IUGJHR
Vol 29, No 4, 2021, pp 274 -297

ISSN 2410-3179

مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الانسانية

تاريخ الإرسال (2020-12-04)، تاريخ قبول النشر (2020-12-29)

توظيف المراصد الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة: دراسة تحليلية مقارنة

اسم الباحث: د. خالد حامد أبو قوطة

اسم الجامعة والبلد: قسم الإعلام والفنون التطبيقية - كلية فلسطين التقنية-غزة-فلسطين

* البريد الالكتروني للباحث المرسل:

E-mail address: Kquta@ptcdb.edu.ps

https://doi.org/10.33976/IUGJHR.29.4/2021/10

الملخص:

هدفت الدراسة الكشف عن كيفية توظيف المراصد الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة المنتشرة في الفضاء الإعلامي الفلسطيني، وتندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، واعتمدت على منهج المسح ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة واستخدمت أداة أسلوب تحليل المضمون والمقارنة المنهجية بين آلية عمل مرصد كاشف، ومرصد تيقن، وهما يمثلان عينة الدراسة بأسلوب المسح الشامل للمراصد الفلسطينية الإلكترونية.

وقد بينت نتائج الدراسة اهتمام المراصد الفلسطينية في التحقق من الأخبار المزيفة بالكامل أو بشكل جزئي والتي تنوعت موضوعاتها في مختلف المجالات الصحية والسياسية والعسكرية والاجتماعية، وأن المراصد الفلسطينية تنتهج نفس المنهجية في الكشف عن مصادر الأخبار الزائفة والتي جاء في مقدمتها وسائل التواصل الاجتماعي، وأيضاً تتفق المراصد الفلسطينية في آليات التحقق من الأخبار الزائفة كونها تهتم بنشر الخبر المضلل وتصحيحه في نفس الوقت. في حين استخدمت جميع أساليب العرض التحريري للأخبار الزائفة وجاء في مقدمتها اسلوب قالب لوحة التصميم، واحتلت الصور الفوتوغرافية مقدمة أنواع الوسائط المتعددة التي استخدمتها في عرض الأخبار الزائفة التي تحققت منها.

وقد اوصت الدراسة بالعمل على زيادة عدد المراصد الفلسطينية الإلكترونية وإشراك الصحفيين وأفراد الجمهور الفلسطيني في رصد الأخبار الزائفة، وعقد اتفاقيات تعاون بين المراصد الفلسطينية والمراصد العربية والإقليمية والدولية، إلى جانب التنوع في استخدام الوسائط المتعددة في نشر الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها.

كلمات مفتاحية: المراصد الفلسطينية الإلكترونية، التحقق من الأخبار، الأخبار الزائفة، الأخبار المضللة، وسائل التواصل. الاجتماعي.

Employment of Palestinian Electronic Observatories in Verifying Fake News: A Comparative Analytical Study

Abstract:

The study aimed to uncover how the employment of the Palestinian electronic observatory websites is used to verify the fake news in the Palestinian media space. The study used the descriptive approach. Within this framework the content analysis method has been used by utilizing the tools of quantitative and qualitative approaches of the 'detector observatory' and 'certain observatory'. These two observatories represent the sample of the study in the mass survey method.

The results of the study showed the interest of the Palestinian observatories in monitoring the fake news whose topics were verified and were varied in various fields. Also, the Palestinian observatories adopt the same way in uncovering the sources of fake news for which the social media came at its forefront. Also, the observatories tools are consistent in verifying fake news, as they are interested in spreading the fake news and correcting them at the same time. The Palestinian observatories used all methods of editorial presentation of fake news. The style of the 'template plate design' came at the forefront of these methods.

The study recommended increasing the number of Palestinian observatories, building networks and partnerships with Arab and international observatories, and training media professionals in the field of fake news.

Keywords: Palestinian Electronic Observatories; Verifying News; Fake News; Social Media; Misleading News.

المقدمة:

يزدحم الفضاء الإعلامي الفلسطيني كباقي دول العالم بالمواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي التي ساهمت بقدر كبير في انتشار ظاهرة الأخبار الزائفة، بسبب ارتفاع الطلب على الأخبار إنتاجاً واستهلاكاً، ودرجة التفاعلية معها من قبل الجمهور الفلسطيني وخصوصاً في أوقات الأزمات والصراع والشعور بالخوف، فأصبحت الأخبار الكاذبة والمحتوى المزيف أكثر انتشاراً من أي وقت مضى في ظل تطور التكنولوجيا الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، وأضحى من الصعب على الإنسان أن يحتفظ باتزانه وموضوعيته في بناء مواقفه من الأحداث والقضايا والأشخاص، حيث تحتلُ الحقائق والأخبار المدققة مرتبة ثانوية مقابل المشاعر وجاذبية العاطفة وبعض التفاصيل المفبركة المتوفرة في الأخبار الزائفة.

فالأخبار الزائفة في فلسطين لا تختلف عن باقي دول العالم العربية والأجنبية، ولكن يوجد لها بعض الخصوصيات التي تميزها عن غيرها من الدول، إلى جانب الانقسام السياسي بين شقي الوطن الذي أدى إلى زيادة وتيرتها، بالإضافة إلى ضعف البنية الحكومية وعدم قدرتها على مواجهة الانفجار المعلوماتي، وغياب القوانين الفلسطينية حول تدفق المعلومات، وعوامل أخرى تتصل بالصراع الفلسطيني الإسرائيلي وما يديره الإعلام الإسرائيلي وأجهزة الموساد والجيش من نشر الأخبار الزائفة والإشاعات وإثارة البلاغات الكاذبة عبر تكنولوجيا الإعلام الرقمي المتطورة، بهدف التأثير على عقول أفراد الجمهور الفلسطيني والتشكيك بأفكارهم وقدراتهم، وهنا تكمن خطورة هذه الأخبار الزائفة على الجمهور الذي يبني عليها آراء ومواقف غير صحيحة حول القضايا والأحداث التي قد تضر بالقضية الفلسطينية، كما أن جزء كبير من هذه الأخبار الزائفة تؤدي للإضرار بالوحدة الفلسطينية والنسيج الاجتماعي وتلحق الضرر بعدد كبير من أفراد الجمهور الفلسطيني.

ورغم وجود التزييف في المحتوى الإعلامي الفلسطيني إلا أنه يوجد جهود كبيرة لمكافحته من قبل الصحفيين الفلسطينيين المستقلين والمؤسسات الإعلامية المستقلة، إلى جانب نقابة الصحفيين والمراصد الفلسطينية الإلكترونية المتمثلة في مرصد "كاشف" ومرصد "تيقن"، بالإضافة إلى المجموعات التي يديرها إعلاميون ومختصون وناشطون في مجال الإعلام على شبكات التواصل الاجتماعي؛ بهدف الارتقاء بالمحتوى الفلسطيني على شبكة الإنترنت من خلال رصد الإشاعات والأخبار الزائفة وتكذيبها والحد من تأثيراتها السلبية في مختلف المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها، والقيام بتوعية الجمهور الفلسطيني بضرورة التحقق من الأخبار قبل نشرها.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة لتكشف عن كيفية توظيف المراصد الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة المنتشرة في الفضاء الإعلامي الفلسطيني من حيث أنواعها ومصادرها، ورصد آلياتها في التحقق منها، ومعرفة أسلوب عرضها على مواقعها الإلكترونية.

مراجعة لأهم الدراسات السابقة:

في إطار ما تم الاطلاع عليه من دراسات سابقة ذات صلة بالموضوع سيتم عرضها تحت محور الدراسات المرتبطة بالأخبار الزائفة على النحو التالي.

1- دراسة عبد الغني (2020)[1]:

كشفت الدراسة الكيفية التي يتم بها توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة وذلك عبر تحليل عينة لصفحات مواقع التواصل عبر موقع فيس بوك، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج التحليل النوعي الإنتوغرافي، وعلى استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة في جميع صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على الفيس بوك، وتم اختيار عينة الدراسة من صفحة أكيد وهو مرصد أردني وصفحة متصدقش وهي مرصد مصري. وتوصلت

1- عبد الغني، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجاً: دراسة تحليلية مقارنة (ص10).

الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها، تصدر الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من الأخبار الزائفة واقتصارها على النصوص والصور الثابتة، وكذلك تنوع هذه الموضوعات التي تم التحقق منها واشكال واتجاه التفاعل من قبل مستخدمي تلك الصفحات.

2- دراسة مشارقة (2020)[1]:

هدفت الدراسة التعرف إلى نسبة الأخبار المضللة بشكل عام في فلسطين من حيث المضامين والقنوات وطرق المكافحة، وقدمت تأطيراً لغوياً وعلمياً لمفهوم الأخبار المضللة، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية الاستشرافية، واعتمدت على منهج المسح، وتم استخدام ثلاث أدوات لجمع البيانات وهي المقابلة والمجموعات النقاش المركزة وعلى صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور الفلسطيني وبلغت العينة 515 مفردة من الجمهور موزعين على مناطق الضفة والقطاع والداخل الفلسطيني، وتم جمع البيانات خلال شهري مايو ويونيو عام 2020، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها نسبة (72%) من الجمهور الفلسطيني سبق وأن تعرضوا لأخبار مضللة، وأن نسبة (85%) منهم رأوا أن الأخبار المضللة تؤثر على تعليم وتربية الأجيال القادمة.

3- دراسة الصالحي (2020)[2]:

بيَّنت الدراسة العلاقة بن مستوى التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية، والقدرة على دحض الأخبار الزائفة في ظل ظهور العديد منها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تنوعت بين أخبار سياسية واقتصادية وفنية، وتنتمي الدراسة الى الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح بالعينة، وتم استخدام صحيفة الاستقصاء الإلكترونية على عينة من طلبة الجامعات المصرية وبلغ حجمها 400 طالب/ة عبر البريد الإلكتروني. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها ارتفاع معدلات التعرض للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاع مستوى معرفة الطلبة بالأخبار الزائفة وقدرتهم على دحض الأخبار الزائفة، وأنه توجد علاقة بن مهارات التفكير الناقد لدى الطلبة ومستوى القدرة على دحض الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

4- دراسة Zhou & others (2020)[3]:

سعت الدراسة إلى تقديم أنموذج قائم على أسس نظرية لاكتشاف الأخبار المزيفة من خلال التحقيق في محتوى الأخبار على مختلف المستويات, ويضم ذلك مستوى المعجم، ومستوى بناء الجملة، والمستوى الدلالي, ومستوى الخطاب، وقامت الدراسة بإجراء مجموعة من التجارب التي أثبتت أن الأخبار المزيفة تقدم درجة إثارة عالية في عناوينها التي تذكر فيها أسماء المشاهير من الأشخاص, في حين يصعب تحديد درجة مقروئيتها وخصائص قيمتها الإخبارية, وغالباً ما تتكون هذه العناوين من عدد من الكلمات يفوق عدد كلمات نصها الأصلي. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن الأنموذج المقترح للكشف عن الأخبار المزيفة يمكن أن يتفوق على النماذج الأخرى في التنبؤ بالأخبار المزيفة ذات المعرفة السابقة المحدودة.

