

دور وسائل الإعلام الجديد في مكافحة التضليل الإعلامي والمعلوماتي: الحلول والمعالجات

باحث اتصالي في الصحافة

د. سهام حامد محمد موسى

المستخلص:

هدفت هذه الورقة للتعريف بالتضليل ومفهومه وأساليبه واهدافه وآثاره الضارة بالمجتمع والدولة؛ كذلك محاولة تقديم حلول ومعالجات إعلامية لمحاربة الزيف والتضليل؛ شهد العالم في العقدين الماضيين قفزة اتصالية نوعية كبيرة؛ نتج عنها ظهور شبكة الإنترنت وتطبيقاتها الاجتماعية؛ فربطت هذه الشبكة العالم عبر خدماتها الاتصالية الجديدة والمتنوعة؛ وأقبل الناس على استخدامها بمختلف فئاتهم العمرية أفراداً وجماعات وحتى الدول. وفرت هذه الشبكات عدة ميزات اعلامية كالانتشار ووفرت المعرفة وتعدد مصدر الأخبار والمعلومات والأدوات التعليمية، مع قلة التكلفة وسرعة النشر الإعلامي والتدفق المعلوماتي والنفوذ إلى المستقبل بسهولة ويسر، حيث أوجدت التقانة الجديدة التشاركية والتفاعلية والانية في ثنائية التواصل؛ كما أسهمت في نشأة ما يعرف بصحافة المواطن في عالم الإعلام؛ وكان يفترض في هذا الإعلام الجديد تغطية سوابب الإعلام التقليدي واخطائه ولكنه سرعان ما صار على العكس فبات مرتعاً للفوضى والتضليل لأغراض دينية؛ فضاعت الحقيقة فيها بين الكذب والشائعات والأخبار والمعلومات المفبركة؛ بهدف التضليل؛ فأضحى الكذب سمّةً للتواصل بالإنترنت، وقد شجعت على هذا التضليل طبيعة ومزايا الوسائل الإعلامية الجديدة. نجد أن مؤسسات الاعلام النزيهة قد وقع عليها عبءٌ اضافيٌّ على الإعلام الصادق وهو مكافحة التضليل الإعلامي المعلوماتي المتزايد عبر الاعلام الجديد. وتأتي أهمية الورقة في تعريفها بمفهوم التضليل وأساليبه وآثاره، ومحاولتها تقديم حلول ومعالجات لمكافحة هذا التضليل، ويستخدم البحث المنهج الوصفي والتحليلي على عينة من مستخدمي الاعلام الجديد بلغت 119 مفردة على شبكة الإنترنت ومن صانعي المحتوى من صحافة المواطن؛ مع الاعتماد على: الملاحظة والمقابلة مع مفردة واحدة من الخبراء وأساتذة الإعلام والمهنيين كأدوات لجمع المعلومات. إذ تسهم الورقة في فهم طبيعة التضليل وأسبابه وطرقه واثره؛ واقتراح أفضل السبل الاتصالية لمواجهته على صعيد الإعلام الجديد؛ مع الكشف عن تأثيره السالب، ينتهي البحث إلى ضرورة التعاون بين الكل ليقوموا بدورهم حيال سلامة الجمهور وأمنه؛ ومعرفة أفضل السبل لاستغلال الإعلام الجديد نفسه في مكافحة التضليل وفضحها واثاره بتوعية بها؛ وضرورة تنوير الرأي العام بالتضليل وأساليبه الخفية.

الكلمات المفتاحية: تضليل ، تدفق معلوماتي ، إعلام جديد

The Role of New media in combating media Disinformation and Misinformation: Salutations and treatments

Dr. Seeham Hamed M. Mousa-Researcher in Journalism

Abstract

This paper aims to define misinformation, its concept, methods, aims and its harmful effects on both society and the state, as well as an attempt to provide some solutions and remedies to combat media disinformation, misinformation and fighting its falsehood, in the past two decades the world has witnessed a qualitative series of communication leaps, come from side of the field of digital technology of communication; which has resulted in the emergence of the Internet and its social applications; This network connected the world through its new and diverse communication services; So people of all ages began to use it as individuals, groups and even countries. This provided several media features such as multiplicity sources of education, entertainment, and news, beside speed spreading of news and speed abundance of information flow, with low cost , and facilitate the access to the receiver-people easily, this is come by thanks of new digital technology, which has present to the media some new advantages such as participatory, interactive, and instantaneousness , in communication process via new media, It also contributed to the emergence of what is known new as citizen journalism in the world of media. This new media was supposed to cover the shortcomings and mistakes of traditional and mainstream media, but soon it became completely on opposite, so it became a place for chaos and misinformation for sordid and evil purposes, so the truth has been lost and miss between lies, rumors, fabricated news, and untrue information with the aim of dis/misinformation, and disinformation became a feature of communication on the Internet, and this misinformation was encouraged by the nature and advantages of the new media and led to the behavior of this deviant behavior. Accordingly; We find that the honest and truthful media An additional and heavy burden has been placed on it, which is its role in combating media and information misinformation instead of truth publishing, this through discovering and exposing lies and rumors and exposing their various and colorful forms; As well as educating and enlightening the public about the dangers and effects of misinformation, and Its role shifted from spreading the truth and enlightening public opinion with

truthful news and honest information in an attempt to a new mission imposed by the new reality. The importance of this paper lies in defining media disinformation and information, its methods, aims and effects, and its attempt to provide some effective solutions and remedies to combat this misinformation. The researcher used the descriptive and analytical methods on a sample amounted to 119 user on the Internet and from the content maker of citizen journalism with reliance on observation and interview with an expert, a media teacher and media professional.

