

الأخبار الزائفة "Fake News" بين الإعلام التقليدي والرقمي:

دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث

في الفترة من (2016م - 2020م)

د. ممدوح عبدالله مكاوي (*)

ملخص البحث:

في إطار الإهتمام البحثي بظاهرة الأخبار الزائفة، تطرقت عدد من البحوث للسياق الذي تعمل فيه الأخبار الزائفة (مثل النظام الاجتماعي والثقافي والتاريخي، وكذلك النظام السياسي، إلى جانب طبيعة الأحداث، مثل الانتخابات أو المناقشة العامة للقضايا). وهناك جانب بحثي آخر يركز على سلسلة الدراسات النقدية؛ للوصول إلى ما وراء قيود الوضع الراهن للنموذج السائد في بحوث الاتصال عبر أبحاث المدرسة الكمية، ويدخل ضمن الاتجاه البحثي النقدي الكيفي تطوير البرامج في مجال محو الأمية الإعلامية؛ الذي يعد أحد المجالات التي يمكن أن تتفوق فيها الدراسات حول الأخبار الزائفة. وتقوم بالفعل بعض الدراسات والبحوث بالبحث في برامج محو الأمية في مواجهة الأخبار الزائفة داخل البيئة الرقمية (McGrew, et al., 2017). واستعرضت الدراسة الحالية نتائج (110 دراسة) تناولت ظاهرة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام، مفهومها، تاريخها وتطورها، وتمثلت نتائجها في لم تكن ظاهرة الأخبار الزائفة ظاهرة جديدة، لكن ما ساعد على بروزها كانت الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م. وتوجه الدول والحكومات نحو تجنيد الجيوش الإلكترونية للحفاظ على الأمن السيبراني للمجتمعات من خلال برامج وخوارزميات الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار الأخبار الزائفة. وربطت الدراسات بين المواد الساخرة وانتشار الأخبار الزائفة، واعتبارها محرك قوى لزعزعة استقرار المجتمعات. واهتمت الدراسات بضرورة التربية الإعلامية ومهارات التفكير الناقد لدى الجمهور باعتبارها أداة فاعلة في دحض الأخبار الزائفة. وكشفت الدراسات عن التدخلات السياسية والقانونية لبعض الدول والحكومات في الحد من انتشار الأخبار الزائفة. كما رصدت الدراسات التأثيرات المختلفة لظاهرة الأخبار الزائفة، مع التركيز على الجانب النفسي لدى الجمهور في ضوء التخطبات الإخبارية المتتالية الغير صحيحة. وركزت الدراسات على وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها محرك قوى في سهولة وفورية انتشار الأخبار الزائفة.

* استاذ مساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام - جامعة بني سويف.

“Fake News” between the traditional and digital media: a critical analysis of a sample of research (between 2016 and 2020)

Within the framework of the research interest in the phenomenon of fake news, a number of studies have dealt with the context in which fake news operates (such as the social, cultural and historical system, as well as the political system, as well as the nature of events, such as elections or public discussion of issues). There is another research aspect that focuses on a series of critical studies. To reach beyond the limitations of the current situation of the prevailing model in communication research through the quantitative school research, and to enter within the qualitative critical research direction to develop programs in the field of media literacy; That is one of the areas in which fake news studies can excel. Some studies and research are already researching literacy programs in the face of fake news in the digital environment (McGrew, et al., 2017). The current study reviewed the results of (110 studies) that dealt with the phenomenon of fake news through the media, its concept, history and development, and its results were that the fake news phenomenon was not a new phenomenon, but what helped its emergence was the 2016 US presidential elections. Countries and governments are moving towards recruiting electronic armies to maintain the cyber security of societies through programs and algorithms of artificial intelligence to limit the spread of fake news. Studies have linked satirical material with the spread of fake news, considering it a powerful engine for destabilizing societies. The studies focused on the necessity of media education and critical thinking skills for the public as an effective tool in refuting false news. Studies revealed political and legal interventions of some countries and governments in limiting the spread of fake news. Studies have also monitored the various effects of the fake news phenomenon, focusing on the psychological side of the audience in light of successive incorrect news confusions. The studies focused on social media as a powerful driver in the ease and immediate spread of fake news.

مقدمة الدراسة:

أصبحت ظاهرة الأخبار الزائفة قضية عالمية منذ إجراء الانتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م، وهذا ما دفع بعض الأدبيات لتناول تلك الظاهرة في سياق المنهج التجريبي وذلك بفحص التأثيرات المحتملة للأخبار الزائفة، ويُعزى ذلك جزئياً إلى صعوبة تحديدها، وقام (Allcott & Gentzkow, 2017) بالبحث في احتمالية تعرض مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الأمريكية لأخبار مزيفة في الأشهر التي سبقت الانتخابات، وأكدوا أن الجميع تقريباً تعرضوا لها. كما أن العدد الهائل من قصص الأخبار الانتخابية الزائفة التي تم نشرها على وسائل التواصل الاجتماعي وتفوقها العددي على الأخبار الرئيسية في الأيام التي سبقت الانتخابات أدى إلى صدمة الكثيرين (Silverman, 2016)، ومنذ تلك الانتخابات، برز مصطلح الأخبار الزائفة بشكر مستمر في الصحافة، ليس بالضرورة لأن وسائل الإعلام الرئيسية تنشر أخباراً كاذبة، ولكن لأن عديداً من الشخصيات السياسية اتجهت إلى اعتبار أي قصص صحفية سلبية تختلف مع اتجاههم أخباراً زائفة (Dempsey, K. 2017).

ولا تعتبر الأخبار الزائفة ظاهرة جديدة فقد عرفتھا الصحافة في القرن التاسع عشر، لكن ثورة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي منحتها أبعاداً جديدة، حيث أصبح من السهل على الأفراد والجماعات الصغيرة وأجهزة الاستخبارات تصنيعها ونشرها على نطاق واسع وفي زمن قصير للغاية، ما يهدد صدقية صناعة الأخبار وثقة الجمهور في ما يقدمه الإعلام، ويخلق مشكلات وأزمات بين الدول. من جانب آخر، تهدد الأخبار الزائفة أو الوهمية نزاهة الانتخابات لأنها تتلاعب بعقول وعواطف الناخبين. في هذا السياق، ظهر عدد من الدراسات حول مدى تأثير هذه النوعية من الأخبار في الانتخابات الرئاسية الأميركية الأخيرة، فقد انتشرت أخبار مزيفة كان مصدرها مواقع روسية ربما تكون قد صبت في مصلحة الرئيس ترامب وكان أشهرها أن البابا يؤيد انتخاب ترامب! (شومان، 2017م).

وعلى الرغم من الإعراف العالمي بوجود "الأخبار الزائفة أو المضللة" التي اختارها قاموس كولينز لتكون "كلمة العام" في عام 2017م، يوجد خلاف واسع النطاق حول ما تمثله هذه الأخبار (Mutsvairo, B., & Bebawi, S, 2019, 147)، فلقد عصف المصطلح الشائع "الأخبار الزائفة" بدول العالم كلها، سواء كانت دول شمولية (ذات زعيم واحد)، أو دول ديمقراطية (لا تتقبل النقد من الصحفيين والمعارضين وحتى المواطنين العاديين). فقد حقق الاستخدام الماكر "للأخبار الزائفة" نجاحاً عالمياً في إضعاف أو إسكات الأصوات المعارضة والآراء البديلة. وأصبح من الطبيعي أن يرفض شخص ما النقد بسهولة من خلال التشكيك في المادة الناقدة، واتهام الآخرين بالإدلاء بأخبار مزيفة (Ibid, 2019, 145).

وبالتالي، من الطبيعي ألا تقتصر هذه الظاهرة على السياقات والحدود الوطنية، فقبل عدة أشهر من الانتخابات الفيدرالية الألمانية التي تمت في خريف عام 2017م،

وصل النقاش حول المعلومات المضللة المنشورة عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي إلى أوروبا، وفي ذلك الوقت، اعتقد 74% من الألمان أن الأخبار الزائفة ستؤدي دوراً رئيسياً في انتخاب رئيس الحكومة الألمانية (Bitkom, 2017, 13)، وأصبحت هذه الأرقام أكثر إثارة للقلق عند النظر في إحصاءات أخرى، حيث أشارت إلى أن 42% من الشباب الألمان البالغين (من سن 14 إلى 24) يشعرون بصعوبة في تحديد الأخبار الزائفة (LfM, 2017, 7).

وخلال القرن الماضي، تم نشر أغلب الأعمال الدعائية والأخبار الزائفة من خلال وسائل الإعلام المملوكة للدولة والتلفزيون والإذاعة والصحف، لكن اليوم، يتم نشرها أيضاً من خلال الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية المتخصصة، وأدى استخدام شبكة الإنترنت إلى بروز مشكلات عديدة، حيث إنها وسيلة حرة لتبادل المعلومات والأخبار، بغض النظر عما إذا كانت حقيقية أم لا؟ ويمكن لمواقع التحقق من المعلومات مثل Snopes معالجة كافة هذه المشكلات، حيث يكون من الصعب أن تواكب هذه المواقع كافة المعلومات التي يتم تدفقها عبر الشبكة (Tim Bajarin, 2018, 2).

ويشهد المجتمع تأثيرات سلبية ناتجة عن الأخبار الزائفة وما زال، فقد أدت هذه الأخبار إلى إثارة العنف ويزور نظريات المؤامرة، وسيادة حالة من عدم الثقة في وسائل الإعلام، وإثارة الشكوك حولها، الأمر الذي شكل تهديداً للدور الذي يؤديه الإعلام في المجتمعات الديمقراطية. وبسبب طبيعة وخصائص الشبكات الاجتماعية، أصبحت المعلومات المضللة سهلة الانتشار. وقد أثبتت الدراسات أن المستخدمين يقومون بمشاركة المحتويات الإخبارية والقصص الصحفية والتعليقات دون أن يقوموا بقرائنها بشكل كامل (Ibid, 2).

ويقوم تعريف وتحديد ما يشكل "الأخبار الزائفة أو الوهمية" على أسس معقدة ومتنازع عليها، وتتمثل إحدى طرق الكشف عن الأخبار الزائفة في التركيز على الدافع الذي يراه دافعاً مالياً وأيديولوجياً (Lim, Richard Tandoc, 2018). ولا يؤدي بالضرورة ضعف مهارات إعداد التقارير أو عدم رغبة المراسل في الالتزام ببعض معايير الصحافة إلى جعل البيئة الإخبارية بأكملها "مزيفة". وتتمثل إحدى طرق تحديد "الأخبار الزائفة" في النظر إلى مصداقية المصدر وإمكانية تصديقه Van (Westerman & Der Heide, Spence, 2012)، وقد تم اقتراح العديد من التعريفات، بدءاً من تعريف (Lazer et al., 2018) الذي يعتبر "الأخبار الزائفة" بمثابة "معلومات ملفقة" أو "قصص مزورة". ويشير مصطلح "الأخبار الزائفة" إلى نشر المعلومات التي تتعمد نشر خطأ مقصود أو تحقيق تضليل متعمد (Rubin & Conroy, Chen, 2015).

وتباينت الدراسات والبحوث التي رصدت ظاهرة الأخبار الزائفة في محاور مختلفة، منها بحوث ودراسات اهتمت بتأثيراتها السياسية والاجتماعية في زعزعة استقرار المجتمعات والدول والحكومات لاسيما بالتركيز علي العملية الانتخابية، وأيضاً

بحوث ودراسات تناولت كيفية مكافحة تلك الأخبار من خلال برامج وخوارزميات الذكاء الاصطناعي والكشف عنها، وكذلك دراسات وبحوث اهتمت بالتربية الإعلامية ودورها في دحض مثل هذه الأخبار الزائفة وضرورة إبراز التفكير الناقد في مواجهتها والتصدي لانتشارها لاسيما في بيئة الفضاء الافتراضي، وهناك دراسات وبحوث رصدت تاريخ تلك الظاهرة والتأصيل لها، كما تناولت بعض البحوث والدراسات جانب الأمن المعلوماتي والأمن السيبراني وتهديد تلك الأخبار للمجتمع المعلوماتي والفكري للدول، وربطت دراسات وبحوث أخرى تأثيرات تلك الأخبار الزائفة علي عمليات التسويق الاجتماعي والعلامات التجارية والتسويق الإلكتروني.

أولاً- المشكلة البحثية:

تحدد المشكلة البحثية في تقديم صورة بانورامية للدراسات التي تناولت موضوع الأخبار الزائفة، حيث سيطرة مصطلح "الأخبار الزائفة" على الخطاب السياسي أواخر عام 2016م، مع ظهور أخباراً تدين الروس بالتلاعب في الإنتخابات الرئاسية الأمريكية، وبالنظر إلى درجة الإهتمام بالأخبار الزائفة، يمكن التوقع بزيادة الإهتمام البحثي بهذا الموضوع في مجموعة من التخصصات. على سبيل المثال، تقوم عديد من البرامج البحثية بتطوير خوارزميات الكمبيوتر وبرامج الذكاء الاصطناعي، التي قد تنجح في تحديد الأخبار الزائفة والكشف عنها (Rubin & Chen, 2015). وتوجد أيضاً مشروعات بحثية لتحليل كميات كبيرة من مضامين الوسائط الاجتماعية في محاولة للتأكد من الدور الذي قد تؤديه البرامج النصية أو برامج الروبوت في نشر المعلومات الخاطئة والمغلوطة لحظة أثناء وقوع الأحداث العامة، بما في ذلك الانتخابات (Howard et al., 2017).

وفي إطار الإهتمام البحثي أيضاً بظاهرة الأخبار الزائفة، تطرقت بعض البحوث للسياق الذي تعمل فيه الأخبار الزائفة (مثل النظام الاجتماعي والثقافي والتاريخي، وكذلك النظام السياسي، إلى جانب طبيعة الأحداث، مثل الإنتخابات أو المناقشة العامة للقضايا). وهناك جانب بحثي آخر يركز علي سلسلة الدراسات النقدية؛ للوصول إلى ما وراء قيود الوضع الراهن للنموذج السائد في بحوث الاتصال عبر أبحاث المدرسة الكمية، ويدخل ضمن الاتجاه البحثي النقدي الكيفي تطوير البرامج في مجال محو الأمية الإعلامية؛ الذي يعد أحد المجالات التي يمكن أن تتفوق فيها الدراسات حول الأخبار الزائفة. وتقوم بالفعل بعض الدراسات والبحوث بالبحث في برامج محو الأمية فيما يتعلق بتحديد الأخبار الزائفة داخل البيئة الرقمية (McGrew, et al., 2017).

ثانياً- أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها في ضوء الإعتبرات التالية:

- إلقاء الضوء علي مصطلح أو ظاهرة (الأخبار الزائفة)، التي باتت تُوْرَق معظم أنظمة وحكومات العالم.
- خطورة الانتشار المتسارع للأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام، وساعد علي سرعة انتشارها ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، وبرامج وريبوتات وخوارزميات الذكاء الاصطناعي.
- تشابك وتداخل تأثيرات ظاهرة الأخبار الزائفة (السياسية والأمنية والإقتصادية.. وغيرها) في المجتمعات. الأمر الذ تداركته بعض الدول وسارعت إلى سن عدد من القوانين والتشريعات لمواجهة تلك الظاهرة.
- حداثة المجال البحثي الذي يرصد ظاهرة الأخبار الزائفة، ويفتح المجال أما الباحثين لتقديم ما يستجد حول تلك الظاهرة وتداعياتها علي كافة المستويات.

ثالثاً- أهداف الدراسة:

- رصد الدراسات واستكشاف الإتجاهات البحثية حول ظاهرة الأخبار الزائفة خلال العام 2016م، حتي العام 2020م، من مختلف المدارس البحثية بأحاء العالم.
- التأصيل العلمي المعرفي لظاهرة الأخبار الزائفة في وسائل الإعلام التقليدية والرقمية.
- الكشف عن النتائج التي توصلت لها الدراسات التي تتناول ظاهرة الأخبار الزائفة.
- الوقوف علي التدابير التنظيمية التي تتبناها الدول في مجال دحض الأخبار الزائفة.
- طرح رؤية مستقبلية بشأن ظاهرة الأخبار الزائفة.

رابعاً- نوع الدراسة ومنهجها:

تتنمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وتعتمد علي منهج التحليل من المستوى الثاني Secondary analysis، ويقوم علي إعادة استخدام البيانات الناتجة من بحوث العلوم الاجتماعية، ويقدم التحليل مصدراً مهماً للبيانات التطبيقية، كما يوفر للباحثين معلومات يمكن الاستفادة منها في معالجة مشكلات بحثية مهمة.

ويعتمد هذا المنهج علي التحليل الكيفي النقدي للدراسات العلمية التي تنتمي لمجال الأخبار الزائفة، بما يسمح برصد وتوصيف وتحليل الإتجاهات البحثية المختلفة والتطور الذي يحدث في تناول ظاهرة الأخبار الزائفة في كافة جوانبها.

خامساً- مجتمع الدراسة وعينتها:

يتحدد الإطار الموضوعي لمجتمع التحليل، في مجموعة البحوث الغربية لندرة الدراسات العربية في هذا الجانب، ذات الصلة بموضوع الأخبار الزائفة بمختلف دول العالم، والتي استطاع الباحث الحصول عليها من خلال المسح الشامل للمكتبات الأكاديمية سواء من خلال المكتبات التقليدية، أو من خلال قواعد البيانات والمعلومات

المتاحة على شبكة الانترنت، وعددها (110 دراسة)، وتمثل الإطار الزمني لعينة الدراسة في البحوث المنشورة من عام 2016م حتى عام 2020م، ويرجع هذا الإختيار لظهور مصطلح الأخبار الزائفة مع إجراء الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 2016م؛ ومن ذلك الحين استخدم المصطلح علي نطاق واسع في دول العالم، وانبثقت عنه عديد من الإتجاهات البحثية الأكاديمية، وتم جمع البحوث عينة الدراسة من خلال المصادر التالية:

- المكتبة الرقمية الخاصة بـ "بنك المعرفة المصري"، (Egyptian Knowledge Bank: www.ekb.eg).

- المكتبة الرقمية السعودية:

<https://sdl.edu.sa/SDLPortal/Publishers.aspx>.

سادساً: تقسيمات الدراسة.

تم تقسيم الدراسة تبعاً لعدة محاور تسمح برصد واستكشاف أهم الإتجاهات البحثية الجديدة في بحوث ودراسات الأخبار الزائفة، مع التركيز علي الدراسات والبحوث الأجنبية لندرة الدراسات العربية التي تناولت هذا المجال البحثي.

المحور الأول: ظاهرة الأخبار الزائفة: اشكالية المفهوم.

تُعرّف الأخبار الزائفة في قاموس كامبريدج للغة الإنجليزية، بأنها "قصص كاذبة تبدو وكأنها أخبار، أو تنتشر على الإنترنت أو تستخدم وسائط أخرى، وعادةً ما يتم إنشاؤها للتأثير على الآراء السياسية أو كمزحة" (Cambridge Dictionary, (n. d.), 2019).

وعُرفت الأخبار الزائفة لسنوات عديدة كنوع من الأخبار غير المهنية وغير الحقيقية، وقد اتصفت هذه القصص الإخبارية الزائفة بعدم صدقها، ولكن لم يكن هذا التصنيف نابغاً من القارئ أو ناشر القصة، ومع ذلك أصبح مصطلح الأخبار الزائفة منذ عام 2016م، مرادفاً لرؤية القراء الذين يعتبرون أي معالجة سلبية للمادة الخبرية أخباراً مزيفة، ويتضمن العمل الإخباري نشر الحقائق حول الأحداث الجارية، وإتاحة الوسائل التي يشارك بها الجمهور في المناقشات السائدة، وقد يتم إنشاء الأخبار ونشرها من قبل أي شخص، ولكن تظل الأخبار الأكثر شهرة هي الأخبار الصادرة عن الصحفيين ووسائل الإعلام الرئيسية، وعادةً ما يتم اعتبار الأخبار الزائفة قصصاً شبيهة بالأخبار لا ترمي إلى تحقيق الإعلام أو التثقيف، بل يتم إعدادها للتجاوب مع القصص التي يتصورها الجمهور حول كل ما يحيط به، والمتاجرة بأسماء المصادر الخبرية واستغلالها من أجل إضفاء صفة الشرعية على القصص المقدمة وتحقيق سهولة نشرها عبر الشبكات الاجتماعية (Humphrey, 2016,131). في حين تعد الأخبار الزائفة "مقالات مضللة عمدًا، وغالبًا ما يتم نشرها من أجل تحقيق ربح أو

منفعة أخرى"، وفي كثير من الأحيان، يكون من الخطأ اعتبارها "الأخبار التي تختلف معها" (Dempsey, 2017).

ويتضح من خلال استعراض الدراسات النقدية التي تناولت مفهوم الأخبار الزائفة أن هناك مجموعة واسعة من التعريفات اقترحها مختلف الباحثين والممارسين. فعلى سبيل المثال يقدم (Lazer et al. 2018, 1094) تصورًا للأخبار الزائفة على أنها "قصص إخبارية تم اختلاقها، ويتم عرضها كما لو كانت من مصادر رسمية ومشروعة، كما يتم الترويج لها عبر وسائل التواصل الاجتماعي لخداع الجمهور من أجل تحقيق مكاسب أيديولوجية أو مالية".

