

الانفوجرافيك والتصدي للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

"دراسة ميدانية"

أ. لمياء عرابي محمد ابو عيانة

باحثة دكتوراه بكلية الآداب، جامعة الاسكندرية

الملخص :

الانفوجرافيك من الوسائل الحديثة التي تساعد علي نشر المعلومات الصحيحة ومحاربة الاخبار الزائفة وبالرغم من فعالية "السوشيال ميديا" في نقل الأحداث المحلية والعالمية بشكل سريع إلا أنها تعتبر بيئة خصبة لنمو الأكاذيب والشائعات ، واعتمد البحث علي المنهج الوصفي لتوصيف مدي مساهمة الانفوجرافيك في التصدي للأخبار الزائفة التي تهدف لتعزيز انتشار خطاب الكراهية وتدمير المجتمع المصري كما اعتمد البحث علي طريقة المسح الاجتماعي وبخاصة المسح بالعينة واختارت الباحثة عينة قدرها 200 طالب من الشباب الجامعي نظراً لانهم الاكثر استخداماً لتلك المواقع ، وتوصل البحث الي عدة نتائج من اهمها ان الشباب اكثر عرضة للانفوجرافيك من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " كمان أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم بشكل كبير بنشر المعلومات المضللة وبتث خطاب الكراهية ، كما أن المواقع الإلكترونية حالياً تسمح لجميع الأشخاص ومن جميع التوجهات السياسية التعبير بحرية عن آرائهم، فهناك أشخاص يقدمون خطاباً معتدلاً وآخرون يقدمون خطاب أكثر عدوانية ويهتموا بنشر اخبار زائفة لتضليل الوعي .

الكلمات المفتاحية (الانفوجرافيك - الاخبار الزائفة و الشائعات - مواقع التواصل الاجتماعي)

Abstract :

Infographics are one of the modern means that help disseminate correct information and fight fake news. Despite the effectiveness of "Social Media" in conveying local and global events quickly, it is a fertile environment for the growth of lies and rumors. It aims to promote the spread of hate speech and the destruction of the Egyptian society. The research also relied on the method of social survey, especially the sample survey. The researcher chose a sample of 200 university students because they are the most

used of these sites. The research reached several results, the most important of which is that young people are more vulnerable to infographics by browsing them. The social networking sites "Facebook" also that social media contribute greatly to the dissemination of misinformation and the broadcast of hate speech, and the websites currently allow all people from all political orientations to freely express their opinions, there are people who provide a moderate speech and others who present a more aggressive and caring speech Spreading fake news to mislead awareness.

Keywords (infographics - fake news and rumors - social networking sites)

المقدمة :

أدى انتشار تكنولوجيا المعلومات إلى تعدد منافذ وتسارع تدفق المعلومات بشكل متلاحق، وتُشكل شبكة الإنترنت وسيلة إعلامية هامة، تتيح لمستخدميها المتزايدين أنواعاً عديدة من الاتصال واستقاء وتبادل المعلومات في شتى المجالات، وفي السنوات الأخيرة زاد اعتماد الجمهور عليها؛ خاصة وأن عدد مستخدمي الإنترنت في مصر يفوق 40 مليون مستخدم وفقاً لإحصائيات عام 2019 م بكثافة انتشار 48% مقارنة بنحو 37 مليون مستخدم في عام 2018 م بكثافة انتشار 44% مما أسهم في بروز دور الأفراد والجماعات في تبادل وإنتاج المعلومات من خلال استخدام الفضاء الإلكتروني ونشرها بين قطاع كبير من الجمهور، لذا فتحت هذه الوسائل الجديدة المجال لاستخدام أساليب وأدوات متنوعة للتأثير على الرأي العام.¹ وفي عام 2022 ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت ليسجل نحو 68.5 مليون مستخدم في شهر يونيو الماضي بينما كانت نحو 59.7 مليون مستخدم في شهر يونيو عام 2021، بزيادة بلغت نحو 8.8 مليون مستخدم.²

المشكلة البحثية :

الشائعات والأخبار الزائفة ليست بظاهرة جديدة غير أن التطور التقني الحديث ومعه انتشار وسائل الاتصال الحديثة شكلا بيئة آمنة وأرضية خصبة لترويج الأخبار الكاذبة لتعج الساحة الإعلامية بفيض من المواقع الإخبارية الإلكترونية التي تفتقر لأليات عمل مهنة الصحافة كسلطة رابعة ونظراً لانتشار الإنترنت والمواقع الإلكترونية انتشرت الشائعات والأخبار الزائفة بشكل كبير ،

1 نشرة مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لجهاز القومي لتنظيم الاتصالات، مارس 2019 ، ص 1، منشور بموقع الوزارة

Publication/Publication_Summary/6166 <http://www.mcit.gov.eg/Ar/> :

2 مدحت عادل ، " عدد مستخدمي الإنترنت يسجل نحو 68.5 مليون مستخدم في يونيو الماضي" جريدة اليوم السابع ، الثلاثاء، 11 أكتوبر 2022، متاح على

<https://www.youm7.com/story/2022/10/11/%D8%B9%D8%AF%D8%AF->

وانتشار مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي عزز المشكلة كونها غير خاضعة للرقابة عكس باقي الوسائل الإعلامية التقليدية .

اهمية البحث :

تتبع أهمية الدراسة من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لتلقي المعلومات أي لما تتميز به من قدرتها التأثيرية على الجمهور عامة باختلاف مستوياتهم العمرية والثقافية والمهنية، وهذا فضلاً عن انتقاء الجمهور لمواقع التواصل الاجتماعي الأكثر فاعلية مثل الفيس بوك لما تتمتع به من قدرة على استحواد أكبر عدد من الجمهور باختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية والعمرية مقارنة بوسائل التواصل الاجتماعي الأخرى مثل التويتز والانستجرام وغيرهم ، وقدرته الفائقة في تشكيل الراي العام وتوجيهه بالإضافة الي تقنيات الصورة والصوت والتقنيات التكنولوجية الحديثة مما يلجأ الفرد لتكوين صور ذهنية لما يعرض من خلال وسائل التواصل الاجتماعي .

اهداف البحث :

- 1- توضيح دور الانفوجرافيك في التصدي للأخبار المزيفة والشائعات التي تهدف الي تدمير المجتمع المصري
- 2- التعرف على حجم تعرض طلاب الجامعات المصرية للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل.
- 3- معرفة دور مواقع التواصل الاجتماعي في انتشار الشائعات والاخبار المزيفة بشكل كبير.
- 4- معرفة مدي مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى طلاب الجامعات المصرية كمصدر للمعلومات والقدرة على دحض الأخبار الزائفة .
- 5- التعرف على حجم استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي .

تساؤلات الدراسة :

- 1- ما حجم استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- 2- ما حجم تعرض طلاب الجامعات المصرية للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل؟
- 3- هل يستطيع الانفوجرافيك مواجهة الاخبار الزائفة والتصدي للشائعات ؟

الدراسات السابقة :

دراسة "محمد فؤاد محمد الدهراوي " جاءت تلك الدراسة بعنوان " تأثير الإنفوجراف في إصدارات العلاقات العامة على فهم وتذكر المستخدمين: دراسة شبه تجريبية " 2020

استهدفت الدراسة الكشف عن تأثير التصميمات المعلوماتية (الإنفوجراف) على العمليات الإدراكية للمستخدمين من (فهم، وتذكر)، حيث سعت إلى التعرف على ما إذا كان إدخال الإنفوجراف على إصدارات العلاقات العامة (الإلكترونية، والمطبوعة) من شأنه أن يحسن الفهم والتذكر لدى المستخدمين، واستخدمت المنهج التجريبي وطبقت على عينة عمدية قوامها (150) طالباً من طلاب جامعة طنطا. وخلصت إلى عدة نتائج، أهمها: • تشير النتائج في مجملها إلى وجود تأثير إيجابي للإنفوجراف على اكتساب المعلومات على مستوى العمليات الإدراكية للأفراد من (فهم وتذكر). أن النص المصاحب بالإنفوجراف كان أكثر تأثيراً على العمليات الإدراكية للأفراد من (فهم وتذكر). أن الإنفوجراف المتحرك كان أكثر تأثيراً على العمليات الإدراكية للأفراد من (فهم وتذكر). مقارنة بالإنفوجراف الثابت. تفوق الإنفوجراف الثابت على النص من حيث تأثيره على مستوى الفهم والتذكر .³

دراسة " سلوي احمد محمد ابو العلا " جاءت تلك الدراسة بعنوان " استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات: المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجاً " 2020 .

تسعى الدراسة إلى رصد وتحليل استخدام الإنفو جرافيك بالموقع الإلكتروني للمركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء وصفحته الرسمية بالفيس بوك، والوقوف على الدور الذي يؤديه كوسيلة اتصال متطورة وكألية لمواجهة الشائعات، وذلك من خلال تحديد خصائص الإنفو جرافيك المختلفة من حيث الشكل والمضمون من خلال التحليل بشكل كمي وكيفي. وتنتمي هذه الدراسة إلى

3 محمد فؤاد محمد الدهراوي ، " تأثير الإنفوجراف في إصدارات العلاقات العامة على فهم وتذكر المستخدمين: دراسة شبه تجريبية ، مجلة البحوث الاعلامية ، جامعة الأزهر - كلية الاعلام - القاهرة ، 2020 ، ع54، ج3 .

