبة.
- تسهم الدراسة الحالية في مساعدة العاملين في المجال الإعلامي لوضع خطط عمل تمكنهم من التعامل مع الأخبار المضللة.
- ندرة الدراسات التي تناولت دور المسؤولية المهنية لغرف الأخبار في وسائل الإعلام ومواجهتها للتضليل الإعلامي، في ضوء انتشار هذا الاستخدام في مجال الإعلام الأردني وتنوع استخداماتها.

خامساً: أسئلة الدراسة

1. كيف تتعامل غرف الأخبار في المؤسسات الإعلامية مع المعلومات بشكل عام؟
2. كيف تصرف غرف الأخبار مع أخطاء تحصل نتيجة نشر المعلومات المضللة؟
3. ما الإجراءات التي تساهم في تعزيز التحقق من صحة المعلومات؟
4. ما المهارات التي يمتلكها المحررون في سبيل كشف المعلومات المضللة؟
5. ما التأهيل العلمي والمهني للمحررين الذي يساهم في مواجهة الأخبار المضللة؟
6. ما طبيعة التقنيات الحديثة الموظفة في نشر المعلومات؟
7. ما العوامل المؤثرة في جودة المضمون الصحفي؟

سادساً: فرضيات الدراسة

- الفرضية الرئيسية الأولى:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في الحد من التضليل في المضمون الصحفي تبعاً لمتغيرات (الفئة العمرية، المؤهل العلمي، القطاع الإعلامي الذي يعملون به).
- الفرضية الرئيسية الثانية:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في الحد من التضليل في المضمون الصحفي تبعاً لمتغيرات (الفئة العمرية، المؤهل العلمي، القطاع الإعلامي الذي يعملون به).
- الفرضية الرئيسية الثالثة:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير ملكية المؤسسة في الحد من التضليل في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعاً لمتغيرات (الفئة العمرية، المؤهل العلمي، القطاع الإعلامي الذي يعملون به).

سابعاً: حدود الدراسة

تنفذ هذه الدراسة ضمن الحدود الآتية:

1. **الحد الجغرافي:** الأردن (وسائل الإعلام الجماهيرية في القطاعين العام والخاص، مقروءة،

ومسموعة، ومرئية)

2. **الحد الزمني:** النصف الثاني من شهر أيار 2023.

3. **الحد البشري:** العاملون في غرف الأخبار في وسائل الإعلام الجماهيرية في القطاعين العام

والخاص.

ثامناً: محددات الدراسة

يمكن تعميم نتائج هذه الدراسة ضمن المحددات التالية:

1. دلالات صدق وثبات أداة الدراسة التي تعده لأغراض هذا البحث.

2. عينة الدراسة والمجتمع المأخوذة من هذا المجتمع.

3. صدق وجديّة مستجيبى أداة الدراسة.

تاسعاً: مصطلحات الدراسة

المسؤولية المهنية: هو مصطلح يشير إلى القواعد الواضحة للسلوك المهني في مؤسسات ووسائل

الاتصال وكذلك الاتجاهات الفعالة والدعاوى المتصلة بكل ما هو ملائم في أسلوب العمل والانجاز

(Babran et al., 2010).

وتعرف إجرائياً: بأنها السلوكات المهنية للعاملين لدى الغرف الإخبارية الأردنية والتي تضمن من

خلالها الحد من الأخبار المضللة والمغلوطة.

المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام: تشير إلى الواجب الأخلاقي والاجتماعي لوسائل الإعلام والصحافة في تأدية دورها في المجتمع. وممارسة دورها بمسؤولية وأخلاقية تجاه المجتمع الذي تخدمه (جبار، 2019).

وتعرفها هذه الدراسة إجرائياً: يشير إلى العمل الفعلي والخطوات الملموسة التي يتخذها الإعلام لتحقيق المسؤولية الاجتماعية. يشمل هذا المفهوم مجموعة من المبادئ والممارسات التي تهدف إلى ضمان أن الإعلام يعمل بطريقة مسؤولة وفعالة في خدمة المجتمع.

الغرف الإخبارية: غرف الإخبارية الأردنية تشير إلى الهيئات الإعلامية أو الأقسام الخاصة داخل وسائل الإعلام في الأردن التي تعمل على تجميع وتحليل وتقديم الأخبار والتقارير الإعلامية. تعتبر هذه الغرف جزءاً من بنية العمل الإعلامي في الأردن، وتهدف إلى توفير منصة للصحفيين والمحررين لتقديم تقارير دقيقة وموثوقة للجمهور (أبو عبدون، 2020). وتعرف إجرائياً: هو كل ما يتعلق بالعمليات والإجراءات التي يتبعها فريق الغرفة الإخبارية الأردنية في ممارسة وظيفتها.

التضليل الإعلامي: وسيلة يتم التحكم بها عبر وسائل الإعلام المختلفة والمتاحة في عمليات المنافسة والصراع بين الدول، الشركات والأفراد لتقديم الخبر الذي يخدم أهدافاً محددة ضد رغبة المتلقي بهدف البلبلة والسيطرة عليه بالكذب، الخداع، التضخيم، التعظيم، إثارة الخوف، والخطاب المزدوج. (الطائي، 2011، 74)

التضليل الإعلامي إجرائياً: تزوير الوقائع والأحداث بما يؤدي إلى تشويه الحقيقة، وإضفاء جوانب من الانحياز أو الإبراز أو الحذف أو الاخفاء لمعلومات معينة بقصد مخفي.

الفصل الثاني الأدب النظري والدراسات السابقة

الفصل الثاني

الأدب النظري والدراسات السابقة

يتضمن هذا الفصل عرضاً للأدب النظري والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، وتم تقسيم هذا الفصل إلى قسمين: أولاً: الأدب النظري الذي يشمل دراسة النظريات التي تستند عليها المسؤولية الإعلامية، وبيان مظاهر التضليل الإعلامي.

ثانياً: الدراسات السابقة والتي تم عرضها من الأقدم إلى الأحدث، وتم التعقيب عليها ومقارنة الدراسة الحالية بها.

أولاً: الأدب النظري

لم تكن ممارسة أساليب التضليل مسألة حديثة العهد، بل كانت من الممارسات القديمة التي استعملت في مواجهة الخصوم، وانسحب ذلك الاستخدام في وسائل الإعلام بأنواعها المختلفة المقروءة والمسموعة والمرئية، وصولاً إلى الإلكترونية والرقمية الحديثة.

إذ تشير المسؤولية المهنية للإعلام إلى المسؤولية التي يتحملها المهنيون في مجال الإعلام تجاه الجمهور والمجتمع بشكل عام، يعتبر الإعلام المهني عموداً أساسياً في الديمقراطية ويلعب دوراً حيوياً في نقل المعلومات والأخبار والتحليلات إلى الجمهور، وبالتالي، تأتي المسؤولية المهنية للإعلام مرتبطة بالمبادئ الأخلاقية والمعايير المهنية التي ينبغي على الصحفيين والمهنيين في الإعلام احترامها وتنفيذها (علال، 2018).

تلتزم المؤسسات الإعلامية والصحفيون المحترفون بمبادئ المسؤولية المهنية لضمان أن يتم تلبية احتياجات الجمهور وأن يتم توفير معلومات موثوقة وموضوعية، وفي حالة تجاوز أي فرد أو

مؤسسة حدود المسؤولية المهنية، فقد يعرضها ذلك لمواجهة عواقب قانونية أو أخلاقية تبعاً للقوانين والمعايير المهنية المعمول بها في المجتمعات المختلفة.

وفي ضوء ذلك تستند الدراسة الحالية إلى نظريتي حارس البوابة الإعلامية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية، إذ تقيد الأولى في العوامل المؤثرة على كفاءة حارس البوابة من خلال دوره في بث أو نشر المضامين الإعلامية الموضوعية ذات القيمة، بينما تقيد نظرية المسؤولية الاجتماعية والمهنية في الحد من التضليل الإعلامي؛ وذلك من خلال تسليط الضوء على الضوابط والمهارات المهنية التي يترتب على الإعلامي التعامل بها، إضافة إلى معرفة أساليب وطرق التضليل الإعلامي التي يواجهها القائم بالاتصال في غرف الأخبار في المؤسسات الصحفية الأردنية.

نظرية المسؤولية الاجتماعية

تستند هذه النظرية إلى تنفيذ عمليات الإعلام الحر القائمة على المسؤولية الاجتماعية والقواعد والقوانين، التي تجعل الرأي العام رقيباً على الأخلاقيات المهنية، إذ كان بداية ظهور تلك النظرية في الولايات المتحدة في النصف الأول من القرن العشرين، بعد أن أثارت وسائل الإعلام أخبار الجنس والجريمة وأدت إلى إساءة استخدام مفهوم الحرية.

يعتقد رواد هذه النظرية أن الحرية حق والتزام ومسؤولية، وأن وسائل الإعلام يجب أن توافق على الوفاء بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها الوفاء بهذه الالتزامات من خلال وضع معايير ومعايير مهنية لوسائل الإعلام، كالصدق والموضوعية والتوازن والدقة. تذكر أن المعايير تقتصر إلى نظرية الحرية، وأن وسائل الإعلام التي تقبل هذه الالتزامات يجب أن تنظم عملها ذاتياً في إطار القوانين والمؤسسات القائمة، ويجب أن تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع، وأن الجمهور له الحق في توقع أداء أعلى من وسائل الإعلام، ويمكن إضفاء الشرعية على شؤون الإعلام من خلال

ضمان هذه المنفعة العامة، بالإضافة إلى ذلك، يجب على الإعلاميين تحمل المسؤولية تجاه المجتمع وكذلك مسؤولياتهم تجاه المؤسسات الإعلامية (جرادات وأبو الحمام، 2013).

إن النظرية الجديدة تركز في المقام الأول على المسؤولية، ونظرية الحرية في المقام الأول على الحرية، وبالتالي "التوجه الرئيسي لهذه الفلسفة في وسائل الإعلام هو نحو الرصانة والالتزام الأخلاقي للمهمة السامية التي تقوم بها المؤسسات الإعلامية، دون المساس بقيم الحرية والاستقلال والمبادرة إنه التزام أخلاقي واجتماعي " (مشاقبة، 2011).

ويحدد الباحثون بعض الشروط التي ساهمت في ظهور هذه النظرية، ومنها ظهور وسائل الإعلام كمنظمة مسؤولة اجتماعياً ومسؤولة مهنية، وتولي تقنيات الاتصال والمعلومات دوراً مهماً في التغييرات المثيرة في نقاط تحول الحياة، ونمو الاحتكارات وتزايد حجمها وأهميتها، من هنا فقد أصبح النقد المرير الموجه إلى الصحافة الغربية ووسائل الإعلام المختلفة عنصراً من عناصر الضغط على الحكومات، فضلاً عن ضرورة توفر أخلاقيات الإعلام من أجل إرساء قواعد مهنة الصحافة، وبلورة التقاليد المهنية والأخلاقية، وحماية هذه المهنة، وحماية قيم المجتمع (مراد، 2015) .

ويحدد (حجاب، 2016) أهداف نظرية المسؤولية الاجتماعية بأنها ظهرت لرفع مستوى الصراع بعيداً عن العاطفة إلى مستوى المناقشة الموضوعية، والحصول على المعلومات والترفيه والربح، إلى جانب الأهداف الاجتماعية الأخرى. ويمكن الاضافة بأن هذه النظرية تهدف إلى حظر المواد التي تروج للجريمة أو العنف أو تؤثر سلباً على الأقليات في المجتمع، وكذلك التدخل في الحياة الخاصة للأفراد.

مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية

تستند المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام على خمس افتراضات أساسية هي (عبد الرحمن، 2018):

1- يجب على وسائل الإعلام أن تقدم أحداثًا صادقة وشاملة وذكية للمجتمع الحديث في سياقات ذات مغزى بالنسبة لهم، مما يعني أن وسائل الإعلام يجب أن تكون صادقة، لا تكذب، وتميز بين الحقيقة والرأي.

2- أن تقوم وسائل الإعلام بالعمل كمنصة لتبادل الملاحظات والنقد، إذ تسمح بالتعبير عن وجهات النظر المتعارضة مع رأيها، وأن تحاول عرض جميع وجهات النظر المهمة سواء التي تتفق معها أو تخالفها.

3- يجب على وسائل الإعلام التأكيد على صورة المجتمع من أجل تصوير موضوعي لمكونات المجموعة المختلفة للمجتمع.

4- أن تكون مسؤولة عن تقديم وتوضيح أهداف وقيم المجتمع، وعليها قبول قيم المجتمع واحترامها للخصال التقليدية في المجتمع.

5- أن تكون مسؤولة عن تزويد الجمهور بالمعلومات اليومية؛ لذا فإن للجمهور الحق في الوصول إلى المعلومات.

تقوم النظرية على ربط العاملين بأجهزة الإعلام من خلال موثيق الشرف الخالصة، ولا تتعرض للقيم الايجابية التي تناضل من أجلها وسائل الإعلام، كمقاومة الاحتكارات والاستغلال والتقريب بين شعوب العالم، ومساعدة الشعوب على طلب الحرية، كما أن الحرية حق وواجب لا بد وأن يشعر المجتمع بهذه الحرية، التي تحمل في طياتها تبعات كثيرة يجب أن تضطلع بها المؤسسات الإعلامية بمسؤولية أخلاقية وقانونية أمام الجمهور، من خلال القيام بالوظائف بمحددات معينة منها خدمة

النظام السياسي القائم، وذلك عن طريق الإعلام والمناقشة والحوار المفتوح في جميع المسائل التي تهم المجتمع ، و تنوير الجماهير بالحقائق والأرقام تنويراً يجعل من اليسير عليه أن يحكم نفسه بنفسه حكماً صحيحاً على الأحداث العامة، ورعاية المصالح العامة وتفضيلها على المصالح الخاصة أو الحيلولة دون سيطرة الأخيرة حتى لا تضر بالمصالح العامة (حسام الدين، 2010).

من هنا يتبين أن فلسفة هذه النظرية تنحصر في عدم إثارة الغرائز بقدر ما تثير عقولهم وتشجع هذه العقول، إن نظرية المسؤولية الاجتماعية للإعلام والصحافة هي نظرية تسد حاجة القارئ السريعة كما أنها لا تبحث عن الحقيقة، وتحاول توصيلها إلى القراء والمستمعين والمشاهدين وتحملهم للسعي وراءها.

المسؤولية الاجتماعية للإعلام

بمقتضى الحرية الكاملة التي منحها النظام الليبرالي للصحف، أصبحت تتمتع بحرية كاملة دون أي قيود، إلا أن الصحف أساءت استخدام الحرية الممنوحة لها في النصف الثاني من القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين في دول أوروبا الغربية والولايات المتحدة الأمريكية، مما جعل الصحف أدوات للإثارة والفضائح والتسلية، وبدأت الصحف تتخلى تدريجياً عن المعايير المهنية في الأداء الصحفي.

ونتيجة لسوء استخدام الحرية من قبل مُلاك وسائل الإعلام والإعلاميين أنفسهم؛ حيث أفرطت نظرية الحرية في إعلاء القيم الفردية على حساب المصلحة العامة للمجتمع، وبالغت في منح الفرد الحق في التحرر من أي مسؤوليات اجتماعية، في سبيل الحصول على المعلومات ونشرها؛ ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية، وظهرت القواعد والقوانين ومواثيق الشرف الصحفية التي تجعل الرأي العام رقيباً على مهنة الصحافة وأدائها. وإثر استفحال الكثير من المظاهر

المرضية في المجتمعات الغربية، فقد بدأت أصوات فكرية جريئة تنادي بمراجعة جذرية لأسس ومبادئ وقيم الفلسفة الليبرالية في مجال الإعلام على وجه الخصوص (جرادات وأبو الحمام، 2013، 116).

تعود البدايات الأولى لنظرية المسؤولية إلى إنشاء لجنة حرية الصحافة، المعروفة باسم لجنة هتشينز (1942)، والتي تهتم باختبار وسائل الإعلام في مجتمع ديمقراطي، ونشرت اللجنة تقرير المسؤولية الاجتماعية للإعلام (1947)، الذي يجادل بأن حرية الإعلام هي هدف أخلاقي للمجتمع، والذي يمكن القول إنه يضمن اتساقه مع الالتزامات تجاه المجتمع التي يمثلها.

ويرى (Erik, 2012) تركز أن نظرية المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام على

ثلاثة أبعاد رئيسية، وهي:

البعد الأول: الوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر.

البعد الثاني: معايير الأداء، والذي يتضمن المعايير الأخلاقية للأفراد، ومعايير الوسائل الإعلامية

ومواثيقها الأخلاقية، والمعايير المهنية التي تضعها الهيئات الإعلامية المختلفة، ومجموعة

التشريعات والقوانين التي تحكم نظم وسائل الإعلام.

البعد الثالث: القيم المهنية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي.

يهتم الأداء الإعلامي بوضع المعايير التي تشمل المعايير الأخلاقية للأفراد، ومعايير الوسائل

الإعلامية ومواثيقها الأخلاقية سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، والمعايير المهنية التي تضعها

الهيئات الإعلامية المختلفة، ومجموعة التشريعات والقوانين التي تحكم نظم وسائل الإعلام. وتشكل

معايير الأداء الإعلامي في مجملها العام الضوابط الأخلاقية والقانونية التي تحكم ممارسة العمل

الإعلامي في إطار من المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية، التي تحتم على الإعلام أن يقوم بواجبه

تجاه المجتمع كما ينعم بحقه في الحرية، وكذلك عرض الحقائق والمعلومات التي تدعم الديمقراطية وتضمن مشاركة الرأي العام في الأحداث الجارية، وذلك من خلال:

- **حق الخصوصية:** إذ ينبغي على وسائل الإعلام احترام خصوصية الأفراد وحياتهم الخاصة، فلا يصح أن تسعى إلى اقتحام حياة الأفراد الخاصة والتشهير بهم أمام الرأي العام، والحق في الخصوصية هو حق كل إنسان في التعامل مع حياته الخاصة بما يراه في الاحتفاظ بأسراره التي يجب ألا يطلع عليها الآخرون (عبد الحميد، 2000).

- **حق المحاكمة العادلة:** ينبغي أن تحافظ وسائل الإعلام على حق المتهم في محاكمة عادلة أثناء نشرها للجريمة والتحقيق فيها إعلامياً ، فالغطية الإعلامية غير الرشيدة قد تتسبب في حرمان المتهم من محاكمة عادلة ، كما تشكل الرأي العام ضد المتهم قبل صدور حكم القضاء ، ولا سيما في جرائم القتل والاعتصاب والفساد ، وكثيراً ما تصدر أحكام القضاء التي تبرئ المتهم بعد إدانة وسائل الإعلام وتعبئة الرأي العام ضده، كما ينبغي عدم نشر أسماء المجرمين وخاصة الأحداث حيث أكد علماء النفس والعاملين في المجال الاجتماعي، أن حذف اسم الطفل من الخبر المنشور يقلل من احتمال عودته للإجرام ، فهذه الفئة لم تبلغ بعد مرحلة النضج الكامل مما يجعلها عرضة للتأثير عليها وغوايتها من قبل غيرهم، كما أن بعض العوامل الاجتماعية كالتفكك الأسري قد تدفع الحدث إلى الانحراف بسبب ضعف مقاومته للتغلب عليها (عبدالغفار، 2013).

- **الموضوعية:** يعد مفهوم الموضوعية أكثر المفاهيم الجدلية التي تثيرها نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، حيث يرى بعض الباحثين أن الموضوعية الكاملة مفهوم غير موجود في الواقع لأنه يستحيل تقديم معالجة إعلامية للأحداث دون تفسير، لكن الواقع يفرض الحديث عما يمكن تسميته بالموضوعية النسبية التي يمكن تحقيقها بوسائل مختلفة، ويتكون

مفهوم الموضوعية من ستة عناصر أساسية، تشمل تقديم الحقائق وتوضيح مصادر المعلومات، والفصل بين الخبر والرأي والحياد، والتوازن في عرض وجهات النظر (حسنين، 2018).

تأسيساً لما سبق؛ تعتبر نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام هي فكرة تتعلق بالتزام ومسؤولية وسائل الإعلام في المجتمع، وتشير هذه النظرية إلى أن وسائل الإعلام تلعب دوراً مهماً في نقل المعلومات والأخبار إلى الجمهور، ولذلك يجب أن تكون لديها مسؤولية تجاه المجتمع والمجتمعات التي تخدمها.

إذ تتضمن نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام مجموعة من المبادئ والقيم التي يجب على وسائل الإعلام اتباعها، مثل تقديم المعلومات بشكل دقيق وموضوعي، واحترام الخصوصية والحرية الشخصية، وتجنب إثارة الفتنة والتحريض على العنف والكراهية، وترتبط المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام بالمسؤولية اتجاه المجتمع، من خلال الحفاظ عليه والترقي به والمساهمة في التنشئة الاجتماعية لأفراده والحفاظ على أمنه وعلى الأخلاق في المجتمع وغيرها من الالتزامات اتجاه المجتمع، والملاحظ أن هذه الالتزامات اتجاه المجتمع كمسؤولية تتحقق بناء على احترام أخلاقيات المهنة والمرتبطة أيضاً سابقتها من القيم والمعايير المهنية. (Albertazzi,2010)

وعليه؛ يمكن النظر إلى المسؤولية الاجتماعية من خلال أبعادها والتي تكاد تنفق إلى حد ما حول ذلك، وهذه الأبعاد هي بمثابة مقترحات لبحث وفهم المسؤولية الاجتماعية للإعلام، ويتجسد ذلك في مدخلات ومخرجات العملية الإعلامية، وأن هذه الأبعاد كمستويات للمسؤولية الاجتماعية، حيث تتركز في ثلاثة مستويات " فالمستوى الأول هو الوظائف التي يمكن أن تؤديها الصحافة كالوظيفة السياسية...، والوظيفة التعليمية...، والمستوى الثاني يتمثل بالمعايير أي القانون الاخلاقي للصحافة

والتي يلخصها أجي وأولت وإميري بأنها خمسة دوائر متداخلة، فالدائرة الأولى تمثل المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد، والدائرة الثانية تمثل معايير الوسيلة الإعلامية وموثيقها الداخلية، والدائرة الثالثة هي معايير توضع من قبل الهيئات الصحفية المستقلة، والدائرة الرابعة تمثل الفلسفات الإعلامية الأساسية وقوانين الحكومات في نظريات الإعلام الأربعة، والدائرة الخامسة تمثل الحدود المسموح بها من قبل الأفراد لكل معايير النشاط الإنساني...، والمستوى الثالث هو القيم المهنية، وهي تشمل معايير جمع الأخبار، كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول". (علي، 2015)

تأسيساً لما سبق؛ يبرز دور نظرية المسؤولية الاجتماعية في مواجهة والحد من التضليل الإعلامي الأردني في هذه الدراسة، ويمكن الاستفادة من النظرية المسؤولية الاجتماعية في الدراسة الحالية من خلال المسؤولية الإعلامية والمهنية التي تقع على عاتق الإعلاميين في مواجهة التضليل الإعلامي وامتلاك الوعي والمهارات لكشفه ومواجهته ثم توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة للجمهور.

لقد قدمت نظرية المسؤولية الاجتماعية الكثير من الإيجابيات للصحافة والإعلام من أهمها إنشاء مجالس للصحافة تهدف المحافظة على حرية الصحافة ضمن أرفع المعايير المهنية، بما في ذلك بحث شكاوى الجمهور، ومن ذلك أيضاً تحفيز الصحفيين على التنظيم الذاتي للمهنة بإصدار الموثيق الأخلاقية والمهنية (جرادات وأبو الحمام، 2013).

تفرض المسؤولية الإعلامية على القائمين بالتواصل ضرورة وضع معايير مهنية كالأمانة والموضوعية والدقة والتوازن، وتجبرهم على الإلتزام بمعايير العمل الإعلامي، وأن يكونوا مسؤولين أمام المؤسسة الإعلامية والمجتمع.

