

THE EFFECT OF FAKE NEWS ON THE CREDIBILITY OF INFORMATION

Nassima SAHNOUNE¹

Researcher, University of Algiers 3, Algeria

Naima BOUKHALFA²

Researcher, University of Algiers 3, Algeria

Abstract:

Behind the spread of a large number of false news lies in the fact that most people do not verify the validity of the information they receive, and they take the initiative to share it immediately, which leads to its spread quickly as wildfire spreads. According to a study conducted by the Massachusetts Institute of Technology in 2018, fake news and rumors spread on social media much faster than real news. The researchers explained the reason behind this in the ability of this type of false or misleading news to create great feelings of fear or astonishment, and people are more likely to read it and share it with others by browsing social networking sites.

Key words: Fake News, Social Networking Sites, The Information.

 <http://dx.doi.org/10.47832/2757-5403.18.19>

¹  Sahnounen85@gmail.com

²  naimakhelaifia@gmail.com

تأثير انتشار الأخبار الكاذبة على مصداقية المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

سحنون نسيمة

الباحثة، جامعة الجزائر3، الجزائر

نعيمة خلايفية

الباحثة، جامعة الجزائر3، الجزائر

الملخص:

يرجع وراء انتشار عدد كبير من الأخبار الكاذبة يكمن في أنّ معظم الناس لا يتحققون من صحّة ما يصلهم من معلومات، ويبادرون بمشاركتها على الفور الأمر الذي يؤدي إلى انتشارها بسرعة كما تنتشر النار في الهشيم. وبحسب دراسة أجراها معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا سنة 2018، فإن الأخبار الكاذبة والإشاعات تنتشر على وسائل التواصل الاجتماعي أسرع بكثير من الأخبار الحقيقية. حيث وضح الباحثون السبب وراء ذلك في قدرة هذا النوع من الأخبار الكاذبة أو المضلّة على خلق مشاعر خوف أو اندهاش كبيرة فيزيد إقبال الناس على قراءتها ومشاركتها مع الآخرين عبر تصفح مواقع التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية: الأخبار الكاذبة، مواقع التواصل الاجتماعي، المعلومات.

المقدمة:

في ظل التطور الرقمي الهائل الذي أصبح بمثابة فضاء خصب لنشرها وانتشارها السريع خاصة في الآونة الأخيرة فمع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير بين الناس، أصبح انتشار الأخبار "الزائفة" أوسع وأشد تأثيراً، ما جعله أكثر خطورة ومجالاً للنقاش على نطاق واسع خاصة أن المعلومات المضللة ليست ظاهرة جديدة، فقد تم استخدام مصطلح "الأخبار الكاذبة بين وسائل الإعلام التي غيرت طريقة صياغتها وترويجها. قبل ظهور الإنترنت، حيث كان الناس يميلون إلى تلقي أخبارهم من مصادر إعلامية موثوقة طلب من صحفييها اتباع قواعد ممارسات صارمة. ثم جاء الإنترنت فأتاح طرقاً جديدة لنشر الأخبار والمعلومات ومشاركتها والاطلاع عليها، مع افتقار نسبي للتنظيم ومعايير التحرير. ومع سرعة التغيرات أصبح يستقي العديد من الأشخاص الآن الأخبار من وسائل التواصل الاجتماعي والمصادر الأخرى عبر الإنترنت، ولكن ليس من السهل دائماً تحديد أي الأخبار موثوق وأيها كاذبة، هناك عدة أشكال لنشر الأخبار الزائفة، سواء عشوائي، ويتمثل بقيام المؤسسات الإعلامية غير الرسمية بفتح صفحات على "فيس بوك" وإنشاء حسابات وهمية وبث أخبار غير واقعية دون هدف، أما الشكل الثاني فهو "الذباب الإلكتروني"، إذ يقوم رجال الأعمال والسياسيون بتصدير عدد هائل من الأشخاص الوهميين لنشر رسائل معينة، وبالتالي تنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي الأخبار "الزائفة" التي تخدم جهة معينة، ولم تتوقف تداعيات هذا التدفق الهائل من المعلومات الكاذبة على الفرد ومعرفته فحسب، بل تجاوز الأمر حتى أصبح يصب في خانة عديدة، بين المستخدمين في التأثير على الفرد والمجتمع وفي جميع المجالات، وإحداث ضجة في مجتمعات بعينها، وسلسلة من التأثيرات الأخرى التي يشهدها العالم من شرقه إلى غربه. حيث أصبحنا نلاحظ

منصات ومواقع ويب أنشئت لأغراض بث المعلومات المضللة والتي تخدم بدورها كيانات سياسية وأنظمة سلطوية تحت مسميات مختلفة يجمعها الكذب والفبركة واستهداف حرية الفرد في الحصول على معلومة صحيحة. ولهذا ارتأينا في هذه الدراسة على معرفة الآليات المناسبة لمحاربة الأخبار الكاذبة عبر مختلف تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي. ومحاولة الحد من انتشارها السريع بين الأفراد. اعتمدنا في دراستنا على المنهج.

ولهذا تسعى مختلف الدراسات في الكشف والبحث عن آليات لمحاربتها والحد من انتشارها. خاصة أنها أصبحت تشكل خطر على الفرد والمجتمع، وتهدد الرأي العام بالتضليل وتزييف الحقائق ولها تأثير كبير على مصداقية المعلومات.

الإشكالية:

أدى ظهور مواقع التواصل الاجتماعي إلى فتح فضاء خصب للتواصل والتي أصبح لها تأثير على العلاقات الاجتماعية من خلال تسهيل عملية التواصل، التبادل، فهي بمثابة منبراً خصب لنشر المعارف والمعلومات والأفكار ووجهات النظر وتبادل الأخبار، كما تقوم بمعالجة القضايا والأحداث الواقعية، وما يميز هذه الأخبار هو تعدد المصادر الذي بدوره يلعب دوراً في مصداقية الأخبار من خلال معرفة الجمهور المستهدف، ومضاعفة عدد متبعيها عن طريق مجموعة من الآليات التي تدخل في صناعة الأخبار كالأنيمة، الجودة، الموضوعية للمحافظة على مصداقية الوسيلة.

تزايد الإقبال على استخدام تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، أدى إلى ارتفاع عدد المشتركين لتصبح مجال واسع للنقاش في مختلف المواضيع عبر مختلف تطبيقاته، لتساهم مختلف صفحاته في خلق تفاعل وتعبئة جماهيرية لدى المستخدمين، لخلق حلقة تواصل بين مختلف الأفراد ومحاولة فهم الجمهور، من خلال محاولة إعادة التحكم في الرأي العام عن طريق إنشاء صفحات تنشر الدعاية لاستعادة السيطرة على الجماهير، والسيطرة على هذه الفضاءات الافتراضية لتتحول المعارك السياسية التي كانت بالهياكل التقليدية واقتصرها على فرض الدعاية والإشاعات إلى معارك إلكترونية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بمساهمة كل المستخدمين، لتتحول الفضاءات الافتراضية التي تساهم في نقل الأخبار الكاذبة التي تخضع لاستراتيجيات لضخ المزيد من الأخبار لتضليل الرأي العام ومواجهة الأفكار والآراء الصحيحة بمنطق الغاية تبرر الوسيلة، للسيطرة على المجال العام الرقمي، والتي أصبحت مشكلة كبيرة يحاول الباحثين والدارسين لمجابهة هذا المرض الخطير الذي تفشى بصورة سريعة موازية للتطورات التكنولوجية التي جعلته يأخذ حيز كبير في جميع المجالات، ولمجابهة هذه الظاهرة لابد من وضع استراتيجيات وآليات للحد منها والتخلص من آثارها وفق المنظومة القيمية والتربوية لتطور الفرد والمجتمع.