الدراسات الوصفية، التي اعتمدت على منهج المسح وأسلوب المقارنة لرصد أوجه الشبه والاختلاف فيما بين الإنفو جرافيك الخاص بالرد على الشائعات والإنفو جرافيك الخاص بالموضوعات الأخرى من عينة الدراسة، واستخدمت أداتين في التحليل أداة تحليل المضمون وأداة تحليل الشكل، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها: وجود تفوق في المحتوى الكمي للإنفو جرافيك بالموقع الرسمي لرئاسة مجلس الوزراء وصفحته الرسمية على الفيس بوك بلغ (217) نموذجاً خلال فترة الدراسة، وتصدرت موضوعات الوزارات الأكثر ارتباطاً بالجمهور والتي تمس حياة المواطنين كأبرز موضوعات بالإنفو جرافيك عينة الدراسة، فكانت موضوعات وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية في المرتبة الأولى يليها وزارة المالية، ثم وزارة الصحة والسكان، ووزارة التربية والتعليم، ووزارة الزراعة، ثم توالى باقي الوزارات في الترتيب، وبالنسبة للهدف من تقديم الإنفو جرافيك؛ فقد كان التركيز على الرد على الشائعات هو الهدف الرئيس، ولكنه كان مجرد عرض لنص الشائعات بصورة مختصرة والرد عليها بنفس الطريقة، ولم يتضمن إنفو جرافيك الشائعات أي أهداف أخرى كعقد المقارنات أو إظهار العلاقات والروابط المختلفة.⁴

دراسة سحر عبد المنعم محمود الخولي بعنوان " دور الإنفوجرافيك في زيادة انقراطية الجمهور للمحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية: دراسة تحليلية وميدانية " 2020 .
استهدفت الدراسة التعرف على دور الإنفوجرافيك في زيادة انقراطية المحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي استخدمت منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، وقد تحددت عينة الدراسة التحليلية في أربعة مواقع إلكترونية مصرية وبريطانية، تم جمع بياناتها باستخدام أداة تحليل المضمون الكمي والكيفي في الفترة من 1/ 4 / 2020 إلى 31 / 5 / 2020، وتم تحليل عينة قوامها 300 إنفوجراف تم عرضها خلال الفترة الزمنية المحددة، بينما تمثلت عينة الدراسة الميدانية في عينة عمدية من الشباب الجامعي في أربع من الجامعات المصرية الحكومية والخاصة اختيرت بطريقة عشوائية من طلاب كليات الإعلام قوامها 300 مفردة، وتم تطبيق استبانة عليهم عن طريق البريد الإلكتروني في الفترة من أول إبريل حتى آخر مايو 2020، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها: - جاءت الموضوعات

4 سلوي احمد محمد ابو العلا ، " استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات: المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجاً"مجلة

البحوث الاعلامية ، جامعة الازهر - كلية الاعلام ، القاهرة ، 2020 ، ع54، ج1 .

الصحية على رأس قائمة الموضوعات التي تناولها الإنفوجرافيك خلال فترة الدراسة بنسبة 31% من عينة الدراسة؛ حيث تم طرح عددا كبير من الموضوعات الصحية التي تتعلق بمرض كورونا المستجد، وجاءت الأخبار السياسية والأمنية في الترتيب الثاني بنسبة 16.6% من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت الأخبار الاقتصادية في الترتيب الثالث بنسبة 15% من إجمالي العينة، ثم الأخبار الدينية في الترتيب الرابع بنسبة 9.3%، جاء الإنفوجرافيك الثابت على رأس قائمة الأنواع الخاصة بالإنفوجرافيك بنسبة 93%، ثم المتحرك بنسبة 5.6% فالتفاعلي بنسبة 1.3% فقط من العينة في المواقع التي قامت الباحثة بتحليلها⁵

دراسة " احمد محمد صالح العميري " بعنوان " دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا " 2020

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا، وتسعى الدراسة إلى محاولة الإجابة على عدد من التساؤلات والفروض منها: توجد علاقة دالة إحصائياً بين كثافة متابعة الشباب الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا، واعتمدت الدراسة على عينة عمدية من الشباب الجامعي يتعرضون للإنفوجرافيك الخاصة بالدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: أن من أهم أسباب متابعة الشباب بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك، وبلغ حجم العينة (300) مبحوث بكلٍ من (جامعة سيناء - جامعة بورسعيد) في المرحلة العمرية من (18: 21) سنة، وقد استخدم الباحث أداة الاستبانة الإلكترونية وذلك لجمع البيانات الجامعي للإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك هو تبسيط المعلومات التي يقدمها واختصارها وجاء في الترتيب الأول بنسبة 100%، كما أثبتت النتائج وجود علاقة دالة إحصائياً بين درجة اهتمام الشباب بمتابعة الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية ومستوى معلوماتهم تجاه فيروس كورونا.⁶

5 سحر عبد المنعم الخولي ، " دور الإنفوجرافيك في زيادة انقراية الجمهور للمحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية: دراسة تحليلية وميدانية

" مجلة البحوث الاعلامية - جامعة الازهر - كلية الاعلام - القاهرة - 2020 ، ع 54، ج 3 .

6 احمد محمد صالح العميري " دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا" مجلة

البحوث الاعلامية - جامعة الازهر - كلية الاعلام - القاهرة - 2020 ، ع 54 ، ج 4 .

دراسة (Faiz Mubarak Atiqah Asri) 2020 والتي استهدفت التعرف على تأثير استخدام الإنفوجراف في تطوير مهارة الكتابة لدى الطلاب، وذلك بالتطبيق على عينة قوامها 30 مفردة من طلاب وطالبات قسم تكنولوجيا المعلومات في كلية الفنون التطبيقية الحكومية في مالانج، واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي، وأسلوب الملاحظة، وتوصلت الدراسة إلى أن الإنفوجرافيك أسهم بشكل ناجح ومفيد في تحسين مهارات الكتابة لدى الطلاب.⁷

دراسة ريهام درويش 2020 رصد وتحليل دلالة توظيف الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية في موقع News Graphic، وذلك خلال الفترة من 1 سبتمبر، وحتى 30 نوفمبر 2019، بالإضافة إلى رصد القضايا المطروحة في الإنفوجرافيك، والأساليب المكونة للإنفوجرافيك، وتوصلت الدراسة إلى سيطرة القضايا العسكرية على الإنفوجرافيك المتعلق بالقضايا الدولية، يليها القضايا السياسية فالاقتصادية، فيما اعتمد الإنفوجرافيك على العناصر المقروءة والمرئية، إضافة إلى اهتمام الموقع بتوظيف عناصر الجذب البصري من خلال التركيز على الرسوم والألوان.⁸

دراسة هاني البطل 2019 البيوغرافية والجرافيكية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية الإلكترونية المصرية، وذلك بالتطبيق على مواقع البوابة نيوز، مبتدأ، اليوم السابع، حيث اعتمدت الدراسة على عينة عمدية قوامها 200 من الشباب الجامعي يتعرضون للإنفوجرافيك بالمواقع الصحفية، وقد استخدم الباحث أداة المقابلة المقننة، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج منها: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات انقراطية الشباب الجامعي التيبوغرافية، والجرافيكية للإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية محل الدراسة وفقا لنوع الإنفوجرافيك⁹

7 Faiz Ushbah Mubarak, Atiqah Nurul Asri. (2020). "Infographics: Media for Improving Students' Writing Abilities". International Seminar on Language, Education, and Culture, KnE Social Sciences, pp. 78:87. DOI 10.18502/kss.v4i4.6469.

8 ريهام درويش "،" دلالات توظيف الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية: دراسة تحليلية لمنصة News Graphic،"مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 13 ، 2020، ص 257

9 هاني البطل، (انقراطية الإنفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي"، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، العدد 51، 2019، ص 129.

التعقيب على الدراسات السابقة :

1- تنوعت الدراسات السابقة ركزت على استخدام وتوظيف الإنفوجراف سواء فيما يتعلق بتطوير مهارة الكتابة و معالجة القضايا الدولية ومواجهة الشائعات ومدى انقراطية الشباب الجامعي البيوغرافية. والجغرافية للإنفوجرافيك وتأثير استخدام الإنفوجراف في الصحافة الإلكترونية وفي إعداد الأخبار والحصول عليها وتقييمها وتوظيف الإنفوجراف في المواقع الإخبارية الصحفي العمل في واستخداماته .

2- تنوعت الدراسات ما بين تحليلية، وميدانية، وإن كان التركيز على الدراسات الميدانية بشكل أكبر، كما اعتمدت الدراسات السابقة في مجملها على منهج المسح، والمنهج التجريبي (شبه التجريبي)، وأساليب تحليل المضمون، والاستبيان والمقابلة.

الاطار النظري للدراسة :

تري الباحثة ان نظرية ثراء الوسيلة هي النظرية المناسبة لدراسة الإنفوجرافيك، لمعرفة كيفية استخدام المواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للإنفوجرافيك لتقديم مضمون ثري بالمعلومات بشكل بسيط يجذب القارئ، فالوسيلة التي توصفُ بالثراء هي التي لها خصائص معينة، وقدرة على تقديم المعلومات بالطريقة التي تزيلُ الغموض والشك من المتلقي عند التعرض للرسالة أو الموضوع المُقدم، وذلك من خال استخدام مزيج من العناصر والوسائط الحديثة المناسبة لتوصيل الرسائل للجمهور وفقاً لطبيعة الموضوع، ولا سيما في ظل وجود بعض الموضوعات التي تحظى بقدر كبير من الغموض، وتحتاج لنوع من التوضيح عند عرض المعلومات بها، فيأتي دور الإنفوجرافيك في إزالة هذا الغموض، أو إظهار روابط وعلاقات، أو توضيح التغير الزمني، هذا بالإضافة إلى استخدامه للرد على الشائعات الاخبار الكاذبة ، وتوضيح تفاوت تحقق أبعاد الثراء في الإنفوجرافيك عبر المواقع الإلكترونية محل الدراسة، من حيث الأبعاد التي تتحقق بقوة والأبعاد التي تتحقق بقدر أقل والتي تتمثل في :تعدد الرموز التي تعنى تعدد العناصر المستخدمة في الإنفوجرافيك سواء العناصر المقروءة كالنص والعناوين أو العناصر المرئية الجغرافية :الرسوم والصور والخرائط والألوان، واستخدام اللغة الطبيعية التي تعني استخدام لغة تساعد في تبسيط الأرقام والإحصائيات¹⁰ وكذلك وضوح السياق أو المسار الذي

يحمل المعلومات، وأخيراً جودة التصميم من خلال استخدام الرسوم المناسبة والألوان المتناسقة، قام بوضع النظرية كل من ريتشارد دافت Daft.L Richard وروبرت لينجل Lengel.H Robert وتم استخدامها لتصنيف وتقييم وسائل اتصالية معينة ، كما تستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل العالمية لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتؤكد النظرية على أن فعالية الاتصال التكنولوجية وفقاً تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة .¹¹

تركز النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة وطبقاً لنظرية ثراء وسائل الاعلام فإن الوسائل الاعلامية التي توفر رجع صدى تكون أكثر ثراء¹² وتفترض هذه النظرية فرضين أساسيين :- **الفرض الأول:** أن الوسائل الاعلامية والتكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات بالإضافة الى تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها .**الفرض الثاني :** هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الاعلامية مرتبة من الأعلى الى الأقل من حيث درجة الثراء الاعلامي وهي سرعة رد الفعل ، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، التركيز الشخصي على الوسيلة ، واستخدام اللغة الطبيعية.¹³

نوع البحث ومنهجه :

يعد البحث من البحوث الوصفية التي تهتم بوصف وتحليل وتشخيص خصائص مجموعة معينة أو موقف معين ودراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة، أو موقف، أو مجموعة من الناس والأحداث، حيث اهتمت هذه الدراسة بتوصيف الانفوجرافيك و دوره في مواقع

11 حاتم سليم العلوانة ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري . دراسة ميدانية على النقبانيين في اربد " .