ويعتبر ضبط التواصل في مؤسسة إعلامية هو عنصر نشط في إنتاج المعلومات ومبدع المواد الإعلامية، لكنه يعمل وفقاً لمنطق الخضوع للسياسة الإعلامية للمؤسسة التي ينتمي إليها، هناك أيضاً اعتبارات مهنية تؤثر على القرارات الإدارية من حيث الإدارة التنظيمية والتحريرية؛ هذه القضايا هي الوقت المناسب لمبدعي الوسائط السمعية والبصرية، والتوقيت لمبدعي الوسائط المكتوبة والسمعية والمرئية، لم تعد محددات إدارة القيمة الإعلامية تعتمد فقط على السلطة السياسية، بل على عوامل أخرى تمثلها ظاهرة 'الإنتاج الإعلامي' والتأثير المتزايد للمنطق الاقتصادي من خلال الملكية الخاصة، حيث تحولت الحرية السياسية وحقوق المواطنين على وسائل الإعلام إلى حرية اقتصادية للممولين. قوة المال فعالة للغاية لأن الإدارة المالية تضع دائماً وسائل الإعلام في وضع داعم وقيمة الممولين في وضع قيمتها (القاسمي وآخرون، 2021).

توظيف النظرية في الدراسة:

- بما ان النظرية ترى ان وسائل الاعلام هي المسؤولة عن حق الجمهور في الحصول على معلومات حول الأحداث التي تهم المصلحة العامة وتثقيف الجمهور، وأن القائمين بالاتصال الذين يستخدمون منصبهم المهني كممثلين للجمهور لأغراض شخصية أو لدوافع أخرى غير مناسبة لمهنتهم، ليسوا مسؤولين عن الحق في التعرف على الأحداث المتعلقة بالمصلحة العامة التي يمنحها لهم الجمهور وتثقيف الجمهور، فان الدراسة الحالية وظفت بعض الافكار لهذه النظرية في الادب النظري وفي اداة الدراسة - الاستبانة - التي صيغت بمرحلتين الاولى دراسة استكشافية اولية للواقع وثانيهما ربط مبادئ النظرية بفقرات الداة .
- قيم الناس واهتماماتهم وعلاقاتهم وأدوارهم الاجتماعية هي عوامل مهمة تسمح لهم باختيار أسلوب اتصال مناسب فيما يسمعونه ويرونه ويقروونه، مع مراعاة هذه الاهتمامات والعلاقات والأدوار.

في بعض الحالات، قد يقوم القائمون على التواصل بتقييم الموضوعات الإعلامية في ضوء التأثير الاجتماعي الناجم عن نشرها أو عرضها، أو تجاهل بعض الموضوعات أو تضمين البعض الآخر في الصفحات الداخلية. هذا لحماية القيم الأساسية للمجتمع وتجنب كل ما يهدد هذه القيم. فقد لاحظت الباحثة من خلال مقارنة النظرية مع الواقع ان هذا الأسلوب يختلف من محرر إلى محرر ويتأثر بالمؤسسات، خاصة وأن الموضوعات الإعلامية ليست مجرد إعادة كتابة للحقائق والآراء بالكلمات، فإن واقع الموضوعات الإعلامية يقوم على قيم وهيكل أيديولوجية التواصل والدول التي تؤثر على التواصل لإعادة تشكيل هذه الحقائق والآراء من خلال الأنظمة الاجتماعية والسياسية السائدة (الزويني، 2022).

- من خلال التجربة ومعايشة الواقع في غرف الاخبار في وسائل الاعلام الاردنية الملاحظ ان القائمين بالإتصال سيعون إلى تحقيق أمرين، هما: المحافظة على قيم المجتمع وتقاليدته: إذ يعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام، من القوى الأساسية التي تؤثر في القائمين بالإتصال، فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ، يسعى لإقرارها ويعمل على قبول الجمهور لها، كما يعمل على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع؛ بغية تدعيم بنائه الثقافي والاجتماعي، وهذا ما تقول به النظارية. ثم ان تحقيق الاتفاق على الأساسيات: حيث تعمل وسائل الإعلام على تحقيق هذا الهدف باختيارها للأخبار وإغفالها لبعض الموضوعات. لذلك فان عمل المؤسسات الإعلامية عامة، والاردنية خاصة، لا تستطيع إلا ان تتسجم فيه مع قيم المجتمع ومتطلباته، يمكن أن يكون عاملاً مؤثراً على الإدارة من ناحية التخطيط واتخاذ القرارات.

بناء على ما تقدم؛ يمكن اعتبار مبدأ المسؤولية المجتمعية بأنه جزء من نظرية المسؤولية الاجتماعية، وترتكز على فكرة أن المؤسسات الإعلامية تحمل مسؤولية تجاه المجتمعات التي تعمل

فيها، والسعي للعمل على تحسين والمساهمة في تطوير المحتوى الإعلامي بطرق إيجابية. ومن ضمن هذه المسؤوليات، الالتزام بالمعايير الأخلاقية والصحفية، والعمل على توفير المعلومات الدقيقة والموضوعية، وتوفير المعلومات الهامة للجمهور والمجتمع، والعمل على تعزيز الحرية الصحافية والديمقراطية وحقوق الإنسان، وقد تم تضمين هذه المبادئ في الدراسة.

ولذلك، يمكن القول بأن المسؤولية المجتمعية تعزز نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، حيث يتعين على وسائل الإعلام أن يكونوا على دراية بالمسؤولية المجتمعية التي يحملونها، وأن يتبنوا مبادئ المسؤولية الاجتماعية في جميع جوانب عملهم، ودعم مفهوم المشاركة المجتمعية في الإعلام من خلال إظهار وجهات نظرهم وآرائهم واهتماماتهم، وتشجع وسائل الإعلام على تعزيز هذه المشاركة والتفاعل مع الجمهور.

وبالتالي، يمكن القول بأن المسؤولية المجتمعية ونظرية المسؤولية الاجتماعية مترابطان بشكل كبير في مجال الإعلام، حيث تعمل المسؤولية المجتمعية على توجيه وسائل الإعلام نحو مساهمة إيجابية في المجتمع، بينما تعمل نظرية المسؤولية الاجتماعية على توجيه وسائل الإعلام نحو الالتزام بالمعايير الأخلاقية والموضوعية والتي تخدم مصلحة المجتمع.

نظرية حارس البوابة الإعلامية

أتاحت شبكة الأنترنت آفاقاً جديدة غيرت من طبيعة حارس البوابة، وساهمت بشكل كبير في القضاء على احتكار وسائل الإعلام التقليدية، سواء التابعة للحكومات أو الممولة من أصحاب رؤوس الأموال، فالفرد لم يعد بحاجة لحارس بوابة ينوب عنه، فهو يختار بكل حرية ما يشاهده وما يتابعه، وفي الوقت المحدد الذي يختاره. الأمر الذي أدى إلى بروز قوى جديدة لنقل الأخبار والمعلومات هذه القوى تعمل بالموازاة مع السلسلة التي تمر بها هذه المعلومة، ضمن نظرية حارس البوابة، ولكنها

تؤدي وظيفة عكسية حيث يقوم الاتجاه القديم على حجب المعلومات والأخبار وحماية الأسرار السياسية والاقتصادية، أما الاتجاه الجديد فهدف إلى نشر المعلومات المتستر عليها ولذلك لصالح الجمهور.

الخلفية التاريخية لنظرية "حارس البوابة"

تعد نظرية حارس البوابة من النظريات التي تدرس القائم بالاتصال في الوسائل الإعلامية، من حيث دوره ووظيفته وتأثيره في الرسالة الإعلامية، وظهر الاهتمام بدور القائم بالاتصال في الوسائل الإعلامية بعد أن أصبح إنتاج الرسالة الإعلامية يتم وفق سلسلة معقدة من الأدوار والوظائف التي لها علاقة وتأثير مباشر بذلك، ويشير هذا المفهوم إلى كل من يساهم في بناء وتشكيل وإنتاج الرسالة الإعلامية عبر هذه السلسلة مهما اختلفت الأدوار والمواقع.

يعود الفضل في تطوير مبادئ هذه النظرية أساساً للدراسات التي قام بها كل من وايت وجيبر White & Gieber، من خلال دراسات عديدة قاما بها، إلا أن تطوير النظرية وبروزها بالصورة المتداولة بها اليوم هو نتيجة لأبحاث عالم النفس النمساوي الأصل كيرت ليفين Kurt Lewin الذي كان له إسهامات في بحوث سلوك الجماعة تجاه قضية التعبئة حول المجهود الحربي، في حين كانت اهتماماته منصبّة على بناء استراتيجيات إقناعية تستهدف تغيير الأنظمة الغذائية لربات البيوت (أبو الحمام، 2017).

لقد كان للحرب الباردة وانهايار الإتحاد السوفياتي (1945 - 1991) دوراً كبيراً في تفعيل هذه النظرية ضمن الإعلام والاتصال تزامناً بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية عام 1945، إذ كانت بداية دخول العالم ضمن خارطة سياسية جديدة، مفادها نمذجة العالم سياسياً وإعلامياً، حيث يعتبر ليفين أن المادة الإعلانية في مسارها نحو الجمهور تمر عبر بوابات تتولى تحديد ما ينشر وما لا ينشر،

ووفق هذا الطرح فإنه كلما زادت المحطات التي تعبرها الأخبار والسياسات والرسائل الإعلامية حتى ظهورها النهائي في الوسيلة الإعلامية، كلما زاد عدد أصحاب النفوذ الذين يقومون بإدارة هذه البوابات وتحديدا ما إذا كانت الرسالة ستنتشر بالشكل الأصلي أو بإضافة تعديلات من حذف وإضافة وتغيير واستبدال الشكل والمضمون.

يُعدُّ القائم بالاتصال ضمن حدود النظرية أحد عناصر العملية الاتصالية سواء كان مديعا أو صحفيا أو أيا كان يسعى لتوجيه رسالة ما، وهذا الأمر ينسحب أيضا على حراس البوابة حيث هم الصحفيون الذين يقومون بجمع الأخبار، وهم مصادر المعلومات والأخبار ذاتهم، وهم افراد الجمهور، الذين لهم تأثير على إدراك واهتمام أفراد آخرين من الجمهور حول المواد الإعلامية.

تكمن أهمية نظرية "حارس البوابة" أو "Gatekeeping Theory" في تركزها على دور المحررين في تصفية وتحديد المعلومات التي يتم نشرها ووصولها إلى الجمهور. وتشير إلى أنه لدى الصحفيين والمحررين وظيفة "حارس البوابة"، حيث يقررون أي الأخبار والمعلومات يجب نشرها والتركيز عليها وأياها يجب تجاهلها أو تجاهلها جزئياً.

وفيما يلي بعض الأهمية الملحوظة لنظرية حارس البوابة: (مكرتار، 2017).

1. تحديد أجندة الأخبار: يلعب حارس البوابة دوراً رئيسياً في تحديد الأجندة الإعلامية، أي القضايا والأحداث التي يتم تسليط الضوء عليها في وسائل الإعلام. يتأثر الجمهور بما يتم اختياره وتصنيفه كأخبار هامة أو غير هامة.

2. تأثير على الرأي العام: قرارات حارس البوابة تؤثر على الرأي العام وتشكل الاتجاهات والاعتقادات للجمهور. عندما يتم تمرير أو تجاهل قضايا معينة، يمكن أن يحدث تأثير كبير على الرأي العام والتفكير العام.

3. تصفية المعلومات: تقوم حارس البوابة بتصفية وتحديد المعلومات المتاحة للجمهور. هذا

يساعد في توفير ترتيب معقول وهيكل للأخبار والمعلومات، مما يساعد الجمهور على تحديد ما يعتبر موثوقاً ومهماً.

4. التصحيح والتوجيه: يتحمل حارس البوابة مسؤولية توجيه الجمهور نحو القضايا والأحداث

التي يرونها ذات أهمية. قد يساعدون في رفع الوعي بقضايا مهمة وتصحيح المعلومات غير الدقيقة أو الخاطئة.

باختصار، فإن نظرية حارس البوابة تسلط الضوء على دور الصحفيين والمحررين في تحديد

وتصفية المعلومات وتشكيل الأجندة الإعلامية، وبالتالي تؤثر في توجيه وتشكيل الرأي العام.

فرضيات نظرية حارس البوابة

تنساب المعلومات والأخبار ضمن سلسلة مترابطة يقع ضمن حلقاتها أفرادها أفراد لهم القدرة

الرسالة أو القيام بإضفاء تعديلات عليها يعتبر الأفراد المسؤولون على اتخاذ القرارات شأن مرور

الرسالة بمثابة حراس لنظم أخرى سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية، وفي الغالب هم جزء من

النسق العام لهذه النظم، سواء ارادياً يدافع الانتماء أو اكراها يفعل ضغوطات مختلف السلطات العليا

ضمن المؤسسة الإعلامية ذاتها أو من خارجها، ويعد تحكم حراس البوابات في المعلومات النهائية

التي ستصل إلى الجمهور يجعل منهم المسؤولين الأولين على تحديد وترتيب أهم القضايا من وجهة

نظرهم، وبالتالي التحكم في رؤيتنا للواقع.

إذ ازدهرت هذه النظرية ضمن نطاق الأنظمة السلطوية التي سادت فترات طويلة من القرن

العشرين، حيث سيطرت الأنظمة على الإعلام والمجتمع وتحكمت في تقرير النافع والضار له نيابة

عنه بحجة الوطنية والقومية، وتشير الدراسات إلى أن أكثر من ثلثي العالم خلال السبعينيات من القرن العشرين كانت منتمية إلى الأنظمة السلطوية (ملياني، 2017).

ويعتبر تراجع حراس البوابات الذي تشهده المؤسسات الإعلامية والأنظمة السياسية العالمية والعربية في العصر الحديث، هو تكرار للمشهد الذي ساد العالم في تسعينيات القرن الماضي، ولعل آثار هذا التراجع قد تحملته الدول العربية أولاً آنذاك كما حصل مع إيطاليا واليابان، فمع بداية انتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطور شبكة الأنترنت التي وصلت معدلات استخدامها خاصة في الدول النامية خلال السنوات الأخيرة، ظهر ما يسمى بالنشطاء والحقوقيون ضمن الوسائط الإعلامية الجديدة، وحققوا التفافاً حولها أكبر من المشاركة السياسية الواقعية ضمن الأحزاب والمؤسسات الرسمية (مكرتار، 2017).

وضمن هذا المقترّب بدأت الأصوات المنادية بتنظيم الوسائل الإعلامية البديلة ومنع سياسة الحجب وضرورة ديمقراطية الاتصال. هذه العوامل كانت تشكل تهديداً أساسياً لنظرية حارس البوابة الإعلامية، وهذا ما دفع بالكثير من الباحثين في إعادة القراءة لمفرداتها بما يتلاءم مع طبيعة المرحلة الجديدة، وليس القصد هنا إلغاء مهام حراس البوابة بل لأن مختلف وسائط الإعلام الجديد قد عدت من مصادر تدفق المعلومات، ما زاد من درجة وعي الأفراد بالحق في الاتصال والمطالبة به، رغم أن كل المجتمعات والأنظمة تحتوي على مجموعة من الحقائق التي لا يريدونها أن تظهر، والتي بسببها يشكلون حولها ما يسمى بالستار المعلوماتي، إلا أنه في حقبة الإنترنت والإعلام الجديد قد تم استحداث أنظمة جديدة مهمتها اختراق هذا الستار والحاجز من أجل الحصول على المعلومة ونشرها على نطاق واسع بين المستخدمين، ما قلص من تأثير الحجب الممارس من قبل حراس البوابة ضمن القنوات الرسمية (الحنفاوي، 2022)

حارس البوابة الإلكترونية

ارتبط مفهوم حارس البوابة بمهنة الصحافة منذ بدايتها وتطورها، لكنه قفز إلى الواجهة في أوروبا في منتصف الثلاثينات من القرن العشرين، حيث ظهرت دراسات عديدة حاولت أن تقدم مفهوماً واضحاً لحارس البوابة في وسائل الإعلام التقليدية وطبيعة الدور الذي يقوم به داخل السلسلة الإعلامية.

ويقصد بحارس البوابة مقص الرقيب والخطوات التي تمر بها الرسالة الإعلامية ويتم تغييرها حسب المحطات، فهناك رئيس التحرير وهناك السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية وهناك مصادر الأخبار وجميعها تساهم في تشكيل الرسالة الإعلامية وتغييرها بالشكل الذي يلائمها. (حجاب، 2016)

أهم فروقات سمات حراس البوابة في البيئتين الإعلاميتين التقليدية والإلكترونية:

لم يصبح من الضروري تواجد عدد كبير من الإعلاميين كحراس بوابة يسهمون في إنتاج عمل إعلامي معين أو أن تمر المادة الإعلامية على عدة بوابات قبل أن تصل إلى الجمهور، وليس بالضرورة كذلك أن تتم مراحل عملية حراس البوابة في شكل خطي أو أن يبتدئ فتح البوابات من قبل الإعلامي. حيث أصبح من الممكن تبادل المواقع بين أطراف عملية حراس البوابة (مرسل - مستقبل) وأصبح بمقدور كل طرف فيها القيام بالدور الأول للعملية أو أن يمتلك مفتاح البوابة. (بخيث، 2012)

ففي وسائل الإعلام الجماهيري تتحرك الرسالة الإعلامية ضمن سلسلة تتراوح بين القصر والطول، فقد تبدأ من أبسط مكوناته المصدر الصحفي - المحرر الجمهور، لتصل إلى أطول من ذلك إذ أخذنا بعين الاعتبار الإعداد والإخراج والتقديم. وفي أحيان أخرى تبدأ السلسلة من وكالات الأنباء إلى تأثير الفنيين بما يضيفونه من مؤثرات مرئية وصوتية على الرسالة.

أما في الإعلام الجديد فيمكن أن تمر بالمراحل ذاتها في حراس البوابة ضمن الوسائل التقليدية، خاصة حين يتعلق الأمر بالمواقع الإلكترونية التي أنشئت امتداداً للمؤسسات الإعلامية الأصلية على أرض الواقع، فلا يختلف الوضع ضمن شبكة الأنترنت من ضرورة إشباع سياسات المؤسسة وخطها الافتتاحي، إلا أن الإمكانيات التي أتاحتها خدمات الأنترنت ساعدت في كسر الانتقال الخطي النمطي للرسالة عبر حراس البوابة ومرورها بمسالك خطية (اللبان، 2018).

وهناك من يؤكد على التغيير الكبير في واقع نظرية حراسة البوابة إثر ثورة تكنولوجيا الاتصال، إذ لم تعد مهمات السيطرة والرقابة على سير الرسالة الإعلامية حكراً على القائمين بالاتصال في وسائل الإعلام الجماهيرية أو التقليدية، لأن الأنترنت وتكنولوجيا الاتصال فتحت أبواباً واسعة لانتقال الرسالة مباشرة من المرسل إلى المتلقي، أي مرور الرسالة دون المرور بحراس البوابة، وهو ما نتج عنه تداعيات كبيرة (أبو الحمام، 2017).

الأشكال والصيغ الإعلامية

أثرت البيئة الإعلامية على طبيعة العمل الإعلامي وعلى الأساليب الإعلامية والتحريرية المستخدمة في العمل الإعلامي، حيث أصبح أقل رسمية ومسؤولية مع تراجع في تأثير بعض العوامل التنظيمية والروتينية والمؤسسية على منتجاتها الإعلامية، في مقابل تزايد الاختيارات الشخصية والذاتية التي توفر العديد من الخيارات أمام حراس البوابة أثناء اتخاذ قرار ما بتمرير مادة إعلامية ما سواء فيما يتعلق بطريقة نشرها أو توقيتها والإحتفاظ بها، أو توزيعها أو بثها أو إبرازها في عدة أشكال. وهو ما يجعله يعمل في بيئة تطلق ملكاته وقدراته الإعلامية ولا تقيد به قيود مثل المساحة أو التوقيت أو أمر بالطبع أو موعد توزيع ... الخ. فضلاً عن كونها بيئة تسمح له بخلط الأشكال الإعلامية التي كانت منفصلة سواء في الخبر أو الحوار أو التعليق أو الدردشة أو المنتديات، ومع

إمكانية تقديم الأشكال الإعلامية التقليدية بصورة جديدة، فالخبر يتم بمجرد حدوثه وبشكل فوري ومن موقع الحدث ووسائط إعلامية متعددة مع الكثير من التحليل والتعمق (مكيري، 2018).

فيما يتعلق بالمصدر

لا تزال إمكانية تواصل أفراد الأمن مباشرة مع مصادر الأخبار متاحة، لكن البدائل الإلكترونية هي الأكثر استخداماً، إذ تتم عملية مراقبة المعلومات والأخبار من خلال رسائل البريد الإلكتروني والشبكات والمواقع الإخبارية والمواقع الرسمية للمؤسسات الإخبارية، كما أصبح استخدام المراسلة الفورية والدرشة الحية إحدى الطرق الرئيسية لمراقبة الآراء والمواقف، والميل إلى تطوير العلاقات مع حراس البوابة والموارد من ناحية، والعلاقات العامة من ناحية أخرى واضح للعيان (الطائي، 2019).

فيما يتعلق بالجمهور

وقد اتخذ تدفق المعلومات شكلاً جديداً أصبحت فيه العلاقة تفاعلية وتشاركية، على النقيض من نموذج التداول الرأسي "من القائم بأعمال إلى المشاهد"، بما في ذلك قدرة المشاهد على اختيار المواد الهامة في الشكل الصحيح وفي الوقت المناسب، ما يزيل طبيعة الاستقبال السلبي للجمهور ويزيل وسائل الإعلام من طبيعة الغدد الصماء يزيد من هامش الاتصال والقدرة على الاستجابة لشواغل القراء وتعليقاتهم، وهذا يسمح للمؤسسات الإعلامية باستخدام التقنيات الرقمية التي تمتلكها البيئة الرقمية لقياس القراءة والرصد والتفصيل والوقت المناسب، ويوفر آلية دقيقة للتخطيط وربط المحتوى المقدم للجمهور بنجاح (Chari, 2013).

التحديات التي تواجه حراس البوابة الإعلامية الجديدة

تعتبر المضامين المنتجة من قبل مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة ذات أهمية بالغة في توجيه الرأي العام، فقد أصبحت تمثل مصدراً موازياً ومنافساً للمعلومات والأخبار، حيث لا يقتصر اعتماد

الجمهور على المصادر الرسمية فقط حيث تعتبر مقاطع الفيديو والصور والتعليقات الإخبارية، والردود والتفاعلات التي تحيط بالمقالات والمواد المنشورة التي يتم تبادلها بين المستخدمين من أهم النشاطات التي تستقطب جمهوراً أكبر، ما دفع لوصفها بالبديل للصحافة التقليدية وأنها تمثل أداة صحيحة لما يقع من أخطاء في الإعلام التقليدي منهم المهتمين بالقضايا المعالجة ومنهم بدافع الفضول إضافة إلى العدد الكبير من المدونات والبودكاست ومواقع الويكي وشبكات التواصل الاجتماعي التي تقوم على المشاركة بين الجماعة في النشر. (بن زروق، 2017)

توظيف النظرية

بناءً على ما سبق من عرض ماهية نظرية حارس بوابة الإعلامية ترى الدراسة الحالية نظرية حارس البوابة الإعلامية أحد النظريات التي تتناول دور وسائل الإعلام في تحديد وتأثير المحتوى الذي يصل إلى الجمهور. وتقرح النظرية أن الصحفيين والمحررين والمديرين الذين يعملون في وسائل الإعلام يمثلون "حراس البوابة" الذين يتحكمون في الأخبار والمعلومات التي تصل إلى الجمهور. وتعتمد النظرية على فرضية أن هذه الشخصيات في وسائل الإعلام يتحكمون في الأخبار والمعلومات التي تنشر في وسائل الإعلام، وأنهم يتخذون قرارات حول ما يتم نشره وما لا يتم نشره. وبالتالي، فإنهم يمكن أن يؤثروا على الطريقة التي يتلقى بها الجمهور الأخبار والمعلومات، وبالتالي يمكن أن يؤثروا على الرأي العام والقرارات السياسية والاجتماعية.