Keywords: disinformation, information flow, new media

المقدمة:

الإعلام ظاهرة اجتماعية قديمة صاحبت وجود الإنسان منذ قديم الزمان؛ وتطورت وسائله بشكل كبير مع تطور المجتمع الإنساني حتى وصل مرحلة الرقمية التي أتاحت الإعلام الجديد؛ من خلال شبكة «الانترنت» التي أحدثت فرق واضح ونقله الاتصال نوعية وأدى هذا إلى كثافة النشر والمعلومات والأخبار. لذا يعتبر الإعلام من الأدوات التي تربط الأفراد والمجتمعات والدول؛ وتقوم المهنة الإعلامية على أسس من القيم الأخلاقية والمهنية في نشرها للرسائل الإعلامية؛ وتعتمد هذه المهنة على الصدق وتحري الأخبار الصادقة وعلى الأمانة فيما تنقله أو التأكد مما تتناقله أو يردها من أخبار و تقارير عن أحداث محلية أو عالمية؛ سواء من المرسلين أو من/بين المؤسسات الإعلامية المحلية والعالمية حتى لا تقع ضحية للتضليل لا ينكر دور الإعلام الإيجابي؛ سيما الجديد منه وأثره العظيم في الحياة وتقدمها بما ينشر من أخبار صادقة ومعلومات حقيقية خدمة لأهداف بناءة وسامية. إلا أن بعض المؤسسات أو بعض العاملين بهذا المجال الهام والحساس انحرفوا به عن أهدافه وحدوا به إلى أهداف سيئة ذاتية أو مدفوعة القيمة؛ من خلال ممارستهم التضليل الإعلامي والمعلوماتي وارتكاباً لجرائم إعلامية.

أهمية البحث:

تكمن أهمية هذه الورقة البحثية من خلال مناقشتها للموضوعات وإنتاج حلول لبعض مشاكل التضليل الإعلامي والمعلوماتي الآتية:

1. أهمية المصالح والقيم الفاضلة تلك التي ينتهكها التضليل الإعلامي والمعلوماتي عن طريق استغلال وسائل الإعلام الجديد المختلفة.
2. عالمية وسائل الإعلام الجديد حيث لها المقدرة على التضليل ونشره واسعاً ليستهدف المقصود به ويضر حتى بمن هو غير مستهدف به.
3. الوقوف على هذا الموضوع وإفراده بالبحث والدراسة؛ مما يساهم في تحسين أداء الإعلامي ويفضح التضليل.
4. بيان الأساليب التي ينتهجها التضليل الإعلامي والمعلوماتي في الحقل الإعلامي الجديد.
5. معرفة الممتننين للعمل الإعلامي دورهم المطلوب في نشر الحقائق السليمة والأخبار الصادقة ذلك دون زيف أو تشويه؛ ومن ثم الارتقاء بالمستوى الإعلامي.

مشكلة الدراسة:

مشكلة الدراسة هي ممارسة التضليل صارت بوسائل حديثة حرة وسريعة واسعة الانتشار عالمياً؛ ولا تعترف بأي حدود أو اعتبار أو قيمة؛ وليس لها رقيب أو حارس بوابة؛ كما لها من الفوائد ما لها وفي ذات الوقت مجموعة مخاطر أفدحها هو التضليل الإعلامي والمعلوماتي؛ الذي يعني نشر الكذب والمعلومات المغلوطة والخاطئة عن قصد لهدف خبيث.

بحسب أخلاقيات المهنة واهداف الإعلام؛ على الإعلام ومؤسسات الإعلام والصحفيين فيها تحري الأخبار والمعلومات على أساس من الموضوعية والمصدقية؛ فالتضليل الإعلامي والمعلوماتي يؤدي ويضر ولا بد من مكافحته بكافة الوسائل بما في ذلك ذات وسائله؛ السؤال الهام هنا: هل يمكن مرة أخرى أن يعود الإعلام الجديد إعلام يعني بالحقيقة الخالصة ولا يستغل في التضليل ويمتد دوره من بديل ناقل للحقيقة والكذب دون تمييز إلي منقح ومدقق ومكافح للتضليل موز للوسائل الاخرى المقترحة؛ وماهي الحلول والمعالجات لمشكلة التضليل في الاعلام الجديد ومواجهة وخطره بالمكافحة.

أهداف الدراسة:

1. تبيان أنواع شبكات التواصل الاجتماعي.
2. إظهار إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعي من خلال التضليل الإعلامي والمعلوماتي.
3. إبراز دور شبكات التواصل الاجتماعي والمواقع والمدونات غير الملتزمة بالنزاهة في نشر الشائعات والكذب.
4. تعرّف أنواع التضليل على شبكات التواصل الاجتماعي.
5. الإسهام في أن الإعلام وفق معايير وضوابط إعلامية وأخلاقية وقانونية؛ ومتي ما غابت هذه المعايير والضوابط حتّى أن يحاسب عليها من قبل الدولة وبالقانون.

تساؤلات الدراسة:

1. ما هي خصائص وسائل الإعلام الجديد؟
2. ما هي أكثر التطبيقات الرقمية شيوعاً على شبكات الإعلام الجديد؟
3. هل يمكن الوثوق والاعتماد على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر أول للحصول على الأخبار؟
4. ما دور وسائل الإعلام الجديد في نشر التضليل الإعلام وما هي أشكال التضليل على وسائل الإعلام الجديد؟
5. ماهي انجع الوسائل والمعالجات التي يمكن الركون إليها في مكافحة التضليل الاعلامي والمعلوماتي.
6. هل يمكن للإعلام الجديد أن يقوم بدور فاعل في إجهاض جهود «رعاة التضليل» ومنفذيه ويتحول من مستغل إلى مدافع مكافح.

منهج الدراسة:

اعتمدت الورقة على المنهج المسحي الوصفي والمنهج التحليلي الذي يقوم بوصف الظاهرة ووصف الجمهور الإعلامي من المتلقي؛ ومن ثم قياس الظاهرة كمياً؛ وهو مما يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي يتم دراستها وسبر أغوارها من خلال الدراسة المتعمقة.

عينة الدراسة:

استخدمت الباحثة العينة العشوائية البسيطة من بعض الإعلاميين والمختصين؛ كما وقد أجرت الباحثة مقابلة مع بعض الخبراء.

الأدوات المستخدمة في الدراسة:

استخدم البحث الملاحظة العلمية؛ علاوة على استمارة الاستبانة بوصفها أداة رئيسية للبحث وجمع البيانات وإجراء المقابلة لسد النقص في المعلومات والاستزادة؛ وللتفصيل في ذلك وتحليل المعلومات والبيانات عن طريق برنامج التحليل الاحصائي SPSS أنظر الجزء الدراسة الميدانية في مقبل البحث.