ورقة عمل مقدمة الى المؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير" . كلية الآداب ، جامعة فلانديا ، عمان/الأردن ، 2012

12 أولجا جوديس بيلي وآخرون . فهم الاعلام البديل . ترجمة علا أحمد صلاح . القاهرة . مجموعة النيل العربية . 2009 .

13 مرفيت الطرابيشي ، عبد العزيز السيد . نظريات الاتصال . القاهرة . دار النهضة العربية ، 2006 .

التواصل الاجتماعي ومدى قدرته علي التصدي للأخبار الزائفة والشائعات ، كما اعتمدت الباحثة في هذا الإطار على منهج المسح الاجتماعي بالعينة .

أداة جمع البيانات:- اعتمد البحث على الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث تم تطبيقه علي 200 شاب من طلاب جامعة كفر الشيخ .

اختبار الصدق والثبات :- نظرا لأهمية اختبار الصدق والثبات قامت الباحثة بتصميم الاستمارة وتحديد الفئات من خلال اتخاذ الاجراءات الاتية: اجراء اختبار مبدئي لاستمارة الاستبيان وذلك من خلال التطبيق علي جزء من العينة المختارة لمعرفة مدى صدقها حيث قامت الباحثة بعرض الاستمارة علي مجموعة محكمين¹⁴ من اساتذة الاعلام لاختبار الصدق الظاهري وقامت بإجراء كافة التعديلات المطلوبة.

مجتمع الدراسة : قامت الباحثة باختيار كلية الآداب جامعة كفر الشيخ وتم تطبيق الاستبيان علي 200 طالب جامعي ، وهي جامعة مصرية حكومية ، تأسست كفرع لجامعة طنطا إلى أن استقلت عنها بموجب القرار الجمهوري رقم (129) لسنة 2006 واصبحت تضم العديد من الكليات والمعاهد .

عينة الدراسة : اختارت الباحثة عينة قوامها 200 مفردة من الطلاب الجامعي بكلية الآداب جامعة كفر الشيخ في مراحل دراسية مختلفة لمعرفة آرائهم وافكارهم ومعرفة تأثير الاخبار الزائفة ونشر الشائعات علي تشكيل الوعي لديهم .

14- تم تحكيم استمارة الاستبيان من خلال العرض علي مجموعة من الاساتذة وهم :

أ.م . د/ محمد بدوي استاذ مساعد الاجتماع بكلية الآداب جامعة الاسكندرية

أ . د/ احسان حفطي استاذ الاجتماع كلية الآداب جامعة الاسكندرية

أ. د / محمود علم الدين استاذ الاعلام بكلية الاعلام جامعة القاهرة

أ. د/ السيد رشاد استاذ علم الاجتماع كلية الآداب جامعة الاسكندرية

مجالات الدراسة :مجال زمني :قامت الباحثة بتطبيق الاستبيان في فترة زمنية منذ 5 اغسطس 2022 حتي 11 اكتوبر 2022 ، مجال مكاني : كلية الآداب جامعة كفر الشيخ ، مجال بشري : 200 طالب جامعي ينتموا لكلية الآداب باختلاف مراحلهم الدراسية .

مفاهيم الدراسة :

الأخبار الزائفة : news Fake مصطلح عام يضم كل من المعلومات الخاطئة والمضللة تحدد شبكة الصحافة الأخلاقية أن الأخبار الكاذبة هي معلومات ملفقة عن عمد وتنتشر بقصد خداع الآخرين وتضليلهم لاعتقاد بكاذيب أو التشكيك في حقائق يمكن التحقق منها. يصف تقرير صادر عن مجلس أوروبا أن هناك ثلاثة أنواع من اضطراب المعلومات، وهي الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة والمعلومات الخاطئة. تشير المعلومات المضللة إلى المعلومات التي يتم إنشاؤها عمدًا لخداع الآخرين ولإلحاق الضرر بشخص أو مجموعة اجتماعية أو منظمة أو دولة. وتستهدف التأثير على الرأي العام من ناحية أخرى، تستند المعلومات الخاطئة إلى الواقع، ولكنها لا تنتشر عمدًا لنية الضرر والهدف للتأثير على الرأي العام. هناك فارق دقيق بين كل هذه المصطلحات. الأخبار المفبركة هي المصطلح الشامل الذي يوحد كل هذه الأنواع من اضطراب المعلومات، ويضم كل من المعلومات المضللة والخاطئة.¹⁵

التزييف العميق fake Deep هو نوع جديد ومليء بالمعلومات المضللة في الصوت أو الفيديو أو الصور، وعادةً ما يستخدم بطرق ضارة لديهم القدرة على نشر الكلمات والأفعال الكاذبة بسرعة للجمهور، وقد يكون من الصعب للغاية تمييزها عن المحتوى الحقيقي - تقنية التزييف العميق نَقَالَ عن Webster-Merriam هي في الأساس مصطلح يستخدم للإشارة إلى مقطع فيديو سريع الانتشار والتداول عبر المنصات الاجتماعية Video Viral تم تعديله باستخدام خوارزمية الاستبدال الشخص الموجود في الفيديو الأصلي بشخص آخر "خاصة شخصية عامة" بطريقة

Dutta,A, Fakenews Infodemic during COVID-19 Pandemic. (April 2020)Project:(Infodemic ,2020 15

Retrievedfrom:https://www.researchgate.net/publication/341215853_Fakenews_Infodemic_during_COVID-19_Pandemic.Date of

visit: 28/9/2022. At 7:04 PM

تجعل الفيديو يبدو أصلي أو استبدال الترجمة الأصلية للمحتوى المتضمن بالفيديو بترجمة أخرى محرفة.¹⁶

مفهوم الانفوجرافيك : كلمة إنفوجرافيك تعني الأداة الفعالة ذات التصميم الجرافيكي المشتمل على الصور والرسومات المصورة، المدعمة بالنصوص والشروحات والتعليمات في شكل واحد، لعرض القصص، والمواضيع عديدة الاتجاهات الانفوجرافيك أيضا ويطلق عليه "تصميم المعلومات design information"، أو "تصميم الاتصال" communication أو "تحويل البيانات لصورة مرئية visualization Data"، لإيصال المعلومة بالصور والرموز بدلا من الفيديو أو الكتابة، وتعد اختصار للمعلومات المصورة graphic information for short يتم فيها خلط البيانات بالتصميم، لمساعدة الأفراد والمؤسسات على التواصل بوضوح وسهولة لتلبية احتياجاتهم¹⁷ و الانفوجرافيك كمصطلح يطلق على فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق، ويتميز هذا الأسلوب بطريقة سلسلة وسهلة و واضحة.¹⁸

التعريف الاجرائي : تري الباحثة ان الانفوجرافيك بمفهومه الحديث ارتبط بتطور برامج التصميم وساعدت مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الصحفية على انتشاره، وقد ساعد الانفوجرافيك في زيادة قيمة التواصل المرئي وفاعليته في المواقع الصحفية وهو يعتبر فن تحويل البيانات والمعلومات والمفاهيم المعقدة إلى صور ورسوم يمكن فهمها واستيعابها بوضوح وتشويق وهذا الأسلوب يتميز بعرض المعلومات المعقدة والصعبة بطريقة سلسلة وسهلة و واضحة.

16-Menczer,F.,(2016). The Spread of Misinformation in Social Media. *the 25th International Conference Companion* (April 2016),:

10.1145/2872518.2890092.Retrievedfrom:https://www.researchgate.net/publication/312639464_The_Spread_of_Misinformation_in_Social_Media. Date of visit: (2022,Oct 9). At 6:30 PM

17-New Scientist (2011) 'Interactive graphic: Japan's deadly seismic history', New Scientist, 14 March 2011. Available at: <http://www.newscientist.com/blogs/shortsharpscience/2011/03/interactive-graphic-japans-dea.html>

18-Royal Geographical Society with IBG (2014) Discovering Megacities. Royal Geographical Society. Available at: <http://www.rgs.org/OurWork/Schools/Teaching+resources/Key+Stage+3+resources/Global+Learning+Programme/Discovering+megacities.htm>

يحظى الإنفوجرافيك خلال السنوات الأخيرة بأهمية كبيرة نظراً لأنه يكسر الطريقة الروتينية لعرض المعلومات وتقديم البيانات للجمهور، وذلك من خلال التركيز على عرض البيانات والأفكار بطريقة سهلة وفي أسلوب جذاب، الأمر الذي من شأنه أن يساعد على تغيير مدي استجابة الأفراد وتفاعلهم مع هذه البيانات عند استقبالها¹⁹

