

الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي في عصر الرقمنة

أ.د.ينا عصمت والي*

أ.د.حسن عماد مكاوي**

ملخص الدراسة :

لقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي في عصرنا الحالي "العصر الرقمي" كمنصات التواصل الاجتماعي مثل Twitter و Facebook ، مصادر أساسية للمعلومات، مما يؤثر بشكل كبير على توجهات الرأي العام.

لذا فإن انتشار الأخبار المزيفة على منصات التواصل الاجتماعي يثير مخاوف بشأن موثوقية المعلومات، وقدرتها على التلاعب بالخطابات العامة الموجهة للجمهور.

وتبحث هذه الدراسة في التحديات التي تطرحها المساحة الكبيرة المتروكة للأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي، بسبب تخلف وسائل الإعلام التقليدية عن مواكبة العصر الرقمي، وكذلك تبحث في مدى تأثيرها على وسائل الإعلام التقليدية، بالإضافة إلى أنها تحاول أن تستكشف الأسباب الكامنة وراء تدهور مصداقية وسائل الإعلام التقليدية والشعبية لحساب المساحة المتزايدة لوسائل التواصل الاجتماعي كمصدر مهم للأخبار.

حيث يتناول البحث السياق التاريخي للدعاية والمعلومات الخاطئة، بالاعتماد على عمل والتر ليبمان الأساسي بشأن الآراء العامة، ويطرح ضرورة فهم التفاعل المعقد بين وسائل التواصل الاجتماعي من جهة، ووسائل الإعلام التقليدية والآراء العامة حولها من جهة أخرى، وذلك من خلال دراسة العوامل التي تسهم في انتشار الأخبار المزيفة.

كما يوضح البحث أهمية تعزيز محو الأمية الإعلامية، و تزويد الأفراد بالمهارات اللازمة لتقييم المعلومات بشكل نقدي وكشف الأخبار المزيفة، وتعزيز حماية العمليات الديمقراطية للصحافة من الآثار المسببة للتضليل، و تزويد صناع السياسة بتوصيات تستند إلى الأدلة لمواجهة التحديات التي تطرحها الأخبار المزيفة.

الكلمات الدالة: الأخبار المزيفة- الأخبار المضللة- الأخبار المفبركة - وسائل التواصل الاجتماعي - تزييف الوعي - وعي جمعي زائف - إدراك الجمهور- الرأي العام.

*باحثة دكتوراه بكلية الإعلام جامعة القاهرة .

**الأستاذ بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة القاهرة .

Fake News on Social Media in the Digital Era

Ms. Dina Esmat Waly*

Prof.Hassan Emad Makawi**

Abstract:

In the contemporary digital Era, social media platforms especially Twitter and Facebook have become primary sources of information, significantly influencing public opinion.

The proliferation of fake news on these platforms raises concerns about the reliability of information and its ability to manipulate public discourse, So this study investigates the challenges posed by the vast space afforded to fake news on social media, particularly due to the traditional media's inability to keep pace with the digital age. It explores the impact of fake news on traditional media and seeks to uncover the underlying reasons for the declining credibility of traditional and mainstream media in favor of the growing influence of social media as a primary news source. Drawing on Walter Lippmann's seminal work on public opinion, the research examines the historical context of propaganda and misinformation.

It underscores the need to understand the complex interplay between social media, traditional media, and public opinion by exploring the factors contributing to the spread of fake news. Furthermore, this study highlights the importance of promoting media literacy, equipping individuals with the skills to critically evaluate information and detect fake new, And It advocates for safeguarding the democratic processes of journalism from the corrosive effects of disinformation and provides evidence-based recommendations for policymakers to address the challenges posed by fake news.

Keywords Fake News - Misinformation - Fabricated News- Social Media - Manipulation of Consciousness - False Collective Consciousness -Public Perception -Public Opinion.

* PhD Researcher at the Faculty of Mass Communication, Cairo University

** Professor in the Department of Radio and Television, Faculty of Mass Communication, Cairo University

تمهيد:

إن الفضاء السيبراني في عصر البيئة الرقمية الذي أصبح يتميز به عصرنا الحالي، وعناصر التواصل الجديدة التي ظهرت في أشكال متعددة من مواقع وإبرامج أطلق عليها اسم مواقع التواصل الاجتماعي، وبما أن وسائل التواصل الاجتماعي Social Media أصبحت قنوات أساسية في التواصل والإعلام ومصدرًا للمعلومات (كحسابات رؤساء وملوك الدول على تويتر أو فيس بوك، أو حسابات لكبريات الشركات العالمية أو حسابات المشاهير من شخصيات سياسية أو فنية أو رياضية أو غيرها..)، حيث يعتمد عليها الأفراد في بناء الأفكار والتصورات تجاه القضايا والموضوعات، والتي لها تأثيرات حيوية ومهمة في واقعنا الحالي، ونخص بالذكر موقع X أو تويتر سابقًا، مع الإشارة إلى أن أغلب الدراسات الحديثة تشير نتائجها إلى التأثيرات السلبية لانخفاض مصداقية قنوات الإعلام التقليدية؛ كالتلفزيون والراديو والجراند الورقية، ويظهر ذلك في انخفاض نسب المشاهدة أو الاستماع إلى الراديو أو انخفاض نسب توزيع الجرائد الورقية؛ بل وغلق بعض الصحف الكبرى في بعض الأحيان أو الاكتفاء بموقع الجريدة الإلكتروني في حين آخر واتجاه المعلنين إلى السوق الإلكتروني لعرض منتجاتهم.

وقد تزامن الانخفاض التدريجي المتزايد في درجات مصداقية وسائل الإعلام التقليدية لدى الجمهور مع صعود تيار بحثي يفيد بارتفاع حذر لمقياس مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي Social Media بتنوعه كناقل للخبر أو المعلومة بالنسبة للجمهور.

مشكلة الدراسة:

إن التقدم الذي نعيشه اليوم نتيجة للطفرة الرقمية والتكنولوجية، أصبحت واقعا ملموسا، ونتاجًا لذلك أوجد فرصًا جديدة وتحديات جمة للعاملين في مهنة الاتصال والإعلام، وتنبع مشكلة الدراسة من التحدي المتزايد لتداول الأخبار المفبركة على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث ظهرت أبحاث تكشف عن وجه آخر لاستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي، وأصبحت مصدر قلق كبير في الأدبيات البحثية على المستوى الدولي بما تنسم به وسائل التواصل الاجتماعي من عولمة، حيث وضعت الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 2016 ظاهرة الأخبار المفبركة بشكل مباشر على جدول الأعمال الدولي (الأخبار الزائفة Fake News)، وحيث أن الأخبار الزائفة كمصطلح مازال موضع بحث فيما يتعلق بكيفية إنتاج معلومات كاذبة أو مضللة والهدف منها وتوزيعها واستهلاكها من خلال تكنولوجيا الاتصالات الرقمية.

بالإضافة إلى ذلك، سهلت تكنولوجيات الاتصال الجديدة التعامل مع نسق الأخبار، وبالتالي الاستفادة في الوقت نفسه من تقويض مصداقية وسائل الإعلام لحساب وسائل التواصل الاجتماعي.

وهنا يمكن أن نشير أيضا إلى دراسة والتر ليبمان عام 1922 التي اهتمت بالمشكلات التي تمثلها الدعاية للمجتمع الغربي الحديث، حيث جادل ليبمان بأن المشكلة الأساسية للديمقراطية هي حماية الأخبار، من ضجيج الدعاية، وأنه لا يوجد مجتمع عصري لا يبذل الوقت في سبيل الكشف عن الأكاذيب (ليبمان، 1922)، فبدون معلومات موثوقة، سيكون من الصعب

على الديمقراطيات أن تعمل. فالأخبار المزيفة ونشر التضليل ما هي إلا رموز لمشكلة مجتمعية أكبر وهي التلاعب بالرأي العام للتأثير على العالم الحقيقي (Gu، Kropotov، & Yarochkin، 2017).

وبما أن حماية الخبر من التضليل والزيف لضمان وصوله إلى الجمهور لمنع التأثير الزائف غير الحقيقي عن الأفكار والتصورات لاتخاذ إجراءات وقرارات صحيحة خاصة في أوقات الأزمات أو التحول الديمقراطي للدول Transactions Democratic من القضايا الهامة في عالمنا.

ومن خلال هذا المنطلق، فإن إشكالية الدراسة تتمحور حول محاولة فهم أفضل لطرق مواجهة الأخبار المفبركة التي تهدف إلى خلق وعي زائف لدى الجمهور، ودور وسائل الإعلام التقليدي في التصدي لهذه الظاهرة.