وتشير النظرية أيضاً إلى أن الحراس البوابة في وسائل الإعلام يمكن أن يتأثروا بمجموعة من العوامل المختلفة، مثل الضغوط السياسية والاقتصادية والثقافية، وهذا يمكن أن يؤثر على الطريقة التي يتم فيها تحرير ونشر الأخبار والمعلومات.

وترتبط الدراسة الحالية نظرية حراس البوابة الإعلامية ودورها في الحد من التضليل الإعلامي، من خلال تولي الصحفيين والمحررين والخبراء الذين يعملون في وسائل الإعلام المسؤولية في التأكد من صحة ودقة المعلومات التي يتم نشرها في وسائل الإعلام الأخرى. وبالتالي، يمكن أن يساهم حراس البوابة الإعلامية في الحد من التضليل الإعلامي من خلال حماية الجمهور من التضليل الإعلامي، وتبني ممارسات مهنية تهدف إلى تحقيق الدقة والموضوعية في التغطية الإعلامية، ومن بين هذه الممارسات:

التحقق من المصادر: يجب على الصحفيين التحقق من صحة المعلومات التي يتم تناولها في الخبر من خلال الاعتماد على مصادر موثوقة ومعتمدة.

تجنب الإثارة المفرطة: يجب على الصحفيين تجنب الإثارة المفرطة في التغطية الإعلامية، والتركيز على الحقائق والأدلة القوية.

الحفاظ على الموضوعية: يجب على الصحفيين الحفاظ على الموضوعية في التغطية الإعلامية، وتجنب التحيز والتعصب.

تقديم السياق: يجب على الصحفيين تقديم السياق اللازم للأحداث والقضايا المعالجة في التغطية الإعلامية، وذلك لتوضيح الصورة بشكل أكبر وتفسير الحدث بطريقة صحيحة.

العمل على تحليل المعلومات: يجب على الصحفيين العمل على تحليل المعلومات وتفسيرها بشكل سليم وعميق، وذلك لتوضيح الأبعاد المختلفة للقضية.

بشكل عام، يمكن لحراس البوابة الإعلامية أن يساهموا في الحد من التضليل الإعلامي من خلال التزامهم بالمعايير والأخلاق الصحفية، وضمان صدقية ودقة التغطية الإعلامية. كما يمكن لهم أيضًا

القيام بالتحقق من الأخبار الكاذبة والمغلوبة ونشر المعلومات الصحيحة عن طريق التعاون مع منظمات الفحص الصحفي والمنابر الإعلامية الأخرى.

التضليل الإعلامي

يعد مصطلح التضليل الإعلامي حديثاً نسبياً إلا أنه من حيث الممارسة الإعلامية فهو قديم قدم الإعلام، ويشار إلى التضليل الإعلامي الإيقاع بالخطأ من خلال استعمال معلومات كاذبة وهناك من يشير إلى أنه تسريب مقصود للمعلومات المضللة والغرض منه تخليط الرأي العام وعدم تنويره بالقدر الكافي. (مدفوني، 2018)

ويدور معنى التضليل حول الخفاء والغياب والضياع والهلاك والفقد والنتية والنسيان، ويقصد به في اللغة الإعلامية الحديثة نمط من الخداع والتمويه وغيره. (جمال الدين ومحمد، 2020)

والتضليل الإعلامي يعني استخدام وسائل الإعلام لإيصال رسالة من المحتمل ان تخدع الرأي العامة أو تؤثر عليه. (Larousse, 2021)

لا يوجد تعريف محدد وشامل للتضليل الإعلامي إذ يختلف تعريف التضليل وفقاً للأسلوب والتقنية المستخدمة لكنه موجود بقصد أو بغير قصد وفي كثير من الأحيان يصعب التمييز بين التضليل والإعلام الحقيقي بسبب دقة التقنيات المستعملة في ممارسة التضليل في الإعلام مع التقدم في مختلف مجالات الاتصال والإعلام والتقنيات الرقمية (Zuela, Halprn, & Miranda, 2019)

وهناك مصطلحات عدة تأتي كمرادفات لمصطلح التضليل الإعلامي وتشمل الأخبار الكاذبة والمعلومات الكاذبة والمعلومات المضللة والتصورات الخاطئة والأشكال الكبيرة ليس فقط في المعلومات أو الأخبار المضللة (التضليل الإعلامي) إنما الخطر الأكبر في إعادة نشرها وتداولها وتتم عملية

تبادل المعلومات المضللة بطريقتين عن طريق الخداع أي القيام بحملات التضليل أو عن طريق التحيز في الإدراك إذ ينشرها البعض لأنها مثيرة للاهتمام أو جديرة بالملاحظة أو لأنها تعزز مكانتهم.

ومن التعريفات السابقة يمكن استخلاص التعريف التالي:

هو الإعلام الذي يحاول تشكيل وعي خاطئ لدى الجمهور ولكنه داخل اطر الحقائق بحيث يخدم مصالح الأشخاص أو الوسائل الإعلامية التي تحاول نشر مثل هذا التضليل ومحاولة توجيه الرأي العام باتجاه خاطئ.

أساليب التضليل الإعلامي

تبرز الأساليب المستخدمة للتضليل الإعلامي؛ كإدخال شخص محدد أو مجموعة من الأشخاص والاحزاب في متاهة والتلاعب والتحكم في المعلومات التي تخص هؤلاء الشخصيات وتكوين رأي عام خاطئ عنهم، كحملة التشويه التي استهدفت المرشحة الانتخابية لرئاسة امريكا هيلار كلينتون أثناء حملتها الانتخابية حيث تم نشر رسائل سرية لها (Mareekh, 2018).

وأيضاً من أبرز الأمثلة التي يمكن طرحها في هذا الصدد هو انتشار أخبار في بداية الالفين مفادها أن العراق برئاسة صدام حسين يمتلك أسلحة نووية تهدد أمن العالم ، مما مهد لحملة عسكرية واسعة النطاق الأمر الذي أدى إلى احتلال العراق و غزوه من الولايات المتحدة برئاسة بوش، وتم إسقاط النظام وإعدام الرئيس صدام إلا أنه تبين لاحقاً بعد البحث المكثف في 1200 خبير ومحقق أن هذه الأخبار كانت مزيفة ،و لم يعثر المفتشون على أي من تلك الأسلحة التي تم اتخاذها ذريعة لشن الحرب، ولا يقتصر التضليل الإعلامي على الأخبار أو البرامج التي تقدمها القنوات لتشويه صورة حزب سياسي أو معارض للأنظمة، بل تعدى الأمر أكثر من ذلك فهو يصل إلى السينما

أيضاً من خلال تقديم محتوى سينمائي لتحريض على عرق أو لون أو دين وتأليب الرأي العام عليه وتشكيل قوة رافضة لوجوده أو تواجده في المجتمعات التي تقوم بهذه الأفعال (زين، 2017).

تدرج أساليب التضليل في عنوانين مركزيين: (الحسون، 2018)

1. أسلوب الكتم أو التكتم والحجب والتعمية على المعلومات:

أ- التجاهل التام وعدم التطرق لأحداث ميدانية أو سياسية أو اقتصادية مهمة ومفصلية بصورة نهائية والتعامل كأنها غير موجودة أصلاً.

ب- قطع أي امكانية لنشر معلومات أو لحرية عمل وحركة المراسلين الصحفيين.

ج- عدم توفير أي فرصة لتصوير حدث معين ومنع الصحفيين من الاقتراب من الحدث

د- السيطرة على الأجهزة والوسائل الإعلامية.

هـ- منع نشر معلومات تحت طائلة المسؤولية القضائية تحت ذريعة الأمن القومي (مثال: السعودية

اصدرت قرارات تجرم الاطلاع على وثائق ويكيليكس).

و- منع الشهود العيان من التصريح للصحافة.

2. أسلوب التسريب والنشر والبوح بالمعلومات:

ويقوم هذا الأسلوب على نشر وبث معلومات قد تكون صحيحة للوصول إلى الأهداف، ونذكر

من نماذجه:

أ. التشهير والفضح وتلطيخ السمعة للخصوم (زعماء، سياسيين، إعلاميين، الخ).

ب. . الدعاية الإعلامية والحرب النفسية لإضعاف الروح المعنوية لدى جمهور الخصم وخفض

الثقة بالقيادة والمنظومة العاملة واطهار الضعف في رؤيتها وتحليلها للأحداث وتحقيق

النصر .

- ج. إثارة الخلافات وافتعال الأزمات وشق الصفوف لدى جمهور وساحة الخصم.
- د. الفضح المتبادل للخصوم السياسيين والأطراف المختلفة لأحداث الشرخ المتبادل.
- هـ. بث وتكرار الإشاعات والمعلومات المغلوطة والملغومة والكاذبة.
- و. اغراق الجمهور بمعلومات لا تهمه، ولا يحتاج إليها، ويطلق على هذا الأمر رمي النفايات المعلوماتية، وكذا الاغراق بكمية ضخمة من المعلومات يصعب هضمها واستيعابها والربط بينها. تؤدي بالمتلقي للمعلومات إلى الشعور بالعجز والسلبية وصرف النظر.
- ز. التسريب السري الذي يعتمد على شبكات ومصادر أمنية تتولى نشر المعلومات المسربة بالاستفادة من مختلف الطرق كالأفراد أصحاب النفوذ والشخصيات والمقربين منهم، والسفراء والدبلوماسيين، ويشترط فيها بقاء الأهداف والجهات المسربة، والسرية لعدم لفت نظر الطرف المتلقي إلى أهداف الجهة المسربة للمعلومات.
- ح. التسريب العلني من خلال الوسائل العلنية والإعلامية والصحف ومواقع التواصل على شبكات الانترنت، ولا فرق في التسريب العلني بين معرفة أو عدم معرفة المتلقي بانها معلومات مسربة أو انها دعايات أو إشاعات، المهم هو مفعول التسريب.

أنواع التضليل الإعلامي

- هناك عدة أنواع للتضليل يمكن تلخيص أبرزها كالاتي: (الربيعي، 2017)
1. التضليل بالانتقائية المتحيزة التي تنتقي بعض الكلمات والحقائق والاقتراسات والمصادر وتتجاهل الأخرى وتقوم بتركيز على حقيقة واغفال الحقيقة الأخرى المرتبطة بها.
 2. التضليل بالتلاعب بالمعلومات وترتيب الحقائق بحيث تعطي معاني وانطباعات معينة ويتم تفسيرها بشكل معين يخالف الواقع.

3. التضليل بإهمال خلفية الاحداث مما يجعلها ناقصة ومشوهة ولا يستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها.
4. التضليل بالمزج والغلط وعدم التمييز بين الأخبار من ناحية الرأي والتحليل والتعليق من ناحية اخرى فلا يعرف المتلقي هل هذا جزء من الخبر أو رأي الصحفي ووجهت نظره.
5. التضليل بالمعلومات التي ليس لها علاقة بالحدث على حساب الحقائق المهمة.
6. التضليل باستخدام مفردات معينة تؤدي الي اصدار احكام بالإدانة على المواقف والاشخاص والجماعات والدول.
7. التضليل بالإيهام والتدليس في المصادر والمعلومات وعرض معلومات مضللة بكلمات غير واضحة المصادر هي معلومات واخبار غير صحيحة.
8. التضليل بادعاء التوازن الشكلي بين رأيين فقط واختيارين لا غير مع تعمد اهمال وجهات النظر الاخرى وتغيب الكثير من الاحتمالات والآراء والحلول.
9. التضليل باختيار قضايا ومشكلات زائفة وابتعاد عن قضايا اخرى تهم الجمهور وتساهم في تشكيل الوعي الصحي.
10. التضليل بإغراق الجمهور بمعلومات لا تهمة ولا يحتاج إليها.
11. التضليل بإغراق بكم كبير جدا من المعلومات لا يستطيع المتلقي الربط بينها أو تفسيرها
12. التضليل بلفت الانظار عن قضية معنيه بتسليط الاضواء بقضية أخرى وحصر التفكير فيها وتشتيت الانتباه عن القضية الرئيسية.
13. التضليل بالتعتيم والتغيب والحذف والتجاهل سواءً كان ذلك لقضية أو حدث أو مشكله مما يجعلها خارج وعي الجمهور.
14. التضليل بالتضخيم والتهويل لقضية أو حدث أو مشكله يترك انطباعاً زائفاً بحجمها لدى الجمهور.

15. التضليل بالتهوين وتقليل قيمة الموضوع رغم أهميته للجمهور وعلاقته بمصالحهم واهتماماتهم.
16. التضليل بالتفكيك والتجزئة وحصر النقاش في جزئيات بعينها وقطعها عن الإطار العام وسياقها الطبيعي وصورتها الكاملة.
17. التضليل بقلب الصورة حتى يصل الأمر أحياناً إلى تصوير المجرم بأنه ضحية والضحية هو المجرم المعتدي.
18. التضليل بالمصطلحات المصنوعة المنحوتة التي تبني وترسخ مفهوماً معيناً يتوافق مع مصالح المصطلح صانع المصطلح الذي قام باستحدثه والترويج له لتغيب الحقائق وتزييف الوعي.
19. التضليل باستخدام مصطلحات قد تكون صحيحة قد تكون صحيحة ومقبولة ومنتق عليها في أصلها ولكنها تستخدم تعمداً وتضليلاً في سياق خاطئ لا يرتبط بها.
20. التضليل بالإحصائيات واستطلاعات الرأي غير الحقيقة إما أنها لم تحدث أصلاً أو أنها كانت حافلة بالأخطاء الإجرائية التي تؤدي إلى خطأ النتائج.
21. التضليل بالقراءة المخادعة للإحصائيات واستطلاعات الرأي الصحيحة لكن يتم التلاعب بطريقة عرضها وتفسيرها سواء بالكلمات أو بالرسوم البيانية.
22. التضليل بالصورة إما في طريقة التقاطها أو تغيير مضمونها والتحكم في الألوان أو إضافة صور أشخاص أو أشياء أو حذفها أو يتم الإدعاء بأن هذه الصور تمثل الواقع بينما هي مصنعة لتعطي انطباعاً معيناً.
23. التضليل باختيار صورة حقيقية لشخص أو حدث إلا أنها التقطت من زاوية معينة أو في لحظة معينة لإعطاء رسالة مضللة حول الشخص أو الموقف أو الحدث.
24. التضليل بالكاريكاتير السياسي والاجتماعي الذي يتعامل معه الناس باعتباره طرفة وتسلية بينما هو رأي وموقف ورسالة مؤثرة تجمع بين خصائص الكلمة وخصائص الصورة.

25. التضليل باختيار أضعف وأسوأ شخصية ممكنة لتمثيل قضية ما في حوار أو حديث الامي لكي

يتم اسقاط القضية وتشويهها عبر هذه الشخصية المهزوزة السيئة أو الضعيفة.

تقنيات التضليل

تقنيات التضليل هي استراتيجيات وأساليب تستخدمها بعض وسائل الإعلام أو الجهات المعنية لتوجيه

الجمهور نحو وجهة نظر معينة أو لتشويه الحقائق، وتندرج تقنيات التضليل في عنوانين مركزيين:

(بونقاب، 2020)

1. التلاعب بالمعلومات:

وهو يقوم على اجراء أو ادخال تحويرات وتغييرات على الأخبار والمعلومات عن طريق التلاعب

بمحتوى الأخبار والنصوص وتزوير المعاني والمقاصد، ومن نماذجها:

أ- التلاعب من خلال إعادة ترتيب وتنظيم وإبراز الحقائق والمعلومات.

ب- إهمال خلفية الأحداث أو وصفها وسردها بصورة مختلفة.

ج- المزج والخلط بين المعلومات الصحيحة وغير الصحيحة.

د- استخدام الألفاظ والمصطلحات والأوصاف الخاصة.

هـ- الإيهام والتدليس بالمعلومات واستطلاعات الرأي.

و- التهوين والتقليل من شأن وقيمة بعض المعلومات.

ز- الانتقائية والتحيز في اختيار المعلومات.

ح- قلب الحقائق وقلب الصورة.

ط- تحريف المعلومات وتزوير معانيها.

ي- نشر معلومات ليس لها علاقة بالحدث لصرف الانتباه والأنظار.

ك- تمييع القضايا والمواضيع.

2. التلاعب بالصور :

يقوم على خداع الحواس والبصر وتقديم الصورة كدليل على صدقية الخبر المنشور. ومن أشكاله:

أ . التضليل بالصورة، إما في طريقة التقاطها، أو تغيير مضمونها، والتحكم في الألوان، أو إضافة صور أشخاص أو أشياء أو حذفها، أو يتم الادعاء بأن هذه الصور تمثل الواقع بينما هي مصنعة لتعطي انطباعاً معيناً.

ب . التضليل باختيار صورة حقيقية لشخص أو حدث إلا أنها التقطت من زاوية معينة، أو في لحظة معينة، لإعطاء رسالة مضللة حول الشخص أو الموقف أو الحدث.

ج . مونتاج الصور وإعادة تركيبها بما يخدم هدف الجهة المضللة. وهناك نماذج حصلت في الملفين السوري واليمني تكشف عن هذه التقنية.

مخرجات ونواتج التضليل

يؤدي الأخذ بمعطيات التضليل سواء كانت خبراً أو صورة فوتوغرافية أو فيلماً مصوراً أو معلومة أو إشاعة أو حركة ميدانية إلى وقوع المضلل بفخ التضليل والتصرف كما يريد القائم بالتضليل ونيابة عنه، مصداقاً لقوله تعالى: ﴿... أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ﴾

[الحجرات: ٦]، ويحصل ذلك وفق المخرجات الآتية (سليم، 2021):

1. الأخذ بمعلومات غير صحيحة أو خاطئة يؤدي إلى خلل في التفكير وفساد للحكم.
2. تؤدي لإفشال أهدافنا بأيدينا عن طريق كشف العدو لظرفنا ومصادرنا ونوايانا.
3. زعزعة وخلخلة الثقة بالمباني الفكرية والسياسية والثقافية والأمنية التي نعتمدها.
4. الشك أو الاشتباه أو الاتهام لشخص أو مجموعة أو جهة بملفات أمنية أو سياسية.
5. الخلل في الحسابات السياسية والأمنية والعسكرية والتلاعب بمخططاتنا.

6. التأثير بالحرب النفسية احباطاً أو شللاً في التفكير نتيجة التزود بمعلومات مضللة.
7. حمل تصورات خاطئة ومفاهيم مغلوبة عن قضايا حساسة أو مؤثرة بالمنطقة.
8. التصرف وفقاً لبرامج العدو أو الطرف المضلل والنيابة عنه في تنفيذ أهدافه
9. غياب الرؤية وتشويش المنظورات بالمستوى الإستراتيجي في بعض القضايا.
10. تشتيت الجهود والطاقات والموارد صوب اهداف خاطئة نتيجة التضليل.
11. اضعاف الروح المعنوية لدى الجمهور وخفض الثقة بالقيادة والمنظومة العاملة.
12. تنتقل الروح المعنوية المضللة للآخرين بفعل العدوى وتناقل الأخبار والإشاعة.
13. الفشل في اصدار احكام بناء على أخبار كاذبة ومضللة يؤدي إلى ضعف الثقة بالجهة عامة والشخصية المضللة خاصة.
14. يؤدي التضليل إلى ضرب مكامن الصدق ومنابع الرؤية وتشويش المزاج.
15. يؤدي التضليل الدائم إلى اضعاف الاستجابة والتلبية لدى الكثير من الجمهور.

المسؤولية المهنية للحد من التضليل الإعلامي

- تتمثل مسؤولية وسائل الإعلام في تقديم المعلومات بشكل دقيق وموثوق ومن مصادر موثوقة، وتجنب نشر المعلومات المضللة أو الكاذبة. ولتحقيق هذه المسؤولية، يجب على وسائل الإعلام تبني ممارسات إعلامية أخلاقية ومهنية تشمل: (Benkelman & Mantas, 2020؛ الشميمري، 2021)
- 1- التحقق من المعلومات: يجب على وسائل الإعلام التحقق من صحة المعلومات ومصادرها قبل نشرها، وتجنب الانتقال إلى النشر في حال عدم التأكد من صحة المعلومات.
 - 2- التنويه بالمصادر: يجب على وسائل الإعلام توضيح المصادر التي تم الحصول عليها منها المعلومات، لضمان الشفافية والمصادقية.

3- تقديم المعلومات بشكل متوازن: يجب على وسائل الإعلام تقديم المعلومات بشكل متوازن

وبدون تحيز، وتجنب التركيز على جانب واحد من القضية على حساب الآخر.

4- تجنب الإثارة: يجب تجنب وسائل الإعلام إثارة الرعب والهلع في المجتمع من خلال نشر

المعلومات الزائفة أو المبالغ فيها.

5- تجنب الأخبار الزائفة: يجب تجنب وسائل الإعلام نشر الأخبار الزائفة، وعدم تداول الشائعات

أو المعلومات غير المؤكدة.

6- توعية المجتمع: يجب على وسائل الإعلام توعية المجتمع بأهمية تحقق الدقة والمصادقية في

المعلومات وتعزيز الوعي بأساليب الكشف عن التضليل الإعلامي والأخبار الزائفة.

7- تبني قواعد ومعايير مهنية: يجب على وسائل الإعلام تبني قواعد ومعايير مهنية للتعامل مع

المعلومات.

تأسيساً لما سبق؛ إن دور المسؤولية الإعلامية في الحد من التضليل الإعلامي هي مسؤولية

كبيرة ومهمة جداً، خاصة في ظل التقدم التكنولوجي والاعتماد المتزايد على وسائل التواصل

الاجتماعي في الحصول على المعلومات.

ومن الواضح أن التضليل الإعلامي يمكن أن يؤثر بشكل كبير على الرأي العام ويؤدي إلى

اتخاذ قرارات خاطئة وغير مسؤولة، ويمكن أن يؤدي أيضاً إلى تأثير سلبي على الحوار العام وعلى

المجتمع بشكل عام.

لذلك، يجب على وسائل الإعلام والصحافيين العمل على تقديم المعلومات بشكل دقيق وموثوق،

والالتزام بمعايير الأخلاقيات الصحفية، وعدم تقديم المعلومات بطريقة تحيز وتضليلية. كما يجب أن

يكون للمستخدمين دور في تقييم المعلومات والتأكد من مصداقيتها وعدم التفاعل مع الأخبار الزائفة.

بشكل عام، فإن المسؤولية الإعلامية في الحد من التضليل الإعلامي يجب أن تكون مشتركة بين وسائل الإعلام والجمهور، ويجب على الجميع العمل معاً لتعزيز الصحافة الحرة والموثوقة والمهنية، وذلك من خلال التعليم والتوعية والدعم للصحافيين والإعلاميين في تقديم المعلومات بشكل دقيق وموثوق.

ثانياً: الدراسات السابقة ذات الصلة

العطواني، (2019)، التضليل الإعلامي في بث المعلومات.

تهدف الدراسة إلى معرفة التضليل الإعلامي في بث المعلومات التي تقوم بها وسائل الإعلام، وقد توجه الباحث إلى المركز العراقي لحرية الإعلام، احد منظمات المجتمع المدني غير الحكومية، كون هذا المركز لديه نشاط متعدد في مجال الإعلام وفي منأى عن التأثيرات التي تفرضها المؤسسات الإعلامية على العاملين من حيث إتباع سياسة المؤسسة وأجندتها والجهة الممولة لها.

وتحقيقاً لأهداف الدراسة فقد استعمل الباحث المنهج المسحي باعتماد الدراسة الوصفية، إما أداة البحث فهي (الاستبانة)، وخلص الباحث لبعض النتائج أهمها: إن المعلومات التي تبتثها وسائل الإعلام لا تسير بالاتجاه الصحيح، وتشويه المعلومات بدافع إشغال البلد في الصراعات السياسية، وان الوسائل الإعلامية الأكثر استخداماً في تضليل المعلومات هي القنوات الفضائية، كما وان الممارسات التي تركز عليها وسائل الإعلام في تضليل المعلومات هي إثارة النعرات الطائفية، والتضخيم من قدرة زمر داعش الإرهابية.