أهم ما يميز عصرنا الحالي التطور السريع في المعرفة والتكنولوجيا حيث أصبح إدخال الوسائل والتقنيات التكنولوجية المختلفة في العملية الاخبارية أمراً ضرورياً من أجل تدعيم الأخبار، ومن إحدى هذه التقنيات تقنية الإنفوجرافيك التي تحتوى أشكالاً بصرية مختلفة أخذت مكانها في الاتجاهات الحديثة في النشر، وعلى الرغم من أنها تقنية حديثة إلا أن المكونات المستخدمة في إعدادها في الواقع ليست حديثة، وهي الصور والرسوم والأرقام والرموز²⁰ والجديد الذي جلبه الإنفوجرافيك تجميع المكونات البصرية من أجل عرض المعلومات حيث يعد الإنفوجرافيك من التقنيات التكنولوجية الحديثة، فهو عبارة عن طريقة مبتكرة لعرض المعلومات من خال تجميع الصورة أو الرسم والكلمة معاً، بحيث تجذب انتباه الأفراد، فيعتبر الإنفوجرافيك عاملاً أساسياً في توصيل المعلومات إلى ذهن الأفراد،²¹ وقد حقق الإنفوجرافيك نمواً كبيراً في الوقت الحالي بالتزامن مع تطور شبكات التواصل الاجتماعي؛ نظراً لوجود خاصية المشاركة خال هذه الشبكات، الأمر الذي جعل الإنفوجرافيك واحداً من أكثر الأدوات فاعلية في نشر المحتوى وتوصيل المعلومات للجمهور بسهولة وسرعة في العصر الحالي،²² وأصبحت المؤسسات بكافة مستوياتها تستخدم الإنفوجرافيك لتسريع تقديم المعلومات لجمهورها، فهي تستطيع في لمحة أن تخبرنا بجوهر القضية المطروحة، كما تعد عيناً سحرية يستخدمها المرسل لإبراز محتوى موضوعه، وتحقيق أكبر قدر

19- Smiciklas, M. (2012) The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with your Audiences, Indianapolis: QUE

20- and Reader Approaches. The Turkish Online Journal of Educational Technology ,Serkan Yıldırım. Infographics for Educational Purposes: Their Structure, Properties, 15 (3) 2016.p. p98-110

21 شريف درويش، سالي الشلقاني، صناعة الأزمت والتأثير على المجتمع: شبكات التواصل الاجتماعي والشائعات، المركز العربي للبحوث والدراسات: آفاق سياسية، العدد 35 ، 2018 ، ص 5.

22 محمد رضا سليمان، دور وسائل الأعم الجديد في مواجهة للتأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب على المجتمع السعودي باستخدام استراتيجية المنصات المتعددة، جامعة عين شمس: مجلة الدراسات العليا والطفولة، مج 19 ، ع 70 ، 2016 .

من أهداف التواصل مع الجمهور وفي المقابل نجد أنه أصبح واضحاً أيضاً أن انتشار الشائعات بصورة واسعة بين فئات المجتمع هي إحدى سمات عصر المعلومات، حيث إن إنتاج المعلومات لم يعد حكراً على جهات أو أشخاص تصنع الأخبار، ومع وفرة هذا الكم الهائل من المعلومات وغياب مصادرها، أصبحت المشكلة تكمن في صعوبة التمييز بين الحقيقة والشائعة، ولعل من نتائج انتشار شبكة الإنترنت بروز إمكانيات الاستخدام السلبي لها في تداول الشائعات لتحقيق أهداف معينة.²³

تعد الاخبار الزائفة او الشائعات ظاهرة اجتماعية عنصرًا مهمًا في نسيج كل ثقافة من الثقافات البشرية، فهي وليدة مجتمعاتها، وتعتبر تعبيرًا عميقًا عن ظروفه النفسية والسياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وتتضح أهمية دراسة الاخبار الزائفة من التأثير الكبير لها على المجتمعات، فقد تؤدي إلى تفكك وتدهور المجتمع، كما قد تؤدي إلى تماسكه وفقًا لدورها في خفض أو رفع الروح المعنوية لذلك المجتمع، فمن خلال الشائعات يمكن أن تتبدل أو تتغير مواقف الأفراد وعلاقاتهم وتفاعلاتهم، فهي تعد خطرًا كبيرًا يهدد المجتمع لما لها من آثار سلبية على تماسك المجتمع كما تساعد على بلبله الرأي العام على المستوى الفردي والجماعي والمجتمعي، وكذلك على المستوي المحلي والإقليمي والعالمي.²⁴

ومن أهم مخاطر الشائعات على المجتمع هي التحريف للحقائق والتزييف وهدم الرموز، ومن ثم زعزعة الاستقرار للأفراد في المجتمع وإثارة الفتن وهو ما نلمسه في واقعنا من تصديق المستخدمين لأي خبر يُنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أسهم عدم وجود قيود على تداول المعلومات، وعدم وضوح المسؤولية القانونية التي تترتب على النشر عبر هذه الوسائل في انفلات الاستخدام والتوظيف، فقد تم استخدامها في مناسبات كثيرة كأحد أدوات إدارة الصراع.²⁵

23 حسن محمد أحمد عبد الباسط، المراكز الأساسية لتفعيل استخدام الإنفوجرافيك في عمليتي التعليم والتعلم، مجلة التعليم الإلكتروني، جامعة المنصورة، العدد 1

24 Randy Krumb, Cool Infographics Effective Data Visualization and Design, John Wiley

and Sons, 2013.P.15

25 ماريان منصور، أثر استخدام الإنفوجرافيك القائم على نموذج أبعاد التعلم لمارزانو على تنمية بعض مفاهيم الحوسبة السحابية وعادات العقل المنتج لدى الطاب، مجلة

كلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد 31، العدد (5)، 2015، ص ص 126

ونظراً لما تشهده مصر حالياً من تطورات هائلة في الأحداث على كافة الأصعدة، بالإضافة للتهديدات التي فرضتها ثورة المعلومات على الأمن القومي من ظهور لأشكال جديدة للحروب مثل حروب الجيل الرابع وحرب المعلومات، وحروب مواقع التواصل الاجتماعي،²⁶ كان هناك حاجة إلى وجود رد فعل حكومي يركز على مواجهة الأفكار بأفكار مضادة، فبرزت الرسوم المعلوماتية "الإنفوجرافيك" كأحد الأساليب لمواجهة الشائعات، حيث تشير الكثير من توصيات الأبحاث والندوات العلمية إلى ضرورة استغلال المستحدثات التقنية، وتوظيفها لزيادة كفاءة عملية النشر ورفع مستوى الإدراك والفهم، ومنها التواصل البصري، خاصة مع أهمية المعرفة المعتمدة على العناصر المرئية، والتي من شأنها أن تساعد في إيصال المعلومة وتثبيت المعرفة،²⁷ فإذا كانت التطورات التكنولوجية والعلمية الفائقة قد يسرت للجمهور الكثير، إلا أنها جعلتهم يواجهون كمًا كبيرًا من المعلومات الصعبة الناجمة عنها؛ لذا كانت هناك حاجة ماسة لتصميم المعلومات للجمهور في صورة إنفوجرافيك، أو تمثيل بصري للمعلومات بغية تبسيط وتيسير استيعابها، مما جعل التصميم البصري من المتطلبات الأكثر أهمية الآن²⁸

أنواع الإنفوجرافيك : Types of Infographics

الإنفوجرافيك الثابت : وهو عبارة عن رسم تصويري يشرح شيئاً معيناً بشكل ثابت دون الحاجة إلى أي تفاعل مع القارئ، وعلى ذلك فهو لا يتضمن أي نوع من الحركة سواء أكانت لوسيلة إعلامية مطبوعة أو كانت للنشر على الويب .²⁹

الإنفوجراف المتحرك : وهو عبارة عن رسم متحرك ، وقد يكون تصويراً متحركاً يتفاعل معه القارئ، وهو النمط الذي أصبحت المواقع والصفحات تعتمد عليه لتشرح بعض الموضوعات

26 نصر الدين بو زيان ، الاخبار الكاذبة والزباب الالكتروني وتزييف الوعي ، مجلة اكاديميا للدراسات السياسية ،المجلد 6 العدد 5 ، 2021/12/30.

لجين بنت محمد بن علي أحمد باقاسي، الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات "الإنفوجرافيك" في الصحف السعودية -دراسة تطبيقية على صحيفة مكة، المجلة 27 العربية للإعلام و الاتصال، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام. 20 ، نوفمبر 2018 ، ص. 457 - 505 ، متاح بموقع:

https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce_images/20_0.pdf

28 Design Lessons Learned from Popular Infographics. C Journal of Visual Literacy, 35 Dunlap, Joanna C & Lowenthal, Patrick R. (2016). Getting Graphic about Infographics,p42:

29 محمد جمال عبد المقصود، دور التصميم الإنفوجرافيك لتبسيط الرسالة الإعلامية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور، مجلة العمارة والفنون والعلوم

الإنسانية، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، عدد 10 ابريل 20

المهمة، وبعضها يعتمد على تقنيات أو يكون في شكل فيديو يستخدم رسومات HTML5 أو CSS الويب المختلفة إنفوجرافيك لتمثيل المعلومات.³⁰

الإنفوجراف التفاعلي : في هذا النوع يتحكم المستخدم في المعلومات التي يريد أن يعرضها ويقراها عن طريق أزرار بالضغط أو اللمس مصممة بشكل تفاعلي جذاب.³¹

وظائف الانفوجرافيك :

- 1- تناسب طبيعة القراءة في العصر الإلكتروني والذين يفضلون المحتوى المرئي.
- 2- يساعد القراء الذين ليس لديهم وقت لقراءة كامل المحتوى .
- 3- تلخيص الخبر/ القصة الصحفية .
- 4- إثراء القصة الصحفية .³²

إيجابيات الانفوجرافيك :

- 1- الإنفوجراف ملفت للنظر أكثر من النصوص والصور العادية، فهو يجمع بين الصور والألوان والمحتوى الذي يجذب العين بشكل طبيعي نحوها.
- 2- يحفز الآخرين على مشاهدة تفاصيله والانتباه إلى الفكرة المعروضة داخل الإنفوجراف لفترة طويلة من الوقت.
- 3- سهولة المشاركة على مواقع التواصل، ومواقع الويب لما يتضمنه بعض الإنفوجراف من رمز يسمح للآخرين بمسحه من خلال الهواتف، حتى يتم مشاركته بسهولة على الشبكات الاجتماعية .
- 4- يوفر المساحة لأن صورة واحدة من الإنفوجراف تساوي ألف كلمة، وعليه ستمكن من اختصار ما تريد عرضه في لوحة رسومية واحدة.³³

30 دينا طارق محمود، محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والعالمية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال، رسالة دكتوراه ، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2018.