ولهذا نحاول في هذا المداخلة التعرض لمعرفة كيفية تأثير الأخبار الكاذبة على مصداقية المعلومات عبر مواقع

التواصل الاجتماعي مجموعة من التساؤلات:

- ماهو تأثير مضامين الفاييسبوك في نشر الأخبار الكاذبة بمختلف أشكالها وأساليبها؟
- كيف تم استخدام الفيسبوك في بناء الأخبار الكاذبة ونشرها لتضليل المعلومات؟
- ما أهم الآليات لمواجهة نشر الأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي؟

اختار معجم "كولينز" الأخبار الكاذبة ككلمة في العام 2017 حيث عرفها "آلكوت" و"جيتوكوف" بأنها كمقالات إخبارية تتعمد الاختلاف الكذب بهدف تضليل القراء، أما "فريشلش وآخرين" فيرى بأن هذا التعريف قاصر، حيث أنه لا يشمل الأخطاء التي يرتكبها الصحفيون والسياسيون أو الإشاعات، ويقدم "فريشلش وآخرون" تفرقة ما بين نوعين من الأخبار الخاطئة Misinformantion وتعني وجود أخطاء لكنها غير معتمدة، Disinformation التي تشير إلى أخطار متعمدة بنية الكذب.

وقد ظهر المصطلح في خضم انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 2016 على يد الرئيس الأمريكي "دونالد ترامب" إلا أن تاريخ الأخبار الكاذبة يعود حوالي مائتي سنة 1835 (عمرو، د ص)، وبالتالي فهي تعني بأنها الانتشار المتعمد للتضليل سواء كان عبر وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي (يساري، سيد أحمد الشياظمي ومجدي، 2017، ص 5-6).

كما يعرف ذليل الباحثين الصادر عن جامعة ميشيغان الأخبار المزيفة بأنها تلك الأخبار التي لا تركز على أية حقائق أو مصادر أو اقتباسات غير أن هناك فرقاً واضحاً بين الأخبار الخاطئة وتلك المضللة، حيث يعتبر الدليل الأخبار الخاطئة بأنها معلومات غير صحيحة أو غير دقيقة انتشرت دون نية التضليل بينما الأخبار المزيفة تم إنشاؤها بنية التعليل وبالتالي يستهدف نشرها التأثير في الرأي العام، وبالتالي إخفاء الحقائق (Geffert, 2018).

- يعرف قاموس كامبردج الأخبار المزيفة بأنها: "قصص كاذبة تحول إلى أخبار تنشر على الإنترنت أو باستخدام وسائط أخرى وعادة ما يتم إنشاؤها للتأثير على الآراء السياسية أو على سبيل المزاح" (Dictionary Cambridge, 2020).

وعليه يمكننا القول أن الأخبار المزيفة هي مصطلح يشير إلى مجمل الأخبار والمعلومات التي تظهر على أنها حقيقية في حين أنها مزيفة تروج قصصاً كاذبة حول مختلف الموضوعات للحصول على نسبة عالية المشاركة على المنصات الاجتماعية ومختلف تطبيقاتها التي يتم إنشاؤها للتأثير في الجماهير وآرائهم واتجاهاتهم وسلوكياتهم لصالح جهة معينة أو لإحداث روح الدعاية والطرافة عليه.

الأخبار المزيفة ومواقع التواصل الاجتماعي

لقد تزايد الحديث عن الأخبار الكاذبة بعد الانتخابات الأمريكية 2016 وخطاب الرئيس الأمريكي الفائز دونالد ترامب Donald Trump حيث أشار إلى أن وسائل الإعلام نشرت خلال الحملة الانتخابية الكثير من الأخبار الكاذبة، التي كان لها دور كبير في تضليل الشعب الأمريكي وهو ما فتح الباب أمام العشرات من استطلاعات الرأي والمقالات الصحفية ومنها: "استطلاع مؤسسة ميريديت Maredit الأمريكية للإعلام عام 2017، الذي توصل إلى نتيجة مفادها أن 27% من جمهور المحتوى الإعلامي، اعتبروا أن وسائل التواصل الاجتماعي مسؤولة عن انتشار الأخبار الكاذبة مقابل 12% منهم للمحطات التلفزيونية و6% فقط لوسائل الإعلام المطبوعة". (Moat, 2017).

- ويرجع انتشار الشائعات والأخبار المضللة على وسائل التواصل الاجتماعي لسرعة انتشارها على نطاق واسع بين المستخدمين خاصة في ظل توافر عائدات مالية ترتبط بمعدلات المشاهدة، المرتبطة هي الأخرى بعدد النقرات على تلك المحتويات، كما أثبتته نتائج دراسة أجرتها جامعة كولومبيا عام 2015 والتي أكدت على أن عدد كبير من وسائل الإعلام.

الأخبار المزيفة والمصطلحات ذات الصلة:

هناك الكثير من المصطلحات والمسميات التي تبدو وكأنها مرادفات للأخبار الزائفة نود في هذا المقام توضيحها وضبطها والحقيقة أن المحتويات سبعة أنواع، صنفت حسب درجة نيل المرسل والقائم بالاتصال في التضليل والخداع في كل منها وهي (الفتاح، 2018):

- المحتوى المفبرك: هو محتوى غير صحيح كلياً يكون مختلفاً بشكل كامل أو شبه كامل.
- المحتوى المزور: يتم نشر محتويات عن طريق انتحال هوية المصادر الحقيقية.
- المحتوى المضلل: يعتمد على توجيه المعلومات بشكل يوحي أو يوجه الاتهامات ضد فرد أو جهة أو قضية.
- المحتوى المتلاعب به: يتم التلاعب به عن طريق التركيب أو القص أو غيرها من عمليات التعديل بهدف الخداع.
- السياق المزيف: وضع معلومات صحيحة ولكن في إطار و سياق مزيف.
- الربط المزيف: يتم وضع عناوين وصور لا علاقة لها بالمحتوى.
- التهكم والسخرية: قد لا تتسبب في ضرر لكنها قد تؤدي الرأي العام.

أنواع الأخبار الكاذبة

هناك أنواع مختلفة من الأخبار الكاذبة، حسب دوافع من يؤلفونها. على سبيل المثال:

العناوين المستدرجة للنقر (كليك بيت)

الفرقة جذابة للجمهور، وتؤدي القصص الفاحشة أو الغريبة والصور المشوهة إلى زيادة النقرات والمشاركة عبر الإنترنت. تشير العناوين المستدرجة للنقر إلى الأخبار المصممة عمداً للحصول على المزيد من زوار الموقع وزيادة عائدات الإعلانات لأصحاب مواقع الويب، ما يأتي غالباً على حساب الحقيقة والدقة.

الدعاية الرنانة

تشير هذه إلى الأخبار الكاذبة أو الزائفة المؤلفة لتضليل الجمهور وتعزيز أجندة سياسية أو منظور متحيز.

الصحافة الركيكة

في بعض الأحيان، لا يتوفر للصحفيين الوقت للتحقق من جميع الحقائق قبل النشر، مما يؤدي إلى تحول الأخطاء المرتكبة بحسن نية إلى أخبار زائفة. ومع ذلك، فإن المصادر الأخبارية الموثوقة ستصحح الأخطاء الصادرة عنها وتحلى بالشفافية مع القراء عند وقوعها في مثل هذا النوع من الأخطاء.

المانشيتات المضللة

في بعض الأحيان قد يكون الخبر صحيحًا في مجمله، ولكن يتم استخدام عنوان مثير أو مضلل لحث القراء على النقر عليه. وقد يؤدي ذلك إلى ترويج أخبار كاذبة - حيث يتم عادةً عرض العنوان الرئيسي (المانشيت) والمقتطفات الصغيرة فقط من المقالة على وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يمكن أن تنتشر بسرعة.