أهمية الدراسة:

حيث أن الانحيازات المنهجية في وسائل الإعلام التقليدية بسبب القيود السياسية والروتين التنظيمي والممارسات المهنية والقيود الفنية كانت نتيجة واضحة لانصراف الجمهور عنها في مقابل الهرولة باتجاه وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لاستقاء الأخبار للمعرفة والتنفيس، واستغلال وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لنشر الأخبار الزائفة وتزييف وعي الجمهور لأهداف سياسية أو اقتصادية أو ثقافية، فكان من المهم دراسة دينامية عمل الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي للأسباب التالية:

- أولاً أهمية علمية: تبرز هذه الدراسة أهمية الدور المنوط بوسائل الإعلام التقليدية (التلفزيون - الراديو - الجرائد الورقية) في مجال التنقيف والتنمية المجتمعية ومحو الأمية الرقمية للشعوب للحد من مخاطر الأخبار المفبركة والمضللة وانتشار الوعي الزائف بين الأفراد لحماية الدول والشعوب من مخاطر الجيل الخامس.
- ثانياً أهمية مجتمعية: زيادة الوعي بحروب الجيل الخامس واستخدامات وسائل التواصل الاجتماعي في الوصول والتغلغل في الوعي الجمعي للدول خاصة دول العالم النامي وكيفية التصدي لها ومقاومتها وكذلك فهم انحيازات وتصورات الرأي العام Public Opinion عن بعض القضايا التي تظهر مع فترات التحول الديمقراطي ومن وجود أخبار مفبركة ومضللة تساعد على تزييف الوعي بين المجموعات.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- 1- كشف خطورة مشكلة استخدام الأخبار المفبركة وعلاقتها بعملية تزييف الوعي الجمعي لدى الجمهور المصري في القضايا محل النقاش.
- 2- قياس مدى تأثير الأخبار المفبركة على وسائل التواصل الاجتماعي كأحد الوسائل المستخدمة في خلق جهل جمعي ودورها في القضايا المصرية محل النقاش لتحقيق مكاسب سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية.
- 3- تقييم مخاطر وسائل التواصل الاجتماعي كأحد أدوات الجيل الخامس من الحروب على الجمهور المستخدم لها.

أولاً نشأة المصطلح وتطوره:

لم تكن "الأخبار الزائفة" ظاهرة جديدة فقد عرفت الصحافة في القرن التاسع عشر، من خلال بث الإعلانات كأخبار، أو نشر المعلومات منقوصة، أو إخفاء جزء من الحقيقة، أو استخدام صور في غير محلها، أو غيرها من أشكال تزيف الخبر، لكن ما ساعد على بزوغ هذا المصطلح "الأخبار المزيفة" هي الانتخابات الأمريكية عام 2016، حيث تناولتها الأدبيات ومناهج البحث كظاهرة لأول مرة، ومنذ ذلك الحين أضحت قضية عالمية، خاصة مع ظهور الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي التي منحتها أبعاداً جديدة، ولا يجب أن نغفل أن قاموس "كولينز" اعتبرها "كلمة العام" في 2017، خاصة عندما قام الباحثان الأمريكيان Allcott & Gentzko بالبحث في احتمالية أن يكون الجمهور الأمريكي قد تعرض لأخبار عبر شبكات التواصل الاجتماعي، في الأشهر القليلة قبل وأثناء إجراء Fake News مزيفة الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 2016، ما دفع بعض الأدبيات إلى تناولها من خلال المنهج التجريبي من خلال فحص تأثيراتها المحتملة على وعي وإدراك الجمهور تجاه قضايا بعينها.

وتختلف معايير تحديد الأخبار المزيفة باختلاف الدافع سواء مالي أو أيولوجي بالإضافة إلى أنه ربما يكون ضعف الأدوات والمهارات المستخدمة للصحفي أو المستخدم للشبكات الاجتماعية بداية من الرصد والجمع وحتى نشر الخبر أو تحويله إلى مادة مصورة سببا في إنتاج الأخبار المفبركة، أو "الأخبار الزائفة" أو "المعلومات المضللة" أو "القصص" Fake News ويشير مصطلح المزورة إلى نشر معلومات مغلوطة سواء بقصد ما يؤدي الي تحقيق تضليل لدى الجمهور لأهداف سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية، أو بغير قصد عن طريق إعادة النشر أو التدوير.

ويستغل البعض بيانات الاتصال الحديثة وخاصة وسائل الإتصال الاجتماعي لنشر أخبار زائفة لعدة أغراض وأجندات خاصة بسبب سهولة الوصول إلى تلك المواقع وقلة التكلفة وانتشارها الواسع والسريع بين كافة فئات المجتمع، ولما كان أكثر الفئات استخداما لوسائل التواصل الاجتماعي هم فئة الشباب فهم الأكثر تعرضاً والأكثر تأثراً ما يظهر مدى خطورة هذه الأخبار على الأفراد والمجتمع ككل.

وقد تعددت واختلقت الأدبيات التي تناولت استخدام مفهوم "الأخبار المزيفة"، نظراً لاختلاف السياقات المجتمعية سواء كانت ثقافية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية من ناحية أو تطور وسائل الإعلام والاتصال من جهة أخرى، حيث أن وصف الخبر أو المعلومة أو الصورة أو الفيديو بأنه كاذب يعد أمراً معضلاً بسبب نسبية الوصف وتداخله مع عناصر الانتماء والتحيز الشخصي، وبناء على ذلك فقد تنوعت وتعددت مفاهيم مصطلح "الأخبار المزيفة" وتباينت بالاعتداد بعنصر التعمد لأنه العنصر الذي يبدو أكثر ارتباطاً بالمداخل التشرعية التي تعني بمحاسبة منتج هذا المحتوى⁽¹⁾.

عن تعريف مفهوم "الأخبار المزيفة" "Wradel,C" ويعد التعريف التي قدمته في مشروع لمكافحة الأخبار الزائفة من أكثر التعريفات شمولاً، حيث وضعت في الاعتبار "First Draft" بيئة المعلومات بشكل عام، كما حددت سبعة أنواع للمحتوى حسب درجة الخداع

فيها، "كالمحتوى المفبرك" ويعني المحتوى غير الصحيح بشكل شبه كامل، و"المحتوى المزور" وهو المحتوى المعنى بتزوير هوية المصدر، و"المحتوى المضلل" وهو المحتوى الذي يحوى توجيه معين تجاه أفراد أو جهات أو قضايا بعينها، و"التلاعب بالمحتوى" من خلال التركيب والقص أو غيرها من عمليات التعديل بهدف الخداع، و"السياق الزائف" عن طريق وضع معلومات صحيحة ولكن في سياق زائف، و"الربط الزائف" وهو عبارة عن وضع معلومات أو صور ليس لها علاقة بالمحتوى الخبري أو المعلوماتي المقدم لا في سياق الزمان أو المكان، و"السخرية" كما وصفها بأنها لا تسبب ضرر ولكنها قد تسبب تضليل للرأي العام تجاه قضايا بعينها يتم تداولها⁽²⁾.

وقد اهتمت الأدبيات في دراستها "للأخبار الزائفة" بمراحل تطورها الزمني، من خلال مراحل تطور وسائل الإعلام، حيث رصدت 4 مراحل بداية من مرحلة ما قبل الطباعة ومرحلة الطباعة ومرحلة تعدد وسائل الإعلام التقليدية من صحافة وإذاعة وتلفزيون وإنترنت.

كما تنوعت دوافع استخدام "الأخبار المزيفة" في دافعين رئيسيين كما حددها الباحث، "الأول هو الدافع المادي: بحيث يساعد الانتشار الواسع "Tandoc Jr, E.C, et al" له في تحقيق ربح مالي وعائدات مالية ضخمة نتيجة لإيرادات الإعلانات التجارية التي ترتبط بنسب المشاهد، وعدد المشاركات، والتعليقات والإعجابات، أما عن الدافع الثاني كما حدده فهو الدافع الأيدولوجي: ويكون الهدف الأساسي هنا هو الترويج لأفكار بعينها أو لكيانات سواء لدعمها أو للهجوم عليها، كما أنها قد تروج لتشوية سمعة أشخاص أو مؤسسات أو أحزاباً أو كيانات أو دول من أجل هدف سياسي أو اقتصادي أو ثقافي أو مجتمعي"⁽³⁾.

دراسات تناولت دور الجمهور في نشر الأخبار الزائفة :

والواقع أن وسائل التواصل الاجتماعي دعمت بشكل أو بآخر وجود "الأخبار المزيفة" سواء من خلال النشر أو إعادة النشر على نطاق أوسع وأوسع، حيث أتاحت للجميع دون استثناء إنشاء الحسابات وما يتبعها من تفاعلية، والتي تسمح لأي مستخدم من إنتاج المحتوى الخبري المزيف، كما يساعده في نشره ومشاركته مع الآخرين والتعليق عليها والإعجاب بها دون التحقق من مصداقيتها.