31 رالا أحمد عبد الوهاب، هبه محمد عبد ال رزق، مستقبل صحافة البيانات في مصر خلال العقدين القادمين 2017-2037 ، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، كلية الاعلام، جامعة الاهرام الكندية، العدد 19، 2018 .

32 عبيد محمد سليم، استخدام المواقع الفلسطينية للانفوجرافيك : دراسة تحليلية مقارنة، المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الإلكتروني، جامعة القدس المفتوحة، 2018 ، مجلد 6 ، العدد 12 .

الاخبار الزائفة : ليست الأخبار الزائفة وليدة اليوم ، وكانت إحدى وسائل التضليل الأساسية ولا سيما في الحروب وغيرها لما لها من قدرة على تغيير الوقائع والتأثير في الرأي العام ، واليوم ومع انتشار الهواتف الذكية ووسائل التواصل الاجتماعي، أصبح تداول الأخبار الزائفة أكثر سرعة وانتشاراً وخطراً في آن معاً، إذ يصعب في الكثير من الأحيان تعقب المصدر ، ساهمت كثرة انتشار الأخبار الزائفة وتداولها في إثارة المشاكل، والخوف، والتوترات، والنزاعات بين العائلات والطوائف داخل المنطقة الواحدة أو خارجها؛ وقد تطورت هذه المشاكل أحياناً إلى حد استخدام العنف، الأمر الذي يؤثر على الاستقرار الاجتماعي.³⁴

اصبحت الاخبار الزائفة صناعة متكاملة الأركان نتيجة للطفرة الهائلة في تقنيات وأساليب نشر الأخبار وتساعد تأثير المنصات الإخبارية الافتراضية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي وتزايد قدرة الأفراد على صياغة وبث الأخبار ، بالإضافة إلى تعدد الفاعلين المشاركين في هذه الصناعة مثل "جيوش التضليل"، والهاكرز وشركات تحليل حزم البيانات الضخمة big data ومواقع وشركات نشر الأخبار الكاذبة والترويج لها على مواقع التواصل الاجتماعي ويعتمد هؤلاء علي مجموعة من التقنيات منها الحسابات الوهمية المزيفة وتواكب ذلك مع تطوير أساليب متنوعة لنشر المحتوى الإخباري الكاذب، مثل صياغة العناوين الجاذبة وتضمن أعداد ضخمة من المستخدمين و شراء خدمات المتابعة وإعادة النشر على وسائل التواصل الاجتماعي، وحشد المتابعين .³⁵ وهي من أخطر الأسلحة فتكاً بالمجتمعات والدول، وذلك بما تشكله من خطر على عقل ونفسية الإنسان، واستقرار وأمن المجتمع، خصوصاً مع انتشارها غير المتحكم فيه، في ظل هيمنة مواقع التواصل الاجتماعي على الحيز الأكبر منها، وهو ما يتطلب حزمياً في مواجهتها وتوعية الرأي العام بكيفيات التعاطي معها .³⁶

33 جواد راغب الدلو، الانفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة، مجلة الجامعة الاسلامي للدراسات الانسانية، كلية الآداب، الجامعة الاسلامية، فلسطين، العدد 26، 2018.

34 مني عيد محمد عيد ، الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية ، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ، المعهد الدولي للعالي للإعلام بالشروق ، القاهرة ، 2019

35 سارة عبد العزيز ، الملامح الاساسية لانتشار الاخبار الكاذبة في العالم " دراسات المستقبل - الامارات العربية المتحدة ، العدد 3 ، يونيو 2018 .

36 Zhang, Jiawei, Limeng Cui, Yanjie Fu, and Fisher B. Gouza. "Fake news detection with deep diffusive network model." arXiv preprint arXiv:1805.08751 (2018).

الأخبار الزائفة في زمن الأزمات : تعد فترة الأزمات التي قد يمر منها مجتمع ما، أنسب وأفضل بيئة تترعرع فيها الأخبار الزائفة وتتمو فيها الشائعات، وعلى سبيل المثال، ما عشناه خلال هذه الظرفية الاستثنائية منذ ظهور فيروس كورونا بحيث انتشرت عددا كبيرا من المنشورات المتضمنة للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها فبركة وبلاغات رسمية ومؤسساتية لإيهام المتلقي بإصدار هذه المؤسسات لقرارات ومستجدات جديدة، وكذا نشر أخبار ذات صلة وحقائق ناقصة وغير كاملة ومشوهة، تهم الحالة الوبائية بالبلاد وما صاحبها من إجراءات مواكبة³⁷، و إعلان حالة الطوارئ الصحية، سارعت بعض الصفحات إلى نشر أخبار عن نفاذ مخزون المحلات والمتاجر الممتازة من المواد الغذائية والأساسية، وما يحتاجه المواطن في حياته اليومية، مما سبب ذعراً وقلقاً نفسياً لعدد كبير من المواطنين، ودفعهم إلى التزاحم على هذه المحلات ، مما أدى إلى ازدحام منقطع النظير عليها وخلق فوضى داخلها، وخرق شرط التباعد الصحي للوقاية من الإصابة بالفيروس ، ومشكلة الأخبار الكاذبة باتت أزمة عالمية، تجلت بوضوح بعد الانتخابات الرئاسية الأميركية في العام 2016،³⁸ ويرى بعض الخبراء والمتخصصين أن شبكات التواصل الاجتماعي، وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة، والبرمجيات الحديثة، خاصة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي، ساهمت بشكل كبير في توسعة انتشار الشائعات، وجعلت كشف بعضها أكثر صعوبة، خاصة وأن التزييف وصل إلى مقاطع الفيديو، التي يتم إنتاجها بتقنيات عالية الجودة.³⁹

كيفية مواجهة الاخبار الكاذبة: ظهرت حملة تحمل شعار مواجهة "الأخبار الكاذبة والمفبركة" دشنت غرف الأخبار الحديثة في كبري المؤسسات الإعلامية صفحات علي مواقعها الإلكترونية ، مع أقسام متخصصة للتحقق من مصداقية الأخبار قبل نشرها، وذلك من أجل محاربة الأخبار الكاذبة التي تمثل تحديات وضغوطاً كبيرة علي الصحفيين في ظل الفيض المعلوماتي الذي تبثه يومياً المواقع الإخبارية وشبكات التواصل الاجتماعي، فسارت الدول العربية علي نفس الخطي

37 Feyza Altunbey Ozbay, Bilal Alatas, "A Novel Approach for Detection of Fake News on Social Media Using Metaheuristic Optimization Algorithms", ELEKTRONIKA IR ELEKTROTECHNIKA, ISSN 1392-1215, VOL. 25, NO. 4, 2019

38 Kim, Antino, Patricia L. Moravec, and Alan R. Dennis. "Combating fake news on social media with source ratings: the effects of user and expert reputation ratings." Journal of Management Information Systems 36.3 (2019): 931-968.

39 Adam J. Mills, Christine Pitt, Sarah Lord Ferguson, "The Relationship between Fake News And Advertising Brand Management in the Era Of Programmatic Advertising and Prolific Falsehood", March 2019 JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH

ودشنت مبادرات للتحقق من الأخبار لتوعية المستخدمين بالتأثيرات السلبية للأخبار الزائفة بحال انتشارها علي نطاق واسع، ولتعزيز ثقة القراء في المؤسسات الإعلامية التي تطبق الضوابط المهنية والأخلاقية في نشر المحتوى الإعلامي⁴⁰.

تأثير الاخبار الزائفة علي الامن القومي : الإشاعة سلوك عدواني ضد المجتمع وتعبير عن بعض العقد النفسية المترسبة في العقل الباطن وهذا السلوك العدوانى قد ينجم عنه أفعال مباشرة وقد يتحول إلى نوع من الشذوذ في القول والعمل ولعل أبرز أنواع الشائعات هي ما يتعلّق بأمن الناس لأنه يتركهم في دوامة القلق ويؤثر على مجرى حياتهم وخاصة الوضع الاقتصادي والاجتماعي والأمني. وخاصة عندما يفتقد الناس إلى الإدراك والوعي وثوابت الاستقرار كالأمن والدين والقيم. وتعتبر الإشاعة من أخطر الأسلحة المدمرة للمجتمعات أو الأشخاص وتعتبر الإشاعة عصب الحروب النفسية وسلاحها للنيل من الروح المعنوية للشعوب⁴¹.

عرض و تحليل النتائج :

جدول رقم (1) عن مدى تعرض الشباب الجامعي للانفوجرافيك بمواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	مدي التعرض
61.5%	123	دائماً
32.5%	65	احياناً
6%	12	نادراً
100%	200	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق "جدول 1" ارتفاع درجة انتظام الشباب الجامعي في التعرض للانفوجرافيك علي مواقع التواصل الاجتماعي وذلك بنسبة 61.5%، بتكرار 123 ، في حين ان نسبة 32.5 % من حجم العينة يتعرضوا له احياناً بتكرار 65 ، في حين ان نسبة قليلة من العينة يتعرضون بشكل نادر 6% بتكرار 12 ، ويتضح من ذلك زيادة ارتباط الشباب الجامعي بمواقع

40 محمود علم الدين ، الأخبار الزائفة.. وآليات مواجهتها ، بوابة دار الهلال ، 2020/12/21 ، متاح علي <https://darehhalal.com/News/743172.aspx>

41 Franziska Zimmer, Katrin Scheibe, Mechtild Stock, Wolfgang G. Stock, "Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users?", Journal of Information Science Theory and Practice, June 05, 2019

التواصل الاجتماعي و بهذا النمط الجديد واهتمامه بمتابعة الانفوجرافيك علي وسائل التواصل الاجتماعي .