الدراسات السابقة:

تستعرض الباحثة بعض الجهود والدراسات السابقة التي قام بها آخرون في هذا الموضوع؛ لكي تستفيد من هذه الدراسات التي سبقت دراستها؛ متجنباً القصور الذي تعرضت إليه؛ كما تسعى الباحثة للإضافة العلمية التي تروجو أن يحققها البحث من خلال هذه الورقة:

الدراسة الأولى:

محمد أحمد خليفة، الإعلام الجديد بين التضليل والتنوير السياسي، دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات المصرية مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط مصر: المجلد/ع22: مارس 2019م، ص: 273- 315 هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير أخبار الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في عملية تشكيل الرأي العام بين التنوير أو التضليل الإعلامي والسياسي لطلاب الجامعات. ولقد تم بلورة هذه الأهداف في مجموعة من الأسئلة، ما مدى تأثير هذه المواقع وكثافة التعرض والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات؟ وهل يمكن أن تشكل اتجاهات الطلاب نحو المشاركة السياسية بالتنوير والمشاركة الإيجابية؟ وهل لتلك الوسائل دور في التضليل السياسي أو التأثير في الاتجاه المضاد والسليبي في المجتمع؟ رصد طرق التضليل الإعلامي الأكثر شيوعاً في تلك المواقع الإلكترونية. هي دراسة وصفية لجأ فيها الباحث لمنهج المسح الإعلامي وطبقه على عينة من جمهور شباب الجامعات، حيث تمت دراسة جمهور المستخدمين للإنترنت ولموقع التواصل الاجتماعي وتم تطبيق منهج المسح بالعينة وتطبيق الاستبانة على عينة من الشباب في الفترة من 2016 م حتى 2018م، من خلال تصميم وتوزيع الاستبانة على عينة قوامها (1000) مفردة. اختيرت بشكل عشوائية وهم من طلاب الكليات الإنسانية و كليات التربية الإعلام وجامعة ومعهد الجزيرة للإعلام بالقاهرة؛ وذلك لتحقيق التنوع والتجانس وتمثيل الكثير من الفئات داخل مفردات العينة فأوضحت الدراسة أن تلك المواقع الإلكترونية تلجأ إلى التحريف أو الحذف والقص والإضافة أو التعطيم أو إعادة كتابة نفس الخبر مع إعداد وإحصائيات مغلوطة متعمدة للمعلومات والأخبار المقدمة بهدف تشكيل الرأي العام لصالح أهداف مجموعة معينة أو جذب معين. أيضاً يسعى الكاتب أو المحرر أو القائم بالاتصال في مواقع الإعلام الجديد إلى تقديم بعض الأخبار بشكل به نوع من التضخيم أو التهويل ليرهب فصيلاً معيناً أو لينشر فكرة معينة أو ليمنع المواطنين من الاشتراك في النواحي السياسية وهذا ما يتفق معه نسبة (67.3%) من المبحوثين علاوة على ذلك فإن وسائل الإعلام الإلكترونية أحياناً تمارس سياسة دس السم في العسل إلى غير ذلك من الأساليب التي ذكرتها تلك الدراسة.

الدراسة الثانية:

يامين بودهان، تعامل المرسلين المحليين مع نشر الأخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية؛ دراسة ميدانية بولاية سطيف، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية؛ دراسة منشورة بالإنترنت.

حيث استعرضت هذه الدراسة تجربة المرسلين المحليين في الجزائر في تعاملهم مع كومة الأخبار والمعلومات المتداولة في مواقع التواصل الاجتماعي وكيفية التحقيق من صحة هذه المحتويات وفي هذا الإطار جاء التساؤل الرئيسي للإشكالية على النحو التالي :

- كيف يتعامل المرسلون المحللون في الجزائر مع ظاهرة الأخبار الكاذبة على مستوى شبكات الإعلام الاجتماعي.
- ما هي آليات التحقيق من الأخبار الكاذبة والتي يعتمد عليها هؤلاء المرسلين لكشف زيف هذا النوع من الأخبار.

وتهدف الدراسة لمعرفة طرق تعامل المرسلين المحليين في الجزائر مع مسألة التحقيق من المواد الإخبارية التي يجدونها في مواقع التواصل الاجتماعي تفادياً لوقوعهم في مطبعة نشر الأخبار المضللة. ولهذا اعتمد الباحث على استخدام المنهج الوصفي باعتباره المنهج الملائم للكشف عن الكيفية التي يتعامل بها المرسلون الصحفيون مع مشكلة الأخبار المفبركة، أما عن أدوات الدراسة فقد اعتمد الباحث على المقابلة مصمما استمارة مقابلة منحت للمرسلين المعنيين و الذي قدر عددهم ب 20 مراسل و الذين اعتبروا عينة مجتمع البحث الذين تحصل منهم على ردود إيجابية من أصل 50 مراسلا يشتغلون سواء في الصحافة المكتوبة ، المسموعة ، المرئية أو الالكترونية.

الدراسة الثالثة:

زهية يسعد؛ الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين؛ دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا، دراسة منشورة بالإنترنت.

انطلقت في بحثها من إشكالية انتشار الأخبار المزيفة أثناء الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المستخدمين وتحديدًا خلال الأزمة الصحية العالمية التي تسبب بها فيروس كورونا المستجد حيث هدف هذا البحث الى معرفة نسب انتشارها بين جمهور المستخدمين ، مستعينة في جمع بيانات المبحوثين بالاعتماد على الاستبيان الالكتروني الذي تم توزيعه وفق أسلوب كرة الثلج والعينة العشوائية متبعة المنهج الوصفي التحليلي الذي مكنها من الوصول الى النتائج التالية :

يعتقد أكثر المبحوثين أن الأخبار التي يتعرضون لها على وسائل التواصل الاجتماعي و المحتويات التي يتصفحونها حول فيروس كورونا و بشكل خاص على الفيسبوك مزيفة ، كما يؤكد أغلبيتهم أن التزييف في الأخبار و المحتويات المتعلقة بفيروس كورونا كثيرة جدا و أنهم كانوا في كل مرة يبحثون عن وسائل إعلامية أخرى لمعرفة الحقيقة و يرون بأن تلك الأخبار تؤثر سلبا على نفسيتهم. ويعتمد مدى تأثير ذلك على نتائج الانتخابات وفعالية الكشف عن الأخبار المزيفة في تغير الطريقة التي يصوت بها الناس.