ويعتبر (Zhang, et al., 2019) أن الأخبار الزائفة تشمل جميع أنواع القصص أو الأخبار الكاذبة التي يتم نشرها وتوزيعها أساسًا عبر شبكة الإنترنت من أجل تضليل القراء أو خداعهم أو إغرائهم عن قصد بهدف تحقيق مكاسب مالية أو سياسية أو غير ذلك. وترى (Oremus, 2017) أن الأخبار الزائفة عبارة عن معلومات تم تصميمها لخطئها بالأخبار المشروعة، وهي معلومات خاطئة تم إنشائها عن قصد. ويشير (Levy, 2017, 20) أن "الأخبار الزائفة تقدم إدعاءات كاذبة حول العالم الحقيقي في شكل ومضمون يشبه ما تقدمه المنظمات الإعلامية الرسمية".

ويوضح (Martens, Aguiar, Gomez-Herrera & Mueller-Langer, 2018) أنه لا يوجد إجماع في الأدبيات السابقة حول تعريف محدد للأخبار الزائفة. ولكن توجد مجموعة من الأبعاد المتفق عليها، هي: نوع المعلومات، وزيف المعلومات، ونية الكاتب، وعواقب نشر المعلومات، بما في ذلك (التصور الشخصي للمستقبل) والآثار المجتمعية المترتبة عليها (مثل اضطراب الممارسة الديمقراطية). يقوم البعدان الأول والثاني (أي نوع المعلومات وتزييفها) بحصر تعريفات الأخبار الزائفة، حيث يميلان إلى التركيز على التقارير الإخبارية الخاطئة التي يمكن التحقق منها، بينما تشمل التعريفات الأوسع أي معلومات مضللة أو مشوهة أو مفبركة. ويعكس البعدان الأخيران (أي نية الكاتب وعواقب نشر المعلومات) واقع القصص الزائفة والمتلاعب بها بشكل أفضل، لأن كثيرًا من هذه القصص ليس زائفًا تمامًا، ولكنه يخلط بين الأكاذيب المتعمدة والحقائق المعروفة من خلال تقديم انتقائي للحقائق الجزئية بتقديم سياق خاطئ أو التلاعب في الصور المضافة للقصة الخبرية الحقيقية (Martens et al. 2018).

بالإضافة إلى ما سبق، يرى (Rini, 2017, 45) 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 لهذين؛ يتحدد الأول منهما في تحقيق انتشارها على نطاق واسع، في حين يتحدد الهدف الثاني في خداع بعض المستخدمين". ووفقًا لـ (Visentin, Pizzi & Pichierri, 2019) فهي قصص مزيفة ومضللة ومفبركة (Allcott &

(Gentzkow 2017; Lazer et al., 2018) لكنها تبدو واقعية بشكل ملحوظ (أي تتوافق مع معتقدات الفرد السابقة) (Fulgoni & Lipsman 2017, 100).

ويشمل تعريف الأخبار الزائفة محاولات متعددة لتضليل وتشويه الأخبار (Martens et al. 2018; Wardle & Derakhshan 2017; Gelfert 2018) واستخدام وسائل إعلامية للترويج للأيديولوجيات المستهدفة وتحقيق الارتباك وزرع السخط وإيجاد حالات الاستقطاب (Martens et al. 2018). ويقدم برايان ماكنير (Brian McNair, 2018, p.38) تعريفاً آخر: "التضليل المتعمد (اختراع أو تزوير الحقائق المعروفة) لأغراض سياسية أو تجارية، يتم تقديمها كأبناء حقيقية".

وفي جانب الدراسات التي اهتمت باشكالية مفهوم الأخبار الزائفة والتعرض لها، درس (Allcott and Gentzkow, 2017) مستوى تعرض الأمريكيين للأخبار الزائفة خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016 وفئات المستخدمين التي كانت تعتقد بصحتها. ودرس (Watanabe, 2017) قيام روسيا بنشر المعلومات المضللة في وسائل الإعلام الغربية حول الأزمة الأوكرانية. ويتحدد مجال آخر للبحث في كيفية انتقال الأخبار الزائفة داخل الشبكات الاجتماعية. وعلى سبيل المثال، قام كل من (Vasoughi, Roy, and Aral, 2018) بالبحث في مدى انتشار الأخبار الكاذبة وكذلك الحقيقية عبر شبكة الإنترنت.

واهتم تيار من الباحثين بدراسة المعلومات الخاطئة والأخبار الزائفة من ناحية تصحيح المعلومات الخاطئة والكشف عن تزيفها. وفي هذا المجال، اهتمت البحوث بشكل أساسي بالبحث في أساليب الحد من انتشار المعلومات المضللة من خلال إبراز البيانات والتصريحات التي تهتم بتصحيحها من مختلف المصادر. فعلى سبيل المثال، درس كل من (Bode and Vraga, 2018) كيف يمكن الحد من انتشار المفاهيم والمعلومات الصحية الخاطئة في وسائل التواصل الاجتماعي من خلال تقديم الحقائق الصحيحة، إما بواسطة النظم الخوارزمية أو مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الآخرين. ومن ناحية أخرى، خلص (Nyhan and Reifler, 2010) إلى أن عملية تصحيح المعلومات المغلوطة غالباً ما تفشل وأحياناً ما تزيد من المفاهيم الخاطئة عندما يتم تقديم معلومات سياسية غير صحيحة عن بعض الجماعات الأيديولوجية. وفي دراسة قدمها كل من (Chan, Jones, Jamieson, and Alberracin, 2017) تم تأكيد الارتباط الإيجابي بين الكشف التفصيلي عن زيف المعلومات من جهة ودحض هذه المعلومات المغلوطة من جهة أخرى.

واستهدفت دراسة (Jonas Colliander, 2019) البحث في النتائج المترتبة على التوافق بين آراء المستخدمين تجاه الأخبار الزائفة التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي. واستخدمت الدراسة المنهج التجريبي، وأداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من المستخدمين يبلغ عددها 800 مفردة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية. وأوضحت نتائج الدراسة أن تعليقات القراء وتصرفاتهم تجاه الأخبار الزائفة عبر

وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر في استجابة الآخرين لهذه الأخبار وردود فعلهم نحوها ومدى انتشار هذه الأخبار عبر وسائل الإعلام. فكلما تعرض المستخدم لتعليقات المستخدمين الآخرين الناقدة للأخبار الزائفة، تكونت لديه اتجاهات سلبية تجاه هذه الأخبار، وزادت تعليقاته الناقدة لها، وقلت مشاركته لهذه المضامين، وذلك مقارنةً بالمستخدم الذي يتعرض لتعليقات مؤيدة للأخبار الزائفة أو داعمة لها.

وركزت دراسة (María Celeste Wagner & Pablo J. Boczkowski, 2019) على عملية استقبال الأخبار الزائفة، والتفسيرات والممارسات الخاصة باستهلاكها من خلال البحث في أساليب إدراك المستخدمين للأخبار، وتعاملهم مع المشهد الإعلامي المتغير الذي تسود فيه البيانات المضللة والمعلومات الزائفة. وقامت الدراسة بإجراء 71 مقابلةً متعمقة في شيكاغو وفيلادلفيا وميامي. وتوصلت إلى أن التصورات حول النظام الإيكولوجي الكلي لوسائط الإعلام تتميز بما يلي: (أ) النظرة السلبية لجودة تقارير الأخبار الحالية، (ب) عدم الثقة بشكل خاص في الأخبار المتداولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي؛ (ج) الاهتمام بتأثير هذه الاتجاهات في عادات الآخرين في التعامل مع المعلومات. ولمواجهة هذه التصورات الخاطئة، أشار أفراد العينة إلى الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية التي تهتم بنشر الحقائق، ورفض المواد التي تستند إلى الآراء، والاهتمام بالخبرة والمعرفة الشخصية، وبعامل تكرار المعلومات عبر الوسائل الإعلامية المختلفة، إلى جانب الاعتماد على المصادر الأيديولوجية المشتركة والتحقق من الحقائق، وإجراء بعض الاتصالات الشخصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي مع الأشخاص القادرين على تقييم جودة الأخبار.

واهتم بهاون نارويل (Bhawna Narwal, 2018) بدراسة مصادر وأنواع وتطور الأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الرقمية، وأوضحت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي تعمل كسيف ذي حدين فهي تعمل كوسيلة سهلة ومنخفضة التكاليف لنشر الأخبار بين أفراد الجمهور من ناحية، كما تعمل كمصدر لنشر الأخبار الزائفة وسرعة انتشارها من ناحية أخرى؛ الأمر الذي يؤثر سلبيًا في المجتمع. وفي نفس السياق رصدت دراسة (Álvaro Figueira, Luciana Oliveira, 2017) "الحالة الراهنة لمواد الأخبار المضللة: الفرص والتحديات"، والبحث في دور الشبكات الاجتماعية في نشر المعلومات غير الدقيقة أو الخاطئة وتأثيرات ذلك في العالم الواقعي، والبحث في أساليب الحد من هذه المشكلة وتخفيف آثارها. وقدمت الدراسة مقترحين للتعامل مع هذه المشكلة، يتعلق الأول منهما بالاعتماد على المحتوى المنشور، في حين يستند الثاني إلى القائم بالاتصال، ويقوم المقترحان بشكل أساسي برفع درجة وعي أفراد الجمهور وزيادة قدرتهم على التعامل مع الأخبار الزائفة وتحقيق الاستفادة الحقيقية من الخدمات التي توفرها شبكة الإنترنت.

ولقد كشفت مراجعة الدراسات التي تناولت اشكالية مصطلح "الأخبار الزائفة" عن ستة أنواع من التعريف: (1) أخبار الهجاء، (2) الأخبار الساخرة،

(3) الأخبار الملفقة، (4) الأخبار الوهمية، (5) الصور الزائفة، و (6) دعاية. وما هو شائع في هذه التعريفات هو كيف تلائم الأخبار الزائفة شكل ومظهر الأخبار الحقيقية، حيث تختبئ الأخبار الزائفة تحت مظلة شرعية لأنها تأخذ شكلاً من أشكال المصدقية؛ وكأنها أخبار حقيقية. علاوة على ذلك، إمكانية استخدام روبوتات الأخبار، الأخبار الزائفة التي تحاكي واقع الأخبار من خلال بناء شبكة من المواقع الزائفة (Edson C, et. al, 2018).

وفي دراسة مهمة عن المجتمع السعودي حول تأثير البنية السكانية والعوامل الديموجرافية والثقافة على قبول الأخبار الزائفة، قدم (Giselle Rampersad & Turki Althiyabi, 2020) دراسة لقياس تأثير التركيبة السكانية والثقافة على انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال إلى دراسة كمية معتمدة على فروض النظرية الموحدة لقبول التكنولوجيا، وأظهرت النتائج أن للثقافة التأثير الأكبر على انتشار الأخبار الزائفة، كما أظهرت النتائج أن العمر يمتلك تأثيراً قوياً على قبول الأخبار الزائفة مقارنة بالعاملين الآخرين (التعليم والجنس)، كما يعد التعليم أيضاً أحد العوامل المهمة التي يمكن أن تقلل من نشر الأخبار الزائفة إلى حد كبير حيث أنه من خلال زيادة التعليم، يكون الفرد أقل عرضة لمتابعة الأخبار الزائفة أو نشرها دون أي تأكيد فيما يتعلق بمصدر الأخبار. كما استشرفت نتائج الدراسة كونها مساهمة مهمة في زيادة الوعي بأن الصور النمطية الشعبية القائمة على التعليم والجنس للفئات المجتمع التي تتعرض للأخبار الزائفة قد لا تكون دائماً صحيحة في جميع المجتمعات، لأن العمر والثقافة يمكن أن يكون لهما تأثير أقوى في سياقات معينة، لأن كل مجتمع له سياق مختلف لمشاركة الأخبار الزائفة.

المحور الثاني: ظاهرة الأخبار الزائفة من المنظور التاريخي.

اهتمت الدراسات التي عنيت بتاريخ الأخبار الزائفة بتتبع ظهورها وتطورها عبر مراحل تطور وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، ويمكن تناول تلك الدراسات كما يلي:

مرحلة ما قبل الطباعة:

يقترن قدم وتاريخ الأخبار الزائفة بقديم وتاريخ الأخبار نفسها وعملية صناعة الأخبار بحد ذاتها. فمثلاً، في نهاية القرن التاسع عشر انتشر مصطلح الصحافة الصفراء وهو تمثيل لمفهوم الأخبار الزائفة حيث يمثل هذا المصطلح الطريقة التي تستخدمها الصحف والنشر، ومن أبرز اللذين استخدموا أسلوب الصحافة الصفراء (وليم راندولف هيرست و جوزيف بوليتزر)، وتقوم الصحافة الصفراء على مبدأ تضخيم الحقائق والمبالغة فيها ومحاولة تشويهها وفقاً لمصالح معينة تكون إما ضد أشخاص بعينها أو في سبيل مصالح سياسية أو إقتصادية أو حتى مجتمعية.

ففي القرن السادس الميلادي، استخدم بروكوبيوس قيصر (500 - 554 ميلادي)، المؤرخ الأكثر شهرة في بيزنطة، أخبارًا مزيفة لتشويه الإمبراطور (سمح جستينيان)، بينما دعم بروكوبيوس جستينيان خلال حياته، وبعد وفاة الإمبراطور، أصدر بروكوبيوس أطروحة من الأخبار تدعى التاريخ السري؛ التي أفقدت مصداقية الإمبراطور وزوجته، وغالبًا ما تكون تلك القصص الخبرية غير قابلة للتحقق منها، لذا قيل عنها أنها أخباراً مزيفة.

ووجود الأخبار الزائفة وانتشارها، بكل أشكالها، ليس بالأمر الجديد على الإطلاق، فبغض النظر عن مدى احتمال ظهور مقال أو صورة إخبارية فاضحة بشكل صارخ، فإن هناك دائمًا من سيصدقها ويثق بها، ويبدو أننا نتأثر بسهولة بالأفكار أو الصور التي تبدو رائعة ومدهشة فنعتبرها حقيقة واقعة، وهنا نقدم مثالاً رئيسياً يتحدد فيما حدث خلال عيد الفصح في مدينة ترينتو الإيطالية لعام (1475م)، حيث اختفى طفل يبلغ من العمر سنتين ونصف، ثم تم العثور عليه بمياه إحدى القنوات التي تعبر الحي اليهودي، وافترض الجميع أن الطفل كان ضحية "طقوس قتل" (وهي طقوس يتم فيها جمع الدم البشري لاستخدامه في إعداد خبز الفصح اليهودي) اقترفتها الطائفة اليهودية المحلية، وقد تم إعدام 15 يهودياً أُدينوا بالتورط في هذه الحادثة، ثم بدأت قصص مماثلة لهذه القصة في الانتشار في المجتمعات المحيطة، مما أدى إلى إثارة اتهامات جنائية مماثلة من جانب السكان ضد اليهود، مما أدى في النهاية إلى مقتل مزيد من الضحايا.

وفي نفس السياق وما يتعلق بمثل هذه الأحداث، يري (J. Soil,2016) أن الأخبار الزائفة ليست ظاهرة جديدة، فقد كانت موجودة منذ أن أصبحت الأخبار فكرة ومفهوماً قبل 500 عام ومنذ البداية، مالت الأخبار الزائفة إلى أن تكون مثيرة ومتطرفة، ومصممة خصيصاً لإشعال المشاعر والتحيزات، كما أنها غالباً ما تثير العنف.

مرحلة الطباعة:

مكّن اختراع المطبعة والانتشار المتزايد لمحو الأمية من نشر المعلومات على نطاق واسع، فنقص معدلات القراءة والكتابة لدى أفراد المجتمع في عصر ما قبل الطباعة أدّى إلى ارتفاع معدلات تلاعب القادة والكتاب بالمعلومات التي يكتبونها لأولئك الذين لم تكن لديهم مهارة القراءة والكتابة. ومع ازدياد عدد الأشخاص الذين يعرفون القراءة والكتابة، أصبح من الصعب تضليلهم بما يكتب، وكان لا بد من الكتابة بطريقة مقنعة وموثقة ومهنية قوية عبر وسائل الإعلام، وسعى القادة دائماً إلى تعيين كتاب موهوبين، بدافع التحكم في المعلومات ومصادرهما؛ مما دفع بعض الناشرين لتقديم أخبار حقيقية.

وفي عام (1522م)، كتب المؤلف الساخر الإيطالي (بييترو أريت إينو) السوناتات الشريرة(*)، والنشرات، والمسرحيات. نشر من خلالها مراسلاته مع نبلاء إيطاليا، مستخدماً رسائلهم لابتزاز الأصدقاء والرعاة السابقين؛ إذا فشل الأفراد في توفير الأموال التي يطلبها النبلاء. ولقد أخذ (بييترو)، النمط الروماني من الباسكينو(**) - مجهول المصدر - إلى مستوى جديد من السخرية والمحاكاة الساخرة، حيث كانت كتاباته الساخرة (على عكس هجاء ساترداي نايت لايف اليوم(***)) تزرع بذور الشك في أذهان القراء حول أصحاب السلطة في إيطاليا، وساعد بذلك على تشكيل الواقع السياسي المعقد في ذلك الوقت (Procopius,1961).

تُبعت الباسكينو بمجموعة متنوعة من الأخبار الزائفة الفرنسية، واستخدمت الكلمة الفرنسية canard لتعني قصة لا أساس لها من الصحة، حيث كانت الشائعات منتشرة خلال القرن السابع عشر في فرنسا. وتمحور تقرير حول القبض على وحش في تشيلي متجهاً إلى فرنسا. ويوضح التقرير نقشاً لمخلوق يشبه التنين، ففي أثناء الثورة الفرنسية، تم وضع وجه ماري أنطوانيت على التنين، وتم استخدام الصورة الزائفة للتقليل من شأن الملكة، وساعد ذلك في عدم شعبية الملكة، وربما تكون تلك الصورة قد أسهمت في معاملتها القاسية خلال الثورة (Robert Darnton,2017).

وعبر (جوناثان سويفت) عن استيائه من الأخبار السياسية الزائفة في عام (1710م)، في مقالته "فن الكذب السياسي". وتحدث عن الأضرار التي يمكن أن تحدثها الأكاذيب، سواء تم إسنادها إلى مؤلف معين أو مجهول (Jonathan Swift,2016)، وكتب الكاتب الأمريكي (إدغار آلان بو) في عام (1844م) مقالاً في جريدة ahoax يدعي فيه أن أحد المنطادين عبروا المحيط الأطلسي في منطاد(*)

(*) السونيتة قصيدة من 14 بيتاً.

(**) إنه تمثال "باسكينو Pasquino" أو ما يُمكن أن يُسمى تويتر القرن السادس عشر الميلادي؛ ارتبط التمثال عند الإيطاليين بعادة طريفة؛ حيث كانوا يستخدمونه في التعبير عن آرائهم، وكان المارة يلصقون بقاعدة التمثال قصاصات تضم انتقادات ساخرة لاذعة تحكي معاناتهم اليومية مع السلطة مثل غياب العدل والمساواة والظلم الذي كان يقع عليهم من رجال الكنيسة آنذاك.

(***) برنامج منوعات تلفزيوني أمريكي مباشر، يُعرض في آخر الليل على قناة هيئة الإذاعة الوطنية. أعدّه لورن مايكلز وطوره ديك إيبرسول. يُقدم البرنامج عروضاً كوميدية ومحاكاة ساخرة للسياسة والثقافة المعاصرة، بعد نجاح البرنامج في الولايات المتحدة لاقى البرنامج رواجاً دولياً وطور لنسخ محلية في العديد من الدول حول العالم في: كندا، إسبانيا، إيطاليا، كوريا الجنوبية، اليابان، البرازيل، فنلندا، كما طورت نسخة عربية من البرنامج عرضت في مصر على قنوات أوربت شوتايم(OSN).

(*) هو بالون كبير الحجم متصل بأسفله بسلة لنقل الناس أو البضائع له استخدامات عديدة أولها كوسيلة نقل، وتشمل المناطيد البالونات الحرة وسفن الهواء والمناطيد المربوطة، والمكون الهيكلي الرئيسي للمنطاد هو الغلاف والجلد أو النايلون (أي مادة ذي كثافة منخفضة) ذو الوزن الخفيف الذي يحتوي على غاز الرفع أو الهيليوم أو الهيدروجين. شوهدت واحدة من أعظم عمليات انتشار الجند بالمنطاد في حفل

هواء ساخن في ثلاثة أيام فقط (Edgar Allan Poe, 2017). وقد أدى الاهتمام بالتفاصيل العلمية ومدى معقولية الفكرة إلى تصديق الكثير من الناس لها، حتى فشل المراسلون للعثور على البالون أو المنطاد، وتم سحب الخبر بعد أربعة أيام من نشره، ويُنسب إلى بو كتابة ست قصص خبرية على الأقل تبين أنها أخبار مزيفة (Gilbert Arevalo, 2017).