واعتمد الباحث "محمد جمال حسين" في إطار دراسته النظرية على نموذجين أساسيين، الأول: لتفسير أدوار الجمهور في التحقق من الأخبار الزائفة، حيث يقوم على أن الأفراد يعتمدون على حكمهم الذاتي في التحقق، وعندما لا يجدون ذلك كافياً يلجأون إلى مصادر خارجية للتحقق من الأخبار⁽⁴⁾.

وبالتالي فقد ارتكز في فرضيته على كيفية إدراك الفرد لأخبار مواقع التواصل الاجتماعي وتقييم مدى مصداقيتها، حيث وضع أربع أطر للتحقق هي: الذات، مصدر الرسالة، الرسالة ذاتها، وشعبيتها، كما افترض طريقتين للتحقق إحداها داخلية والأخرى خارجية، والنموذج الثاني: هو الكشف عن أنماط تفاعل الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

- خمس أنمكاظ لتفاعل المشاهد وأطلقا "Li, C. & Owyang, J.2010" وقد قسم الباحث عليه هرم المشاركة وعرضه على النحو التالي: الجمهور مع وسائل التواصل الاجتماعي هي المساعد، المنتج، المعلق، المشارك:
- 1- المستخدم المشاهد: يستخدم المحتوى من خلال زيارة الموقع ويكتفي بالمشاهدة بهدف التعلم أو المعرفة أو الترفيه.
 - 2- المستخدم المشارك: يقوم بمشاركة المحتوى على صفحات المواقع المختلفة بهدف تبادل المعلومات ومشاركة المعرفة والخبرة والمشاعر.
 - 3- المستخدم المعلق: وتعنى الاستجابة النشطة لما ينشره الآخرون بالتعليق عليها بالرأى أو النقد أو الاستيضاح.
 - 4- المشاهد المنتج: لا يكتفي بالتعليق أو بالنشر وإنما يقوم بإنتاج محتوى وينشره ما يزيد حجم التفاعلية.
 - 5- المشاهد المساعد: وهو الشخص الأكثر انغماسا في التفاعل، يشارك بإيجابية ويهتم بالرد ويقوم بإنشاء الصفحات والمجموعات وإدارتها أو المساعدة في إدارتها⁽⁵⁾.
- حيث يفيد هذا التقسيم في تعميق المفاهيم النظرية لمعرفة أنماط التفاعلية على مواقع التواصل الاجتماعي والآليات والأطر المستخدمة في التحقق من الأخبار المزيفة "Fake News".

وبذلك نجد أن هذه الدراسة ركزت على المشاهد / المستخدم كعنصر فاعل ومؤثر في عملية انتشار الأخبار المفبركة أو المزيفة.

دراسات تناولت دور الدولة ومؤسسات المجتمع المدني

وفي دراسة أخرى نشرت للباحثة (شيماء محمد حامد 2023) حول "انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في ضوء التشريعات الإعلامية حيث هدفت الدراسة الى تسليط الضوء على أهداف الأخبار الزائفة ومعرفة نسبة وعي الصحفيين بالمبادئ القانونية ومواثيق الشرف الإعلامية ودور مجلسي النواب والأعلى لتنظيم الإعلام في دحض الأخبار الزائفة واستراتيجيات مواجهتها، فقامت الدراسة برصد ظاهرة الأخبار الزائفة في ضوء نظرية مبادئ المسؤولية الاجتماعية من قبل مسؤولي ومشرعي وممارسي الإعلام في مصر، وأظهرت الدراسة الميدانية الى أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل مجالاً خصباً لانتشار الأخبار الزائفة، ويرجع ذلك إلى طبيعة منصات التواصل الاجتماعي من خصائص إتاحة والسرعة لمستخدمية بالإضافة إلى أن التشريعات الموجودة حالياً لا تتناسب مع المنصات الجديدة⁽⁶⁾.

وقد تناولت دراسة "إسماعيل حماني وآخرون 2022" أثر الأخبار الزائفة Fake News عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية لدى المستخدمين في ظل أزمة كورونا، وقد توصلت الدراسة إلى أن الأخبار الزائفة المروجة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تساهم في انخفاض مستوى الصحة النفسية بأبعادها الثلاثة (المعرفي، الوجداني، السلوكي) خاصة بعد جائحة كورونا، وأكدت الدراسة أن مصطلح "الأخبار الزائفة" أصبح يشكل هاجساً للعالم، خاصة في ظل التحول الرقمي والتكنولوجي الجديد، بالإضافة إلى توضيح مختلف

المفاهيم المرتبطة والمتداخلة معه، وإبراز مخاطر انتشار "الأخبار الزائفة" واستغلالها في ظل الجائحة من قبل جهات أو شركات أو أفراد لتحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية، كما اقترحت الدراسة تفعيل مجموعة من الإجراءات الوقائية مثل: برامج لنشر المعلومات الصحيحة عن الوباء، وتطوير خوارزميات لفرز المحتوى الرقمي، كما يسمح بتنفيذ إجراءات جزائية لردع المروجين الأخبار الكاذبة والمضللة⁽⁷⁾.

وفي دراسة "محمد أحمد محمود فهمي 2019" نشرت بعنوان "تأثير الأخبار الاقتصادية الزائفة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاه الجمهور نحو الإصلاح الاقتصادي" في عام 2019، هدفت الدراسة إلى بحث تأثير تعرض الجمهور للأخبار الاقتصادية المزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل اتجاهاتهم نحو الإصلاح الاقتصادي خصوصاً في الوقت الراهن، وأيضاً بحث مدى المصادقية التي يتمتع به أخبار مواقع التواصل الاجتماعي واستخدام الجمهور لها، وخلصت الدراسة إلى أن هناك ارتباط عكسي ضعيف بين معدل التعرض للأخبار المزيفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي واتجاه الجمهور نحو الإصلاح الاقتصادي، كما وضحت الدراسة أن التعرض للأخبار الاقتصادية المزيفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يؤثر في زيادة الاتجاه السلبي لدى الجمهور نحو الإصلاح الاقتصادي بشكل طفيف، كما أنه لا توجد علاقة دالة إحصائية بين معدل استعراض أخبار مواقع التواصل الاجتماعي ومدى المصادقية التي تتمتع بها تلك الأخبار لدى الجمهور وذلك بسبب أثر عرض التغذية الإخبارية (Feed News) ومنشورات الفيس بوك بين المستخدمين، واتجاه الصحف والمؤسسات الإعلامية وغيرها لعرض محتواها الإخباري عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي⁽⁸⁾.

وقد أكد "سمير دحمانى 2019" في دراسته أن الانتشار الواسع والسريع لاستعمال الوسائط الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى تزايد عدد الأشخاص المتابعين والمرتبطين بالشبكة العنكبوتية سواء بالعالم العربي أو بالعالم ككل، وأصبح المواطن يستقى معلوماته بشكل مباشر من الفضاء الإلكتروني، فشكّلت وسائل التواصل الاجتماعي نقلة نوعية في عالم الإعلام الرقمي، وعرف ما يسمى "إعلام العولمة" الذي لا يلتزم بالحدود الوطنية للدول، وإنما يطرح حدوداً افتراضية غير مرئية، ترسمها شبكات إتصالية معلوماتية على أسس سياسية واقتصادية وثقافية وفكرية، ما جعل هذه الوسائل الأكثر تأثيراً في سلوك الأفراد، وتكوين اتجاهاتهم وتعديلها، وتشكيل أفكارهم وتوليدها⁽⁹⁾.

وقد أكدت أغلب الدراسات التي أشارنا إليها سابقاً أن السبب الرئيسي في انتشار "الأخبار الزائفة" هو عدم وجود جهة واعية وقادرة على عمليتي الرصد والرد الفوري على الإشاعات أو الأخبار المفبركة، كما أكدت أن الجوانب السياسية والاجتماعية هي أكثر المجالات التي تنتشر فيها "الأخبار المزيفة/ المفبركة" والتي لها تأثير كبير على أمن واستقرار المجتمعات والدول، ما يجعل التصدي لهذه المعلومات المضللة وسرعة مواجهتها أمر يمس الأمن القومي للدول.

ويتضح هنا دور الإعلام التقليدي من صحافة ورايو وتلفزيون في مواجهة ظاهرة "الأخبار" للحد منها ومواجهتها، والذي ينبع من مسؤوليتها الاجتماعية والتزامها Fake News الزائفة

الأخلاقي تجاه مجتمعاتها، وبما يحقق التوازن بين حرية الإعلام والحفاظ على مصلحة المجتمع واستقراره ودعم كل جهد يصب في أمنه وتنميته.