جدول (2) دوافع تعرض الشباب الجامعي للانفوجرافيك في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	دوافع التعرض
17 %	34	طريقته بسيطة في تقديم المعلومات الصحيحة
11 %	22	يسعي لتصحيح المعلومات الزائفة
56.5 %	113	شكل اخراجي جذاب وسهل
7 %	14	سهولة مشاركته عبر مواقع التواصل الاجتماعي
3 %	6	تساعدني في تصفح باقي ايقونات الموقع
5.5 %	11	تزيد من حرصي على متابعة الاحداث الجارية
100 %	200	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق "جدول 2" إلى اختلاف دوافع الشباب الجامعي في التعرض للانفوجرافيك علي مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث جاء دافع لأنه يعد شكل اخراجي جذاب وسهل في المرتبة الاولي بتكرار 113 ونسبة 56.5 % ، وجاء في الترتيب الثاني دافع ان طريقته بسيطة في تقديم المعلومات الصحيحة بنسبة 17 % وتكرار 34 ، وهذا يتفق مع اهم ما يميز الانفوجرافيك من جذب انتباه القارئ، في حين جاء دافع انه يسعي لتصحيح المعلومات الزائفة في المرتبة الثالثة بتكرار 22 ونسبة 11% ثم سهولة مشاركته مع الآخرين أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار 14 بنسبة 7% ، وجاء دافع تزيد من حرصي علي متابعة الاحداث الجارية بتكرار 11 بنسبة 5.5% ، وجاء دافع يساعدني في تصفح باقي الايقونات بتكرار 6 ونسبة 3% ، ويدل ذلك علي ان الشباب حاليا ليس لديهم الوقت لتصفح الأيقونات المختلفة للموقع ويريد ان يتعرف على المعلومات دون عناء وهذا ما يسعي الانفوجرافيك لتحقيقه.

جدول (3) أهم القضايا التي يفضلها الشباب الجامعي بالانفوجرافيك علي
مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	نوع القضية
23%	46	قضايا سياسية
10%	20	قضايا دينية
10.5%	21	قضايا بيئية
13%	25	قضايا قومية
14%	28	قضايا اجتماعية
7.5%	15	قضايا ثقافية
5.5%	11	قضايا اقتصادية
16.5%	33	قضايا صحية
100%	200	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق "جدول 3" إلى اختلاف ترتيب القضايا التي يفضلها الشباب الجامعي من خلال الانفوجرافيك عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت القضايا السياسية في المرتبة الاولى بتكرار 46 ونسبة 23 % وذلك يعني ان الشباب الجامعي يهتم بمتابعة القضايا السياسية من خلال الانفوجرافيك عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وجاء في المرتبة الثانية متابعة القضايا الصحية بتكرار 33 ونسبة 16.5 % ويعني ذلك اهتمامهم بمتابعة القضايا الصحية خاصة بعد انتشار عدة امراض حديثة مثل جدري القروء وفيرس كورونا ، وجاء في المرتبة الثالثة القضايا الاجتماعية بتكرار 28 ونسبة 14 % ، وجاء في المرتبة الرابعة القضايا القومية نظراً لأهميتها في المساس بأمن المجتمع المصري بتكرار 25 ونسبة 13% ، وجاء في المرتبة الخامسة الاهتمام بمتابعة القضايا البيئية من خلال الانفوجرافيك عبر مواقع التواصل الاجتماعي بتكرار 21 ونسبة 10.5% ، وجاء في المرتبة السادسة متابعة القضايا الدينية بتكرار 20 ونسبة 10% ، وفي المرتبة السابعة جاءت القضايا الثقافية بتكرار 15 ونسبة 7.5 % ، وفي المرتبة الاخيرة جاءت القضايا الاقتصادية بتكرار 11 ونسبة 5.5 % ، مما يدل علي ان الشباب يفضلوا متابعة الانفوجرافيك في القضايا السياسية وكل ما يخصها عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

جدول رقم(4) تفضيلات الشباب الجامعي لأشكال الانفوجرافيك في مواقع التواصل الاجتماعي

النسبة	التكرار	اشكال الانفوجرافيك
15%	30	صور
17%	34	مقارنات
13.5%	27	تسلسل زمني
9.5%	19	قوائم
8.5%	17	تسلسل هرمي
6.5%	13	رسوم بيانية
7.5%	15	شعاعي
5%	10	خرائط
12%	24	جداول
5.5%	11	تدرج عمليات
100%	200	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق "جدول 4" تفضيلات الشباب الجامعي لأشكال الانفوجرافيك في مواقع التواصل الاجتماعي حيث احتل المرتبة الاولى انفوجرافيك المقارنات بتكرار 34 ونسبة 17 % ، وفي المرتبة الثانية احتل انفوجرافيك الصور بتكرار 30 ونسبة 15 % ، وفي المرتبة الثالثة انفوجراف التسلل الزمني بتكرار 27 ونسبة 13.5 %، وفي المرتبة الرابعة انفوجرافيك الجداول بتكرار 24 ونسبة 12% ، وفي المرتبة الخامسة انفوجرافيك القوائم بتكرار 19 ونسبة 9.5 % ، في المرتبة السادسة تسلسل هرمي بتكرار 17 ونسبة 8.5 % ، وفي المرتبة السابعة انفوجرافيك شعاعي بتكرار 15 ونسبة 7.5 % ، و في المرتبة الثامنة انفوجرافيك رسوم بيانية بتكرار 13 ونسبة 6.5 % ، وفي المرتبة التاسعة تدرج عمليات بتكرار 11 ونسبة 5.5 % ، وفي المرتبة الاخير انفوجرافيك الخرائط بتكرار 10 ونسبة 5 % ، ويعني ذلك ان الشباب الجامعي يفضلوا متابعة انفوجرافيك المقارنات عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث انه احتل المرتبة الاولى.

جدول (5) يوضح مدى اعتماد الشباب الجامعي علي تلقي معلوماتهم من
مواقع التواصل الاجتماعي

المصدر الرئيسي للشباب في تلقي معلوماتهم	تكرار	نسبة
تلفزيون	30	15%
اذاعه	10	5%
صحافة اليكترونية	50	25%
مواقع تواصل الاجتماعي	76	38%
يوتيوب	34	17%
مجموع	200	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق "جدول 5" ان الشباب يعتمدوا علي مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر اول لتلقي المعلومات والايخبار حيث احتلت مواقع التواصل الاجتماعي المرتبة الاولى كوسيلة هامة لتلقي الشباب معلوماتهم عن الاحداث والقضايا و الآراء وكل ما يدور داخل المجتمع المصري بتكرار 76 ونسبة 38 % ، وجاءت في المرتبة الثانية الصحافة الاليكترونية كمصدر لتلقي الاخبار والمعلومات بتكرار 50 ونسبة مئوية 25 % ، وفي المرتبة الثالثة اليوتيوب كوسيلة لتلقي المعلومات بتكرار 34 ونسبة 17 % ، في المرتبة الرابعة جاء التلفزيون بتكرار 30 ونسبة 15 % ، وفي المرتبة الاخيرة جاءت الاذاعة كمصدر لتلقي المعلومات بتكرار 10 ونسبة 5 % .

جدول (6) مدى مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي في عرض الاخبار

مصدقية مواقع التواصل الاجتماعي في عرض الاخبار	تكرار	نسبة
تحري الدقة في كل معلومة تنشر عبر المواقع الاليكترونية	25	12.5
ابداء الرأي وحرية التعبير	50	25%
تصحيح المعلومات والايخبار الزائفة من خلال الانفوجرافيك وتوضيح الحقيقة والشائعة	125	62.5%
المجموع	200	100%

يتضح من بيانات الجدول السابق "جدول 6" ان الشباب الجامعي يحكموا علي مدى مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الاخبار من خلال اتباع اسلوب تصحيح المعلومات المغلوطة والايخبار الزائفة من خلال الانفوجرافيك مستخدمين مقارنة توضيحية للحقيقة والشائعة لتكذيب أي

خير مزيف غرضه زعزعة امن واستقرار المجتمع المصري وذلك جاء في الترتيب الاول بتكرار 125 ونسبة 62.5 % وفي المرتبة الثانية جاء ابداء الرأي وحرية التعبير بتكرار 50 ونسبة 25%، وفي المرتبة الاخير جاء تحري الدقة في كل معلومة تنشر عبر المواقع الاليكترونية بتكرار 25 ونسبة 12.5 %.

جدول (7) مواقع التواصل الاجتماعي و سرعة انتشار الاخبار المزيفة

نسبة	تكرار	تساهم مواقع التواصل الاجتماعي في سرعة انتشار الاخبار المزيفة
75%	150	نعم
10%	20	لا
15%	30	احيانا
100	200	مجموع

من بيانات الجدول السابق "جدول 7" يتضح ان مواقع التواصل الاجتماعي لها دور رئيسي وفعال في سرعة انتشار الاخبار الزائفة والشائعات حيث احتلت المرتبة الاولى بتكرار 150 ونسبة 75 % ، وفي المرتبة الثانية جات احيانا بتكرار 30 و بنسبة 15% ، و في المرتبة الثالثة جاءت لا بتكرار 20 ونسبة 10 % ، ويعني ذلك ان مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بشكل كبير في انتشار الاخبار الزائفة والترويج للمعلومات المغلوطة والغير صحيحة .

جدول (8) انقرائية الشباب الجامعي للاستخدامات المختلفة للألوان في الانفوجرافيك لبعض مواقع الصحفية الاليكترونية المصرية

نسبة	تكرار	تفضيل الالوان المتعددة في الانفوجرافيك
15%	30	انفوجرافيك موقع المصري اليوم
23%	46	انفوجرافيك موقع الشروق
24.5	49	انفوجرافيك موقع الدستور
12.5%	25	انفوجرافيك موقع الاهرام
25%	50	انفوجرافيك موقع اليوم السابع
100%	200	مجموع

تشير البيانات الواردة في "الجدول 8" إلى ميل الشباب الجامعي للاستخدامات المختلفة للألوان في الانفوجرافيك بالمواقع الاليكترونية للعديد من الصحف المصري، .حيث نجد ان هناك تقارب

في التكرارات بين انقراضية استخدامات الألوان المختلفة في انفوجرافيك المواقع الاليكترونية الصحفية ويرجع ذلك إلى عوامل عدة أهمها التطور في تكنولوجيا النشر الإلكتروني وما يصاحبه من تطور في اصدارات برامج معالجة الصور والرسوم وتصميمات الانفوجرافيك وما يصاحب ذلك من ارتفاع جودة المعالجات اللونية للانفوجرافيك بالمواقع الاليكترونية الصحفية المصرية.