وترجع أحد أهم الأخبار الزائفة المثيرة للاهتمام إلى عام (1835م)، وهو ما يُعرف بـ"خدعة القمر العظمى" حيث ذُكر على لسان (John Herschel)، أحد علماء الفلك الأكثر احترامًا وشهرة في ذلك الوقت أنه تم اكتشاف الحياة على سطح القمر، وقد تم الإعلان عن ذلك عبر سلسلة من ستة مقالات نشرتها جريدة (نيويورك صن) شرحت فيها التفاصيل الدقيقة لسكان القمر ومدنهم، مما أدى إلى زيادة مبيعات الصحيفة فحقت مبيعات من 8000 إلى 19000 نسخة يوميًا، وتفوقت بذلك على جريدة (تايمز أوف لندن) لتصبح الصحيفة اليومية الأعلى مبيعًا في العالم، وقد نشرت في مقالاتها إدعاءات عالم الفلك التي ذكر فيها وجود رجال عمالقة يعيشون على سطح القمر ويقضون أيامهم في جمع الفاكهة، مع وجود مخلوقات عديدة، مثل اليبسوس والماعز، ووحيد القرن، والقنادس المقوسة ذات الأرجل والمخلوقات الغريبة المجنحة التي تبدو ما بين الخفاش والإنسان (Mark W. McK. Bannatyne, 2019, 12). وكانت مبررات المطابع وحججها في طبع هذه الأخبار المضللة هي نفس المبررات والحجج التي يذكرها مقدمو الأخبار الزائفة في عصرنا، وتتحدد هذه المبررات في أن الأخبار الزائفة هي الوسيلة التي يتم من خلالها توزيع المادة الخبرية وانتشارها على نطاق واسع، وأن المطابع لا تتحمل مسؤولية تجاه مدى صدق هذه الأخبار أو دقتها، فـ"الأخبار الزائفة تبيع!" (Ibid, 130).

ويشير (Gelfert, 2018) في مقال كتبه JB Montgomery-McGovern عام 1898 في مجلة Arena، بعنوان "مرحلة مهمة من صحافة المزراب: التزييف"، من أجل تحديد تحديات الأخبار الزائفة في القرن التاسع عشر. يشكو من "الصحافة الزائفة"، التي تعتبر "أكثر القصص إثارة" والتي قامت بنشرتها المنظمات الإخبارية 1898م، كما قدم شرحًا لأساليب "الدفاع" التي يستخدمها "المزيفون" من أجل خداع الآخرين، فهم يستخدمون عضوًا مرموقًا في المجتمع مقابل الحصول على المال لتأكيد القصة الزائفة. (على سبيل المثال، طبيب، أو طبيب أسنان، أو مهندس معماري، أو غيره من رجال الأعمال أو رجال الأعمال).

مرحلة تعدد وسائل الإعلام التقليدية:

الافتتاح التاسع عشر ألعاب الكومنولث عام 2010 التي عقدت في دلهي بالهند. كان استخدام المنطاد في الاحتفال هو الاستخدام الأكبر له في جميع أنحاء العالم.

مع ظهور الإذاعة قام (الأب رونالد أربوثنوت نوكس) ببث أخبار مزيفة في يناير 1926م بعنوان "إذاعة الحواجز" على إذاعة بي بي سي (A. Brad Schwartz, 2015)، وأشار نوكس إلى أن لندن تتعرض للهجوم من قبل الشيوعيين، وأن البرلمان كان تحت الحصار، وأن فندق سافوي وبيج بن قد تم تججيرهما، ولم يدرك الكثير من جمهور المستمعين أن هذا البث كان محاكاة ساخرة وليس بث أخبار حقيقي.

وجاء بعد ذلك التقرير الإخباري المزيف كتاب "حرب العالمين" الذي نشره أورسون ويلز عام 1938م- نُشرت حرب العالمين ككتاب عام 1898- وتسبب عرض القصة كبث إذاعية في حالة من الذعر البسيط في الولايات المتحدة، فلم يدرك أيضًا الكثير من الجمهور أنها قصة خيال علمي، حيث جسد البث الإذاعي غزو المريخ وفي هذا البث لم يكن مقصودًا أن يكون أخبارًا مزيفة (Wikipedia, last updated August 24, 2017).

في 3 نوفمبر 1948م، كان محررو صحيفة (شيكاغو ديلي تريبيون) واثقين جدًا من نتائج الانتخابات الرئاسية التي جرت في اليوم السابق إلى درجة أنهم نشروا في الصفحة الأولى مع العنوان الرئيسي "ديوي يهزم ترومان". وتظهر صورة الرئيس ترومان وهو يحمل الصحيفة بعنوانها الخاطي، وبعدها تم سحب البيان وأعدت طباعة الصحيفة بالأخبار الصحيحة في وقت لاحق من اليوم، حيث يعتبر هذا الحدث أحد الأسباب التي تدعو الصحفيين في وسائل الإعلام ذات السمعة الطيبة إلى التحقق من صحة المعلومات عدة مرات قبل النشر (Tim Jones, 2017).

ولقد تراوحت آثار الأخبار الزائفة على نطاق واسع، من التسلية إلى الموت، ربما كان لدى بعض مؤلفي الأخبار الزائفة دوافع حميدة لإنتاجها في البداية كنوع من السخرية، لكن تخطت ظاهرة الأخبار الزائفة ذلك الأمر وأصبحت أداة لإيذاء الأفراد والمجتمعات والحكومات، فكانت النتائج المقصودة وغير المقصودة للأخبار الزائفة في عصر ما قبل الإنترنت عميقة وبعيدة المدى في ذلك الوقت. مع زيادة وسائل نشر الأخبار الزائفة، أصبحت العواقب خطيرة بشكل متزايد.

مرحلة الإنترنت:

يري كل من (ليباتس، وتريدنيك) أن حجم الأخبار الزائفة قد نما بشكل كبير في السنوات الأخيرة، الأمر الذي يستوجب تحليلها في سياق عصر ما بعد الحقيقة(*)، ومنذ عام 1992م، ذكر الباحثون أننا نعيش في عصر ما بعد الحقيقة، ومن سماته (تبدو العواطف والمعتقدات الشخصية أكثر أهمية من الحقائق، ولم تعد حقيقة القصة

(*) استخدم Tesich مصطلح "ما بعد الحقيقة" لأول مرة في عام 1992 لوصف البيئة السياسية التي يتم فيها تأطير النقاشات والمداولات من خلال النداءات العاطفية مع التأكيدات المتكررة لأنصاف الحقائق والأكاذيب الصريحة.

الخبرية مهمة، وعدم الثقة في السلطة، ومناشدة المشاعر السلبية، مثل الخوف أو القلق (Laybats & Tredinnick 2016).

ويذكر (Rochlin, 2017) أنه في حقبة ما بعد الحقيقة، تم استبدال الحقائق والأدلة بالمعتقدات والمشاعر الشخصية. ولم تعد الأخبار الزائفة تمثل افتراءات أو أخبارًا غير واقعية، بل أصبحت تمثل هجومًا على معتقدات الشخص الموجودة مسبقًا.

إن الأخبار الزائفة ليست ظاهرة جديدة (Gelfert 2018; McGonagle 2017)؛ لأن الصحافة الحزبية دأبت دائمًا على نشر آراء وقصص متحيزة تفتقر إلى أسس واقعية أو منطلقات حقيقية (McGonagle 2017). كما أدت التقنيات الحديثة، بدءًا من التلغراف في القرن التاسع عشر إلى خوارزميات الوسائط الاجتماعية المعاصرة، إلى انتشار الأخبار الكاذبة والزائفة (Gelfert 2018).

ويرى Gelfert (2018) أن صانعي الأخبار الزائفة في الوقت الحاضر استبعدوا "الوسطاء" واتجهوا نحو مخاطبة القراء مباشرة من خلال مشاركة القصص المثيرة على وسائل التواصل الاجتماعي. ويرى (Figueira & Oliveira, 2017) أن الأخبار الزائفة (مثل المعلومات غير الدقيقة أو الخاطئة أو المشوهة بشكل فاضح والمقدمة كإنباء من أجل خداع الجمهور) يتم إنتاجها ونشرها على نطاق واسع عبر الإنترنت؛ الأمر الذي يؤدي إلى حدوث تأثير حقيقي. وهناك جانب مهم آخر يجب أخذه في الاعتبار فيما يتعلق بانتشار الأخبار الزائفة، وهو مرحلة ما بعد الحقيقة.

وتحدد المصادر الأكثر انتشارًا للأخبار الزائفة في جوجل والفيس بوك ومواقع الأخبار على الإنترنت وتويتر، حيث تعمل وسائل التواصل الاجتماعي كقناة سريعة ومنخفضة التكلفة لنشر الأخبار، فبمجرد نشر المعلومات الزائفة، فهي تنتشر من خلال شبكة الإنترنت بصورة سريعة من خلال إعادة التغريد، والإعجابات والمشاركة. وتعمل وسائل التواصل الاجتماعي كوسيط سهل لنشر البيانات المغلوطة بشكل كامل تلك التي تتشابه في مضمونها مع البيانات الحقيقية من أجل كسب أقصى قدر من اهتمام المستخدمين.. وهناك بعض الأنماط التي تمثل محتوى أخبار مزيفة عبر شبكة الإنترنت هي:

1- **المحتوي الساخر:** يكون هذا النوع من الأخبار مخصصًا للترفيه والمحاكاة الساخرة، ولا يكون الغرض من هذه الأخبار إيذاء أي شخص أو الإضرار به، ولكنها يمكن أن تُفهم على نحو خاطئ بوصفها حقائق.

2- **المحتوى المضلل:** يمكن تحريف الأخبار بهدف إنشاء عناوين جذابة، ولا يتم عرض سوى مقتطفات صغيرة من كامل المقال للجمهور في موجزات الأخبار، فإن مثل هذه الأنواع من الأخبار تخلق عمدًا تأثيرًا سياسيًا أو عملاً دعائيًا أو تتسبب في نشر حالة من التحيز.

3- **محتوى زائف ومخادع:** تكون المصادر الزائفة في شكلها وهيئتها شبيهة إلى حد كبير بمواقع الأخبار الحقيقية. وتقدم المواقع الإخبارية الزائفة قصصًا تضلل أفراد الجمهور لتجعلهم يعتقدون بصحة هذه القصص الكاذبة. وعلى سبيل المثال: تنكر موقع aajtak.com في aajtak.com.co نظرًا لأن معظم الجمهور سوف يرون كلمة Aajtak فقط ولن يركزوا على اسم النطاق. وهنا استطاع الأشخاص المخادعون تقديم قصص ومعلومات مزيفة دون وجود معلومات للناشر وبدت أنها من موقع Aajtak، الأمر الذي يشوه سمعة المواقع الحقيقية ويؤدي إلى تراجع قدرة الجمهور على الإيمان بصدق المعلومات.

4- **محتوى مفبرك:** يتم تصميم محتوى جديد يفتقر إلى الحقيقة، ويكون كاذبًا تمامًا بنية تضليل الجمهور، والغرض الوحيد من المحتوى الملقق توليد الإعجابات والمشاركات وتحقيق الأرباح. وتستخدم روبوتات الأخبار عمومًا لنشر الأخبار الزائفة لنطاق واسع من المستخدمين. وعادةً ما يتمثل الدافع وراء المحتوى المفبرك في تحقيق منافع مالية أو سياسية.

5- **ارتباط كاذب:** في حالة عدم اتفاق العناوين والصور والسياق التي تروج له القصة الخبرية مع المحتوى الموجود في الأخبار، وبدل ذلك على وجود ارتباط زائف. وعلى سبيل المثال، غالبًا ما يُرى أن وسائل الإعلام الاجتماعية ووسائط الأخبار تقدم بعض العناوين المبهرة التي تشير إلى بعض الأخبار الساخنة والمثيرة لدرجة كبيرة. ولكن عند النقر عليها، لا نجد علاقة بين العنوان والمحتوى.

6- **السياق الخاطئ:** في بعض الأحيان يتم نشر الأخبار دون التحقق من سياقها. وقد لا تكون الحقائق الداعمة للمحتوى موثوقة. وتؤدي مشاركة الأخبار الحقيقية مع معلومات سياقية خاطئة إلى تضليل الجمهور. ويرجع هذا إلى ممارسة الصحافة الرديئة، حيث تنشأ هذه المشكلة في حالة عدم الفحص الدقيق للمعلومات.

7- **التلاعب بالمحتوى:** يتم التلاعب بالمحتوى الذي يقدم معلومات أو صور حقيقية بطريقة ما لنشر قصة مختلفة بقصد خداع الجمهور. حيث يتم تحويل الصور أو مقاطع الفيديو الحقيقية إلى أخبار كاذبة. فقد فتحت الصور الرقمية المجال أمام المتلاعبين لفبركة الصور من خلال برامج معالجة قوية وتقنيات متقدمة من أجل جذب انتباه الجمهور.

وتُحدّد الباحثة في علوم الإعلام كليلر وارنل من First Draft News سبعة أنواع من الأخبار الزائفة:

- 1- السخرية أو الباروديا ("ليست هناك نية لإلحاق الأذى، إنما إمكان الخداع قائمة")
- 2- الربط الخاطئ ("العناوين الرئيسية أو المواد البصرية أو العناوين الفرعية وكلام الصور لا تدعم المضمون")

- 3- المضمون المضلل ("استخدام مضلل للمعلومات بهدف وضع مسألة أو شخص ما في إطار معين)
- 4- المضمون الخاطئ ("عندما يتم نشر مضمون حقيقي عبر الاستعانة بمعلومات سياقية خاطئة")
- 5- المضمون التديلي ("عند انتقال صفة مصادر حقيقية" عبر اختلاق مصادر كاذبة)
- 6- المضمون الذي جرى التلاعب به ("عندما يتم التلاعب بمعلومات أو صور حقيقية بهدف الخداع"، كما هو الحال عند تعديل الصور والتلاعب بها لأغراض معينة)
- 7- المضمون الملق ("المضمون الجديد كاذب مئة في المئة، بهدف الخداع والتسبب بالأذى")

وأصبحنا اليوم، في عصر التواصل الاجتماعي، نعيش في بيئة إعلامية مختلفة، حيث تنتشر الأخبار بكثافة أكثر وبسرعة أكبر ومن مصادر متعددة جداً، ويبدو أن شهية الناس للأخبار الزائفة ازدادت بشكل كبير في السنتين الماضيتين، ويرى عالم النفس (كيث أبلو) أن "نشر وتصديق الأخبار الزائفة ظاهرة لها جذورها الثقافية القديمة، ولكن منصات التواصل الاجتماعي جعلتنا هدفاً أسهل، وسلبتنا الوقت الكافي للتحقق من الأخبار بسبب كثافة وسرعة الشبكات الاجتماعية؛ فقد كانت صناعة الأخبار والقصص الخيالية في الماضي تحدث بوتيرة أقل، وانتشارها كان يستغرق سنين طويلة ليصل إلى المدى الذي يؤثر في مجموعات كبيرة من البشر كي يغير أحداث التاريخ أو ينتج أخرى جديدة (بركات، 2018م).

المحور الثالث: الأخبار الزائفة من منظور الأمن السيبراني وخوارزميات الذكاء الاصطناعي.

اهتم عدد كبير من أبحاث الأخبار الزائفة من منظور الأمن السيبراني وخوارزميات الذكاء الاصطناعي وفي إطار البحث في استخدام نهج جديد للكشف عن الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال خوارزميات التحسين التجريبية في محاولة للتغلب على الخطورة التي تمثلها الأخبار الزائفة والمضللة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي والتغلب على عيوب استخدام هذه المواقع تضمنت دراسة (Feyza Altunbey Ozbay, Bilal Alatas, 2019). تطبيق نموذج جديد عبر ثلاث مراحل، اهتمت الأولى منها بمعالجة البيانات، واهتمت الثانية بتكليف استخدام خوارزمية الذنب الرمادي والأسراب وفق النموذج الجديد، في حين تم في المرحلة الثالثة استخدام النموذج المقترح للاختبار. وأكدت الدراسة أن خوارزمية الذنب الرمادي حققت أفضل الدرجات وأثبتت أعلى أداء مقارنةً بخوارزميات الأسراب وخوارزميات الذكاء الاصطناعي الأخرى، كما كانت خوارزمية الذنب أكثر فاعلية في حل مختلف المشكلات المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي.

وفي نفس السياق اهتمت دراسة (Jiawei Zhang, et al. 2019) بالبحث في المبادئ والمنهجيات والخوارزميات للكشف عن المقالات الإخبارية التي تقدم المعلومات الزائفة عبر الشبكات الاجتماعية وتقييم الأداء المتعلق بذلك، كما تهتم هذه

الدراسة بالبحث في التحديات التي تطرحها الخصائص المجهولة للأخبار الزائفة والروابط المتنوعة التي توجد في المقالات الإخبارية والمواد المختلفة. وقد تمت الدراسة بالتطبيق على الموقع الرسمي لـ Politicalfact وهو موقع ويب مدقق للحقائق، وكذلك صفحة الموقع الرسمية عبر تويتر. وقدمت الدراسة في نتائجها نموذجًا جديدًا لاستنتاج مصداقية الأخبار الزائفة تلقائيًا، وهو الذي يُعرف بـ FAKEDETECTOR استنادًا إلى مجموعة من الخصائص الواضحة والكامنة التي يمكن استخراجها من المعلومات النصية.

وتستهدف دراسة (XINYI ZHOU et al., 2019)، تقديم نموذج قائم على أسس نظرية لاكتشاف الأخبار الزائفة 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 الزائفة تقدم درجة إثارة عالية في عناوينها، كما تذكر فيها أسماء المشاهير من الأشخاص، في حين يصعب تحديد درجة مقروئيتها وخصائص قيمتها الإخبارية، وغالبًا ما تتكون هذه العناوين من عدد من الكلمات يفوق عدد كلمات نصها الأصلي. وأضافت الدراسة أن النموذج المقترح للكشف عن الأخبار الزائفة يمكن أن يتفوق على النماذج الأخرى في التنبؤ بالأخبار الزائفة ذات المعرفة السابقة المحدودة.

اختبرت دراسة (Efeosasere Moibi Okoro, et al., 2019) تأثيرات استخدام نموذجين قائمين للكشف عن الأخبار الزائفة؛ يتحددان في النهج المعتمد على الإنسان والنهج القائم على الخلط بين الآلة والإنسان. واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان بالتطبيق على مجموعة من المبحوثين المتطوعين للخضوع للتجربة، بلغ عددهم 41 مبحوثًا. وأثبتت في نتائجها أن (86%) من أفراد العينة يعتمدون على شبكات التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار. وأن النهج القائم على الخلط بين الآلة والإنسان قد طور من قدرة المستخدم على الكشف عن الأخبار الزائفة 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.

واستهدفت دراسة (Antino Kim and Alan R. Dennis, 2019) فحص فعالية ثلاث آليات مختلفة لتصنيفات المصادر كأساليب لمواجهة الأخبار الزائفة على وسائل التواصل الاجتماعي. وتتحدد هذه التصنيفات في كل من تصنيف الخبراء والمتخصصين (حيث يقوم مجموعة من المراجعين المتخصصين بالتحقق من المقالات وما يرد بها من معلومات، ويتم من خلال ذلك تقديم تصنيف للمصادر)، وتصنيف مستخدمي المقالات (حيث يقوم المستخدمون بتصنيف المقالات، وهو ما يقدم تصنيفًا للمصادر أيضًا)، إلى جانب تقييم المستخدم للمصدر، حيث يقوم المستخدمون بتقييم وتصنيف المصادر بأنفسهم. وقامت الدراسة بإجراء دراستين تجريبيتين منفصلتين لاختبار فروضها. وأثبتت في نتائجها 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.

وتستهدف دراسة (Franziska Zimmer, et al., 2019) الإجابة عن تساولين رئيسيين، هما "هل يتم نشر الأخبار الوهمية الزائفة بشكل مُدعم من جانب الآلات والأجهزة من خلال البناء التلقائي لفقاعات الترشيح؟"، وهل تردد الصدى الخاص بالأخبار الوهمية الزائفة هو من صنع الإنسان؟ وإذا كانت الإجابة بنعم، فما أنماط سلوك المعلومات لأولئك الأفراد الذين يتفاعلون مع الأخبار الزائفة؟. وقامت الدراسة بالبحث تجريبياً في تأثيرات الأخبار الزائفة في السلوك المعلوماتي لأفراد الجمهور. وأثبتت في نتائجها أن قراءة الأخبار الزائفة 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 الزائفة). ومع ذلك، ليس من الممكن شرح جميع أنماط السلوك المعلوماتي التابع للتعرض للأخبار الزائفة في إطار نظرية التعرض الانتقائي، ولكن في ضوء مجموعة متنوعة من الأطر المعرفية الفردية الأخرى، مثل السلوك غير الجدلي، أو الإنكار، أو الغضب الأخلاقي، أو الهجاء، وإنشاء شائعة جديدة.

وتقدم دراسة (Kyeong-hwan Kim, et al., 2019) نظام جديد للكشف عن الأخبار الكورية الزائفة باستخدام قاعدة بيانات حقيقة تم بناؤها وتحديثها وفقاً للحكم المباشر عليها من جانب المستخدم بعد جمع الوقائع الملحوظة والحقائق الواضحة. وذلك باستخدام نظام مطابقة المنظور ثنائي الاتجاه لجمال اللغة الطبيعية كنموذج للتعلم العميق. وأكدت الدراسة أن النموذج قام بمهمة مطابقة الجملة على نحو جيد، إلا أنه توجد بعض القيود في تطبيقه تتحدد في ضعف الأداء في حالة استخدام الجمل الطويلة مع استغراق وقتاً أطول في الإدخال. كما تتضح صعوبة في تحديد درجة الدقة عندما تكون الكلمات غير معروفة أو العلاقة بينها غير واضحة.