دراسات تناولت دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار الزائفة

حيث أن الانفتاح التكنولوجي والتحول الرقمي السريع الذي يشهده العالم مع قلة الضوابط على المحتوى الذي ييثر في الفضاء الرقمي يحتمل السعي نحو وضع ضوابط ومعايير قانونية وأخلاقية لضبط أداء الممارسة المهنية من قبل المؤسسات الإعلامية والصحفيين دون المساس بحرية الرأي والتعبير وإتاحة المعلومات من جانب، ومن جانب آخر ننصح بضرورة التربية الإعلامية وتنمية مهارات التفكير النقدي لدى الجمهور باعتبارها أداة فاعلة للتصدي "Fake News". لظاهرة الأخبار الزائفة/ المذبذبة

قاما الباحثان بفحص (Richard Fletcher and Rasmus Kleis 2019) وفي دراسة قدمها Facebook, Twitter, YouTube التعرض بالصدفة للأخبار على مواقع التواصل من خلال الاعتماد على مسح بيانات على الشبكة من مواقع في أربع دول مختلفة هي: إيطاليا، أستراليا، المملكة المتحدة، والولايات المتحدة الأمريكية "وتجنبوا الذين يخبرون أنهم يتابعون أخبار مواقع التواصل الاجتماعي بتعمد، وقاموا بمقارنة عدد من مصادر الأخبار الشبكية التي يستخدمها المتصفّحون لمواقع التواصل الاجتماعي والذين لا يرون أنها مصدر إخباري ولكن غالباً ما يتعرضون لها بمحض الصدفة، وجدوا أن تأثير التعرض بالصدفة قوي للأشخاص الأصغر عمراً والذين لديهم اهتمام قليل بالأخبار وقوي لمستخدمي يوتيوب وتويتر أكثر من مستخدمي فيس بوك، حيث تسمح الشبكات الإلكترونية للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين على نفس الشبكة، ويشترك هؤلاء الأفراد في الاهتمامات والهوايات⁽¹⁰⁾.

وتعرف الشبكات الاجتماعية بأنها مواقع ويب تسمح لمستخدميها بإنشاء صفحات ومساحات خاصة بهم ضمن الموقع نفسة ثم التواصل مع الأفراد ومشاركة الاتصالات والمحتويات، كما يعرف بأنها مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم نفس الاهتمامات أو الانتماء لفئة معينة في نظام رقمي عالمي لنقل المعلومات.

ورغم أن وسائل التواصل الاجتماعي أنشئت بالأساس من أجل التواصل الاجتماعي بين الأفراد، إلا أنها أمتد استخدامها ليشمل مجالات أخرى سياسية واقتصادية واجتماعية وثقافية وتعليمية وفنية.. الخ

كما أن الشبكات الاجتماعية متنوعة وما هو متخصص في المجالات فمنها ما هو مهني مثل حيث يعتبر وسيلة لتبادل المعلومات Facebook ومنها ما هو غير مهني مثل، Linked in، وشبكة PICASA وشبكة Dailymotion وشبكة، YouTube أما عن شبكات مثل، فهي شبكات تساعد على تبادل الفيديوهات والصور والوثائق والشبكات Instagram حيث يتم تبادل الأخبار Twitter , Friend feed & Threads الاجتماعية مثل الاجتماعية ذات

الطابع الخيري فيها، بحيث تكون الأخبار مقتضبة، وتعتبر مدونات صغيرة تقتصر على عدد محدود من الكلمات.

ووفق موقع أليكسا فإن فيس بوك هو الموقع الإلكتروني الأكثر استخداماً، وبالتالي الموقع الذي يشكل أكبر عدد من المشتركين، يليه موقع يوتيوب وتويتر.

وفي دراسة للباحث "مكاوي ممدوح عبد الله 2020" بعنوان "الأخبار المزيفة بين الإعلام التقليدي والرقمي، دراسة نقدية تحليلية يؤكد الباحث أن المجتمع يشهد تأثيرات سلبية ناتجة عن الأخبار الزائفة ومازال، حيث أدت هذه الأخبار الزائفة إلى إثارة العنف، وبروز نظريات المؤامرة، وسيادة حالة من عدم الثقة في وسائل الإعلام، وإثارة الشكوك حولها، الأمر الذي شكل تهديداً للدور الذي يؤديه الإعلام في المجتمعات الديمقراطية، وقد أعزى الباحث أن طبيعة وخصائص الشبكات الاجتماعية، سهلت انتشار المعلومات المضللة والأخبار "Fake News" الزائفة / المفبركة⁽¹¹⁾.

وتعرف الأخبار الزائفة في قاموس كامبريدج للغة الإنجليزية بأنها "قصص كاذبة تبدو وكأنها أخبار وتنتشر على الإنترنت، أو تستخدم وسائل أخرى، وعادة ما يتم إنشاؤها للتأثير على الآراء السياسية في شكل مزحة.

وعُرفت الأخبار الزائفة لسنوات عديدة كنوع من الأخبار غير المهنية، وقد اتصفت القصص الإخبارية الزائفة بعدم الصدق.

وقد عرف "lazer et al. 2018, 1094" الأخبار المزيفة بأنها "قصص إخبارية يتم اختلاقها وعرضها كما لو كانت أخبار رسمية ومشروعة، كما يتم الترويج لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي لخداع الجمهور من أجل تحقيق مكاسب أيولوجية أو مالية".

ويرى (Zhang, et al., 2019) أن الأخبار المزيفة تشمل جميع أنواع القصص والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها وتوزيعها عبر شبكة الإنترنت من أجل تضليل القراء أو المشاهدين أو المتابعين أو خداعهم أو إغرائهم عن قصد بهدف تحقيق مكاسب مالية أو سياسية أو غير ذلك.

وترى Oremus, 2017 أن الأخبار الزائفة هي عبارة "عن معلومات خاطئة تم تصميمها ويتم دمجها بالأخبار المشروعة عن قصد، فهي تقدم أخبار مغلوطة عن العالم الحقيقي"، ومما سبق من الدراسات يتبين أنه لا يوجد إجماع على تعريف محدد للأخبار الزائفة ولكن يوجد أبعاد محدده إتفق عليها في الأدبيات السابقة كنوع المعلومات وزيف المعلومات ونية الكاتب وعواقب نشر المعلومات المزيفة والآثار المجتمعية المترتبة عليها، حيث تشمل الأخبار الزائفة محاولات متعمدة لنشر أخبار مشوهة لممارسة عمليات التضليل المجتمعي.

ومما سبق يبدو أن منصات التواصل الاجتماعي مجالاً خصباً لتداول الأخبار الكاذبة وانتشارها لما تتيح من مساحة للنشر وفورية ولا حدود جغرافية بخلاف عدم وجود تشريعات تتناسب مع طبيعة عمل المنصات الجديدة والجمهور المستخدم وبالتالي غياب الدور الرقابي عليها.

ونحاول هنا الإحاطة الكاملة بمختلف الجوانب المفاهيمية لمصطلح الأخبار "Fake New" الزائفة الذي أصبح يشكل هاجسا للعالم خاصة بعد عمليات التحول الرقمي والتكنولوجي الجديد، بالإضافة إلى توضيح كافة المفاهيم المتداخلة معه، وإبراز مخاطر انتشار الأخبار الزائفة والتي تشكل خطراً حقيقياً على الأفراد والمجتمعات والدول، كما جاءت في الأدبيات السابقة وما خلصنا نحن إليه في الدراسة الحالية.

في دراسة للباحثة "شريط حورية 2022" بعنوان "الأخبار الكاذبة: مفهوم جديد ووجه جديد للدعاية والتضليل الإعلامي" وتعتبر من أهم البحوث الأجنبية التي نشرت في السنوات الأخيرة حول الأخبار الكاذبة باعتبارها ظاهرة اتصالية اجتماعية عرفت انتشاراً واسعاً عبر منصات التواصل الاجتماعي مع ظهور الويب 2.0 وهدفت الدراسة إلى الإحاطة بأهم الأبعاد النظرية للظاهرة، وخلصت الدراسة إلى أن البعض يرى أن مفهوم الأخبار الزائفة هو مفهوم جديد ويحتاج إلى المزيد من التأطير النظري والبحوث الميدانية، في حين يراه البعض الآخر بأنه مجرد وجه من أوجه التضليل الإعلامي والدعاية لا يمارسه فقط المتصلون بشبكة الإنترنت على الشبكات الاجتماعية بل قد تحترق وسائل الإعلام ووكالات الأنباء وحتى المنصات الرقمية الضخمة أو ما أصبح يعرف بامبراطورية الويب⁽¹²⁾.