المحتوى الاحتياالي

يحدث هذا عندما يتم انتحال شخصية مصادر الأخبار الحقيقية بإصدار أخبار كاذبة ومختلقة لخداع الجمهور أو تضليله.

الهجاء أو المحاكاة الساخرة

تُنشر بعض الأخبار الكاذبة بغرض الترفيه. على سبيل المثال، تستخدم القصص الساخرة الدعابة أو السخرية أو المبالغة للمزاح حول الأخبار أو المشاهير. ولا تحاول هذه الأخبار تضليل الجماهير لأنه لا يُقصد بها أن تؤخذ على محمل الجد. وتشمل الأمثلة البارزة للمواقع الساخرة The Daily Mash و The Onion.

من المعروف أن السياسيين البارزين يتملصون من الأخبار التي يختلفون معها - والتي قد تكون واقعية ويمكن التحقق منها - باعتبارها "أخبار كاذبة". نظرًا لأن مصطلح "الأخبار الكاذبة" واسع النطاق ويعني أشياء مختلفة لأشخاص مختلفين، بات يمكن الطعن فيه. في عام 2018، حظرت الحكومة البريطانية المصطلح من الأوراق أو الوثائق الرسمية، بدعوى أنه تم تعريفه تعريفًا ملتبسًا لدرجة أنه أصبح بلا معنى. بدلاً من ذلك، تفضل استخدام المصطلحين "معلومات مضللة" و "معلومات زائفة" عند وصف الأخبار الكاذبة:

- المعلومات الزائفة هي أخبار مختلقة أو مضللة تم تأليفها ونشرها عمدًا، غالبًا بواسطة كاتب قد يكون لديه دافع مالي أو سياسي للقيام بذلك.
- المعلومات المضللة تشير هي الأخرى إلى أخبار زائفة أو مضللة، ولكن في هذه الحال، ربما لم يتم اختلاقها أو نشرها عمدًا بقصد التضليل. (وديع محمد العزوي، 2016، ص 43)

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسراع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع" (بشرى جميل الراوي، 2012، ص 90).

هي مساحات افتراضية على شبكة الإنترنت، يستطيع المستخدمون بواسطتها إنشاء صفحات للتفاعل والتواصل مع الآخرين، تضم مئات الملايين على مستوى العالم وذلك بسبب الخدمات التي تقدمها من إنشاء صفحات خاصة بهم وإتاحتها للآخرين من أجل المشاركة والتفاعلية والتواصل فيما بينهم بتقنيات مختلفة كالنصوص، الصوت والصورة معاً (السيد، 2015، ص 78).

ويعرفها زاهر راضي بأنها منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات ونفسها" (بشرى جميل الرواي، 2012، ص 96).

- إجرائياً:

مواقع التواصل الاجتماعي هي مجموعة من المواقع الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت، هدفها بناء تواصل بين الأفراد، ومنبر لتبادل الأفكار والأخبار مهما كانت مصداقيتها.

فيس بوك:

هو موقع أطلقه مارك زوكربيرغ سنة 2004، كان في البداية عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي بين الأصدقاء في جامعة هارفرد الأمريكية، وهو موقع يساعد على تكوين علاقات بين المستخدمين وتمكينهم من تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو ويعد موقع فيس بوك واحداً من أشهر المواقع على الشبكة العنكبوتية والرائد في التواصل الاجتماعي (عبدش، 2016، ص 9).

خصائص مواقع التواصل الاجتماعي

- تكوين مجتمع افتراضي:

حيث تسمح مواقع التواصل الاجتماعي للأفراد من خلق صداقات يبادلونهم الاهتمام والمحتوى، فهي تساهم في تجسيد المجتمع الافتراضي منذ بداية تطبيقات الإنترنت، غير أن مواقع التواصل الاجتماعي، دعمت الاتصال، فمستخدمي هذه المواقع يخبرون في أساليب كالرسم، إضافة إلى الانضمام إلى مجموعات قراءة الكتب للتواصل حول الكتب التي أحبها والفيديوهات وغيرها من الخدمات.

- التعريف بالذات:

وهي الخطوة الأولى لدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي وهي إنشاء صفحة معلومات شخصية، وهي صفحة المعلومات الشخصية وهي الصفحة التي يضعها المستخدم ويطورها، ويقوم بخلالها بالتعريف بنفسه من خلال النص، الصورة والصوت والتعليقات والفيديوهات والموسيقى وغيرها من الوظائف الأخرى.

- الانفتاح:

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادراً ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

- قابلية التوصيل:

وتعني دمج الأجهزة ذات النظم المختلفة بغض النظر عن الشركات الصانعة.

- الحركة والمرونة:

• حيث يمكن تحريك الوسائل الجديدة إلى أي مكان الحاسب الشخصي والهاتف المحمول وكاميرا الفيديو المحمولة (حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد، 2006، ص 107)

ارتباط شبكات التواصل الاجتماعي ونشر الأخبار الكاذبة

- إن دراسة مصداقية الأخبار عبر الإنترنت بحاجة إلى التحديث المستمر نظراً للطبيعة المتغيرة التي تقوم بها مصادر الأخبار في الإنترنت، وحتى تلك التابعة لمؤسسات إخبارية تقليدية مثل "نيويورك تايمز أون لاين" و"واشنطن بوست" بتقديم الأخبار المتعلقة بالشؤون العامة للمواطنين، فعلى سبيل المثال في اليوم الحالي للفوز الأولي للمرشحة الديمقراطية للرئاسة الأمريكية "هيلاري كلينتون" في فرجينيا الغربية في 13 مايو 2008، قدم موقع "واشنطن بوست" على الإنترنت مقالا عنوانه "هزيمة كلينتون في فرجينيا قد لا يكون كافياً، وكان يتصل بهذا المقال رابط تشعبي خاص بالتعليقات حيث يقدم المستخدمون تعليقا على المقال أو الموضوع، وقد أرسل أحد أفراد الجمهور الرسالة الحالية: "النقطة الوحيدة التي لا أتفق فيها معك هي عندما ذكرت أن ماكين في الظل وليس مؤثراً، والمشكلة هنا هي أن الإعلام قد وضعه على بساط البحص في العديد من القضايا بينما الأصح لا يساعد الصراع بين كلينتون وأوباما كثيراً في هذا الصدد" ويشير ضمير المخاطب هنا إلى كاتب مقال واشنطن بوست على الإنترنت حيث يقدم المستخدمون تعليقا مباشراً على النقاط المثارة في المقال، وبهذا يمكن أن نتساءل كيف يمكن لمثل هذه التعليقات أن تؤثر على التصورات العامة لمصداقية التغطية التقليدية للحملة الانتخابية التي تقوم بها بوست؟ ويعتبر هذا السؤال مهماً لفهم مصداقية الخير في المصدر الرقمي (وديع محمد العزوي، 2016، ص 43).