5- دراسة بوخاري (2019)[4]:

استهدفت الدراسة التحليل الكيفي لبعض الأخبار والفيديوهات الخاصة بتغطية احتجاجات المتظاهرين الفرنسيين ذوي السترات الصفراء التي شهدتها فرنسا في خريف 2018م والتي تم نشرها على مواقع التواصل الاجتماعي، وقد اعتمدت الدراسة على منهج المسح لمنشورات مواقع التواصل الاجتماعي. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل

1- مشارقة، الأخبار المضللة في فلسطين: بحث استكشافي في المضامين والقنوات وطرق المكافحة. (ص4-5)

2- الصالحي، دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي – دراسة في إطار نظرية الانفعال المعرفي (ص 3684-3744).

3- Zhou & others. Fake news early detection: A theory-driven model. (p.1-25).

4- بوخاري، الأخبار المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أحداث احتجاجات السترات الصفراء بفرنسا (ص185-198).

الاجتماعي تشكل أداة للتضليل الإعلامي وأنه من الصعب اللحاق بكل مضمون يتم تداوله على تلك المواقع والتحقق منه بسبب التسارع الزماني والمكاني الذي يميز عمل تلك المواقع.

6- دراسة بودهان (2019)[1]:

هدفت الدراسة إلى استعراض تجربة المراسلين المحليين بولاية سطيف في الجزائر في تعاملهم مع الأخبار الزائفة المتواجدة على شبكات التواصل الاجتماعي وكيفية التحقق من صحتها، وهل يضعون آليات للتعامل معا بشكل محترف ودائم لتجنب نشر الأخبار الزائفة، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المعتمد على منهج المسح، باستخدام أداة المقابلة مع المراسلين العاملين في الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية والإلكترونية، وتمثل مجتمع الدراسة في المراسلين على مستوى ولاية سطيف وبلغ حجم العينة 20 مراسلاً خلال شهر فبراير من العام 2018م، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها، تشكل مواقع التواصل الاجتماعي مصدراً مهماً للمعلومات بالنسبة للمراسلين، وأنهم يتحققون من تلك المعلومات عبر التواصل مع المؤسسات الرسمية والمصادر الموثوقة الخاصة بهم.

7- دراسة عيد (2019)[2]:

حاولت الدراسة معرفة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية ومدى تعرض الجمهور لها، والتعرف على خصائصها وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها، وذلك باستخدام أداة الاستبيان الإلكترونية، وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية المعتمدة على منهج المسح باستخدام صحيفة الاستقصاء، وتمثل مجتمع الدراسة في الجمهور العام من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي وبلغ قوامها 400 مفردة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها، أن الأخبار الزائفة أكثر إثارة من الأخبار الصحيحة وأنها أكثر انتشاراً منها، وأن (82%) من أفراد الجمهور تعرض إلى الأخبار الكاذبة والزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأن كثرة انتشار الأخبار الزائفة حول المؤسسات الأمنية تكون اتجاه سلبي لدى الجمهور وتهتز ثقة الجمهور في هذه المؤسسات، وأن (83%) من العينة يرون أن المؤسسة الأمنية تتعرض للأخبار الزائفة.

8- دراسة Kim & others (2019)[3]:

أظهرت الدراسة فعالية ثلاثة آليات مختلفة لتصنيفات المصادر كأساليب لمواجهة الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي. وتتحدد هذه التصنيفات في تصنيف الخبراء والمتخصصين, وتصنيف مستخدمي المقالات, إلى جانب تقييم المستخدم للمصدر, حيث يقوم المستخدمون بتقييم وتصنيف المصادر بأنفسهم. وقامت الدراسة بإجراء دراستين تجريبيتين منفصلتين لاختبار فروضها، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها، أن درجة اعتقاد القارئ بصدق المقال تؤثر في مدى تعامله مع هذا المقال وذلك من خلال معدل القراءة وإبداء الإعجاب به والتعليق عليه ومشاركته، وأن المستخدمين يميلون إلى تصديق ونشر المقالات التي تتوافق مع أفكارهم ومعتقداتهم، وأن تقييمات وتصنيفات المصادر تعد إجراءً سليماً ضد الأخبار الزائفة.

9- دراسة Mills & others (2019)[4]:

استهدفت الدراسة تسليط الضوء على وجود كل من الإعلانات والأخبار المزيفة في دورة نمو مدفوعة بالحوافز المالية، وأثبتت الدراسة أن الإعلان على الإنترنت قد يتطلب من المعلنين التنازل عن السيطرة على مكان عرض إعلاناتهم, وبالتالي قد تجد عديد من العلامات التجارية الإعلانات الخاصة بها على مواقع الأخبار المزيفة حيث تكون معروضة إلى جانب المضامين الزائفة المثيرة

1- بوهدان، تعامل المراسلين المحليين مع نشر الأخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية بولاية سطيف (ص466-482).

2- عيد، الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية (ص701-738).

3- Kim & others, Combating fake news on social media with source ratings: the effects of user and expert reputation ratings (p. 931-968).

4- Mills & others, The Relationship between Fake News And Advertising Brand Management in the Era Of Programmatic Advertising and Prolific Falsehood (p.1-8).

للجدل والخلاف, الأمر الذي قد يؤدي بالعلامة التجارية إلى فقدان مصداقيتها. وبالنسبة إلى العلامات التجارية المعروفة، فإن الموقف يبدو أقل خطورة، حيث يوجد خيار لخدمة أعلى تمنح المعلنين فرصة أكبر للتحكم في عرض إعلاناتهم.

10- دراسة Okoro & others (2019)[1]:

خلصت الدراسة إلى اختبار تأثيرات استخدام أنموذجين قائمين للكشف عن الأخبار المزيفة؛ يتحددان في النهج المعتمد على الإنسان والنهج القائم على الخلط بين الآلة والإنسان، واستخدمت الدراسة أداة الاستبانة بالتطبيق على مجموعة من المبحوثين المتطوعين للخضوع للتجربة , بلغ عددهم (41) مبحوثاً. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن (86%) من أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيس للأخبار، وأن النهج القائم على الخلط بين الآلة والإنسان قد طوّر من قدرة المستخدم على الكشف عن الأخبار المزيفة التي تقدمها هذه الشبكات بنسبة (26%), الأمر الذي يدل على أن تعزيز الذكاء البشري باستخدام الآلات يفيد في الكشف عن الأخبار والمعلومات الزائفة, ويزيد من فاعلية ذلك.

11- دراسة Ozbay & Alatas (2019)[2]:

تناولت الدراسة البحث في استخدام نهج جديد للكشف عن الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال خوارزميات التحسين التجريبية في محاولة للتغلب على الخطورة التي تمثلها الأخبار المخادعة والزائفة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، والتغلب على عيوب استخدام هذه المواقع. وقد تضمن تطبيق هذا الأنموذج الجديد ثلاثة مراحل, اهتمت الأولى منها بمعالجة البيانات, واهتمت الثانية بتكييف استخدام خوارزمية الذئب الرمادي والأسراب وفق الأنموذج الجديد, في حين تم في المرحلة الثالثة استخدام الأنموذج المقترح للاختبار، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن خوارزمية الذئب الرمادي حققت أفضل الدرجات، وأثبتت أعلى أداءً مقارنة بخوارزميات الأسراب وخوارزميات الذكاء الاصطناعي الأخرى , كما كانت خوارزمية الذئب أكثر فاعلية في حل مختلف المشكلات المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي.

12- دراسة Zimmer & others (2019)[3]:

كشفت الدراسة أن قراءة الأخبار المزيفة وصياغة تعليق أو رد بعد القراءة قد يكون نتيجة تعرض المستخدمين الانتقائي للمعلومات التي تؤدي إلى تأكيد التحيز؛ بمعنى أن المستخدمين يفضلون الأخبار التي تتوافق مع آرائهم المسبقة بما في ذلك الأخبار المزيفة. ومع ذلك، ليس من الممكن شرح جميع أنماط السلوك المعلوماتي التابع للتعرض للأخبار المزيفة في إطار نظرية التعرض الانتقائي، ولكن في ضوء مجموعة متنوعة من الهياكل المعرفية الفردية الأخرى، مثل السلوك غير الجدلي، أو الإنكار، أو الغضب الأخلاقي، أو الهجاء، أو إنشاء شائعة جديدة.

13- دراسة Vosoughi & others (2018)[4]:

أوضحت الدراسة أن الأخبار الزائفة أسرع انتشاراً من الأخبار الحقيقية، فقد أعاد ثلاثة ملايين مستخدم تغريد القصص الإخبارية غير الصحيحة أكثر من (4.5) مليون مرة. وأبرز التحليل أن الأخبار الحقيقية احتاجت وقتاً أكثر بست مرات للوصول إلى (1500) شخص مقارنة بالأخبار الزائفة، ومن أهم نتائج الدراسة أن الأخبار المفبركة تحظى بفرصة الانتشار (70%) أكثر من الأخبار الحقيقية. وأوضحت الدراسة أن السلوك البشري يسهم بشكل أكبر في انتشار الأخبار الزائفة مقارنة بالحسابات الآلية؛ لأنها تتميز بعنصري المفاجأة والتسلية بينما الأخبار الحقيقية متشابهة إلى حد كبير.

1- Okoro & others, Effects Of Human And Human-Machine Fake News Detection Approaches On User Detection Performance. (p.26-32).
2 - Ozbay & Alatas. A Novel Approach for Detection of Fake Newson Social Media Using Metaheuristic Optimization Algorithms. Elektronika IR Elektrotechnika, (p.62-76).
3 - Zimmer & others, Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users? (p.40-53).
4 -Vosoughi & others. The Spread of True and False News Online. Massachusetts Institute of Technology (p.1146-1151).

14- دراسة Alsrid & others (2018)[1]:

تبحث هذه الدراسة في سلوك المواقع الإخبارية والأخبار الكاذبة، وكشف مواقف نخبة الأكاديميين المصريين تجاه المعلومات التي قدمها موقع الجزيرة الإخباري أثناء الصراع السياسي المصري عام(2013-2014)، وتنتمي الدراسة الى الدراسات الوصفية واعتمدت على منهج المسح بالعينة، وتم استخدام صحيفة الاستقصاء لعينة من أساتذة الإعلام والمختصين بالدراسات الإعلامية العاملين كأعضاء هيئة التدريس في الجامعات المصرية وبلغ حجمها (450) مفردة. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن النخبة من الأكاديميين يرون أن الجزيرة قدمت معلومات خاطئة في أشكال مختلفة عن الأزمة السياسية المصرية في فترة التحولات السياسية بمصر، وشدَّد الباحثون على خطورة نشر المحتوى عبر الإنترنت بسهولة بين المستخدمين دون أي تصفية أو فلترة أو تحقق من الحقيقة؛ الأمر الذي يثير التساؤلات حول العوامل الحاكمة للحقيقة.

15- دراسة Zhang & others (2018)[2]:

حاولت الدراسة الكشف عن الأخبار المزيفة في الشبكات العصبية العميقة المنتشرة وذلك من خلال البحث في المبادئ والمنهجيات والخوارزميات للكشف عن المقالات الإخبارية التي تقدم المعلومات المزيفة عبر الشبكات الاجتماعية وتقييم الأداء المتعلق بذلك, كما تهتم هذه الدراسة بالبحث في التحديات التي تطرحها الخصائص المجهولة للأخبار المزيفة والروابط المتنوعة التي توجد في المقالات الإخبارية والمواد المختلفة، وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها قدمت أنموذجاً جديداً لاستنتاج مصداقية الأخبار المزيفة تلقائياً، وهو الذي يُعرف بِـ (Fake Detector) استناداً إلى مجموعة من الخصائص الواضحة والكامنة التي يمكن استخراجها من المعلومات النصية.