عبد الله، 2019، آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري للصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيسبوك.

تهدف الدراسة بالبحث في آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري الصادر عن الصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية الشهيرة على شبكة الفيسبوك بالتطبيق على صفحتي

اليوم السابع والبوابة الزائفتين في الفترة من أول إبريل 2017م وحتى نهاية إبريل 2018م، لتحديد الدوافع المُحرّكة لإنشائها واختيار أحداثها وكيفية صياغة أخبارها، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الدراسة الاستبانة أداة للدراسة، واستخلصت الدراسة النتائج أبرزها:

- أثبتت الدراسة أن الأخبار الزائفة جاءت كصدى وانعكاس واضح للأخبار الحقيقية المثارة في فترة الدراسة.

- وأثبتت الدراسة أن آليات التضليل الإعلامي لم تكن تقليدية في انتهاج آليات الدعاية السوداء وصناعة الحروب النفسية المتعارف عليها، عن طريق نشر الأخبار السلبية التي تثير الفزع والرهبنة وتحط من معنويات المواطنين؛ ومن ثم، قدرتهم على التكيف والاستقرار والاتحاد والإنتاج والنجاح، بل على العكس تمامًا، فالإعلام الزائف المعاصر ينتحل شخصية الصحف المصرية ويرتدي ثوبًا وطنيًا إيجابيًا، يغازل أحلام المواطنين، ويبالغ في الدفاع والإشادة بالنظام الحاكم في البلاد بشكل مدروس ومُخطط لإحداث تأثير عكسي يستهدف تحطيم الثقة المجتمعية في دوائرها الرئيسية، وهي: الدولة والإعلام الوطني والمواطنين على حد سواء مُستغلًا حالة التذبذب وعدم الاستقرار التي تشهدها البلاد الآن.

وأوصت الدراسة من نشوء تحول بنيوي في الخبر السياسي موسوم بهيمنة روح الدعاية، التي تؤسس على رغبات وأحلام القراء مُخططاتها التضليلية، وهو ما يفسر نسبيًا سبب رواج الأخبار الزائفة على شبكة الفيسبوك، التي يمكن رؤيتها كسوق كبير، يقوم فيه كل فرد بشراء وبيع ما يشاء من أخبار ومعلومات على مزاجه الخاص، ومن ثم، يمكن تفهم سر نجاح الأخبار الكاذبة والتافهة ذات الجودة الإعلامية المنخفضة في عملية التضليل، فالمستخدم هنا يقرأ ما يُحب قراءته بغض النظر عن صحته أو كذبه، وهو ما يجعله فريسة سهلة لمخططات الدعاية والتضليل السياسي التي تنال منه من حيث أراد الترفيه والتخفيف من أعباء.

Josephine Lukito (2020), Coordinating a Multi-Platform Disinformation Campaign: Internet Research Agency Activity on Three U.S. Social Media Platforms, (2015 to 2017)

والمسومة بنشاط وكالة أبحاث الإنترنت على ثلاث منصات وسائط اجتماعية أمريكية من 2015 إلى 2017. تهدف الدراسة للبحث في مدى نجاح حسابات وكالة أبحاث الإنترنت الروسية على تويتر في إنشاء العناصر التالية التي كانت مركزية في حملات التضليل حول الانتخابات الرئاسية الأمريكية

لعام 2016، من خلال التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بحساب ما حيث أنه يضع تراكم المتابعين في حسابات IRA على Twitter في نظام الاتصال السياسي المستقطب إيديولوجياً والموجه للانتباه وغير المتماثل. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والتي كشفت نشاط وكالة أبحاث الإنترنت على ثلاث منصات اجتماعية (Facebook و Twitter و Reedit) لفهم آلية تنسيق الأنشطة على هذه المواقع بشكل مؤقت، مستخدمة متجه الانحدار الذاتي (VAR) مع اختبارات Granger Causality أداة لها.

أظهرت النتائج أن الجيوب الحزبية على تويتر ساهمت في متابعة حسابات IRA من خلال إعادة التغريد؛ وأن وسائل الإعلام السائدة والمتشددة ساعدت حسابات IRA المحافظة في تحقيق مكاسب من خلال تضمين تغريداتها في الأخبار. توضح هذه النتائج كيف عززت ديناميكيات الشبكة داخل وسائل التواصل الاجتماعي وتضخيم الوسائط الإخبارية بعدها معاً متابعة وسائل التواصل الاجتماعي. سلطت النتائج الضوء أيضاً على الديناميكيات التي توجب لهيب المعلومات المضللة: الاستقطاب الحزبي، وتجزئة الوسائط وعدم التناسق، واقتصاد الانتباه المحسّن للمشاركة بدلاً من الدقة.

سدراي، رحموني (2021)، التضييل الإعلامي عبر الميديا الاجتماعية خلال جائحة كوفيد 19 " دراسة تحليلية على عينة من صفحات الفاييسبوك.

هدفت الدراسة الحالية إلى إلقاء الضوء على التضييل الإعلامي والتعرف على البنية الشكلية لمواضيع الأخبار الكاذبة داخل مواقع التواصل الاجتماعي ومعرفة نوع الأساليب التي جاءت في المضامين الإعلامية المضللة وتوعية الفرد بمخاطر التضييل ومعرفة طرق مكافحة الأخبار الكاذبة والقضاء على أسبابها، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي مستخدمة الأسلوب المسحي واختارت الملاحظة وتحليل المضمون كأدوات لجمع البيانات لتتوصل إلى النتائج التالية: أكثر المنشورات التي تم تناولها تتداخل مضامينها مع مضامين ومواضيع أخرى ضمن الخبر الكاذب وارتبطت بالجانب الطبي بأكثر قدر ذلك أن طبيعة الأزمة صحية بالأصل، كما ارتبطت كذلك بالجانب السياسي خاصة فيما يخص نظرية المؤامرة وإشكالية افتعال الفيروس. أثبتت الدراسة الحالية أن أكثر المواضيع والمضامين التي يتم التفاعل معها هي مواضيع طبية اجتماعية بالدرجة الأولى وتعددت الأساليب المتبعة في عرض المحتوى المضلل بين الاكتفاء بالعرض فقط دون المناقشة لقلّة المعلومات والمصادر كون الأخبار كاذبة في معظم الأحيان بالإضافة إلى غياب الحس النقدي الذي يدفع المستخدمين لإثراء النقاش. كما توصلت إلى أن أكثر الأساليب الإقناعية تمثلت في الإستمالات العاطفية المستخدمة من عاطفة الخوف وغريزة البقاء التي تحكم الطبيعة البشرية. أما عن الخصائص الشكلية للمضامين المضللة تعددت لغات النشر حسب طبيعة المواضيع إلا أن اللغة العربية الفصحى تغلب على جلّ مضامينها. تعددت الوسائط المستخدمة في عرض المضامين المضللة في صفحات الفاييسبوك المدروسة لكنها اعتمدت بشكل كبير على الفيديوهات والدمج بين الصورة والنص لإيصال المعنى بطريقة أبلغ.

دراسة واعر (2021)، بعنوان المحتوى الإعلامي المضلل دراسة فقهية.

وتهدف الدراسة إلى البحث في المراد بالمحتوى الإعلامي المضلل، وقد اعتمد البحث على المنهج التحليلي من خلال الوقوف على الأدلة الشرعية، والوقوف على اتجاهات الفقهاء، وتحليلها لاستخلاص أحكام المحتوى الإعلامي المضلل. وأيضًا على المنهج المقارن: وذلك من خلال التعرض لاتجاهات الفقهاء في كل مسألة خلافية تتعلق بمحل البحث، مع ذكر أدلتهم، واختيار الراجح من بينها، بعد مناقشة المرجوح. وقد استخدمت الدراسة النصوص والأدلة الشرعية وآراء الفقهاء عينة لها، أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية لجمع البيانات.

ومن أهم نتائج التي استخلصت من الدراسة:

1- تبيح الشريعة الإسلامية ممارسة النشاط الإعلامي، لكنها أحاطته بضوابط تضمن قيام الإعلام

برسالته السامية، وتبتعد بالإعلامي عن الوقوع في إضلال الناس عن طريق التلاعب بعقولهم.

2- يمكن أن يتمثل المحتوى المضلل في صورة تلاعب بالأخبار، أو بالألفاظ التي تقدم للجماهير،

كما يمكن أن يتمثل في تزيف للصور، أو للتسجيلات الصوتية، ونحوها، كما يمكن أن يتمثل

المحتوى المضلل في صورة التحريف في استطلاع الرأي، إلى غير ذلك من صور.

3- قد ينطوي المحتوى الإعلامي المضلل على العديد من الجرائم من أهمها: جريمة التحريض

على ارتكاب جريمة من الجرائم، وجريمة السب، وجريمة القذف.

بودربالة، شوالي (2021)، الإعلام المرئي والتضليل الإعلامي للرأي العام في قضية مقتل الرئيس رفيق الحريري دراسة تحليلية مقارنة لعينة من برامج قناتي **AL Jadeed News** و **RT Arabic**.

تهدف الدراسة ببيان الدور الذي يلعبه الإعلام المرئي اليوم في مختلف المجالات خاصة إن

تعلق الأمر بتوجيه الرأي العام حول قضية مقتل رفيق الحريري في شهر أوت 2020 من خلال

دراسة عينة قصدية من برامج لقناتي **AI Jadeed News** و **RTArabic**، كما تهدف الدراسة إلى

المعالجة الإعلامية من حيث الشكل والمضمون وكذا تحديد مظاهر التضليل من خلال القنوات في مقتل رفيق الحريري. لقد اعتمدت الدراسة على أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية لجمع البيانات وعلى مقارنة نظرية في تناول هذا الموضوع وهي نظرية ترتيب الأولويات، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: إن القالب الفني الذي طرح في القضية هو الحديث الصحفي وذلك نظرا لطبيعة الموضوع المعالج فهو يعتبر الأنسب، بينما نجد تنوع في عدد المواضيع التي تناولتها الحصتين لكل قناة وذلك يعود إلى تنوع طرق التغطية الإعلامية. كما اعتمدت الدراسة في البرنامجين على مضامين مفرطة التحيز بالنسبة لقناة ALJadeedNews وكذا قناة RT Arabic فالأولى كانت ضد حكم المحكمة وفي صف حزب الله أما الثانية فكانت مع حكم المحكمة الدولية وفي صف سعد الحريري. وركزت الدراسة في قناة ALJadeed News بالنسبة لانعكاسات القضية على الرأي العام حول استئناف الحكم بالنسبة لسليم عياش.

علي، الدارمي (2022)، دور الإعلام المضلل وخطاب الكراهية في زيادة وتيرة الصراع المحلي. سعت الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو رصد وتحليل مستويات الالتزام بأخلاقيات الخطاب في البرنامج عينة الدراسة فيما يتعلق بأشكال التحيز والتضليل الإعلامي في العرض، وأشكال الخطاب الذي يحض على الكراهية والانقسام والتركيز على طبيعة المضامين واتجاهاتها والغرض منها اقتراح أكثر السبل فاعلية لمكافحة التضليل الإعلامي والقنوات التي تبث خطاب الكراهية كما تهدف الدراسة إلى معرفة اساليب الاقناع المستخدمة في عينة الدراسة. تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو حدث ما واعتمدت هذه الدراسة على أسلوبين: المنهج الوصفي الاستنباطي، تحليل المضمون، ولتحقيق أهداف الدراسة طورت الدراسة الأستبانة أداة لها، وتستخلص نتائج الدراسة ان وسائل الإعلام تشكل جزء من حياة المجتمعات البشرية و لها تأثيرها المتميز في تشكيل الرأي العام و صنع القرار السياسي بعد

التحولات المثيرة و التطورات الهائلة التي شهدها قطاع الإعلام و خاصة التطور الحديث للبحث الفضائي و شبكات الانترنت التي غزت العالم دون الحاجة إلى القوات العسكرية لفرض ايديولوجيات جديدة عبر الكم الهائل من البرنامج المرسل عبر الاثر حتى بات الإعلام منافسا للقوة العسكرية فهو الوسيلة الزاحفة قبل الدروع و الطائرات لتمهيد الأجواء للاجتياح

اوصت الدراسة بتفعيل قوانين وضوابط تلزم كافة المؤسسات الإعلامية المحلية بالتقصي والشفافية في نقل الأخبار والاستعانة بمصادر موثوقة وتبني افكار لحرية الإعلام في السياق ضوابط أخلاق المهنة، ايضا كما توصي بدعم القنوات الوطنية ووكالة الأنباء الليبية وفرض ضوابط إعلامية القنوات الليبية التي تبث من الخارج والتي في العادة تتبع أجندة وآراء الدولة التي تبث منها.

Jana, et al. (2022). "Populist attitudes and politicians' disinformation accusations: effects on perceptions of media and politicians "

بعنوان المواقف الشعبوية واتهامات السياسيين بالتضليل: "التأثيرات على تصورات وسائل الإعلام والسياسيين" بُنيت هذه الدراسة على الأبحاث التجريبية حول آثار الاتهامات الموجهة للسياسيين الشعبيين عبر وسائل الإعلام المعارضة بنشر معلومات مضللة أو "أخبار كاذبة" اظهرت تجربة الاستطلاع أن اتهامات التضليل تقلل ثقة الجمهور في منفذ الأخبار المتهم والدقة المتصورة للرسالة الإخبارية بنسبة 1.330، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الدراسة الاستبانة أداة لها، وطبقت في النمسا على المشاركين عشوائيًا إلى واحدة من مجموعتين تجريبيتين أو مجموعة ضابطة. تعرضت جميع المجموعات لصفحة تويتير لأحد السياسيين الوهميين. في الحالتين التجريبيتين، احتوت التغريدات على هذه الصفحة على اتهامات بالتضليل، تشير هذه النتائج إلى أن السياسيين يمكن أن يقوضوا مصداقية الصحافة دون الكثير من التداعيات - وهي آلية قد تهدد أيضًا مصادر المعلومات الموثوقة الأخرى في الديمقراطيات مثل العلماء والسلطات الصحية على أساس

الضرر أو المنفعة، وإيثار الفعل، للحصول على النتيجة النهائية التي تنسج في روايات الصحفيين محاولات لتطبيع السلوكيات بما تتفق مع فكرة التضليل كخطأ للوهلة الأولى وبروز الضغوط التنظيمية مثل المخاوف القانونية والتجارية، كهيكل مهني، يتشكل التضليل الإعلامي من خلال المطالب المهنية مما يجعل القواعد الضمنية تحكم بما هو مقبول وغير مقبول من الخداع بناءً على تقييمات المتمثلين بصانعي الأخبار مقابل جمهور الأخبار.

ثالثاً: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث القطاعات التي تم دراستها وتحليلها، حيث تم تطبيق الدراسة الحالية على العاملين في وكالة الأنباء "بترا" وتلفزيون رؤيا والتلفزيون الأردني ومن الإعلاميين، والمذيعين، والمراسلين الصحفيين، وتمت الاستفادة من الدراسات السابقة في مناقشة نتائج الدراسة الحالية، والمقارنة بين نتائج الدراسات السابقة ونتائج الدراسة الحالية من حيث مدى الاتفاق والاختلاف، والاستفادة من الدراسات السابقة في تطوير أداة الدراسة.

وتميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث القطاعات التي تم دراستها وتحليلها، حيث تم تطبيق الدراسة الحالية على العاملين لدى الغرف الإخبارية الأردنية، وتعتبر هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي تناولت دراسة "المسؤولية المهنية ودورها في التضليل الإعلامي" واتباعها لنظرية المسؤولية الاجتماعية ونظرية حارس البوابة، وخاصة إن هذه الدراسة ربطت بين هذه المفاهيم وأبعادها، حيث بينت هذه الدراسة مدى الأثر الذي تحدثه "المسؤولية المهنية" على عمل الإعلاميين العاملين لدى الغرف الإخبارية.

ولا يوجد أي من الدراسات السابقة تناولت الدراسة حول استخدام المسؤولية المهنية لغرف الأخبار ودورها في مواجهة التضليل الإعلامي، إذ توفر هذه الدراسة إطاراً فكرياً للدراسة ومتغيراتها المختلفة، وبالتالي من المأمول أن تكون الدراسة الحالية بداية لدراسات مستقبلية أخرى تتناول أبعاداً أخرى.

الفصل الثالث منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

يتضمن هذا الفصل وصفاً لمنهجية الدراسة ومجتمعها وعينتها والأداة المستخدمة في جمع المعلومات مع التحقق من صدقها وثباتها والمعالجات الإحصائية التي استخدمت للوصول إلى نتائج الدراسة.

أولاً: منهج الدراسة

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المسحية لملائمتها للدراسة الحالية، وذلك لأن المنهج الوصفي يعد من أهم المناهج المتبعة في الدراسات الإعلامية، والمنهج الوصفي يهتم بوصف الواقع كما هو، أي الظاهرة أو الوضع الراهن من خلال استخدام عدة أساليب منهجية منها أسلوب المسح (الاستبيان) الذي اعتمد في هذه الدراسة، حيث قام الباحث بجمع المعلومات عن طريق أداة الاستبانة. والمنهج الوصفي يعد طريقة علمية منظمة يعتمدها الباحث لدراسة ظاهرة إعلامية أو اجتماعية أو سياسية، ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كينياً أو كميّاً. والتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفاً رقمياً يوضح مقدارها أو حجمها، كما يمكن تعريفه بأنه طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة، ويعرف المنهج الوصفي المسحي بأنه المنهج الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها.

ثانياً: مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من الإعلاميين العاملين في غرف الأخبار في وسائل الإعلام الأردنية المرئية والمسموعة والمقروءة، سواء كانوا في القطاع العام أم في القطاع الخاص.

وقد قامت الباحثة بالتواصل مع أهم المؤسسات الإعلامية في القطاعين العام والخاص لتقدير عدد العاملين في غرف الأخبار، وكان من الصعب الحصول على أرقام دقيقة من معظم المعنيين، ولكن تم الحصول على المعلومات التقديرية التالية حول عدد العاملين في غرف الأخبار:

الجدول رقم (3-1) الأعداد التقديرية للعاملين في غرف الأخبار

النسبة	العدد	نوع المؤسسة الإعلامية
15.9	070	محطات تلفزيونية
13.6	060	الصحف اليومية
12.7	056	محطات إذاعية
50.0	220	مواقع إلكترونية
07.7	034	وكالة الأنباء الأردنية بتر
100.0	440	المجموع

ثالثاً: عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية من الإعلاميين العاملين في غرف الأخبار في مختلف وسائل الإعلام الأردنية (وسائل الإعلام الأردنية الإذاعة والتلفزيون ووكالة بتر والصحف اليومية وبعض المواقع الإلكترونية)، وبناء عليه، فقد توجهت الباحثة إلى هذه المؤسسات بالاستبانة الإلكترونية حيث استجاب ما عدده (212) إعلامياً، وهو ما يعادل (48%) من مجتمع الدراسة.

وفيما يلي عرض لخصائص أفراد عينة الدراسة حسب نتائج التحليل الإحصائي:

خصائص أفراد عينة الدراسة:

الجدول (3-2)

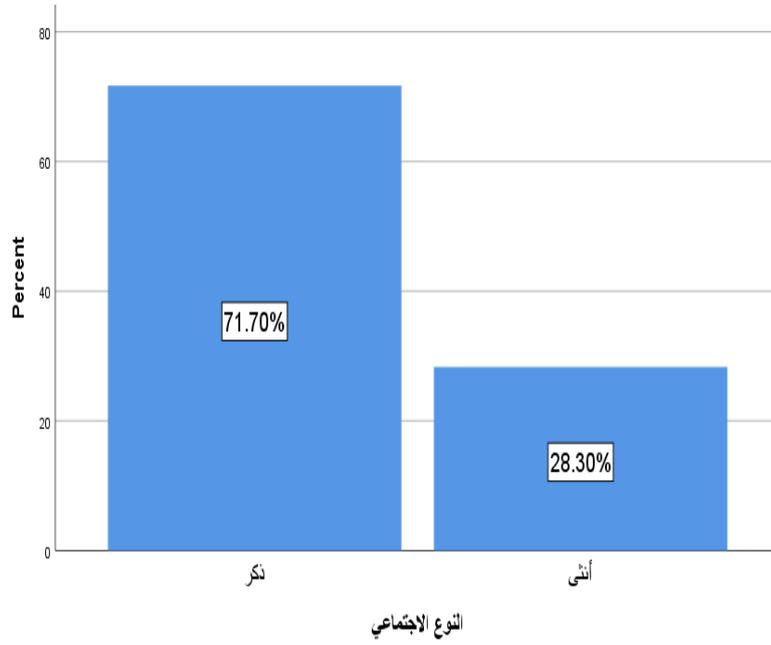
خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث النوع الاجتماعي والعمر والمؤهل العلمي

النسبة	التكرار	النوع الاجتماعي
71.7	152	ذكر
28.3	60	أنثى
100.0	212	الوسط الحسابي الكلي

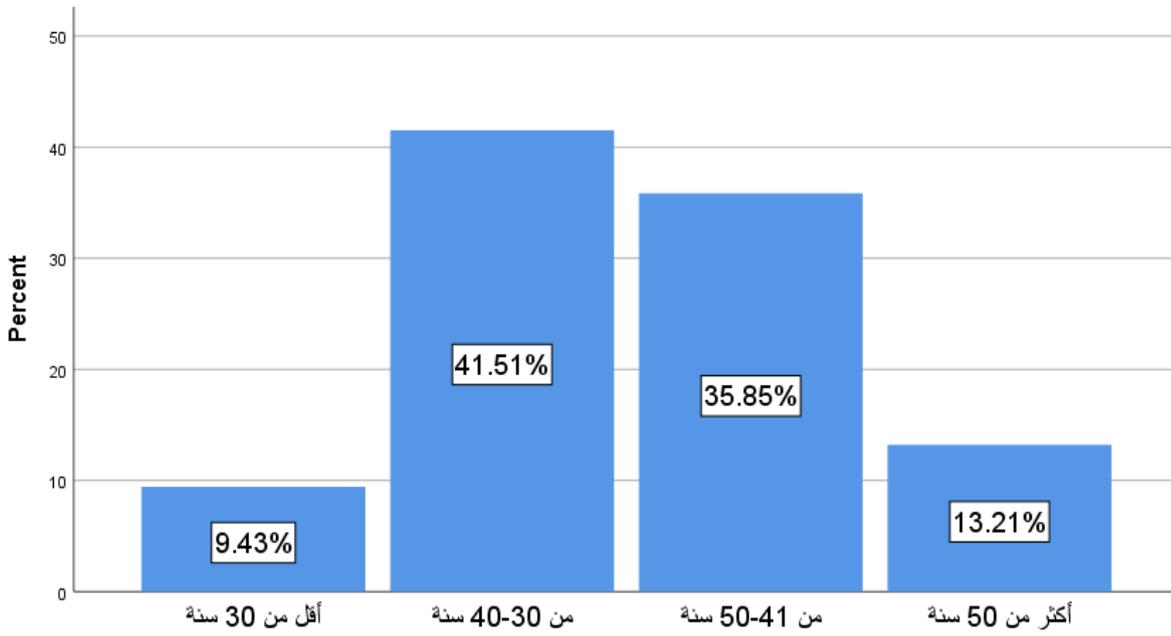
النسبة	التكرار	النوع الاجتماعي
الفئة العمرية		
9.4	20	أقل من 30 سنة
41.5	88	من 30 - 40
35.8	76	من 41 - 50
13.2	28	50 سنة فأكثر
100.0	212	الوسط الحسابي الكلي
المؤهل العلمي		
3.8	8	ثانوية عامة فما دون
5.7	12	دبلوم
52.8	112	بكالوريوس
37.7	80	دراسات عليا
100.0	212	الوسط الحسابي الكلي

تشير بيانات الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة كانوا من الذكور بنسبة (71.7%) مقابل (28.3%) من الإناث، وهو توزيع ينسجم مع واقع الجسم الصحفي في الأردن، أما توزيع أفراد العينة من حيث العمر فقد تبين أن الفئة العمرية (من 30-40) سنة كانت هي الأكثرية بنسبة (41.5%)، تليها الفئة العمرية (41-50) سنة بنسبة (35.8%)، ثم الفئة العمرية (50 سنة فأكثر) بنسبة (13.2%)، ثم أخيرا فئة (أقل من 30 سنة) بنسبة (9.4%).