مخاطر الأخبار الكاذبة:

كثيراً ما يتخذ الناس قرارات مهمة، مثل التصويت في الانتخابات أو انتقاء العلاج الطبي اللازم عند المرض، بناءً على ما يقرؤونه في الأخبار. لهذا فإن الأخبار الموثوقة بالغة الأهمية. تشمل مخاطر الأخبار الكاذبة ما يلي:

- عندما يتعذر على الأشخاص التمييز بين الأخبار الحقيقية والزائفة، فإن ذلك يؤدي إلى حدوث ارتباك وسوء فهم بشأن القضايا الاجتماعية والسياسية المهمة. عندما يكون لدى الناس شعور عام بأنه "يجب ألا تصدق أي شيء تقرأه"، فإن ذلك يقوض الثقة العامة في مصادر الأخبار الأمنية.
- قد تؤدي الأخبار الكاذبة والمضللة المتعلقة بالعلاجات الطبية أو الأمراض الرئيسية، مثل السرطان أو كوفيد-19، إلى اتخاذ الأفراد قرارات مضللة بشأن صحتهم.
- ولقد تم تليفيق الكثير من الأخبار الكاذبة لإثارة الصراع الاجتماعي وتكثيفه. وعندما يكون لدى كل جانب من الصراع "حقائق" خاصة به، فإن ذلك يؤدي إلى مزيد من الاستقطاب داخل المجتمعات ويمكن أن يؤثر على النتائج الانتخابية.

• تتوقع الجامعات والكليات من الطلاب أن يستخدموا مصادر معلومات عالية الجودة في أداء الفروض الدراسية. ومن ثم يمكن أن يتلقى الطلاب الذين يستخدمون مصادر تمنحهم معلومات خطأ أو مضللة درجات أقل. (التحقق من الاخبار، ص 16).

• إحدى أهم الأسباب التي تجعل من الأخبار الكاذبة والإشاعات على الإنترنت مشكلة صعبة، هي كون هذه الأخبار قابلة للتصديق في معظم الأحيان، الأمر الذي يجعلك تنجذب إليها بسرعة. كما أنّ الكثير منها يتم إعداده خصيصاً لخلق شعور بالصدمة لدى القراء أو المتلقين. من المهم إذن أن في مثل هذه الحالات أن تسيطر على ردّ فعلك العاطفي. وتوسّع بدلاً من ذلك إلى التعامل مع ما تتلقاه بحكمة ومنطق. استعن بمهارتك التحليلية، وفي كلّ مرّة تتلقى فيها رسالة تحمل خبراً ما، اسأل نفسك ما يلي: لماذا تمّت كتابة أو إعداد هذا الخبر؟ ما الهدف منه؟ هل يسعى هذا الخبر لإقناعي بوجهة نظر معيّنة؟ هل تهدف هذه الرسالة لجعلي أشتري منتجاً معيّناً؟ هل يهدف هذا الخبر إلى نقلي إلى موقع إلكتروني آخر؟ وإذا كان الحال كذلك، فما هو السبب يا ترى؟ هذا النوع من التفكير هو خطّ الدفاع الأول الذي يحميك من الوقوع فريسة للأخبار المضللة والشائعات الكاذبة. تصفح على موقع فرصة

• آليات المواجهة والتحقق من الأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي

لقد ظهرت في السنوات الأخيرة عدة مبادرات إعلامية لمواجهة الأخبار الكاذبة لاسيما بعدما أصبحت البيئة الرقمية ومن خلالها شبكات التواصل الاجتماعي، مصدراً مهماً في استقاء المعلومات والأخبار من قبل الصحفيين والمراسلين المشتغلون بمؤسسات إعلامية، هذا ما أدى إلى تضاعف الضغوطات والضرورات من أجل إيجاد آليات للتحقق ومواجهة الأخبار الكاذبة ووضع طرق وسبل لمواجهتها.

1. خطوات للتحقق من الأخبار الكاذبة

وقد قدمت مجموعة من الخطوات للتحقق من الأخبار والصور والفيديوهات التي تنشر على المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية لعل أهمها:

أ. من الذي يحمل المحتوى:

- هل يبدو أنه شخص معروف أو جهة رسمية؟

- هل يمكنك الوصول إليه والتحدث معه؟

ب. ابحث عن أصل الصورة سواء أكانت ثابتة أو مقتطفة من فيديو، افعل هذا دائماً لأنك قد تعرف إذا كانت الصورة قديمة أو حديثة.

تسمى هذه العملية بالبحث عن الصورة Image Search أو العكس أو عكس البحث عن الصورة Image Search Reverse.

ج. ابحث عن المؤشرات في أي صورة أو فيديو في أي شيء يمكنه مساعدتك، معالم أو إشارات أو الحالة الجوية.

د. ابحث عن أدلة مساندة: ما الذي يقوله الآخرون؟ وما الذي تقوله التقارير الأخبارية عن نفس الموضوع؟

هـ. حاول الوصول إلى مصدر في موقع الحدث للتحقق من صحة الصور أو الخبر قد يكون هذا المصدر شاهد عيان أو مراسلك الصحفي (التحقق من الاخبار، ص 16).

و. يجب تطبيق الأدوات التقنية التي تمكن من التأكد من استراتيجية التحقق من مصداقية الهوية والأماكن والصور ومن بين هذه الأدوات ما يلي: (حسين رفعت، 2019، ص 80).

1. التحقق من الهوية:

وذلك من خلال استخدام أدوات رقمية للعثور على معلومات الاتصال وحسابات الأفراد الذين ينشطون على منصات التواصل الاجتماعي ويتم ذلك من خلال مجموعة من التطبيقات مثل: Search, All Area Codes, Facebook, Graph, Any Who.

2. التحقق من الأماكن:

هل فعلا حصل حدث ما في المكان الذي يقول الناس أنه حصل فيه وذل من خلال تطبيقات أيضاً مثل: Flickr – Free – Ocr.com – google maps – Nasa Earth – Observatory.

3. التحقق من الصور:

هل تعرض صور معينة ما يخص حقاً؟ ويتم ذلك من خلال تطبيقات أيضاً لعمل على التحقق من الصور ومدى صحتها ودقتها من أمثلة هذه المواقع والتطبيقات: Eindexif.com – Fotoformsics – google – search by ...imageJeffry's Exif Viwer

حيث برزت مؤخرًا العديد من المبادرات خصوصًا على موقع فيسبوك لمحاربة الأخبار الزائفة، ومن بين المبادرات برزت في الجزائر تجربة حديثة لمجموعة من الشباب قاموا بإنشاء صفحة أطلق عليها اسم **FAKE NEWS DZ**، خاصة أن الباحثين أشاروا إلى أن مبادرتهم في البداية كانت تنحصر فقط في كشف الإشاعات والأخبار الكاذبة بالتعليق على المنشورات التي تروج لها على صفحات فيسبوك، بعدها قاموا بفتح هذه الصفحة التي يتم من خلالها نشر الأخبار الزائفة الأكثر انتشاراً وتداولاً على مواقع التواصل الاجتماعي وتكذيبها بتقديم أدلة. و التي حاولوا القيام بعدة خطوات حتى ولو كانت بسيطة لكشف الأخبار الزائفة تعتمد طريقة عمل الفريق على تصفح الصفحات الأكثر شعبية والمواقع الأخبارية، وعلى تبليغات المشتركين في صفحاتهم، بعدها تأتي مرحلة التأكد من الأخبار الأكثر تداولاً، وذلك يكون من خلال التحقق من المصدر ودرجة مصداقيته، ومعرفة ما اذا كان الخبر قد تم تفنيده من جهة ما، إلى جانب فحص الصور المرافقة للخبر باستعمال برامج مثل Google image، Fotoforensics.Com، Tineye، أو بالبحث في Youtube عندما يتعلق الأمر بالفيديو، وأحياناً الاتصال بالجهة المعنية بالخبر للتحقق من صحته.

ويسهر الفريق على احترام قواعد معينة، مثل عدم نشر الشائعات التي لم تعرف انتشاراً واسعاً، كما لا ينشر التكذيب الذي لا يتوفر على دليل، ويسعى الفريق مستقبلاً إلى فتح موقع إلكتروني متخصص في محاربة الأخبار الكاذبة. (حسين رفعت، 2019، ص 80).