التعقيب على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

من خلال استعراض الباحث للدراسات السابقة العربية والأجنبية وجد أنها:

1. تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في الموضوع الأساس للدراسة وهو الأخبار الزائفة في كل الدراسات السابقة، ولكنها تميزت بتطبيقها على المراصد الفلسطينية الإلكترونية التي لم يسبق دراستها من قبل.
2. تتشابه الدراسة مع أغلب الدراسات السابقة في نوع الدراسة كونها من الدراسات الوصفية التحليلية وأيضاً في الاعتماد على منهج المسح ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وتتشابه في الأدوات التي تمثلت في أسلوب تحليل المضمون وأسلوب المقارنة المنهجية.
3. اقتصرت جميع الدراسات العربية والأجنبية السابقة على دراسات تحليلية لوسائل التواصل الاجتماعي ومؤسسات صحفية مختلفة أو دراسات ميدانية لجمهور فلسطيني، أو عربي، أو أجنبي باستخدام أداة صحيفة الاستقصاء، أو إجراء دراسة تجريبية.
4. اختلفت الدراسة الحالية عن دراسة صالح مشارقة (2020) التي هدفت لمعرفة نسبة الأخبار المضللة بشكل عام في فلسطين من حيث المضامين والقنوات وطرق المكافحة، وتم جمع البيانات باستطلاعات رأي هاتفية لعدد (515) من الجمهور الفلسطيني بالإضافة إلى مجموعات مركزة من غزة والضفة والداخل الفلسطيني (48)، واختلفت عن دراسة مي عبد الغني (2020) والتي كشفت الكيفية التي يتم بها توظيف وسائل التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة وذلك بتحليل عينة لصفحات مواقع التواصل عبر موقع فيس بوك تمثلت في صفحة متصدقش المصرية وصفحة أكيد الأردنية وهى دراسة اعتمدت على أسلوب التحليل الكيفي أما هذه الدراسة فستعتمد على أسلوب التحليل الكمي. وتختلف عن دراسة أبو بكر

1 - Alsridi & others. News Sites and Fake News in the Egyptian Political Transformation 2013-14: Aljazeera.net Case Study (p.1-14).

2 - Zhang & others. Fake news detection with deep diffusive network model (p.1-10).

الصالحي (2020) التي بيَّنت العلاقة بين مستوى التفكير الناقد لدى (400) طالب في الجامعات المصرية، والقدرة على دحض الأخبار الزائفة في ظل ظهورها.

5. أفادت مراجعة الدراسات السابقة في بلورة مشكلة الدراسة وتحديدها فاتضح أن أيًّاً منها لم يدرس بشكل محدد توظيف المراصد الفلسطينية في التحقق من الأخبار الزائفة.

مشكلة الدراسة:

في ظل انتشار الأخبار الزائفة في الفضاء الإعلامي والاستهداف المتواصل للجمهور الفلسطيني بالأخبار الزائفة، ظهرت المراصد الفلسطينية على المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي مستهدفة رصد وكشف الأخبار الزائفة في مختلف المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية وشتى المجالات، ومن ثم إعادة نشرها بطريقة صحيحة، والسعي بشكل أساسي للارتقاء بالمحتوى الفلسطيني على شبكة الإنترنت وتوعية الجمهور الفلسطيني بضرورة التحقق من الأخبار قبل نشرها.

وبذلك يمكن التعبير عن مشكلة الدراسة من خلال السؤال الرئيس التالي: ما الكيفية التي يتم بها توظيف المراصد الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في:

1. حداثة الموضوع الذي تناولته الدراسة والذي يؤسس لوضع معايير خاصة بالرصد الإعلامي والتحقق من الأخبار الزائفة.
2. اهمية تأثير الأخبار الزائفة على الجمهور حيث تقدم مزيج معقد من العمليات المعرفية لديه التي ينتج عنها العديد من النتائج السلبية التي قد تؤثر على أمن واستقرار المجتمع.
3. اهتمام كافة المستويات الإعلامية والسياسية داخل المجتمع الفلسطيني بالتصدي للأخبار الزائفة، وذلك بعد تزايد تلك الأخبار وتحديداً في ظل انتشار فايروس الكورونا.
4. ضرورة معرفة آليات توظيف المراصد الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة للوقوف على حقائق الأمور لزيادة مستوى وعي الجمهور المرتبط بالتربية الإعلامية الرقمية.
5. أهمية المراصد الإلكترونية كمصدر للمعلومات الصحيحة، لما تتميز به من قدرتها التأثيرية على الجمهور.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

1. الكشف عن طبيعة الأخبار الزائفة في الفضاء الإعلامي الفلسطيني وأنواعها وطبيعة الموضوعات التي تناولتها.
2. رصد دور المراصد الفلسطينية الإلكترونية في الكشف عن الأخبار الزائفة.
3. دراسة التباين بين آلية عمل المراصد الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة واساليب العرض المستخدمة.
4. تقديم مقترحات وتوصيات للقائمين على المراصد الفلسطينية الإلكترونية للتطوير أدائها والتعاون فيما بينها لتحقيق درجة عالية من المهنية.

أسئلة الدراسة:

تحاول الدراسة الإجابة عن الأسئلة التالية:

1. ما أنواع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟
2. ما طبيعة الموضوعات التي تناولتها الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟
3. ما مصادر الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟
4. ما آليات التحقق من الأخبار الزائفة في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟

5. ما النطاق الجغرافي للأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟
6. ما أسلوب العرض التحريري للأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟
7. ما الوسائط المتعددة المستخدمة مع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟
8. ما نوع الروابط المصاحبة للأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟
9. ما الفرق بين آلية عمل المراصد الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة؟

الإطار المعرفي للدراسة:

الأخبار الزائفة في الإعلام الفلسطيني:

الأخبار الزائفة كالجريمة المنظمة تقف خلفها دول أو خلايا إلكترونية بهدف تضليل الجمهور على الصعيد الاجتماعي والسياسي والأمني والاقتصادي، ويتم استخدام مصطلح المعلومات الزائفة (disinformation) عموماً للإشارة إلى المحاولات المتعمدة (المخطط لها بعناية في كثير من الأحيان) لإرباك الأفراد أو التلاعب بهم عبر تقديم معلومات كاذبة لهم، وغالباً ما يقترن ذلك باستراتيجيات اتصالات متوازية ومتقاطعة ومجموعة من التكتيكات الأخرى مثل القرصنة أو المساس بسمعة الناس ومصالحهم، فيما يتم استخدام مصطلح المعلومات الخاطئة (misinformation) بشكل عام للإشارة إلى المعلومات الزائفة التي يتم إنشاؤها أو نشرها دون وجود نوايا خبيثة، وكلا النوعين يمثل مشكلة للمجتمع، ولكن المعلومات الزائفة من النوع الأول تشكل خطورة خاصة لأنها غالباً ما تكون منظمة، وتتوفر لها الموارد وتعززها التكنولوجيا المأتمتة[1].

وبمراجعة الدراسات السابقة التي استخدمت مصطلح الأخبار الزائفة نجد ستة أنواع منها، تعتمد في أساسها على القدرة والتلاعب في الدمج بين الحقيقة والتضليل، فالأخبار الزائفة لا تشمل فقط الكذب واختلاق الخبر، وإنما تشمل أيضاً استخدام الحقائق الناقصة والمشوهة للوصول إلى هدفها، فهناك الأخبار الساخرة، والأخبار الهزلية، والتلاعب بالصور، والأخبار المفبركة، وأخبار الإعلانات والدعاية[2].

وقد قسم المجتمع المعلوماتي الفلسطيني الأخبار الزائفة كسائر دول ومجتمعات العالم إلى نوعين من الأخبار، أولها: أخبار تستند على معلومات كاذبة ومزيفة بقصد الأذى، والثاني: أخبار تستند إلى معلومات خاطئة ولا تقصد الأذى لتحقيق أهداف ارتبطت بالتشويه والتنمر والتهكم والسخرية والكراهية والإشاعة والتسويق المضلل والدعاية السياسية والاستعراض[3]، وخلال فترة إعداد هذه الدراسة البحثية كشفت هذه المراصد الفلسطينية العديد من الأخبار الزائفة، فقد واصل مرصد "تيقن" متابعة المحتوى الإعلامي الذي تنشره الصفحات والمواقع الإلكترونية ورصد (41) مادة تمّ تداولها خلال شهر أكتوبر الماضي، منها ثلاثة أخبار تأكدت من صدقها[4]، بينما مرصد مسبار الإقليمي "وهي منصّة عربية لفحص الحقيقة وكشف الكذب في الفضاء الإلكتروني" في الفترة ذاتها كشفت عدداً من الأخبار الزائفة التي تمّ فحصها والتحقق منها منذ بداية العام الحالي بلغ عددها (2217) خبراً توزعت وفق الجدول التالي[5].

1- بوسيتي و ايروتين، الصحافة والأخبار الزائفة والتضليل (ص6).
2- أبو عرقوب، ستة أنواع للأخبار الكاذبة في العصر الرقمي (ص ص20-23).
3- مشارقة، الأخبار المضللة في فلسطين: بحث استكشافي في المضامين والقنوات وطرق المكافحة (ص6).
4- مرصد تيقن، حصاد تيقن لشهر أكتوبر.
5- المرصد الإقليمي- مسبار، مؤشر مسبار.

جدول (1): تصنيف مسبار للأخبار الزائفة

تصنيف الخبر	التكرار	النسبة المئوية
مضلل	1132	51
زائف	871	39.3
إثارة	77	3.5
صحيح	58	2.6
ساخر	37	1.7
انتقائي	26	1.2
خرافة	16	0.7
المجموع	**2217**	**%100**

وجاء ترتيب فلسطين السابع من حيث نشر الأخبار الزائفة والتي بلغ عددها 76 خبراً في حين تصدرت مصر الأخبار الزائفة وجاءت في الترتيب الأول بعدد 231 خبراً، ثم الولايات المتحدة في الترتيب الثاني بعدد 195 خبراً، ثم تونس، ثم تركيا، تبعها سوريا والجزائر[1]، ومن هنا تظهر مدى الحاجة إلى هذه المراصد الإقليمية والفلسطينية لمكافحة هذه الأخبار الزائفة.

المراصد الفلسطينية الإلكترونية:

يوجد في الفضاء الإعلامي الفلسطيني مرصدان الكترونيان تهدف إلى تعزيز مشاركة الجمهور الفلسطيني في الحياة العامة من خلال وصوله إلى المعلومات الموثوقة والدقيقة، وزيادة قدراته على قراءة المحتوى الإعلامي بطريقة ناقدة، وتهدف إيضاً إلى صون حق الجمهور في الوصول إلى المعلومات الدقيقة من خلال التحقق من المعلومات ونشر مدى دقتها، والتعاون مع وسائل الإعلام من أجل استخدام أدوات التحقق من المحتوى قبل نشره، وكذلك التدريب حول مهارات التعامل مع وسائل الإعلام والمحتوى المنشور عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأخيراً المساهمة في نشر ثقافة التحقق من المعلومات وفق مبادئ اخلاقيات النشر.

المعايير التي بموجبها تتم عملية رصد المحتوى المزيف:

يجتهد فريق العمل في المراصد الفلسطينية الإلكترونية على رصد المحتوى الكتابي الذي تشوبه العيوب المنطقية، والأخطاء المضللة والتي بها إساءة استخدام السياق، أو إطلاق الأحكام الذاتية، أو التنبؤات، أو المبالغة، أو الاجتزاء. ومن حيث ما يختص بالصور، فيعمل الفريق على رصد الصور القديمة التي يتم استخدامها في سياق جديد، أو الصور القديمة دون الإشارة إلى كونها أرشيفية أو معبرة، أو الصور التي لا تعبر عن مضمون المحتوى ولا تتسق معه، أو الصور المفبركة والتي تم التلاعب في مضمونها.