دراسات سعت لمواجهة ظاهرة الاخبار الزائفة

بينما سعت دراسة "Kim, Moravec, Dennis, 2019" إلى إيجاد آلية لمواجهة الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال قياس مدى فاعلية ثلاث آليات لتقييم مصادر الحصول على الأخبار وهي:

1-تقييم الخبراء للمقالاتExpert Rating.

2-تقييم المستخدم للمقالات User Article Rating.

3-تقييم المستخدم للمصادر User Source Rating.

حيث أشارت النتائج إلى أن الآليات الثلاثة قد أثرت على معتقدات مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بتقييم المقالات.

ومما لاشك فيه أن استخدام مثل هذه الأخبار المضللة يؤثر على مصداقية وسائل الإعلام بشكل عام سواء كانوا مستخدمين لمنصات التواصل الاجتماعي أو لا يستخدمونها، وسنحاول التطرق إلى هذه الجوانب من تأثير الأخبار الكاذبة على مصداقية وسائل الإعلام من خلال عرض الأدبيات من دراسات سابقة تناولت هذا الجانب من التأثير.

كما أظهرت بعض الدراسات أن مهارات استخدام الإنترنت لدى المستخدمين في تحرير الصورة واستخدام الوسائط المتعددة كانت من أهم الوسائل لتقييم مصداقية الصورة⁽¹³⁾.

إلى أن "وسائل التواصل الاجتماعي" Wei et al., 2023 "كما خلصت الدراسة التي قام بها غيرت من كيفية تبادل واستيعاب المعلومات لدى الأفراد والمجتمعات، وارتفعت شعبية وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير في السنوات الأخيرة، حيث أنها لا تعتبر فقط منفذ أو

وسيلة للترفيه بل تخلق فرص لقضاء وقت فعلي للتواصل حول العالم من خلال آلية إفتراضية⁽¹⁴⁾.

وقد صممت الدراسة "Yan, Yinan, Ndonima, Oberire, Elif 2023" لدراسة العوامل المؤثرة في سلوك انتشار ومشاركة الأخبار المزيفة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، وكانت بعنوان "لماذا ينشر الأفراد الأخبار المزيفة: دراسة نموذج العامل المؤثر على سلوك مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في تبادل الأخبار المزيفة"⁽¹⁵⁾، حيث وضعت هذه الدراسة نموذجاً للعوامل التي تؤثر على سلوك نشر الأخبار المزيفة بين مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لجمع البيانات، واستخدمت استطلاعاً عبر الإنترنت لأخذ عينات من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي قوامها 385 مفردة في نيجيريا، وقاموا باستخدام أساليب إحصائية تسمى نمذجة المعادلة الهيكلية PLS Smart بتحليل بيانات أن عوامل مثل : SEM الذكية

1- قلة الوعي.

2- قلة الانتباه.

3- التدخين.

4- الأخبار الفورية.

5- التعبير عن الذات.

كلها تنبأت بسلوك مشاركة الأخبار المزيفة لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، حيث تم العثور على آثار عدم الوعي والتدين ليكون لها تأثير أكبر على سلوك مشاركة الأخبار المزيفة بشكل أوسع، ولها تأثير سلبي على مشاركة الأخبار المزيفة، وكلها عوامل تزيد من توقعات سلوك المشاركة للأخبار المزيفة بين المستخدمين لوسائل التواصل الاجتماعي.

كما وجدت الدراسة أن قلة الوعي والتدين له تأثير عظيم في سلوك النشر للمستخدمين، حيث اكتشفنا أن له تأثير سلبي على انتشار الأخبار الزائفة واختبر ذلك نظرياً وعملياً في هذه الدراسة على نحو 385 مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي في نيجيريا.

وهذا لا ينفي أن هناك إناس يقومون بنشر أخبار خاطئة لهدف سياسي أو ربح شخصي، كما لوحظ من خلال الدراسات السابقة أن الأخبار الزائفة هي الأسرع انتشاراً على وسائل التواصل الاجتماعي عن غيرها من وسائل الإعلام التقليدية الأخرى.

لذلك تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي سلاحاً ذو حدين للمجتمع، إما وسيلة لتبادل الأفكار والرؤى والانفتاح على العالم أو قناة لنشر الأخبار الزائفة وممارسة التضليل على نطاق واسع، كما تهدف الأخبار الزائفة إلى خداع الأشخاص في المقام الأول باختلاف أهداف التضليل وجعلهم يعتقدون أنها أخبار حقيقية، وبالتالي تدفع المستخدمين إلى مشاركة المزيد منها ونشرها على نطاق واسع.

وحيث أن الأخبار المزيفة لا تعتبر ظاهرة جديدة فقد عرفت الصحافة في القرن التاسع عشر، لكن ثورة الإنترنت منحتها أبعادًا جديدة، فلا تكمن خطورة الأخبار المزيفة فقط على الجمهور المستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي وتوجيهه تجاه قضايا بعينها وبالتالي فهي محرك قوي لزعزعة الاستقرار، بل على صناع القرار أيضًا.

وبالتالي ظهرت بالتزامن مع انتشارها في الآونة الأخيرة الكثير من الأدبيات التي تهدف إلى دراسة تأثير الأخبار المزيفة ومعدل انتشارها في المجتمع.

وكذا حلول مكافحة الأخبار الزائفة من خلال التوعية بالأخبار المزيفة، ومحو الأمية الإعلامية، وتنمية مهارات التفكير الناقد للجمهور، ومحو أمية التواصل الاجتماعي.

الذين إما يبقوا تحت وهم هذه الأخبار المزيفة أو ينجرّوا تحت ضغط الجمهور المخدوع بهذه الأخبار ما يضطر صاحب القرار أن يعدل عن قرارات أو يأجلها بحسب المزاج العام للجماهير، والتي يكون لوسائل الإعلام فيها تأثير كبير فيها.

في القرن الماضي كانت الدول والحكومات وأجهزة الاستخبارات هي من تبث الأخبار المزيفة عبر وسائل إعلام مملوكة لها، إما لجمهورها لإحداث تأثير عليهم سواء بتغيير أفكار أو معارف أو سلوك بشأن قضايا سياسية أو اقتصادية أو ثقافية أو غيرها سواء كانت أنظمة شمولية أو ديمقراطية، أو تنفيذ أجندة بعينها خارج حدودها باستهداف دول أخرى أو أجهزة أو مؤسسات، ولكن مع ظهور الإنترنت وانتشار الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية التي أضحت وسيلة حرة لتبادل المعلومات والأخبار بغض النظر عن ما إذا كانت حقيقية أم لا؟

لذا ظهرت في الآونة الأخيرة دراسات رصدت الكثير من التأثير السلبي لانتشار الأخبار المزيفة على زيادة عدم الثقة في وسائل الإعلام التقليدية، وإثارة الشكوك حولها وحول ما تطرحه من موضوعات، الأمر الذي أصبح يشكل تهديدًا على تأثيرها الذي يصل إلى حد تهديد وجودها داخل المجتمعات كمصدر لتلقي المعلومات والأخبار منها.

الأخبار المزيفة/ المفبركة بأنها "Lazer et al, 2018, 1094" وعرفت الدراسة التي قام بها الأخبار غير المهنية وغير الحقيقية، فهي أخبار مضللة عمدًا، ويتم نشرها لتحقيق ربح مادي أو هدف سياسي أو منفعة أخرى، فهي قصص إخبارية تم إختلاقها وعرضها كما لو كانت مصادر رسمية ومشروعة، حيث يتم الترويج لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي لخداع الجمهور من أجل تحقيق مكاسب أيولوجية أو مادية⁽¹⁶⁾.

بالإضافة إلى ذلك فقد رأى "Rini, 2017" أن الأخبار الزائفة هي قصة تستهدف وصف الأحداث في العالم الواقعي من خلال محاكاة تقارير وسائل الإعلام التقليدية، ولكن يكون مقدموها على علم بخطأ ما تتضمنه من معلومات، ويكون نشرها لهدفين: يتحدد الهدف الأول منها في تحقيق انتشارها على نطاق واسع، أما الهدف الثاني فيكون خداع بعض المستخدمين عمدًا⁽¹⁷⁾.

وجدت الدراسة التي قام بها كل من "Martiens et al. 2018, Wardel & Derakhshan 2017, Gelfert 2018" أن تعريف الأخبار المفبركة أو المزيفة يشمل

محاولات متعمدة لتضليل وتشويه الأخبار، واستخدام وسائل الإعلام للترويج للأيدولوجيات المستهدفة وتحقيق الإرتباك وزرع السخط وخلق حالات من الاستقطاب⁽¹⁸⁾.

ونجد أنه ظهرت حديثاً إهتمامات أخرى بالبحث في كيفية انتقال الأخبار سواء المزيفة أو الحقيقة داخل الشبكات الاجتماعية عبر شبكة الانترنت كما ذكرنا سابقاً.