طرق التصدي للأخبار الكاذبة عبر تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي لنشر المصداقية:

- بغية التصدي لانتشار الأخبار الكاذبة والحد من انتشارها بغية تجنبها لاسيما عبر ما تبثه شبكات التواصل الاجتماعي لمواجهة مختلف التحديات، ولعل أبرزها صعوبة وضع تعريف دقيق وواضح للأخبار الكاذبة، وتحديد المعايير

اللازمة للتعرف عليها، فهذا الموضوع تحديداً فيه اختلاف كبير بين الباحثين والدارسين في الشأن الإعلامي، ففي حين ينظر البعض منهم إلى الأخبار الساخرة على أنها أخبار زائفة ومضللة، يرى الآخرون عكس ذلك ما دام شرط النية والقصد كما أشرنا إلى ذلك سابقاً غير متوفر، كما أن النقر على الروابط التي تحيلنا إلى الخبر من أجل قراءته (وهي تقنية غرضها الرئيسي زيادة الإثارة والانتباه)، يعتبر من معايير الحكم على مضمون ما بأنه مضلل في حين لا يعتبر كذلك لدى البعض الآخر من الباحثين (رحموني لبني، 2020، ص 205).

يمكن لنا كمتابعين لوسائل التواصل الاجتماعي أن نلاحظ مجموعة من الأخبار والصور والفيديوهات التي تنتشر بشكل كثيف على شاشات هواتفنا، وغالباً ما ترد دون ذكر مصادرها الحقيقية ودون التطرق إلى ماهيتها سواء حقيقية أم زائفة. على صعيد آخر، لنا أن نتخيل مثلاً أن مقالتي إخباريتين تتم مشاركتهما في وقت واحد عبر الإنترنت: الأولى هي قصة حقيقية، لحادثة وقعت ونُشرت بكل تفاصيلها، وتم التحقق منها بدقة من قبل منظمة لجمع الأخبار تتمتع بمصداقية - كمؤسسة ذا نيويورك تايمز؛ والثانية هي قصة لحادثة وهمية، كاذبة أو مضللة، ولكن صُممت المقالة لتقليد محتوى غرفة أخبار ذات مصداقية، بدءاً من عنوانها إلى الطريقة التي تمت مشاركتها بها. ولأغراض التمييز بين هاتين المقاليتين، نلاحظ أن المقالة الأولى - المصممة بطريقة إخبارية مهنية - تحظى باهتمام محدود، والهدف منها هو نشر الحقيقة وإعلام الناس بما يجري في العالم من حوادث؛ بينما الهدف من المادة الثانية، والمصممة للانتشار بشدة، هو جمع التفاعلات والمشاركات لتكون بيئة خصبة للإعلانات فيما بعد. تستغل هذه المقالة عينها الطريقة التي تتعامل بها أدمغتنا مع معلومات جديدة، بالإضافة إلى الطريقة التي تقرر بها وسائل التواصل الاجتماعي ما يُعرض لنا من إعلانات أو عروض، وبهذا فإنها تتسلل عبر الإنترنت وتشيع المعلومات الخاطئة، وفوق هذا تعرّضنا لكم هائل من الإعلانات.

هذا ليس تصوراً افتراضياً، إذ أنه يحدث يومياً في الفضاء الرقمي، عندما ننظر إلى ما تتداوله المجموعات والصفحات والمواقع الإخبارية التي تلهث وراء الإعجابات والمشاركات من أخبار، فقط لتحقيق مكاسب اقتصادية فوق كل شيء. تستفيد هذه الصفحات من موضوع الإعلانات من خلال ربطها بشركات تمتلك حقوق ملكية الإعلانات على منصات التواصل الاجتماعي، فيسبوك مثلاً، بطريقة تتيح لهذه الشركات بثّ إعلاناتها عبر عقود تتمّها مع المؤسسات المسؤولة عن مواقع التواصل الاجتماعي، تضمن شراء مساحات إعلانية على صفحاتها. يعدّ موقع فيسبوك في هذا السياق أكثر المنصات ملاءمةً لأصحاب الفعاليات الاقتصادية، ومرّوجي الحملات الانتخابية، أو أيّ نوع من الأعمال التي تستلزم مساحة إعلانية، بشكل أعم، لما يضمنه من سرعة في وصول الإعلانات هذه إلى شاشات المستخدمين، وسهولة في التعامل معها. وبصرف النظر عن قضية التفضيلات وعرض مواد إعلانية تتناسب مع المحتوى الذي يهتم به المستخدم، فإنه كلما زاد عدد التفاعلات على صفحة من صفحات فيسبوك، تكون مرشحة أكثر كإرضية لمواد إعلانية، ولهذا فإن مشرفي هذه الصفحات يسعون وراء الأخبار التي تلفت الانتباه وتجذب عين المتابع، بغض النظر عن دقة المحتوى.

ولهذا يسعى الدراسيين والباحثين في هذا المجال إعطاء حلول تقنية لتقفي أثر الأخبار الزائفة حيث أن الظاهرة عرفت ازدهار واسع، وللحد من انعكاساتها لابد على كل الأطراف المتداخلة في العمل الصحفي من معاهد تكوين وصحفيين والمشرفين على المؤسسات الإعلامية والنقابات التمثيلية للمهنة والهيئات المنظمة لقطاع الإعلام أن تقدم حلولاً ملموسة بهدف تقديم أخبار تحترم المقاييس المهنية تحاول وجود مناهج واستراتيجيات للقضاء على تفشي الظاهرة خاصة أنه عرف اتساع من جميع الميادين. ومن بين الآليات التي لابد من اتخاذها هي أن:

الحذر من الحسابات الوهمية حيث تقع المسؤولية الأكبر على عاتق الصحفي الذي عليه قبل نقل أي خبر متداول على مواقع التواصل الاجتماعي طرح بعض التساؤلات، والتي أولها مرتبطة بهوية ناشر الخبر، فكثيراً ما نتابع أخبار لا ندري هل هي صحيحة أم مزيفة، ولا حتى هوية ناشرها، هل حسابه وهمي أم حقيقي، هنا ينصح الخبراء في مجال في الجرائم الإلكترونية وأمن المعلومات الصحفيين بالتدقيق في هوية صاحب الحساب، وللتفريق بين الحساب الوهمي والحقيقي يمكن أن ننتبه إلى تاريخ إنشائه، غالباً الحسابات الوهمية تكون جديدة ولا تنشر باستمرار، حساباتها تحتوي على صور فقط والأسماء تكون مستعارة مركبة من اسمين (لا لقب)، يرفض أصحابها التواصل بالصوت ولا تفصح عن اسم مدينة الإقامة. (حسين رفعت، 2019، ص 78).

التحري عن مصدر المعلومة بعد التأكد من هوية صاحب الحساب أو الصفحة وتحديدها، على الصحفي أن يحدد حجم القيمة الإعلامية لهذه الأخبار، هل هي مهمة لدرجة تستحق أن يتحقق منها، بعدها يجب التحري عن المصدر الذي قدم هذا المحتوى، هل هو معروف واضح الهوية، هل هو من الصحفيين المواطنين أو الناشطين المعروفين؟ هل سبق وأن قدم أخباراً موثوقة؟ هل المعلومات الواردة يمكن التحقق منها من مصادر أخرى مختلفة؟ هل يوجد تناقض بين المضمون والمعلومات أو الصورة المرافقة له؟ كلها أسئلة لا بد من التحقق منها للوصول إلى مصدر المعلومة.

كما يجب الابتعاد عن المضامين المنشورة في حسابات أو صفحات مجهولة، أما إذا كان الحساب معروف الهوية حاول أن تتصل بصاحبه، تتبع المسار الزمني للموضوع وتطور مضمونه على الشبكة وصولاً إلى أول مصدر قام بنشره، أي مضمون لا يحوز على أدلة قاطعة على مصداقيته يجب تجنب نشره. وقد تم وضع تطبيقات لمعرفة أول من وضع الصورة أو الفيديو أول مرة لحماية الأشخاص من جهة. وحماية حرية الأفراد في ملكية المحتويات وتجنب السرقة العلمية.