وتهتم دراسة (Catalina-García, B., Sousa, J. P., & Sousa, L. C., 2019) بحجم استهلاك الأخبار وتصور الأخبار الزائفة بين طلاب الاتصالات من البرازيل وإسبانيا والبرتغال في النقاش الدائر حول أزمة الصحافة من خلال صحيفة استبيان على 300 طالباً من جامعات البرازيل وإسبانيا والبرتغال حول تصور الأخبار الزائفة من قبل طلاب الاتصالات في البلدان الثلاثة، وتظهر النتائج أوجه تشابه بين المبحوثين في القدرة على اكتشاف الأخبار الكاذبة وإدراك مكان نشأتها وأين يتم تداولها، كما أوضحت النتائج عن قدرة الخوارزميات في الكشف عن تخلي وسائل الإعلام التقليدية في دعم وطنهم؛ بينما جاء التزام كبير من جانب الإصدارات الرقمية من الصحف وأجهزة الراديو ومحطات التلفزيون في دعم الوطن. كما لوحظ أيضاً ارتفاع استخدام الطلاب عينة البحث للإصدارات الرقمية من الصحف وأجهزة الراديو ومحطات التلفزيون وتفضيل خاص للأخبار التي تصل عبر

وسائل التواصل الاجتماعي، ولا يوجد لدى الطلاب عادات في القراءة أو الاستماع أو مشاهدة كل محتوى القصة الإخبارية والتركيز في الغالب على قراءة العناوين الرئيسية والعروض.

ونظرًا لصعوبة اكتشاف الأخبار الزائفة التي يكون لانتشارها عواقب وخيمة تقوم دراسة (Abhishek Verma, et al., 2019) بالبحث في نماذج الكشف عن المعلومات والأخبار الزائفة من خلال توظيف أساليب التعلم العميق الذي يهتم بشكل أساسي بتطوير خوارزميات تمكن الحاسب الآلي من تعلم أداء المهام التي تتطلب فهمًا وتصنيفًا عميقًا للبيانات، ومعالجة اللغة الطبيعية كمجال لعلوم الحاسوب واللغويات المعنية بالتفاعلات بين الحاسوب واللغات الطبيعية. وأوضحت نتائج الدراسة أن نموذج ذاكرة التخزين طويلة وقصيرة الأمد قد أظهر نسبة دقة تصل إلى 94.3% في وقت بلغ 1300 ثانية. في حين أظهر نموذج GRU (الوحدة المتكررة للبوابة) نسبة دقة تصل إلى 91.9% في وقت بلغ 1000 ثانية.

وتأكيداً لنتائج الدراسة السابقة، تستهدف دراسة (Sherry Girgis, et al., 2018) البحث في الأخبار والمعلومات الزائفة التي أحدثت من خلال وسائل التواصل الاجتماعي وبالتحديد الفيسبوك وتويتر تغييرًا كبيرًا في مجرى حياة المجتمعات والشعوب، حيث كانت هذه الأخبار المضللة أحد عوامل نجاح ترامب في الانتخابات الرئاسية، وسببًا من أسباب اشتعال الثورات في العالم العربي. وتقوم الدراسة بتصنيف الأخبار والكشف عن درجة تزييفها دون الاستناد إلى محتواها فقط، بل من خلال تطبيق النماذج التقنية للشبكات العصبية المتكررة (فانيل وجرو) ونموذج الذاكرتين طويلة وقصيرة الأمد. وأوضحت نتائج الدراسة أن نتائج نموذج GRU (الوحدة المتكررة للبوابة) هي الأفضل لأنها تتخطى ما تثيره نتائج كل من نموذج Vanilla ونموذج الذاكرة طويلة وقصيرة الأمد من قيود ومشكلات؛ نظرًا لتمييز نموذج GRU بسهولة تعديله وعدم حاجته إلى وحدات ذاكرة.

وفي نفس السياق تستهدف دراسة (Rohit Kumar Kaliyar, 2018) البحث في تصنيف المعلومات والأخبار استنادًا إلى درجة الدقة في مضمونها من خلال استخدام التقنيات المعتمدة في مجال الكشف عن الأخبار الزائفة والمعلومات الوهمية، وذلك بالتركيز على تصنيف مضامين وسائل التواصل الاجتماعي. وقدمت الدراسة نموذج يُطلق عليه TRACEMINER يقوم باستنباط الإضافات التي يدمجها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي في المضامين المقدمة. كما يقدم تصنيفًا دقيقًا للمعلومات والبيانات، ويعد وسيلة أفضل لتفسير مجموعة بيانات العالم الحقيقي بشكل يفوق المداخل التقليدية.

تستهدف دراسة (Hussain, Muhammad, et al., 2018) البحث فيما تقدمه وسائل التواصل الاجتماعي من معلومات مغلوطة، بالتطبيق على موقع اليوتيوب باعتباره أكبر موقع لتبادل الفيديو على الانترنت، كما يتمكن المستخدم من

خلاله بتحليل مقاطع الفيديو وإثارة النقاش حولها. وذلك من خلال دراسة ما يزيد عن 4145 مقطع فيديو إلى جانب 16.493 تعليق من الموقع. وأوضحت النتائج أن موقع اليوتيوب منذ إنطلاقه في عام 2005 أصبح وسيلة إعلامية مؤثرة قادرة على تعريض المراهقين والشباب لحملات التضليل الإعلامي من خلال نشر الأخبار الزائفة بواسطة مقاطع الفيديو والتعليقات حولها. ومع انتشار الأجهزة الذكية والتطبيقات المحمولة ومنصات الشبكات الاجتماعية، أصبحت الآثار الجانبية الاجتماعية لهذه التقنيات أكثر عمقاً، خاصة على الجانبين الاجتماعي والسياسي. وذكرت عديد من التحقيقات الصحفية وقليل من التحقيقات الأكاديمية أن منصات التواصل الحديثة مثل وسائل التواصل الاجتماعي (منها على سبيل المثال Facebook blogs و YouTube وغيرها) وقنوات "الويب العميقة" تُستخدم بشكل إستراتيجي لتنسيق حملات الدعاية السيبرانية.

وتحلل دراسة (Diego Gragnaniello, et al., 2018) الهجمات العدائية ضد أجهزة كشف تزييف الصور الموجودة على شبكة "CNN"، مع الأخذ في الاعتبار وجود عديد من أجهزة الكشف وكثير من أنواع الهجمات بهدف اختبار دور هذه الهجمات في إحداث تلاعبات بالصور. وأكدت الدراسة أن الصور أصبحت قناة تواصل مهيمنة وقوية مع انتشار الشبكات الاجتماعية في كل مكان، فتعرض بشكل متزايد للتلاعب بها بهدف تشويه المعلومات التي تنقلها ونشر الأخبار الزائفة من خلالها؛ الأمر الذي أدى إلى ظهور عديد من أجهزة الكشف عن تزوير الصور. وأضافت أن شبكات CNN معرضة بدرجة كبيرة للهجمات العدائية، مما يؤدي إلى وجود تصنيفات مغلوبة للمعلومات، ومن خلال تحليل الهجمات العدائية التي تتعرض لها كاشفات معالجة الصور الخاصة بالـ CNN، أثبتت الدراسة أن أي هجوم بسيط يمكن أن يحقق تضليل تام للمعلومات، وأن يعطل الجهاز الكاشف عن أداء مهمته.

وفي نفس المجال تهتم دراسة (Aswini Thota, et al., 2018) بالبحث في الكشف عن الأخبار الزائفة باعتبار أن الكشف التلقائي عن هذه الأخبار يعد مشكلة صعبة، فتستخدم الدراسة أساليب التعلم العميق للكشف عن هذا التزييف، وبالاعتماد على عينة من الأخبار التي قدمها مستخدمو الإنترنت في جميع أنحاء العالم، توصلت الدراسة في نتائجها إلى أن النماذج العامة تعتمد فقط على العلاقة بين "المتن" و "العنوان المستهدف" والعلامة المميزة التي قدمتها مجموعات البيانات التدريبية. كما أن هذه النماذج قد لا تفهم السياق الذي تدور فيه المقالات الخبرية الساخرة، وقد تصنف هذه المقالات كأخبار وهمية، وأضافت أن نموذج الشبكات العصبية قادر على التنبؤ الدقيق بالعلاقة بين العنوان و متن المقال التابع له.

وتستهدف دراسة (Herley Shaori Al-Ash, et al., 2018) توضيح ملامح تمييز الأخبار الزائفة من خلال التعرف على الكيانات المذكورة واكتشاف العبارات، ومعرفة نمذجة الموجهات التي يمكنها استيعاب خصائص الأخبار الزائفة قبل معالجتها بواسطة خوارزميات اللغة باستخدام اللغة الإندونيسية، وذلك من خلال

تمثيل الأخبار الزائفة والأخبار الأصلية وفقاً لنموذج فضاء المتجه (*). وأوضحت الدراسة إمكانية استخدام النموذج محل الدراسة لتوصيف ملفات الأخبار الزائفة لأن نسبة فاعلية الأداء الذي تم تحقيقه من خلال عملية التمثيل تصل إلى 96.74٪، أي أن النموذج قادر على تصنيف 2434 مستند بشكل صحيح من أصل 2516 مستند من خلال اكتشاف العبارات ومرحلة التعرف على الكيان المسمى.

المحور الرابع: ظاهرة الأخبار الزائفة من المنظور السياسي ودورها في زعزعة استقرار المجتمعات.

يري (تيم باجرين) أن أحد أكثر التهديدات أهمية للديموقراطية، والأنظمة السياسية، والحكومات ما يُسمى "الأخبار الزائفة" - التضليل والخداع المتعمد - فقد تم استخدامها لعدة قرون للتأثير في تفكير ومعتقدات وتوجهات الجمهور في أثناء إجراء الانتخابات والتبادلات التجارية وغير ذلك. وفي العقد الماضي، كانت الأخبار الزائفة تُعرف بكونها دعائية، وابتداءً من أوائل القرن العشرين، أتقنت روسيا علي سبيل المثال فن الدعاية واستخدمته لاستعباد أمة بأكملها، حتى أنشأ ميخائيل غورباتشوف سياسة المصارحة والشفافية، وفتح الباب أمام تدفق المعلومات. ورغم ذلك، فإن روسيا حتى اليوم تستخدم الدعاية أو الأخبار الزائفة في محاولة للتأثير في الانتخابات وبت الخلافات وإثارة النزاعات في كل من الولايات المتحدة وأوروبا. كما استخدمت الصين، تحت حكم ماو تسي تونغ، الدعاية لعزل الدولة عن بقية العالم وجعلها دولة منغلقة على نفسها، واستخدمتها الدول أيضاً للسيطرة على الجماهير وحكم البلاد بقبضة حديدية مثل الدولة الروسية (Tim Bajarin, 2018).

وإذا نظرنا للحالة العربية وتأثيرات الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وجدنا حالات الزيف المتكررة ضد الحكومات والأنظمة القائمة، التي يستخدمها الجماعات المختلفة في شن الهجوم علي تلك الحكومات والأنظمة، كما باتت الأخبار الزائفة آفة تهدد بقاء واستقرار الحكومات المتعاقبة؛ لاسيما مع سهولة انتشارها عبر وسائط الإعلام المتعددة المتطورة، ففي مصر علي سبيل المثال نجد استمرارية الكتائب الإلكترونية في تزيف الواقع المصري وتقديمه للرأي العام بهدف حشده ضد الحكومه والنظام القائم. وحالة أخري في السعودية التي عملت علي إنشاء هيئة عام 2017م، لدعم المعلومات وتدققها تحت مسمى (الهيئة الوطنية للأمن السيبراني).

ولرصد الاتجاهات البحثية التي تمحورت حول ظاهرة الأخبار الزائفة من المنظور السياسي ودورها في زعزعة استقرار المجتمعات، نجد دراسة (JONES.

(* نموذج فضاء المتجه (أو نموذج متجه المصطلحات) هو نموذج جبري لتمثيل مستندات نصية (أو أي كائنات، بشكل عام) كمتجهات معرفات، مثل، على سبيل المثال مصطلحات الفهرسة. ويستخدم في تصفية المعلومات، واسترجاع المعلومات، والفهرسة والترتيب الارتباطي. وكان أول استخدام له في نظام سمارت لاسترجاع المعلومات.

(M, Khalifa. H, 2019) التي تستهدف استكشاف استخدام روبوتات تويتر خلال أزمة الخليج التي بدأت في عام 2017م، في نشر الأخبار، وقامت الدراسة بتحليل مجموعة من هاشتاغات تويتر، وأكدت نتائجها أن برامج الروبوت تم استخدامها للتلاعب باتجاهات المستخدمين عبر تويتر، والترويج للأخبار المضللة الزائفة، ورفع تصنيف التغريدات المعادية لقطر التي تقدمها شخصيات سياسية محددة، وعرض التأييد الوهمي للقاعدة الشعبية للمعارضة القطرية لنظام تميم، وتزييف المعلومات في جميع أنحاء قطر، وبالتالي إيصال الخطابات الدعائية للقنوات الإعلامية خارج النطاق الإقليمي والوطني.

ولبحث تأثير نشر الأخبار الزائفة في تعطيل المجال العام والسياسات المحتملة التي يمكن تنفيذها للحد من انتشار هذه الأخبار الزائفة، تستهدف دراسة (A. BALI & P. DESAI, 2019) بحث العلاقة بين أحداث العنف المختلفة التي أعلنت عنها وسائل الإعلام الهندية ودور الأخبار الزائفة في التحريض على الفوضى. كما تهتم الدراسة بمراجعة السياسات التي اتخذتها مختلف الدول الأوروبية للحد من تدفق الأخبار المضللة الزائفة. وأظهرت الدراسة في نتائجها أن وسائل التواصل الاجتماعي قد تحولت إلى لاعب ضخم في صياغة وتشكيل الخطاب العام. ورغم ضغط صناع السياسة على مقدمي الخدمات عبر هذه المنصات الرقمية، لم يتم اتخاذ أي إجراء حقيقي تجاه مستخدمي هذه المواقع ولم يتم إخضاع أي منهم للمساءلة.

ولبحث "التعامل مع الأخبار الزائفة تجاوبًا مع مبادئ المنظمات الدولية حول حرية التعبير والإستقلال السياسي"، تستهدف دراسة (Van Alstyne, M. W. 2019)، البحث في أساليب التعامل مع الأخبار الزائفة بما يتفق مع مبادئ منظمة المواطنين المتحدين غير الربحية في الولايات المتحدة الأمريكية، من خلال دراسة الأساليب التكنولوجية التي تُستخدم من أجل السيطرة على الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة والحد من انتشارها، حيث تتناول الدراسة البحث في العلاقة التعارضية بين هذه الأساليب والحق في حرية التعبير. وأكد النتائج عدم وجود حقوق مطلقة في أي نظام كامل لحقوق المواطنين، ومن أجل إبطال الحق المطلق يتم إنشاء حالة من التناقض القائمة على تأليب هذا الحق ضد نفسه.

ولفهم دور الأخبار الزائفة في البيئة السياسية المعاصرة، تستكشف دراسة (Emily Van Duyn & Jessica Collier, 2019)، آثار خطاب النخبة عن الأخبار الزائفة على تقييم الجمهور لوسائل الإعلام، وتظهر النتائج أن التعرض لخطاب النخبة حول الأخبار الزائفة يؤدي إلى انخفاض مستويات الثقة في وسائل الإعلام وعدم القدرة على تحديد الأخبار الحقيقية بدقة، لذلك، قد تؤثر النقاش المتكرر للنخب السياسية (ترامب نموذجاً) للأخبار الزائفة على ما إذا كان الأفراد يثقون في وسائل الإعلام والمعايير التي يقيمون بها، كما يمثل تراجع ثقة وسائل الإعلام وتشكيك الحقيقة تداعيات مهمة على دور وسائل الإعلام في العمليات الديمقراطية.

وفي نفس السياق بحثت دراسة (Herman Wasserman & Dani Madrid-Morales, 2019)، المخاوف بشأن الزيادة الملحوظة في كمية "الأخبار الزائفة" خاصة في ظل النقاش المتكرر حول وسائل الإعلام والسياسة، وخاصة في الولايات المتحدة وأوروبا. ورغم الاهتمام الغربي بالأخبار الزائفة، فقد تطرقت الدراسة الحالية إلى دول القارة الأفريقية (كينيا ونيجيريا وجنوب إفريقيا) التي استخدمت حملات التضليل للتأثير على جداول الأعمال السياسية، التي شرعت حكومات تلك الدول باتخاذ تدابير مضادة لمواجهة ظاهرة الأخبار الزائفة. وكشفت نتائج الدراسة عن التعرض المرتفع لدي جمهور تلك الدول للمعلومات المضللة والزائفة، ويوازي ذلك قلة الثقة في وسائل الإعلام الاجتماعية والوطنية.

وفي سياق تهديد الأخبار الزائفة للمجتمع المدني، وإساءة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في نشرها وتداولها بحثت دراسة (Khan, S. A., Alkawaz, M. H., & Zangana, H. M. 2019)، العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي والأخبار الزائفة، والكشف عن دور هذه الأخبار في تهديد المجتمع المدني. وأكدت الدراسة في نتائجها أنه مع زيادة التقدم التكنولوجي واستخدامات وسائل الإعلام الاجتماعية، انتقلت مشكلة الأخبار الزائفة إلى مستوى أكثر خطورة، حيث يترتب عليها نتائج غير متوقعة. وقد اتضح ذلك جلياً في انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2016م، وأعمال الشغب التي شهدتها ولاية كولكاتا الهندية في عام 2017م، حيث أدى انتشار الأخبار الزائفة والمحتوى المضلل إلى مستوى جديد تمامًا.

وتستهدف دراسة (Hattem Alsriddi, et al., 2018) البحث في المعلومات التي تقدمها المواقع الإخبارية، ومواقف الأكاديميين المصريين النخبة منها بالتطبيق على المعلومات التي قدمها موقع قناة الجزيرة خلال فترة الصراع السياسي الذي شهدته مصر؛ والذي ارتبط بعزل الرئيس محمد مرسي وتولي الرئيس عبد الفتاح السيسي حكم البلاد، وقامت الدراسة باستخدام أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من الأكاديميين بلغ عددها 450 مفردة. وأوضحت نتائج الدراسة أن النخبة من الأكاديميين يرون أن الجزيرة قدمت معلومات خاطئة في أشكال مختلفة عن الأزمنة السياسية المصرية في تلك الفترة، وشدد المبحوثون 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.

ولبحث تطبيق واتساب ودوره في نشر الأخبار الزائفة، تستهدف دراسة (G. FAROOQ, J. Islamia, 2018) البحث في استخدامات تطبيق واتساب في نشر الأخبار الزائفة في الهند، خاصة مع وجود ما يزيد عن 200 مليون مستخدم نشط لهذا التطبيق في الهند، والدور المتنامي للواتساب في نشر الأخبار الوهمية الزائفة، وبتش الشعور بالذعر بين المواطنين والتحرير على العنف. وأكدت الدراسة في نتائجها أن تطبيق واتساب جعل التواصل بين الأفراد أمرًا أكثر سهولة وأقل تكلفة مع سهولة

استخدامه، ورغم استخدامه كأداة قوية للدعاية، فقد أصبح وسيلة مثالية لنشر الأخبار الزائفة، وتزداد هذه المشكلة تفاقماً مع صعوبة تتبع أصل الرسالة.

وفي سياق الحالة الأكثر بروزاً، والتي كان لها الأثر في تفجير مصطلح الأخبار الزائفة علي المستوى العالمي بشكل صريح ألا وهي (الحالة الروسية)، وقضية التلاعب في الانتخابات الأمريكية، جاءت دراسة (Nicholas W. Jankowski, 2018)، لبحث سيطرة "الأخبار الزائفة" على الخطاب السياسي العام في أواخر عام 2016م، فيما يتعلق بالجهود المحتملة من قبل العملاء الروس للتلاعب في الانتخابات الرئاسية الأمريكية، وأيضا قضية مماثلة خلال الانتخابات الأوروبية اللاحقة في العام التالي، حيث أوضحت الدراسة حجم القلق الواسع النطاق والتأثير علي صورة بعض الشخصيات السياسية، ولا سيما الرئيس ترامب.

وفي نفس سياق الدراسة السابقة يؤكد (Bharali, B., & Goswami, A. L.) (2018) أن الأخبار الزائفة وتداعياتها باتت تشكل الآن مصدر قلق عالمي، خاصة في أعقاب الأحداث الأخيرة التي هزت مصداقية وسائل الإعلام، سواء كانت إقليمية أو وطنية أو عالمية، وتم أخذ ثلاث قصص خبرية (انقلاب ميانمار، ديمابور لينشينغ، حريق برج غرينفيل) كدراسة حالة لفهم مورفولوجيا الأخبار الزائفة، فكانت هذه القصص الإخبارية تمثل الأخبار على المستوى العالمي والوطني والإقليمي وأوضحت النتائج تأثيرها القوي في سيناريو الأخبار، وتحتوي جميع القصص على شيء واحد مشترك مصمم في المقام الأول لتناسب وضع جدول الأعمال ونظرية تطورها، لتناسب مع جداول الأعمال ذات الاهتمام السياسي وكذلك تطوير الأفكار في عقول الناس، بالاستنتاج من التحليل، تقترح الورقة ترشيح الوسائط لاستعادة المصداقية والمساءلة والأصالة للصحافة، ورقة مؤطرة أيضا محاصرة طبقة البصل التي يمكن أن تكون معقولة.