أما توزيع أفراد العينة من حيث المؤهل العلمي فقد تبين أن (52%) من أفراد العينة يحملون مؤهل البكالوريوس، وأن (37.7%) يحملون مؤهلا في الدراسات العليا، وأن (5.7%) يحملون درجة الدبلوم، وأخيرا فإن (3.8%) فقط هم من مستوى ثانوية عامة فأقل. والرسم البياني (3-1) التالي يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي.

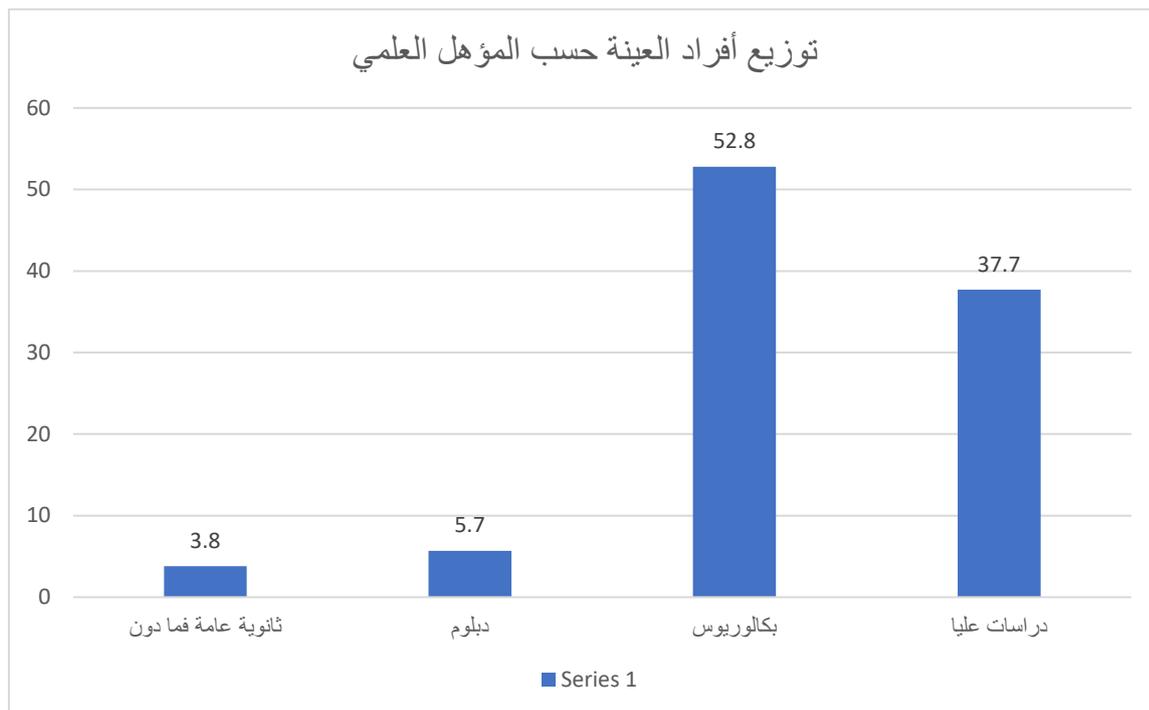


الرسم البياني (3-1): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب النوع الاجتماعي.



الرسم البياني (3-2): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئات العمرية.

والرسم البياني (3-3) التالي يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي.



الرسم البياني (3-3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

الجدول (2-3)

خصائص أفراد عينة الدراسة من حيث المنصب الوظيفي

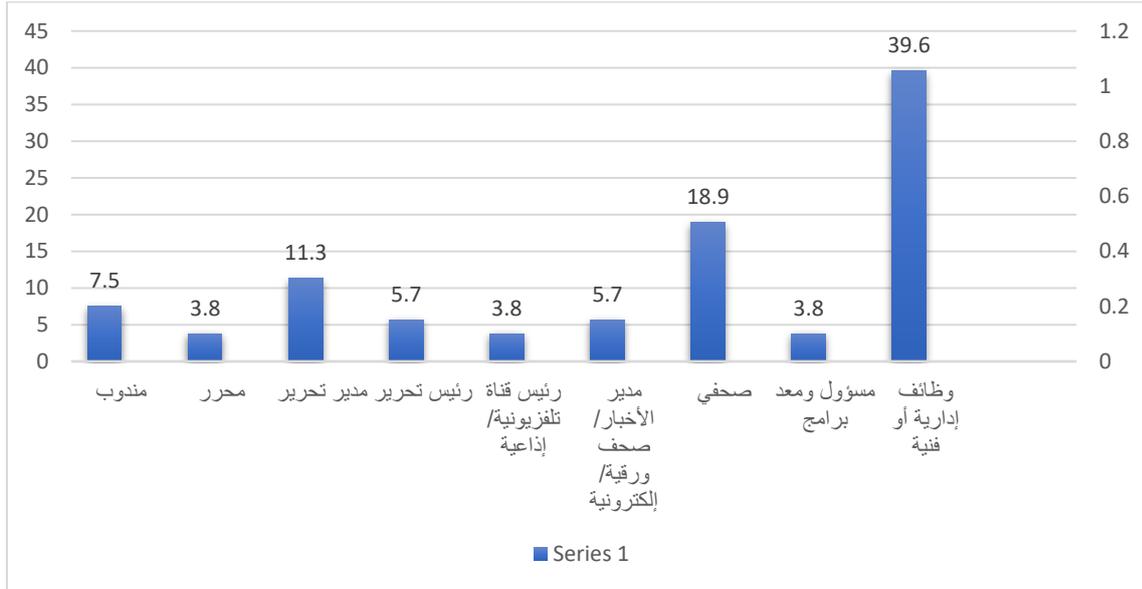
الرتبة	النسبة	التكرار	المنصب الوظيفي
4	7.5	16	مندوب
6	3.8	8	محرر
3	11.3	24	مدير تحرير
5	5.7	12	رئيس تحرير
6	3.8	8	رئيس قناة تلفزيونية/ إذاعية
5	5.7	12	مدير الأخبار/ صحف ورقية/ إلكترونية
2	18.9	40	صحفي
6	3.8	8	مسؤول ومعد برامج
1	39.6	84	وظائف إدارية وفنية
	100.0	212	الوسط الحسابي الكلي

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن (39.6%) من الصحفيين المستجيبين اختاروا فئة وظائف

ومهام إدارية أو فنية وهو ما يشكل الرتبة الأولى من بين ست رتب لجميع الوظائف، تليها في ذلك

وظيفة صحفي في الرتبة الثانية بنسبة (18.9%)، ثم في الرتبة الثالثة مدير تحرير بنسبة (11.3%)

أما الرتبة الرابعة فجاءت لوظيفة مندوب وبنسبة (7.5%)، وجاءت الرتبة الخامسة بمشاركة وظيفتين هما رئيس تحرير ومدير الأخبار بنسبة (5.7%) لكل منهما، كذلك جاءت الرتبة السادسة بنسبة (3.8%) مشاركة لثلاث وظائف هي: محرر، ورئيس قناة تلفزيونية أو إذاعية، ثم مسؤول ومعد برامج. والرسم البياني (3-4) التالي يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المنصب الوظيفي.



الرسم البياني (3-4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المنصب الوظيفي.

الجدول (3-4)

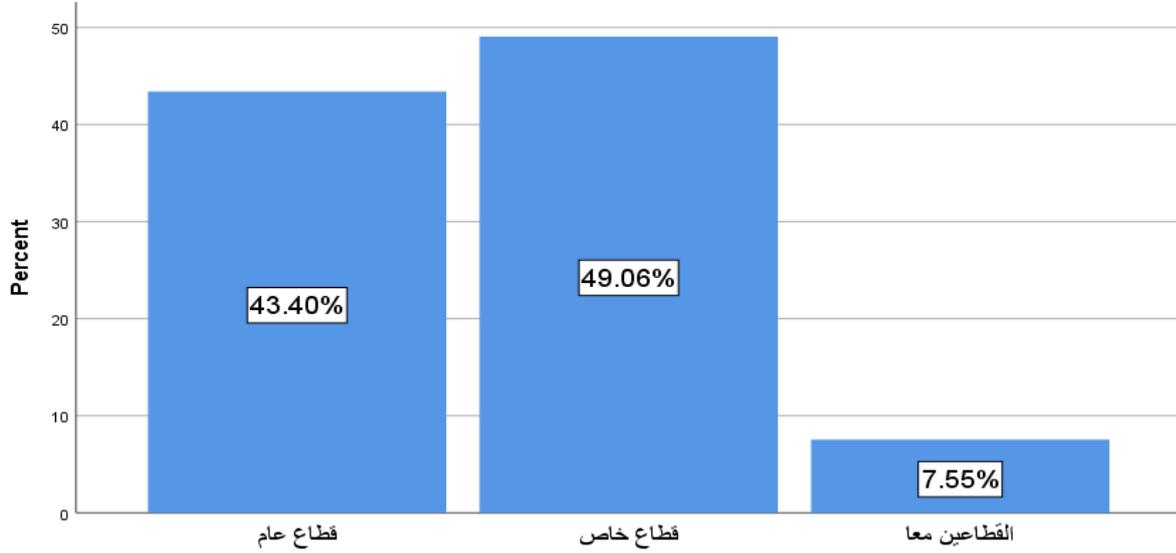
خصائص أفراد العينة حسب القطاع الاقتصادي للمؤسسة التي يعملون بها

النسبة	التكرار	نوع القطاع
43.4	92	قطاع عام
49.1	104	قطاع خاص
7.5	16	القطاعات معاً
100.0	212	الوسط الحسابي الكلي

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن القطاع العاملين في القطاع الخاص من الإعلاميين الأردنيين يشكل الأغلبية في هذه العينة وبنسبة (49.1%) مقابل (43.4%) للقطاع العام، في حين أن (7.5%) اختاروا العمل في القطاعات معاً.

والرسم البياني (3-5) يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب القطاع الاقتصادي للمؤسسة التي

يعملون بها.



الرسم البياني (3-5): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب القطاع الاقتصادي للمؤسسة التي يعملون بها.

رابعاً: أدوات الدراسة

في ضوء أسئلة الدراسة وأهدافها، وبالاعتماد على الأدبيات ذي العلاقة، طورت أداة الدراسة بإعداد استبانة كأداة لجمع المعلومات من أفراد عينة الدراسة، وتم تحويل الاستبانة إلى الشكل الإلكتروني.

تكونت الاستبانة من قسمين وسبعة محاور، اختص القسم الأول بجمع بيانات ومعلومات

ديموغرافية حول أفراد عينة الدراسة من الإعلاميين،

القسم الثاني من الاستبانة اختص بالإجابة عن أسئلة الدراسة وقسم على عدة محاور أهمها:

- تعامل غرف الأخبار مع المعلومات
- تتصرف غرف الأخبار مع أخطاء الحاصلة نتيجة نشر المعلومات المضللة
- آليات التحقق من صحة المعلومات
- المهارات التي يمتلكها المحررون

- التأهيل العملي والمهني للمحررين
- توظيف التقنيات الحديثة في نشر المعلومات

وكان عدد الفقرات (45) فقرة. ملحق (1) الاستبانة بشكلها النهائي.

أ. صدق الأداة

للتحقق من صدق محتوى الاستبانة، تم عرضها بصورتها الأولية على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص في الإعلام، وتم الاهتمام بكافة الملاحظات التي أبداه المحكمون ومن ثم تم تعديل الاستبانة وتطويرها بصورتها النهائية (ملحق رقم 2).

ب. ثبات الأداة

تم اختبار ثبات الأداة من خلال معاملات كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، حيث أنه يقيس مدى قياس التناسق في الإجابات على كل الفقرات الموجودة بالاستبيان، ومدى قياس كل سؤال من حيث الوضوح والفهم، حيث أن ارتفاع المعامل يشير إلى ارتفاع درجة الثبات. وكانت نتائج معاملات ثبات كرونباخ ألفا كما في الجدول الآتي:

الجدول (3-5)

معاملات ثبات كرونباخ ألفا

معامل كرونباخ ألفا	البعد
0.80	المحور الأول
0.88	المحور الثاني
0.90	المحور الثالث
0.81	المحور الرابع
0.89	المحور الخامس
0.84	المحور السادس
0.87	المحور السابع
0.91	الكلية

من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه نلاحظ بأن جميع قيم معاملات كرونباخ ألفا تزيد عن

(0.6)، مما يدل على ثبات أداة الدراسة (Sekaran & Bougie, 2016).

خامساً: المعالجة الإحصائية

من خلال برنامج الحزمة الإحصائية SPSS سيتم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

1- الإحصاءات الوصفية (الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والنسب المئوية، والتكرار،

والأهمية النسبية التي حُددت من خلال الصيغة التالية:

1.33 =	1- 5	=	الحد الأعلى - الحد الأدنى	طول الفترة =
	3		عدد المستويات	

ليكون عدد المستويات كالتالي:

الجدول رقم (3-6)

المعيار الإحصائي لتحديد المتوسطات الحسابية لمتغيرات الدراسة

المستوى	الفترة
المنخفض	2.33 - 1
المتوسط	3.67 - 2.34
المرتفع	5 - 3.67

2 - اختبار تحليل التباين الاحادي (One Way ANOVA).

3 - اختبارات للعينات المستقلة (Independent Sample T-test).

4 - معاملات كرونباخ ألفا.

سادساً: إجراءات الدراسة

- تم بلورة مشكلة الدراسة وعنوانها وهدفها الرئيس.
- قامت الباحثة بالاطلاع على الأدب النظري والدراسات السابقة بما فيها العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع الدراسة.

- تم تحديد منهج الدراسة الملائم لموضوع الدراسة.
- تم تحديد مجتمع الدراسة وعينتها العشوائية من (الإعلاميين الأردنيين).
- تم تصميم استبانة الدراسة وتم التحقق صدقها بواسطة التحكيم.
- تم توزيع الأداة (الاستبانة) إلكترونياً على أفراد عينة الدراسة من خلال المؤسسات التي يعملون بها أو من خلال مجموعات الواتس اب التي يتواجدون بها.
- تم تحليل المعلومات (البيانات) باستخدام الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS للإجابة عن أسئلة الدراسة ووفق المعالجة الإحصائية المناسبة.
- تم كتابة النتائج ومناقشتها في الفصل الرابع.
- تم مناقشة النتائج في الفصل الخامس.

الفصل الرابع نتائج الدراسة

الفصل الرابع

عرض نتائج الدراسة

يستعرض هذا الفصل نتائج التحليل الإحصائي لاستبانات الدراسة، ويجب عن أسئلة الدراسة

وفرضياتها.

أولاً: نتائج أسئلة الدراسة

السؤال الأول: كيف تتعامل غرف الأخبار في المؤسسات الإعلامية مع المعلومات بشكل عام؟

للإجابة عن هذا السؤال، فقد تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات هذا

المحور، وجاءت النتائج كما في الجدول (1-4) التالي:

الجدول (1-4)

الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج كيفية تعامل غرف الأخبار في المؤسسات الإعلامية مع المعلومات بشكل عام

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الرتبة
1	تعتمد غرفة الأخبار التي أعمل بها على معلومات من مصادر موثوقة	4.38	0.760	مرتفع	3
2	يتم التمييز بين المعلومات المضللة والصحيحة	4.36	0.781	مرتفع	4
3	يستفاد من التحريات الرسمية في التثبت من المعلومات	4.43	0.689	مرتفع	2
4	يدرك العاملون في المؤسسة الإعلامية أساليب المعلومات المضللة كالتحويل والتضخيم	4.11	0.967	مرتفع	7
5	يدرك المحررون خطورة نشر المعلومات المضللة	4.43	0.742	مرتفع	2
6	يدرك المحررون أن المعلومات المضللة تزعزع الأمن الوطني والقومي في المنطقة	4.57	0.689	مرتفع	1
7	يبتعد المحررون عن الأحكام العامة والأوصاف المقصودة عند تحرير المعلومات	4.04	0.778	مرتفع	8

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى	الرتبة
8	يحترم المحررون أخلاقيات العمل الصحفي في نشر المعلومة	4.21	0.961	مرتفع	6
9	يدرك العاملون في المؤسسة الإعلامية خطورة نشر المعلومات المضللة على المجتمع	4.30	0.793	مرتفع	5
	الوسط الحسابي الكلي	4.31	0.795	مرتفع	

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فقرات هذا المحور حازت على وسط حسابي كلي بلغ (4.31)

وتراوحت الأوساط الحسابية لجميع الفقرات بين (4.11- 4.57) وجميعها من المستوى المرتفع.

وقد جاءت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "يدرك المحررون أن المعلومات المضللة تزعزع الأمن

الوطني والقومي في المنطقة" بوسط حسابي بلغ (4.57) وهو من المستوى المرتفع، بينما جاءت

الرتبة الثانية للفقرة "يستفاد من التحريات الرسمية في التثبت من المعلومات" بوسط حسابي مرتفع

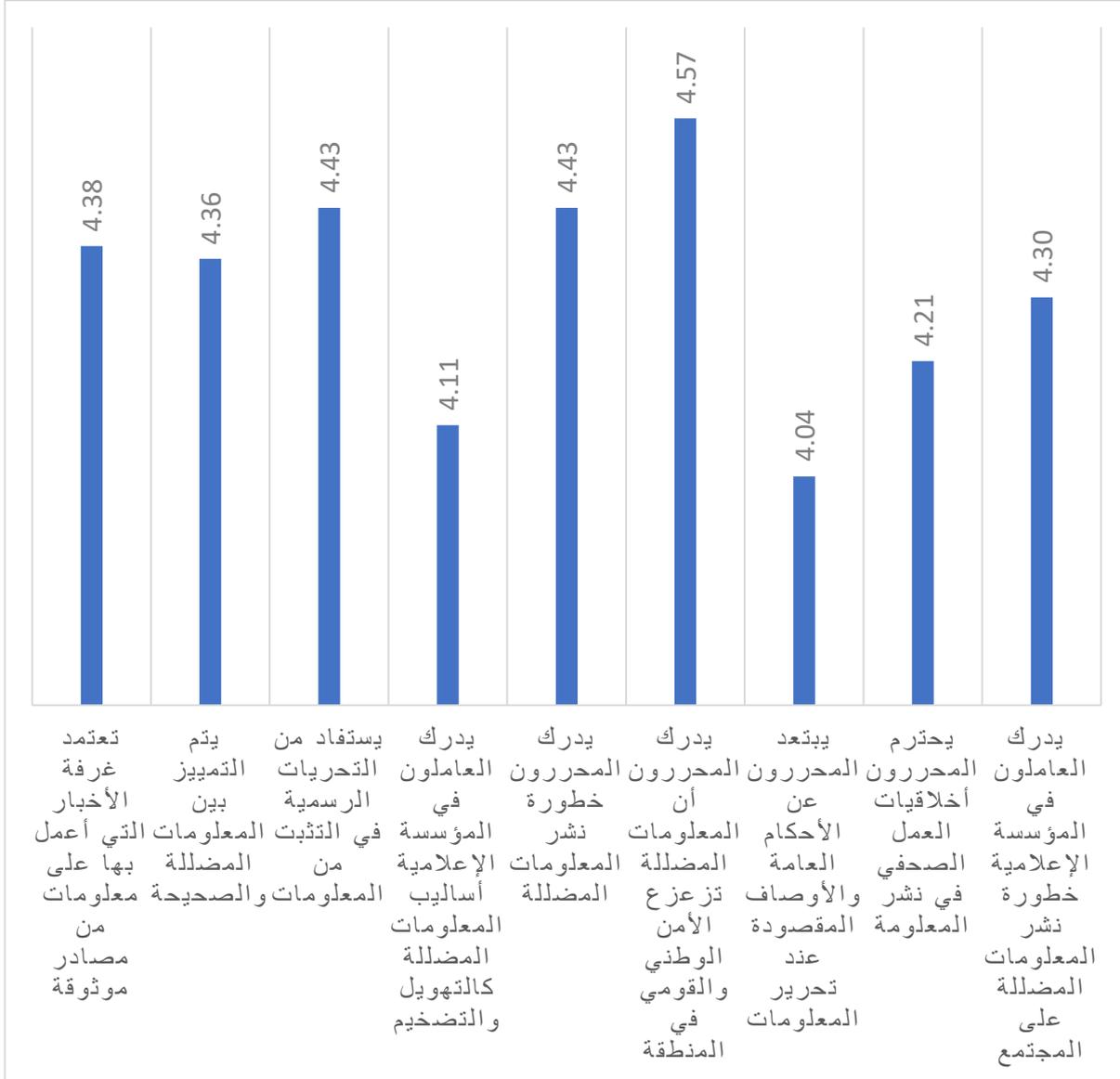
أيضا بلغ (4.36).

وجاءت الرتبتان الأخيرتان من نصيب الفقرة " يدرك العاملون في المؤسسة الإعلامية أساليب

المعلومات المضللة كالتهويل والتضخيم" بوسط حسابي بلغ (4.11)، وهي الفقرة ما قبل الأخيرة،

بينما جاءت الرتبة الأخيرة " يحترم المحررون أخلاقيات العمل الصحفي في نشر المعلومة" بوسط

حسابي بلغ (4.04).