آليات عمل المراصد الفلسطينية:

يضم المرصد الفلسطيني عدة فرق عمل تطوعية، وهم عبارة عن كوكبة من الإعلاميين والأكاديميين المختصين وذوي الخبرة، ويتم استشارتهم في القضايا المتعلقة بأخلاقيات النشر وتتوزع هذه الفرق إلى:

1. **فريق الرصد:** يقوم برصد ما ينشر على الفضاء الإعلامي الفلسطيني، ومتابعة مختلف المواقع والصفحات والحسابات، إضافة لطلب الجمهور المساعدة بالتحقق من مصداقية مواد معينة منشورة، ويقوم بشكل أولي بالتحقق من المعلومات، ويكون لخبرة الفريق دوراً كبيراً بكشف المواد التي فيها خداع للجمهور، وفي حال وجود معلومة مشكوك بصحتها يحيلها إلى فريق التحقق الذي يملك خبرة في التحقق باستخدام الأدوات المتاحة.

1- المرجع السابق.

2. **فريق التحقق:** يعمل على التحقق من المعلومات باستخدام أدوات التحقق من خلال عدة طرق منها:
   - التواصل مع الوكالات والشبكات لمعرفة مصادر المواد التي قامت بنشرها، أو من خلال التواصل مع المسؤولين عن المعلومات مباشرة.
   - التواصل المباشر مع المؤسسات والشخصيات التي وردت في المواد المنشورة.
   - الاستعانة ببعض المواقع للبحث عن بعض الأمور والصور، إضافة للاستعانة بمختصين في برامج الصور والفيديو لكشف التلاعب الاحترافي فيها.
   - إذا كانت هذه المعلومات صحيحة يؤخذ بها وإن لم تكن صحيحة يقوم فريق التحقق بصياغة أولية للخبر ويحيله إلى فريق التحرير.
3. **فريق التحرير:** يقوم بصياغة الخبر وتفنيد المعلومة، وتوضيح مدى صحة المعلومات وإعلام الجمهور بالمعلومات غير الدقيقة أو الخاطئة. وهنا يجب على فريق التحرير مراجعة المنشور وعملية التحقق قبل النشر.
4. **فريق النشر:** يقوم بتصميم المنشور ونشره على الموقع الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي الخاصة بالمرصد.

أنواع المراصد الفلسطينية:

1. مرصد تيقن[1]:

هو مشروع إعلامي شبابي فلسطيني كانت بداياته كمشروع تخرج لطالب وطالبة يدرسان تخصص إعلام في جامعة النجاح الوطنية عام 2017، ويقوم عليه مجموعة من المتخصصين في مجال الإعلام، ويسعى بشكل أساسي للارتقاء بالمحتوى الفلسطيني على شبكة الإنترنت من خلال رصد الإشاعات والأخبار الوهمية وتكذيبها في مختلف المجالات، وتوعية الجمهور الفلسطيني بضرورة التحقق من الأخبار قبل نشرها.

بدأ العمل به في 2017/10/8 من خلال صفحة على الفيس بوك ثم في العام 2019 توسعت لتضم عدداً من الإعلاميين المتطوعين العاملين في المجال الإعلامي واطلقت موقعها الإلكتروني وحساباتها على شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة ومنها الإنستغرام والتليغرام والتويتر واليوتيوب، وتوزع فريق العاملين فيها إلى فريق الرصد وفريق التحليل والبحث وفريق الترجمة لعدة لغات، وفريق التصميم والتصوير والمونتاج، وفريق المذيعين لتقديم المحتوى المرئي، وفريق المحامين لتقديم الاستشارات والمتابعة القانونية.

2. المرصد الفلسطيني للتحقق والتربية الإعلامية– كاشف[2]:

هو منصة فلسطينية مستقلة تهدف إلى مكافحة المعلومات الزائفة في الفضاء الإعلامي الفلسطيني، كما يسعى إلى تعزيز مبادئ أخلاقيات النشر، ونشر ثقافة التحقق، والقراءة الناقدة للمحتوى في فلسطين. وتطورت فكرة المرصد في أواخر عام 2019 بعد انتشار فيروس كورونا، وتدفق كمية هائلة من المعلومات الزائفة حوله، وذلك بتوحيد جهود مبادرة "تحقق" ومركز شاهد لحقوق المواطن والتنمية المجتمعية. وجرى اعتماد المرصد من نقابة الصحفيين الفلسطينيين كمرصد موثوق حول التحقق من المعلومات الزائفة، وحماية الوحدة الفلسطينية والنسيج الاجتماعي الداخلي، من خلال ملاحقة الإشاعات وناشريها.

الإطار النظري للدراسة:

تم توظيف هذه النظريات في هذه الدراسة من خلال معرفة أنواع الأخبار الزائفة وموضوعاتها ومصادرها وآليات التحقق منها:

1– نظرية السبين الإعلامي SPIN

1- مرصد تيقن، من نحن.

2– المرصد الفلسطيني للتحقق والتربية الإعلامية– كاشف، عن المرصد.

مصدر التسمية هي الحركة الدورانية للكرة التي يلقيها أحد اللاعبين تجاه اللاعب الآخر في لعبة البيسبول، ويعني مصطلح السبين الإعلامي ليس الحقيقة ولكنه أيضاً ليس كذباً، فهو بين الحقيقة والكذب، ومحاولة لتشويش الحقيقة من أجل جعل الأحداث تظهر بشكل جيد أو سلبي قدر الإمكان وفق خطة مدروسة يقوم بإعدادها أشخاص أو جهات محددة بهدف التزييف أثناء التغطية الإعلامية[1].

2- نظرية الذعر الأخلاقي (Moral Panic)

هناك إدراك متزايد بقوة انتشار الأخبار الزائفة، خاصة في عصر وسائل التواصل الاجتماعي، ويعتقد المراقبون والمتخصصون أن الأخبار الزائفة لطالما كانت موجودة، ولكن وسائل التواصل تستطيع إثارة الاهتمام الاجتماعي حول أي قضية، وتزايد استخدام مصطلح الأخبار الزائفة كسلاح في بعض القضايا بما يتضمنه من نشر للذعر والخوف وجعل الجمهور المستهدف يعيش حالة من الشك في القضايا المطروحة بحيث تقودهم إلى عدم فهم ما يجري ويصل بهم إلى تكذيب الوقائع الصادمة وتصديق ما ينشر من شحنات عاطفية[2]، وتمّ تطوير مفهوم الذعر الأخلاقي وتعميمه من قبل عالِم الجريمة في جنوب أفريقيا "ستانلي كوهين" عندما شرح رد فعل الجمهور على الاضطرابات التي أحدثها بعض الشباب في المنتجعات الساحلية في برايتون بإنجلترا خلال ستينيات القرن الماضي، وأوضح كيف أثّرت ردود الفعل هذه على تشكيل وإنفاذ السياسات الاجتماعية والقانونية والتصوّرات المجتمعية للتهديدات التي تشكلها مجموعات الشباب منذ نشأته، وتم تطبيق مفهوم الذعر الأخلاقي على مجموعة واسعة من المشكلات الاجتماعية، بما في ذلك على سبيل المثال عصابات مروجي المخدرات، والعنف المدرسي، وقصص إساءة معاملة الأطفال، وصولا إلى المهاجرين واللاجئين[3].

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف إلى وصف الظواهر والتعرف على عناصرها ومكوناتها عن طريق جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها بما يتيح تقديم صورة دقيقة وموضوعية عن الظاهرة محل الدراسة[4].

مناهج الدراسة: تم الاعتماد على **منهج المسح** باعتباره نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة [5]، وتم في إطاره استخدام أسلوب تحليل المضمون للتعرف على الكيفية التي يتم بها توظيف المراصد الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة، وعليه سيتم الاعتماد على اسلوب التحليل الكمي لتناسبه مع تساؤلات الدراسة واهدافها.

وبشكل متوازٍ مع منهج المسح تم الاعتماد على **منهج دراسة العلاقات المتبادلة** وفي إطار هذا المنهج استخدم الباحث أسلوب المقارنة المنهجية، وذلك لمقارنة نتائج الدراسة المسحية التحليلية، والنسب المئوية والتكرارات التي ظهرت في وحدات وفئات التحليل المختلفة بين آلية عمل المراصد الفلسطينية في التحقق من الأخبار الزائفة.

مجتمع الدراسة وعينتها: تمثل مجتمع الدراسة في جميع المراصد الفلسطينية الإلكترونية المعنية بالتحقق من الأخبار الزائفة، وتبين أنه يوجد فقط مرصدان فلسطينيان هما المرصد الفلسطيني للتحقق والتربية الإعلامية- كاشف، ومرصد تيقن وهما يمثلان عينة الدراسة فهي بذلك عينة عمدية بأسلوب المسح الشامل. أما بخصوص الإطار الزمني للعينة فهو على مدار شهر يمتد من1 إلى 31 أكتوبر 2020م.

أدوات جمع البيانات: اعتمدت الدراسة على استمارة تحليل المضمون بوصفها أداة لتحليل مضمون المراصد الفلسطينية الإلكترونية بحيث تجيب على تساؤلات الدراسة.

1- الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين (ص139-141).

2- عبد العزيز، الملامح الأساسية لانتشار الأخبار الكاذبة في العالم (ص13-15).

3- Cree & others. Revisiting Moral Panics: Moral Panics in Theory and Practice(p.14-21).

4- حجاب، أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية (ص80).

5- ذو الفقار، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية (ص110).

وحدة التحليل وأسلوب القياس: تم الاعتماد على الوحدة الاتصالية "المنشور" المنشورة على المراصد الفلسطينية الإلكترونية حول التحقق من الأخبار الزائفة وكل ما يرتبط بها كوحدة تحليل، كما اعتمد الباحث على العدد والتكرار كأسلوب للقياس.

فئات تحليل: وهى الفئات التي تتعلق بوصف المضمون المقدم وتحليله للوقوف على الكيفية التي يتم بها توظيف المراصد الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة، فبعد إجراء تحليل لعينة من المنشورات على هذه المواقع؛ لتحديد الفئات الخاصة بالدراسة، تم تقسيم فئات تحليل المضمون إلى مجموعة من التصنيفات الفرعية لتحقيق أهداف الدراسة وهى كما يلي:

أولاً: الفئات الخاصة بالمضمون "ماذا قيل."