تعريف مصطلحات الدراسة:

- **التضليل في اللغة:** من الفعل ضَلَّلَ وهي مفردة يقصد بها جعل الغير ينحرف عن الطريق ولا يتبينه واحداث بعض الأمور لكي لا يهتدي الباحث عن الشيء الطريق إليه أو إلى ما يريد؛ ومنه تضليل القاضي. ((والإضلال في كلام العرب ضد الهداية والإرشاد يقال أضللت فلاناً إذا وجهته للضلال عن الطريق. وضللت المسجد والدار إذا لم تعرف موضعهما، وضللت الدار والمسجد والطريق وكل شيء مقيم ثابت لا تهتدي له. وضل هو عن ضلال وضلالة.
- **والتضليل في الاصطلاح:** هو الوصول إلي الهدف المرجو؛ وهو غالباً هدف ضار بالضحية يسوقها لما لا ترغب؛ لا يوافق عليه الضحية إذا كان واضح مباشر.
- **والإعلام في اللغة:** من العلم وهو نقيض الجهل)).⁽¹⁾ ((فمادة العلم تدور حول العلامة والمعرفة والشعور فإذا أضيفت إليها الألف والسين والتاء فهي طلب العلم أو الخير وتعريف الناس وتعليمهم أو إخبارهم الأخبار كلها من وظائف الإعلام فإن الإعلام يترك علامة محتوية تتجلى في تأثير الناس بما يعلمهم به وإمالة قلوبهم إلى ما يدعون إليه.
- ولعل هذا يشير إلى أن لكل اتجاه إعلامه الذي يؤثر في الناس به.
- **والإعلام اصطلاحاً:** هو العلم الذي يدرس اتصال الناس اتصالاً واسعاً باعتبار جنسهم اتصال وعي ومدراك لما يترتب على عملية الاتصال هذه من أثر ورد فعل وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية وكمية ونوعية وما شابه ذلك)).⁽²⁾

أساليب التضليل الإعلامي :

إن أخلاقيات الإعلام تفرض على وسائل الاتصال الجماهيرية القيام بواجباتها ووظائفها بصدق و أمانة وموضوعية وتوازن، وشمول ودقة وعدم إساءة استخدام سلطة الإعلام، لكن ومع وجود صراع المصالح على المستوى المحلي والعالمي فإن هذه الأخلاقيات قد تغيب أحياناً ويحدث بشكل متعمد التضليل الإعلامي والمعلوماتي:

1. التلاعب بالأخبار مثل مزجها بالحقائق أو تكثيفها أو تزييفها أو غير ذلك
2. التلاعب بالصور من خلال زاوية الالتقاط أو العدسات أو التركيب
3. التضليل باستطلاعات الرأي وصناعته وتزوير ارادته
4. نشر الشائعات
5. الكذب المحض
6. الدعاية والرمادية
7. اللجوء إلى مراجع غير موثوقة

((ومن أخطر أساليب التضليل ما يطلقون عليه قصف العقول بوسائل متعارف عليها من أهمها التحريف والتعتيم والتنكر ولفظ الأنظار والتشويه والتدليس وفي الوقت الحاضر أصبح لموضوع التضليل الإعلامي أهمية كبرى وامتزادة وخصوصاً مع انتشار الإعلام الجديد على مختلف أنواعه وتنامي الدور الذي تلعبه ليس فقط في نقل الخبر وتحديد توجيهات الرأي العام تجاه القضايا البارزة ذات الأبعاد السياسية

والاقتصادية والاجتماعية مما أصبح التعرض لموضوع المسؤولية الجنائية عن جريمة التضليل الإعلامي من القضايا الهامة وخصوصاً فيما يتعلق بممارسات النشاط الإعلامي بكافة وسائله⁽³⁾. وخلص الأمر أن التضليل الإعلامي وما يعبر عنه أيضاً «بالتحريف الإعلامي» هدفه تحريف وتحويل الحقائق بهدف التأثير على الرأي العام والتلاعب بالعقول؛ ويستخدم في ذلك العديد من الأساليب؛ منها الاشاعة والدعاية والحرب النفسية، التحريض، التحريف، التكتيم أو التعتيم التهويل أو التضخيم، لفت الأنظار التخويف والإرجاف؛ التجاهل؛ الكذب أو التشويه؛ الإيهام أو التدليس؛ التلاعب بالمصطلحات؛ وغير ذلك؛ وقد استخدمت قوى الغزو والعدوان سياسة نشر الشائعات ونشرها في الإعلام الأسود أو صناعة الكذب هو من أخطر الوسائل أو الحروب التي تستهدف عقول البشر حيث تبدأ بالتشويش.

عناصر التضليل :

تستخدم وسائل التضليل بشكل واسع الاعلام الجديد وخاصة لوسائل الاعلام الجديد منه، علي الشبكة اضافة للمواقع والمدونات وغيرها من وسائط الاعلام الجديد؛ لما يتميز به من السرعة والانتشار؛ ويستخدم التضليل الرقمي كافة الوسائل لتحقيق الأهداف؛ التي يروجو سواء كانت في المجال السياسي أو الاقتصادي أو الاجتماعي أو الأمني، ويدخل التضليل ضمن الإطار الواسع للحرب الإعلامية والنفسية من خلال الاعلام الجديد، وتستخدم التضليل الإعلامي بالكذب والخداع؛ الإشاعة كعنصر قديم للتضليل وخط الحقيقة بالكذب؛ اضافة إلى التشويش والإلهاء والإيهام وإخفاء الحقائق والتركيز على المعلومات معينة دون غيرها بالكثيف والتكرار؛ وكذلك اختلاق وقائع غير حقيقية، أو إغراق وسائل الإعلام بالكثير من الأخبار التي تناقض الحقيقة لوأدها؛ بفعل الضخ الكثيف للمعلومات غير الحقيقة والأخبار الكاذبة وخلق الفوضى الاخبارية من خلال استخدام وسائل الاعلام الجديد سواء الفيسبوك أو التويتير أو اليوتيوب أو الانستغرام أو الاستنشاجات أو التلغرام وغيرها من الوسائل والتطبيقات علي الشبكة العنكبوتية وهي تخفي المرسل وليس عليها رقيب أو حارس بوابة فهي اذا بلا رقابة أو ضوابط..