تطبيقات ومواقع للتحقق من صحة الصور والفيديوهات قد تكون الأسئلة والخطوات سلفة الذكر غير كافية للحصول على أدلة عن صحة المعلومة، هنا لا بد على الصحفي المتمكن بالاعتماد على تقنيات التحليل للتأكد من صحة الخبر، خصوصاً ما تعلق بالصور والفيديوهات. (حسين رفعت، 2019، ص 78).

- ويمكن أيضاً مواجهة الأخبار الكاذبة من خلال أساليب مثل أسلوب قتل الخبر الكاذب بخبر كاذب، آخر أكبر منه حجماً، حيث يمكن تدمير ذلك الخبر الكاذب بخبر كاذب أكبر من ناحية الكذب، كذلك يمكن انتهاج أسلوب تكذيب الخبر، فبعض الأحيان عند السكوت على الأخبار الكاذبة يزيد انتشارها وتأثيرها وكذلك عند الخروج ومحاولة تكذيبها علناً يزيد من انتشارها لدى أفراد لم يكن لهم علم بها، لذلك يتطلب في هذه الحالة نشر عكسها (الأخبار الكاذبة) لكن دون الإشارة لها، والأسلوب الأخير يتمثل في القضاء على الأخبار الكاذبة بالمعلومات، ويعتبر هذا الأسلوب من أنجع الأساليب للقضاء عليها، لأن الخبر الكاذب ينتشر في بيئة خالية من المعلومات، لذلك يتطلب توفير المعلومات والأخبار الدقيقة والكاملة بالسرعة اللازمة لمواجهة لكل ما يدعم انتشار مثل هذه الأخبار الكاذبة (عصام رمضان محمد، 2019، ص 10).

- ويمكن التصدي للأخبار الكاذبة من خلال تصميم حملات توعية للجماهير كون أن هذه العملية مسؤولية الجميع لذا يتطلب محاربتها على الصعيد الفردي والجماعي ويمكن تصميم حملات لرفع الوعي لدى الجماهير بهدف عدم تصديق أي خبر إلا إذا كانت مصادره موثوقة ورسمية، وعدم الثقة فيما ينشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي إلا بعد التأكد والفحص الدقيق (صلاح زين الدين، 2019، ص 34).

كذلك يجب محاربة الأخبار الكاذبة بوسائل رقمية ترصد مسباتها ونقاط قوتها والرد عليها بشكل عكسي، ويتم ذلك من خلال أسلوب مشاركة الجمهور في الحصر، والتحقق من صحة أو بطلان ما يتم تلقيه من رسائل فورية من خلال الاستفادة من اهتماماتهم بالمشاركة بشكل دائم وتوفير وسائل مجانية بسيطة ومتعددة الوسائط لمكافحة الأخبار الكاذبة ورصدها.

- دور التربية الإعلامية الرقمية في التصدي لهذه الظاهرة أو المشكلة، فهي تسعى إلى تزويد الأفراد بمهارات التعامل مع وسائل الإعلام (التقليدية والجديدة) عن طريق تمكينهم من الوصول إلى الرسائل الاتصالية المنشورة عبر تلك الوسائل والمنصات، ومواقع الشبكات الاجتماعية، ومن ثم تحليلها وتقييمها والتحقق من دقة البيانات والمعلومات الواردة فيها والرجوع إلى مصادرها للتأكد من صحتها ومصداقيتها، كما أنها تبين للفرد كيف يؤثر الإعلام في حياته اليومية بطرق مباشرة أو غير مباشرة وتطور مهارات استخدامه للأدوات والتطبيقات المتوفرة عبر شبكة الإنترنت والتي يمكن عدها بأنها أدوات تساعد المستخدم في تحليل المحتوى الذي يتعرض إليه، وهو أمر يزيد من فرصة التحقق من الأخبار والصور والمقاطع المرئية التي يتعرض إليها الفرد أو يشاهدها (حسين رفعت، 2019، ص 78).

ويتبلور دور التربية الإعلامية الرقمية، بشكل أكثر وضوحاً في محاربة الأخبار الكاذبة والشائعات وكشف المعلومات الخاطئة من دورها في تنمية وتعزيز قدرات ومهارات التفكير الناقد لدى الأفراد والمستخدمين فالتفكير بطريقة ناقدة يعد عنصراً مهماً من عناصر التعامل بوعي ووضوح مع وسائل ومنصات الإعلام وتحديد ما هو سلبي وإيجابي من رسائل تنشر وتبث عبرها وتمكينهم أيضاً التمييز بين الحقائق وبين الآراء وهو عامل آخر يسهل علينا كمستخدمين من كشف المعلومات الكاذبة والسعي لإيقاف انتشارها ووصولها إلى أعداد أكبر من الجمهور (حسين رفعت، 2019، ص 80).

- إن حاجتنا للتربية الإعلامية هو التزام بالمبادئ النبيلة التي لا تسمح بنشر الأكاذيب، ولا تسلط الضوء على القضايا غير نافعة، التي توظفها بطريقة دعائية تكسب فيها أرباح مادية أو تكسب رضا جهة سياسية معينة، لذلك فهي دعوة لتدريب وإعداد وتزويد العاملين بالمؤسسات الإعلامية والمستخدمين للفضاء الافتراضي بمهارات تجعله يتأكد ويتقصى المصدقية على مختلف المستويات.

توصيات:

- توجيه الرأي العام نحو التحري عن مصادر الأخبار الصحيحة.
- السعي إلى غرس المبادئ السليمة مثل الاتصاف بالمصدقية والموضوعية في نقل وتلقي الأخبار.
- نشر القوانين الصارمة في تطبيق الإيجابية والمصدقية على مختلف الأصعدة مفادها وضع حد لهذا التضليل الإعلامي سواء المقصود أو الغير مقصود.
- استحداث الضوابط القانونية والتشريعية الكفيلة بالتصدي لمن ينشر الأخبار الكاذبة.
- محاولة رد كل من ينشر وينقل الأخبار الكاذبة، بالتوجيه وفق المنظومة القيمية والأخلاقية.
- استحداث تطبيقات بها من الذكاء ما يؤهلها للكشف عن الأخبار الكاذبة وتعطيل مصادرها.
- محاولة مواكبة التكنولوجيا وتطبيقات الاعلام الجديد من خلال وضع فضاء للتواصل الحر والصادق.

- استحداث أقسام داخل المؤسسات الإعلامية مخصصة للتحقق من الأخبار الكاذبة ومواجهتها.
- استحداث أقسام متخصصة في البحث والتقصي والتحقق من صحة البيانات والمعلومات حتى لا تنشر أي وسيلة أي خبر دون أن يتم تقييمه والتأكد من مصداقيته على مستويات مختلفة.
- _ على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي إدراك حقيقة أن الأخبار الكاذبة تنتشر بسرعة وتحرز إعجابات كثيرة، لذا عليهم توخي الحذر المضاعف عند رغبتهم في نشر خبر كثر عليه التعليقات وعلامات الإعجاب "لايك".
- _ على المتلقي أن لا ينسى أن حضوره الدائم المستمر على منصة أو منبر إعلامي بعينه سيحد إلى درجة كبيرة من تصوراته عن الأشياء، وسيصبح أكثر تقبلاً لقبول وتمير القصص الكاذبة. وبناءً على ذلك لابد للمتلقي أن ينوع منابر الإعلامية المفضلة.
- _ حين نشخص قصة مفبركة أو خبراً كاذباً، علينا أن نثقف الآخرين باتجاه هذه المعرفة، ومجرد الامتناع عن نشر القصة لا يكفي، إذ يجب أن نكون فاعلين في التعامل لوقف انتشار الأخبار الكاذبة.