1. **فئة نوع الأخبار الزائفة وتنقسم إلى:**
   - أخبار مزيفة بالكامل: وهى الأخبار الكاذبة وغير الصحيحة بشكل كامل أو أخبار فيها رابط كاذب أو عندما لا تدعم العناوين والصور وشروحاتها المحتوى أو عندما تتم مشاركة المحتوى الحقيقي بسياق كاذب.
   - أخبار مزيفة بشكل جزئي: عندما يتم التلاعب بالمعلومات أو الصور الحقيقية في سياق معلومات أو محتوى ملفق لمحتوى جديد مزور بالكامل بهدف الخداع وإيقاع الأذى، أو محتوى انتحالي لهويات مصادر حقيقية أو استخدام مضلل للمعلومات لتأطير قضية أو فرد أو سخرية أو محاكاة ساخرة فلا يجد نية للتسبب بأذى ولكن يمكن أن تخدع البعض.
   - الأخبار غير الدقيقة: وهي الأخبار التي تحتوي مصادر أو روايات أو أرقام غير صحيحة بغير قصد أو نية في ذلك وتكون ناتجة عن سرعة النقل عن المصادر أو خطأ ما.
2. **فئة طبيعة موضوعات الأخبار الزائفة وتنقسم إلى:**
   - أخبار صحية: وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات الصحية وانتشار فايروس كورونا.
   - أخبار سياسية: وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات السياسية.
   - أخبار اقتصادية: وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات الاقتصادية.
   - أخبار اجتماعية: وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات الاجتماعية.
   - أخبار عسكرية: وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات العسكرية وتتضمن الأخبار الأمنية.
   - أخبار رياضية: وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات الرياضية.
   - أخبار دينية: وهي الأخبار الزائفة ذات الموضوعات الدينية.
   - موضوعات أخبار أخرى: وهي أي نوع من الأخبار الزائفة ولم يرد ذكرها في الفئات السابقة.
3. **فئة مصادر الأخبار الزائفة وتنقسم إلى:**
   - عدم ذكر المصدر: وهي الأخبار الزائفة التي لم يتم ذكر مصدرها بشكل دقيق وواضح.
   - ذكر المصدر: وهي جميع الأخبار الزائفة التي تم ذكر مصدرها وتتضمن (وكالة أنباء، صحف، قنوات إذاعية وتلفزيونية، موقع الكتروني، شبكات التواصل الاجتماعي، فئة مصادر أخرى).
   - ذكر أكثر من مصدر: وهي جميع الأخبار الزائفة التي لها أكثر من مصدر تم ذكره.
4. **آليات التحقق من الأخبار الزائفة وتنقسم إلى:**
   - عرض الخبر المزيف فقط: وهي المنشورات التي تقوم بعرض الخبر الزائف فقط.
   - عرض الخبر المزيف وتصحيحه: وهي المنشورات التي تقوم بعرض الخبر الزائف وتصحيحه.
   - تقديم إرشادات توعوية للجمهور تهدف إلى نشر إرشادات توعوية للجمهور: وهي المنشورات التي تقوم بعرض إرشادات توعوية للجمهور بكيفية التحقق والتعامل مع الأخبار الزائفة.
   - وفئة آليات أخرى: وهي أي نوع من آليات التحقق لم يتم ذكرها في الفئات السابقة.

5. فئة النطاق الجغرافي للأخبار الزائفة وتنقسم إلى:

- الأخبار الزائفة المحلية "فلسطينية": وهي جميع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ذات البعد المحلي الفلسطيني.
- الأخبار الزائفة الإسرائيلية: وهي جميع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ذات البعد الإسرائيلي.
- والأخبار الزائفة الإقليمية: وهي جميع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ذات البعد الإقليمي.
- الأخبار الزائفة الدولية: وهي جميع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها ذات البعد الدولي.

ثانياً: الفئات الخاصة بالشكل "كيف قيل".

1. فئة قالب الصياغة التحريرية لمنشورات رصد الأخبار الزائفة وتنقسم إلى:

- قالب الدائرة: وتقوم فكرة هذا القالب على الانتقال من الخاص إلى العام، ويبدأ بنقطة الاستهلال وينتهي بنفس النقطة.
- قالب القائمة: ويعتمد هذا القالب على وضع المعلومات على هيئة قوائم داخل الخبر.
- قالب لوحة التصميم: وهو الذي يعتمد على كافة الوسائط المتعددة والتفاعلية التي تتيها الصحافة الإلكترونية.
- الدمج بين أكثر من قالب تحريري: وهي المنشورات التي تحققت من الأخبار الزائفة وتم صياغتها بأسلوب الدمج بين قالبين تحريريين.

2. فئة الوسائط المتعددة المستخدمة في الأخبار الزائفة وتنقسم إلى:

- فئة النصوص فقط: وهى المنشورات التي تنشر على شكل كتابي فقط وتنقسم إلى فئة عناوين فقط أو عناوين ومنشور.
- فئة الصور: والتي تحتوي على صور شخصية أو خبرية وكذلك منشورات نصية مصحوبة بصور أو عناوين مصحوبة بصور.
- فئة المقاطع الصوتية: والتي تحتوي على مقاطع صوتية فقط أو منشورات نصية أو عناوين مصحوبة بمقاطع صوتية.
- فئة الفيديوهات: والتي تحتوي على فيديوهات فقط أو منشورات نصية أو عناوين مصحوبة بفيديوهات.
- فئة وسائط أخري: وهي أي نوع من الوسائط المستخدمة ولم يتم ذكرها في الفئات السابقة.

3. فئة الروابط والإحالات المصاحبة للأخبار الزائفة وتنقسم إلى:

- فئة عدم وجود روابط مصاحبة للأخبار الزائفة: وهي المنشورات التي تحققت من الأخبار الزائفة ولم تشتمل على روابط.
- فئة وجود روابط مصاحبة للأخبار الزائفة: وهي المنشورات التي تحققت من الأخبار الزائفة وتشتمل على روابط وتنقسم إلى:
  - روابط خارج الموضوع (تحيل القارئ إلى روابط داخلية أو روابط خارجية مثل المواقع الأساسية للصفحة أو مصدر الخبر).
  - روابط داخل الموضوع أو السياق العام (هي الروابط داخل المنشور وتحيل القاري إلى روابط داخلية وخارجية تقدم شرحاً عن موضوع المنشور).
  - روابط أخرى لم يتم ذكرها: وهي المنشورات التي تحققت من الأخبار الزائفة وتشتمل على روابط لم يتم ذكرها في الفئات السابقة.

إجراءات الصدق والثبات:

1- إجراءات صدق التحليل: المقصود بالصدق مدى صلاحية استمارة تحليل المضمون لقياس ما وضعت لقياسه لتحقيق أهداف الدراسة، وقد تم قياس صدق التحليل كما يلي:

- تحديد فئات ووحدات التحليل.
- تعريف فئات ووحدات التحليل تعريفاً واضحاً وشاملاً.

- تصميم استمارة تحليل المضمون في ضوء أسئلة الدراسة التحليلية المحددة سابقاً وبما يغطي أهداف الدراسة.
- تم عرض استمارة تحليل المضمون على محكمين من ذوي الاختصاص في مجال الإعلام والأخبار الزائفة، ليتم التعرف إلى الصحة المنطقية لأسلوب القياس، وقد قدموا ملاحظاتهم مكتوبةً وشفويةً حول الأداة وتم عمل التعديلات التي طلبت من قبل المحكمين والخبراء لتصبح استمارة التحليل في صورتها النهائية قابلة للقياس.
- قام الباحث بالتأكد من صدق الاستمارة بعمل اختبار قبلي؛ للتغلب على أي ضعف في الفئات قبل وبعد التحليل، بالتطبيق على عينة من منشورات الأخبار الزائفة التي تم مكافحتها من قبل المراصد الفلسطينية وبلغ عددها عشر منشورات، ليصبح عدد الفئات النهائية لاستمارة التحليل بعد إجراء التعديلات النهائية (8) فئات.

2- **إجراءات ثبات التحليل:** يقصد بالثبات توصل الباحث أو أكثر إلى النتائج ذاتها بتطبيق وحدات وفئات التحليل لنفس المضمون، ولاختبار درجة ثبات التحليل فقد أعاد الباحث التحليل على عينة تمثل (10%) من العينة الكلية للمنشورات التي تحتوي على أخبار مزيفة بطريقة عشوائية بحيث تمثل فترات زمنية مختلفة، وتبين وجود اتفاق في النتائج بنسبة بلغت 90.2% وهي نسبة اتفاق مقبولة في الدراسات الإعلامية، وتشير إلى ثبات استمارة تحليل المضمون وصلاحية المقياس المستخدم للتطبيق.

التعريفات الإجرائية:

يمكن تقديم بعض التعريفات الإجرائية للمفاهيم التي تتضمنها الدراسة وهي:

توظيف: الاستخدام الأمثل للشيء حتى يقوم بالمهام المحددة والمعينة.

المراصد الفلسطينية: هي عبارة عن مواقع الكترونية تهدف إلي الارتقاء بالمحتوى الفلسطيني على شبكة الإنترنت من خلال رصد الإشاعات والأخبار الزائفة والوهمية، وتوعية الجمهور الفلسطيني بضرورة التحقق من الأخبار قبل نشرها، وهما مرصدان فلسطينيان وحيدان "المرصد الفلسطيني للتحقق والتربية الإعلامية- كاشف، ومرصد تيقن".

التحقق من: تدقيق ما ينشر في مختلف المجالات عبر وسائل الإعلام المختلفة أو المواقع الإلكترونية، والتحقق منها وتكذيب الخاطئ منها.

الأخبار الزائفة: هي كل خبر يتم نشره ويحتوي على معلومات خاطئة بشكل كلي أو جزئي في مضمونه أو سياقه أو أساليبه أو روابطه النصية أو السمعية أو البصرية.

عرض النتائج ومناقشتها:

1- **النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الأول والذي ينص على** "ما أنواع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟" للإجابة عن السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية وكانت النتائج كما في جدول (2).

جدول (2) نوع الأخبار الزائفة

نوع الأخبار الزائفة	كاشف		تيقن		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أخبار مزيفة بالكامل	8	50	20	52.6	28	51.9
أخبار مزيفة بشكل جزئي	6	37.5	12	31.6	18	33.3
الأخبار غير الدقيقة	2	12.5	6	15.8	8	14.8
المجموع	**16**	**100**	**38**	**100**	**54**	**100**

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد أنواع الأخبار الزائفة التي تحققت منها المراصد الفلسطينية الإلكترونية، حيث جاءت الأخبار المزيفة بالكامل بنسبة 51.9% في الترتيب الأول، بينما الأخبار المزيفة بشكل جزئي فقد جاءت في الترتيب الثاني وبلغت

بنسبتها 33.3%، وأخيراً الأخبار غير الدقيقة بلغت نسبتها 14.8% في الترتيب الأخير، ويتضح من هذه النسب أن مرصد كاشف ومرصد تيقن حصلا على نفس الترتيب في الأخبار الزائفة بالكامل والجزئية وغير الدقيقة، فالأخبار الزائفة بالكامل تحتل مركز الصدارة بين الأخبار التي رصدتها هذ المراصد ويبين ذلك مدى خطورتها وانتشارها على الفضاء الإعلامي الفلسطيني.

فبلغ عدد إجمالي الأخبار 54 خبراً، توزعت على مرصد تيقن 38 خبر بنسبة 70.4% في الترتيب الأول، ثم جاء مرصد كاشف في الترتيب الثاني بعدد 16 خبراً بنسبة 29.6%، ويتضح من هذه النسب أن مرصد تيقن لوحده رصد تقريباً ثلثي الأخبار الزائفة.

2-النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثاني والذي ينص على "ما طبيعة الموضوعات التي تناولتها الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟" للإجابة عن السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية وكانت النتائج كما في جدول (3).