السؤال الثاني: كيف تتصرف غرف الأخبار مع أخطاء تحصل نتيجة نشر المعلومات المضللة؟

للإجابة عن هذا السؤال، فقد تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات هذا

المحور، وجاءت النتائج كما في الجدول (4-2) التالي:

الجدول (2-4)

الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج لكيفية تصرف غرف الأخبار مع أخطاء تحصل نتيجة نشر المعلومات المضللة

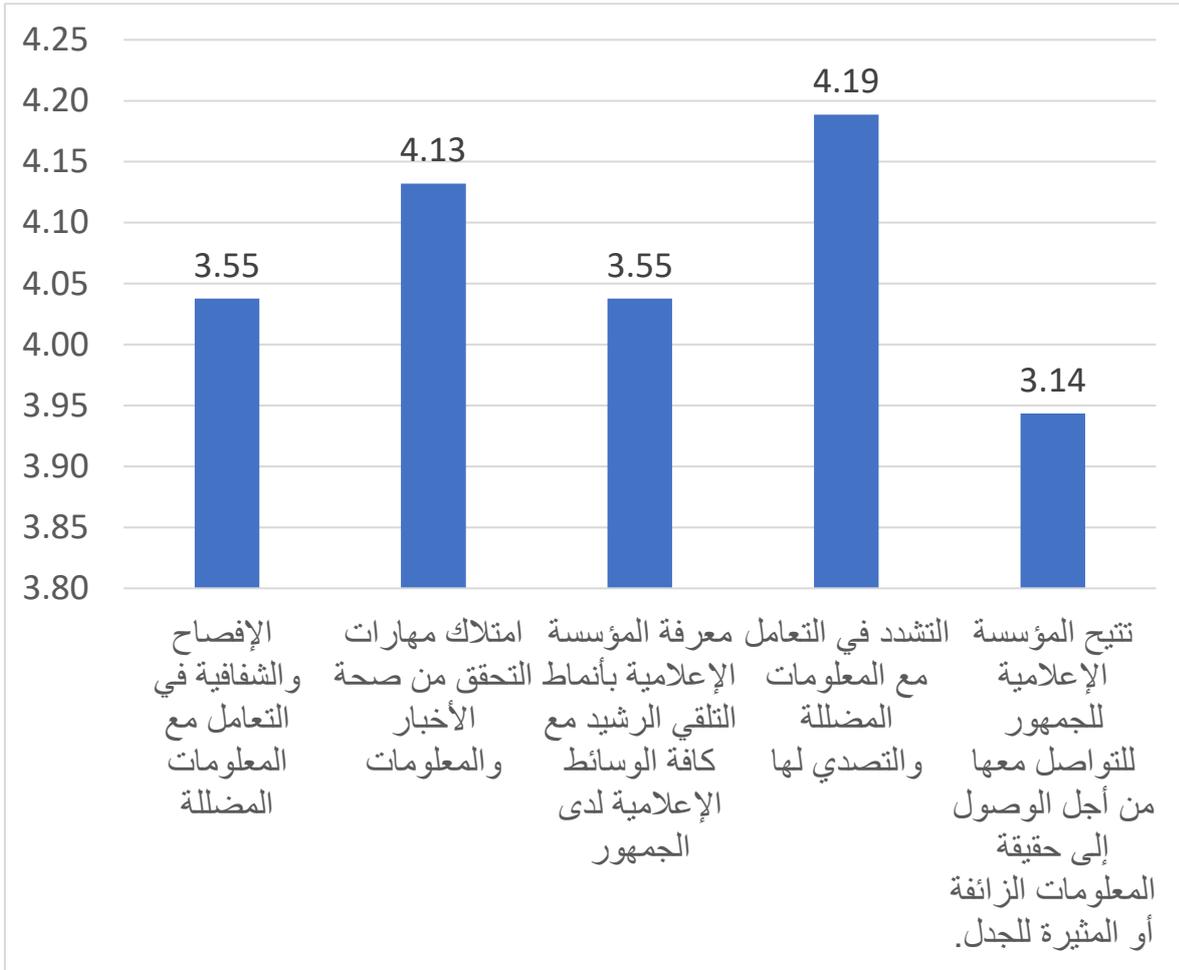
الرتبة	المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة	
3	متوسط	0.753	3.55	الإفصاح والشفافية في التعامل مع المعلومات المضللة	10
2	مرتفع	0.827	4.13	امتلاك مهارات التحقق من صحة الأخبار والمعلومات	11
3	متوسط	0.778	3.55	معرفة المؤسسة الإعلامية بأنماط التلقي الرشيد مع كافة الوسائط الإعلامية لدى الجمهور	12
1	مرتفع	0.955	4.19	التشدد في التعامل مع المعلومات المضللة والتصدي لها	13
4	متوسط	0.982	3.14	تتيح المؤسسة الإعلامية للجمهور للتواصل معها من أجل الوصول إلى حقيقة المعلومات الزائفة أو المثيرة للجدل.	14
	مرتفع	0.859	4.07	الوسط الحسابي الكلي	

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فقرات هذا المحور حازت على وسط حسابي كلي مرتفع بلغ (4.07) وتراوحت الأوساط الحسابية لجميع الفقرات بين (3.04 - 4.19) وهي بين المستوى المتوسط والمستوى المرتفع.

وقد جاءت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "التشدد في التعامل مع المعلومات المضللة والتصدي لها" بوسط حسابي بلغ (4.19) وهو من المستوى المرتفع، بينما جاءت الرتبة الثانية للفقرة "امتلاك مهارات التحقق من صحة الأخبار والمعلومات" بوسط حسابي مرتفع أيضا بلغ (4.13).

وجاءت الرتبة الثالثة من نصيب الفقرتين "معرفة المؤسسة الإعلامية بأنماط التلقي الرشيد مع كافة الوسائط الإعلامية لدى الجمهور" وفقرة "الإفصاح والشفافية في التعامل مع المعلومات المضللة"

بوسط حسابي بلغ (3.55) لكل منهما، وهما من المستوى المتوسط، أما الرتبة الأخيرة فقد كانت من نصيب الفقرة "تتيح المؤسسة الإعلامية للجمهور للتواصل معها من أجل الوصول إلى حقيقة المعلومات الزائفة أو المثيرة للجدل" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.14).



السؤال الثالث: ما الإجراءات التي تسهم في تعزيز التحقق من صحة المعلومات؟

للإجابة عن هذا السؤال، فقد تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات هذا

المحور، وجاءت النتائج كما في الجدول (3-4) التالي:

الجدول (3-4)

الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج مساهمة بعض الإجراءات في تعزيز التحقق من صحة المعلومات

الرتبة	المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة	
3	مرتفع	0.964	3.98	عقد حملات توعية بخطورة المعلومات المضللة يساهم في تعزيز آليات التحقق	15
2	مرتفع	0.964	4.02	حظر الصفحات أو الحسابات التي تنشر الأخبار المزيفة	16
6	متوسط	1.162	3.47	اللجوء إلى مقاضاة مصادر المعلومات المضللة	17
4	مرتفع	0.965	3.70	استخدام المؤسسات الإعلامية برامج المستكشف والتحقق من صحة الأخبار	18
7	متوسط	1.092	3.42	تستخدم المؤسسة الإعلامية منصات "سبار وأكد" في التحقق من المعلومات المضللة	19
1	مرتفع	0.831	4.38	أتأكد من تاريخ وزمن الأحداث التي تناولها الخبر ومن حقيقة المصادر والاسئلة والقيم والصفات التي يعكسها الخبر	20
2	مرتفع	0.766	4.02	يتم الاعتماد على خبرة الصحفيين الشخصية والمهنية للتأكد من صحة المعلومات	21
2	مرتفع	1.039	4.02	تتبع غرفة الأخبار أساليب فنية للتحري عن صحة الأخبار والمعلومات	22
5	متوسط	1.040	3.57	تلجأ غرفة الأخبار إلى الاعتماد على البث المباشر للتأكد من صحة المعلومات	23
	مرتفع	0.980	3.84	الوسط الحسابي الكلي	

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فقرات هذا المحور حازت على وسط حسابي كلي مرتفع بلغ

(3.84) وتراوحت الأوساط الحسابية لجميع الفقرات بين (3.42 - 4.38) وهي بين المستوى المتوسط

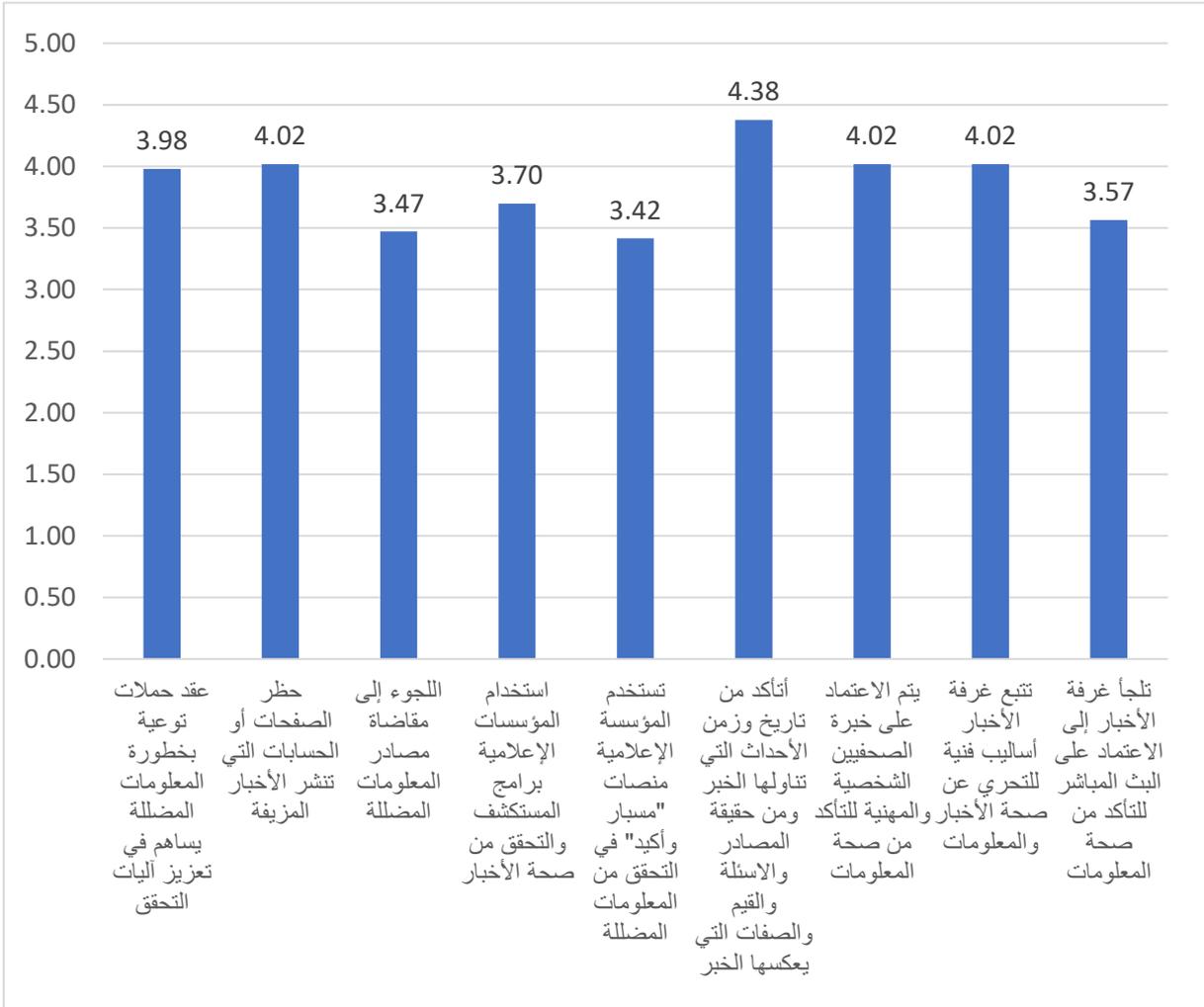
والمرتفع.

وقد جاءت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "أتأكد من تاريخ وزمن الأحداث التي تناولها الخبر

ومن حقيقة المصادر والاسئلة والقيم والصفات التي يعكسها الخبر" بوسط حسابي بلغ (4.38) وهو

من المستوى المرتفع، بينما جاءت الرتبة الثانية من نصيب ثلاث فقرات هي: "حظر الصفحات أو الحسابات التي تنشر الأخبار المزيفة" ثم الفقرة "يتم الاعتماد على خبرة الصحفيين الشخصية والمهنية للتأكد من صحة المعلومات" والفقرة "تتبع غرفة الأخبار أساليب فنية للتحري عن صحة الأخبار والمعلومات" وبوسط حسابي مرتفع بلغ (4.02).

وجاءت الرتبتان الأخيرتان من نصيب الفقرة "اللجوء إلى مقاضاة مصادر المعلومات المضللة" بوسط حسابي متوسط بلغ (3.47)، وهي الفقرة ما قبل الأخيرة، وجاءت الرتبة الأخيرة من نصيب الفقرة "تستخدم المؤسسة الإعلامية منصات "مسبار وأكيد" في التحقق من المعلومات المضللة" بوسط حسابي متوسط أيضا بلغ (3.42).



السؤال الرابع: ما المهارات التي يمتلكها المحررون في سبيل كشف المعلومات المضللة؟

للإجابة عن هذا السؤال، فقد تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات هذا

المحور، وجاءت النتائج كما في الجدول (4-4) التالي:

الجدول (4-4)

الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج المهارات التي يمتلكها المحررون في سبيل كشف المعلومات المضللة

الرتبة	المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة	
2	مرتفع	0.789	4.06	يملك المحررون مهارات التحقق من مصادر المعلومات	24
2	مرتفع	0.942	4.06	الحياد في نشر المعلومات وعدم تحيز المحررين لجهة معينة	25
1	مرتفع	0.914	4.13	وعي المحرر بالتعامل مع الأجندات المقصودة	26
3	مرتفع	1.000	3.85	عدم مبالغة المحرر بنشر عناوين المعلومات	27
	مرتفع	0.911	4.02	الوسط الحسابي الكلي	

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فقرات هذا المحور حصلت على وسط حسابي مرتفع بلغ (4.02)،

وتراوحت جميع الفقرات بين (3.85 - 4.13)، وكانت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "وعي المحرر

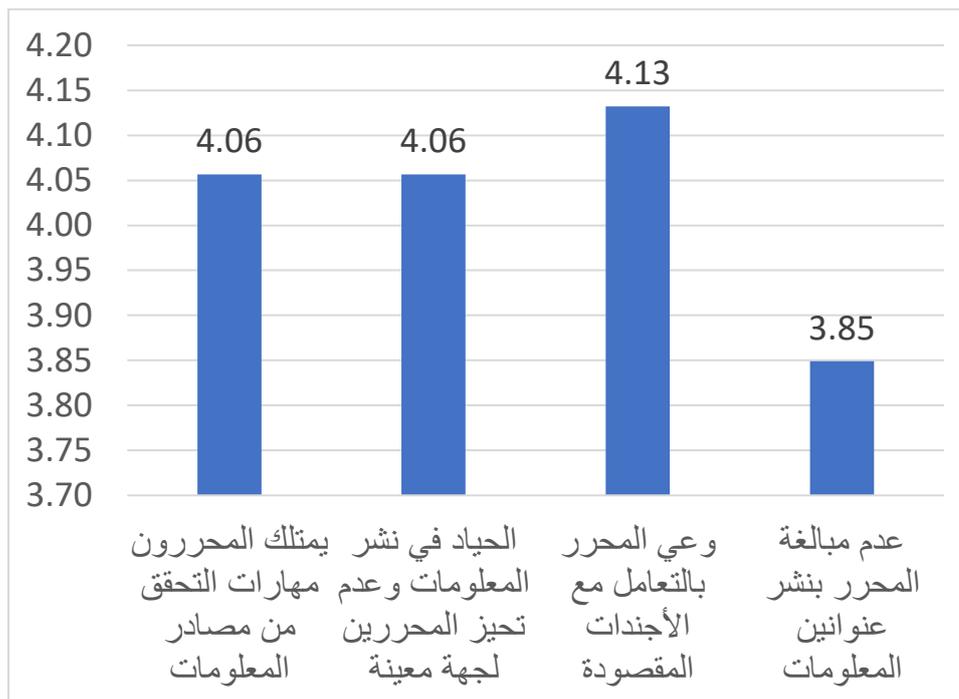
بالتعامل مع الأجندات المقصودة" بوسط حسابي مرتفع بلغ (4.13)، وجاءت الرتبة الثانية بوسط

حسابي مرتفع (4.06) وبمشاركة بين فقرتين هما: "يملك المحررون مهارات التحقق من مصادر

المعلومات"، والفقرة "الحياد في نشر المعلومات وعدم تحيز المحررين لجهة معينة"، وجاءت الرتبة

الثالثة والأخيرة من نصيب الفقرة "عدم مبالغة المحرر بنشر عناوين المعلومات" بوسط حسابي مرتفع

بلغ (3.85).



السؤال الخامس: ما التأهيل العلمي والمهني للمحررين الذي يساهم في مواجهة الأخبار المضللة؟

للإجابة عن هذا السؤال، فقد تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات هذا

المحور، وجاءت النتائج كما في الجدول (4-5) التالي:

الجدول (4-5)

الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج التأهيل العلمي والمهني للمحررين.

الرتبة	المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
28	مرتفع	0.986	3.77	يستند المحررون اثناء عملهم على مؤهلهم العلمي والمهني
29	مرتفع	0.919	3.91	استفسر من الأصدقاء والزملاء في المهنة
30	مرتفع	1.060	3.89	يدرك المحررون حاجتهم إلى التطور العلمي في نشر المعلومة
31	مرتفع	0.901	4.06	يدرك المحررون حاجتهم إلى التطور المهني في نشر المعلومة
32	مرتفع	0.967	4.11	تحسن المستويات المهنية للمحررين من الواقع الإعلامي في العصر الرقمي

الرتبة	المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة	
4	مرتفع	0.951	3.92	تحسن المستويات العلمية للمحررين من الواقع الإعلامي في العصر الرقمي	33
3	مرتفع	1.030	4.00	يراعي المحررون الصياغة اللغوية والإملائية للمحتوى المنشور	34
	مرتفع	0.974	3.95	الوسط الحسابي الكلي	

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فقرات هذا المحور حازت على وسط حسابي كلي بلغ (3.95)

وتراوحت الأوساط الحسابية لجميع الفقرات بين (3.77 - 4.11) وهي من المستوى المرتفع.

وقد جاءت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "تحسن المستويات المهنية للمحررين من الواقع

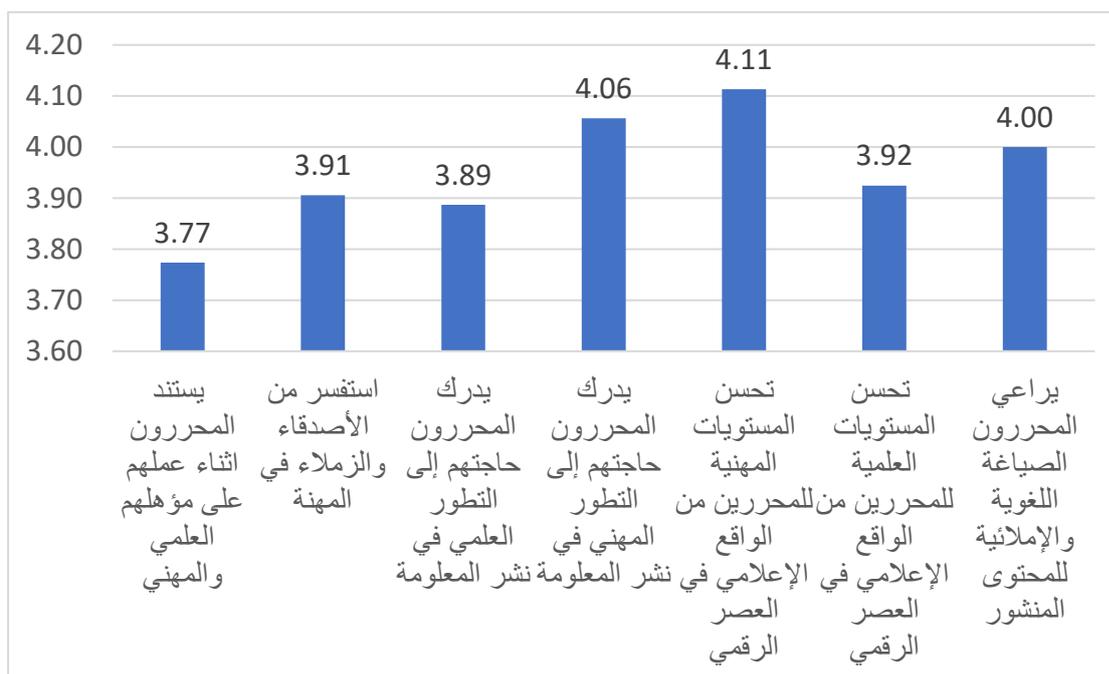
الإعلامي في العصر الرقمي" بوسط حسابي مرتفع بلغ (4.11)، بينما جاءت الرتبة الثانية للفقرة

"يدرك المحررون حاجتهم إلى التطور المهني في نشر المعلومة" بوسط حسابي مرتفع بلغ (4.06).

وجاءت الرتبتان الأخيرتان من نصيب الفقرة "يدرك المحررون حاجتهم إلى التطور العلمي في

نشر المعلومة" بوسط حسابي بلغ (3.89)، وهي الفقرة ما قبل الأخيرة، بينما جاءت الرتبة الأخيرة

للفقرة "يستند المحررون اثناء عملهم على مؤهلهم العلمي والمهني" بوسط حسابي مرتفع بلغ (3.77).



السؤال السادس: ما طبيعة التقنيات الحديثة الموظفة في نشر المعلومات؟

للإجابة عن هذا السؤال، فقد تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات هذا

المحور، وجاءت النتائج كما في الجدول (4-6) التالي:

الجدول (4-6)

الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج توظيف التقنيات الحديثة في نشر المعلومات

الرتبة	المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة	
2	مرتفع	0.835	4.15	تهتم المؤسسات الإعلامية في استخدام التقنيات الحديثة في نشر المعلومة	35
3	مرتفع	0.898	4.09	استخدام المؤسسات الإعلامية لتقنيات البث الحديثة في نقل الصوت والصورة بشكل مباشر	36
1	مرتفع	0.928	4.17	استخدام الوسائط المتعددة يساهم في تحسين جودة المعلومات المنشورة	37
	مرتفع	0.887	4.14	الوسط الحسابي الكلي	

تظهر بيانات هذا المحور أن فقرات هذا المحور وعددها ثلاث حازت على وسط حسابي كلي

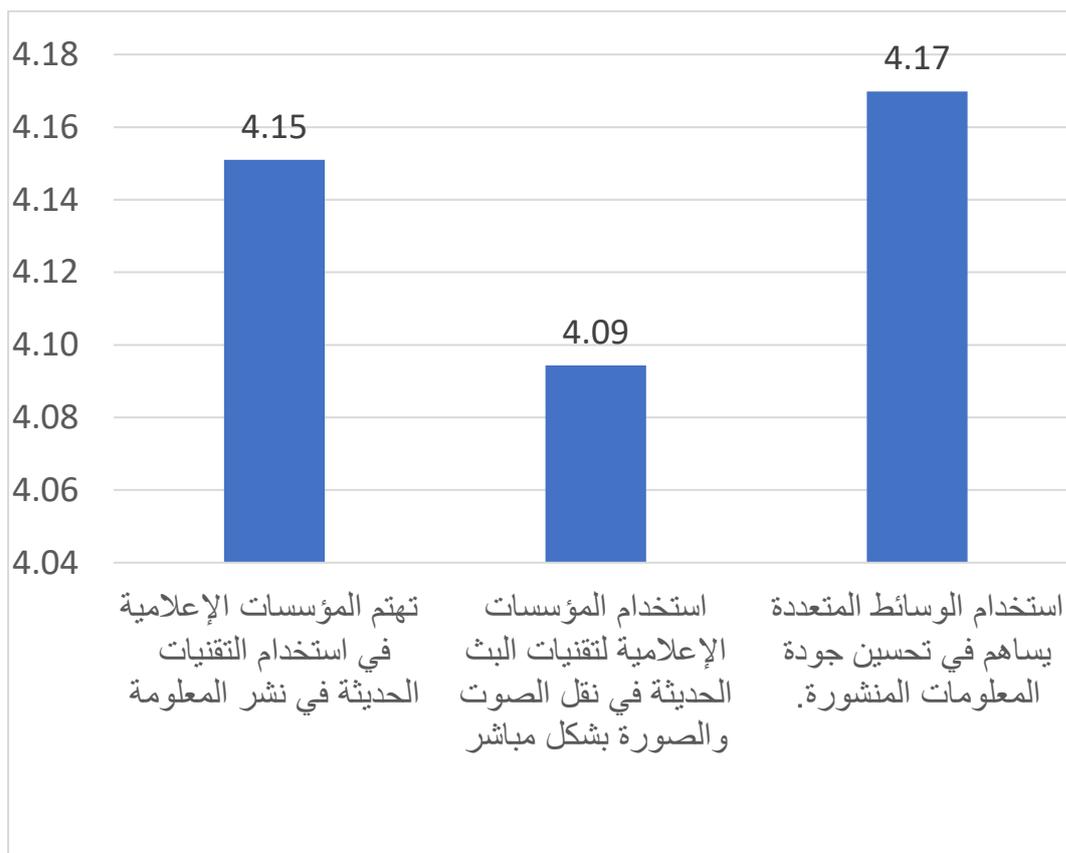
بلغ (4.14) وهو من المستوى المرتفع. وحازت جميع الفقرات على أوساط حسابية مرتفعة وفق

الترتيب التالي:

"استخدام الوسائط المتعددة يساهم في تحسين جودة المعلومات المنشورة" ثم " تهتم المؤسسات

الإعلامية في استخدام التقنيات الحديثة في نشر المعلومة"، وأخيرا الفقرة "استخدام المؤسسات

الإعلامية لتقنيات البث الحديثة في نقل الصوت والصورة بشكل مباشر".