وفي إطار دراسة السخرية السياسية وعلاقتها بالأخبار الزائفة وانعكاس ذلك علي جمهور المشاهدين تستهدف دراسة (Balmas, M. 2016)، تقديم تقييم لمجموعة من الارتباطات المحتملة بين عرض الأخبار الزائفة (مثل السخرية السياسية) والشعور بالنفور والسخرية تجاه المرشحين السياسيين، وذلك باستخدام بيانات المسح التي تم جمعها خلال الحملة الانتخابية الإسرائيلية لعام 2006م. وأكدت نتائج الدراسة وجود تأثير إيجابي غير مباشر لمشاهدة الأخبار الزائفة في تعزيز مشاعر عدم الفعالية والنفور والسخرية من خلال متغير وسيط يتمثل في الواقعية المتصورة للأخبار الزائفة. وأضافت الدراسة أن مشاهدة الأخبار الجادة تعد بمثابة وسيطاً للعلاقة بين عرض الأخبار الزائفة وواقعيته المتصورة. وأن الواقعية المتصورة للأخبار الزائفة تكون أقوى بين الأفراد الذين يتعرضون للأخبار الزائفة بنسبة أعلى من التعرض للأخبار الجادة والمهمة مقارنة بالأشخاص الذين يتعرضون بشكل كثيف للأخبار الزائفة والجادة معاً.

ومن منطلق القلق العام بشأن الأخبار الزائفة تطالب بعض الدول بسن التشريعات لتفعيل بعض الممارسات التي من شأنها تساعد في الحد منها وتؤكد دراسة (Ku, Raymond, 2017) أنه لا يزال من الصعب سياسياً تمرير تلك التشريعات إما بسبب آراء حول تقييد تلك التشريعات لحرية التعبير كان تلمح الدراسة إلي وجود وهيمته بعض القوي السياسية التي تستفيد من الأخبار الزائفة. وفيما يتعلق بالأخبار الزائفة على وجه الخصوص، ففي ألمانيا صدر مؤخراً تشريعاً يطلب من منصات وسائل الإعلام الاجتماعية إزالة الأخبار الزائفة بعد تلقي إشعار، أو أن توجه لتلك المنصات غرامات تصل إلى 50 مليون يورو، وبالفعل تم الإبلاغ عن أن جمهورية التشيك لديها وحدة تركز علي إنشاء أخبار وتقارير ملفقة ومزيفة.

المحور الخامس: ظاهرة الأخبار الزائفة في ضوء التربية الإعلامية.

تكمّن أهم العوامل التي تؤدي إلى استهلاك أوسع للأخبار الزائفة بين أفراد المجتمعات في قدرتهم المحدودة على التمييز بين الحقائق والآراء. فإن عدم وجود استعداد للجمهور للتحقق من الأخبار المنشورة عبر وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام التقليدي قبل استخدامها يجعلهم عرضةً لاستهلاك معلومات قد تكون كاذبة. فإن تمكينهم من التمييز بين الحقائق والآراء، يتطلب إجراءً ملموساً فيما يتعلق بتعزيز عملية تثقيفهم إعلامياً ومحو الأمانة الإعلامية لديهم.

وللتعرف على مخاطر الأخبار الزائفة وفعالية التربية الإعلامية في الحد من أثارها المحتملة، بينت دراسة (Higdon, 2020) وجود عدة تأثيرات قد تحدثها الأخبار الزائفة تتمثل في الذعر الأخلاقي، والتطرف، وتهميش الصحف ووسائل الاعلام والمنظمات وكذلك تهدد الديمقراطية والنظام السياسي القائم، وقد أكدت النتائج أن شبكات التواصل الاجتماعي عامل مؤثر في تعزيز تلك الأخبار نتيجة لتوظيف خوارزميات الذكاء الاصطناعي وغرف الصدى في برمجته عقول الافراد، فبعض الأخبار الزائفة تصنف بعض الجهات تصنيفاً اثنيّاً على أساس الدين أو اللون، كما تؤثر تلك الأخبار على مصداقية الصحف ووسائل الإعلام والمنظمات لدى الجمهور مما يهملها، وأظهرت الدراسة أن الحل للتغلب على ذلك هو التعليم النقدي من خلال تنمية مهارتي التحليل والبحث عن المعلومات وذلك للتمييز بين الحقيقة والرأي، ويتم ذلك من خلال الدورات التدريبية الرقمية والمباشرة ومن خلال تضمين التربية الإعلامية في المناهج الدراسية ومن خلال الرسائل التوعوية التي تبثها المنظمات والهيئات.

ولبيان ظاهرة الأخبار الزائفة في ضوء التربية الإعلامية، تستهدف دراسة (Mutsvairo, B., & Bebawi, S, 2019) البحث في المناهج الصحفية التي يحتاج المعلمون إلى التركيز عليها وتدريبها للطلاب في الشرق الأوسط وإفريقيا. حيث تم دراسة مناهج الصحافة والإعلام في المرحلة الجامعية الأولى في أربعة بلدان أفريقية ناطقة بالإنجليزية تتحدد في (زيمبابوي وجنوب إفريقيا وكينيا وأوغندا) وأربع دول في الشرق الأوسط هي (الأردن ولبنان وفلسطين ومصر)، حيث تسود المناهج التقليدية في

تعليم الصحافة، وأكدت الدراسة أهمية وضع ظاهرة الأخبار الزائفة في سياقها العالمي من حيث تطورات الأحداث والاتجاهات الدولية والنقاشات حول الموضوعات والقضايا المختلفة. كما أشارت إلى تعاضد نطاق استفادة الصحفيين في المستقبل من دورات محو الأمية الإعلامية التي تكمنهم من تحديد الفرق بين الواقع والخيال.

وفي نفس سياق رصد سلوكيات طلاب الجامعات ووعيهم بالأخبار الزائفة اتجهت دراسة (Bhaskaran, H., et al., 2019) البحث في تصور طلاب الدراسات العليا في تخصص الصحافة في إحدى الجامعات الهندية تجاه الأخبار الزائفة من خلال استخدام مجموعات المناقشة المركزة، وأكدت الدراسة أهمية استخدام أدوات البحث التي تقدمها شبكة الإنترنت للتحقق من مصدر المعلومات ومصداقيتها مع ضرورة تنمية مهارات التحليل النقدي. كما أشارت إلى أهمية اتباع نهج تربوية لرفع وعي الطلاب عند التعامل مع الأخبار الزائفة.

وفي إطار البحث في سمات المجال العام الإلكتروني في عصر الأخبار الزائفة في ضوء تلاشي الحدود بين الصحافة والمبادرات التي تتم عبر شبكات التواصل الاجتماعي ودور ذلك في تحقيق مجال عام صحي وسليم أوضحت دراسة (Ehrenfeld, D., & Barton, M., 2019)، أن محو الأمية الإعلامية للطلاب لا يقتصر على نشر وعيهم بوجود الأخبار المضللة أو المعلومات الوهمية أو الأساليب الإقناعية عبر شبكة الإنترنت، بل يمتد إلى رفع درجة حذرهم من القصص الزائفة واحتراسهم منها، وتشجيعهم على التفكير بشأن أساليب الكتابة التي يمارسونها يومياً عبر الشبكة ونشاطهم المتعلق بنشر الأخبار الذي يجب أن يتماشى مع التطلعات الديمقراطية.

ولتوضيح العلاقة بين التفكير النقدي وكل من استهلاك الأخبار التي تقدمها شبكات التواصل الاجتماعي ومحو الأمية الإعلامية طبقت دراسة (Ku, Kelly, et al, 2019) استبيان علي عينة من المراهقين يصل إلى 1505 مراهق تتراوح أعمارهم ما بين 12 و18 عامًا. وأثبتت نتائج الدراسة أن تحليل الانحدار الهرمي أشار إلى دور الفروق المشتركة والمتفرقة لاستهلاك الأخبار ومحو الأمية الإعلامية في التنبؤ بالتفكير النقدي للأخبار.

وفي نفس إطار الدور الذي يمكن أن تؤديه التربية الإعلامية في المدارس لرفع وعي الطلاب تجاه عمليات التزييف الإخباري وما تشتمل عليه دروس محو الأمية الإعلامية من تحليل التعليقات المكتوبة والروابط وكذلك الإعلانات التي يتضمنها الخبر أوضحت دراسة (Johnson M, 2018)، أن الأخبار الزائفة كانت موجودة منذ قديم الأزل، لكنها أصبحت الآن أكثر تعقيداً وأشد تهديداً للمجتمع، وأن تدريس كيفية تصفح الأخبار الزائفة والتعرف عليها لا يدعم مهارات البحث والتفكير النقدي فحسب، بل هو عامل يساعد في ترشيد صنع القرار في حالات التصويت أثناء الانتخابات، وأوضحت الدراسة أن القائمين على المكتبات المدرسية يجب أن يكونوا

خط الدفاع الأول ضد انتشار الأخبار الزائفة والمضللة من خلال تدريس أساليب الكشف عن هذه الأخبار للطلاب.

وتقدم دراسة (Mason, L. E., et al., 2018)، سياًقاً للمناقشات حول الأخبار الزائفة، والديمقراطية، والاعتبارات الخاصة بتعليم محو الأمية الإعلامية. بالاعتماد على بيئة وسائل الإعلام والدراسات الإعلامية المهمة، من خلال تسليط الضوء على تاريخ أطول من الأخبار الزائفة وكيف لا يمكن فصل هذا المفهوم عن تقنيات وسائل الإعلام التي تنمو فيها الثقافات. وتناقش الدراسة التكرارات الحالية لهذه الظاهرة إلى جانب تأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي وتقدم معايينة لمحتويات هذه القضية الخاصة على محو الأمية الإعلامية والديمقراطية وتحدي الأخبار الزائفة.

ولبحث أساليب الكشف الأخبار الزائفة التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي أوضحت دراسة (Simmons, T., 2018) أهمية التحقق من المعلومات وتحليلها، وأن هذه المسؤولية تقع على عاتق الممارسين ومستهلكي الأخبار، وفي هذا السياق، أشارت الدراسة إلى أهمية محو الأمية الإعلامية من خلال نشر أساليب التمييز بين الحقيقة والسخرية والتزييف، ومعرفة السبب وراء انتشار الأخبار الزائفة بما يمكن الأفراد من تحسين مهاراتهم في محو الأمية الإعلامية واتقان التعرف على أساليب إنتاج الأخبار وتفسيرتها ومشاركتها بطريقة أخلاقية وصادقة، الأمر الذي يستتبعه تحسين المشهد الإعلامي.

ولكشف العلاقة بين محو الأمية الإعلامية وكشف الأخبار الزائفة، تستهدف دراسة (Media Literacy and Fake News Identification. 2018)، البحث في المخاوف التي أثارها الأخبار الزائفة في الأونة الأخيرة وما استتبع ذلك من اهتمام متجدد بمحو الأمية الإعلامية، بما قد يسمح للجمهور بتحديد المعلومات الخاطئة وتقييمها بشكل نقدي ودحضها، وذلك من خلال تقييم القدرة التنبؤية لمقاييس محو الأمية. وأكدت نتائج الدراسة الارتباط الكبير بين التحديد الدقيق للأخبار الزائفة ومحو الأمية المعلوماتية، في حين نفت الدراسة الارتباط بين تحديد الأخبار والمقاييس الأخرى لمحو الأمية التي تتمثل في الأمية الرقمية والإخبارية.

وفي ضوء التركيز على استخدام التبادل الافتراضي لتعزيز كفاءات محو الأمية الإعلامية من خلال تحليل الدعاية المعاصرة، تستهدف دراسة (Hobbs, Renee; et al., 2018)، البحث في استخدام الحوار الوطني بين الطلاب الجامعيين الألمان والأميركيين الذين يسعون إلى فهم الرسائل الإعلامية وتفسيرها بشكل أفضل، ودراسة أساليب نشرهم للأخبار والمعلومات وتبادل القصص الخبرية فيما بينهم في إطار الأساليب الدعائية المعاصرة، وأوضحت نتائج الدراسة أن الحوار الوطني يمكن الطلاب من إدراك دور السياق الثقافي في تفسير المعلومات الخبرية والدعائية. وأن المناهج التعليمية التي تتضمن فرصاً للحوار الوطني تؤكد أهمية الخصوصية الثقافية كوسيلة لتفريغ السياق المعقد للعمل الدعائي باعتباره اتصالاً سياسياً رقمياً.

ولبحث تأثيرات الشخص الثالث في ضوء اللوائح التنظيمية للأخبار الزائفة، وتدخلات التربية الإعلامية، تستهدف دراسة (S. Mo Jang a, Joon K. Kim, 2018)، البحث في تأثير الأخبار الزائفة في قرارات الناخبين من منظور تأثير الشخص الثالث، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة من المستخدمين في الولايات المتحدة الأمريكية بلغ عددهم 1299 مفردة. وأثبتت نتائج الدراسة أن إدراك الأفراد لتأثير الشخص الثالث وتوقعهم بأن تكون تأثيرات هذه المواد الخبرية الزائفة أكبر بالنسبة للآخرين يدفعهم إلى اتخاذ إجراء سلوكي لوقاية الآخرين من هذه التأثيرات السلبية، ويدفعهم نحو الاهتمام بمجال محو الأمية الإعلامية.

وترى دراسة (Simmons, T., 2018) أن عملية إيقاف انتشار الأخبار الزائفة تتطلب خلق مجتمع واع، ومحو أمية أفرادها إعلامياً ليكونوا قادرين على تحديد الأخبار الزائفة ومعرفة أسباب انتشارها بسهولة داخل المجتمعات المختلفة. ويجب أن يتعلم الأطفال مهارات التحقق من الواقع المعاش، ومهارات التفكير النقدي اللازمة لتحليل المحتويات الإخبارية التي تقدمها المنصات الإعلامية التقليدية، وخاصة الرقمية. ويتمثل التحليل النقدي في القدرة على التحليل الموضوعي للمواد الإخبارية وتقييمها بهدف خلق حكم مستنير وقرار مدروس حولها. وأظهرت الدراسة أيضاً أنه كلما كانت القضية التي تتضمنها المادة الخبرية أكثر تعقيداً، قل احتمال أن يقضي المستهلكون وقتاً في القراءة. ورغم ذلك، فإن المستخدمين لا يترددون في مشاركة مقال ما، حتى لو قرأوا العنوان فقط. وذكرت مجلة فوربس عام 2016 أن 59% من جميع الروابط التي يشاركها المستخدمون على الشبكات الاجتماعية لا يتم النقر عليها فعلياً، مما يعني أن غالبية المشاركات التي يقوم بها المستخدمون لا تعتمد على القراءة الفعلية للمادة (DeMers, 2016). وقد تأكدت هذه النتيجة من خلال دراسة أجرتها جامعة كولومبيا والمعهد الفرنسي. الأمر الذي يؤثر في الاتجاهات السائدة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

واتجهت دراسة (Yakob Utama, et al., 2017) صوب البحث في سلوكيات طلاب التعليم العالي عند التعرض للأخبار الزائفة والمعلومات المضللة باستخدام تطبيق Line من خلال الكشف عن مدى وعيهم بهذه الأخبار ودورهم في صنعها أو تعديلها، ومن خلال استخدام أداة الاستبيان التي تضمنت 15 سؤالاً، أوضحت الدراسة أن طلاب التعليم العالي لديهم درجة وعي مرتفعة بالأخبار الزائفة، حيث يقومون بإجراء بحث متقدم عند التعرض لخبر مشكوك في مصداقيته كما يحرصون على التأكد من مصدر الخبر.

المحور السادس: ظاهرة الأخبار الزائفة وعملية التسويق الإلكتروني.

غيرت كمية المعلومات المتوفرة على وسائل التواصل الاجتماعي وراثها من إنتاج الأخبار التقليدية واستهلاكها، من خلال تمكين المستخدمين الذين يصبحون مصادر للمعلومات ونشرها عبر الإنترنت من منظور التواصل التسويقي، ومن الممكن أن تواجه العلامات التجارية تحديات حقيقية في هذا المشهد الضبابي لأن المعلومات المشوهة أو الخاطئة أو الزائفة المقدمة كأخبار يمكن أن تؤثر على إدراك المستهلكين وموقفهم وسلوكهم، مما يتسبب في خسائر مالية.

فعلى الرغم من أن الأخبار الزائفة ليست ظاهرة جديدة، فلقد أصبحت الأخبار الزائفة مشكلة حقيقية لمديري العلامات التجارية بسبب انتشارها السريع على وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها السلبي المحتمل على رأس مال العلامة التجارية. وأدى العدد المتزايد من الأفراد الذين يستخدمون منصات وسائل التواصل الاجتماعي كمسار للأخبار وخصائص البيئة على الإنترنت إلى رفع مستوى المشكلة. وفي هذا السياق، فإن العلاقة بين العلامات التجارية والأخبار الزائفة معقدة؛ يمكن أن تكون ضحية ومصادر للأخبار الزائفة.

ولبحث العلاقة بين الأخبار الزائفة والإعلان، في إطار إدارة العلامة التجارية في عصر الإعلان، حيث سلطت الضوء دراسة (Mills, A. J., Pitt, C., & Ferguson, S. L., 2019) على وجود كل من الإعلانات والأخبار الزائفة 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 الزائفة حيث تكون معروضة إلى جانب المضامين المضللة المثيرة 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.

وفي سياق بحث مشاركة الأخبار الزائفة حول العلامات التجارية عبر الشبكات الاجتماعية في إطار قائم على نظرية التدفق تبحث دراسة (Obadã, R., 2019) الأهمية المتزايدة لمواقع الشبكات الاجتماعية في الاقتصاد المعلوماتي الحالي بين الأوساط الأكاديمية والصناعية في جميع أنحاء العالم من أجل إدارة اتصالات العلامات التجارية عبر الإنترنت. وقد أدى نمو الشبكات الاجتماعية إلى تغيير الطريقة التي يتواصل بها الأشخاص مع بعضهم بعضاً؛ لأنها أصبحت المنصة الرئيسية للتفاعل الاجتماعي عبر الإنترنت وإرسال المعلومات (Shu, Sliva, Wang, Tang & Liu 2017) علاوة على ذلك، نظراً لعدد من الخصائص الرئيسية التي تتمتع بها شبكات التواصل الاجتماعي، مثل: سهولة الاستخدام والتكلفة المنخفضة والوتيرة السريعة والتعليقات الفورية، يتم إنتاج قدر كبير من المعلومات

والتعليق عليها ومشاركتها عبر الإنترنت من قبل المستخدمين. وبالتالي، يصبح من الصعب جدًا بالنسبة لممارسي عمليات الاتصال إدارة اتصالات العلامة التجارية في البيئة الإلكترونية.

وفي دراسة تأثير انتشار الأخبار الزائفة في قطاع إنتاج الطعام في ثقة المستهلك وتحقيق المنافسة غير العادلة بين الشركات أوضحت دراسة (Vargo, L., 2018)، أن الأخبار الزائفة هي مجموعة من الافتراءات أو الأكاذيب تم إنشاؤها من أجل تضليل أفراد الجمهور. وللمعلومات المضللة عديد من الأنواع، فقد تكون أخبار مضللة بحيث تجعل شيئاً ما يبدو صحيحاً بهدف التشهير أو تجريم شخص ما، وقد تكون افتراءات بحيث تتناول أكاذيب حول ما قاله أو فعله شخص ما، وقد تكون أخبار ملفقة أو تقدم علاقات خاطئة بين مجموعة من الجهات والعناصر. وأضافت أن هذه الأخبار قد تكون لها عواقب وخيمة على قطاع الأغذية، منها على سبيل المثال، الحد من مبيعات المنتجات، وإفلاس الشركات، ونشر معلومات صحية مضللة حول بعض المنتجات ومكوناتها بما يثير ذعر المستخدمين ويؤثر في ثقتهم بالمنتج ويتسبب في خسائر مادية للشركات المنتجة.

وتستهدف دراسة (Emanuelson, E. 2017) البحث في وسائل تعزيز إدراك الجمهور للمعلومات المختلفة في عصر الحقائق البديلة، وأكدت أنه من الصعب أن تعالج حكومة الولايات المتحدة مشكلة الأخبار الزائفة رغم أهميتها؛ نظراً لما تمثله هذه الأخبار من ضرر حقيقي للبلاد، وأضافت الدراسة أنه كثيراً ما تم استخدام الهوية عبر الإنترنت من أجل إلحاق الضرر بالأعمال التجارية والتسبب في تقلبات داخل الأسواق، كما أكدت أيضاً أن المستخدمين هم باحثون عن المعلومات، يتحيزون للمواد والمعلومات وفق ما يقبله أقرانهم ويعتبرونه حقيقة. فتخلق الأخبار الزائفة "أزمة مصداقية" من خلال تقويض ثقة الجمهور في مصادر المعلومات المختلفة عبر شبكة الإنترنت.

وهناك حزمة من الدراسات التي تناولت الأطر النظرية حول علاقة الأخبار الزائفة والعلامات التجارية، فبرزت نظريات مختلفة منها (نظرية التعرض الانتقائي، نظرية الاستخدامات والإشباع، نظرية المقارنة الاجتماعية، نظرية الاختيار العقلاني، نظرية تقرير المصير) ونظرية التدفق التي اقترحها (Csikszentmihalyi, 1975)، والتي يمكن استخدامها كإطار لتحسين فهم سلوك المستخدم فيما يتعلق بمشاركة الأخبار الزائفة حول العلامات التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي، ونقترح دراسة (Obadã, R., 2019) نموذجاً مفاهيمياً جديداً يحتوي على ثلاثة متغيرات في بحث تلك العلاقة: (1) انتشار أخبار وهمية حول العلامات التجارية في SNS ، (2) حالة التدفق التي يعيشها المستخدمون البشريون في وسائل التواصل الاجتماعي، و (3) تبادل الأخبار الزائفة حول العلامات التجارية على وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المستخدمين البشر؛ أي سلوك وسائل الإعلام الاجتماعية.