جدول (3) طبيعة موضوعات الأخبار الزائفة

طبيعة موضوعات	كاشف		تيقن		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أخبار صحية	4	25	6	15.7	10	18.5
أخبار سياسية	4	25	5	13.2	9	16.6
أخبار عسكرية	3	18.8	6	15.8	9	16.6
أخبار اجتماعية	2	12.6	5	13.2	7	13
أخبار رياضية	1	6.2	3	7.9	5	9.3
أخبار اقتصادية	1	6.2	3	7.9	4	7.4
أخبار فنية	1	6.2	3	7.9	4	7.4
أخبار دينية	0	0	4	10.5	3	5.6
موضوعات أخبار أخرى	0	0	3	7.9	3	5.6
المجموع	**16**	**100**	**38**	**100**	**54**	**100**

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد أنواع موضوعات الأخبار الزائفة التي تحققت منها المراصد الفلسطينية الإلكترونية، فحظيت موضوعات الأخبار الصحية على الترتيب الأول بنسبة 18.5%، ثم تساوت موضوعات الأخبار السياسية والعسكرية بنسبة 16.6%، تلتها موضوعات الأخبار الاجتماعية بنسبة 13% وغلبت عليها الأخبار الخاصة بالمرأة وظهر فيها التنمر بشكل واضح، ثم موضوعات الأخبار الرياضية بنسبة 9.3%، ثم تساوت موضوعات الأخبار الاقتصادية وموضوعات الأخبار الفنية بنسبة 7.4%، وأخيراً تساوت موضوعات الأخبار الدينية وموضوعات أخبار أخرى -تمثلت بالأخبار التعليمية- وجاءت بنسبة 5.6%.

وتبين أن هذه الأخبار الزائفة تناولت جميع أنواع القضايا الصحية والسياسية والاجتماعية، وكانت الصحية في المقدمة لارتباطها بانتشار فايروس كورونا وما يصاحبه من أخبار مزيفة وإشاعات بشكل شبه يومي، وهذا يؤكد خطورة الأخبار الزائفة لأنها لا تقتصر على القضايا السياسية والعسكرية بل تمتد إلى الصحية والاجتماعية والرياضية وجميع القضايا الأخرى، ويتضح من أن مرصد تيقن تناول جميع أنواع القضايا بينما مرصد كاشف لم يتناول القضايا الدينية والتعليمية.

3-النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثالث والذي ينص على "ما مصادر الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟" للإجابة عن السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية وكانت النتائج كما في جدول (4).

جدول (4) مصادر الأخبار الزائفة

مصادر الأخبار		كاشف		تيقن		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
ذكر المصدر	وسائل التواصل الاجتماعي	7	43.6	26	68.4	33	61.1
	مواقع الكترونية	4	25	3	7.9	7	13
	قنوات إذاعية وتلفزيونية	1	6.3	2	5.3	3	5.6
	وكالات أنباء	0	0	2	5.3	2	3.7
	صحف	0	0	1	2.6	1	1.8
	فئة مصادر أخرى	0	0	1	2.6	1	1.8
أكثر من مصدر		3	18.8	1	2.6	4	7.4
عدم ذكر المصدر		1	6.3	2	5.3	3	5.6
المجموع		**16**	**100**	**38**	**100**	**54**	**100**

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد مصادر الأخبار الزائفة التي تحققت منها ونشرتها المراصد الفلسطينية الإلكترونية، فجاءت فئة المصادر التي تم ذكرها في المرتبة الأولى بنسبة 94.4%، وتركزت المصادر في وسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 61.1%، تلاها المواقع الإلكترونية بنسبة 13%، ثم القنوات الإذاعية والتلفزيونية بنسبة 5.6%، ثم وكالات الأنباء بنسبة 3.7%، وأخيراً تساوت فئة الصحف وفئة مصادر أخرى بنسبة 1.8%، وتمثلت فئة مصادر أخرى بتصريح المذيع المصري عمرو أديب.

ثم تلتها فئة أكثر من مصدر في المرتبة الثانية بنسبة 7.4%، ثم فئة المصادر التي لم يتم ذكرها في المرتبة الثالثة بنسبة 5.6%، وتمثلت في جملة وسائل إعلام أو مواقع فلسطينية أو عربية أو أجنبية، ويؤكد ذلك على تصدر وسائل الإعلام الرقمي مصادر الأخبار الزائفة وتحديداً وسائل التواصل الاجتماعي.

وتبين أن كلا المرصدين ينتهجان نفس المنهجية في الكشف عن مصادر نشر الأخبار الزائفة، فبرغم تركيز المرصدين على ذكر أسماء المواقع الإلكترونية التي نشرت أخبار مزيفة وذكرت أسمائها وهي (مركز قلنديا الإعلامي، نابلس مكس، رام الله نيوز، أخبار جنين، صخر نيوز الإخبارية، موقع شبكة القدس الإخبارية) إلا أن هذين المرصدين في الغالب يذكران عموميات حول مصادر الأخبار الزائفة التي وردت عبر وسائل التواصل الاجتماعي والاكتفاء بذكر عبارات في مقدمة الخبر كالآتي (نشرت صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، تداول نشطاء عبر وسائل التواصل الاجتماعي، تداولت صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي، تداولت عدة صفحات على فيسبوك، تداول صحافيون وصفحات اجتماعية في موقع فيسبوك).

4-النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الرابع والذي ينص على "ما آليات التحقق من الأخبار الزائفة في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟" للإجابة عن السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية وكانت النتائج كما في جدول(5).

جدول (5) آليات التحقق من الأخبار الزائفة

آليات التحقق	كاشف		تيقن		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
عرض الخبر المزيف وتصحيحه	11	68.7	35	92.1	46	85.2
إرشادات توعوية للجمهور	3	18.8	2	5.3	5	9.2
عرض الخبر المزيف فقط	2	12.5	1	2.6	3	5.6
المجموع	**16**	**100**	**38**	**100**	**54**	**100**

تشير بيانات الجدول السابق إلى تنوع آليات التحقق من الأخبار الزائفة التي استخدمتها المراصد الفلسطينية الإلكترونية، وتركزت المنشورات في فئة عرض الخبر المزيف وتصحيحه في الترتيب الأول بنسبة 85.2% في كلا المرصدين، في حين جاءت آلية نشر الإرشادات التوعوية للجمهور حول كيفية التحقق من الأخبار الزائفة في الترتيب الثاني بنسبة 9.2%، وأخيراً آلية عرض الخبر المزيف فقط بنسبة 5.6% في الترتيب الثالث.

فكلا المرصدين يهتم بنشر الخبر المزيف وتصحيحه في نفس الوقت وكذلك يقومان بنشر منشورات لتوعية الجمهور بكيفية التعامل والتحقق من الأخبار الزائفة لمحاربة الشائعات ونقل الأخبار عن مصادرها، وإتباع أخلاقيات النشر والتحقق وضبط المهنية التي تتضمنها مدونة السلوك الصحفي التي تقرها نقابة الصحفيين الفلسطينيين التي أعلنت اعتمادها للمرصد الفلسطيني كاشف مرصداً معتمداً لدى النقابة في رصد الشائعات ومُصدِّريها، لتقوم الأمانة العامة بمتابعتها واتخاذ الاجراءات المناسبة لتعزيز المهنية في العمل الصحافي في فلسطين، ويتضح مما سبق أن كلا المرصدين يستخدم نفس آليات التحقق من الأخبار الزائفة.

5-النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الخامس والذي ينص على "ما النطاق الجغرافي للأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟" للإجابة عن السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية وكانت النتائج كما في جدول (6).

جدول (6) النطاق الجغرافي للأخبار الزائفة

النطاق الجغرافي	كاشف		تيقن		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الأخبار الزائفة المحلية "فلسطينية"	10	62.5	17	44.7	27	50
الأخبار الزائفة الإقليمية	2	12.5	14	36.8	16	29.6
الأخبار الزائفة الدولية	3	18.7	5	13.2	8	14.8
الأخبار الزائفة الإسرائيلية	1	6.3	2	5.3	3	5.6
المجموع	**16**	**100**	**38**	**100**	**54**	**100**

تشير بيانات الجدول السابق إلى النطاق الجغرافي للأخبار الزائفة التي تحققت منها المراصد الفلسطينية الإلكترونية، فحظيت فئة الأخبار الزائفة المحلية "فلسطينية" على المرتبة الأولى بنسبة 50%، تبعها فئة الأخبار الزائفة الإقليمية في المرتبة الثانية بنسبة 29.6% وتمثلت في الدول العربية تحديدا الأردن ومصر والعراق والسعودية والسودان واليمن وتونس، ثم فئة الأخبار الزائفة الدولية في المرتبة الثالثة بنسبة 14.8%، بينما جاءت فئة الأخبار الزائفة الإسرائيلية في المرتبة الأخيرة بنسبة 5.6%.

وتبين أن كلا المرصدين يقومان برصد جميع أنواع الأخبار الزائفة المتداولة على الفضاء الإعلامي الفلسطيني، مع التركيز على الأخبار الزائفة المحلية، ويعود انخفاض الأخبار الزائفة الإسرائيلية كون هذه الفترة تعد فترة هدوء في ظل الانتخابات الأمريكية، ومن المعروف أن الأخبار الزائفة الإسرائيلية تنشط في وقت الصراع والتصعيد.

6-النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السادس والذي ينص على "ما أسلوب العرض التحريري للأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟" للإجابة عن السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية وكانت النتائج كما في جدول (7).

جدول (7) قالب الصياغة التحريرية لمنشورات رصد الأخبار الزائفة

قالب الصياغة التحريرية	كاشف		تيقن		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
قالب لوحة التصميم	8	50	24	63.1	32	59.2
قالب القائمة	5	31.3	8	21.1	13	24.1
الدمج بين أكثر من قالب	1	6.2	4	10.5	5	9.3
قالب الدائرة	2	12.5	2	5.3	4	7.4
المجموع	**16**	**100**	**38**	**100**	**54**	**100**

تشير بيانات الجدول السابق إلى أسلوب العرض التحريري للأخبار الزائفة التي تحققت منها المراصد الفلسطينية الإلكترونية، وجاء في مقدمتها فئة العرض بشكل قالب لوحة التصميم الذي يعتمد على كافة الوسائط المتعددة والتفاعلية التي تتيها الصحافة الإلكترونية بنسبة 59.2%، تلاها عرض الأخبار الزائفة بأسلوب قالب القائمة الذي يعتمد على وضع المعلومات على هيئة قوائم داخل الخبر بنسبة 24.1%، ثم أسلوب الدمج بين أكثر من قالب لعرض الأخبار الزائفة بنسبة 9.3%، وأخيراً أسلوب العرض بقالب الدائرة الذي تقوم فكرته على الانتقال من الخاص إلى العام بنسبة 7.4%.

وتكشف البيانات السابقة أن كلا المرصدين يتفقان على عرض المنشورات باستخدام اسلوب قالب لوحة التصميم وأسلوب القائمة الذي يعتمد على كافة الوسائط المتعددة والتفاعلية التي أتاحتها المواقع الإلكترونية وهذا يؤكد أن هذه المواقع تقوم بعرض الأخبار الزائفة وتصحيحها، إلى جانب الإشارة إلى المصادر ويتطلب ذلك وضع المعلومات على هيئة قوائم داخل الخبر وهو ما يتناسب مع قالب القائمة.

7-النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال السابع والذي ينص على "ما الوسائط المتعددة المستخدمة مع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟" للإجابة عن السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية وكانت النتائج كما في جدول (8).