تأثير الأخبار الكاذبة على مصداقية المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

- باريس (أ ف ب) - تتسلل "الأخبار الكاذبة" بشكل متزايد كل يوم إلى النقاشات السياسية فتزعزع ثقة الرأي العام الضعيفة أصلاً في المؤسسات وفي وسائل الإعلام المتهمه بدورها بأنها تقف وراءها.
- ودونالد ترامب هو من روج لعبارة "الأخبار الكاذبة" (فايك نيوز) التي أصبحت سلاحاً شفهياً لمهاجمة الاعلام قبل كل شيء ويلجأ إليه أكثر وأكثر السياسيون في إسبانيا مثلاً والصين وبورما وروسيا.
- "الأخبار الكاذبة" اتهام يعني كل شيء ولا شيء في آن، سواء كان الامر يتعلق ب"أخبار كاذبة" يروج لها عمداً بهدف الإساءة، أو بقلة المهارة أو بأخطاء وأيضاً بمعلومات تم التدقيق فيها والتحقق منها.
- ترامب يدخل "الأخبار الكاذبة" في النقاشات -
- بعد حوالى عامين على فوز دونالد ترامب في الانتخابات الرئاسية، لا يزال النقاش محتدماً: هل أثرت "الأخبار الكاذبة" على تصويت الأميركيين في الاقتراع الرئاسي في 2016؟.
- وكانت الأخبار الكاذبة كثيرة خلال الحملة الانتخابية. واتهمت هيلاري كلينتون بإقامة علاقات مع شبكة مغتصبي أطفال في حين حظي دونالد ترامب بدعم البابا.
- وكان للتضليل الاعلامي "آثار كبرى" على الاقتراع، كما يؤكد باحثون من "اوهايو ستايت يونيفرسيتي" استجوبوا ناخبين لمعرفة ما إذا كانوا صدقوا بعض الأخبار الكاذبة.
- ولم يتمكن الباحثون من تأكيد أن "الأخبار الكاذبة" كانت حاسمة لنتيجة الاقتراع، لكنهم أكدوا أن نسبة 0,6% من الناخبين - أي 77744 شخصاً في ثلاث ولايات اساسية - كانت كافية لتعديل خيارهم وتغيير نتيجة كبار الناخبين وبالتالي الانتخابات الرئاسية.

ومنذ وصوله إلى البيت الأبيض، لم يتوقف ترامب عن وصف أي معلومات لا تصب في مصلحته، بأنها "أخبار كاذبة". (في شهر حزيران/يونيو وحده، استخدم هذه العبارة في 22 من تغريداته)، في حين أن المقربين منه ذهبوا إلى حد الخلط بين الصحيح والكاذب بالإشارة إلى "حقائق بديلة".

ويضر ذلك بمصداقية الإعلام الأميركي ويتحدث البعض اليوم عن حقبة "ما بعد الحقيقة". ويقول جون هاكسفورد من جامعة "إيلينوي ستايت يونيفرستي" أن "الحقيقة لم تعد تعتبر مهمة". وأضاف "يبدو أن الكذب والتزوير يساهمان في ترسيخ سمعة ونفوذ أولئك الذين يلجأون إليهما بين الأنصار". وتفيد بعض الدراسات أنه في موازاة الاستقطاب المتزايد للمواقف السياسية، زاد عدد الأشخاص المستعدين لتصديق الأكاذيب: فقد أظهرت دراسة تعود إلى 2017 أن 51% من الناخبين الجمهوريين كانوا يعتقدون أن باراك أوباما ولد في كينيا، وهي خدعة تم تكذيبها عشرات المرات.

ويرفض كثيرون معلومات لأنها "تصطدم بمفهومهم عن العالم"، بحسب دراسة أجراها باحثان من دارماوث كوليدج (الولايات المتحدة) وجامعة أكستر (بريطانيا). وأضافت أن "بعض الأشخاص الذين لديهم معلومات خاطئة قد يكونون مدركين، أقله ضمناً، أن معلومة معينة صحيحة، لكن يجدون صعوبة في الإقرار بذلك". - كيف تحول "الأخبار الكاذبة" إدراكنا اليومي -

بحسب دراسة أجراها معهد "يوغوف" للاستطلاعات لصالح رويترز انستيتوت في 37 بلداً عبر العالم، أن الثقة بالأعلام ضئيلة جداً بنسبة 44% رغم أنها مستقرة.

من نصدق ومن لا نصدق؟ الصحيفة التي تدين فساد مسؤول، أو المسؤول الذي يؤكد أنها "أخبار كاذبة"؟ إضافة إلى دونالد ترامب الذي يتعرض بانتظام لانتقادات لمبالغاته وافتقاره إلى الدقة أو تناقضاته، يصبح المشهد أقل وضوحاً عندما تقوم دولة مثل أوكرانيا ب"اختلاق قضية موت" الصحافي الروسي اركادي باتشينكو نهاية ايار/مايو لمنع تعرضه لمحاولة اغتيال، بحسب السلطات المحلية.

ويقول الأمين العام لمنظمة "مراسلون بلا حدود" كريستوف دولوار أن هذه القضية التي تناقلتها عن حسن نية وسائل الإعلام في العالم "حجة للمشككين والمؤمنين بفرضية المؤامرة على كافة أشكالهم. في وقت تُضرب الثقة بالأعلام إلى هذه الدرجة، فإن دولة تتلاعب بهذا الشكل بالحقيقة، تزيد الأوضاع تعقيداً".

وحذرت الهيئة الفرنسية لتنظيم الإعلام البصري والمسموع، الفرع الفرنسي لقناة "راشا توداي"، بسبب تحقيق "يفتقر إلى النزاهة" حول سوريا. في اليوم التالي، اتهمت هيئة "روسكوماندزور" الفدرالية بدورها قناة "فرانس 24" الفرنسية الدولية بانتهاك القانون الروسي حول الإعلام. فقد باتت مصداقية الإعلام تصطدم بالرهانات السياسية.

ويشرح جون هاكسفورد أن شبكات التواصل الاجتماعي قادرة على تكبير حجم التضليل الاعلامي لـ "مجرد تقاسم عدد كبير من الاشخاص مقالاً كاذباً، إذ أن تناقله يضيف عليه مصداقية".

وأشارت دراسة لجامعة "ماستشوسيتس انستيتوت اوف تكنولوجيا" الأميركية الراقية نشرت نتائجها مطلع آذار/مارس إلى أن "الأخبار الكاذبة" تنتشر بسرعة أكبر من المعلومات الصحيحة على "تويتر" مهما كان الموضوع الذي تتناوله.

- أزمة وجود بالنسبة إلى شبكات التواصل الاجتماعي -

ويرى كثيرون أن فيسبوك أصبح الأداة الرئيسية للتضليل الإعلامي في السنوات الأخيرة.

وجاءت فضيحة "كامبريدج اناليتيكا" التي أرغمت فيسبوك على الإقرار بتسليم الشركة البريطانية بيانات شخصية لـ 87 مليون مستخدم دون موافقتهم، لتضرب سمعة المؤسسة التي تتعرض لانتقادات بانتظام بسبب السماح بنشر على موقعها كميات من الأخبار الكاذبة.

في الولايات المتحدة، استهدف المدعي العام روبرت مولر حسابات عدة على "فيسبوك" وصفحات تديرها مؤسسة "انترنت ريسيرتش اجنسي" ومقرها روسيا، في التحقيق حول تدخلات روسية محتملة في حملة الانتخابات الرئاسية في 2016.