السؤال السابع: ما العوامل المؤثرة في جودة المضمون الصحفي؟

للإجابة عن هذا السؤال، فقد تم استخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات هذا

المحور، وجاءت النتائج كما في الجدول (4-7) التالي:

الجدول (4-7)

الوسط الحسابي والمستوى والرتبة لنتائج العوامل المؤثرة في جودة المضمون الصحفي

الرتبة	المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة	
1	مرتفع	0.737	4.40	يتأثر المضمون الصحفي بالخبرات المهنية للمحررين	38
4	مرتفع	0.804	4.19	يتأثر المضمون الصحفي بالتأهيل العلمي للمحررين	39
6	مرتفع	0.877	3.91	يتأثر المضمون الصحفي باتجاهات العلاقات الوظيفية بين المحررين على اختلاف مستوياتهم المهنية والعلمية	40

الرتبة	المستوى	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة	
7	مرتفع	1.065	3.71	يتأثر الناتج الإعلامي بالعوامل الخارجية للمحررين كالمستوى الاقتصادي والاجتماعي لهم	41
2	مرتفع	0.773	4.32	يتأثر المضمون الصحفي بتوجهات المؤسسة الإعلامية وسياستها التحريرية	42
3	مرتفع	0.879	4.28	يتأثر المضمون الصحفي بمستوى أو سقف الحريات الصحفية في البلاد عموماً	43
5	مرتفع	1.169	4.13	يتأثر المضمون الصحفي بملكية المؤسسة إن كانت عامة أو خاصة	44
	مرتفع	0.901	4.13	الوسط الحسابي الكلي	

تظهر بيانات الجدول أعلاه أن فقرات هذا المحور حازت على وسط حسابي كلي بلغ (4.13)

وتراوحت الأوساط الحسابية لجميع الفقرات بين (3.71-4.40) وجميعها من المستوى المرتفع.

وقد جاءت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "يتأثر المضمون الصحفي بالخبرات المهنية للمحررين"

بوسط حسابي بلغ (4.40) وهو من المستوى المرتفع، بينما جاءت الرتبة الثانية للفقرة "يتأثر المضمون

الصحفي بتوجهات المؤسسة الإعلامية وسياستها التحريرية" بوسط حسابي بلغ (4.32) وهو من

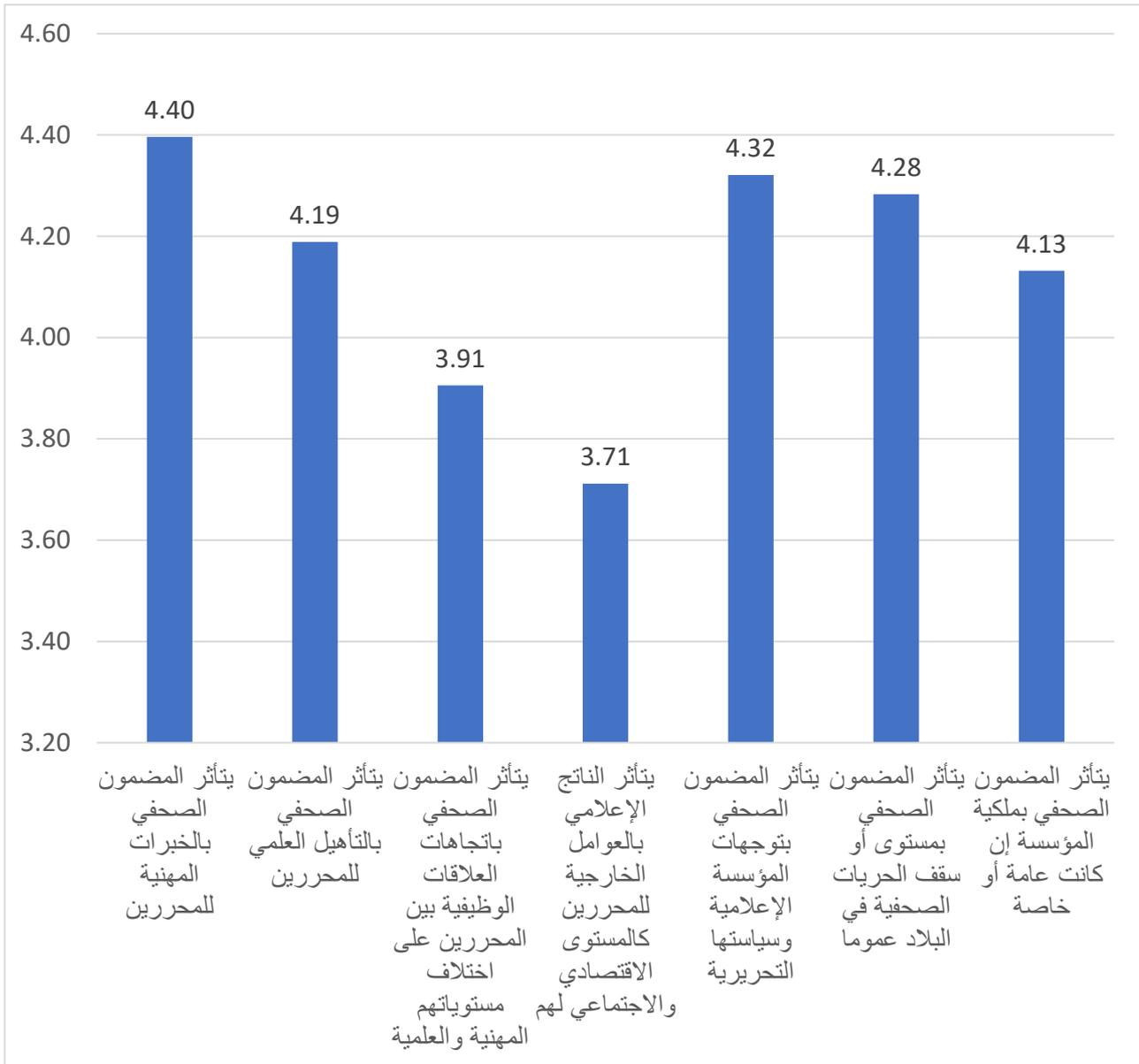
المستوى المرتفع.

وجاءت الرتبتان الأخيرتان من نصيب الفقرة "يتأثر المضمون الصحفي باتجاهات العلاقات

الوظيفية بين المحررين على اختلاف مستوياتهم المهنية والعلمية" بوسط حسابي مرتفع بلغ (3.91)،

وهي الفقرة ما قبل الأخيرة، بينما جاءت الرتبة الأخيرة بوسط حسابي مرتفع بلغ (يتأثر الناتج الإعلامي

بالعوامل الخارجية للمحررين كالمستوى الاقتصادي والاجتماعي لهم).



ثانياً: نتائج فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى $(\alpha \geq 0.05)$ في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعا لمتغيرات (الفئة العمرية، المؤهل العلمي، القطاع الإعلامي الذي يعملون به).

لاختبار فرضية الدراسة الأولى، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، والجداول الآتية تبين

ذلك:

أولاً: تبعاً لمتغير الفئة العمرية

الجدول (4-8)

اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير الفئة العمرية

مستوى الدلالة	قيمة F	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئة العمرية
*0.000	8.261	3	0.410	4.80	20	أقل من 30 سنة
			0.798	4.23	88	من 30-40 سنة
			0.734	4.32	76	من 41-50 سنة
			0.356	4.86	28	أكثر من 50 سنة
			0.737	4.40	212	Total

من خلال النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه، نلاحظ بأن قيمة F كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا لقبول بالفرضية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير الفئة العمرية، ومن خلال النتائج الظاهرة في الجدول أدناه لاختبار شيفيه للفروقات البعدية نلاحظ بأن الفروقات كانت ما بين من تتراوح أعمارهم (30-40 سنة) من جهة وبين من تقل أعمارهم عن 30 سنة ومن تزيد أعمارهم عن 50 سنة من جهة أخرى لصالح من تقل أعمارهم عن 30 سنة ومن تزيد أعمارهم عن 50 سنة، وما بين من تزيد أعمارهم عن 50 سنة من جهة وبين من تتراوح أعمارهم ما بين (41-50 سنة) لصالح من تزيد أعمارهم عن 50 سنة.

الجدول (4-9)

اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير العمر في الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي

الفرق بين المتوسطات	الفئة العمرية	
.573*	من 30-40 سنة	أقل من 30 سنة
.630*	من 30-40 سنة	أكثر من 50 سنة
.541*	من 41-50 سنة	

ثانياً: تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

الجدول (10-4)

اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

مستوى الدلالة	قيمة F	درجة الحرية	الانجراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المؤهل العلمي
0.557	0.693	3	0.535	4.50	8	ثانوية عامة فما دون
			0.492	4.67	12	دبلوم
			0.797	4.35	80	بكالوريوس
			0.727	4.39	112	دراسات عليا

من خلال النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه، نلاحظ بأن قيمة F لم تكن دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا لقبول بالفرضية التي تنص على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.

ثالثاً: تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي

الجدول (11-4)

اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي

مستوى الدلالة	قيمة F	درجة الحرية	الانجراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	القطاع الإعلامي
*0.022	3.904	2	0.797	4.26	92	قطاع عام
			0.696	4.46	104	قطاع خاص
			0.447	4.75	16	القطاعين معاً
			0.737	4.40	212	Total

من خلال النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه، نلاحظ بأن قيمة F كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا لقبول بالفرضية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي، ومن خلال النتائج الظاهرة في الجدول أدناه لاختبار شيفيه للفروقات البعدية نلاحظ بأن الفروقات كانت ما بين العاملين بالقطاعين والعاملين في القطاع العام فقط لصالح العاملين في القطاعين.

الجدول (4-12)

اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير القطاع الإعلامي في الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي

الفرق بين المتوسطات	القطاع	
.489*	قطاع عام	القطاعين معا

الفرضية الرئيسية الثانية - توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغيرات (الفئة العمرية، المؤهل العلمي، القطاع الإعلامي الذي يعملون به).

لاختبار فرضية الدراسة الثانية، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول الآتية تبين

ذلك:

أولاً: تبعاً لمتغير الفئة العمرية

الجدول (4-13)

اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير الفئة العمرية

مستوى الدلالة	قيمة F	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الفئة العمرية
*0.000	16.244	3	1.005	3.20	20	أقل من 30 سنة
			0.585	4.45	88	من 30-40 سنة
			0.749	4.16	76	من 41-50 سنة
			0.848	4.14	28	أكثر من 50 سنة
			0.804	4.19	212	Total

من خلال النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه، نلاحظ بأن قيمة F كانت دالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا للقبول بالفرضية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير الفئة العمرية، ومن خلال النتائج الظاهرة في الجدول أدناه لاختبار شيفيه للفروقات البعدية نلاحظ بأن الفروقات كانت ما بين من تقل أعمارهم عن 30 سنة من جهة ومن تزيد أعمارهم عن 50 سنة ومن تتراوح أعمارهم ما بين (41-50 سنة) وما بين (30-40 سنة) من جهة أخرى لصالح من تزيد أعمارهم عن 50 سنة ومن تتراوح أعمارهم ما بين (41-50 سنة) وما بين (30-40 سنة).

الجدول (4-14)

اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير العمر في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي

الفرق بين المتوسطات	الفئة العمرية
-1.255*	من 30-40 سنة
-0.958*	من 41-50 سنة
-0.943*	أكثر من 50 سنة

ثانياً: تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

الجدول (4-15)

اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

مستوى الدلالة	قيمة F	درجة الحرية	الانجراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المؤهل العلمي
0.649	0.549	3	1.069	4.00	8	ثانوية عامة فما دون
			0.985	4.33	12	دبلوم
			0.626	4.25	80	بكالوريوس
			0.879	4.14	112	دراسات عليا
			0.804	4.19	212	Total

من خلال النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه، نلاحظ بأن قيمة F لم تكن دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا لقبول بالفرضية التي تنص على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.

ثالثاً: تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي

الجدول (4-16)

اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي

مستوى الدلالة	قيمة F	درجة الحرية	الانجراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	القطاع
*0.007	5.156	2	0.724	4.22	92	قطاع عام
			0.878	4.08	104	قطاع خاص
			0.447	4.75	16	القطاعات معا
			0.804	4.19	212	Total

من خلال النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه، نلاحظ بأن قيمة F كانت دالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا لقبول بالفرضية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي، ومن خلال النتائج الظاهرة في الجدول أدناه لاختبار شيفيه للفروقات البعدية نلاحظ بأن الفروقات كانت ما بين العاملين بالقطاعين والعاملين في القطاع العام والخاص من جهة أخرى لصالح العاملين في القطاعين.

الجدول (4-17)

اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير القطاع الإعلامي في الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي

الفرق بين المتوسطات	القطاع	
.533*	قطاع عام	القطاعين معا
.673*	قطاع خاص	

الفرضية الرئيسية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعاً لمتغيرات (الفئة العمرية، المؤهل العلمي، القطاع الإعلامي الذي يعملون به).

لاختبار فرضية الدراسة الثالثة، تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي، والجدول الآتية تبين

ذلك:

أولاً: تبعاً لمتغير الفئة العمرية

الجدول (4-18)

اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعاً لمتغير الفئة العمرية

الفئة العمرية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة F	مستوى الدلالة
أقل من 30 سنة	20	5.00	0.000	3	8.538	*0.000
من 30-40 سنة	88	3.95	1.071			
من 41-50 سنة	76	3.89	1.382			
أكثر من 50 سنة	28	4.71	0.713			
Total	212	4.13	1.169			

من خلال النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه، نلاحظ بأن قيمة F كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا لقبول بالفرضية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعاً لمتغير الفئة العمرية، ومن خلال النتائج الظاهرة في الجدول أدناه لاختبار شيفيه للفروقات البعدية نلاحظ بأن الفروقات كانت ما بين من تقل أعمارهم عن 30 سنة من جهة ومن تتراوح أعمارهم (30-40 سنة) وما بين (41-50 سنة) من جهة أخرى لصالح من تقل أعمارهم عن 30 سنة، وما بين من تزيد أعمارهم عن 50 سنة من جهة ومن تتراوح أعمارهم ما بين (30-40 سنة) وما بين (41-50 سنة) من جهة أخرى لصالح من تزيد أعمارهم عن 50 سنة.

الجدول (4-19)

اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير العمر في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة

الفرق بين المتوسطات	الفئة العمرية	
1.045*	من 30-40 سنة	أقل من 30 سنة
1.105*	من 41-50 سنة	
-0.760*	أكثر من 50 سنة	من 30-40 سنة
-0.820*	أكثر من 50 سنة	من 41-50 سنة

ثانياً: تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

الجدول (4-20)

اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

مستوى الدلالة	قيمة F	درجة الحرية	الانجراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المؤهل العلمي
*0.036	2.901	3	0.000	5.00	8	ثانوية عامة فما دون
			0.985	4.33	12	دبلوم
			1.308	3.90	80	بكالوريوس
			1.086	4.21	112	دراسات عليا
			1.169	4.13	212	Total

من خلال النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه، نلاحظ بأن قيمة F كانت دالة إحصائياً عند مستوى

دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا للقبول بالفرضية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة

إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت

عامة أو خاصة تبعاً لمتغير المؤهل العلمي، ومن خلال النتائج الظاهرة في الجدول أدناه اختبار

شيفيه للفروقات البعدية نلاحظ بأن الفروقات كانت بين حاملي البكالوريوس وبين حاملي الثانوية

العامة فما دون لصالح حاملي الثانوية العامة فما دون.

الجدول (4-21)

اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير المؤهل العلمي في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة

الفرق بين المتوسطات	المؤهل العلمي	
1.100	بكالوريوس	ثانوية عامة فما دون

ثالثاً: تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي

الجدول (4-22)

اختبار تحليل التباين الأحادي في تأثير في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي

مستوى الدلالة	قيمة F	درجة الحرية	الانجراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	القطاع الإعلامي
*0.031	3.545	2	1.323	3.91	92	قطاع عام
			1.003	4.35	104	قطاع خاص
			1.033	4.00	16	القطاعات معا
			1.169	4.13	212	Total

من خلال النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه، نلاحظ بأن قيمة F كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا لقبول بالفرضية التي تنص على: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي، ومن خلال النتائج الظاهرة في الجدول أدناه لاختبار شيفيه للفروقات البعدية نلاحظ بأن الفروقات كانت ما بين العاملين بالقطاع العام والعاملين في القطاع الخاص لصالح العاملين في القطاع الخاص.

الجدول (4-23)

اختبار شيفيه للفروقات البعدية لتأثير القطاع الإعلامي في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة

الفرق بين المتوسطات	القطاع	
-.433*	قطاع خاص	قطاع عام

الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يعرض هذا الفصل أهم نتائج الدراسة وفرضياتها مع مناقشتها والتعليق عليها، ثم ينتهي بالتوصيات.

أولاً: مناقشة نتائج أسئلة الدراسة

مناقشة نتائج السؤال الأول: كيف تتعامل غرف الأخبار في المؤسسات الإعلامية مع المعلومات بشكل عام؟

أظهرت نتائج الدراسة أن فقرات هذا المحور حازت على وسط حسابي كلي بلغ (4.31) وتراوحت الأوساط الحسابية لجميع الفقرات بين (4.11 - 4.57) وجميعها من المستوى المرتفع.

وقد جاءت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "يدرك المحررون أن المعلومات المضللة تزعزع الأمن الوطني والقومي في المنطقة" بوسط حسابي مرتفع بلغ (4.57)، بينما جاءت الرتبة الثانية للفقرة "يستفاد من التحريات الرسمية في التثبت من المعلومات" بوسط حسابي بلغ (4.36) وهو من المستوى المرتفع أيضاً.

وبالعودة إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية، فإن على المحررين في غرف الأخبار الأخذ بالاعتبار تأثير المعلومات المضللة على الأمن الوطني والقومي أو ما تسميه المجتمع.

مناقشة نتائج السؤال الثاني: كيف تتصرف غرف الأخبار مع أخطاء تحصل نتيجة نشر المعلومات المضللة؟

أظهرت نتائج الدراسة أن فقرات هذا المحور حازت على وسط حسابي كلي مرتفع بلغ (4.07) وتراوحت الأوساط الحسابية لجميع الفقرات بين (3.04 - 4.19) وهي بين المستوى المتوسط والمستوى المرتفع.

وقد جاءت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "التشدد في التعامل مع المعلومات المضللة والتصدي لها" بوسط حسابي بلغ (4.19) وهو من المستوى المرتفع، بينما جاءت الرتبة الثانية للفقرة "امتلاك مهارات التحقق من صحة الأخبار والمعلومات" بوسط حسابي مرتفع أيضا بلغ (4.13).

وفي هذا الصدد على المحررين والإعلاميين عموما امتلاك مهارات متعددة منها الكشف عن المحتوى المضلل الذي يمكن أن يتمثل في صورة تلاعب بالأخبار، أو بالألفاظ التي تقدم للجماهير، كما يمكن أن يتمثل في تزيف للصور، أو للتسجيلات الصوتية، ونحوها، كما يمكن أن يتمثل المحتوى المضلل في صورة التحريف في استطلاع الرأي، إلى غير ذلك من صور كما أوضحت دراسة واعر (2021)

مناقشة نتائج السؤال الثالث: ما الإجراءات التي تساهم في تعزيز التحقق من صحة المعلومات؟
أظهرت نتائج الدراسة أن فقرات هذا المحور حازت على وسط حسابي كلي مرتفع بلغ (3.84) وتراوحت الأوساط الحسابية لجميع الفقرات بين (3.42 - 4.38) وهي بين المستوى المتوسط والمرتفع.

وقد جاءت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "تأكد من تاريخ وزمن الأحداث التي تناولها الخبر ومن حقيقة المصادر والأسئلة والقيم والصفات التي يعكسها الخبر" بوسط حسابي بلغ (4.38) وهو من المستوى المرتفع، بينما جاءت الرتبة الثانية من نصيب ثلاث فقرات هي: "حظر الصفحات أو الحسابات التي تنشر الأخبار المزيفة" ثم الفقرة "يتم الاعتماد على خبرة الصحفيين الشخصية والمهنية للتأكد من صحة المعلومات" والفقرة "تتبع غرفة الأخبار أساليب فنية للتحري عن صحة الأخبار والمعلومات" وبوسط حسابي مرتفع بلغ (4.02).

وقد أبرزت دراسة (الدارمي، 2022) أهمية تفعيل قوانين وضوابط تلزم كافة المؤسسات الإعلامية المحلية بالتقصي والشفافية في نقل الأخبار والاستعانة بمصادر موثوقة. بينما دعت دراسة (Philip M. Napoli (2018) إلى أننا بحاجة إلى إعادة التفكير في العناصر الأساسية لإدارة وسائل الإعلام على أساس مفهوم متجدد للمصلحة العامة. وهو ما يتفق مع مبادئ المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

مناقشة نتائج السؤال الرابع: ما المهارات التي يمتلكها المحررون في سبيل كشف المعلومات المضللة؟

أظهرت نتائج الدراسة أن فقرات هذا المحور حصلت على وسط حسابي مرتفع بلغ (4.02)، وتراوحت جميع الفقرات بين (3.85 - 4.13)، وكانت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "وعي المحرر بالتعامل مع الأجنذات المقصودة" بوسط حسابي مرتفع بلغ (4.13)، وجاءت الرتبة الثانية بوسط حسابي مرتفع (4.06) وبمشاركة بين فقرتين هما: "يملك المحررون مهارات التحقق من مصادر المعلومات"، والفقرة "الحياد في نشر المعلومات وعدم تحيز المحررين لجهة معينة"، وجاءت الرتبة الثالثة والأخيرة من نصيب الفقرة "عدم مبالغة المحرر بنشر عناوين المعلومات" بوسط حسابي مرتفع بلغ (3.85).

مناقشة نتائج السؤال الخامس: ما التأهيل العلمي والمهني للمحررين الذي يسهم في مواجهة الأخبار المضللة؟

أظهرت نتائج الدراسة أن فقرات هذا المحور حازت على وسط حسابي كلي بلغ (3.95) وتراوحت الأوساط الحسابية لجميع الفقرات بين (3.77 - 4.11) وهي من المستوى المرتفع.

وقد جاءت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "تحسن المستويات المهنية للمحررين من الواقع الإعلامي في العصر الرقمي" بوسط حسابي مرتفع بلغ (4.11)، بينما جاءت الرتبة الثانية للفقرة "يدرك المحررون حاجتهم إلى التطور المهني في نشر المعلومة" بوسط حسابي مرتفع بلغ (4.06).

مناقشة نتائج السؤال السادس: ما طبيعة التقنيات الحديثة الموظفة في نشر المعلومات؟
تظهر بيانات هذا المحور أن فقرات هذا المحور وعددها ثلاث حازت على وسط حسابي كلي
بلغ (4.14) وهو من المستوى المرتفع. وحازت جميع الفقرات على أوساط حسابية مرتفعة وفق
الترتيب التالي:

"استخدام الوسائط المتعددة يساهم في تحسين جودة المعلومات المنشورة" ثم "تهتم المؤسسات
الإعلامية في استخدام التقنيات الحديثة في نشر المعلومة"، وأخيرا الفقرة "استخدام المؤسسات
الإعلامية لتقنيات البث الحديثة في نقل الصوت والصورة بشكل مباشر".

في هذا السياق فقد أشارت دراسة (عبد الله، 2019) أن آليات التضليل الإعلامي لم تعد تقليدية
في انتهاج آليات الدعاية السوداء وصناعة الحروب النفسية المتعارف عليها، عن طريق نشر الأخبار
السلبية التي تثير الفرع والرغبة وتحط من معنويات المواطنين. وهو ما يستدعي وعي المحررين
والإعلاميين لمثل هذه الآليات.