كذلك اهتم تيار من الباحثين والمتخصصين في غرف صناعة الأخبار بدراسة الأخبار المزيفة أو المفبركة أو المعلومات الخاطئة ودورة حياتها على شبكة الإنترنت خاصة فيما بات يعرف " إلى جانب تصحيحها والكشف عن زيفها. Laundry News بال "

وفي هذا المجال تحديداً اهتمت البحوث بشكل أساسي بالبحث في أساليب الحد انتشار المعلومات المضللة، من خلال إبراز البيانات والتصريحات التي تهتم بتصحيحها من مختلف المصادر، إما بواسطة النظم الخوارزمية، أو مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعي الآخرين، حيث تم تأكيد الارتباط الإيجابي بين الكشف التفصيلي عن زيف المعلومات من جهة وبين دحض المعلومات المغلوطة من جهة أخرى في دراسة قدمها كل من " Chan, Jones, Jamieson, and Alberracin, 2017".

كما أظهرت دراسة قدمها "Jonas Colliandder, 2019" اهتمت بالبحث في النتائج المترتبة على التوافق بين آراء المستخدمين تجاه الأخبار الزائفة التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي.

حيث أوضحت الدراسة أن تعليقات القراء وتصرفاتهم تجاه الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر في مدى استجابة الآخرين وردود فعلهم نحوها، وكذلك في مدى حيث استخدمت هذه الدراسة المنهج التجريبي وأداة الاستبيان بالتجربة على عينة من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي قوامها 800 مفردة⁽¹⁹⁾،

انتشارها عبر وسائل الإعلام، فكلما تعرض المستخدم لتعليقات المستخدمين الآخرين الناقدة للأخبار الزائفة تكونت لديه اتجاهات سلبية نحو هذه الأخبار، وزادت تعليقاته السلبية لها، وقلت مشاركته لهذه المضامين، وذلك بالمقارنة بالمستخدم الذي يتعرض لتعليقات ايجابية ومؤيدة للأخبار الزائفة أو الداعمة لها فتزيد مشاركته لهذه الأخبار الزائفة وتتكون لديه أفكار مغلوطة ويكون عرضة بشكل أكبر لاستقبال الأخبار المضللة وتبني وجهة نظرها.

كما ركزت أبحاث ودراسات أخرى على عملية استقبال الأخبار الزائفة، والتعرض لها سواء كانت أخبار أو صور أو فيديوهات، والتفسيرات والممارسات الخاصة باستهلاكها من خلال البحث في أساليب إدراك المستخدمين لهذه الأخبار وتعاملهم مع المشهد الإعلامي المتغير، التي تسود فيه البيانات المضللة والأخبار المزيفة، حيث قدمت الدراسة التي قام بها كلا من "Maria Celeste Wagner & Pablo J.,Boczwski.2019" وبعد إجراء 71 مقابلة متعمقة في شيكاغو وفلادلفيا ووميامي⁽²⁰⁾، وتوصلت إلى أن التصورات حول النظام الأيكولوجي الكلي لوسائط تتميز بالآتي:

- 1- النظرة السلبية لجودة تقارير الأخبار المحلية.
 - 2- عدم الثقة بشكل خاص في الأخبار المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
 - 3- الاهتمام بتأثير هذه الاتجاهات في عادات الآخرين في التعامل مع المعلومات.
- ولمواجهة هذه التصورات الزائفة ومحاولات تزييف الوعي أشار أفراد العينة إلى الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية التي تهتم بنشر الحقائق، ورفض المواد التي تستند إلى الآراء، وبعامل تكرار المعلومات عبر الوسائل الإعلامية المختلفة، إلى جانب الاعتماد على المصادر الأيدلوجية المشتركة للتحقق من المعلومات، كذلك إجراء بعض المكالمات الشخصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع الأشخاص القادرين على تقييم مدى جودة وصحة الأخبار.
- ومن الجدير بالذكر أن دراسة أجراها معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا عام 2018 "MIT NEWS: Study; On Twitter, False News Travels Faster than True Stories" كشفت فيه أن انتشار الأخبار الكاذبة والإشاعات على وسائل التواصل الاجتماعي أسرع بكثير من الأخبار الحقيقية، حيث أعزى هذا الانتشار لقدرة هذا النوع من الأخبار الكاذبة والمضللة على خلق مشاعر الخوف أو الإندهاش لدى القراء والمتابعين، مما يضاعف إقبال الناس على قراءتها ومشاركتها مع الآخرين⁽²¹⁾.
- وتعتمد الأخبار الزائفة في انتشارها على أنواع مختلفة في المصادر، من أبرزها التضليل والتمويه الذي يركز على تضليل القارئ، ونشر الفكرة من دون أن يترك له فرصة للتحقق من صحة هذه الأخبار أو عدمها، ولا يمكن أن نغفل المهارات التكنولوجية التي اكتسبها أصحاب الأخبار المضللة على مدار سنوات في ممارسة عمليات التضليل والتمويه، لذا نجد أنه في الأخيرة زاد اهتمام بعض الأبحاث والدراسات بدراسة دورة حياة الأخبار الزائفة فيما بات والتي تبدأ من تتبع الخبر Laundry News يعرف إعلامياً بعملية غسيل الأخبار المزيفة من مصادر النشر، وتاريخ النشر، وصفحات التداول وتاريخ إنشائها، وامتدادات الملفات من قبيل AVI أو MP4، وصحة العنوان الإلكتروني، وغيرها من وسائل التحقق فيما بات يعرف بعمليات تتبع نشر الأخبار المضللة / الزائفة أو "Laundry News"، وهنا نضيف إلى عملية التضليل والتمويه هو الاعتماد على زيف المصادر المعتمد عليها، سواء كان أشخاص أو جهات أو المضمون نفسه، والتعليق عليها بشكل مختلف كلياً عن المقصد الحقيقي للصورة أو الموقف أو الرأي للشخص المعلن عنه أو الجهة التي تتعلق بالأخبار عنها.
- كذلك اهتمت دراسات أخرى بدراسة مصادر وأنواع وتطور الأخبار الزائفة من حيث جودة الخبر أو الصور أو الفيديو في وسائل الإعلام الرقمية، والتي تعتبر وسيلة سهلة ومنخفضة التكاليف وسريعة الانتشار بالمقارنة بتمثيلاتها من وسائل الإعلام التقليدية، كذلك مدى ملائمة الأخبار الزائفة شكل ومظهر الأخبار الحقيقية، حيث تختبئ الأخبار الزائفة تحت مظلة شرعية حتى تأخذ أشكال المصادقية وكأنها حقيقية، الأمر الذي يعمل على تزييف الوعي لدى الجمهور ما يؤثر سلباً على المجتمع.

وفي نفس السياق رصدت دراسة (22) (Alvaro Figueira, Luciana Oliveira, 2017) "الحالة الراهنة لمواد الأخبار المضللة: الفرص والتحديات" والبحث في دور الشبكات الاجتماعية في نشر المعلومات غير الدقيقة والخاطئة، وتأثيرات ذلك على العالم الواقعي، وكذلك البحث في أساليب الحد من المشكلة وتخفيف أثارها، حيث قدمت الدراسة مقترحين للتعامل مع هذه المشكلة:

المقترح الأول: الاعتماد على المحتوى المنشور

المقترح الثاني: القائم بالاتصال

حيث يقوم المقترحان بالأساس على رفع نسبة وعي الجمهور وزيادة قدرتهم على التعامل مع الأخبار الزائفة وتحقيق الاستفادة الحقيقية التي توفرها شبكة الإنترنت.

وبوجه عام فقد كشفت مراجعة الدراسات التي تناولت مصطلح الأخبار الزائفة إلى أن هناك سبعة أنواع من التعريفات: أخبار الهجاء، الأخبار الزائفة، الأخبار الملفقة، الأخبار الوهمية، الصور الزائفة، الفيديوهات الزائفة، والدعاية المضللة.

ومن الواضح أن كل هذه الأنواع تسعى بالأساس إلى ملائمة مظهر الأخبار الحقيقية بالشكل والمظهر لإضافة صبغة الحقيقة والواقعية عليها وبالتالي المصادقية، علاوة على ذلك إمكانية استخدام روبوتات الأخبار، من خلال شبكة من المواقع المزيفة، وبالتالي تدخل تحت عملية غسيل الأخبار "Laundry News"، بالإضافة إلى استخدام اللجان الإلكترونية لتوسعة رقعة الانتشار وتحقيق المستهدف منها.