شبكات التواصل الاجتماعي:

((تعرف هبه محمد خليفة شبكات التواصل الاجتماعي بأنها شبكة مواقع فعالة جداً في تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من التواصل مع بعضهم البعض، كما تمكنهم من التواصل المرئي والصوتي وغيرها من الإمكانيات التي توصل العلاقة الاجتماعية بينهم؛ ويشير محمد منصور إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاءون وفي أي مكان في العالم، واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات مع البشر)).⁽⁴⁾ وقد أدت هذه الشبكات الخلق فط حياة مختلف لدى الناس باختلاف أعمارهم وجنسياتهم وأفكارهم واهتماماتهم؛ فهي التي حولت تجمع الأفراد من الشاشة الكبيرة ذات ال(90 بوصة (التلفاز إلى الشاشات الصغيرة ذات ال(10 بوصة «الأجهزة الكفية والهواتف الذكية».

أشهر شبكات التواصل الاجتماعي:

- الفيس بوك (Facebook): ((موقع شبكة اجتماعية بالانترنت صمم لربط المستخدمين مع بعضهم البعض، بحيث تتيح لهم إنشاء قاعدة ملامح شخصية وشبكات اتصال مشتركة وعقد صداقات مع مستخدميهم

آخرين بالعالم والكتابة على حوائط أصدقاتهم Wall وتعتبر شبكة الفيس بوك الشبكة الرائدة في عالم الشبكات الاجتماعية حيث بدأت في 2004م)).⁽⁵⁾

- اليوتيوب (Youtube): أحد أشهر وأهم المواقع الإلكترونية على الإنترنت التي بدأت عام 2005م، وتقوم فكرته الأساسية على إمكانية إرفاق أي ملفات تتكون من مقاطع فيديو على شبكة الإنترنت دون أي مقابل مادي. حيث يتمكن المستخدم من إرفاق أي عدد فور تسجيله في الموقع ليراها ملايين الأشخاص حول العالم، ووضع (Like, dislike) وذلك للتعبير عن الشعور إزاء المرفق.⁽⁶⁾

- الموقع (التويت Twitter): أنه موقع على الإنترنت من مواقع الشبكات الاجتماعية ظهر في 2006م بحيث يتم من خلاله التدوين المصغر والتغريدات (Tweets) بطريقة مفتوحة، ويستخدمه العديد من الناس تويتير لمتابعة أصدقاتهم وكذلك المشاهير ممن يشعرون معهم بالتناغم والاندماج الفكري.⁽⁷⁾

- الانستجرام (Instagram) (أحد مواقع الشبكات الاجتماعية التي ظهرت عام 2010م كخدمة لمشاركة الصور، يمكن اعتباره تويتير المصور وذلك من خلال ما يمكن نشره من صور يتم التقاطها من خلال الهاتف الجوال أو الكاميرا بحيث يمكن نشرها أيضا على الفيس بوك أو التويتير ومشاركة الآخرين في مشاهدتها يمكن من خلال هذا الموقع إضافة بعض التأثيرات على الصور وذلك من خلال 11 مرشحاً مختلف، ويتيح هذا الموقع لمستخدميه التعارف ومتابعة الأشخاص المختلفين سواء ممن يعرفهم أو لا يعرفهم، ويمكن إضافة hashtag للصورة أو ما يسمى باللغة العربية "وسم" ويرمز له (#) وذلك بهدف وضع اسم للصورة يتم من خلاله التسويق لها أو للشخص صاحب الحساب وكذلك تصنيف الصور وجعلها قابلة للبحث.

- الوتس أب WhatsApp: ((هو واحد من أكثر التطبيقات إثارة للاهتمام، يستخدم من خلال منصة تطبيق الرسائل للهواتف الذكية، ما يتيح للمستخدمين إرسال واستقبال معلومات الموقع والصور والفيديو والصوت والرسائل النصية في الوقت الحقيقي للأفراد والجماعات. من خلاله تداول أعداد هائلة من الأخبار السياسية والدينية والاقتصادية بهدف البقاء مع الأحداث باستمرار إلا أن هذه الأخبار قد تحتوي على معلومات بعضها صحيح وبعضها مغلوَط يتم نشرها من قبل أشخاص بما لجذب الانتباه أو إثارة الفتن والبليلة)).⁽⁸⁾

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تمثل خصائص الشبكات الاجتماعية في العناصر التالية:

- 1.الفاعلية
- 2.التكاملية
- 3.تجاوز الحدود الثقافية
- 4.تجاوز حدود المكان والزمان
- 5.الاستغراق في عملية الاتصال
- 6.سهولة الاستخدام
- 7.المشاركة
- 8.الشمولية

أهداف التضليل:

التضليل له أهداف متعددة وجعلها ضمن في دائرة الشر؛ ومن ذلك وعلى رأسه إدخال الشكوك، وصنع الاضطراب، والتلاعب بالعقول؛ وهدم الروح المعنوي؛ وتقوم صناعة التضليل الإعلامي والمعلوماتي على استخدام ابرع ما وصلت إليه تكتيكات علم النفس وعلم النفس الاعلامي من القدرة على التأثير والإقناع؛ وذلك لتغيب وعي المتلقي وتوجيهه من خلال خلخلة نوازع الإيمان في الضحية بالتشكيل وغرس أفكار محددة تخدم راعي التضليل وطالبه. وذلك من أجل عملية المنافسة والصراع أو الحرب أو مجرد الكذب من أجل التسلية فيما يتعلق الأمر بالأفراد في وسائل الاعلام الجديد؛ والتضليل قد يمارس بوسائل الإعلام التقليدية نفسها كوسيط مستغفل أو متمعد؛ لأجل خدمة أهداف تتعلق بالأفراد الذين يمارسون التضليل والخداع؛ وهي أهداف شخصية أو قومية أو دولية؛ أو تسعى لها شركات لأجل المنافسة وكسب الزبائن والمتعاملين؛ أو الدول تمارسه لأهداف تتعلق بالصعيد الخارجي والعلاقات الدولية؛ أو كسب الحرب أو غير ذلك. ولاشك في أن التضليل الإعلامي والمعلوماتي يخدم أهدافاً محددة سلفاً هي لاريب ضد رغبة المتلقي لرسائل الاعلام وقد يكون هدف المزلون هو السيطرة على إرادته وسلوك المتلقي المستهدف برسائل الاعلام المضلل.