وبنظرة علي تلك الأطر التي بينت العلاقة البيئية لعلاقة الأخبار الزائفة والعلامات التجارية، فوفقاً لـ (Gall, 1983)، يسعى الأشخاص إلى التعرض للمحتوى الذي تقدمه الوسائط الإعلامية لدعم موقفهم المسبق تجاه قضية ما أو المرشح المفضل لديهم، مع تجنب التعرض للمضامين التي لا تتفق مع اتجاهاتهم واستعداداتهم. وتحدد الفكرة الرئيسية التي يمكن استنتاجها من هذه النظرية في أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي يفضلون التعرض للمعلومات التي يؤمنون بها ولا يفضلون التعرض لمعلومات تختلف معهم.

ونظراً لأن مواقع التواصل الاجتماعي توفر معلومات تتوافق مع اهتمامات المستخدمين ومعتقداتهم و رغباتهم، فإن التغذية الإخبارية ستتضمن معلومات تتوافق مع موقف الفرد قبل التعرض للعلامة التجارية. وهناك نظرية أخرى اقترحها الباحثون وتستخدم كإطار نظري لتفسير عملية انتشار الأخبار الزائفة عبر الإنترنت، وهي نظرية الاستخدامات والإشباع. (Katz, Blumler & Katz, 1959; Gurevitch 1974)، وفقاً لهذه النظرية، يشعر المستخدمون بالرضا من خلال التعرض لوسائل الإعلام التي تلبي احتياجاتهم المعلوماتية والاجتماعية والترفيهية (Katz et al., 1974; Katz, 1959). ويختار أفراد الجمهور الوسائل الإعلامية التي يتعرضون لها بناءً على الاحتياجات الشخصية ودور هذه الوسائل في تلبيتها. علاوة على ذلك، فإن أفراد الجمهور نشطون وليسوا سلبيين، فهم يفسرون ما تقدمه وسائل الإعلام في حياتهم. ويعكس سلوك مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي (مثل مشاركة الأخبار الزائفة) اهتماماتهم السابقة.

وتوضح نظرية المقارنة الاجتماعية أيضاً كيف يقوم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي بتشكيل معتقداتهم وآرائهم حول قدراتهم وإمكاناتهم، والدافع الذي يمتلكونه لتقييم قدراتهم الخاصة ومقارنتها مع الآخرين، فالشخص يحقق في عملية التقييم وضوحاً معرفياً وإدراكياً. وبالتالي، يمكن أن تتأثر السلوكيات المتبعة عبر الشبكات الاجتماعية بالتقييم الذاتي للمستخدمين والمقارنات مع الآخرين (أي المقارنة التصاعدية أو التنافسية) وحسب مستوى الدافع ودرجة التحفيز (Festinger, 1954). ويرى (Nesi & Prinstein, 2015) أن سلوك المقارنة الاجتماعية يتجلى في استخدام الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن يشرح جزئياً سبب مشاركة المستخدمين للأخبار الزائفة حول العلامات التجارية.

بالإضافة إلى ذلك، فإن علماء الاجتماع استخدموا نظرية الاختيار العقلاني (Becker, 1976)، التي يتخذ المستهلكون بموجبها خيارات تميل إلى تعظيم المنفعة الشخصية، لتحليل السلوك البشري. ويذكر (Becker, 1976) أنه في سياق محدد، يتخذ الأفراد قرارات عقلانية بناءً على تحليل نسبة التكاليف والفوائد المرتبطة بكل خيار أو تفضيل. ويعتقد (Logan et al., 2018) أنه يمكن استخدام نظرية الاختيار العقلاني لفهم السبب الذي يجعل المستهلكين يقررون بوعي الاستمرار في استخدام

وسائل التواصل الاجتماعي، ويتوقعون نتائج إيجابية بدلاً من التوقف عن استخدامها (Logan et al., 2018).

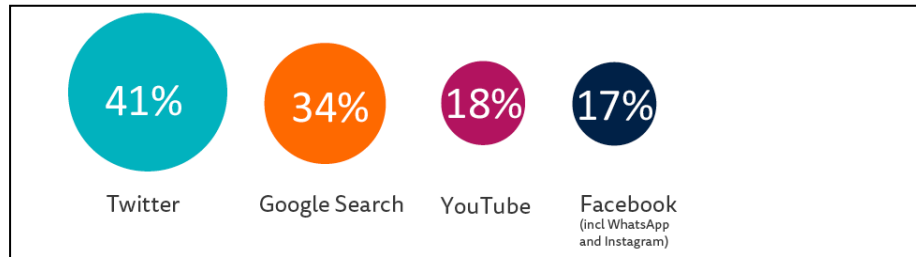
وتعد نظرية تقرير المصير إحدى النظريات المهمة في مجال علم النفس الإيجابي الذي يقترح إطاراً للدوافع البشرية وتقييماً للشخصية (Deci & Ryan, 1985)، حيث تفترض هذه النظرية أن الأفراد كائنات حية تسعى إلى التطور بشكل مستمر من أجل تحقيق الشعور المتماusk بالذات. وفي هذه العملية، تعد العوامل الاجتماعية والثقافية مهمة للغاية لتحفيز النمو النفسي والمبادرة والمشاركة الفعالة، وحدد (Beyens et al., 2016) الخطوط العريضة التي يمكن أن تستخدمها نظرية تقرير المصير لشرح السلوكيات المتبعة عبر وسائل الاعلام الاجتماعية في إطار الشعور بالخوف من فوات الشيء. ويشير إلى الحاجة إلى الترابط والشعور بالانتماء كحافز رئيسي يقود إلى هذا الشعور.

المناقشة:

تتطرح الدراسة في هذا الجزء التصورات البحثية حول ظاهرة الأخبار الزائفة في جوانبها المختلفة (السياسية، والاجتماعية، والأمنية، والتقنية)، في ضوء تدخلات الدول في مواجهة ومكافحة انتشار الأخبار الزائفة، كما تضع الدراسة أيضاً في هذا الجزء مؤشرات جاءت بها محاور الدراسة السابق ذكرها في ضوء ما أضفت به من نتائج وتوصيات بشأن الظاهرة محل الدراسة.. ولتوضيح ذلك يمكن طرح المناقشة في ضوء عدد من المتغيرات كالتالي:

التدخل السياسي من جانب الدول في مكافحة ظاهرة الأخبار الزائفة.

بصرف النظر عن التدابير التنظيمية الذاتية، فإن التدخل الحكومي يعد أحد أكثر الأساليب شيوعاً التي تنفذها الدول في جميع أنحاء العالم بهدف مكافحة الأخبار الزائفة والقضاء عليها. وهنا، من المتوقع أن تتدخل الحكومة عن طريق سن قانون يستهدف تقبيد الاستخدام أو معاقبة المذنبين إذا كانت المعلومات التي يشاركونها عبر منصات التواصل الاجتماعي غير متفقة مع معايير محددة، حيث أشارت احصائية إلى مسؤولية المنصات الرقمية في مكافحة الأخبار الزائفة وجاءت المؤشرات كالتالي:



<http://www.digitalnewsreport.org/publications/2020/journalism>.

ويناقد الجزء التالي التدابير والإجراءات السياسية التي اتخذتها بعض البلدان من أجل تنظيم عملية نشر الأخبار الزائفة وتحقيق حيوية المجال العام الافتراضي:

- **إيطاليا:** نادى أعضاء الهيئة التشريعية والهيئة التنظيمية في إيطاليا عام 2017م، بالحاجة إلى تقديم قواعد وقوانين جديدة للتعامل مع الأخبار الزائفة؛ حيث كانت الأخبار الزائفة موضع نقاش شديد خلال حملة الاستفتاء على الدستور، تم تقديم اقتراح تشريعي في مجلس الشيوخ يجرم تبادل ونشر معلومات "كاذبة أو مبالغ فيها أو متحيزة" مع فرض غرامات تصل إلى 5000 يورو. واقترح السجن في حالات نشر أخبار مزيفة خطيرة، مثل الأخبار التي تستهدف التحريض على العنف أو الجريمة، كما ألزم مزودي خدمات الإنترنت بمسئولية مراقبة دورهم في تنظيم المحتوى وفي إزالة هذه الأخبار غير الموثوقة وغير الحقيقية (Apa & Bassini, 2017). وقد واجه جزء من هذا القانون مقاومة لأنه استخدم مصطلحات غامضة مثل "أخبار كاذبة وزائفة أو مبالغ فيها أو متحيزة" وذلك باعتبارها مصطلحات يمكن أن تأخذ مجموعة واسعة من التعريفات. كما أنه قد طعن جزئياً في حرية التعبير المقررة بموجب الدستور (Tambini, 2017).
- **ماليزيا:** قدم رئيس وزراء ماليزيا (نجيب رزاق) في الفترة التي سبقت الانتخابات العامة الماليزية لعام 2018م، قانوناً لمكافحة الأخبار الزائفة، بعد صدور موافقة الملك الماليزي على مكافحة هذه الأخبار، وبموجب هذا القانون، يُطلب من ناشري المحتوى إزالة المحتوى المنشور على الفور إذا اشتبه في احتوائه على أخبار مزيفة (أصبح تشريع ماليزيا لمكافحة الأخبار الزائفة قانوناً واجب النفاذ). ومن شأن هذا القانون أن يثير صراعاً حول الحقوق الدستورية للأفراد في الدول الديمقراطية.
- **ألمانيا:** أصدرت الحكومة الألمانية قانوناً بعنوان "قانون إنقاذ شبكات التواصل" الذي دخل حيز التنفيذ في 1 يناير 2018. ويفرض هذا القانون على المنصات الإلكترونية إزالة المشاركات "غير القانونية" خلال 24 ساعة وإلا تتعرض لفرض غرامات تصل إلى 50 مليون يورو (Funke, 2018). ورغم أن هذا القانون قد تم تنفيذه من جانب الحكومة الألمانية للحد من انتشار المعلومات الزائفة، فقد دار حوله كثير من النقاش، لعدة أسباب؛ يتحدد أهمها في احتمالية الحد من الديمقراطية القائمة عند تنظيم المحتوى على منصات وسائل الإعلام الاجتماعية. فإن مثل هذا القانون الذي يقيد خطاب الشعب، استناداً إلى مؤشرات محددة لكلماته الرئيسية، يمكن استخدامه كأداة من قبل الحكومة لقمع القوى وكبت الأصوات وإفساد المجال الديمقراطي في الميدان العام. وإذا تمت هذه الخطوة دون ضوابط، فهي يمكن أن تتحول إلى رقابة منهجية تمارسها الدولة، الأمر الذي من شأنه أن يقوض الديمقراطية داخل الدولة (Marda & Milan, 2018).

● **فرنسا:** بعد أن أصدرت إيطاليا قانوناً يجرّم تبادل ونشر المعلومات "الخاطئة أو المبالغ فيها أو المتحيزة" إلى جانب إصدار ألمانيا تشريعات لمحاربة الأخبار الزائفة، قررت فرنسا أيضاً اتخاذ خطوات استباقية للتعامل مع ظاهرة الأخبار الزائفة. فقام البرلمان الفرنسي بتعديل دستوره في نوفمبر 2018م، بعد أن عارضه مجلس الشيوخ مرتين وأصدر قانوناً لمكافحة تداول المعلومات المغلوطة يستهدف التحقق من النشر السريع للأخبار الزائفة من خلال الشبكات الاجتماعية ووسائل الإعلام الأجنبية. وقد ولى هذا القانون اهتماماً خاصاً بالحملات الانتخابية ومحاولة إحباط أي خطر قد تشكله الأدوات الاتصالية المتاحة خلال فترات إجراء الانتخابات. وينص على مجموعة من التدابير والإجراءات التي تتمثل في الالتزام بالشفافية في المنصات الرقمية وتشكيل الإجراءات القانونية المطبقة خلال فترات الحملات الانتخابية.

● **المفوضية الأوروبية:** في يناير 2018م، كونت المفوضية الأوروبية فريق من خبراء (HLEG) يتكون من 39 عضواً برئاسة الأستاذ الدكتور مادلين دي كوك بونينج، لتقديم المشورة بشأن مبادرات السياسة العامة لمواجهة الأخبار الزائفة، ونشر معلومات مضللة عبر الإنترنت (Report Of The European Commission, 2018)، وتمثلت في.

- تعزيز شفافية الأخبار عبر الإنترنت، بما في ذلك مشاركة البيانات بشكل مناسب ومتوافق مع الخصوصية حول الأنظمة التي تمكن من تداولها عبر الإنترنت.
- تعزيز معرفة القراءة والكتابة للوسائط والمعلومات لمواجهة التضليل ومساعدة المستخدمين على التنقل في بيئة الوسائط الرقمية.
- تطوير أدوات لتمكين المستخدمين والصحفيين من معالجة المعلومات المضللة وتعزيز المشاركة الإيجابية في تقنيات المعلومات سريعة التطور.
- حماية تنوع واستدامة النظام الإيكولوجي لوسائل الإعلام الأوروبية.
- تشجيع البحث المستمر حول تأثير المعلومات المضللة في أوروبا لتقييم التدابير التي تتخذها الجهات الفاعلة المختلفة وضبط الاستجابات اللازمة باستمرار.

وقدمت مقترحاتها في هذا الشأن:

- إنشاء تحالف يمثل المنصات الإلكترونية ومؤسسات الإعلام الإخبارية (بما في ذلك الصحافة والإذاعات) ومنظمات المجتمع المدني التي لديها خبرة في التحقق من الحقائق، والتي ستسعى جاهدة لإشراك جميع أصحاب المصلحة المستعدين من القطاعات ذات الصلة، وتتمثل مهمتها الرئيسية في ضمان وضع مدونة الممارسات المقترحة لأصحاب المصلحة المتعددين ومرافقته في التنفيذ والرصد المستمر.
- تحديد قواعد الممارسات لأصحاب المصلحة المتعددين التي تحدد قواعد السلوك الملموسة التي تؤديها الدور الذي يجب أن تلعبه المنصات ووسائل الإعلام

- ومنظمات التحقق من الحقائق من أجل حماية بيئة موثوقة لحرية التعبير مع تعزيز الشفافية ووضوح أنواع مختلفة من قنوات المعلومات الرقمية.
- صقل مؤشرات شفافية المصدر العادلة والموضوعية والمتعددة الأبعاد لتحسين المعرفة العامة بمصادر المعلومات عبر الإنترنت، وشفافية العمليات الصحفية وإمكانية الوصول إلى محتوى موثوق به.
- تعاون فعال لزيادة شفافية وكفاءة ممارسات التحقق من الحقيقة والمصدر لتسهيل نشر معلومات موثوقة وموثوقة؛ البحث في المعلومات المضللة لتسهيل الوصول إلى البيانات ضمن مساحة آمنة ومتوافقة مع الخصوصية، وذلك لتعزيز فهم أفضل لعمل الخوارزميات والآليات التي تمكن من نشر المعلومات المضللة عبر الإنترنت.

- **دول أفريقيا:** لتسليط الضوء على المخاوف التي تثيرها "الأخبار الزائفة"، قامت عديد من الحكومات بما في ذلك كينيا وأوغندا وتنزانيا، بسن قوانين تتعلق بـ"الأخبار الزائفة" في عام 2018. ويستهدف القانون الكيني الخاص بإساءة استخدام الكمبيوتر والجرائم الإلكترونية التعامل مع حالات التمرر الإلكتروني وإساءة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، في حين يتم فرض "ضريبة وسائل التواصل الاجتماعي" يومياً بقيمة 0.05 دولار أمريكي على مستخدمي Twitter و Facebook و WhatsApp في أوغندا (Akumu, 2018). وتتفاقم خطورة الموضوع بسبب اتجاه الحكومة التنزانية نحو إجبار المدونين المتهمين بنشر "الأكاذيب" على الإنترنت على دفع 920 دولار أمريكي جراء هذا الفعل. وقد أصدر البرلمان المصري قانوناً لوسائل الإعلام في عام 2018م، يمنح الحكومة سلطة سحب وحجب أي حساب على مواقع التواصل الاجتماعي بسبب نشره أخبار زائفة، كما يعاقب الصحفيين الذين يديرونها (Reuters, 2018).

تأثيرات الأخبار الزائفة.

- في ضوء ما أسفرت عنه الدراسات والبحوث حول تأثيرات الأخبار الزائفة، يمكن رصدها وتلخيصها في التأثيرات التالية:
- **التأثير الاجتماعي:** لقد وُجد أن معظم أعمال العنف- في النصف الأخير من العقود السابقة- التي وقعت بين الجماعات والأفراد كانت بسبب الأخبار الزائفة التي تنتشرها وسائل التواصل الاجتماعي. الأمر الذي يهدد الوئام الاجتماعي والأخوة بين أفراد المجتمع، ويصيب المجتمعات بحالة من الضعف.
- **التأثير المالي:** تنتشر المعلومات في القطاع المالي من أجل تفكيك هياكل الشركات واقتصاد المجتمعات، وبالمثل، قد تنتشر معلومات خاطئة حول محاضر مجالس إدارة الشركات المختلفة، مما يؤدي إلى انخفاض سعر أسهمها في سوق الأوراق المالية.

- **التأثير النفسي:** عندما يتم إعطاء كثير من المعلومات، يصبح الجمهور عرضة للتلاعب، ويكون مدفوعاً بالعواطف والتحيزات، ويبدأ في مشاركة الأخبار دون التحقق من أهداف المعلومات وصدقها، وعند تلقي المعلومات، فإن الأفراد يغيرون رأيهم المتعارض مع معتقداتهم، حيث يقضون وقتاً أقل في تقييم جودة المعلومات أو لا يقيمونها مطلقاً قبل مشاركتها مع الآخرين؛ الأمر الذي يؤدي إلى انتشارها مثل العدوى. وكلما كانت معلومات أكثر تكراراً، زادت فرص الاعتقاد بصحتها بغض النظر عن كونها معلومات ساخرة أو غير منطقية، وفي كل مرة يرى الأفراد مثل هذه القصص على Facebook أو Google أو أي موقع ويب، فهي تؤثر فيهم تأثيراً دقيقاً وخفياً كما تتسرب إلى أذهانهم وعقولهم.
- **التأثير السياسي:** إن انتشار الأخبار الزائفة قبل الانتخابات، وفق الدراسات الاستقصائية، لا يضلل المواطنين فحسب بل يؤثر في نتيجة الانتخابات أيضاً، حيث يقوم مرشح أو حزب سياسي قبل الانتخابات بتشويه صورة مرشح سياسي أو حزب سياسي آخر. كما يؤدي دوراً حيوياً في إلحاق الهزيمة به في الانتخابات، من هنا، يمكن أن يتأثر الرأي العام والخطاب الانتخابي بالأخبار الزائفة. ومن أجل السيطرة على مثل هذه الأخبار خلال فترات إجراء الانتخابات، أصدرت لجان الانتخابات في عديد من الدول أحكام أكثر صرامة ضد الأخبار الزائفة.

التربية الإعلامية ومحو الأمية الإعلامية:

يركز جانب كبير من الدراسات التي تناولت ظاهرة الأخبار الزائفة حول مدخل محو الأمية الإعلامية الذي يشير إلى تزويد المواطنين بمزيد من القدرة الإدراكية التي تمكنهم من التمييز بين الحقائق والقصص الزائفة، ويوضح آدم سميث أنه كلما زاد وعي الأفراد كانوا أقل عرضة للأوهام والخرافات. ويفترض هذا الرأي أن محو الأمية الإعلامية يؤدي إلى زيادة القدرة النقدية من خلال زيادة المعارف حول وسائل الإعلام وتأثيراتها، وكذلك القدرة على التمييز بين الواقع الممثل من خلال وسائل الإعلام والواقع الحقيقي. ويكون من المتوقع أن يؤدي محو الأمية الإعلامية إلى الحد من التأثير الضار لوسائل الإعلام في مواقف ومعتقدات الجمهور.

وأصبح جمهور الأخبار عرضة للتأثر بالأخبار الزائفة بسبب سذاجة أفراده إزاء التهديدات التي تمثلها هذه الأخبار، وييدي الجمهور مزيداً من الاهتمام تجاه استخدام منصات وسائل الإعلام الاجتماعية منذرين بسلطة حقوقهم الرئيسية والمطالبة بالمشاركة الديمقراطية، ومع ذلك، يحظى الوعي بتنظيم المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي بقدر قليل من الأهمية.

وتتغذى وسائل التواصل الاجتماعي على الجمهور من خلال تسخير واستغلال المشاعر العامة له وإقناعه بمشاركة محتوى محدد قد يكون محتوى زائف (Tambini, 2017). وعندما وضعت إيطاليا قواعد لتجريم تبادل ونشر المعلومات

الكاذبة أو المبالغ فيها أو المتحيزة من خلال فرض غرامات وإصدار أحكام بالحبس، فإن ذلك أثار انتقادات متكررة وشكل تحديًا لحرية التعبير التي ينص عليها دستورها.

وحصلت ألمانيا أيضًا على نصيبتها من الانتقاد، عندما طلبت من المنصات الإلكترونية إزالة المشاركات غير القانونية في غضون 24 ساعة لتجنب فرض غرامات باهظة. وبالمثل، حاولت الحكومة الماليزية أيضًا إلغاء مشروع قانون مكافحة الأخبار الزائفة لعام 2018 من أجل حماية الفضاء الديمقراطي حيث يتمتع المواطنون بالحق في حرية التعبير. كما واجهت فرنسا ردة فعل عنيفة على هذه الخطوة، التي تم اعتبارها تهديدًا للديمقراطية ومحاولة للرقابة على وسائل الإعلام الأجنبية.

وجاءت محو الأمية الإعلامية أو الإخبارية أحد أكثر الطول الواعدة التي أوصى بها عديد من الخبراء والمتخصصين حول العالم، ففي ندوة نظمتها رابطة كتاب التعليم في نيو أورليانز (2018)، اتفق المتحدثون على حاجة المدارس إلى تعليم طلابها كيفية التمييز بين الأخبار الزائفة والأخبار الموثوقة لأن محو الأمية في الأخبار يمكن أن يكون بمثابة لقاح يحمي الفرد من الأخبار الزائفة (Stringer, 2018). ووفقًا لمسح أجرته مؤسسة Common Sense Media بين الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 10 و 18 عامًا في عام 2017م، عبر 44٪ من الأطفال الذين شملهم الاستطلاع عن إمكانية تمييزهم بين القصص الزائفة والقصص الحقيقية، رغم أن حوالي 31٪ من الأطفال الذين شاركوا قصة إخبارية ما عبر وسائل التواصل الاجتماعي، اكتشفوا لاحقًا أن القصة التي شاركوها هي قصة مغلوطة أو غير دقيقة (Robb, 2017). وتحتاج المبادرة أيضًا إلى دعمها من خلال القدرة على فهم العلاقة بين الأخبار وأنماط الملكية لتقييم المعلومات بناءً على مصداقية المصدر.

وفي الهند، قام مقدمو الخدمات الإخبارية بإطلاق حملات توعية لتثبيته المستخدمين إلى عواقب نشر الأخبار الزائفة وخطورتها، وأهمية إدراكهم للموقف قبل إعادة توجيه أي رسالة. وفي ديسمبر 2018، بدأ تطبيق واتساب في تنفيذ ثلاثة أفلام إعلانية كجزء من إستراتيجية محاربة تداول الأخبار الزائفة قبل إجراء الانتخابات العامة، حيث طالبت هذه الحملات التوعوية المستخدمين بالتحقق من سلامة المعلومات التي يتلقونها قبل مشاركتها مع الآخرين.

وقد أصبحت الأخبار الزائفة تشكل تهديدًا لا يمكن كبحه إلا عند بذل جهود جماعية بدءًا من المستوى الفردي إلى المستوى السياسي. حيث تتطلب عملية إيقاف انتشار الأخبار الزائفة خلق مجتمع واع، ومحو أمية أفراده إعلاميًا ليكونوا قادرين على تحديد الأخبار الزائفة ومعرفة أسباب انتشارها بسهولة داخل المجتمعات المختلفة، ويجب أن يتعلم الأطفال والمراهقين مهارات التحقق من الواقع المعاش، ومهارات التفكير النقدي اللازمة لتحليل المحتويات الإخبارية التي تقدمها المنصات الإعلامية التقليدية والرقمية؛ ويتمثل التحليل النقدي في القدرة على التحليل

الموضوعي للمواد الإخبارية وتقييمها بهدف خلق حكم مستنير وقرار مدروس حولها (Simmons, T. 2018).

ومع استمرار ظهور "الأخبار الزائفة"، أصبح الاستخدام المسئول لوسائل التواصل الاجتماعي أمرًا واجبًا يقع على عاتق مستهلكي الأخبار، ويجب أن يبدأ الأفراد في فحص القصص والبحث في صدقها ومنحها السياق الواقعي قبل مشاركتها على وسائل التواصل الاجتماعي. فكثيراً من مستهلكي الأخبار يكتفون بقراءة العناوين الرئيسية فقط دون قراءة القصة الكاملة. وقد أثبتت ذلك دراسة أجراها مشروع (Media Insights Cillizza) عام 2014، حيث أكدت النتائج أن حوالي ستة من كل عشرة أشخاص اعترفوا بأنهم لم يفعلوا شيئاً أكثر من قراءة عناوين الأخبار في الأسبوع الماضي، مما يعني أنهم قاموا بمجرد قراءة العناوين الرئيسية دون المادة المرفقة. أظهرت الدراسة أيضاً أنه كلما كانت القضية التي تتضمنها المادة الخبرية أكثر تعقيداً، قل احتمال أن يقضي المستهلكون وقتاً في القراءة. ورغم ذلك، فإن المستخدمين لا يترددون في مشاركة مقال ما، حتى لو قرأوا العنوان فقط. وذكرت مجلة فوربس عام 2016 أن 59٪ من جميع الروابط التي يشاركها المستخدمون على الشبكات الاجتماعية لا يتم النقر عليها فعلياً، مما يعني أن غالبية المشاركات التي يقوم بها المستخدمون لا تعتمد على القراءة الفعلية للمادة (DeMers, 2016)، الأمر الذي يؤثر في الاتجاهات السائدة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ويمكن الحد من انتشار الأخبار الزائفة عندما يستعيد المجتمع ثقته في وسائل الإعلام الرئيسية، وعندما يكون مستهلكو الأخبار قادرين على التمييز بشكل صحيح بين الأخبار المباشرة والتعليقات والأخبار الساخرة، وعندما يدركون أن وجود خطأ في تقرير إخباري ما لا يجعله زائفاً. وبعد ذلك، سوف يتعلم أفراد المجتمع كيفية التمييز بين الأخبار الزائفة والأخبار الحقيقية، مثلما ينظر القراء اليوم للصحف الصفراء على أنها تقدم مواد مسلية وليست أخباراً حقيقية.

وهناك حاجة ملحة إلى تبني التدابير التالية لمكافحة انتشار الأخبار الزائفة في إطار محو الأمية الإعلامية:

- تشجيع زيادة استخدام مدققي الحقائق.
- أن تستخدم وسائل الإعلام قواعد ومعايير قوية والترويج لها، حيث يقع على عاتق صناعة الأخبار التركيز على الصحافة الاستقصائية عالية الجودة لبناء ثقة الجمهور.
- وجوب إضعاف الحوافز المالية المستخدمة لنشر الأخبار الزائفة.
- يمكن للأفراد حماية أنفسهم من خلال متابعة مصادر موثوقة للحصول على المعلومات.
- يمكن أن يؤدي محو الأمية الإلكترونية للمستخدم على المدى الطويل إلى الحد من تأثير الأخبار الزائفة، ويجب أن يتعلم الجمهور كيف يحكم على المواقع الإخبارية

وأن يتصرفو وفقاً لذلك، كما يجب تعزيز جهود التمويل من أجل محو الأمية الإعلامية بين أفراد الجمهور.

- يجب تعزيز عملية المساءلة عبر الإنترنت من خلال الأخذ بأسلوب يضمن تسجيل الاسم الحقيقي الذي يمنع المستخدمين من التخفي لنشر الأخبار الزائفة.
- ضرورة تفكر المستخدم تفكيراً نقدياً قبل مشاركة أي قصة لأن عديداً من مصادر الأخبار تكون متخصصة في إنتاج أخبار مزيفة، فليس كل ما يتم قرأته عبر الوسائط الرقمية دقيقاً. فإن كل ما يتم النقر عليه أو الإعجاب به أو مشاركته أو إعادة تغريده أو اقتباسه أو تثبيته يؤثر في آراء الآخرين ومعارفهم؛ لذا، من المهم التفكير مرتين قبل مشاركة أي خبر، فلا بد من التشكك فيما يقرأ ويشارك.

المواد الساخرة والأخبار الزائفة.

سعت مزيد من الأبحاث (Marchi, 2017 & Knobloch Westerwick)، إلى توفير صلة علمية بين المواد الساخرة والأخبار الزائفة، ويتفق كثير من الباحثين حول أنه إذا لم تكن هناك نية متعمدة للمستخدم لخداع الآخرين، فإن نشر الأخبار الخاطئة لا يعد في هذه الحالة نشرًا لأخبار مزيفة، ولا يكون من السهل على الجمهور تحديد النية المتعمدة لنشر الأخبار المغلوطة أو المضللة التي يتعرض لها، وبالتالي؛ فإن مكافحة المعلومات الخاطئة تمثل تحدياً هائلاً (Flynn, Nyhan, & Reifler, 2017).

وفي ضوء التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للأخبار الزائفة في إدراك الجمهور للمواقف السياسية الفعالة والسخرية من السياسيين والشعور بالنفور نحوهم، فتأثير استهلاك الأخبار الزائفة في المواقف السياسية يُعزى فقط إلى الواقعية المتصورة لهذه الأخبار. حيث يمكن القول بأن تأثير الأخبار الزائفة في المواقف السياسية يتوسطه ما إذا كان هذا التأثير ينطوي على سلسلة من الخطوات السببية، فعلى سبيل المثال؛ يؤثر التلميح بالأخبار الزائفة أو التفاعل حولها في الواقعية المتصورة لها التي بدورها تؤثر في المواقف السياسية. بمعنى آخر؛ قد تمارس الأخبار الزائفة أو التفاعل حولها تأثيراً في المواقف السياسية بشكل غير مباشر، وذلك من خلال الواقعية المتصورة للأخبار الزائفة (for other examples that use the same model, see Preacher, Rucker, & Hayes, 2007). ولذا فإن المحتوى الإعلامي الذي يُنظر إليه على أنه واقعي يثير تأثيرات مقنعة تفوق ما يثيره المحتوى الإعلامي الذي يُنظر إليه على أنه غير واقعي؛ لذلك من المنطقي أن نتوقع أن الأفراد الذين يعتبرون رسائل الأخبار الزائفة واقعية هم فقط من يتأثرون بها، وقد أظهرت الدراسات بشكل متكرر أن برامج الترفيه السياسي يمكن أن يكون لها تأثير سلبي في المواقف السياسية. (Baumgartner & Morris, 2006; Holbert et al., 2003; Moy et al., 2005b; Tsfati et al., 2009)

ومن المهم فهم طبيعة الخلافات السياسية التي أدت إلى نشوء ظاهرة "الأخبار الزائفة"، فالأخبار الزائفة تهدد العملية الديمقراطية. وقد ذكر ستيفان ليفاندوفسكي-العالم المعرفي في جامعة بريستول بالمملكة المتحدة- في مقابلة مع هيئة الإذاعة البريطانية " أن الديمقراطية تقوم على إعلام أفراد الجمهور بالقضايا حتى يتمكنوا من إجراء النقاشات واتخاذ القرارات." وأضاف أن انتشار المعلومات الخاطئة يعني وجود مجتمع مضلل، ويصبح مدمرًا للحكومة من خلال أفرادها. (Gray, 2017). وأن القضاء على الساحة الإعلامية المكتظة بالأخبار الزائفة ليس بالأمر الواقعي، رغم الحاجة إلى ذلك. وذكرت (Tabatha Southey) الكاتبة الصحفية في صحيفة جلوب أند ميل الكندية أن السبب في ذلك هو أنه في "عصر ما بعد الحقيقة" أصبحت الحقيقة شعورًا وأصبح أفراد الجمهور غير مكرثين بالحقائق. "نحن نحب حكاياتنا الخيالية". وأضافت "فالقصاص والحكايات الخرافية تعكس توجهاتنا وتعزز تحيزاتنا، كما تعطينا أحلاماً جميلة" (Southey, 2016)، ولقد توقع الأشخاص أيضًا أن تكون أخبارهم مسلية، ويعد هذا أحد أسباب الخلط بين ما هو حقيقي وما هو غير حقيقي.

التفكير النقدي والمعالجات الاستكشافية وخوارزميات الشبكات الاجتماعية:

يؤدي التفكير النقدي دورًا أساسيًا في محو الأمية الإعلامية التي تنطوي على تكوين المعارف من وسائل الإعلام، والقدرة على التفكير في نوعية الأخبار وجودتها (Rosenbaum, Beentjes, & Konig, 2008)، حيث لا يُطلب من الأفراد فقط اكتساب المعرفة من الأخبار، ولكنهم بحاجة أيضًا إلى معرفة كيفية تطبيق هذه المعرفة في التفكير في الرسائل الإخبارية ومبرراتها، وحدد (Hobbs, 2010) مهارات التفكير النقدي ذات الأهمية المحورية في سياق الأخبار باعتبارها تلك المهارات التي تركز على التحليل والتقييم لبناء فهم هادف ومجدي للرسائل الإخبارية. وهناك مجموعة أساسية من المهارات الأساسية في مجال الأخبار متفق عليها بشكل عام (Fleming, 2014; Maksl, Ashley, & Craft, 2015; Martens, 2014; Mihailidis, 2010)، هي: (1) فهم زوايا الرسالة الإخبارية وأهدافها. (2) تقييم قوة الأدلة وجودتها. (3) التمييز بين الحقائق والآراء. (4) تحديد أوجه التحيز. (5) تبادل وجهات النظر المستنيرة في بيئة وسائل الإعلام الرقمية.

واهتمت بعض الدراسات بالبحث في مدى المعرفة بوسائل الإعلام والقدرة المعرفية المتصورة لتحكم مستخدمي الأخبار في هذه الوسائل. فعلى سبيل المثال، أدى تكييف نموذج Potter لمحو الأمية الإعلامية في مجال الأخبار، ومقياس محو الأمية الإعلامية (Ashley, Maksl, & Craft, 2013)، ومقياس التحكم في وضع وسائل الإعلام (Maksl et al., 2015) إلى جمع المعارف حول المؤسسات التي تقوم بإنتاج الأخبار، والطريقة التي يتم بها إنتاج هذا المحتوى الإخباري، والوعي بالتأثيرات المحتملة لهذا المحتوى بالنسبة لأفراد الجمهور، والسيطرة المتصورة على تأثيرات وسائل الإعلام. وأثبتت هذه المقاييس فعاليتها في الحصول على المعرفة العامة حول وسائل الإعلام والسيطرة المعرفية المتصورة على التأثيرات الإخبارية

(Maksl et al., 2015). رغم ذلك، ما زلنا في حاجة إلى دراسات تقوم بتجسيد العملية الفعلية للتفكير النقدي عند التفكير في الرسائل الإخبارية. ومن الجدير دراسة العلاقة بين محو الأمية الإخبارية والتفكير النقدي. فعلى سبيل المثال، ليس من الواضح ما إذا كان الأفراد الذي ترتفع لديهم مستويات المعرفة الإعلامية يمارسون تفكيراً نقدياً عند التعرض لقصة إخبارية ما مقارنةً بالأفراد الأقل دراية بالأخبار. وفي الدراسة الحالية، نفترض أن كل من محو الأمية الإخبارية والتفكير النقدي في الأخبار يعزز الآخر.

ويتم تشجيع المعالجات الاستكشافية للقصص الإخبارية أيضاً من خلال الخوارزميات المخصصة لوسائل التواصل الاجتماعي. وتقوم الشبكات الاجتماعية بإنتاج توصية مخصصة لكل مستخدم استناداً إلى مجموعة من العوامل تتمثل في حداثة القصة الخبرية وشعبيتها، وقرائنها ومشاركاتها السابقة من قبل المستخدمين والأصدقاء الآخرين، وكذلك المعلومات الديموغرافية، والموقع الجغرافي (Pariser, Thurman & Schifferes, 2012; 2011). وكثيراً ما تم اعتبار هذه الخوارزميات أداة مثيرة للجدل في وسائل التواصل الاجتماعي. وعلى الجانب الإيجابي، تساعد هذه الخوارزميات على توسيع اهتمامات المستخدمين، وتعزيز التنوع واكتشاف عناصر جديدة من خلال إنشاء قواسم مشتركة بين المستخدمين (Hosanagar, Fleder, Lee, & Buja, 2013). فعلى سبيل المثال، تعطي بعض الخوارزميات الأولوية لتعليقات الأخبار من أسرة المستخدم وأصدقائه بهدف إثارة مزيد من الارتباطات، بينما يهتم آخرون بالاطلاع على الأخبار من مصادر جديرة بالثقة. ويمكن للصفحات ذات الجودة العالية أن تحوز على رؤية المستخدمين من خلال تسليط الضوء عليها في التغذية الإخبارية الشخصية، على عكس الصفحات غير الموثوقة. ومع ذلك، فإن الاعتماد على الخوارزميات لتقييم المعلومات الإخبارية أدى إلى تغيير طبيعة اختيار الأخبار التي تنطلق من أحكام ورؤى المحررين أو الصحفيين لتصل إلى اهتمامات القراء وتفضيلاتهم (Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. 2017). وتسهم خوارزميات الشبكات الاجتماعية في بيئة الأخبار التي تجعل التفكير النقدي أمراً صعباً، حيث تتم تصفية المعلومات استناداً إلى معتقدات المستخدم وتفضيلاته الحالية، ويشكل إنشاء "غرف الصدى الإعلامية" خطراً كبيراً يتمثل في تلقي المستخدمين المحتوى المستند إلى وجهات نظر متشابهة من أشخاص متشابهين في التفكير، حيث يعني ذلك عدم وجود وجهات نظر مضادة ومتنوعة على نحو يؤدي إلى تعزيز رأي الفرد باستمرار، فيتجه للبحث عن المعلومات التي تتفق مع وجهة نظره، وهو ما يتعارض كلية مع أسس التفكير الناقد للأخبار الذي يعتمد في الأساس على التخلص من التفكير القائم على المعتقدات السابقة أو المعتقدات الشعبية.

الخلاصة.

استعرضت الدراسة الحالية نتائج (110 دراسة) تناولت ظاهرة الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام، مفهومها، تاريخها وتطورها، وتتلخص النتائج في التالي:

- لم تكن ظاهرة الأخبار الزائفة ظاهرة جديدة، لكن ما ساعد علي بروزها كانت الإنتخابات الرئاسية الأمريكية 2016م.
- تتجه الدول والحكومات نحو تجنيد الجيوش الإلكترونية للحفاظ علي الأمن السيبراني للمجتمعات من خلال برامج وخوارزميات الذكاء الإصطناعي في الحد من انتشار الأخبار الزائفة.
- ربطت الدراسات بين المواد الساخرة وانتشار الأخبار الزائفة، واعتبارها محرك قوي لزعة استقرار المجتمعات.
- اهتمت الدراسات بضرورة التربية الإعلامية ومهارات التفكير الناقد لدي الجمهور باعتبارها أداة فاعلة في دحض الأخبار الزائفة.
- كشفت الدراسات عن التدخلات السياسية والقانونية لبعض الدول والحكومات في الحد من انتشار الأخبار الزائفة.
- رصدت الدراسات التأثيرات المختلفة لظاهرة الأخبار الزائفة، مع التركيز علي الجانب النفسي لدي الجمهور في ضوء التخبطات الإخبارية المتتالية الغير صحيحة.
- ركزت الدراسات علي وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها محرك قوي في سهولة وفورية انتشار الأخبار الزائفة.

هوامش الدراسة:

1. بركات، إياد، "الوهم المحبوب.. كيف صنعت الأخبار المفبركة وعينا الجمعي"، العرب، 3 ديسمبر/كانون الأول 2016، (تاريخ الدخول 10 ديسمبر 2019)، متاح: <https://alarab.co.uk>.
2. شومان، محمد، (2017م)، كيف نتجنب الأخبار الزائفة أو الكاذبة؟، مقالة بموقع مصر العربية، بتاريخ 3 أكتوبر، متاح: <https://masralarabia.net>.
3. Akumu, P. (2018). This tax on social media can't prevent Ugandans taunting their leaders. *The Guardian*, 14.
4. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-36
5. Alsriddi, H., Elareshi, M., & Ziani, A. K. (2018). News Sites and Fake News in the Egyptian Political Transformation 2013–2014: Aljazeera. net case study. *KnE Social Sciences*, 1-14.
6. Bali, A., & Desai, P. (2019). Fake News and Social Media: Indian Perspective. *Media Watch*, 10(3), 737-750.
7. Balmas, M. (2016). When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism. *Communication Research*, 41(3), 430–454. <https://doi.org/10.1177/0093650212453600>
8. Becker, G. S. (2013). *The economic approach to human behavior*. University of Chicago press.
9. Bednarek, M., & Caple, H. (2012). *News discourse*. London, England: Bloomsbury
10. Bell, A. (1991). *The language of news media*. Oxford, UK: Blackwell
11. Berkowitz, D., & Schwartz, D. A. (2016). Miley, CNN and The Onion: When fake news becomes realer than real. *Journalism Practice*, 10(1), 1-17. DOI: 10.1080/17512786.2015.1006933.
12. Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1-8.
13. Bharali, B., & Goswami, A. L. (2018). Fake News: Credibility, Cultivation Syndrome and the New Age Media. *Media Watch*, 9(1), 118-130
14. Bhaskaran, H., Mishra, H., & Nair, P. (2019). Journalism Education in Post-Truth Era: Pedagogical Approaches Based on Indian Journalism Students' Perception of Fake News. *Journalism & Mass Communication Educator*, 74(2), 158-170.
15. Bickerstaff, E. (2020). CHAPTER ONE SATIRE, TRUTH AND THE ART OF LYING IN GULLIVER'S TRAVELS MARC MARTINEZ. *Swiftian*

- Inspirations: The Legacy of Jonathan Swift from the Enlightenment to the Age of Post-Truth, 3.
16. Boczkowski, P. J., & Papacharissi, Z. (2018). *Trump and the media*. Cambridge, MA: MIT Press.
 17. Bovet, A., & Makse, H. A. (2019). Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. *Nature Communications*, 10, 7.
 18. Burkhardt, J. M. (2017). . History of Fake News. *Library Technology Reports*, 53(8), 5-9.
 19. Burkhardt, J. M. (2017). Combating fake news in the digital age (Vol. 53, No. 8, pp. 5-9). American Library Association.
 20. Carlson, M., & Lewis, S. C. (2018). Temporal reflexivity in journalism studies: Making sense of change in a more timely fashion. *Journalism*. Advance online publication. doi:10.1177/1464884918760675
 21. Catalina-García, B., Sousa, J. P., & Sousa, L. C. S. C. S. (2019). Consumo de noticias y percepción de fake news entre estudiantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal. *Revista de Comunicación*, 18(2), 93-115.
 22. Chen, X. (2018). Calling out fake news on social media: a comparison of literature in librarianship and journalism. *Internet Reference Services Quarterly*, 23(1-2), 1-13.
 23. Cillizza, C. (2014). Americans read headlines. And not much else. *Washington Post*, March, 19.
 24. Colliander, J. (2019). “This is fake news”: Investigating the role of conformity to other users’ views when commenting on and spreading disinformation in social media. *Computers in Human Behavior*, 97, 202-215
 25. Cooke, N. A. (2017). Posttruth, truthiness, and alternative facts: Information behavior and critical information consumption for a new age. *The Library Quarterly*, 87(3), 211–221. <https://doi.org/10.1086/692298>
 26. Corner, J. (2017). Fake news, post-truth and media–political change.
 27. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behaviour*. NY: Plenum.
 28. Dell, M. (2019). Fake News, Alternative Facts, and Disinformation: The Importance of Teaching Media Literacy to Law Students. *Touro L. Rev.*, 35, 619
 29. DeMers, J. (2016). 59 percent of you will share this article without even reading it. *Forbes* [online], 8. 8.
 30. Dempsey, K. (2017). What’s behind fake news and what you can do about it. *Information Today*, 34(4), 6.