جدول (9) اهم المواقع الاليكترونية التي تفضل من خلالها متابعة الانفوجرافيك من خلالها

نسبة	تكرار	المواقع الاليكترونية التي تفضل خلالها متابعة الانفوجرافيك
37.5%	75	انفوجرافيك رئاسة الجمهورية
62.5	125	انفوجرافيك رئاسة الوزراء
100%	200	مجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق " جدول 9 " ان موقع رئاسة الوزراء احتل المرتبة الاولى في الاهتمام بمتابعة الانفوجرافيك من خلاله بتكرار 125 ونسبة 62.5 % وفي المرتبة الثانية جاء موقع رئاسة الجمهورية بتكرار 75 ونسبة 37.5 % .

جدول (10) عوامل تفضيل موقع اليكتروني ل الانفوجرافيك عن موقع آخر

نسبة	تكرار	عوامل تفضيل موقع اليكتروني ل الانفوجرافيك عن موقع اخر
16.5%	33	تحري الدقة
12.5%	50	مصادقية
37.5%	75	الشفافية والبعد عن الزيف والايخبار الخاطئة
33.5%	42	تقديم معلومات هامة بشكل بسيط
100	200	مجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق " جدول 10 " ان من اهم وابرز عوامل تفضيل متابعة انفوجرافيك موقع اليكتروني عن موقع اخر هو الشفافية والبعد عن الزيف ونشر الوعي الزائف والايخبار الزائفة حيث احتل المرتبة الاولى بتكرار 75 ونسبة 37.5% ، وفي المرتبة الثانية جاءت المصادقية كعامل هام من عوامل تفضيل متابعة انفوجرافيك موقع اليكتروني عن اخر بتكرار 50 ونسبة 12.5% ، و في المرتبة الثالثة جاء تقديم معلومات هامة بشكل بسيط كعامل هام من عوامل تفضيل متابعة انفوجرافيك موقع اليكتروني عن اخر بتكرار 42 ونسبة 33.5% ، و في

المرتبة الرابعة جاء تحري الدقة كعامل هام من عوامل تفضيل متابعة انفوجرافيك موقع اليكتروني عن اخر بتكرار 33 ونسبة 16.5% . وذلك يعني ان الشباب الجامعي يهتموا بمتابعة انفوجرافيك موقع اليكتروني عن موقع اخر هو الشفافية والبعد عن الزيف ونشر الوعي الزائف والاخبار الزائفة والمضللة التي تسعى لتضليل المجتمع ونشر الوعي الزائف .

جدول (11) دور الانفوجرافيك في التصدي للشائعات والاخبار الزائفة

النسبة	التكرار	دور الانفوجرافيك في التصدي للشائعات والاخبار الزائفة
19%	36	ذكر الشائعة و الخبر الحقيقي في صورة واحدة بهدف التأكيد
31%	64	التركيز علي رصد الحقائق التي تمس امن المجتمع
50%	100	محاربة الاخبار الزائفة التي يسعى اعداء الوطن لنشرها
100%	200	المجموع

يتضح من بيانات الجدول السابق "جدول 11" ان الانفوجرافيك يتصدى للأخبار الزائفة والشائعات من خلال محاربة الاخبار الكاذبة التي يسعى اعداء الوطن لنشرها بهدف اسقاط الدولة المصرية في المقام الاول بتكرار 100 ونسبة مئوية 50% ، وفي المرتبة الثانية يأتي دور الانفوجرافيك في التصدي للشائعات و محاربة الاخبار الكاذبة من خلال التركيز علي رصد الحقائق التي تمس امن المجتمع المصري بتكرار 64 ونسبة 31% ، وفي المرتبة الثالثة يأتي دور الانفوجرافيك في التصدي للشائعات و محاربة الاخبار الكاذبة من خلال ذكر الشائعة و الخبر الحقيقي في صورة واحدة بهدف التأكيد بتكرار 36 ونسبة 19% .

جدول (12) اثر الشائعات والاخبار الكاذبة علي الامن القومي للمجتمع المصري

النسبة	التكرار	اثر الشائعات والاخبار الكاذبة علي الامن القومي للمجتمع المصري
81.3%	125	تفنتت وحدة المجتمع المصري
6.2%	25	تدمير الاجيال ونشر افكار تحريضية ضد الاستقرار
12.5%	50	حث الجمهور علي الانقلاب
100	200	المجموع

من بيانات الجدول السابق "جدول 12" ان الشائعات والاخبار الزائفة تهدد امن المجتمع المصري وتؤثر علي الامن القومي للمجتمع المصري من خلال تفنتت وحدة المجتمع المصري وجاء ذلك

في المرتبة الاولى بتكرار 125 ونسبة 81.3 % ، و جاء في المرتبة الثانية حث الجماهير علي الانقلاب في المرتبة الثانية بتكرار 50 ونسبة 12.5% وفي المرتبة الثالثة جاء ان اثر الشائعات والاذخار الكاذبة علي الامن القومي للمجتمع المصري تؤدي الي تدمير الاجيال ونشر افكار تحريضية ضد الاستقرار بتكرار 25 ونسبة 6.2 % .

النتائج و التوصيات :

توصل البحث الي عدة نتائج من اهمها ما يلي :

1- ان الشباب اكثر عرضة للانفوجرافيك من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي " فيس بوك " .

2- تختلف دوافع تعرض الشباب الجامعي للانفوجرافيك عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وفقاً لعدة عوامل من اهمها لأنه يمتلك شكل اخراجي جذاب وسهل ويقدم معلومات مهمه بطريقة مختصرة واسلوب سهل .

3- تختلف ترتيب القضايا التي يهتم الشباب الجامعي بمتابعتها من خلال الانفوجرافيك عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث جاءت القضايا السياسية يليها القضايا الصحية ثم القضايا الاجتماعية ثم القضايا القومية يليها القضايا البيئية و القضايا الدينية و القضايا الثقافية و القضايا الاقتصادية .

4- اعتماد الشباب علي مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر اول لتلقي المعلومات والاذخار حيث احتلت مواقع التواصل الاجتماعي المرتبة الاولى كوسيلة هامة لتلقي الشباب معلوماتهم عن الاحداث والقضايا و الآراء وكل ما يدور داخل المجتمع المصري يليها الصحافة الاليكترونية كمصدر لتلقي الاذخار والمعلومات ثم اليوتيوب و التلفزيون والاذاعة بنسبة ضئيلة .

5- ان الشباب الجامعي يحكموا علي مدي مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الاذخار من خلال اتباع اسلوب تصحيح المعلومات المغلوطة والاذخار الزائفة من خلال الانفوجرافيك مستخدمين مقارنة توضيحية للحقيقة والشائعة لتكذيب أي خبر مزيف غرضه زعزعة امن واستقرار المجتمع المصري .

- 6- يتضح ان مواقع التواصل الاجتماعي لها دور رئيسي وفعال في سرعة انتشار الاخبار الزائفة والشائعات .
- 7- قدرة الانفو جرافيك علي التصدي للأخبار الزائفة والشائعات من خلال محاربة الاخبار الكاذبة التي يسعى اعداء الوطن لنشرها بهدف اسقاط الدولة المصرية وزعزعة امن واستقرار المجتمع و رصد الحقائق التي تمس امن المجتمع المصري وله قدرة فائقة في تكذيب الاخبار المغلوطة ونشر الحقائق والاخبار الصحيحة .
- 8- ان الشائعات والاخبار الزائفة تهدد امن المجتمع المصري وتؤثر علي الامن القومي للمجتمع المصري من خلال تقنيت وحدة المجتمع المصري وحث الجماهير علي الانقلاب و تؤدي الي تدمير الاجيال ونشر افكار تحريضية ضد الاستقرار والامن مما يهدد الامن القومي للمجتمع المصري.

أهم توصيات البحث : جاء البحث بعدة توصيات من اهمها ما يلي :

- 1- الاهتمام باستخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة الاخبار ومحاربة الشائعات.
- 2- عدم الانسياق وراء اي خبر يتم نشره عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدون معرفة المصدر والرجوع الي الجهة الناشرة والسعي للتأكد من صحة الخبر .
- 3- الانفوجرافيك له دور هام وفعال في محاربة الشائعات والاخبار الكاذبة التي تمس بأمن واستقرار البلاد وبالتالي يجب علي مؤسسات الدولة الاهتمام بما يتم نشره بالانفوجرافيك عبر مواقع التواصل الاجتماعي .
- 4- ان الأخبار الزائفة أكثر أثاراً من الأخبار الصحيحة كما إنها أكثر انتشاراً، كثرة انتشار الأخبار الزائفة حول المؤسسات الأمنية تكون اتجاه سلبي لدى الجمهور وتهتز ثقه الجمهور في المؤسسات الأمنية لذلك يجب نشر الوعي لدي الشباب والمتلقي بشكل عام ليكون علي دراية كاملة بمعرفة الخبر الحقيقي من الخبر المزيف.
- 5- تكوين حس نقدي لدي المتلقي لمقارنة الاحداث والاخبار التي يتم نشرها ومعرفة الحقيقي من الزائف.
- 6- تحري الدقة في المواقع الاليكترونية التي يقوم المتلقي بمتابعتها وتلقي المعلومات منها .