دول (8) الوسائط المتعددة المستخدمة في الأخبار الزائفة

الوسائط المتعددة المستخدمة	كاشف		تيقن		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
صور	14	87.5	29	76.3	43	79.6
فيديوهات	1	6.3	5	13.2	6	11.1
نصوص فقط	1	6.2	4	10.5	5	9.3
المجموع	**16**	**100**	**38**	**100**	**54**	**100**

تشير بيانات الجدول السابق إلى تنوع الوسائط المتعددة المستخدمة في نشر الأخبار الزائفة التي تحقق منها المراصد الفلسطينية الإلكترونية، وتركزت في فئة الصور والعناوين المصحوبة بالصور في الترتيب الأول بنسبة 79.6%، في حين جاءت الفيديوهات والعناوين المصحوبة بفيديوهات في الترتيب الثاني بنسبة 11.1%، وأخيراً استخدام النصوص التي تنشر على شكل

كتابي فقط بنسبة 9.3% في الترتيب الثالث. فكلا المرصدين يركزان على نشر الصور الثابتة التي تحمل نصوص وعناوين إلى جانب جملة خبر مزيف أو خبر كاذب وشعار المرصد لعرض المنشورات، وغالباً ما تكون الصورة مقسومة من النصف رأسياً أو أفقياً لعرض الخبر المزيف وفق تصميم معين خاص بكل مرصد، وهذا يؤكد بأن كلا المرصدين يستخدم مختلف أنواع الوسائط المتعدة في نشر الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها.

8-النتائج المتعلقة بالإجابة عن السؤال الثامن والذي ينص على "ما نوع الروابط المصاحبة للأخبار الزائفة التي تم التحقق منها في المراصد الفلسطينية الإلكترونية؟" للإجابة عن السؤال تم حساب التكرارات والنسب المئوية وكانت النتائج كما في جدول (9).

جدول (9) الروابط والإحالات المصاحبة للأخبار الزائفة

الروابط والإحالات		كاشف		تيقن		المجموع	
		ك	%	ك	%	ك	%
عدم وجود روابط		10	62.5	31	81.6	41	75.9
وجود روابط	خارج الموضوع	3	18.7	4	10.5	7	12.9
	داخل الموضوع أو السياق العام	2	12.5	3	7.9	5	9.3
	روابط أخرى	1	6.3	0	0	1	1.9
المجموع		**16**	**100**	**38**	**100**	**54**	**100**

تشير بيانات الجدول السابق إلى الروابط المصاحبة للأخبار الزائفة التي تحققت منها ونشرتها المراصد الفلسطينية الإلكترونية، فجاءت فئة عدم وجود روابط مصاحبة لمنشور الأخبار الزائفة في المرتبة الأولى بنسبة 75.9%. وتلتها فئة وجود روابط مصاحبة لمنشور الأخبار الزائفة في المرتبة الثانية بنسبة 24.1%، وتركزت في روابط خارج الموضوع تمثلت في الموقع الأساسي للصفحة أو مصدر الخبر بنسبة 12.9% وتمثل الرابط في جملة (تم تداولها هنا) باللون الأحمر، تلاها روابط داخل الموضوع أو السياق العام تقدم شرحاً عن موضوع المنشور بنسبة 9.3%، وأخيراً فئة روابط أخرى لم يتم ذكرها بنسبة 1.9%، تمثلت في رابط الصفحة الشخصية لصائب عريقات كون الخبر يخصه.

وتكشف البيانات السابقة أن معظم منشورات في كلا المرصدين لا يوجد بها روابط وذلك بهدف عدم خروج الزائر من صفحة الموقع ولكن يتم وضع الروابط سواء الداخلية أو الخارجية بهدف المصداقية وأيضا الكشف عن الجهات التي تقوم بنشر الأخبار الزائفة، إلا أن جميع المنشورات في مرصد كاشف تحتوي على هاشتاق (#كاشف #تحقق)، ولدى المرصدين أيقونات لمشاركة المنشورات على معظم المنصات الأخرى وتحديداً فيس بوك وتويتر بمجرد الضغط على صورة المنصة يتم المشاركة، هذا بالإضافة إلى مقالات ذات صلة توجد أسفل كل الصفحة.

استنتاجات الدراسة:

من خلال نتائج الدراسة وتفسيراتها يمكن استنتاج ما يلي:

1. تصدرت الأخبار الزائفة اهتمام المراصد الفلسطينية الإلكترونية وتبين أن مرصد تيقن لوحده رصد تقريباً ثلثي هذه الأخبار، وقد تعددت أنواع الأخبار الزائفة فجاءت الأخبار المزيفة بالكامل في المقدمة بنسبة 51.9% في الترتيب الأول، بينما الأخبار المزيفة بشكل جزئي فقد جاءت في الترتيب الثاني وبلغت بنسبتها 33.3%، وأخيراً الأخبار غير الدقيقة في الترتيب الأخير، ويتضح من هذه النسب أن الأخبار المزيفة بالكامل تحتل مركز الصدارة ويبين ذلك مدى خطورتها وانتشارها على الفضاء الإعلامي الفلسطيني وإلى إدراك العاملين في تلك المراصد إلى خطورة تلك الأخبار المزيفة بالكامل، وهذا ما أظهرته نتائج

السؤال الأول، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة عبد الغني (2020)[1] التي توصلت إلى تصدر الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من الأخبار الزائفة، وهذا ما توصلت إليه أيضاً دراسة مشارقة (2020)[2] التي أظهرت أن (72%) من العينة سبق وأن تعرضوا لأخبار مضللة، وأكدت دراسة عيد (2019)[3] أن (82%) من أفراد الجمهور المصري تعرض إلى الأخبار الكاذبة والزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأكدت دراسة Vosoughi & others (2018)[4] أن الأخبار الزائفة أسرع انتشاراً من الأخبار الحقيقية وتحظى بفرصة انتشار أكثر (70%) من الأخبار الحقيقية.

2. تنوعت موضوعات الأخبار الزائفة في الفضاء الإعلامي الفلسطيني التي تحققت منها المراصد الفلسطينية الإلكترونية، وجاءت الموضوعات الصحية في مقدمتها نظراً لانتشار فايروس كورونا، تلتها موضوعات الأخبار السياسية وموضوعات الأخبار العسكرية، تلتها موضوعات الأخبار الاجتماعية التي غلب عليها التنمر على المرأة بشكل واضح، وهذا يؤكد خطورة الأخبار الزائفة لأنها لا تقتصر على القضايا السياسية والعسكرية بل تمتد إلى الصحية والاجتماعية والرياضية وجميع القضايا وفق ما أظهرته نتائج السؤال الثاني، وهذا ما توصلت إليه دراسة مشارقة (2020)[5] حيث تبين تأثير الأخبار الزائفة على القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وكذلك بينت دراسة الصالحي (2020)[6] أن الأخبار الزائفة تنوعت بين أخبار سياسية واقتصادية.

3. احتلت وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية مقدمة مصادر الأخبار الزائفة في الفضاء الإعلامي الفلسطيني التي تم التحقق منها، وتبين أن المراصد الفلسطينية تنتهج نفس المنهجية في الكشف عن مصادر الأخبار الزائفة، فتركز على ذكر أسماء المواقع الإلكترونية، وعدم ذكر أسماء صفحات وسائل التواصل الاجتماعي والاكتفاء بذكر العموميات فقط، وهذا ما أظهرته نتائج السؤال الثالث. وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة بوخاري (2019)[7] التي جاء فيها أن الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي تشكل أداة للتضليل الإعلامي وأنه من الصعب اللحاق بكل مضمون يتم تداوله على تلك المواقع والتحقق منه بسبب التسارع الزماني والمكاني الذي يميز عمل تلك المواقع، وهذا ما أكدته أيضاً دراسة Ozbay & Alatas (2019)[8] التي حاولت البحث في استخدام نهج جديد للكشف عن الأخبار المزيفة المنتشرة على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال خوارزميات التحسين التجريبية في محاولة للتغلب على الخطورة التي تمثلها الأخبار المخادعة والزائفة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي.

4. تتفق المراصد الفلسطينية الإلكترونية في استخدام نفس آليات التحقق من الأخبار الزائفة، فهي تهتم بنشر الخبر المزيف وتصحيحه في نفس الوقت، بالإضافة إلى توعية الجمهور بكيفية التعامل والتحقق من الأخبار الزائفة لمحاربة الشائعات ونقل الأخبار عن مصادرها، وإتباع أخلاقيات النشر والتحقق وضبط المهنية التي تتضمنها مدونة السلوك الصحفي التي تقرها نقابة الصحفيين الفلسطينيين، وفق ما أظهرته نتائج السؤال الرابع. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة عبد الغني (2020)[9] التي

1- عبد الغني، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجاً: دراسة تحليلية مقارنة (ص28).

2- مشارقة، الأخبار المضللة في فلسطين: بحث استكشافي في المضامين والقنوات وطرق المكافحة. (ص22)

3- عيد، الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية (ص718).

4 -Vosoughi & others. The Spread of True and False News Online. Massachusetts Institute of Technology (p.1147).

5- مشارقة، الأخبار المضللة في فلسطين: بحث استكشافي في المضامين والقنوات وطرق المكافحة. (ص4)

6- الصالحي، دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي – دراسة في إطار نظرية الانفعال المعرفي (ص3684).

7- بوخاري، الأخبار المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أحداث احتجاجات السترات الصفراء بفرنسا (ص189).

8 - Ozbay & Alatas. A Novel Approach for Detection of Fake Newson Social Media Using Metaheuristic Optimization Algorithms. Elektronika IR Elektrotechnika, (p.62).

9- عبد الغني، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجاً: دراسة تحليلية مقارنة (ص36).

توصلت إلى تباين صفحات التحقق من الأخبار الزائفة في آليات التحقق منها، واتفقت هذه النتيجة جزئياً مع دراسة بودهان (2019)[1] التي أكدت أن المراسلين الجزائريين يتحققون من تلك المعلومات قبل إعادة تحريرها ونشرها عبر التواصل مع المؤسسات الرسمية والمصادر الموثوقة الخاصة بهم. وهو ما أكدته دراسة Okoro & others (2019)[2] التي استخدمت النهج القائم على الخلط بين الآلة والإنسان حيث طوّر من قدرة المستخدم على الكشف عن الأخبار المزيفة التي تقدمها شبكات التواصل الإجتماعي بنسبة (26%), الأمر الذي يدل على أن تعزيز الذكاء البشري باستخدام الآلات يفيد في الكشف عن الأخبار والمعلومات الزائفة ويزيد من فاعلية ذلك.

5. رصدت المراصد الفلسطينية الإلكترونية جميع أنواع الأخبار الزائفة المتداولة على الفضاء الإعلامي الفلسطيني، فجاءت الأخبار الزائفة المحلية "فلسطينية" في مقدمتها، تبعتها الأخبار الزائفة الإقليمية وتركزت في الدول العربية المجاورة، ويرجع انخفاض الأخبار الزائفة الإسرائيلية لأنها تنشط في وقت الصراع والتصعيد، وهذا ما أظهرته نتائج السؤال الخامس. واختلفت هذه النتيجة مع دراسة مشارقة (2020)[3] حيث احتلت الجهات الإسرائيلية المرتبة الأولى بنسبة (54%) في تصدير الأخبار الزائفة من وجهة نظر الجمهور الفلسطيني.
6. استخدمت المراصد الفلسطينية الإلكترونية جميع أساليب العرض التحريري للأخبار الزائفة، وجاء في مقدمتها أسلوب قالب لوحة التصميم وأسلوب القائمة الذي يعتمد على كافة الوسائط المتعددة والتفاعلية التي وفرتها المواقع الإلكترونية ليتيح لها إمكانية عرض الأخبار الزائفة وتصحيحها، إلى جانب الإشارة إلى المصادر وما يتطلب من وضع المعلومات على هيئة قوائم داخل الخبر، وفق ما أظهرته نتائج السؤال السادس.
7. جاءت الصور الفوتوغرافية في مقدمة أنواع الوسائط المتعددة التي استخدمتها المراصد الفلسطينية الإلكترونية في عرض الأخبار الزائفة التي تحققت منها، وغالباً ما تكون الصورة مقسومة من النصف رأسياً أو أفقياً لعرض الخبر المزيف وفق تصميم معين خاص بكل مرصد، وهذا ما أظهرته نتائج السؤال السابع، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة عبد الغني (2020)[4] التي توصلت إلى استخدام صفحات التحقق لنوعين فقط من الوسائط هما النصوص والصور الثابتة.
8. تتفق المراصد الفلسطينية الإلكترونية في عرض معظم الأخبار الزائفة التي تحققت منها بدون روابط مصاحبة لها، رغم أن هذه المراصد تحوي أيقونات لمشاركة المنشورات على معظم المنصات الأخرى وتحديداً فيس بوك وتويتر، وفق ما أظهرته نتائج السؤال الثامن.