هذه باختصار بعض الملامح من التضليل الإعلامي والهدف دائماً أن ينتج وعياً مزيفاً، ويحرّف اهتمامات المواطنين عن دورهم الأساسي في مواجهة العدوان، من خلال ترويج ونشر الأخبار الكاذبة والمفبركة؛ والشائعات؛ فمثل هذا الإعلام يحول الإنسان إلى عبد مسخر له ويأخذه إلى حيث يريد دون وعي، ويحدد رأيه في السياسة والاحداث العامة بأن مع من له أن يتحالف أو يؤيد أو يعارض.... هي عملية غسل للدماغ، ومع وسائل الاعلام الجدي لا يحتاج معه الذين يتقنونه إلى جهد كبير بل فقط ضغطة زر.

الحلول والمعالجات:

1. سن القوانين الخاصة بالتضليل؛ وتفعيل قانون معلوماتية بالدولة حماية لمجتمع والدولة.
2. وضع آلية صارمة ولائحة تنظم عمل الاعلام الإلكتروني الجديد
3. وضع جهاز رقابي لرصد المخالفات على الصعيد الإعلامي الرقمي بواسطة وسائل الإعلام الجديد ووضع حدود لها.
4. العمل على كشف وفضح التضليل عن طريق التحقق والتدقيق من قبل الإعلام الجديد نفسه.
5. بث الوعي بالتحقيق والتدقيق من خلال تدريس وبث الوعي بالتعليم والتربية الإعلامية
6. التحصين الاجتماعي للأفراد والمجتمع من خلال تقوية قيمهم ومعتقداتهم وانتمائهم لوطنهم.
7. عدم الاعتماد على وسيلة واحدة للحصول على الأخبار والمعلومات دون الرجوع للوسائل النزيهة الأخرى.
8. تحري الدقة عند قراءة الأخبار على شبكات التواصل الاجتماعي؛ التأكد من مصدر الخبر الذي يتم نشره على شبكات التواصل الاجتماعي والتحقيق من مصداقيته قبل إعادة نشره.
9. تنشيط دور وسائل الإعلام الوطنية بإنتاج مواد وبرامج تعزز التكاثر الوطني بين أبناء الوطن كافة.

10. عدم تصديق كل ما تنشره شبكة الإنترنت بتطبيقاتها ومنافذها المختلفة.

وهذا يتفق مع ما قال به استاذ الاعلام بالجامعات السودانية الدكتور عمار بشير نورالدائم في مقابلة معه: («أعتبر أن سن القانون المختص مع الرقابة والتوعية والتثوير الاعلامي للناس مه تكامل الدور الرسمي والشعبي؛ مع العمل الجماعي في فضح التضليل والمضللون من قبل المؤسسات الاعلامية سيما الجديدة منها هو من أفضل وانجع الحلول لمواجهة ومكافحة التضليل الاعلامي والمعلوماتي») (9) وقد اضاف الخبير الاعلامي في هذا الصدد عبد الكريم أحمد قرني قائلاً («واضيف إلي ما ذهب إليه د. عمار أن ضرورة خلق وعي نزيه بين مستخدمي هذه الوسائل عبر التربية الاعلامية؛ واقامة مراكز متخصصة للتحقق والتدقيق في محتوى هذه الوسائط؛ وتكثيف نشر الحقائق والاخبار الصادقة واسعاً يهزم التضليل ويجعله يتصال أمام زحف الحقيقة وينتهي كلما بدأ») (10) وفي ذات السياق قال الاستاذ الصحفي الطيب ابراهيم بالصحافة الورقية والاليكترونية في شان التضليل الاعلامي والمعلوماتي وكيفية مكافحته وفضحه: («أنه يتعين على الاعلاميين الاحترافيين العمل بإخلاص وبزل الجهد الصادق في كشف التضليل ومن ثم العمل ضده بنشر الحقائق وتعرية الزيف؛ والتعريف بالواقع كما هو وملاحقة المضللون بالرقابة وفضح اساليبهم واهدافه الخبيثة أين كانوا تخفوا» سواء عن طريق الاعلام التقليدي أو الجديد). (11) ونافلة القول هنا أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بما لها من سرعة انتشار ومكنت كل فرد الارسال والاستقبال دون رقيب أو اظهار هوية؛ الأمر الذي أوجد للتضليل فيها بيئة مواتية تنتشر فيها الشائعات والكذب انتشار النار في الهشيم مستغلا العديد من المزايا والتكتيكات التي جاءت بها الرقمية كاتساع نطاق الرسالة الإعلامية والاتصال وجاذبية العمل الاعمال الإعلامي من خلالها وسرعة وصوله للطرف المستهدف به؛ الأمر الذي جعلها تهدد بالتضليل الإعلامي والمعلوماتي استقرار المجتمع في جميع الأصعدة؛ فالحق من خلال التضليل الضرر بالفرد والمجتمع بصفة عامة والدولة عليه لا بد من رصد التضليل وفضحه ومكافحته بكافة الوسائل وخاصة الشائعات بشبكات الإعلام الجديد بطريقة ناجحة.

الدراسة الميدانية:

أدوات الدراسة: استخدمت الدراسة عدد من أدوات جميع البيانات والمعلومات هي:-

1. الملاحظة العلمية
2. المقابلة عبر التلفون : أجرت الباحثة مع ثلاث توزعوا على (استاذ جامعي؛ واعلامي مهني محترف، وخبير اعلامي).

3. اداة استمارة الاستبيان:

وزعت الباحثة صحيفة الاستبانة للحصول على بيانات ومعلومات الدراسة عن طريق شبكة الانترنت مستهدفة 50 مفردة من المجتمع الهدف وهم كل الفئات العمرية ما عدا الاطفال ممن هم دون الـ 18 عام السن الفارق بين الطفولة والشباب قانوناً؛ لان الاعلام الجديد ليس قصر على فئة معينة ممن هم فوق سن الطفولة القانوني؛ وقد حصلت الباحثة على 119 استمارة مستجيب؛ اجابوا علي صحيفة الاستبانة المحكّمة، تم تصميم الاستمارة الكترونيا (Online service) وهي المتوفرة علي موقع (Google Drive)، وتم إرسال الرابط الإلكتروني "Electronic Link" إلي المبحوثين عبر البريد الإلكتروني، وتطبيق وأتسبب خلال الفترة من

7 فبراير إلى 10 فبراير 2023م ، وقد اشتملت الاستبانة علي ثلاث أقسام رئيسية:

- 1.القسم الأول: البيانات الاساسية للمستبنيين البيانات الشخصية وتضم مجموعة من المتغيرات الديمغرافية مثل: النوع، العمر، المستوي التعليم، الحالة الاجتماعية
 - 2.القسم الثاني: التضليل الاعلامي والمعلوماتي بالإعلام الجديد
 - 3.القسم الثالث: اساليب وطرق مكافحة التضليل الاعلامي والمعلوماتي بالإعلام الجديد
- اختبار الصدق والثبات لأداة الدراسة:**

تم التأكد من صدق الأداة باستخدام أسلوب الصدق الظاهري وهو الذي يعبر عن اتفاق المحكمين علي أن الأداة (المقياس) صالحة فعلا لتحقيق الهدف الذي أعدت من أجله، وتأكيد إمكانية استخدامها للقياس.