المراجع :

اولا : المراجع العربية :

- 1- احمد محمد صالح العميري " دور الإنفوجرافيك بالصفحات الحكومية المصرية على الفيس بوك في إمداد الشباب الجامعي بالمعلومات تجاه فيروس كورونا" مجلة البحوث الاعلامية - جامعة الازهر - كلية الاعلام - القاهرة - 2020 ، ع 54 ، ج 4 .
- 2- أولجا جوديس بيلي وآخرون . فهم الاعلام البديل . ترجمة علا أحمد صلاح . القاهرة . مجموعة النيل العربية . 2009 .
- 3- جواد راغب الدلو ، الإنفوجرافيك في الصحافة الفلسطينية دراسة حالة لصحيفة الرسالة ، مجلة الجامعة الاسلامي للدراسات الانسانية ، كلية الآداب ، الجامعة الاسلامية ، فلسطين ، العدد 26 ، 2018 .
- 4- حاتم سليم العالونه ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري . دراسة ميدانية على النقبانيين في إربد . " ورقة عمال مقدمة الى المؤتمر العلمي السابع عشر بعنوان "ثقافة التغيير" . كلية الآداب ، جامعة فلادلفيا ، عمان/الأردن ، 2012
- 5- حسن محمد أحمد عبد الباسط ، المرتكزات الأساسية لتفعيل استخدام الإنفوجرافيك في عمليتي التعليم والتعلم ، مجلة التعليم الإلكتروني ، جامعة المنصورة ، العدد 1
- 6- دينا طارق محمود ، محددات توظيف صحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والعالمية دراسة للمضمون والقائم بالاتصال ، رسالة دكتوراه ، كلية الاعلام ، جامعة القاهرة ، 2018 .
- 7- رالا أحمد عبد الوهاب ، هبه محمد عبد ال ا رزق ، مستقبل صحافة البيانات في مصر خلال العقدين القادمين 2037-2017 ، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال ، كلية الاعلام ، جامعة الاهرام الكندية ، العدد 19 ، 2 ، 18 .
- 8- ريهام درويش " ، " دلالات توظيف الإنفوجرافيك في تغطية القضايا الدولية: دراسة تحليلية لمنصة News Graphic ، "مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق ، العدد 13 ، 2020 ، ص 257
- 9- سارة عبد العزيز ، الملامح الاساسية لانتشار الاخبار الكاذبة في العالم " دراسات المستقبل - الامارات العربية المتحدة ، العدد 3 ، يونيو 2018 .
- 10- سحر عبد المنعم الخولي ، " دور الإنفوجرافيك في زيادة انقرائية الجمهور للمحتوى الإعلامي في مواقع الصحف المصرية والعالمية: دراسة تحليلية وميدانية
- 11- سلوي احمد محمد ابو العلا ، " استخدام الإنفوجرافيك بالمواقع الإلكترونية الرسمية المصرية للرد على الشائعات: المركز الإعلامي لرئاسة مجلس الوزراء نموذجا" مجلة البحوث الاعلامية ، جامعة الازهر - كلية الاعلام ، القاهرة ، 2020 ، ع 54 ، ج 1 .
- 12- شريف درويش ، سالي الشلقاني ، صناعة الأزمات والتأثير على المجتمع: شبكات التواصل الاجتماعي والشائعات ، المركز العربي للبحوث والدراسات: آفاق سياسية ، العدد 35 ، 2018 ، ص 5 .
- 13- عبير محمد سليم ، استخدام المواقع الفلسطينية للإنفوجرافيك : دراسة تحليلية مقارنة ، المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الإلكتروني ، جامعة القدس المفتوحة ، 2018 ، مجلد 6 ، العدد 12 .

- 14- لجين بنت محمد بن علي أحمد باقاسي، الاتجاهات الحديثة لإخراج صحافة البيانات "الإنفوجرافيك" في الصحف السعودية -دراسة تطبيقية على صحيفة مكة، المجلة العربية للإعلام و الاتصال، جامعة الملك سعود، قسم الإعلام. 20 ، نوفمبر 2018 متاح علي موقع
https://samc.ksu.edu.sa/sites/samc.ksu.edu.sa/files/imce_images/20_0.pdf
- 15- ماريان منصور، أثر استخدام الانفوجرافيك القائم على نموذج أبعاد التعلم لمارزانو على تنمية بعض مفاهيم الحوسبة السحابية وعادات العقل المنتج لدى الطاب، مجلة كلية التربية، جامعة أسيوط، المجلد 31 ، العدد (5)، 2015 ، ص ص 126
- 16-مجلة البحوث الاعلامية - جامعة الأزهر - كلية الاعلام - القاهرة - 2020 ، ع54، ج 3 .
- 17-محمد جمال عبد المقصود، دور التصميم الإنفوجرافيكية لتبسيط الرسالة الإعلامية وتسهيل نقل المعلومة والبيانات المستهدفة للجمهور، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، عدد 10 ابريل 20
- 18- محمد رضا سليمان، دور وسائل الأعمام الجديد في مواجهة للتأثيرات السلبية للشائعات المرتبطة بالإرهاب على المجتمع السعودي باستخدام استراتيجيات المنصات المتعددة، جامعة عين شمس: مجلة الدراسات العليا والطفولة، مج 19 ، ع 70 ، 2016 .
- 19- محمد فؤاد محمد الدهراوي ، " تأثير الإنفوجراف في إصدارات العلاقات العامة على فهم وتذكر المستخدمين: دراسة شبه تجريبية ، مجلة البحوث الاعلامية ، جامعة الأزهر - كلية الاعلام - القاهرة ، 2020 ، ع54، ج 3 .
- 20- محمود علم الدين ، الأخبار الزائفة.. وآليات مواجهتها ، بوابة دار الهلال ، 2020/12/21 ، متاح علي
<https://darelhilal.com/News/743172.aspx>
- 21- مدحت عادل ، " عدد مستخدمي الإنترنت يسجل نحو 68.5 مليون مستخدم في يونيو الماضي " جريدة اليوم السابع ، الثلاثاء، 11 أكتوبر 2022، متاح علي
<https://www.youm7.com/story/2022/10/11/%D8%B9%D8%AF%D8%AF>
- 22- مرفيت الطرابيشي ، عبد العزيز السيد . نظريات الاتصال . القاهرة . دار النهضة العربية، 2006 .
- 23- مني عيد محمد عيد ، الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية ، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية ، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق ، القاهرة ، 2019
- 24-نشرة مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لجهاز القومي لتنظيم الاتصالات، مارس 2019 ، ص 1، منشور بموقع الوزارة : / <http://www.mcit.gov.eg/Ar> / 6166/Publication/Publication_Summary
- 25- نصر الدين بو زيان ، الاخبار الكاذبة والزباب الاليكتروني وتزييف الوعي ، مجلة اكاديميا للدراسات السياسية ، المجلد 6 العدد 5 ، 2021/12/30 .
- 26- هاني البطل ،(انقرائية الانفوجرافيك في المواقع الصحفية المصرية لدى الشباب الجامعي"، بحث منشور في مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر ، العدد 51 ، 2019، ص 129 .

ثانيا : المراجع الاجنبية :

- 27- Adam J. Mills, Christine Pitt, Sarah Lord Ferguson, "The Relationship between Fake News And Advertising Brand Management in the Era Of Programmatic Advertising and Prolific Falsehood", March 2019 JOURNAL OF ADVERTISING RESEARCH
- 28- and Reader Approaches. The Turkish Online Journal of Educational Technology, Serkan Yıldırım. Infographics for Educational Purposes: Their Structure, Properties, 15 (3) 2016,p. p98-110
- 29-Denis. Mcquail. Mcquail's .Mass Communication Theory. 6th edition. USA: sage publishers, 2009. pp. 255-257
- 30- Design Lessons Learned from Popular Infographics. C Journal of Visual Literacy, 35 Dunlap, Joanna C & Lowenthal, Patrick R. (2016). Getting Graphic about Infographics,p42:
- 31-Dutta,A, Fakenews Infodemic during COVID-19 Pandemic. (April 2020)Project:(Infodemic Retrievedfrom:https://www.researchgate.net/publication/341215853_Fakenews_In_fodemic_during_COVID-19_Pandemic.Date of visit: 28/9/2022. At 7:04 PM
- 32- Faiz Ushbah Mubarak, Atiqah Nurul Asri. (2020). "Infographics: Media for Improving Students' Writing Abilities". International Seminar on Language, Education, and Culture, KnE Social Sciences, pp. 78:87. DOI 10.18502/kss.v4i4.6469.
- 33-Feyza Altunbey Ozbay, Bilal Alatas, "A Novel Approach for Detection of Fake Newson Social Media Using Metaheuristic Optimization Algorithms", ELEKTRONIKA IR ELEKTROTECHNIKA, ISSN 1392-1215, VOL. 25, NO. 4, 2019
- 34- Franziska Zimmer, Katrin Scheibe, Mechtild Stock, Wolfgang G. Stock, "Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users?", Journal of Information Science Theory and Practice, June 05, 2019
- 35- Kim, Antino, Patricia L. Moravec, and Alan R. Dennis. "Combating fake news on social media with source ratings: the effects of user and expert reputation ratings." Journal of Management Information Systems 36.3 (2019): 931-968.

- 36–Menczer,F.,(2016). The Spread of Misinformation in Social Media. the 25th International Conference Companion (April 2016),:
10.1145/2872518.2890092.Retrievedfrom:https://www.researchgate.net/publication/312639464_The_Spread_of_Misinformation_in_Social_Media. Date of visit:
(2022,Oct 9). At 6:30 PM
- 37–New Scientist (2011) ‘Interactive graphic: Japan's deadly seismic history’, New Scientist, 14 March 2011. Available at:
<http://www.newscientist.com/blogs/shortsharpscience/2011/03/interactive-graphic-japans-dea.html>
- 38–Randy Krum, Cool Infographics Effective Data Visualization and Design, john wiley and sons,2019
- 39– Royal Geographical Society with IBG (2014) Discovering Megacities. Royal Geographical Society. Available at:
40–<http://www.rgs.org/OurWork/Schools/Teaching+resources/Key+Stage+3+resources/Global+Learning+Programme/Discovering+megacities.htm>
- 41– Smiciklas, M. (2012) The Power of Infographics: Using Pictures to Communicate and Connect with your Audiences, Indianapolis: QUE
- 42–Zhang, Jiawei, Limeng Cui, Yanjie Fu, and Fisher B. Gouza. "Fake news detection with deep diffusive network model." arXiv preprint arXiv:1805.08751, 2018