مناقشة نتائج السؤال السابع: ما العوامل المؤثرة في جودة المضمون الصحفي؟
أظهرت نتائج الدراسة أن فقرات هذا المحور حازت على وسط حسابي كلي بلغ (4.13) وتراوحت
الأوساط الحسابية لجميع الفقرات بين (3.71-4.40) وجميعها من المستوى المرتفع.

وقد جاءت الرتبة الأولى من نصيب الفقرة "يتأثر المضمون الصحفي بالخبرات المهنية للمحررين"
بوسط حسابي بلغ (4.40) وهو من المستوى المرتفع، بينما جاءت الرتبة الثانية للفقرة "يتأثر المضمون
الصحفي بتوجهات المؤسسة الإعلامية وسياستها التحريرية" بوسط حسابي بلغ (4.32) وهو من
المستوى المرتفع.

ثانياً: مناقشة نتائج فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغيرات (الفئة العمرية، المؤهل العلمي، القطاع الإعلامي الذي يعملون به).

أولاً: تبعاً لمتغير الفئة العمرية

من خلال النتائج تبين "وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير الفئة العمرية، وتبين بأن الفروقات كانت ما بين من تتراوح أعمارهم (30-40 سنة) من جهة وبين من تقل أعمارهم عن 30 سنة ومن تزيد أعمارهم عن 50 سنة من جهة أخرى لصالح من تقل أعمارهم عن 30 سنة ومن تزيد أعمارهم عن 50 سنة، وما بين من تزيد أعمارهم عن 50 سنة من جهة وبين من تتراوح أعمارهم ما بين (41-50 سنة) لصالح من تزيد أعمارهم عن 50 سنة.

ثانياً: تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

من خلال النتائج الظاهرة في الجدول أعلاه، نلاحظ بأن قيمة F لم تكن دالة إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من (0.05)، مما يؤدي بنا لقبول بالفرضية التي تنص على: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha = 0.05$) في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير المؤهل العلمي.

ثالثاً: تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي

من خلال النتائج تبين "وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات المهنية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي" وتبين أن الفروقات كانت ما بين العاملين بالقطاعين والعاملين في القطاع العام فقط لصالح العاملين في القطاعين.

الفرضية الرئيسية الثانية- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغيرات (الفئة العمرية، المؤهل العلمي، القطاع الإعلامي الذي يعملون به).

أولاً: تبعاً لمتغير الفئة العمرية

من خلال النتائج تبين "وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير الفئة العمرية". وقد تبين بأن الفروقات كانت ما بين من تقل أعمارهم عن 30 سنة من جهة ومن تزيد أعمارهم عن 50 سنة ومن تتراوح أعمارهم ما بين (41-50 سنة) وما بين (30-40 سنة) من جهة أخرى لصالح من تزيد أعمارهم عن 50 سنة ومن تتراوح أعمارهم ما بين (41-50 سنة) وما بين (30-40 سنة).

ثانياً: تبعاً لمتغير المؤهل العلمي

من خلال النتائج تبين "عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير المؤهل العلمي".

ثالثاً: تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي

من خلال النتائج تبين "وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير الخبرات العلمية للمحررين في المضمون الصحفي تبعاً لمتغير القطاع الإعلامي" وتبين بأن الفروقات كانت ما بين العاملين بالقطاعات والعاملين في القطاع العام والخاص من جهة أخرى لصالح العاملين في القطاعين.

الفرضية الرئيسية الثالثة- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعا لمتغيرات (الفئة العمرية، المؤهل العلمي، القطاع الإعلامي الذي يعملون به).

أولاً: تبعا لمتغير الفئة العمرية

من خلال النتائج تبين "وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعا لمتغير الفئة العمرية"، وقد تبين بأن الفروقات كانت ما بين من تقل أعمارهم عن 30 سنة من جهة ومن تتراوح أعمارهم (30-40 سنة) وما بين (41-50 سنة) من جهة أخرى لصالح من تقل أعمارهم عن 30 سنة، وما بين من تزيد أعمارهم عن 50 سنة من جهة ومن تتراوح أعمارهم ما بين (30-40 سنة) وما بين (41-50 سنة) من جهة أخرى لصالح من تزيد أعمارهم عن 50 سنة.

ثانياً: تبعا لمتغير المؤهل العلمي

من خلال النتائج تبين "وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعا لمتغير المؤهل العلمي"، وقد تبين بأن الفروقات كانت بين حاملي البكالوريوس وبين حاملي الثانوية العامة فما دون لصالح حاملي الثانوية العامة فما دون.

ثالثاً: تبعا لمتغير القطاع الإعلامي

من خلال النتائج تبين "وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha \geq 0.05$) في تأثير ملكية المؤسسة في المضمون الصحفي إن كانت عامة أو خاصة تبعا لمتغير القطاع الإعلامي"، وقد تبين بأن الفروقات كانت ما بين العاملين بالقطاع العام والعاملين في القطاع الخاص لصالح العاملين في القطاع الخاص.

ثالثاً: أهم نتائج الدراسة

1. أظهرت نتائج الدراسة أن المسؤولية المهنية تساهم في التنوع والتمثيل العادل، ويجب أن تسعى غرف الأخبار إلى تحقيق التنوع والتمثيل العادل في فرق العمل وتغطية الأخبار، وأن يتم تمثيل وجهات النظر المختلفة والمصادر المتنوعة للحصول على تحليلات وآراء متعددة.
2. أظهرت نتائج الدراسة أن نظرية المسؤولية الاجتماعية ونظرية حارس البوابة، توفران إطاراً لفهم دور ومسؤولية وسائل الإعلام في تحقيق المصلحة العامة والتعامل مع التضليل الإعلامي.
3. أظهرت نتائج الدراسة أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تتعامل مع المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية لوسائل الإعلام.
4. أظهرت نتائج الدراسة أن نظرية حارس البوابة تركز على عملية اختيار وتحديد الأخبار التي يتم نشرها وتناولها من قبل الوسائل الإعلامية.
5. يدرك المحررون في غرف الأخبار بدرجة مرتفعة أن المعلومات المضللة تزعزع الأمن الوطني والقومي في المنطقة، ويدركون كذلك خطورة نشر المعلومات المضللة، وهم يعتمدون على معلومات من مصادر موثوقة، ويستطيعون التمييز بين المعلومات المضللة والصحيحة.
6. يعتمد المحررون في غرف الأخبار بدرجة مرتفعة على مبدأ التشدد في التعامل مع المعلومات المضللة والتصدي لها، وامتلاك مهارات التحقق من صحة الأخبار والمعلومات،
7. إن أهم آليات التحقق في غرف الأخبار هي التحقق من المصادر والاسئلة والقيم والصفات التي يعكسها الخبر، وحظر الحسابات التي تنشر الأخبار المزيفة، ثم بعقد حملات توعية حول خطورة المعلومات المضللة.

8. أظهرت نتائج الدراسة أن أهم المهارات التي يمتلكها المحررون في سبيل كشف المعلومات المضللة يتمثل في وعي المحررين في التعامل مع الأجندات المقصودة، وامتلاكهم لمهارات التحقق من مصادر المعلومات والحياد في نشر المعلومات.
9. أظهرت نتائج الدراسة أن التأهيل المهني للمحررين يحسن من الواقع الإعلامي في العصر الرقمي، وأن المحررين بحاجة دائمة لتطوير مهاراتهم المهنية.
10. أظهرت النتائج أن استخدام الوسائط المتعددة يساهم في تحسين جودة المعلومات المنشورة، إلى جانب استخدام التقنيات الحديثة في نشر المعلومة.
11. أظهرت النتائج أن المضمون الصحفي أكثر ما يتأثر بالخبرات المهنية للمحررين، ثم بتوجهات المؤسسة الإعلامية وسياستها التحريرية، ثم بمستوى أو سقف الحريات الصحفية في البلاد عموماً.
12. أظهرت نتائج الدراسة أن المسؤولية المهنية تساهم في تعزيز الشفافية، فيما يتعلق بالعملية التحريرية ومصادر تمويلها.

رابعاً: توصيات الدراسة

1. توصي الدراسة باستمرار عقد الندوات والمحاضرات وورشات العمل لتوعية الإعلاميين بأساليب التضليل وسبل مواجهتها والحد منها في وسائل الإعلام.
2. توصي الدراسة بأن يتم تدريب الإعلاميين على استخدام البرامج المحوسبة التي تساهم في التحقق من صحة الأخبار والمعلومات، وكذلك محاولة أخذ الأخبار والمعلومات من مصادرها قبل القيام بنشرها.
3. عدم الاعتماد على حسابات وسائل التواصل الاجتماعي وكثير من المواقع الإلكترونية التي يهملها زيادة الانتشار وتحقيق الأرباح على حساب المحتوى وعلى حساب القواعد المهنية والأخلاقية للنشر.
4. تعزيز التأهيل المهني للمحررين والاستمرار في عقد دورات تدريبية في هذا المجال وهو ما يحسن من الأداء الإعلامي ويعزز من قدرتهم على التعامل مع المعلومات والأخبار المضللة.

قائمة المراجع والمصادر

أولاً: المراجع باللغة العربية

القرآن الكريم

أبو الحمام، عزام (2017). نظرية حارس البوابة لإعلامية في ظل البيئة الجديدة لتكنولوجيا الإعلام، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية 1(4)، 25-35.

أبو عبدون، يوسف (2020)، توظيف صحافة البيانات داخل غرف الأخبار في وسائل الإعلام الأردنية، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

الإمام، دانا (2022). "التحقق من صحة المعلومات" ... مسؤولية الإعلام ودور مُستخدمي التواصل الاجتماعي، مقال منشور أنظر الرابط: <https://www.akeed.jo/ar/post/2610>

بودربالة، شوالي (2021). الإعلام المرئي والتضليل الإعلامي للرأي العام في قضية مقتل الرئيس رفيق الحريري دراسة تحليلية مقارنة لعينة من برامج قناتي *Al Jadeed News* و *rt Arabic* خلال *Mémoire de Master, Université 2020*، الجزائر.

بونقاب، جمال الدين، ونوى محمد (2020) التضليل الإعلامي ومنظمة ناشيونال جيوغرافيك دراسة وصفية تحليلية. جامعة الشهيد محمد لخضر - الوادي معهد العلوم الاسلامية قسم اصول الدين. تم الإطلاع عليه: 2023/3/13

جبار، زهراء (2019). المسؤولية الاجتماعية للصحافة الإلكترونية دراسة في مواقع (المركز الخبري لشبكة 25 الإعلام العراقي، الجزيرة نت، بي بي سي، مجلة أهل البيت، 1(24)، 420-460

حجاب، محمد منير (2016). نظريات الاتصال، ط1، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع. مصر

حسام الدين، محمد (2010). المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

حسنيين، حنان محمد إسماعيل (2018). المسؤولية الاجتماعية لأخصائي الإعلام التربوي وعلاقتها بأدائه المهني في 11 المدارس. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، 13(2)، 31-41

الحسون، رسول (2018). *تقنيات التضييل الإعلامي*، وكالة انباء الإعلام العراقي، الموقع الإلكتروني للوكالة على الشبكة الدولية (الانترنت)، تم الاطلاع 2023/04/15.

حمودة، عبد الواحد (2021). الدور الوسيط للتحيزات المعرفية في العلاقات بين التضييل المعرفي حول كورونا والبخل المعرفي والتفكير المنفتح النشط لدى عينة من طلاب الجامعة. *المجلة المصرية للدراسات النفسية*، 1(3)، 22-60.

الحنفاوي، محمد (2022). دور الهيئات الإعلامية الثلاث في تعزيز المعايير المهنية وتطوير الأداء الإعلامي "دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين"، *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، 2(23)، 387-445.

الربيعي، أكرم فرج (2017). *الخطاب الإعلامي وتكتيك استعمال مفارقة التورية*، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

الزويني، خلود سلام (2021). المسؤولية الإعلامية للقائم بالاتصال وانعكاسها على تغطية الاحداث الامنية - دراسة ميدانية للعاملين في قناتي (الشرقية والسومرية)، *مجلة Lark Journal*، 2(19)، 2663-5836.

الزين، حسن (2017). دور التضييل الإعلامي في الحرب الناعمة، مركز المعارف للدراسات، - تم الاطلاع 2023/04/15 انظر الرابط: <https://almaarefcs.org/4658/296>

الشميمري، فهد بن عبد الرحمن (2021). *التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام*. الرياض: د.ن.

الطائي، مصطفى حميد (2019). معايير الجودة والابتكار في الإنتاج التلفزيوني دراسة ميدانية على عينة من المتخصصين والعاملين في الإعلام بدولة الإمارات 2018 - 2019، *مجلة الباحث الإعلامي*، العدد (42)، كلية الإعلام والعلوم الإنسانية، جامعة عجمان.

عبد الغفار، عادل (2013). *أبعاد المسؤولية الاجتماعية للقنوات الفضائية المصرية الخاصة - دراسة تطبيقية على برامج الرأي المقدمة بقناة دريم*. المؤتمر العلمي السنوي التاسع: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

عبد الله، إيمان محمد حسني. (2019). آليات التضليل الإعلامي في الخطاب الخبري للصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيسبوك. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مج. 18(1)، 1-50.

عبد الحميد، محمد (2000). *نظريات الإعلام واتجاهات التأثير*. ط2، القاهرة: عالم الكتب.

عبدالرحمن، غادة أحمد (2017). أبعاد المسؤولية المهنية والأخلاقية للبرامج الحوارية بالقنوات الفضائية الحكومية والخاصة في معالجة الأزمات الاقتصادية. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 11(3)، ص 473-514.

العطواني، عبد الحسين كاظم مريخ (2018). التضليل الإعلامي في بث المعلومات. *مجلة الباحث الإعلامي*، مج. 2018، ع40، 107-130.

علال، حنان (2018). أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد، *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية*، 2(5)، 300-356.

علي، محمود إسماعيل (2015). *الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية*، ط 2، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية.

كيلاني، حنان (2015). التضليل الإعلامي وعلاقته بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، 4 (14)، 219-289.

اللبان، شريف (2018). تقييم أداء الإعلام المصري في ظل الهيئات الإعلامية الثلاث ونقابة الإعلاميين، *المركز العربي للبحوث والدراسات*، 3(4).

مدفوني، جمال (2018). وسائل الإعلام والمجتمع - التربية الإعلامية لمواجهة التضليل. *مجلة العلوم الانسانية لجامعة أم البواقي*، 5(12)، 210-230.

مراد، كامل (2015). *الاتصال الجماهيري والإعلام "التطور، الخصائص، النظريات"*، ط1، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

المشاقبة، أحمد (2011). *نظريات الإعلام*، ط1، الأردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.

مكتبي، غياث محمد (2010). *الإعلام الإسلامي، واقع وطموح*، ط2، دار المكتبي، دمشق، سوريا.

مكيري، فلة (2018). الأنواع الصحفية في الصحافة الإلكترونية " دراسة تحليلية لعينة من الصحف في الصحافة الإلكترونية العربية، إطروحة دكتوراة في ميدان علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، الجزائر.

مكرتار، خيرة (2017). جوان دور حارس البوابة في ظل الإعلام الجديد، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، 5(2).

واعر، ممدوح (2021). المحتوى الإعلامي المضلل " دراسة فقهية، مجلة الزهراء، 31(31)، 5-210.

يخيث، السيد (2012). الأنترنت كوسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية

- Albertazzi, D. Cobey, p (2010). *The media: An introduction*. (3th ed), pearson, UK.
- Babran, S, A., & Ahadzadeh S., (2010). Audiences' Perception of Media Ethics Principles on Iran TV News" *Intercultural Communication Studies XIX: 3*, p125.
- Benkelman, A. Mantas, Q. (2020). *Do no harm: Debunking without amplification*, [article:https://www.poynter.org/fact-checking/2020/do-no-harm-debunking-without-amplification/](https://www.poynter.org/fact-checking/2020/do-no-harm-debunking-without-amplification/)
- Chari, T. (2013). New communication technologies and journalism ethics in Zimbabwe: Practices and malpractices. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 3(2), 112.
- Erik, B. (2012). Living in the information age: a new media reader, *Australia wads worth*, PP. 289 -290 Ech
- James E. Katz & Juan Pablo Miranda. (2019). *The Paradox of participation Versus Misinformation* *social Media*, Political Engagement and the Spread of Misinformation, Digital Journalism.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610 & Bartlett, Kotrlik, & Higgins, 2001, P.48).
- Mareekh, D. A. K. (2018). Mass Media Communications Misdirecting in Broadcasting Information. *ALBAHITH ALALAMI*, 10(40), 107–130.

الملحقات

الملحق (1)

قائمة بأسماء السادة محكمي الاستبانة

الرقم	الاسم	الرتبة	التخصص	مكان العمل
1.	الاستاذ الدكتور عزت حجاب	استاذ	سياسيات إعلامية	جامعة الشرق الاوسط
2.	الدكتور محمد المومني	استاذ مشارك	الصحافة والإعلام	جامعة الشرق الاوسط
3.	الدكتور احمد عريقات	استاذ مشارك	الإذاعة والتلفزيون	جامعة الشرق الاوسط
4.	الدكتور محمود الرجبي	أستاذ مساعد	الإعلام الرقمي	جامعة الشرق الاوسط
5.	الدكتورة ليلي جرار	أستاذ مساعد	الصحافة والإعلام	جامعة الشرق الاوسط

الملحق (2) الاستبانة بصورتها النهائية



السلام عليكم ورحمة الله وبركاته وبعد

تقوم الباحثة بإعداد دراسة بعنوان " المسؤولية المهنية لغرف الأخبار في وسائل الإعلام في مواجهة التضليل الإعلامي " وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من جامعة الشرق الأوسط، لجمع بيانات الدراسة حيث من المؤمل أن توزع على الإعلاميين الأردنيين في وسائل الإعلام الحكومية والخاصة. وأرفق لحضرتكم مشكلة الدراسة وأهدافها وأسئلتها لغرض متطلبات التحكيم.

شاكراً لكم تعاونكم وأقبلوا مني فائق الاحترام والتقدير،،،

الباحثة: لندا صابر خالد المواجدة

المشرف: د. كامل خورشيد مراد

القسم الأول

المعلومات الديموغرافية

يرجى وضع إشارة (✓) في الخانة التي تنطبق عليك.

الجنس

ذكر

أنثى

المؤهل العلمي

الثانوية العامة فما دون

بكالوريوس

دراسات عليا

الفئة العمرية

أقل من 30 سنة

من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة

من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة

من 50 سنة فأكثر

المنصب الوظيفي

مندوب

محرر

مدير تحرير

رئيس تحرير

رئيس قناة تلفزيونية / إذاعية

مدير الأخبار، ورقية، إلكترونية

صحفي

مسؤول ومعد برامج

وظائف إدارية أو فنية

القسم الثاني

أسئلة الإستهانة

- الرجاء التعبير عن الدرجة التي تتفق فيها أو لا تتفق بها مع البيانات التالية:

الرقم	العبارة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً
المحور الأول: تعامل غرف الأخبار مع المعلومات						
1.	تعتمد غرفة الأخبار التي أعمل بها على معلومات من مصادر موثوقة					
2.	يتم التمييز بين المعلومات المضللة والصحيحة					
3.	يتم الاعتماد على خبرة الصحفيين الشخصية والمهنية للتأكد من صحة المعلومات					
4.	تتبع غرفة الأخبار أساليب فنية للتحري عن صحة الأخبار والمعلومات					
5.	تلجأ غرفة الأخبار إلى الإعتماد على البث المباشر للتأكد من صحة المعلومات					
6.	يتم اللجوء إلى إجراء التحقيقات الإعلامية اللازمة في التأكد من المعلومات المضللة					
7.	يستفاد من التحريات الرسمية في التثبت من المعلومات					
8.	إدراك المؤسسة الإعلامية والعاملين بها أساليب المعلومات المضللة كالتهويل والتضخيم					
9.	يدرك المحررون خطورة نشر المعلومات المضللة					
10.	يدرك المحررون أن المعلومات المضللة تزعزع الأمن القومي في المنطقة					
11.	الإبتعاد عن الأحكام والأوصاف في تحرير المعلومات					
12.	يحترم المحررون أخلاقيات العمل الصحفي في نشر المعلومة					
13.	إدراك المؤسسة الإعلامية والعاملين بها خطورة نشر المعلومات المضللة على المجتمع					
المحور الثاني: كيف تتصرف غرف الأخبار مع أخطاء الحاصلة نتيجة نشر المعلومات المضللة						
14.	الإفصاح والشفافية في التعامل مع المعلومات المضللة					
15.	امتلاك مهارات التحقق من صحة الأخبار والمعلومات					
16.	معرفة المؤسسة الإعلامية بأنماط التلقي الرشيد مع كافة الوسائط الإعلامية لدى الجمهور					

الرقم	العبارة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً
17.	التشدد في التعامل مع المعلومات المضللة والتصدي لها					
18.	تشرح المؤسسة الإعلامية المعلومة الصحيحة بطريقة بعيدة عن التعقيد					
19.	تتيح المؤسسة الإعلامية للجمهور للتواصل معها من أجل الوصول إلى حقيقة المعلومات الزائفة أو المثيرة للجدل.					
المحور الثالث: آليات التحقق من صحة المعلومات						
20.	عقد حملات توعية بخطورة المعلومات المضللة					
21.	حظر الصفحات أو الحسابات التي تنشر الأخبار المزيفة					
22.	اللجوء إلى مقاضاة مصادر المعلومات المضللة					
23.	استخدام المؤسسات الإعلامية برامج المستكشف والتحقق من صحة الأخبار					
24.	تستخدم المؤسسة الإعلامية منصات "مسبار وأكد" في التحقق من المعلومات المضللة					
25.	تأكد من تاريخ وزمن الأحداث التي تناولها الخبر					
المحور الرابع: المهارات التي يمتلكها المحررون						
26.	يملك المحررون مهارات التحقق من مصادر المعلومات					
27.	الحياد في نشر المعلومات وعدم تحيز المحررين لجهة معينة					
28.	وعي المحرر بالتعامل مع الأجندات المقصودة.					
29.	عدم تهويل المحرر بنشر عناوين المعلومات					
المحور الخامس: التأهيل العملي والمهني للمحررين						
30.	يستند العمل الصحفي على أسلوب العلمي والمهني للمحررين					
31.	استنفس من الأصدقاء والزملاء في المهنة					
32.	يدرك المحررون حاجتهم إلى التطور العلمي والمهني في نشر المعلومة					
33.	تحسن المستويات العلمية والمهنية للمحررين من واقع الإعلامي في العصر الرقمي					
34.	يتبع المحررون السياسات والاتجاهات العامة في تحسين جودة الإعلام					
35.	يتأثر المضمون الصحفي باتجاهات المهنة والعلمية للمحررين					
36.	يتأثر المضمون الصحفي باتجاهات العلاقات الوظيفية بين المحررين على إختلاف مستوياتهم المهنية والعلمية					

الرقم	العبارة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	أبداً
37.	يتأثر الناتج الإعلامي بالعوامل الخارجية للمحررين كالمستوى الاقتصادي والاجتماعي لهم					
38.	أعطي معلومات حول الخبر وأعبر عن وجهة نظري					
39.	يراعي المحررون الصياغة اللغوية والإملائية للمحتوى المنشور					
المحور السادس: توظيف التقنيات الحديثة في نشر المعلومات						
40.	تهتم المؤسسات الإعلامية في استخدام التقنيات الحديثة في نشر المعلومة					
41.	استخدام المؤسسات الإعلامية لتقنيات البث الحديثة في نقل الصوت والصورة بشكل مباشر.					
42.	المؤثرات الصوتية العالية تزيد من جذب الانتباه للأخبار المضللة					
43.	تستخدم المؤسسات الإعلامية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر المعلومات.					
44.	تعتمد المؤسسات الإعلامية على تقنيات التأثير في نشر المعلومات					
45.	استخدام الوسائط المتعددة في تحسين من جودة المعلومات المنشورة.					