توصيات الدراسة:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج فإن الباحث يوصي بالآتي:

1. على المؤسسات الإعلامية الفلسطينية الحكومية والحزبية والخاصة العمل على زيادة عدد المراصد الفلسطينية الإلكترونية التي تتحقق من الأخبار الزائفة لتزويد الجمهور الفلسطيني بالمعلومات الصحيحة.
2. على المراصد الفلسطينية الإلكترونية إشراك الصحفيين وأفراد الجمهور الفلسطيني في رصد الأخبار الزائفة والتحقق منها وفتح قنوات للتواصل المستمر معهم لرفع مستوى المهنية الإعلامية لديهم.

1- بوهدان، تعامل المراسلين المحليين مع نشر الأخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية بولاية سطيف (ص478).

2- Okoro & others, Effects Of Human And Human-Machine Fake News Detection Approaches On User Detection Performance. (p.26-32).

3- مشارقة، الأخبار المضللة في فلسطين: بحث استكشافي في المضامين والقنوات وطرق المكافحة. (ص26).

4- عبد الغني، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجاً: دراسة تحليلية مقارنة (ص32).

3. على المراصد الفلسطينية الإلكترونية التشبيك والتعاون فيما بينها وعمل وشراكات وعقد اتفاقيات تعاون مع المراصد العربية والإقليمية والدولية للتطوير أدائها وتحقيق درجة عالية من المهنية.
4. على نقابة الصحفيين الفلسطينية وضع خطط وسياسات لتأهيل الإعلاميين وخريجي تخصصات الإعلام من خلال عقد الدورات التدريبية وورش العمل على أيدي مختصين وخبراء في مجال الأخبار الزائفة والاستفادة من تجارب المراصد الفلسطينية الإلكترونية.
5. على المراصد الفلسطينية الإلكترونية التنوع في استخدام الوسائط المتعددة في نشر الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها.
6. الاستعانة بالخبراء الإعلاميين لعمل حملات إرشادية لحماية الجمهور من جرائم التزييف والتضليل الاعلامي الإلكتروني وزيادة مهارات التحليل النقدي لدي الجمهور الفلسطيني.

مقترحات الدراسة:

تفتح هذه الدراسة آفاقاً جديدة أمام الباحثين لإجراء دراسات متعددة تتمثل في دراسة حول:

1. توظيف المراصد العربية والأجنبية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة.
2. اتجاهات مستخدمي المراصد الفلسطينية الإلكترونية والاشباعات المتحققة منها.
3. مدى انتشار الأخبار الزائفة على منصات التواصل الاجتماعي وآليات الحد منها.

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

بوخاري، مليكة.(2019). الأخبار المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أحداث احتجاجات السترات الصفراء بفرنسا. *مجلة الدراسات الإعلامية*، برلين–ألمانيا، المركز الديموقراطي العربي، (9)، 185–198.

بوسيتي، جولي و ايروتين، تشيقيلين. (2020). *الصحافة والأخبار الزائفة والتضليل*. ترجمة: محمود العابد. سلسلة اليونيسكو لتدريس الصحافة. الأردن: مؤسسة فريدريش نيومان.

بوهدان، يامن. (2019). تعامل المراسلين المحليين مع نشر الأخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية بولاية سطيف. الجزائر: *مجلة المعيار*. 23(46)، 466–482.

حجاب، محمد. (2003). *أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية*. ط2. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.

الدليمي، عبد الرازق محمد. (2016). *نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين*. ط1. عمان: دار اليازوري العلمية.

ذو الفقار، شيماء. (2009). *مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية*. ط1. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

الصالحي. أبو بكر حبيب. (2020). دور مهارات التفكير الناقد لدى طلاب الجامعات المصرية في دحض الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي – دراسة في إطار نظرية الانفعال المعرفي، *مجلة البحوث الإعلامية*، القاهرة: جامعة الأزهر. 54(6)، 3683–3744.

عبد العزيز، سارة. (2018). الملامح الأساسية لانتشار الأخبار الكاذبة في العالم، *دراسات المستقبل*، الإمارات: المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة.

عبد الغني، مي. (2020). توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجا... دراسة تحليلية مقارنة، *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، القاهرة: المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، (12)، 9–41.

أبو عرقوب، عمر. (2019). ستة أنواع للأخبار الكاذبة في العصر الرقمي. *مجلة الصحافة*، قطر: معهد الجزيرة للإعلام. (13)، 20-23.

عيد، منى. (2019). الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي حول المؤسسات الأمنية وعلاقتها باتجاهات الجمهور نحوها: دراسة ميدانية. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، القاهرة: المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق. (9)، 701-738.

المرصد الإقليمي- مسبار. (2020). مؤشر مسبار. تاريخ الزيارة 23 نوفمبر 2020. *https://misbar.com/statistics*

المرصد الفلسطيني للتحقق والتربية الإعلامية- كاشف. (2020). عن المرصد. فلسطين. تاريخ الزيارة 17 نوفمبر 2020. http://kashif.ps/?*page_id=1024*

مرصد تيقن. (2020). حصاد تيقن لشهر أكتوبر. فلسطين. تاريخ الزيارة 22 نوفمبر 2020. *http://tayqan.net/archives/2455*

مرصد تيقن. (2020). من نحن. فلسطين. تاريخ الزيارة 22 نوفمبر 2020. *http://tayqan.net/about*

مشارقة، صالح.(2020). *الأخبار المضللة في فلسطين: بحث استكشافي في المضامين والقنوات وطرق المكافحة*. تحرير: ايناس خطيب. فلسطين: المركز العربي لتطوير الإعلام الاجتماعي- حملة.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

Alsridi, H. Elareshi, M. & Ziani, A.(2018). News Sites and Fake News in the Egyptian Political Transformation 2013-14: Aljazeera.net Case Study. Sustainability and Resilience Conference: Mitigating Risks and Emergency Planning, Volume 2018. *Kne Social Sciences*, 1-14.

Cree, V. Clapton, G. & Smith, M. (2015). *Revisiting Moral Panics: Moral Panics in Theory and Practice*. 1st Edition. Britain, Policy Press and Bristol University Press. 14-21.

Kim, A. Moravec, P. L. & Dennis, A. R. (2019). Combating fake news on social media with source ratings: the effects of user and expert reputation ratings. *Journal of Management Information Systems*, 36(3), 931-968.

Mills, A. J. Pitt, C. & Ferguson, S. L. (2019). The Relationship between Fake News And Advertising Brand Management in the Era Of Programmatic Advertising and Prolific Falsehood. *Journal of Advertising Research*, 59(1), 1-8.

Okoro, E. Abara, B. Isa, Z. & Alex, U. (2019). Effects Of Human And Human-Machine Fake News Detection Approaches On User Detection Performance. *International Journal of Advanced Computer Research*, 10(1), 26-32.

Ozbay, F. & Alatas, B. (2019). A Novel Approach for Detection of Fake Newson Social Media Using Metaheuristic Optimization Algorithms. *Elektronika IR Elektrotechnika*, ISSN, 1392-1215, 25(4), 62-76.

Vosoughi, S. Roy, D. & Aral, S. (2018). The Spread of True and False News Online. *Massachusetts Institute of Technology, Science*, Issue 6380, (359), 1146-1151.

Zhang, J. Cui, L. Fu,Y. & Gouza, F. B. (2018). Fake news detection with deep diffusive network model. *ArXiv*,1805. 08751v1, 1-10.

Zhou, X. Jain, A. Pahoa, V. & Zafarani, R.(2020). Fake news early detection: A theory-driven model. *Digital Threats: Research and Practice*, 1(2), Article 12, 1-25.

Zimmer, F. Scheibe, K. Stock, M. & Stock, W (2019). Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users?. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 7(2), 40-53.

ثالثاً: References

Abed Alazez, S. (2018). *The main features of the spread of fake news in the world* (in Arabic). future studies. Emirates: The Future for Research and Advanced Studies.

Abed Alghany, M. (2020). Employing social media sites to verify fake news: Facebook as a model. A Comparative Analytical Study (in Arabic). *Journal of Media Research and Studies,* Cairo: International Higher Institute for Media, (12), 9-41.

Abed Alhameed, M. (2007). *Communication and media on the Internet* (in Arabic). Cairo: Alam alkotop.

Aldlemi, A. m. (2016). *Communication theories in the twenty-first century* (in Arabic). Amman: Al-Yazouri Scientific House.

Bukhary, M.(2019). The false news on social media in the events of the yellow jacket protests in France (in Arabic). *Journal of Media Studies* . Germany- Berlin, the democratic Arabic center, (9),185-198.

Eid, M. (2019). Fake news on social media about security institutions and their relationship to public attitudes towards them: a field study (in Arabic). *Journal of Media Research and Studies,* Cairo: International Higher Institute for Media, (9), 701-738.

Elsalhy, A. H. (2020). The role of critical thinking skills among Egyptian university students in refuting false news via social media a study within the framework of epistemological theory (in Arabic). *Journal of Media Research*, Cairo: Al-Azhar University. 54(6), 3683-3744.

Masharqa, S. (2020). *Fake News in Palestine: Exploratory Research into Content, Channels and Responses* (in Arabic). Arabic Editor: Inas Khateeb. The Arab Center for Social Media Advancement- 7amleh.

Palestinian Observatory and Media Education - kashif. (2020). *From the observatory* (in Arabic). Palestine. Date of visit November 17, 2020. Available At: http://kashif.ps/?page_id=1024

Pohdan, Y. (2019). The way local reporters deal with spreading false news in social media a field study in the state of Sétif (in Arabic). Algeria: Al miaar. 23(46), 466-482.

Posetti, J. & Ireton, C. (2020). *Journalism, fake news & disinformation* (in Arabic). UNESCO Series on Journalism Education. Jordan: Friedrich Neumann Foundation.

Regional Observatory - Misbar. (2020). *Misbar pointer* (in Arabic). Date of visit November 23, 2020. Available At: https://misbar.com/statistics

Tayqan Observatory. (2020). *Tayqan Harvest for October* (in Arabic). Palestine. Date of visit November 22, 2020. Available At: http://tayqan.net/archives/2455

Tayqan Observatory. (2020). *Who are we* (in Arabic). Palestine. Date of visit November 22, 2020. Available At: http://tayqan.net/about

Zoalfakar, Sh. (2009). *Research methods and statistical uses in media studies* (in Arabic). Cairo: The Egyptian Lebanese House.