تم اكتشاف (Laato et al., Lazer et al., 2018; 2020) وفي دراسة أخرى للباحثين " العديد من العوامل التي تؤثر على نشر المعلومات الصحيحة على مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل استخدام بعض التطبيقات لتعديل تقنيات النظام الأساسي لزيادة ظهور عناصر "المعلومات المضللة". وهي عبارة عن تطبيقات تراقب أنظمتك الرئيسية بحثاً عن التغييرات في سلوك الأفراد على السوشيال ميديا، وتخطر الأشخاص المرتبطين بها عند حدوث عمليات محددة، وتقدم قائمة بالإجراءات الفورية التي يمكنهم اتخاذها، كل ذلك من خلال منصة المراسلة الخاصة بك (Laato et al., 2020) ⁽²²⁾.

وبصرف النظر عن استخدام التطبيقات، يحتل البشر أيضاً مركز الصدارة في نشر الأخبار المزيفة عند تلقيها ومشاركتها مع أعضاء الشبكة.

على سبيل المثال، أظهرت الدراسة التي قام بها (Chadwick and Vaccari, 2019) أنهم قد يتأثرون بالرغبة إما في إبلاغ الآخرين، وهذا هدف بحد ذاته، أي رغبة الإبلاغ لدى البشر أو رغبة في إلحاق الضرر بهم، في حين أن الآخرين قد يعتقدون ويوزعون معلومات غير صحيحة لدوافع سياسية، بحيث يتم نقل الآخرين من خلال التحيز التأكيدي والذي يعني القدرة على تذكر المعلومات بشكل أفضل عندما تضخم ما نؤمن به بالفعل ⁽²³⁾.

بالإضافة إلى الميزات التكنولوجية التي ندركها جيداً التي تمكن مستخدمي الإنترنت من قراءة القصص ومشاركتها واكتشاف المحتوى والتعبير عن الذات ومشاركة الأخبار على

الفور، فإنه ثبت من خلال الدراسات أنه كونك جزءاً من مجموعة شبكة اجتماعية يعزز من احترام الذات، ويوفر الهوية الاجتماعية، بالإضافة إلى زيادة الشعور بالانتماء لذلك، حيث إن الانتماء إلى شبكة اجتماعية محدثة ومطلعة جيداً هو أحد الأسباب الرئيسية التي تجعل الناس (Doise and Lorenzi-Cioldi, 2020) يسعون جاهدين لمشاركة المعلومات.

ويعتمد الناس بشكل متزايد على شبكات التواصل الاجتماعي للتعبير عن أنفسهم، حيث يتضمن التعبير عن الذات بالتعبير عن مشاعر المرء أو أفكاره أو أفكاره عن وسائل التواصل الاجتماعي، حيث إن الإتاحة التي توفرها وسائل التواصل الاجتماعي والتي تسمح للناس بالتعبير عن آرائهم بحرية يمكن أن تدفع الكثيرين إلى مشاركة معلومات بشكل متزايد، ومع ذلك فإن الخطر في المشاركة الفورية للأخبار هو أنه قد يؤدي عن غير قصد إلى نشر أخبار مزيفة، بالإضافة إلى إمكانية إنتاج الأفراد المشاركة في إنتاج الأخبار.

كذلك يشار إلى افتقار المستخدمين إلى التفكير الواعي والانتباه أثناء تصفحهم لوسائل التواصل الاجتماعي على أنه نقص في اليقظة الذهنية الذي قد يؤدي بدوره إلى الإهمال أو التقليل في الرغبة في عمليات التحقق من الأخبار أو من التفاصيل من خلال مصادر موثوقة عند مشاركة المعلومات، حيث وجدت دراسة حديثة أن هناك ارتباطاً بين اليقظة وعمليات التحقق من الأخبار التي بدورها تقلل من مشاركة وتداول المعلومات الخاطئة (Schuetz et al., 2021) ⁽²⁴⁾.

حيث أن تدخلات اليقظة أو الوعي والانتباه أثناء مشاركة المعلومات على مواقع الشبكات الاجتماعية ذات صلة بمكافحة الأخبار المضللة عليها، حيث إن التنظيم الذاتي الضعيف المرتبط بنقص اليقظة أو نقص التركيز يتنبأ بسلوك مشاركة الأخبار المضللة.

وهذا بالحديث عن الدراسات التي تناولت تزايد مشاركة الأخبار المضللة عن غير قصد والخاص بسلوك ممارسة مستخدمي مواقع الشبكات الاجتماعية، خاصة وأن الناس تميل إلى الحصول على الأخبار من منصات الوسائط الاجتماعية نظراً لقضائهم قدراً متزايداً على أجهزتهم المحمولة التي أضحت جزءاً من حياتنا اليومية، وهنا نوجه العناية بأن المعلومات التي تم نشرها هناك لم يتم فحصها ولكن تم نقلها من مستخدم لآخر.

مع الوضع في الاعتبار أنه في كثير من الأحيان يميل المستخدمون إلى مشاركة المعلومات الخاطئة لاعتبارات متعلقة بزيادة التواجد أو الحصول على نسب مشاهدة أعلى أو... الخ.

ومع زيادة تداول الأخبار المضللة أو المزيفة عبر الشبكات الاجتماعية، أضحت الأخبار المزيفة ظاهرة ومشكلة عالمية، ما دفع العلماء والمعلمين وغيرهم من أصحاب المصلحة في المجتمعات إلى التأكيد على فائدة محو الأمية الإخبارية لتوليد جماهير إخبارية أكثر انتقاداً.

باستخدام استطلاع بيان عينة "Michael Chan, 2022" حيث رصدت دراسة قام بها تمثيلية عبر الإنترنت قوامها 1485 مبحوث من المواطنين في هونغ كونغ، قياس مدى ارتباط محو الأمية الإخبارية بقدرة الأفراد على التمييز بين الأخبار الحقيقية والأخبار المزيفة المتعلقة بوباء كوفيد 19 وكذلك مصادقة السلوكيات الخاصة بهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

حيث أظهرت النتائج أن ارتفاع معرفة الأخبار كان مرتبطاً بزيادة القدرة على تمييز صحة عناوين الأخبار الحقيقية والأخبار المزيفة، وكذلك زيادة احتمال حدوث بعض أعمال التوثيق الداخلية عند التعرض لأخبار مزيفة (مثل تقييم خصائص محتوى الرسالة) ؛ واحتمالية أكبر للبحث عبر الإنترنت للتحقق من الأخبار المزيفة.

كما أظهرت النتائج الفوائد المعيارية لمحو الأمية الإخبارية عالية التصرف بين عامة الناس والتي يمكن أن تخفف من آثار المعلومات المضللة عبر الإنترنت⁽²⁵⁾.

وغالباً ما يستشهد العلماء والمعلقون بحملة خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي البريكست، أو الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016 كنماذج شائعة للأخبار المزيفة، حيث أسفرت المخاوف بشأن انتشار الأخبار المزيفة استجابات وأجندات بحثية مختلفة للتعامل مع المشكلة، وتشمل تشريعات حكومية لتنظيم المحتوى، والتدخلات القائمة على الرسائل قبل وأثناء وبعد النشر، وتعليم محو الأمية الإعلامية مع مناهج تركز على التقييم النقدي للأخبار والتي يمكن أن تولد مستهلكين أكثر قدرة على إنتقاد والحكم على صحة الأخبار من عدمه وبالتالي انتقائها.

كان هناك الكثير من النقاش والجدل على مدى عقود حول ما يشكله بالضبط مصطلح "محو الأمية الإعلامية" على الرغم من وجود اتفاق عام على أنه "القدرة على الوصول إلى الرسائل وتحليلها وتقييمها وإنشائها عبر مجموعة متنوعة من السياقات كالدراسة التي قام بها (Livingstone, 2004: 1) حيث ركزت السياقات الرئيسية لمبادرات البحث والتعليم المبكر لمحو الأمية الإعلامية على الصحف والتلفزيون⁽²⁶⁾.

ولكن مع انتشار تكنولوجيا الاتصالات الرقمية التي ولدتها الإنترنت أدى إلى تطوير مصطلح محو الأمية الإعلامية فأصبحت أكثر تحديداً عن "محو الأمية الرقمية"، مثل الدراسة التي قام و"محو الأمية في وسائل التواصل الاجتماعي" (Hargittai and Hinnant, 2008) بها لسد الفجوة الرقمية وتقليلها محلياً وعالمياً، وأيضاً لحماية الأطفال من المحتوى الضار أثناء استخدام وسائل التواصل الاجتماعي⁽²⁷⁾.

وبالتالي هناك جوانب مختلفة لمحو الأمية الإعلامية مع كل منها يؤكد على النتائج المعيارية المختلفة والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بكفاءة الأفراد، لأن النظريات المعيارية للديمقراطيات تهيب مواطنين مطلعين لديهم المعرفة والدافع للمشاركة في الحياة السياسية والمدنية.