أما فيما يتعلق بالثبات فقد تم بطريقة الاختبار القبلي وتم عن طريق برنامج التحليل الاحصائي SPSS جميع الاستمارات الواردة من المستبنيين وبالبلغ عددها (119) مفردة بحثية؛

وكانت اجابات المستبنيين كالآتي:

الجدول الأول : - التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير النوع		
النسبة المئوية	العدد	الفئات
43.5%	50	ذكر
56.5%	65	انثى
100%	115	المجموع
من الجدول اعلاه يتضح فيما يتعلق بالسؤال حول النوع يتضح من اجابة المستبنيين أن الفئة الأكثر التي شاركت في الاجابة على الاستبانة هي الاناث وأن عددهن فاق عدد الذكور.		
الجدول الثاني : - التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق متغير العمر		
النسبة المئوية	العدد	الفئات
71.3%	82	18-32
10.4%	12	34-44
14.8%	17	45-55
3.5%	4	فاكثر61
100%	115	المجموع
من الجدول اعلاه يتضح فيما يتعلق بالسؤال حول متغير العمر يتضح من اجابة المستبنيين أن الفئة العمرية الأكثر التي شاركت في الاجابة على الاستبانة هي الفئة (18-32) وهذا يعزى إلا أن الشباب في هذه الفئة العمرية خارج دائرة الانتاج والعمل وبالتالي هم/ن الأكثر تفرغ والأكثر بالتالي استخدام للأعلام الجديد		
الجدول الثالث : - بجدول فيما يتعلق حول الحالة الاجتماعية كانت عبارة (عازب) هي العبارات الاعلى نسبة بالإجابات		
60.9%	70	عازب

من الجدول اعلاه يتضح فيما يتعلق بالسؤال حول الحالة الاجتماعية يتضح من اجابة المستبينين أن الفئة الاكثر التي شاركت في الاجابة على الاستبانة هي العزاب وطبيعي أن يكون الشباب في هذا العمر اعلاه من الغالبية التي اجابت على الاستبيان 18-32 من الذين لم يتزوجوا بعد في بلد اغلب سكانه تحت خط الفقر.

الجدول الرابع : - في جدول التعليم: كانت عبارتي : (جامعي/ فوق جامعي) هما العبارتين الاعلى نسبة

بالجدول؟		
جامعي	93 العدد	80.9%
فوق الجامعي	20 العدد	17.4%

من الجدول اعلاه يتضح فيما يتعلق بالسؤال حول متغير التعليم يتضح من اجابة المستبينين أن الفئة الاكثر التي شاركت في الاجابة على الاستبانة هي فئتي الجامعيين وفوق الجامعيين/متفوقون على المرحلة الثانوية وهذا يعزو إلي أن الثانويين هم في طور المراهقة والمدرسة وهم ممن لا تسمح لهم الأسر غالباً بعد حمل التلفون الجوال.

الجدول الخامس : - فيما يتعلق بسؤال الوقت المنفق على وسائل الاعلام الجديد؟

الفئات	العدد	النسبة المئوية
كثيراً	55	47.8%
كثيراً جداً	37	32.2%

من الجدول اعلاه يتضح فيما يتعلق بالسؤال الوقت المنفق على وسائل الاعلام الجديد يتضح من اجابة المستبينين أن الفئة الغالبة أجابت بأنها تنفق الكثير والكثير جداً من الوقت متفوق على الذين قالوا قليل وقليل جداً ومحايدين؛ وهذا طبيعي اذا ما نظرنا إلي الفئة الغالبة والتي اجابت على الاستبيان من الشباب في عمر 18-32.

الجدول السادس : يتعلق بالسؤال: لابد من تكامل الادوار بين الاعلاميين والتربويين والقانونيين والحكومة لمكافحة التضليل؟

اوافق	54 العدد	47.0
اوافق بشدة	40 العدد	34.8

من الجدول اعلاه يتضح فيما يتعلق بالسؤال حو ضرورة تكامل الادوار لمكافحة التضليل يتضح من اجابة المستبينين أن الفئة الاكثر هي التي أجابت بأوافق وأوافق بشدة. وهذا يعزو إلي أن الضليل ظاهرة معقدة تمس جوانب متعددة وتصنعه جهات متخصصة وعليمة مستخدمة المبادئ النفسية والاجتماعية والاعلامية وتستهدف جوانب التربة والعاطفة ويستدعي ذلك الجانب القانوني والتربوي والاعلامي لمكافحة التضليل.

الجدول السابع: هل حدث أن شاركت في التضليل الإعلامي والمعلوماًتي في الشائعات صنعها او نشرها؟

مرات قليلا جدا	50 العدد	43.5%
لم يحدث ابدا	37 العدد	32.2%

من الجدول اعلاه يتضح فيما يتعلق بالسؤال حول المشاركة الفردية في التضليل الإعلامي والمعلوماتي في الشائعات صنعها او نشرها يتضح من اجابة المستبئين أن الفئة اجابت ب(مرات قليلة/ولم يحدث قط) هبي الغالبة؛ ولعل هذا يدل أن معظم الذين اجابوا على السؤال قد شاركوا في صنع التضليل ولو مرات قليلة وهي في الغالب غير سياسية واما اجتماعية نظراً للفئة العمرية التي غلبت في المشاركة على اجابة الاستبيان.