31. DeVito, M. A. (2017). From editors to algorithms: A values-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed. *Digital Journalism*, 5(6), 753–773. <https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1178592>
32. Dictionary, C. (2019). Word order: structures.” dictionary. cambridge.org/grammar/british-grammar/word-order-and-focus/word-order-structures.
33. Downey, J., & Fenton, N. (2003). New media, counter publicity and the public sphere. *New Media & Society*, 5(2), 185-202
34. Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim & Richard Ling (2018) Defining “Fake News”, *Digital Journalism*, 6:2, 137-53, DOI: 10.1080/21670811.2017.1360143
35. Ehrenfeld, D., & Barton, M. (2019). Online Public Spheres in the Era of Fake News: Implications for the Composition Classroom. *Computers and Composition*, 54, 102525.
36. Emanuelson, E. (2017). Fake left, fake right: promoting an informed public in the era of alternative facts. *J. Econ. Perspect*, 211, 209-229.
37. Emily Van Duyn & Jessica Collier (2019) Priming and Fake News: The Effects of Elite Discourse on Evaluations of News Media, *Mass Communication and Society*, 22:1, 29-48, DOI: 10.1080/15205436.2018.1511807
38. Farooq, G. (2017). Politics of Fake News: how WhatsApp became a potent propaganda tool in India. *Media Watch*, 9(1), 106-117.
39. Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
40. Figueira, Á., & Oliveira, L. (2017). The current state of fake news: challenges and opportunities. *Procedia Computer Science*, 121, 817-825.
41. Flynn, D. J., Nyhan, B., & Reifler, J. (2017). The nature and origins of misperceptions: Understanding false and unsupported beliefs about politics. *Political Psychology*, 38(Suppl.1), 127-150
42. Fulgoni, G. M., & Lipsman, A. (2017). The downside of digital word of mouth and the pursuit of media quality: How social sharing is disrupting digital advertising models and metrics. *Journal of Advertising Research*, 57(2), 127-131.
43. Funke, D. (2018). Here’s what the world is doing to tackle fake news. India can learn. *The Print*.
44. Funke, D., & Famini, D. (2018). A guide to anti-misinformation actions around the world. Poynter <https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world>.
45. Gall, R. L. (1993). The effects of a televised political debate on cognitive selective retention/evaluation during the political decision-making process.
46. GELFERT, A. 2018. “Fake News: A Definition”. *Informal Logic*, Vol. 38, No.1: 84-117. <https://doi.org/10.22329/il.v38i1.5068>

47. Giselle Rampersad & Turki Althiyabi (2020) Fake news: Acceptance by demographics and culture on social media, *Journal of Information Technology & Politics*, 17:1, 1-11, DOI: 10.1080/19331681.2019.1686676
48. Gragnaniello, D., Marra, F., Poggi, G., & Verdoliva, L. (2018, September). Analysis of adversarial attacks against CNN-based image forgery detectors. In 2018 26th European Signal Processing Conference (EUSIPCO) (pp. 967-971). IEEE.
49. Gray, R. (2017). Lies, propaganda and fake news: A challenge for our age. BBC.
50. Guo, L., & Vargo, C. (2018). "Fake news" and emerging online media ecosystem: An integrated intermedia agenda-setting analysis of the 2016 US presidential election. *Communication Research*, 0093650218777177.
51. Herman Wasserman & Dani Madrid-Morales (2019) An Exploratory Study of "Fake News" and Media Trust in Kenya, Nigeria and South Africa, *African Journalism Studies*, 40:1, 107-123, DOI: 10.1080/23743670.2019.1627230
52. Hinrichsen, J., & Coombs, A. (2014). The five resources of critical digital literacy: a framework for curriculum integration. *Research in Learning Technology*, 21.
53. Hobbs, R., Seyferth-Zapf, C., & Grafe, S. (2018). Using Virtual Exchange to Advance Media Literacy Competencies through Analysis of Contemporary Propaganda. *Journal of Media Literacy Education*, 10(2), 152-168.
54. Howard, P. N., Kollanyi, B., Bradshaw, S., & Neudert, L. M. (2018). Social media, news and political information during the US election: Was polarizing content concentrated in swing states?. arXiv preprint arXiv:1802.03573.
55. Huckle, S., & White, M. (2017). Fake news: A technological approach to proving the origins of content, using blockchains. *Big Data*, 5, 356-371
56. Humphrey, J. (2016). The Plague of Fake News and the Intersection with Trademark Law. *Cybaris Intell. Prop. L. Rev.*, 8, 126.
57. Hussain, M. N., Tokdemir, S., Agarwal, N., & Al-Khateeb, S. (2018, August). Analyzing disinformation and crowd manipulation tactics on YouTube. In 2018 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM) (pp. 1092-1095). IEEE.
58. Hyvonen & T. Besley (Eds.), *Post-truth, fake news viral modernity and higher education* (pp. 101-113). Singapore: Springer
59. Jandrić, P. (2018). Post-truth and critical pedagogy of trust. In *Post-Truth, Fake News* (pp. 101-111). Springer, Singapore.
60. Jang, S. M., & Kim, J. K. (2018). Third person effects of fake news: Fake news regulation and media literacy interventions. *Computers in Human Behavior*, 80, 295-302.
61. Jankowski, N. W. (2018). Researching fake news: A selective examination of empirical studies. *Javnost-The Public*, 25(1-2), 248-255.

62. Johnson, M. (2018). Fighting "Fake News": How We Overhauled Our Website Evaluation Lessons. *Knowledge Quest*, 47(1), 32-36.
63. Jones, 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*, 13, 27.
64. Katz, E. (1959). Mass communications research and the study of popular culture: An editorial note on a possible future for this journal. *Departmental Papers (ASC)*, 165.
65. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The public opinion quarterly*, 37(4), 509-523.
66. Kepplinger, H. M., & Ehmig, S. C. (2006). Predicting news decisions: An empirical test of the two-component theory of news selection. *Communications*, 31, 25-43
67. Kim, A., & Dennis, A. R. (2019). SAYS WHO? THE EFFECTS OF PRESENTATION FORMAT AND SOURCE RATING ON FAKE NEWS IN SOCIAL MEDIA. *MIS Quarterly*, 43(3).
68. 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.
69. Klingler, K. (2017). *Rebuilding a Well-Informed Electorate in a Democracy of Distrust and Disinformation* (Doctoral dissertation, University of Southern California).
70. Knobloch-Westerwick, S., & Lavis, S. M. (2017). Selecting serious or satirical, supporting or stirring news? Selective exposure to partisan versus mockery news online videos. *Journal of Communication*, 67, 54-81
71. Ku, Kelly & Kong, Shirley & Song, Yunya & Deng, Li & Kang, Yi & Hu, Aihua. (2019). What Predicts Adolescents' Critical Thinking about Real-life News? The Roles of Social Media News Consumption and News Media Literacy. *Thinking Skills and Creativity*.doi: 33. 10.1016/j.tsc.2019.05.004 .
72. Ku, R. (2017). How Cyber Developments and "Fake News" Shape First Amendment Jurisprudence: A Conversation with an Expert: An Interview with Raymond Ku. *Georgetown Journal of International Affairs*, 18(3), 28-34.
73. Landesanstalt für Medien NRW (LfM) (2017). *Ergebnisbericht zur Wahrnehmung von Fake News*. Retrieved Feb. 27, 2019 from: http://www.lfmrw.de/fileadmin/user_upload/Ergebnisbericht_Fake_News.pdf
74. LAYBATS, C. & TREDINNICK, L. 2016. "Post Truth, Information, and Emotion". *Business Information Review* 33(4): 204-206
75. Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Schudson, M. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.

76. Lee, F. F., Chan, M., Chen, H. T., Leung, D. K., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2017). Reuters Institute Digital News Report 2017 Asia-Pacific Supplementary Report. Available at SSRN 3070264.
77. Lee, O. K. (2016). Millennial skepticism and susceptibility to media persuasion (Doctoral dissertation). The University of Tennessee at Chattanooga
78. Levy, N. (2017). The bad news about fake news. *Social epistemology review and reply collective*, 6(8), 20-36.
79. Logan, K., Bright, L. F., & Grau, S. L. (2018). "UNFRIEND ME, PLEASE!": SOCIAL MEDIA FATIGUE AND THE THEORY OF RATIONAL CHOICE. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(4), 357-367. DOI: 10.1080/10696679.2018.1488219T
80. Martens, B., Aguiar, L., Gómez-Herrera, E., & Mueller-Langer, F. (2018). The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news.
81. Mason, L. E., Krutka, D., & Stoddard, J. (2018). Media literacy, democracy, and the challenge of fake news. *Journal of Media Literacy Education*, 10(2), 1-10
82. Fernández-García, N. (2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática. *Nueva sociedad*, (269).
83. McGrew, S., Ortega, T., Breakstone, J., & Wineburg, S. (2017). The Challenge That's Bigger than Fake News: Civic Reasoning in a Social Media Environment. *American educator*, 41(3), 4.
84. McNair, B. (2017). *Fake news: Falsehood, fabrication and fantasy in journalism*. Routledge.
85. Mele, N., Lazer, D., Baum, M., Grinberg, N., Friedland, L., Joseph, K., ... & Mattsson, C. (2017). Combating fake news: An agenda for research and action. Retrieved on October, 17, 2018.
86. Mihailidis, P. (2014). *Media literacy and the emerging citizen: Youth, engagement and participation in digital culture*. New York: Peter Lang
87. Mutsvairo, B., & Bebawi, S. (2019). Journalism Educators, Regulatory Realities, and Pedagogical Predicaments of the "Fake News" Era: A Comparative Perspective on the Middle East and Africa. *Journalism & Mass Communication Educator*, 74(2), 143–157. <https://doi.org/10.1177/1077695819833552>
88. Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of abnormal child psychology*, 43(8), 1427-1438. <http://dx.doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>.
89. Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D. A. L., & Nielsen, R. K. (2017). Reuters Institute digital news report 2017. University of Oxford, Department of Politics and International Relations, Reuters Institute for the Study of Journalism.

90. Nygren, G., & Stigbrand, K. (2014). The formation of a professional identity: Journalism students in different media systems. *Journalism Studies*, 15(6), 841-858.
91. Obadă, Rareş (2019). Sharing Fake News about Brands on Social Media: a New Conceptual Model Based on Flow Theory. *_Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric_* 17 (2):144-166
92. Okoro, E. M., Abara, B. A., Alan-Ajonye, A., Isa, Z., & Umagba, A. (2019). EFFECTS OF HUMAN AND HUMAN-MACHINE FAKE NEWS DETECTION APPROACHES ON USER DETECTION PERFORMANCE. *International Journal of Advanced Research in Computer Science*, 10(1), 26.
93. Oremus, W. (2017). Facebook has stopped saying ‘fake news’. URL accessed, 30.
94. Ozbay, F. A., & Alatas, B. (2019). A Novel Approach for Detection of Fake News on Social Media Using Metaheuristic Optimization Algorithms. *Elektronika ir Elektrotechnika*, 25(4), 62-67.
95. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. New York, NY: Penguin
96. Parkinson, H. J. (2016). Click and elect: how fake news helped Donald Trump win a real election. *The Guardian*, 14.
97. Patterson, T. (2013). *Informing the news: The need for knowledge-based journalism*. New York, NY: Vintage Books.
98. Peters, M. A. (2018). The information wars, fake news and the end of globalisation.
99. Posetti, J., & Matthews, A. (2018). A short guide to the history of ‘fake news’ and disinformation. *International Center For Journalists*, 2018-07.
100. Ribeiro, M. M., & Ortellado, P. (2018). FAKE NEWS: WHAT IT IS AND HOW TO DEAL WITH IT: From fake news to hyper-partisan media. *Sur: Revista Internacional de Direitos Humanos*, 15(27).
101. Rini, R. (2017). Fake news and partisan epistemology. *Kennedy Institute of Ethics Journal*, 27(2), E-43.
102. ROCHLIN, N. (2017). “Fake news: belief in post-truth”, *Library Hi Tech* (35)3: 386- 392. <https://doi.org/10.1108/LHT-03-2017-0062>
103. Rubin, V. L., Chen, Y., & Conroy, N. J. (2015). Deception detection for news: three types of fakes. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 52(1), 1-4.
104. Schultz, I. (2007). The journalistic gut feeling. *Journalism Practice*, 1, 190-207

105. Shu, K., Sliva, A., Wang, S., Tang, J., & Liu, H. (2017). Fake news detection on social media: A data mining perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22-36.
106. Willmore, A. This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook.
107. Simmons, T. (2018). Media Literacy and Fake News: How Media Literacy Can Curb the Fake News Trend. In *Handbook of Research on Media Literacy in Higher Education Environments* (pp. 255-268). IGI Global.
108. Soll, J. (2016). The long and brutal history of fake news. *Politico Magazine*, 18(12), 2016.
109. Stanovich, K. E., & West, R. F. (2000). Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate? *Behavioral and Brain Sciences*, 23(5), 645–665
110. Stanovich, K. E., West, R. F., & Toplak, M. E. (2013). Myside bias, rational thinking, and intelligence. *Current Directions in Psychological Science*, 22(4), 259–264. <https://doi.org/10.1177/0963721413480174>
111. Sternberg, R. J., Roediger, H. L., & Halpern, D. F. (2007). *Critical thinking in psychology*. Cambridge University Press.
112. Tambini, D. (2017). *Fake News: Public Policy Responses*. London: Media Policy Project, London School of Economics and Political Science
113. Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining Fake News: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6 (2), 137-153.
114. Thota, A., Tilak, P., Ahluwalia, S., & Lohia, N. (2018). Fake News Detection: A Deep Learning Approach. *SMU Data Science Review*, 1(3), 10.
115. Van Alstyne, M. W. (2019). A response to fake news as a response to Citizens United. *Communications of the ACM*, 62(8), 26-29
116. Vaqué, L. G. (2018). Fake News in the food sector: consumer distrust and unfair competition. *Eur. Food & Feed L. Rev.*, 13, 411.
117. Vargo, C. J., Guo, L., & Amazeen, M. A. (2018). The agenda-setting power of fake news: A big data analysis of the online media landscape from 2014 to 2016. *New media & society*, 20(5), 2028-2049.
118. Visentin, M., Pizzi, G., & Pichierri, M. (2019). Fake News, Real Problems for Brands: The Impact of Content Truthfulness and Source Credibility on consumers' Behavioral Intentions toward the Advertised Brands. *Journal of Interactive Marketing*, 45, 99-112.
119. Vraga, E., Tully, M., Kotcher, J. E., Smithson, A.-B., & Broeckelman-Post, M. (2016). A multi-dimensional approach to measuring news media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 7(3), 41–53

120. Wagner, M. C., & Boczkowski, P. J. (2019). The Reception of Fake News: The Interpretations and Practices That Shape the Consumption of Perceived Misinformation. *Digital Journalism*, 7(7), 870-885.
121. Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news: On journalism, fake news, and post-truth. *Journalism studies*, 19(13), 1866-1878
122. Ward, S. (2018). Epistemologies of Journalism. In T. Vos (Ed.), *Journalism* (pp. 76-77). Boston, MA: Walter de Gruyter
123. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report, 27.
124. West, R. F., Toplak, M. E., & Stanovich, K. E. (2008). Heuristics and biases as measures of critical thinking: Associations with cognitive ability and thinking dispositions. *Journal of Educational Psychology*, 100(4), 930-941. <https://doi.org/10.1037/a0012842>
125. Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2012). A social network as information: The effect of system generated reports of connectedness on credibility on Twitter. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 199-206.
126. Willems, W. (2011). At the crossroads of the formal and popular: Convergence culture and new publics in Zimbabwe. In H. Wasserman (Ed.), *Popular media, democracy and development in Africa* (pp. 46-62). New York, NY: Routledge
127. Zaru, D. (2017). The week in politics. CNN. retrieved from <http://www.cnn.com/2017/08/19/politics/cnnphotos-week-in-politics-0819/index.html>.
128. Zhou, X., Jain, A., Phoha, V. V., & Zafarani, R. (2019). Fake news early detection: A theory-driven model. arXiv preprint arXiv:1904.11679.
129. Zimmer, F., Scheibe, K., Stock, M., & Stock, W. G. (2019). Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users?. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 7(2), 40-53.
130. Zipursky, B. C. (2010). Snyder v. Phelps, outrageousness, and the open texture of tort law. *DePaul L. Rev.*, 60, 473.
131. Higdon, N. (2020). What is Fake News? A Foundational Question for Developing Effective Critical News Literacy Education. *Democratic Communiqué*, 29(1), 1-18.
132. Bitkom (2017). Von der Ente zur Fake News. Retrieved Feb. 27, 2019 from: <https://www.bitkom.org/Presse/Anhaenge-an-PIs/2017/02-Februar/Bitkom-Charts-PKFake-News-02-02-2017.pdf>
133. Edwards, T. (2012, November). Defending the indefensible: Phone hacking and press freedom. *Huffington Post*. Retrieved from https://www.huffingtonpost.co.uk/entry/2066162?guccounter=1&guce_referrer_u

s=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_cs=H3ZFfR3-tio6H869-eC59Q

134. Tambuscio, M., Ruffo, G., Flammini, A., & Menczer, F. (2015, May). Fact-checking effect on viral hoaxes: A model of misinformation spread in social networks. In Proceedings of the 24th international conference on World Wide Web (pp. 977-982).
135. Southey, T. (2016, Nov 19.). The problem with fake news is not supply. it's demand. *Globe & Mail* (Toronto, Canada). Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1841298553>
136. Apa, E., & Bassini, M. (2017, February 07). Italy - Legislative proposal on fake news. Retrieved from IRIS Merlin: <https://merlin.obs.coe.int/iris/2017/5/article27.en.html>
137. Chandra, Y. U. (2017, November). Higher education student behaviors in spreading fake news on social media: A case of LINE group. In 2017 International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech) (pp. 54-59). IEEE.
138. Al-Ash, H. S., & Wibowo, W. C. (2018, July). Fake news identification characteristics using named entity recognition and phrase detection. In 2018 10th International Conference on Information Technology and Electrical Engineering (ICITEE) (pp. 12-17). IEEE.
139. Reuters. (2018, July). Egypt targets social media with new law. Retrieved from <https://www.reuters.com/article/us-egypt-politics/egypt-targets-social-media-with-new-law-idUSKBN1K722C>
140. Narwal, B. (2018, October). Fake News in Digital Media. In 2018 International Conference on Advances in Computing, Communication Control and Networking (ICACCCN) (pp. 977-981). IEEE.
141. Tim Bjarin, (OCTOBER 2018), " How Do You Fight Fake News? Start With the Kids ", PC MAGAZINE DIGITAL EDITION.
142. Girgis, S., Amer, E., & Gadallah, M. (2018, December). Deep learning algorithms for detecting fake news in online text. In 2018 13th International Conference on Computer Engineering and Systems (ICCES) (pp. 93-97). IEEE.
143. Kaliyar, R. K. (2018, December). Fake News Detection Using A Deep Neural Network. In 2018 4th International Conference on Computing Communication and Automation (ICCCA) (pp. 1-7). IEEE.
144. Zhou, X., Zafarani, R., Shu, K., & Liu, H. (2019, January). Fake news: Fundamental theories, detection strategies and challenges. In Proceedings of the Twelfth ACM International Conference on Web Search and Data Mining (pp. 836-837).
145. Khan, S. A., Alkawaz, M. H., & Zangana, H. M. (2019, June). The Use and Abuse of Social Media for Spreading Fake News. In 2019 IEEE International

- Conference on Automatic Control and Intelligent Systems (I2CACIS) (pp. 145-148). IEEE.
146. Kim, K. H., & Jeong, C. S. (2019, July). Fake News Detection System using Article Abstraction. In 2019 16th International Joint Conference on Computer Science and Software Engineering (JCSSE) (pp. 209-212). IEEE.
147. Verma, A., Mittal, V., & Dawn, S. (2019, August). FIND: Fake Information and News Detections using Deep Learning. In 2019 Twelfth International Conference on Contemporary Computing (IC3) (pp. 1-7). IEEE.
148. Zhang, J., Dong, B., & Philip, S. Y. (2019, December). Deep Diffusive Neural Network based Fake News Detection from Heterogeneous Social Networks. In 2019 IEEE International Conference on Big Data (Big Data) (pp. 1259-1266). IEEE.