ويستند ذلك إلى بيئة معلومات إخبارية تعطي المواطنين الحقائق التي تؤثر على حياتهم اليومية، والتي أصبحت من الصعب الحفاظ عليها، حيث أدى التحول من منطق "وسائل الإعلام التقليدي" إلى "وسائل الإعلام الشبكي" التي تسهله "وسائل التواصل الاجتماعي" إلى تغيير ديناميكيات إنتاج الأخبار وتوزيعها واستهلاكها.

فالأفراد كوسائط لم يستطيعوا أن يحلوا محل الأدوار التقليدية لوسائل الإعلام المهنية والصحفيين، بل حلوا محل أدوار الحراسة التقليدية ويمكنهم أيضاً إنتاج المحتوى ومشاركته بتكلفة أقل وبسرعة وباهتمام أقل بالمعايير المهنية والقيم والأخلاق الصحفية⁽²⁸⁾.

بالإضافة إلى أن الكم الهائل من المعلومات التي يتم نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي يعني أنه أصبح من الصعب على المواطنين تمييز الجودة النسبية وصحة الأخبار التي يواجهونها، لذلك فإن فهم أهمية والحاجة إلى التحقق من محتوى الأخبار وتطبيقاته أمراً أساسياً في عصرنا اليوم ليس فقط كصناعة محتوى لكن كمستخدمين لشبكة الإنترنت بما فيها من شبكات المعلوماتية وشبكات التواصل الاجتماعي.

ومن هنا يمكن للباحثة وضع تصور لها حول مفهوم الأخبار الزائفة أو المضللة Fake News بأنه "المحتوى الكاذب أو غير الصحيح بشكل كامل أو جزئي، بقصد أو بغير قصد، سواء كان خبر أو صورة أو مقطع فيديو، وكأنها حقيقية أو صحيحة، وبشكل يحاكي الأخبار الرسمية والمشروعة، ويتم الترويج لها من قبل أفراد أو مؤسسات أو دول معادية، وذلك عبر نشرها وتوزيعها عبر وسائل الإعلام المختلفة وشبكة الإنترنت لتحقيق انتشارها على نطاق واسع، من أجل خلق وعي زائف لدى الجمهور المستهدف تجاه قضايا بعينها، للترويج للأيدلوجيات المستهدفة، وتحقيق الإرتباك وخلق حالة من السخط والاستقطاب، لأهداف سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية، ويتم استخدام اللجان الإلكترونية والحسابات المزيفة وروبوتات الأخبار من خلال شبكة من المواقع المزيفة لممارسة عمليات التضليل والتمويه" ومع الانفتاح التكنولوجي والتحول الرقمي السريع الذي يشهده العالم مع قلة الضوابط على المحتوى الذي يبيث في الفضاء الرقمي تنصح الباحثة بالسعي المستمر نحو وضع ضوابط ومعايير قانونية وأخلاقية لضبط أداء الممارسة الإعلامية من قبل المؤسسات الإعلامية والصحفيين دون المساس بحرية الرأي والتعبير وإتاحة المعلومات من جانب، ومن جانب آخر ننصح بضرورة تعليم وتدريب الجمهور المتلقي والمشارك على الشبكات الرقمية في دراسات لمحو الأمية الرقمية والتربية الإعلامية وتنمية مهارات التفكير النقدي لديهم، لسد الفجوة الرقمية وتقليلها محلياً وعالمياً باعتبارها أداة فاعلة للتصدي لظاهرة الأخبار الزائفة أو المفبركة أو المضللة.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- 1- الأخبار الزائفة بين الإعلام التقليدي والرقمي، دراسة نقدية تحليلية (2020)، عبد اللطيف محمد عبد الله ممدوح مكاي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، مج 19، ع 2.
- 2- الأخبار الكاذبة مفهوم جديد ووجه جديد للدعاية والتضليل الإعلامي، شريط حورية ديسمبر 2022، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، مجلد 6، العدد 4.
- 3- إسماعيل خُماني، جوهر شيبان وقمر شيبان (2022)، "أثر الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الصحة النفسية"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، مجلد (5)، العدد (1).
- 4- جامعة الأزهر، كلية الإعلام، أكتوبر (2021) جلة البحوث الإعلامية، "آليات الجمهور المصري في التحقق من الأخبار الزائفة وعلاقته بأنماطهم التفاعلية بمواقع التواصل الاجتماعي"، ع 59، ج 2.
- 5- سمير دحماني (2019)، "أخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية: قراءة لعينة من قوانين الإعلام الجزائرية"، مجلة صوت القانون، المجلد (6)، العدد (2)، نوفمبر.
- 6- شيماء محمد حامد، وائل إسماعيل حسن عبد الباري، شريف درويش اللبان، (2023)، "الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي: دراسة ميدانية في تشريعات الإعلام في ضوء المسؤولية الاجتماعية"، مجلة بحوث مج (3).
- 7- محمد أحمد محمود فهمي، (2019)، "تأثير الأخبار الاقتصادية الزائفة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على اتجاه الجمهور نحو الإصلاح الاقتصادي"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد (8)، <http://search.mandumah.com/Record/1074762>.
- 8- مؤسسة الأهرام، مجلة الديمقراطية، 2018، "أثر الأخبار الزائفة على أبعد الثقة المجتمعية والسياسية"، الباحثة فاطمة الزهراء عبد الفتاح، 2018، مج (18)، ع (71).

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- David M J. Lazer, The science of fake news, Addressing Fake News amultidisciplinary effort, 2018, 1094, vol 359, No 6380.
- 2- Doise WandLorenzi-Cioldi F (2020) Patterns of differentiation within and between groups. In Ethnic Minorities. London: Garland Science.
- 3- Figueira, Á. & Oliveira, L. (2017). The current state of fake news: challenges and opportunities. Procedia Computer Science, 121.
- 4- Hargittai E and Hinnant A ,(2008), Digital inequality Communication Research, 35(5).
- 5- Jonas, M. O., (2019), The Gulf Information War Propaganda, Fake News, And Fake Trends: The Weaponization of Twitter Bots in the Gulf Crisis, International Journal of Communication.
- 6- 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 Rating, Journal of Management Information System, 36(3).
- 7- Laato S, Islam AKMN, Islam MN , etal. (2020) what drives, unverified information sharing and cyber chondria during, the COVID-19 pandemic? European Journal of, Information Systems 29(3).
- 8- Li, C. & Owyang, J. (2010), understand Your Customer's Social Behaviors. Recuperado de <http://www.slideshare.net/charleneli/understand-your-customers-social-behaviors>.

- 9- Livingstone S (2004) Media literacy and the challenge of new information and communication Technologies. *The Communication Review* 7(1).
- 10-Maria Celeste Wagner & Pablo J. Boczkowski (2019), The Reception of Fake News: Interpretation and Practices That Shape the Consumption of Perceived Misinformation, P870-885, <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2019.1653208>.
- 11-Martiens, B., Aguiar, L., Gomez- Herrera, E., Muller-Langer, F., (2018), The Digital Transformation of News Media and The Rise of Disinformation and Fake News.
- 12-Michael Chan (2022), fake news recognition and authentication behaviors after exposure to fake news on social media, The Chinese University of Hong Kong, Hong Kong News literacy, <https://journals.sagepub.com/home/nms>.
- 13-Peter Dizikes 2018, MIT NEWS 2018, Study: ON Twitter, False News Travels Faster than True Stories, Research project finds humans, for spread of misleading information. <https://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308>.
- 14-Richard Fletcher, Rasmus Kleis Nielsen, Are People Incidentally Exposed to News on Social Media? A Comparative analysis, *News Media & Society*, VOL.20, (7).
- 15-Rini, R. (2017), Fake News and Partisan Epistemology. *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 27 (2), E-43.
- 16-Schuetz SW, Sykes TA and Venkatesh V (2021) Combating COVID-19fake news on social media through fact checking: Antecedents and consequences. *European Journal of Information Systems* 30(4).
- 17-Tandoc, E., Lim, Z.W., & Ling R. (2017). History of Fake News> *Library Technology Reports*, 53(8).
- 18-Wardle,C. (16 February 2017). Fake News: It's Complicated. Retrieved From: <https://firstdraftnews.org/articles/fake-news-complicated/>
- 19-Wei L, Gong J, Xu J, et al. (2023) Do social media literacy skills help in combating fake news spread? Modelling, the moderating role of social media literacy skills in the relationship between rational choice factors and fake news sharing behavior. *Telematics and Informatics* 76: 101910.
- 20-Yan An., Yinan Hung, Ndonima U.D, Oberire D.A, Elif A.T, (2023), "Why do people spread fake news? Modelling the Factors that influence social media users' fake news sharing behavior", sagepub.com/journals-permissions, DOI: 10.1177/026666669231194357, journals.sagepub.com/home/idv.