الجدول الثامن : هل تعمل على إعادة نشر الأخبار أو المعلومات دون بذل مجهود للتحقق من مصدرها؟		
مرات قليلة جداً	52 العدد	45.2%

من الجدول اعلاه يتضح فيما يتعلق بالسؤال حول المشاركة الفردية في إعادة نشر الأخبار أو المعلومات دون بذل مجهود للتحقق من مصدرها يتضح من اجابة المستبئين أن الفئة التي اجابت ب(مرات قليلة جداً) هي الغالبة بنسبة (45.2)؛ وهذا يعزو إلي أن الغالبية منهم كانوا قد اجابوا على سؤال حول الموضوع الاكثر لجوءاً إليه من قبلهم هو (الاخبار والمعلومات)، وهذا يدل على أنهم لم يعلموا بأن التضليل قد يأتي في الغالب عن هذا الطريق وليس الشائعات الاجتماعية إلا في النادر بالسودان.

النتائج:

1. لابد التعاون بين الكل من الاتصاليين والتربويين وعلماء النفس والقانونيين وغيره ليقوموا بدورهم حيال سلامة الجمهور وأمنه.
2. ومعرفة أفضل السبل لتنوير الرأي العام بالتضليل وأساليبه الخفية وفضحها وآثاره بالتوعية بها.
3. وأنه يقع على الجميع بالمجتمع تعلم ومعرفة كيفية طرق تسلل التضليل ومن ثم العمل على وأده مبتدئاً قبل أن يعم وإفشاله في مهده، والمساهمة في تكذيبه بنشر الحقيقة خالصة.
4. سن القوانين والتشريعات المختصة بالتضليل الاعلامي مع تفعيل الرقابة على وسائل الاعلام الجديدة.
5. تنوع سبل واساليب ووسائل التضليل الاعلامي والمعلوماتي في الاعلام الجديد.
6. أنه يتعين على الحكومة والمجتمع المدني في الدولة التعاون علي مكافحة التضليل الاعلامي.
7. أن الافراد أنفسهم في بعض احيان من يصنعون التضليل الاعلامي والمعلوماتي بالإعلام الجديد؛ وليس لشيء سواء الهزل والتسلية غير مبالين بالمضار.

التوصيات:

1. أن تسعى الدولة إلى إصدار تشريع موحد للإعلام الجديد يحدد من خلاله موقفه من مكافحة التضليل الإعلامي؛ ويقرر القانون العقوبات الرادعة التي تناسب حجم الخطر والضرر الواقع على الفرد والمجتمع.
2. عقد الدورات التدريبية للعاملين بقطاع الإعلام لتدريبهم على ميثاق الشرف الإعلامي وحثهم على التعامل مع الأخبار مهنية وشرف وتحذيرهم من الانجراف وراء الشائعات المغرضة أو الانحياز إلى تيار معين لتحقيق أغراض أو مصالح شخصية.
3. التركيز على توعية الأفراد بأضرار الشائعات وأثرها السلبي على الفرد والمجتمع وتوعية المواطن إلى التعامل مع الأخبار التي يتلقاها بحذر فحينما يسمع المواطن أي خبر غير مؤكد فعليه أن

- لا يصدر عنه أي سلوك أو تصرف يستند إلى معلومات مضللة.
4. التوعية المستمرة لأولياء الأمور عن مدى خطورة مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها السلبي على أبنائهم وكيفية توجيههم نحو الاستخدام الأمثل لها والاستفادة منها.
5. دعم جهود الأسرة في ترشيد أبنائهم مع وسائل التواصل ومتابعة أبنائهم في نشاطهم الإلكتروني عبر هذه الوسائل لئلا ينجرفوا وراء الجماعات المتطرفة الفكر ويصبحوا وسيلة سهلة لترويج أفكارهم الهدامة.

المصادر والمراجع:

- (1) ابن منظور، لسان العرب؛ دار المعرف المصرية بالقاهرة؛ ص 385
- (2) محمد سيد محمد؛ المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الحامي بالقاعدة: الطبعة الأولى؛ 1983م ، ص26
- (3) محمود نجيب حسني، النظرية العامة للقصد الجنائي دار النهضة بالقاهرة؛ 1994م، ص136.
- (4) محمد منصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية «: العربية نموذجاً» رسالة ماجستير، الأكاديمية العربية في الدنمارك، كلية الآداب والتربية، 2012، ص 28 وانظر أيضاً: محمد عواد شبكات التواصل الاجتماعي الالكتروني موقع: تأملات post http://www.taamolat.com/2010/10/blog_post.html، آخر مشاهدة 2023/2/10. وكذلك
- (5) <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/EL17017.pdf>
- (6) صلاح عبد الحميد؛ الإعلام الجديد؛ مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع بالقاهرة، 2013، ص 73.
- (7) حسنين شفيق. الإعلام الجديد الإعلام البديل : تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، دار فكر وفن القاهرة، 2010، ص 213، وأنظر: حسنين شفيق. التضليل الإعلامي والغيوبه المهنية، دار فكر وفن: القاهرة 2011، ص 86
- (8) محمد عبد الحميد الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت عالم الكتب القاهرة ، 2007، ص ص 30-36 المرجع السابق، ص: 36، 38 وانظر ايضاً: حسن عماد مكاوي. تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات الدار المصرية اللبنانية: القاهرة؛ ص ص151-153
- (9) مقابلة مع الدكتور/ عمار بشر نورالدائم استاذ علوم الاتصال بالجامعات السودانية في مكتبه بجامعة بحري في يوم 19/2/2023م؛ الساعة 9 صباحاً.
- (10) مقابلة مع الدكتور/ عبد الكريم احمد قرني؛ الخبير الاعلامي واستاذ علوم الاتصال بالجامعات السودانية واكاديمية السودان لعلوم في مكتبه بجامعة الخرطوم في يوم 17/2/2023م؛ الساعة 1 ظهراً.
- (11) مقابلة مع الاستاذ الصحفي/ الطيب ابراهيم بمكتبه في صحيفة الوطن والاخبار والوان والحره سابقاً؛ والان بموقع الطابية الصحفي الاليكتروني بالخرطوم في يوم 20/2/2023م؛ الساعة 5 ظهراً.

الدراسات السابقة:

- (1) محمد أحمد خليفة، الإعلام الجديد بين التضليل والتنوير السياسي، دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعات المصرية مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط مصر: المجلد/ع22: مارس 2019م، ص: 273 - 315
- (2) يامين بودهان، تعامل المرسلين المحليين مع نشر الأخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية؛ دراسة ميدانية بولاية سطيف، جامعة محمد لمين دباغين سطيف، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية؛ دراسة منشورة بالإنترنت.
- (3) زهية يسعد؛ الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين؛ دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا، دراسة منشورة بالإنترنت.