وأدى مدير "فيسبوك" مارك زاكربيرغ ادلى بافادته أمام الكونغرس الأميركي والبرلمان الأوروبي بعد فضيحة "كامبريدج اناليتيكا".

ولإثبات نيته في التغيير، أطلق العملاق الأميركي في 2018 حملة تقنية وإعلامية بدأها نهاية 2016 بتوقيع اتفاق مع أكثر من 25 وسيلة إعلام في 15 بلداً كالارجنتين والولايات المتحدة وفرنسا واندونيسيا، الهدف منه أن تقيّم وسائل الإعلام هذه "صحة المقالات" التي يتم التداول بها على فيسبوك. وبالتالي، إبلاغ الموقع إذا كانت الأخبار غير صحيحة، ليلجأ إلى "خفض تناقل (هذه المقالات) (...) بـ 80% تقريباً" إذا تبين أنها مضللة.

والبرازيل بين الدول التي تشهد حملات مكثفة للتضليل الاعلامي وتستثمر فيها فيسبوك.

وتقول كريستينا تارداغويلا التي أسست مؤسسة برازيلية للتحقق من الوقائع، لفرانس برس، "تم بث العديد من الرسائل السمعية بمعلومات خاطئة تقول مثلاً بأنه من المستحيل شراء لحوم في ريو أو تدعو إلى التجمع في هذا المكان أو ذاك استناداً إلى تعليمات مسؤولين نقابيين مفترضين."

وأضافت "عندما كنا نتحقق لدى النقابات لم يكن ل+بيدرو+ أو +خورخي+، باعني الرسائل، أي وجود ولا حتى أماكن التجمع."

لكن الرسائل لم تبث على فيسبوك أو بثت بشكل محدود، بحسب تارداغويلا التي ترى أن الأخبار الكاذبة تنشر أكثر وأكثر على تطبيق "واتساب" الذي يستخدمه أكثر من مليار شخص في العالم ويلقى شعبية كبرى في أميركا اللاتينية وأفريقيا والهند.

وكشفت دراسة يوغوف أنه حيال الخطر الذي يهدد الثقة بالاعلام، اللجوء إلى وسائل التواصل الاجتماعي كفيسبوك للاطلاع على معلومات يتراجع لصالح تطبيقات مثل "واتساب".

وتقول تارداغويلا أن نظام الرسائل النصية القصيرة "سيصبح منصة +الأخبار الكاذبة+ خلال الانتخابات الرئاسية البرازيلية" في تشرين الأول/أكتوبر.

تماماً كفيسبوك، يتهم "واتساب" بتشجيع الترويج للأخبار الكاذبة التي لها أحياناً عواقب مأساوية. بحسب الصحافة الهندية، قتل ما لا يقل عن 25 شخصاً في الهند خلال عام بسبب شائعات تم التداول بها بين المستخدمين الـ 200 مليون لواتساب.

وأعلن واتساب أيضاً البدء باتخاذ تدابير، بينها إمكانية أن تخلق وسائل إعلام حسابات يتقدم عليها المستخدمون ببلاغات حول أي معلومات مشكوك فيها.

لكن من غير الوارد بالنسبة إلى المؤسسة ان تذهب إلى أبعد من ذلك. على "واتساب"، الدعوات أو الرسائل التي غالباً ما يتم التداول بها بين الأفراد مشفرة، "ولا يمكن لأي جهة ثالثة بما فيها واتساب قراءتها أو الاستماع إليها"، بحسب المؤسسة. وهذا يضمن عامل السرية، لكن يخلق صعوبة للتصدي للتضليل الاعلامي.

وأعلنت مجموعة "غوغل" في آذار/مارس عن استثمارات بقيمة 300 مليون دولار على ثلاث سنوات لتطبيق سلسلة مشاريع ترمي إلى محاربة التضليل الاعلامي ودعم الإعلام "ذات مصداقية".

- وماذا بعد؟ -

رغم المبادرات للتحقق من المعلومات (149 في العالم أحصتها ريبورتس لاب في ديوك يونيفورسيتي)، فإن التضليل الإعلامي يتقدم دائماً على أولى التدابير التي اتخذها عمالقة الإنترنت ولا تزال نتائجها ضئيلة.

وهناك تخوف من أن يستخدم المروجون للأخبار الكاذبة قريباً أداة جديدة هي عبارة عن أشرطة فيديو يتم التلاعب بها بمهارة وتركيبها بشكل يوضع أي كلام في فم أي شخص.

وليس لهذه الأشرطة التي يصعب انتاجها من الناحية التقنية أو التي هي سيئة النوعية، إلا مفعول بسيط. لكن مع التطور التقني، تثير مسألة تحسين نوعيتها قلق الذين يخشون من أن يصبح التمييز بين الحقائق والكذب أكثر صعوبة على الإنترنت

خاتمة

نستنتج من خلال ما سبق أن الأخبار الكاذبة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالعالم الرقمي التواصلي المتمثل بمواقع التواصل الاجتماعي عبر مختلف تطبيقاته خاصة الفايسبوك لنشر الأخبار و المعلومات بمختلف أشكالها باعتبارها فضاء خصب لتبادل المعلومات و فضاء للتحقق الأخباري المغلوط لما له من آثار سلبية على الفرد والمجتمع لما يسببه من فوضى معرفية في تلقي الأخبار الكاذبة والتي تؤدي إلى تضليل الرأي العام ولها تأثير قوي على مصداقية المعلومات وهذا ما يتطلب من جهودات على مستوى جميع الأفراد والهيئات لمواجهة تفشي ظاهرة انتشار الأخبار الكاذبة بتطبيق مختلف الآليات لمحاربة تفشي الأخبار الكاذبة بتطبيق استراتيجيات للحد من انتشارها ومحاولة التصدي لها في ظل التطور الهائل في التكنولوجيا ومحاولة نشر الأخبار الصحيحة التي تتميز بمصداقية.

المراجع:

المجلات:

1. عبديشصونية: الشباب الجزائري والفايسبوك بين فرص الاستخدام ومعضلة الإدمان، طاكسيج كوم، 2016.
2. وديع محمد العززي: الإشاعات وشبكات التواصل الاجتماعي، المخاطر وسبل المواجهة، مجلة الإعلام والعلوم والاجتماعية للأبحاث التخصصية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، المجلد 1، العدد 3، أكتوبر 2016.

المجلات:

1. بشرى جميل الراوي: دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير، ع 108، جامعة بغداد، كلية الإعلام، العراق، 2012م.

الكتب:

2. حسن عماد مكاوي، ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط6، الدار المصرية اللبنانية، مصر، 2006م.
3. لبنى رحموني: الأخبار المضللة عبر شبكات التواصل الاجتماعي مضمونها طرق محاربتها، جامعة العربي بن مهيدي، المجلة الجزائرية للبحوث والإعلام والرأي العام، المجلد 3، العدد 2، ديسمبر 2020.
4. عصام رمضان محمد العليمي: آثار الإشاعات الإلكترونية والجرائم المعلوماتية وآليات مواجهتها، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر العلمي السادس المنعقد تحت عنوان "القانون والشائعات"، جامعة طنطا، مصر، خلال الفترة (22-23) أبريل 2019.
5. صلاح زين الدين: الشائعات الاقتصادية في شبكات التواصل الاجتماعي الأسباب والنتائج وكيفية المواجهة، المؤتمر العلمي السادس المنعقد تحت عنوان القانون والشائعات، جامعة طنطا، مصر، خلال الفترة (22-23) أبريل 2019.
6. التحقق من الأخبار، دليل الصحفي المختصر للتحقق من الأخبار على المنصات الرقمية، مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير.