

دور المنصات العربية للتحقق من الأخبار في مكافحة التضليل الإعلامي وتأثيراته السياسية

The Role of Arabic News Verification Platforms in Fighting Disinformation and its Political Effects

* Abdulrahman M. Al-Shami - عبد الرحمن محمد الشامي

ملخص:

تستقصي الدراسة الجهود التي تقوم بها المنصات العربية للتحقق من صحة الأخبار والمعلومات المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي. وتهدف إلى التعرف على أبرز المنصات العربية في هذا المجال، ومدى انتظامها في متابعة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، وسياساتها التحريرية في التحقق، ورصد فعاليتها في مكافحة الأخبار الكاذبة والمعلومات المزيفة للحد من انتشار هذه الظاهرة. كما ترصد الدراسة هذا النوع من الأخبار والمعلومات التي كشفت عنها هذه المنصات أثناء فترة البحث، والبلدان التي تناولتها، والوسائط المستخدمة، وعلاقة ذلك بالاستقطاب بأنواعه المختلفة من خلال التطبيق على عينة من هذه المنصات، وهي: هيئة مكافحة الإشاعات، فتبينوا، مسبار، في الفترة الزمنية الممتدة بين نوفمبر/تشرين الثاني وديسمبر/كانون الأول 2022. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الأخبار والمضامين الرياضية جاءت في مقدمة المواد التي تحققت من صحتها هذه المنصات، وتصدرت دولة قطر البلدان التي استهدفها هذا النوع من المواد. كما وردت الفيديوهات في مقدمة الوسائط المستخدمة، تلاها الصور، وتصدر أيضاً فيسبوك شبكات التواصل الاجتماعي في عملية نشر الأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة.

كلمات مفتاحية: الأخبار الزائفة، المعلومات المضللة، منصات التحقق من الأخبار، قطر، شبكات التواصل الاجتماعي.

Abstract:

The study investigates the efforts of Arab platforms to verify the accuracy of news and information published on social media networks. Its aim is to identify prominent Arab platforms in this field, their regularity in monitoring fake news and disinformation, their editorial policies regarding fact-

* د. عبد الرحمن محمد الشامي، أستاذ الصحافة التليفزيونية والرقمية بقسم الإعلام في جامعة قطر.

Dr. Abdulrahman M. Al-Shami, Professor of Broadcast and Digital Media at Qatar University's Department of Mass Communication.

checking, and their effectiveness in combating fake news and disinformation and mitigating their spread. The study also examines the types of news and information uncovered by these platforms during the research period, the countries they focused on, the media used, and the relation to polarisation in its various forms using a sample of platforms, namely Anti-Rumors Authority, Fatabyyano and Misbar, during the period between November and December 2022. Some of the key findings of the study are that sports news and content were at the forefront of the materials verified by these platforms, and that Qatar was the country most targeted by this type of material. The study also found that videos were the most used medium, followed by images, and that Facebook was the most used social media network for the dissemination of fake news and disinformation.

Keywords: Fake News, Disinformation, News Verification Platforms, Qatar, Social Media.

مقدمة

أدت -ولا تزال- التطورات التقنية المتتالية في عالم الاتصالات، لاسيما تقنية الجيل الرابع والخامس، إلى اتساع دائرة انتشار شبكة الإنترنت، وزيادة سرعة نقل البيانات والمعلومات، وكفاءتها، فضلاً عن ارتفاع نسبة استعمالها بين الجمهور، وتعدد مجالات هذا الاستعمال بواسطة الهواتف الخلوية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة والثابتة وغيرها من الوسائل الأخرى. ورافق التطور الحاصل في شبكة الإنترنت اتساع دائرة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي بين مختلف فئات الجمهور في البلدان العربية. وقد صاحب ذلك ارتفاع وتيرة انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، أو غير الدقيقة. فخلال الفترة الممتدة من 2 مارس/ آذار إلى 9 أبريل/ نيسان من العام 2021، عمل فريق موقع "تونيزيا تشيك نيوز" (tunisiacheknews) على التحقق من الأخبار الزائفة بمعدل يتراوح بين 15 و20 خبراً في اليوم، وتبين من مجموع 236 خبراً منشوراً أن 90٪ منها أخبار زائفة. وهو رقم من بين مئات الأرقام التي تعكس تنامي هذه الظاهرة، خصوصاً على مستوى شبكات التواصل الاجتماعي التي تتميز بسرعة الانتشار، ونقل المعلومات والأخبار(1).

أما نشر الأخبار الكاذبة والمعلومات المزيفة فقد تتم في بعض الأحيان على نحو غير مقصود، وبحسن نية من أفراد عاديين يفتقرون إلى استحضار العقلية التحليلية والنقدية، أو لا يملكون مهارتهما، بالإضافة إلى غياب التربية الإعلامية والرقمية التي تمكنهم من ممارسة أدوار إيجابية في ظل ظاهرة صحافة المواطن الآخذة في التوسع والانتشار، أو تتم من قبل بعض الصحفيين، جراء ضعف المهنية، وقلة الخبرة، وضعف التكوين الإعلامي، والتأهيل والتدريب المهنيين. وفي أحيان أخرى -وهذا هو الأخطر- تتم عملية التزييف والتضليل على نحو متعمد ومقصود في إطار وظيفي، فتغدو الأخبار الزائفة "صناعة"، والمعلومات المحرفة "سلعة"، بهدف تزييف الوعي لخدمة مصالح خاصة، سواء أكانت سياسية أو تجارية، أو ترويجية، أو بغرض التشهير، أو النيل من الخصوم السياسيين وغير السياسيين، وغير ذلك من الأغراض الأخرى.

وتتعدد الجهود الرامية إلى مكافحة انتشار الأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة، سواء أكان ذلك على المستوى المؤسسي عبر الجهود التي تقوم بها المؤسسات

الإعلامية، أو على نطاق شخصي، من خلال الوعي الفردي الذي يستند إلى العقلية التحليلية والنقدية التي تُخضع كل ما تشاهد وتسمع وتقرأ للمنطق العقلي، والتحليل النقدي، ومن ثم قبوله أو رفضه، انطلاقاً من فحص المعلومة المتداولة، عوضاً عن قبولها على علاتها، والتسليم بها مهما كانت دائرة انتشارها، ومهما بلغ عدد من يتداولونها.

في إطار هذه الجهود، ظهرت في عدد من البلدان العربية منصات التحقق من صحة ودقة الأخبار والمعلومات المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة، ووسائل الإعلام عامة. وتسعى الدراسة إلى حصر هذه المنصات، وتحليل عينة منها لرصد الجهود التي تقوم بها، ودورها في مكافحة الأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة، بما يحد من انتشار هذا النوع من الأخبار والمعلومات، ويسهم في حماية الوعي الجمعي والفردي على حدٍ سواء، ويجعل شبكات التواصل الاجتماعي بيئة اتصالية نظيفة قدر المستطاع.

1. اعتبارات منهجية

مشكلة الدراسة وتسائلاتها

في ظل تنامي ظاهرة الأخبار الكاذبة، والمعلومات المزيفة التي مردها في كثير من الحالات إلى عملية الاستقطاب بمختلف أشكاله وأنواعه، برزت مبادرات صحفية ومجتمعية عديدة لمكافحة هذه الظاهرة. وتعتبر منصات التحقق من صحة الأخبار ودقة المعلومات إحدى هذه المحاولات التي تهدف إلى الحد من انتشار هذا النوع من الأخبار والمعلومات في ظل حالات الاستقطاب المتنامي في عدد من البلدان العربية. ومن ثم، تحاول الدراسة البحث في الجهود التي تقوم بها منصات التحقق من صحة الأخبار والمعلومات، وترصد فعاليتها في مكافحة الأخبار الكاذبة والمعلومات المزيفة للحد من انتشار هذه الظاهرة. وهنا، تقارب الدراسة حقلاً استفهامياً يركز على منهجية المنصات العربية للتحقق من الأخبار والمعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة.

1. ما أبرز المنصات العربية للتحقق من صحة الأخبار ودقة المعلومات؟
2. ما مدى انتظام المنصات العربية الخاصة بالتحقق من الأخبار والمعلومات في متابعة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة؟

3. ما القيم الإخبارية التي تعتمد عليها المنصات العربية للتحقق من الأخبار والمعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة؟
4. ما منهجية التحقق التي تتبعها المنصات العربية في فحص الأخبار والمعلومات للتأكد من صحتها أو إثبات زيفها؟
5. ما الأخبار والموضوعات التي كشفت المنصات العربية للتحقق من صحة الأخبار والمعلومات عن زيفها؟
6. ما أبرز الوسائط المستخدمة لنشر الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة؟
7. ما البلدان التي ركزت عليها الموضوعات والأخبار التي تم نشرها أثناء فترة الدراسة؟
8. إلى أي مدى تقف عملية الاستقطاب وراء نشر الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة؟

أهمية الدراسة

تنطلق أهمية الدراسة من:

- إبراز الدور الذي تقوم به المنصات العربية للتحقق من الأخبار والمعلومات في كشف الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، ومن ثم حماية الرأي العام من التضليل، والمساعدة في تشكيل رأي عام مستنير.
- الكشف عن أهم المشكلات التي تعاني منها المنصات العربية للتحقق من الأخبار والمعلومات.
- لفت أنظار القائمين على صناعة الخطاب الصحفي في المؤسسات الصحفية والإعلامية إلى ضرورة إرساء نظام للتحقق من دقة الأخبار والمعلومات قبل نشرها، لاسيما في ظل الانتشار المتزايد للأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة.
- لفت أنظار كليات وأقسام الإعلام العربية إلى ضرورة إدماج آليات التحقق من صحة الأخبار والمعلومات في مناهجها الدراسية.

أهداف الدراسة

- تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، أهمها:
- التعرف على أبرز المنصات العربية للتحقق من صحة الأخبار ودقة المعلومات.
 - الكشف عن مدى انتظام المنصات العربية الخاصة بالتحقق من الأخبار والمعلومات في متابعة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة.
 - معرفة السياسة التحريرية ومنهجية التحقق التي تعتمد عليها المنصات العربية للتحقق من الأخبار والمعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة.
 - رصد الأخبار والموضوعات التي كشفت المنصات العربية للتحقق من الأخبار والمعلومات عن زيفها.
 - حصر أبرز الوسائط المستخدمة لنشر الأخبار الزائفة والمعلومات المزيفة.
 - رصد البلدان التي ركزت عليها الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة التي تم نشرها أثناء فترة الدراسة.

الدراسات السابقة

يتنامى اهتمام الباحثين بدراسة ظاهرة الأخبار الزائفة، أو الكاذبة، نظرًا لأهميتها وما يترتب عليها من عواقب تُلحق الضرر بالصحافة المهنية على وجه التحديد، وتؤثر في مصداقيتها. فصعود الأخبار الزائفة يسלט الضوء على تآكل الحصون المؤسسية طويلة الأمد ضد المعلومات المضللة في عصر الإنترنت، كما أن هناك قلقًا عالميًا بشأن المشكلة. ورغم ذلك، لا يُعرف سوى القليل فيما يتعلق بالقضايا الأساسية المتعلقة بنقاط ضعف الأفراد، والمؤسسات، والمجتمع أمام التلاعب الذي تقوم به جهات خبيثة(2)، ناهيك عن الأضرار التي تلحق المجتمع بمختلف فئاته، وكافة جوانب الحياة السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والتعليمية، والرياضية، والأمنية، وغيرها من الجوانب الأخرى.

وتشير مراجعة قامت بها الأكاديمية لويزا ها (Louisa Ha) وزملاؤها(3) لعينة من الدراسات بلغت 142 بحثًا علميًا حول الأخبار الزائفة والمعلومات الخاطئة المنشورة بين عامي 2008 و2017 -أسهم فيها علماء الاتصال وعلماء النفس بما يقرب من

نصف جميع البحوث حول موضوع الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة- إلى أن التنوع الكبير في تخصص المجالات وما نشرته حول هذا الموضوع يُظهر أنه استحوذ على اهتمام المجتمع الأكاديمي بشكل عام. ويُعد تأثيرُ الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة الموضوعَ الأكثر شيوعاً في البحوث المنشورة في الدوريات العلمية، واقترح الباحثون أجندة بحثية تغطي المجالات المختلفة في إنتاج ونشر واستخدام الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة.

على صعيد التأصيل للأخبار الزائفة، اهتمت دراسة محمد صالي وزملاؤه(4) بتقديم سياق مفاهيمي لظاهرة الأخبار الزائفة وآثارها على الفرد والمجتمع ووسائل الإعلام وتحدياتها. وخلصت إلى أن ظاهرة الأخبار الزائفة معقدة، خاصة بعد اقترانها بالسياقات الرقمية كمنظومة متشابكة الصنع والتركيب، تتداخل في صناعتها أبعاد اتصالية واجتماعية ونفسية وتكنولوجية وإدراكية ومعلوماتية وأمنية وسياسية وغيرها، مما يتطلب تكاثف الجهود لمكافحتها.

وهدفت دراسة الأكاديمية، سالي أسامة شحاتة(5)، إلى التعرف على ماهية الأخبار الزائفة، وأسباب انتشارها وكيف يمكن لتقنيات وأدوات وخوارزميات الذكاء الاصطناعي التصدي لها. وتوصلت إلى أن انتشار الأخبار الزائفة بين الجمهور يعود لضعف قدراتهم المعرفية، وتأثرهم بالجانب العاطفي. وقد أتاحت خوارزميات الذكاء الاصطناعي عدداً من الطرق للتحقق من الأخبار والصور والفيديوهات المنشورة على المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية. كما ظهر في العالم العربي عدد من أساليب التحقق من الأخبار الزائفة باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي عن طريق منصات التحقق من الأخبار الزائفة.

ومن ناحية أخرى، سعت دراسة الباحث، شاكر بن علي الديابي(6)، إلى التعرف على رؤية النخبة الإعلامية في المملكة العربية السعودية لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته في الحد من الأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة تعرض النخبة الإعلامية للأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وإدراكها لمساهمة الذكاء الاصطناعي في الحد من انتشار هذا النوع من الأخبار.

وتناولت دراسة الباحث، وفاق حافظ بركع(7)، مضامين الأخبار الكاذبة التي

يتداولها مستخدمو شبكات التواصل الاجتماعي من خلال حساباتهم على هذه الشبكات، ولاحظت أن أغلب المضامين كانت سياسية وأمنية، ثم مضامين متنوعة، مثل الكوارث الطبيعية والتقنيات الحديثة والحوادث التاريخية وموضوعات الترفيه والسخرية. ويعتبر فيسبوك من أكثر الشبكات التي يتم من خلالها نشر الأخبار الكاذبة وتداولها.

في حين سعت دراسة الأكاديمية، زهية يسعد(8)، إلى معرفة نسب انتشار الأخبار الزائفة عن جائحة كوفيد-19 بين جمهور المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى أن 78٪ من المبحوثين يعتقدون أن الأخبار التي يتعرضون لها على هذه الشبكات، والمحتويات التي يتصفحونها حول الجائحة، وخاصة على فيسبوك، مزيفة، إضافة إلى أن 86.7٪ من عينة الدراسة أكدوا أنهم كانوا يبحثون عن وسائل إعلام أخرى لمعرفة الحقيقة. ويعتقد حوالي 51٪ من المبحوثين أن تلك الأخبار الزائفة تؤثر سلبًا في نفسيتهم.

وهدفت دراسة الأكاديمية، تومي فضيلة، والباحث، محمدي البشير(9)، إلى التعرف على مكانة القيم الإخبارية في الفضاء الرقمي من خلال قياس مدى توظيف القيم الخبرية في الفضاءات الرقمية في السياق الجزائري. وخلصت إلى أن البيئة الرقمية قد أثرت بشكل كبير في القيم الخبرية بسبب إمكانياتها الرقمية، وهامش الحرية التي تتمتع بها.

واهتم عدد من الدراسات بتقصي تأثيرات الأخبار الزائفة، ومنها دراسة الأكاديمي فيمي أولان (Femi Olan) وزملاؤه(10)، والتي أشارت إلى أن الأخبار الكاذبة تؤثر بشكل متزايد في القيم المجتمعية، وتغيير الآراء حول القضايا والموضوعات الملحة، بالإضافة إلى إعادة تعريف الوقائع والحقائق والمعتقدات. وكشفت الدراسة، من خلال مسح آراء عينة تتكون من 365 مستجوبًا، انقسام المجتمعات فيما يتعلق بالتمييز بين الأخبار الصحيحة والأخبار الكاذبة، بالإضافة إلى وجود انقسامات في القيم المجتمعية بشكل عام. أما دراسة الباحثة، حنان كامل مرعي(11)، فقد هدفت إلى التعرف على تأثير الأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي وعلاقتها بسلوكياتهم. وخلصت إلى أن ما يقرب من نصف المبحوثين يرون أن الأخبار الزائفة التي تنشر في وسائل الإعلام الجديد لها تأثير قوى في سلوكياتهم،

وأن هناك علاقة عكسية ضعيفة بين معدل استخدامهم لهذه الوسائل ودرجة تأثير هذه الأخبار في سلوكياتهم، في حين أن هناك علاقة عكسية قوية بين درجة معرفتهم بالأخبار الزائفة المنشورة في هذه الوسائل ودرجة تأثيرها في سلوكياتهم، وكيفية التعامل معها.

في حين رصدت دراسة الأكاديمي، عمرو محمد عبد الحميد(12)، تأثير الأخبار الزائفة بشبكة فيسبوك في إدراك الجمهور للشؤون العامة المصرية بالتطبيق على فرضية الشخص الثالث، وأثبتت صحة المكون الإدراكي والمكون السلوكي لهذه الفرضية؛ إذ يرى الباحثون تأثيرات أكبر للأخبار الزائفة في الآخرين مقارنة بأنفسهم، ويؤيدون اتخاذ إجراءات رقابية وتنظيمية للحد من هذا النوع من الأخبار. كما وجدت الدراسة علاقة طردية بين الكفاءة التكنولوجية للمبحوثين في التعامل مع شبكات التواصل الاجتماعي، وبين قدرتهم على التفرقة بين الأخبار الصحيحة والزائفة المتداولة حول الشؤون العامة المصرية، بالإضافة إلى تراجع ثقة المبحوثين في فيسبوك مصدرًا للمعلومات حول هذه الشؤون، وخطورة الأخبار الزائفة على إحداث قدر من الارتباط في الشأن العام المصري. وعلى الصعيد ذاته، هدفت دراسة الأكاديمي، عبد القادر بودرياله وزملاؤه(13)، إلى التعرف على أثر الأخبار الزائفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام. وتوصلت إلى أن أهم أسباب انتشار الأخبار الزائفة عبر هذه الشبكات يتمثل في عدم خضوع محتوياتها للرقابة المهنية والأخلاقية والقانونية، كما أن هذه الشبكات تروج للأخبار الزائفة أكثر من الوسائل الأخرى، مما أفقدها مصداقيتها وموضوعيتها في نقل الأخبار.

أما دراسة عقيلة مقروس وصونية عبدش(14) فقد اهتمت بتقصي دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي السياسي على صفحات فيسبوك، وخصلت إلى أن الأخبار الزائفة شملت كافة المجالات السياسية والعسكرية والأمنية والاجتماعية والرياضية والاقتصادية وغيرها من المجالات الأخرى. ويركز هذا النوع من الأخبار على انتقاد ومدح الشخصيات السياسية المعارضة والممثلة للسلطة، ويعتبر الإعلام الشبكي مصدر معظم مصادر الأخبار الكاذبة.

ونظرًا لأهمية التفكير النقدي في التعااطي مع الأخبار الكاذبة، فقد ركزت دراسة الأكاديمية، أمل محمد بدر(15)، على اختبار العلاقة بين معدلات اهتمام مقررات

التعليم الإعلامي بمكون التفكير النقدي، ومعدلات استفادة طلبة الإعلام من آليات التحقق من مصداقية المحتوى الإخباري على منصات التواصل الاجتماعي. وخصلت الدراسة إلى أن الطلبة يستخدمون عددًا من الآليات للتحقق من مصداقية المحتوى على هذه المنصات، وفي مقدمتها المقارنة، ولغة المحتوى، ولاحظت أن هناك ارتباطًا بين آلية التحقق اللغوي من مصداقية المحتوى ودرجة استيعابهم للمعارف المتعلقة بالتفكير النقدي وعناصره.

أما على صعيد مكافحة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، فقد أكد الأكاديميان في علم النفس الإدراكي والاجتماعي، ستيفان ليفاندوسكي (Stephan Lewandowsky)، وساندر فان دير ليندن (Sander van der Linden) (16)، أهمية التدابير الاستباقية لمنع الانجرار إلى هذا النوع من المواد في المقام الأول، ويعتمد ذلك على نظرية التحصين النفسية؛ فإذا جرى تحذير الناس مسبقًا من أنهم قد يتعرضون للتضليل، وتُقدّم إليهم أمثلة يمكن أن تكشف تعرضهم للتضليل، فسيصبحون أكثر حصانة ضد المعلومات المضللة. وقدم الباحثان عددًا من الأساليب التي يمكن أن تعزز مقاومة الأشخاص للمعلومات المضللة، بدءًا من التحذيرات العامة، ومرورًا بالإرشادات الأكثر تحديدًا حول الأساليب المضللة (الخطابية). واعتمادًا على الشواهد المتاحة، فإن هذه النظرية تبدو وسيلة واعدة للمساعدة في حماية الناس من المعلومات المضللة والأخبار الزائفة.

وللمساعدة في مواجهة الانتشار السريع للمعلومات المضللة عبر الإنترنت، والذي يشكل خطرًا متزايدًا على المجتمعات في جميع أنحاء العالم، وامتدادًا للجهود الرامية إلى مكافحة التضليل الإعلامي، قام الباحثان، جون روزنيك (Jon Roozenbeek) وساندر فان دير ليندن (17)، بتطوير "لعبة أخبار زائفة" يتم فيها تكليف المشاركين بإنشاء مقال إخباري حول قضية ميسسة بشدة، مثل أزمة اللاجئين الأوروبيين، باستخدام أساليب مضللة من منظورات مختلفة لمنتجي الأخبار الزائفة لاختبار فعالية اللعبة. وقد تم تطبيق التجربة على عينة عشوائية بلغت 95 مبحوثًا من طلبة الثانوية العامة، وقدمت النتائج بعض الأدلة الأولية على أن ممارسة لعبة الأخبار الزائفة قللت من الموثوقية والإقناع المتصورين للقصص الإخبارية الزائفة بشكل عام. ويشير ذلك إلى أن الألعاب التعليمية قد تكون وسيلة واعدة لحماية الجمهور من الأخبار الزائفة.

ويتضح من خلال هذه البحوث عدم اهتمام الدراسات العربية بتقصي الجهود التي تقوم بها منصات الرصد والتحقق العربية، رغم أهميتها ودورها في مكافحة تزييف الوعي، وتضليل الجمهور العربي، مما يدعم الصحافة المهنية، ويساعدها على البقاء والاستمرار. وبالرغم من أن هذه المنصات توفر فرصًا بحثية عديدة جديرة بالدراسة والتقصي، وسبر جوانبها المتعددة، فإن هناك فجوة معرفية في هذا المجال، وهو ما تطمح الدراسة إلى المساهمة في تداركه. فالدراسات السابقة تؤكد أن الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة باتت قضية ملحة لسائر المجتمعات.

منهج الدراسة

وظفت الدراسة منهج المسح الإعلامي، الذي يهدف إلى جمع البيانات والمعلومات ذات الصلة بالظاهرة التي يتم دراستها، والمتمثلة في رصد الجهود التي تقوم بها عينة من المنصات العربية للتحقق من صحة الأخبار، ودقة المعلومات، وجهودها الرامية إلى مكافحة التزييف والتضليل الإعلاميين. ويهدف هذا المنهج إلى جمع البيانات والحقائق والمعلومات المتصلة بالموضوعات والظواهر الاجتماعية والثقافية والسياسية كما هي عليه في الواقع المدروس من أجل الوصول إلى نتائج تساعد في فهم هذه الظواهر، واقتراح حلول لها. ولا يتوقف منهج المسح عند مرحلة جمع البيانات والمعلومات وتصنيفها وتبويبها، لكنه يتجاوز ذلك إلى تقديم حلول للمشكلات العلمية(18).

عينة الدراسة وأدواتها

تم تطبيق هذه الدراسة على ثلاث من المنصات العربية للتحقق من صحة الأخبار والمعلومات، وهي: هيئة مكافحة الإشاعات، وفتبينوا، ومسبار؛ حيث تم تحليل جميع الأخبار المنشورة خلال نوفمبر/ تشرين الثاني، وديسمبر/ كانون الأول من العام 2022؛ نظرًا لأهمية هذه الفترة التي شهدت منافسات بطولة كأس العالم 2022 في دولة قطر. وقد بلغ عدد المواد المنشورة خلال هذه الفترة 508 مواد تنوعت بين مقاطع فيديو، وصور صحفية، وأخبار وتقارير، ومنشورات أو تغريدات منشورة على شبكات التواصل الاجتماعي.

2. مدخل نظري

التضليل الإعلامي

تتعدد المفاهيم المتصلة بعدم صحة الأخبار والمعلومات، ويُشار إليها بالعديد من المصطلحات، منها: الأخبار الزائفة أو الكاذبة، والمعلومات المضللة أو الخاطئة، وتتداخل هذه المفاهيم في بعض الأحيان. ولذا يوصى باستخدام مصطلحي المعلومات الخاطئة والتضليل. فالأخبار الزائفة معلومات مغلوطة، يعتقد الشخص الذي ينشرها أنها صحيحة، أما التضليل فهو يعتمد على معلومات خاطئة، يعلم الشخص الذي يقوم بنشرها أنها خاطئة (19). ويمكن تعريف المعلومات الخاطئة (misinformation) على نطاق واسع بأنها معلومات غير صحيحة، وقد تحدث عن طريق الصدفة، ويتم استخدام مصطلح المعلومات المضللة في بعض الأحيان للإشارة إلى نوع معين من المعلومات الخاطئة التي تتم عن عمد، وغالبًا ما يتم تصور التضليل باعتباره الإيمان بادعاءات غير صحيحة أو ادعاءات مضادة (20).

ويشير مصطلح المعلومات المضللة (disinformation) إلى المحاولات المتعمدة، أي المخطط لها بعناية في كثير من الأحيان لإرباك الأشخاص أو التلاعب بهم عبر تقديم معلومات كاذبة لهم، وغالبًا ما يقترن ذلك بإستراتيجيات اتصالات متوازية ومتقاطعة ومجموعة من التكتيكات الأخرى، مثل القرصنة أو المساس بسمعة الناس ومصالحهم. فيما يشير مصطلح المعلومات الخاطئة إلى المعلومات المضللة التي يتم إنشاؤها أو نشرها دون وجود نوايا تلاعبية أو خبيثة، وكلا النوعين يمثلان مشكلة للمجتمع، ولكن المعلومات المضللة من النوع الأول تشكل خطورة خاصة؛ لأنها غالبًا ما تكون منظمة وتتوافر لها الموارد وتعززها التكنولوجيا المؤتمتة (21). فالمحتوى المضلل يتم من خلال استخدام مُضلل للمعلومات لتصوير المشكلات أو الأفراد ضمن إطار مقصود عن طريق قص الصور أو اختيار اقتباسات أو إحصائيات بشكل انتقائي. وقد يتم ذلك من خلال الربط الكاذب، وذلك عندما لا تدعم العناوين أو الصور المرئية أو التسميات التوضيحية المحتوى، والمثال الأكثر شيوعًا لهذا النوع من المحتوى هو الروابط المضللة التي تغري بالنقر عليها، والتي انتشرت مع تزايد المنافسة على جذب انتباه الجمهور. ويمكن أن يحدث هذا أيضًا عند استخدام الصور المرئية أو تعليقات الصور لإعطاء انطباع معين لا يدعمه نص (22).

وتتعدد أنواع الأخبار الكاذبة، فتشمل ثلاثة أنواع، وهي: الأخبار المثيرة، والفضائح واسعة النطاق، والأخبار الزائفة المضحكة. فالأخبار المثيرة تعتمد على عناوين مبالغ فيها وغير مؤكدة، ويتم تصميمها لجذب جمهور كبير من خلال ما اصطلح على تسميته بـ"الإغراء بالنقر" (clickbait). أما أخبار الفضائح، فتتم من خلال تصميم فضائح واسعة النطاق لتبدو وكأنها محتوى صحفي رسمي، ويمكن بهذه الطريقة إخفاء المعلومات المضللة باعتبارها محتوى حقيقياً وجعل الجمهور يعتقد أنها صادقة. في حين يتم إنشاء الأخبار الزائفة المضحكة تحت ستار المحتوى الصحفي، ولا يهدف هذا النوع من الأخبار إلى إرباك الجمهور، بل السخرية من قضايا الساعة (23). وقدم الأكاديمي، إديسون تاندوك (Edson Tandoc)، وزملاؤه ستة أنواع من الأخبار الزائفة، وهي: الأخبار الساخرة، والمحاكاة الساخرة للأخبار، والتلفيق، والتلاعب، والإعلان، والدعاية (24)، بالإضافة إلى الاستعمال المضلل للتعليقات التوضيحية أو الصور أو الإحصائيات، والمحتوى الأصيل الذي يتم مشاركته خارج سياقه، أو المحتوى الانتحالي، والمحتوى الهادف للاستغلال والملفوق (25).

وتقع الإشاعات ضمن التضليل الإعلامي، ويتفاوت مدى انتشار الإشاعات من بلد إلى آخر، وبناء على متغيرات عديدة. فعلى سبيل المثال، تعتبر الإشاعات الاجتماعية أكثر الإشاعات انتشاراً في السعودية، ومصدرها "الواتساب"، أما الإشاعات السياسية والاقتصادية فغالباً ما يكون مصدرها تويتر، وهي أكثر انتشاراً من الإشاعات الاجتماعية (26).

التحقق من الأخبار والمعلومات

ليست عملية التحقق من المعلومات والأخبار ممارسة جديدة، بل تُعد من صلب العمل الصحفي المهني وجوهره الأساس. وقد نمت هذه العملية وتطورت بنمو وتطور الممارسات الصحفية. فالتقاليد المهنية الصحفية تقتضي أن يحرص الصحفيون على توخي الدقة في الحصول على المعلومات، والتأكد من صحتها، من خلال تعدد المصادر في المقام الأول. ولكن الجديد في الآونة الأخيرة هو تطور الأدوات التقنية للتحقق من صحة الأخبار، ودقة المعلومات، في ظل تدفق المعلومات المضللة، والأخبار الزائفة، والتي تلحق الأضرار بمختلف جوانب الحياة، بما في ذلك القطاع الاقتصادي؛ حيث تكلف الاقتصاد العالمي سنوياً 78 مليار دولار (27). وأصبح

الانتشار الفيروسي للمعلومات المضللة الرقمية شديدًا لدرجة أن المنتدى الاقتصادي العالمي يعتبرها من بين التهديدات الرئيسية للمجتمع البشري (28).

وبالرغم من أن التعاطي مع ظاهرة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، اتخذ طابعًا أكثر جدية في الفترة الأخيرة، إلا أن الفجوة بين انتشار الأخبار الزائفة والسعي إلى الحد من انتشارها لا تزال كبيرة. وتحاول الشركات التخلص من عبء إيجاد حلول تقنية فعالة بإلقاء المسؤولية على الصحفيين وغرف الأخبار (29). وتعتبر منصات التحقق من الأخبار والمعلومات إحدى المبادرات التي تهدف إلى مكافحة هذه الظاهرة، والحد من انتشارها. وتعتمد إستراتيجية مكافحة انتشار الأخبار الزائفة عبر شبكات التواصل الاجتماعي -حتى الآن- على تعاون المنصات مع شركاء خارجيين، مثل غرف الأخبار، ومبادرات التحقق من صحة المعلومات، وأحيانًا يتم توفير معلومات جديدة صحيحة مقابل المعلومات المغلوطة، غير أن هذه الإستراتيجية لا تخلق التأثير الكافي بسبب عدم انتشار المعلومات المصححة بذات قدر انتشار المعلومات المغلوطة (30). فالأخبار الكاذبة أسرع انتشارًا، وأعمق تأثيرًا من الأخبار الصحيحة، وذلك وفقًا لدراسة أجريت على ما يقرب من 126000 سلسلة من القصص الإخبارية المنشورة على تويتر، والتي تم التغريد بها بشكل تراكمي بأكثر من 4.5 مليون مرة من حوالي 3 ملايين شخص من عام 2006 إلى عام 2017 (31).

ومن الحلول التي أوصى بها مركز التقدم الأمريكي: استعمال تقنية "قواطع دائرة الانتشار"، وهي تقنية تمنع الخوارزميات في شبكات التواصل الاجتماعي، تلقائيًا، من تضخيم المنشورات عندما ترتفع عليها المشاهدات والمشاركات، مما يمنح مشرفي المحتوى في المنصات وقتًا كافيًا لمراجعة المنشورات والتحقق من محتواها. وبهذا يمكن تحديد ما إذا كان المحتوى يتضمن معلومات مضللة أم لا قبل انتشاره على نطاق واسع (32).

3. المنصات العربية للتحقق من الأخبار والمعلومات

باستخدام محرك البحث "غوغل" استطاع الباحث حصر 23 منصة عربية تركز جهودها للتحقق من الأخبار والمعلومات، منها ست منصات أردنية، وأربع تونسية، ومثلها مصرية، ومنصتان جزائريتان، ومنصة واحدة لكل من: السعودية، وسوريا،

والعراق، وقطر، وليبيا، وفلسطين، واليمن. ويعود تاريخ إطلاق هذه المنصات بين الأعوام 2012 و2021، حيث تعتبر منصة "هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية" الجزائرية أول منصة تم إطلاقها عام 2012، أما آخر منصتين تم إطلاقهما فهما: "تونس تتحرى (Tunifact)"، ومنصة "صح" وذلك في العام 2021. ويمكن القول بأن عدد هذه المنصات يعكس -إلى حد ما- حالة الحراك السياسي الذي تعيشه البلدان التي تنتمي إليها هذه المنصات، وعمليات الاستقطاب الدائرة فيها، لاسيما في كل من: تونس، ومصر، والجزائر، كما أن هذا العدد يعبر عن وعي متنام لدى القائمين على صناعة الإعلام والاتصال بأهمية التحقق من الأخبار والمعلومات، وضرورة التصدي للتزييف ومكافحة التضليل. وفيما يأتي نبذة مختصرة عن هذه المنصات.

جدول (1): المنصات العربية الخاصة بالتحقق من الأخبار والمعلومات

م	اسم المنصة	البلد	تاريخ الإطلاق	جهة الإطلاق
1	هيئة مكافحة الإشاعات	السعودية	2012	غير مُبَيَّن
2	هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية	الجزائر	2012	غير مبين
3	ده بجد؟	مصر	2013	غير مبين
4	آي تشيك (iCheck)	تونس	2013	بإشراف منظمة "أنا يقظ"
5	صح خبيرك	الأردن	2013	غير مبين
6	فتبينوا	الأردن	2014	مؤسس المنصة معاذ الظاهر
7	أكيد مرصد مصداقية الإعلام الأردني	الأردن	2014	المعهد الأردني
8	أخبار ميتر	مصر	2014	مؤسس المرصد هيثم عاطف
9	تحقق	فلسطين	2015	بمبادرة من الباحث بكر عبد الحق

10	تأكد	سوريا	2016	مؤسسة المنصة أحمد بريمو
11	متصدقش	مصر	2018	غير محدد
12	صدق	اليمن	2019	غير مبين
13	مسبار	الأردن	2019	غير مبين
14	صحيح مصر	مصر	2019	غير مبين
15	فايك نيوز (Fake News DZ)	الجزائر	2019	غير مبين
16	فالصو	ليبيا	2020	غير مبين
17	تراست نيوز (Trust news)	تونس	2020	المدراس الكبرى للتواصل
18	الشبكة العربية لمُدققي المعلومات	الأردن	2020	تعمل تحت مظلة "أريج"
19	تونس تتحرى (Tunifact)	تونس	2021	غير مبين
20	صح	الأردن	2021	غير مبين
21	تونيزيا تشيك نيوز (TUNISIA check news)	تونس	غير محدد	غير مبين
22	تنبيه	قطر	غير محدد	جامعة حمد بن خليفة
23	التقنية من أجل السلام	العراق	غير محدد	غير مبين

1. هيئة مكافحة الإشاعات

مشروع سعودي مستقل أُشيع عام 2012 للتصدي للإشاعات والفتن واحتوائها، وفضح الأكاذيب التي تهدف إلى إثارة الرأي العام السعودي، وتوضيح الحقيقة من خلال المصادر الرسمية بهدف نشر الوعي ودفع الضرر عن المجتمع (33).

2. هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية

تأسست هذه الهيئة بالجزائر للتوعية بخطورة الشائعات والتحقق من الأخبار، ونشر المعلومة الصحيحة (34).

3. ده بجد؟

منصة مصرية للتحقق من الأخبار وكشف الإشاعات في شبكات التواصل الاجتماعي في الشرق الأوسط. انطلقت في أبريل/ نيسان 2013 بهدف توعية الناس، وتنشر هذه المنصة موضوعاتها بالعامية المصرية كي تكون مفهومة من جموع الناس (35).

4. آي تشيك (ICHECK)

منصة إلكترونية تونسية خاصة بتفنيد الأخبار الزائفة، وهي مبادرة أطلقتها منظمة "أنا يقط"، وتهدف إلى التثبت من الأخبار المتداولة على الإنترنت، والتحقق من مدى صحتها (36).

5. صحح خبرك

منصة على فيسبوك أنشأها مجموعة من الشباب الأردني، قبل أن تصبح مرصداً لتقصي الأخبار الكاذبة التي تنشرها وسائل الإعلام، وشبكات التواصل الاجتماعي، والعمل على تصحيحها (37).

6. فتبينوا

منصة أردنية مستقلة متخصصة في مجال التحقق من الأخبار. انطلقت عام 2014 من خلال صفحة على فيسبوك، وتهدف إلى تنقية المحتوى العربي على الإنترنت من الإشاعات والأخبار الكاذبة. وتشترط المنصة فيمن يتسبون إليها أن يكونوا مستقلين سياسياً، ولا يدعمون أي طرف سياسي، ولم يسبق لهم الترشح في أي حزب سياسي، أو التبرع له سواء بشكل مباشر أو غير مباشر (38).

7. أكيد (مرصد مصداقية الإعلام الأردني)

هو أحد مشاريع معهد الإعلام الأردني، وتأسس بدعم من صندوق الملك عبد الله الثاني للتنمية. يُعد أداة من أدوات مساءلة وسائل الإعلام، ويعمل ضمن منهجية علمية في متابعة مصداقية ما ينشر على وسائل الإعلام الأردنية وفق معايير معلنة (39). ويهدف هذا المرصد (40) إلى دعم وحماية حق المجتمع في المعرفة، ومساعدة وسائل الإعلام على تحسين جودة المحتوى والأداء الإعلامي، ونشر ثقافة

المساءلة الإعلامية وسط وسائل الإعلام والصحفيين والمجتمع، ورفع أداء وسائل الإعلام الأردنية من خلال تطوير قدرات الصحفيين في الوصول إلى المعلومات من مصادرها، ونشر ثقافة جودة المعلومات في العمل الصحفي، والكشف عن الأخبار الكاذبة أو المضللة.

8. أخبار ميتر

مبادرة أسسها مجموعة من الشباب المصري في العام 2014، وتهدف إلى تقييم محتوى المواقع الإعلامية وفقاً لمصادقيتها والتزامها بالمعايير المهنية والأخلاقية؛ حيث يقوم المرصد برصد وتقييم مدى مصداقية ومهنية أبرز الأخبار التي تتناول قضايا تهم الجمهور المصري ضمن المحتوى الصادر عن المواقع الإخبارية العشرة الأعلى قراءة في مصر. يلتزم المرصد بمدونتي المبادئ الخاصتين بكل من الشبكة العربية لمدققي المعلومات (AFCN)، والشبكة الدولية لتقصي الحقائق(41).

9. تحقق

يعتبر المرصد الفلسطيني لتدقيق المعلومات والتربية الإعلامية (تحقق) أول منصة فلسطينية لتدقيق المعلومات والتحقق من المحتوى الفلسطيني، ونشر ثقافة التربية الإعلامية. تأسس عام 2015 بمبادرة من الإعلامي الفلسطيني والباحث في مجال التحقق، بكر عبد الحق. عملت المنصة على مدار عامين في الحد من المعلومات المضللة والخاطئة، ومتابعة كل ما يتم تداوله عبر المنصات الاجتماعية الفلسطينية، وفي عام 2020، أعيد إطلاق المبادرة مجدداً عقب اتفاق شراكة بين المرصد ومركز شاهد لحقوق المواطن والتنمية المجتمعية، ليصبح أحد البرامج الإعلامية للمركز، قبل أن يعود المرصد مستقلاً بذاته مرة أخرى عام 2022(42).

10. تأكد

أول منصة سورية مستقلة وغير ربحية، ومتخصصة في التحقق من الأخبار والمعلومات. تأسست في أوائل عام 2016 من خلال صفحة على فيسبوك لمواجهة انتشار المعلومات المضللة. وتعد عضواً في الشبكة الدولية لتقصي الحقائق (IFCN)، وشريكاً لفيسبوك في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا منذ العام 2019(43).

11. متصدقش

منصة مستقلة متخصصة في التحقق والتدقيق الإخباري. تهدف إلى مقاومة الأخبار الكاذبة أو المضللة، ومقاومة الأخبار الهادفة لنشر الكراهية، أو التي ترسخ لمفاهيم سلبية اجتماعيًا ضد النساء والأقليات وغيرها، وقد تم إطلاقها في أبريل/ نيسان 2018. ركزت في البداية على الأخبار المغلوطة في مصر ثم توسع نشاطها ليشمل مختلف الدول العربية(44).

12. صدق

منصة إعلامية يمنية تأسست في أغسطس/ آب 2019، ويركز نشاطها على تنقية المحتوى الإلكتروني اليمني من الشائعات والأخبار المضللة، وتصحيح وتوضيح الأخبار المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي. كما تقوم المنصة بإعداد التقارير الميدانية، ولديها عقد شراكة مع شركة "ميتا". وتشر محتواها عبر حساباتها على فيسبوك، وإنستغرام، وتليغرام، وتويتير، كما أن لديها موقعًا إلكترونيًا وتطبيقًا للهواتف الذكية(45).

13. مسبار

موقع عربي لفحص الحقيقة وكشف الكذب في الفضاء العمومي، بدأ عام 2019 كوحدة للتحقق من الأخبار في منصة "باز" (Baz) للتواصل الاجتماعي، وفي نهاية عام 2019 أصبح موقعًا قائمًا بذاته. يركز على التحقق من القضايا التي لها تأثير في الجمهور العام بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. ووفقًا لسياسة هذا الموقع، فلا يجوز لأي عامل فيه الانخراط في نشاط سياسي حزبي، أو تقديم مساهمات للمرشحين أو لمنظمات الضغط والمناصرة، ويتم إدارته بشكل منفصل عن فرق تحرير وإدارة الشركة المالكة لها(46).

14. صحيح مصر

منصة يقوم عليها فريق صحفي مصري يعمل ضمن منظمة غير ربحية، تهدف إلى تدقيق تصريحات المسؤولين والسياسيين وصناع القرار. يعمل فريق المنصة على الشُّبْت من مدى صحة ودقة ادعاءات تدور في الفضاء العام، كما يهتم بتصحيح

الأخبار الملفقة والصور والفيديوهات المضللة المنتشرة على شبكات التواصل الاجتماعي(47).

15. فيك نيوز (Fake News DZ)

عبارة عن صفحة على فيسبوك تهدف إلى كشف الأخبار المغلوطة وأساليب توجيه الرأي العام عبر شبكات التواصل الاجتماعي(48).

16. فالصو لرصد خطاب الكراهية والأخبار الزائفة

منصة رقمية ليبية بحثية تعمل على مراقبة جودة المحتوى الصحفي في ليبيا، ورصد المخالفات المهنية المتعلقة بخطاب الكراهية والتحريض ومكافحة الإشاعات والأخبار المضللة. بدأت في إطار مبادرة أطلقها المركز الليبي لحرية الصحافة عام 2019 تحت اسم الراصد الدولي لرصد خطاب العنف والأخبار الزائفة في وسائل الإعلام الليبية، ثم أصبحت، في مايو/أيار 2020، وحدة مستقلة بالمركز الليبي لحرية الصحافة، ومنصة تحقق من المعلومات والرصد الإعلامي(49). وتهدف المنصة إلى الكشف عن الادعاءات الكاذبة وفحص الأخبار والمحتوي الرقمي، وتقديم الحقائق للجمهور، ورصد المخالفات المهنية والمحتوى المضلل بشبكات التواصل الاجتماعي والقنوات التلفزيونية، وقياس مدى التزام وسائل الإعلام بالمبادئ ومدونة السلوك المهني في المحتوى الصحفي.

17. ترست نيوز (Trust news)

منصة تونسية للتحقق من الأخبار الزائفة والدعاية. أطلقتها "المدارس الكبرى للتواصل" وبتمويل من السفارة الأميركية بتونس، في أكتوبر/ تشرين الأول 2020، لتوفير معلومات دقيقة لوسائل الإعلام والمسؤولين الحكوميين والمؤثرين الاجتماعيين. وتعاون المنصة مع 240 من المؤثرين الاجتماعيين للمساهمة في تصحيح المعلومات المضللة ونشر الأخبار الموثوقة في محيطهم الاجتماعي بهدف مساعدة المواطنين على فهم الواقع دون تحريف أو تزييف(50).

18. الشبكة العربية لمدقي المعلومات

تعمل على تعزيز الشفافية والحيادية في تدقيق المعلومات في المحتوى العربي جراء التصاعد في المعلومات الخاطئة والمضللة وسط أزمات غير مسبوقة بعد جائحة كوفيد-19. وتعمل هذه المنصة تحت مظلة "إعلاميون من أجل صحافة استقصائية عربية" (أريج)، وتهدف إلى دعم تشبيك وتبادل الخبرات ودعم حاجيات وحدات تدقيق المعلومات العربية والمؤسسات والمنصات في المنطقة العربية، بالإضافة إلى مدقي المعلومات العرب المستقلين، والتعاون على تعزيز تدقيق المعلومات والتقدم في تقنيات التدقيق وأهدافه. وتهتم الشبكة بالتدقيق التحريري ما قبل النشر وبعده. وقد انطلق مشروع هذه الشبكة في ملتقى أريج السنوي الثالث عشر المنعقد في ديسمبر/كانون الأول 2020(51).

19. تونس تتحرى (Tunifact)

منصة متخصصة في صحافة التحري والتصدي للأخبار الزائفة أطلقتها النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين في إطار مشروع مشترك مع منظمة "هيفوس" (Hivos)، وهي منصة مستقلة وغير ربحية لتطوير صحافة التحري. تهدف إلى تطوير المهارات الخاصة بصحافة التحري لدى الصحفيين، وتعزيز الثقة في الصحافة والمساهمة في إرساء صحافة الجودة، والمساهمة في التصدي لسياسات التضليل والترويج للأخبار الزائفة، بالإضافة إلى تعزيز وظيفة الرقابة التي تقوم بها الصحافة(52).

20. صح

مشروع تابع للشبكة العربية لمدقي المعلومات بدعم من برنامج "قريب" الذي تنفذه الوكالة الفرنسية للتنمية الإعلامية (CFI) وتموله الوكالة الفرنسية للتنمية (AFD). ويهدف هذا المشروع إلى بناء شبكة من المؤسسات والأفراد في 4 دول، هي: لبنان والأردن وفلسطين والعراق، للشراكة في محاربة الانتشار المتزايد للمعلومات الخاطئة والمضللة من خلال تعزيز أفضل ممارسات ومنهجيات تدقيق معلومات ما قبل النشر وما بعده، وغرس مفهوم تدقيق المعلومات داخل المؤسسات الإعلامية العربية(53).

21. تونيزيا تشيك نيوز (TUNISA check news)

مشروع للتثبت من صحة الأخبار، ويعمل تحت إشراف الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري التونسية، وبمساعدة الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام العمومية. يعتمد هذا المشروع على إجراءات التثبت الفني والميداني من خلال دليل إجراءات يقوم على مبادئ الإنصاف وتكافؤ الفرص، واحترام القواعد الأخلاقية الصحفية مع البقاء على مسافة متساوية ومحايدة مع جميع الأطراف. كما يهدف إلى مقاومة انتشار حملات التضليل والمغالطة أو المعلومات الضارة عبر الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، ومقاومة كل أشكال خطاب الكراهية، بالإضافة إلى تعزيز الممارسات الفضلى لدى وسائل الإعلام وعامة الناس خلال فترة الانتخابات، والمساهمة في إنشاء شبكة إعلامية وطنية لمكافحة التضليل الإعلامي على الشبكات الإعلامية والاجتماعية خلال الفترة الانتخابية وما بعدها(54).

22. تنبيه

منصة طورها معهد قطر لبحوث الحوسبة، وتهدف إلى اكتشاف الأخبار المزيفة قبل كتابتها باستخدام وسائل الذكاء الاصطناعي والشبكات العصبية العميقة(55).

23. التقنية من أجل السلام

مؤسسة غير ربحية مسجلة بالعراق، وتهدف إلى الحد من انتشار العنف والإرهاب من خلال الإبلاغ عن مواقع الويب وصفحات شبكات التواصل الاجتماعي التي تنشر أخباراً كاذبة أو دعاية تروج للعنف أو تحث على الإرهاب، وذلك بالتركيز على الدول غير المستقرة، وبخاصة العراق(56).

4. منهجية التحقق من صحة الأخبار والمعلومات

تختلف منهجية التحقق من منصة إلى أخرى، وعادة ما تقوم منصات التحقق العربية باختيار الموضوعات المتداولة على نطاق واسع على شبكات التواصل الاجتماعي خاصة، أو بناء على الأسئلة التي ترددها من الجمهور، إما عبر النافذة المخصصة لهذا الغرض على موقع المنصة، أو بواسطة حساباتها على شبكات التواصل الاجتماعي.

ويقوم بعض هذه المنصات بالتحقق مما يُنشر على الشبكات، أو بواسطة وسائل الإعلام، وبعضها يقتصر فقط على ما يُنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ولا يتحقق مما تنشره وسائل الإعلام، إلا إذا تم تداوله عبر هذه الشبكات.

ويتفاوت تبويب القوائم الرئيسية التي يتم بموجبها تصنيف الأخبار من منصة لأخرى، كما تتعدد المبادئ الصحفية أو معايير السياسة التحريرية التي تستند إليها المنصات العربية للتحقق من صحة الأخبار، ودقة المعلومات، حيث تشترك هذه المنصات في عدد من المبادئ، منها: الإنصاف والتوازن وعدم التحيز، والمصدقية، والموضوعية، والاستقلالية، والمصلحة العامة، والدقة، والوضوح. في حين يضيف بعضها عدداً من المبادئ، منها: شفافية المصادر، وشفافية التمويل والتنظيم، والمعايير المهنية، وسياسة تصحيح مفتوحة وأمانة، واحترام حقوق الملكية الفكرية والمشاع الإبداعي، ومبادئ حقوق النشر، وروح التعاون والعمل المشترك لتحقيق المنفعة المشتركة (57)، والمسؤولية الاجتماعية (58)، والنزاهة، والرصانة (59)، والاحترافية والمهنية والمصدقية ومراعاة حقوق الإنسان (60)، والحياد السياسي، وشمول المصادر، والفصل بين المعلومة والرأي، والشفافية، والتبسيط، والشراكة، واحترام حقوق الملكية الفكرية، والتجسيد البصري (61).

وكما تتعدد مبادئ التحقق من الأخبار والمضامين الصحفية المنشورة، فكذلك تتعدد تصنيفات الأخبار الزائفة، فمنصة "فتبينوا" تعتمد في تصنيفها للدعايات على تقييم شركة فيسبوك للدعايات والمكوّن من 9 تصنيفات للخبر، وهي: رأي، زائف، زائف جزئي، ساخر، صحيح، غير مؤهل، محتوى ناقص، مضلل، مفبرك (62)، وكذلك الحال في منصة "متصدّقش" التي تتّبع ستة من التصنيفات الخاصة بالأخبار يعتمدها فيسبوك، وهي: زائف كلياً، وزائف جزئياً، ومفبرك، ومجتزأ، وساخر، وصحيح (63).

أما منصة "تأكد" فتُصنّف الأخبار إلى ثلاث فئات رئيسة، تندرج تحت كل واحدة منها فئات فرعية: (1) احتيال، ويندرج تحتها كذب، وتضليل، ونظرية المؤامرة، وكذب باسم العلم، (2) عبث: ويندرج تحتها: خطأ، وانحياز، وتلاعب بالحقائق، (3) إرباك، وفي هذه الفئة: عنوان مُضلل، وسخرية، وخارج السياق، وغير مؤكد (64)، في حين تُصنّف منصة "أخبار ميتر" المواقع الإخبارية إلى الأفضل والأسوأ بنهاية كل أسبوع، وكل شهر، كما تُصنّف عدداً من المواقع المهنية وفقاً لمهنتها (65). أما منصة مسبار،

فُتصنّف الأخبار إما إلى: زائف، أو مُضلل، أو صحيح، أو خرافة، أو انتقائي، أو مشكوك فيه، أو إثارة، أو ساخر، كما تُقدّم مؤشراً لصدقية وسائل الإعلام في الفضاء العمومي. ويعتمد هذا المؤشر على تحليل مصادر الأخبار، وتصنيف المواقع بحسب درجة صدقيتها، من خلال إحصاء عدد الأخبار الزائفة التي نشرتها تلك المواقع خلال فترة زمنية مُحدّدة ورصدّها فريق مسبار وتحقّق منها(66).

وعلى نفس المنوال، تُقدّم منصة "فالصو" لرصد أخبار الكراهية والأخبار الزائفة عدداً رقمياً للإخلالات المهنية في كل وسيلة من وسائل الإعلام الليبية. فيرصد مواضع الخلط بين الرأي والخبر، والاتهامات دون أدلة، والأخبار المضللة أو المنحازة، والعناوين المثيرة والكاذبة، ونشر الإشاعات، وفبركة الصور أو الفيديوهات. وهو أسلوب زاد استخدامه ويوضح حالة التزييف العميق الذي يتم من خلال استعمال "فوتوشوب" للصور، أو المكساج للفيديوهات وإظهارها لتضليل القراء(67). أما منصة "تراست نيوز" فتُصنّف الأخبار إلى: مشكوك فيه، وزائف، ومخادع، ومفبرك، ومُضلل، ومضر، ووهمي، وإثارة، والتقويض، وإشاعة، وانتقائي، وخرافي، وساخر، وغير دقيق(68)، وتقوم منصة "آي تشيك" بتصنيف الأخبار بعد التحقق منها إلى: زائف، ومضلل، وإثارة، وإشاعة، وساخر(69). وفي "تونس تتحرى"، تُصنّف المنصة الأخبار بعد عملية التحري إلى: صحيح، وزائف، ومضلل، وغير دقيق(70).

وتُفرد جميع المنصات مساحة للمستخدمين للإبلاغ عن أي خبر يشكون فيه، وتتميز منصة "فالصو" بوجود عداد رقمي، يقدم إحصاء بعدد الإخلالات التي تتم على صعيد نقل الأخبار، وتبادل المعلومات.

5. نتائج الدراسة التحليلية

مدى انتظام المنصات العربية في متابعة الأخبار والمعلومات

وفقاً لنتائج التحليل الواردة في الجدول رقم (1)، يظهر تفاوت منصات التحقق العربية في متابعة المواد المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تضمنت أخباراً زائفة، أو معلومات مضللة، حيث يبرز نشاط منصة "مسبار" في متابعة هذا النوع من المواد؛ إذ تصدرت عينة الدراسة وبفارق كبير بينها وبين منصتي "فتبينوا" و"هيئة مكافحة الشائعات". وبلغ عدد المواد التي تحققت منها مسبار أثناء فترة الدراسة 373 مادة بنسبة 73.4٪ من إجمالي المواد المتحقق منها، أي بمتوسط أكثر من ست مواد

يوميًا. وفي بعض الأحيان، وصل عدد المواد التي تحققت منها المنصة 14 مادة يوميًا. ومما يميز هذه المنصة، سرعتها في تنفيذ الأخبار والمعلومات المشكوك في صحتها، فعلى سبيل المثال، تشير في بعض الأحيان إلى ما يأتي: "تداول حسابات وصفحات على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، منذ ساعات...". كما أنها المنصة الوحيدة من المنصات التي شملتها هذه الدراسة، تقوم بنشر أسماء أصحاب الحسابات التي تداولت الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة على شبكات التواصل الاجتماعي، والمواقع الأخرى، تلاها في الترتيب منصة "فتينوا" بنسبة 23.2٪، ثم منصة "هيئة مكافحة الإشاعات" بنسبة 3.3٪.

جدول (1): عدد المواد التي تحققت منها منصات التحقق العربية

م	المنصة	المواد المنشورة	النسبة
1	مسبار	373	73.4
2	فتينوا	118	23.2
3	هيئة مكافحة الإشاعات	17	3.3
	المجموع	508	100

ويرجع انخفاض عدد المواد التي تحققت منها "هيئة مكافحة الإشاعات" أثناء فترة الدراسة إلى اهتمامها في المقام الأول بالشائعات المتداولة على شبكات التواصل الاجتماعي، و"الواتساب"، والخاصة بالمملكة العربية السعودية، خلافاً للمنصتين الأخريين اللتين يمتد مجال اهتمامهما بكل ما ينشر على هذه الشبكات في البلدان العربية وغير العربية. ويعكس هذا الكم من الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، التي تحققت منها منصتا: "مسبار" و "فتينوا" أثناء فترة الدراسة، حالة الاستقطاب الشديدة التي يعاني منها عدد من البلدان العربية، والتي تترجم في نشر هذا النوع من الأخبار والمعلومات.

الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة التي كشفت عنها المنصات العربية وفقاً للنوع

وفقاً لنتائج التحليل الواردة في الجدول رقم (2)، والخاصة بالمواد التي تحققت منها منصات التحقق العربية التي شملتها الدراسة التحليلية، فقد جاءت المضامين

الرياضية في مقدمة الأخبار والمعلومات التي تحققت من صحتها هذه المنصات، وأثبتت زيفها، وذلك بنسبة بلغت 52.6٪، تلاها الأخبار والمعلومات السياسية بنسبة بلغت 18.1٪، ثم الموضوعات الدينية بنسبة بلغت 4.3٪. وفي الترتيب الرابع جاءت الموضوعات الخاصة بكل من: الحوادث والجرائم، وإدارة وأعمال بنسبة بلغت 2٪ لكل منهما، أما بالنسبة لبقية المواد، فقد جاءت نسبتها 1.2٪ فأقل، وتمثلت في كل من الموضوعات: الثقافية، والفنية، والاقتصادية، والاجتماعية، والصحية، والسفر، والترفيهية، والتكنولوجية، والقانونية، والعسكرية. أما فئة أخرى فتشمل الأخبار الطبية، وأخبار إنشاءات الطرق والجسور، والأمنية، والبيئية وغيرها من الأخبار الأخرى. ويعود تصدر الأخبار والمواد الرياضية خلال هذه الفترة إلى أحداث بطولة كأس العالم 2022 والتي أقيمت في دولة قطر.

جدول (2): النوع الموضوعي للمواد المزيفة المنشورة وفقاً لمنصات التحقق

م	نوع الموضوع	مسبار	فتبينوا	هيئة مكافحة الإشاعات	المجموع	النسبة (%)
1	رياضي	219	46	2	267	52.6
2	سياسي	57	35	-	92	18.1
3	ديني	14	3	5	22	4.3
4	حوادث وجرائم	-	8	2	10	2.0
5	إدارة وأعمال	4	5	1	10	2.0
6	ثقافي وفني	5	1	-	6	1.2
7	اقتصادي	-	6	-	6	1.2
8	اجتماعي	-	2	1	3	0.6
9	صحي	-	3	2	5	1.0
10	سفر	2	1	-	3	0.6
11	ترفيه	1	-	1	2	0.4
12	تكنولوجيا	2	-	-	2	0.4
13	قانوني	-	-	3	3	0.6

14	عسكري	-	3	-	3	0.6
15	أخرى	69	5	-	74	14.6
	المجموع	373	118	17	508	100
	النسبة (%)	73.4	23.2	3.3	100	-

أما على صعيد التحقق، فقد انفتحت منصتا "مسبار"، و"فتبينوا"، في مجيء كل من الأخبار الرياضية والسياسية والدينية في الترتيب الأول، فالثاني، فالثالث، في حين تفاوت ترتيب الموضوعات الأخرى. أما بالنسبة لـ"هيئة مكافحة الشائعات" فقد جاءت الموضوعات الدينية في الترتيب الأول، تلاها الموضوعات الرياضية، وبعدد محدود بلغ خمسة موضوعات للأول، وموضوعين للثاني.

ووفقاً للتقرير الشهري الصادر عن منصة "مسبار"، فقد بلغ عدد الأخبار والمواد المضللة المنشورة خلال شهر نوفمبر/ تشرين الثاني 148 خبراً، وهو ما يمثل 69.8٪ من مجموع الأخبار والمواد التي تم التحقق منها خلال هذا الشهر في حين بلغ عدد الأخبار الزائفة 61 خبراً، وهو ما يمثل 28.8٪ من الأخبار المذكورة (71). وفي شهر ديسمبر/ كانون الأول، بلغ عدد الأخبار المضللة 95 خبراً، وهو ما يمثل 59٪ من مجموع الأخبار والمواد التي تم التحقق منها خلال هذا الشهر، أما الأخبار الزائفة فقد بلغت 58 خبراً، وهو ما يمثل 36.02٪ من مجموع الأخبار والمواد المذكورة (72).

البلدان التي ركزت عليها أخبار وموضوعات عينة الدراسة

وفقاً للبيانات الواردة في الجدول رقم (3)، فقد تصدرت دولة قطر -وبفارق كبير بينها وبين الدول التالية لها في الترتيب- البلدان التي استهدفتها الأخبار والمواد التي تم التحقق منها بواسطة منصات التحقق التي شملتها الدراسة، وذلك بنسبة بلغت 30.5٪، ثم جاءت مصر بنسبة 8.9٪، والسعودية بنسبة 6.9٪، فالجزائر في الترتيب الرابع بنسبة 5.7٪. وفي الترتيب الخامس المغرب بنسبة 5.3٪، تلتها في الترتيب تركيا بنسبة 3.1٪، ثم اليمن في الترتيب السابع بنسبة 3٪، وفي الترتيب الثامن جاءت فرنسا بنسبة 2.8٪، ثم تونس (2.4٪) في الترتيب التاسع، وفي الترتيب العاشر جاءت كل من بريطانيا، وأميركا، والأرجنتين بنسبة بلغت 2٪ لكل منها. أما بقية الدول الأخرى التي تناولتها هذه الأخبار والمواد، فقد بلغت نسبتها 1٪ فأقل.

جدول (3): الدول التي تناولتها المواد المزيفة المنشورة وفقاً لمنصات التحقق

م	الدول	مسبار	فتبينوا	هيئة مكافحة الإشاعات	المجموع	النسبة (%)
1	قطر	131	19	5	155	30.5
2	مصر	30	15	-	45	8.9
3	السعودية	19	7	9	35	6.9
4	الجزائر	23	6	-	29	5.7
5	المغرب	17	10	-	27	5.3
6	تركيا	13	3	-	16	3.1
7	اليمن	10	3	2	15	3.0
8	فرنسا	11	3	-	14	2.8
9	تونس	11	1	-	12	2.4
10	بريطانيا	6	4	-	10	2.0
11	أميركا	7	3	-	10	2.0
12	الأرجنتين	6	4	-	10	2.0
13	البرازيل	6	2	1	9	1.8
14	السودان	4	5	-	9	1.8
15	إسبانيا	8	-	-	8	1.6
16	ألمانيا	6	1	-	7	1.4
17	الأردن	7	-	-	7	1.4
18	فلسطين	5	-	-	5	1.0
19	غير مُبيّن		5	-	5	1.0
20	روسيا	4	-	-	4	0.8

21	إيران	3	1	-	4	0.8
22	السنغال	3	-	-	3	0.6
23	البرتغال	3	-	-	3	0.6
24	الكويت	3	-	-	3	0.6
25	الصين	-	3	-	3	0.6
26	أخرى	37	23	-	60	11.8
	المجموع	373	118	17	508	100
	النسبة (%)	73.4	23.2	3.3	100	-

وتتمثل فئة أخرى في الدول الآتية: الكامبيون، المكسيك، كازاخستان، إندونيسيا، جنوب السودان، اليابان، لبنان، أوكرانيا، الأكوادور، كندا، سيريلانكا، جامبيا، كوستاريكا، سوريا، الأكوادور، سويسرا، الكامبيون، العراق، بلجيكا، ويلز، بولندا، المكسيك، ليبيا، جنوب السودان، أوكرانيا.

المنصات المستخدمة في نشر الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة

وفقاً لنتائج التحليل الواردة في الجدول رقم (4)، فقد تصدر فيسبوك شبكات التواصل الاجتماعي التي استأثرت بالأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة بنسبة بلغت 34.1٪، تلاه المواد المنشورة على كل من فيسبوك وتويتر بنسبة 30.7٪. وجاءت في الترتيب الثالث المواد المنشورة على شبكات التواصل الاجتماعي بوجه عام، بما في ذلك فيسبوك وتويتر، وبلغت نسبتها 16.7٪، وهذه المواد انحصرت في منصة "فبينوا" والتي تكتفي بالإشارة -مثلاً- إلى أن "شبكات التواصل الاجتماعي تداولت.. دون النص على شبكة معينة، على غرار المنصات الأخرى التي تناولتها الدراسة. أما بقية شبكات التحقق الأخرى، فقد جاء عدد المواد المنشورة عليها محدوداً، وتراوح نسبها بين 0.8٪ و3.5٪. وهذه الشبكات هي: (1) فيسبوك وتويتر ومواقع إخبارية أخرى، (2) فيسبوك ومواقع إخبارية أخرى، (3) فيسبوك وتويتر ومواقع أخرى، (4) تويتر ومواقع إخبارية أخرى.

جدول (4): توزيع نسب المنصات المستخدمة في نشر الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة في عينة الدراسة

م	الوسيط	المنصة			النسبة (%)
		مسابر	هيئة مكافحة الإشاعات	فتبينوا	
1	فيسبوك	129	14	30	34.1
2	فيسبوك وتويتر	156	-	-	30.7
3	شبكات التواصل الاجتماعي	-	-	85	16.7
4	تويتر	23	-	-	4.5
5	فيسبوك، تويتر، ومواقع إخبارية	18	-	-	3.5
6	فيسبوك ومواقع إخبارية	16	-	-	3.1
7	فيسبوك وتويتر ومواقع أخرى	12	-	-	2.4
8	تويتر ومواقع إخبارية	4	-	-	0.8
9	أخرى	15	3	3	4.1
	المجموع	373	17	118	508

أما فئة أخرى، فقد تمثلت بالنسبة لـ "مسبار" في كل من: (1) فيسبوك ومنتديات، (2) فيسبوك وتيك توك، (3) فيسبوك وتيك توك وواتساب، (3) فيسبوك وتيك توك ومواقع إخبارية، (4) فيسبوك وتيك توك وتويتر، (5) فيسبوك، تويتر، سناب، (6) مواقع إخبارية، (7) تيك توك، (8) إنستغرام وتويتر، (9) فيسبوك ويوتيوب، (10) فيسبوك وتويتر وتيك توك ومواقع إخبارية أخرى، (11) فيسبوك وتويتر، (12) تيك توك، (13) مواقع إخبارية، حيث حظي كل واحد من هذه المنصات بتكرار واحد، ما عدا المنصات الثلاث الأخيرة التي حظي كل واحد منها بتكرارين.

وفي منصة "فتبينوا"، فقد تمثّلت فئة أخرى في كل من إنستغرام (تكراران)، ويوتيوب (تكرار واحد)، وتمثّلت هذه الفئة في منصة "هيئة مكافحة الإشاعات" في كل من إنستغرام (تكراران)، ويوتيوب (تكرار واحد).

الوسائط المستخدمة لنشر المواد المزيفة

تضمن الجدول رقم (5) توزيعاً للوسائط المتعددة التي تضمنت المواد المزيفة المنشورة على منصات التحقق التي شملتها الدراسة، ووفقاً لهذه البيانات فقد جاءت الفيديوهات في الترتيب الأول بنسبة 39.0٪، تلاها الصور بنسبة 33.5٪. وفي الترتيب الثالث جاءت الأخبار بنسبة 13.2٪. أما بقية الوسائط الأخرى، والمتمثلة في المنشورات والتغريدات والرسائل المتداولة والوثائق والرسائل الصوتية والتقارير الصحفية والبيانات، فقد وردت بأعداد محدودة، وتراوحت بين خمس مواد ومادتين اثنتين فقط.

جدول (5): نوع الوسائط المستخدمة لنشر المواد المزيفة وفقاً لمنصات التحقق

م	الوسائط	المنصة			النسبة (%)
		مسبار	فتبينوا	هيئة مكافحة الإشاعات	
1	فيديو	122	68	8	39.0
2	صورة	134	36	-	33.5
3	خبر	55	9	3	13.2
4	تصريح	43			8.5
5	منشور	3	4	-	1.4
6	تغريدة	4	-	1	1.0
7	ادعاء	3			0.6
8	وثيقة	2	1	-	0.6
9	رسالة متداولة	-	-	3	0.6
10	بيان صحفي	2	-	-	0.4

0.4	2	-		2	صورتان	11
0.4	2	-		2	صورة وفيديو	12
0.4	2	2	-	-	رسالة صوتية	13
0.2	1	-		1	خطاب	14
100	508	17	118	373	المجموع	

ويمكن تفسير تصدر الفيديو للوسائط المستخدمة لنشر المواد المزيفة في ضوء عنصر الجذب الذي تتمتع به الصورة المتحركة بوجه عام، فضلاً عن سياق البيئة الرقمية التي جعلت الأفراد يعيشون ما يمكن تسميته بـ"عصر الفيديوهات القصيرة"، والتي يشيع استعمالها في جميع المنصات، حتى لقد أصبحت هذه الفيديوهات صناعة مستقلة بذاتها، وتشهد رواجاً ونموً مطردين سواء من حيث الإنتاج أو التعرض والاستخدام.

6. مناقشة النتائج

بناء على عدد الأخبار والمواد المنشورة في مختلف شبكات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإخبارية الإلكترونية، ووسائل الإعلام المختلفة، والتي رصدتها وفندتها منصات التحقق التي شملتها الدراسة، تبرز حالة الاستقطاب السياسي على نحو خاص. فقد جاءت الموضوعات والمواد السياسية التي تحققت منها هذه المنصات في الترتيب الثاني بعد المواد الرياضية، والتي يعتبر مجيئها في هذا الترتيب حالة استثنائية لارتباطها ببطولة كأس العالم 2022 في دولة قطر؛ حيث وردت فترة انعقاد هذه البطولة ضمن عينة الدراسة (نوفمبر/ تشرين الثاني، وديسمبر/ كانون الأول 2022). ومن ثم، فمن الطبيعي أن تغطي المواد المتصلة بهذه البطولة على ما عداها من المضامين الأخرى؛ نظراً لأهمية هذا الحدث، وشعبية رياضة كرة القدم.

ويمكن القول: إن هذه المنصات تمثل إضافة نوعية للعمل الصحفي المهني، وتسد فراغاً ملموساً في كشف الأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة، وتلبي احتياجاً واضحاً لدى الجمهور العربي بما يساعد في مواجهة المحاولات الرامية إلى تزييف الوعي الجمعي والفردى، وتسميم المجال العام عبر ضخ الأخبار الزائفة، وتدفق المعلومات المضللة. وهذه الجهود تفضي بدورها في نهاية المطاف إلى مواجه حالة

الاستقطاب التي يعاني منها عدد من البلدان العربية. فهذه المنصات تتابع وترصد -على نحو منتظم- عددًا من المواد التي تنشر على هذه الشبكات والمواقع، وغيرها من وسائل الإعلام والاتصال الأخرى، وتلاقي رواجًا، يتفاوت بطبيعة الحال بين مادة وأخرى، وتتقصى مدى صحة الأخبار، ودقة المعلومات التي تثير الريبة، وتدفع إلى الشك في مدى صحتها. كما أن دور هذه المنصات لا يتوقف عند الكشف عن المعلومات المضللة، والأخبار الزائفة، أو مدى الالتزام بالمهنية، بل يتجاوز ذلك في بعض الأحيان. فمن خلال تعاون منصة "رصد اليمينية" مع "ميتا" أغلقت الشركة عددًا من الحسابات على فيسبوك، والتي كانت تحمل أسماء وهمية، وتضع في الغالب صور نساء متنقبات، وتنشر نفس الفيديوهات التي تظهر فيها عوائل فقيرة لاستعطاف الناس وخداعهم من أجل الحصول على أموال منهم (73). كما أن حملات التوعية تشكل إضافة أخرى مهمة لمنصات التحقق العربية، تتجاوز مجرد كشف الأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة إلى الأضرار التي يمكن أن تلحق بالمستخدم الذي يفتح الروابط المشبوهة.

ولعل التساؤل الذي يفرض نفسه في هذا المجال هو: ما الأسباب التي تدعو الأشخاص أو الجهات إلى تعمد نشر الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة؟

وفي محاولة الإجابة عن هذا السؤال، ومن خلال نتائج الدراسة التحليلية لعدد من مقاطع الفيديوهات، والصور، والمنشورات، والتغريدات، والوثائق وغيرها من المواد الأخرى التي تقصّت مدى صحتها منصات التحقق التي شملتها هذه الدراسة، يمكن استخلاص ما يلي:

- نشر الأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة، والشائعات، يرتبط عادة بالمناسبات والأحداث المهمة، وبالبلدان التي تقع فيها هذه الأحداث، سواء أكانت رياضية، أو سياسية، أو صحية أو بيئية أو غيرها، على غرار بطولة كأس العالم 2022، والتي استضافتها دولة قطر. فهذه البطولة تُعد أبرز الأحداث الرياضية العالمية، ومن ثم فقد مثّلت حدثًا مهمًا لنشر هذا النوع من الأخبار والمعلومات. ومن ناحية أخرى، فإن حالة الاستقطاب السياسي تحضر بقوة في المناسبات التي تستدعي أحداثًا سياسية معينة، ومن أمثلة هذه الأحداث السياسية التي شكلت فرصة لنشر عدد من الأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة، الادعاء بحدوث مظاهرات في مصر في 11 نوفمبر/

تشرين الثاني 2022، حيث سبق ذلك إطلاق الدعوات إلى التظاهر في هذا التاريخ الذي يصادف ذكرى الدعوة إلى الإضراب في العام 2012، لإسقاط حكم المجلس الأعلى للقوات المسلحة المصرية.

- يتحمل الداخل المسؤولية عن معظم الأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة المنشورة، مما يستدعي سن القوانين أو تطبيق القائم منها لمكافحة هذا النوع من الممارسات المضللة، وفرض عقوبات على كل من يقوم على صناعة التضليل والتزييف، وبما يتناسب ونوع التزييف الذي يقدم عليه، والضرر أو الأضرار المترتبة عليه، سواء على مستوى الأفراد أو المجتمع. فوفقاً لتقرير "مرصد مصداقية الإعلام الأردني"، لشهر نوفمبر/ تشرين الثاني 2022، فقد بلغ عدد الإشاعات 24 إشاعة، وكانت مصادرها جميعاً مصادر داخلية، وبلغت نسبة المنشور منها عبر شبكات التواصل الاجتماعي 75٪، مقابل 25٪ لوسائل الإعلام (74). أما في ديسمبر/ كانون الأول من العام ذاته، فقد بلغت نسبة مصادر الشائعات الداخلية 90٪ مقابل 10٪ للشائعات الخارجية، و76٪ منها تمت عبر شبكات التواصل الاجتماعي و24٪ تمت بواسطة وسائل الإعلام التقليدية (75)، مما يعني إمكانية وصول السلطات في هذا البلد أو غيرها من البلدان العربية الأخرى إلى الأفراد المروجين لهذا النوع من أنواع التضليل، والحسابات القائمة على صناعتها، من خلال محاولة البحث والوصول إلى الشخص الذي قام أول مرة برفع المقطع المصور، أو الصورة، أو المنشور، والإعلان عن صاحبه، واتخاذ إجراء ضده، أو على الأقل نشر اسم الحساب، وصاحبه، وتكوين "قائمة سوداء"، بالحسابات التي تعتمد نشر المعلومات والأخبار الزائفة. لكن يبدو أن العمل بهذا المقترح غير وارد، لأن شبكات التواصل الاجتماعي تتعامل مع المستخدمين بمنطق "الزبون" الذي يعز عليها أن تفقده، فرأسمالها هو الأفراد أعضاء هذه الشبكات، وكلما زاد عددهم كلما علت قيمة أسهمها في أسواق المال، وتهافت عليها المعلنون، فارتفعت حصتها من الإعلانات.

ومن ناحية أخرى، يمكن التنسيق بين منصات التحقق العربية، وشبكة فيسبوك، وذلك فيما يتعلق مثلاً بوضع "علامة" على الخبر الذي تُثبت هذه المنصات عدم صحته، أو تشير هذه العلامة إلى أن الخبر "مشكوك" في صحته، أو بحاجة إلى "التحقق" .. وغيرها من المخارج والحلول التي تسمح بضبط دقة الأخبار والمعلومات.

- تتعدد أغراض التزييف والتضليل، فمنها ما يتم لأغراض سياسية تعكس حالة من الاستقطاب السياسي لصالح طرف أو أطراف معينة على حساب أخرى، كالادعاء بحدوث احتجاجات أو مظاهرات أو غيرها من الأحداث السياسية الأخرى، وأخرى ترويجية لمنتجات تجارية (مثل: ادعاء أحد الحسابات على فيسبوك، والمنسوب لأحد المتاجر الكبرى، بتوصيل أشياء مجانية حتى باب المنزل، لمن يقوم بمشاركة هذا الإعلان على عدد من المجموعات لا تقل عن عدد معين)، أو لتقديم خدمات (مثل: الخبر الخاص بتخصيص إحدى شركات المواصلات العالمية خدمة مرافق للأشخاص الزائرين لأميركا..)، أو لفصيل سياسي معين، أو لأيدولوجية سياسية (مثل: الأخبار الخاصة باحتفال تولي الرئيس البرازيلي الرئاسة)، أو دينية (مثل: الأخبار التي تدعي إسلام عدد من الزوار أثناء بطولة كأس العالم في قطر 2022، والصور التي تزعم إقامة صلاة الجماعة في أحد ملاعب كرة القدم الخاصة بهذه البطولة، ولقطات شاشة لمحاضرات دينية قام بها أحد الدعاة الإسلاميين..)، أو لمجرد التعصب لشخصية رياضية معينة. وفي المقابل، قد تهدف الأخبار الزائفة إلى النيل من فصيل سياسي معين، أو من الدولة نفسها، مما يعزز فرضية أن الأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة صناعة إعلامية في أغلب الأحوال يتم توظيفها لخدمة أطراف معينة، وتحقيق غايات محددة، وليست مجرد ممارسات فردية، تتم بحسن نية، وعلى نحو عفوي، وإن كانت عملية مشاركتها مع الآخرين قد تتم على النحو المذكور.

- تمثل الفيديوهات أكثر المواد المنشورة، وأكثرها مشاهدة؛ إذ لا تتطلب جهداً من المستخدم على غرار قراءة المواد المنشورة، كما أنها غالباً ما تحتوي على عناصر جذب، ومن ثم فإن التحقق من صحتها يُعد من أبرز التحديات التي تواجه منصات التحقق العربية نظراً لصعوبة التحقق من هذه المواد باستخدام أدوات التحقق التقليدية أو الإلكترونية، وحاجتها إلى وقت أطول مقارنة بعملية التحقق من صحة الصور والمنشورات والمواد الأخرى.

- تحظى مقاطع الفيديوهات، والصور، والمنشورات، بنسب مشاهدات وقراءات وتفاعلات عالية، تتفاوت بين مادة وأخرى، وقد تصل إلى مئات وآلاف وأحياناً مئات الآلاف من التفاعلات، وملايين المشاهدات.

- يقوم القائمون على صناعة التزييف والتضليل بتزويد الأخبار الكاذبة، والمعلومات المضللة، بعناصر جذب لقراءة المحتوى، فيتصدر الخبر المفبرك عبارة على غرار: "عاجل"، و"يحدث الآن.."، كما يضاف إليها "الوسوم"، فضلاً عن استخدام كلمات محملة بشحنات سياسية، على غرار "تنتفض" وما شابهها.

- شبكات التواصل الاجتماعي، وفي مقدمتها فيسبوك وتويتر، تُعد الحاضنة الرئيسة للأخبار الكاذبة، والمعلومات المضللة، فقد غدت هذه المنصات من أبرز الوسائل التي يتم توظيفها على صعيد الاستقطاب السياسي. وتعج هذه الشبكات بنشر متدفق على مدار الساعة، يعكس حالة الاحتقان والانقسام السياسي التي يعاني منها عدد من البلدان العربية، بما يلحق الضرر بنسيجها الاجتماع، وينال من وحدتها الوطنية؛ مما أخرج هذه المنصات -في كثير من الحالات- عن وظيفتها التواصلية الاجتماعية الأساسية التي أنشئت من أجلها، لتغدو منصات صراع سياسي، واستقطاب أيديولوجي من الطراز الأول. ومن ثم، فإن هذه المنصات تواجه تحدياً كبيراً في عملية التصدي للوباء المعلوماتي، وتقع عليها مسؤولية مواجهة هذه المواد في المقام الأول. كما أن اتساع دائرة انتشار هذه المواد يثير تساؤلات عدة عن مدى جدية هذه الشبكات في التصدي للتضليل والتزييف من ناحية، وقدرتها على كبح جماح القائمين على ترويجها من ناحية أخرى.

- تحتاج منصات التحقق العربية إلى مزيد من التعريف بها وبجهودها في كشف التزييف والتضليل، بما يوسع من دائرة انتشارها بين الناس، ويحق لها مزيداً من الذبوع والانتشار بين جمهور مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي على نحو خاص. وهو ما يجعلهم يتوجهون إليها مباشرة حال الشك في أي خبر أو معلومة أو فيديو أو صورة، وهو ما يتطلب من هذه المنصات التسريع في توضيح صحة المنشور من عدمه، وبما لا يخل بعملية التحقق؛ إذ تبقى مصداقية هذه المنصات مسألة جوهرية، واستمرار نجاحها يظل مرهوناً بالحفاظ على هذه المصداقية في المقام الأول.

- بعض منصات التحقق العربية بحاجة إلى التطوير والتحديث، وذلك فيما يتعلق بتصميم الموقع، ومنهجية التحقق وآلياته، وتحديث الأخبار على نحو منتظم.

المراجع

- (1) رياض شعباني، "دليل التحقق من المعلومات في عصر الأخبار الزائفة"، شبكة الصحفيين الدوليين، 12 أكتوبر/ تشرين الأول 2021، (تاريخ الدخول: 15 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://tinyurl.com/4c2yxyxv>.
- (2) David Lazer et al., "The science of fake news: Addressing fake news requires a multidisciplinary effort," *Science*, Vol. 359, No. 6380, (March 9, 2018), "accessed May 10, 2023". <https://rb.gy/qs4n5>.
- (3) Louisa Ha et al., "Mapping Recent Development in Scholarship on Fake News and Misinformation, 2008 to 2017: Disciplinary Contribution, Topics, and Impact," *American Behavioral Scientist*, Vol. 65, No. 2, (2021): 290-315.
- (4) محمد صالي وآخرون، "ضرورة تبني نهج محو الأمية الإعلامية في ظل الأخبار الكاذبة بين الضرورة والحتمية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية (جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، العدد 2، 2022)، ص 109-124.
- (5) سالي أسامة شحاتة، "الذكاء الاصطناعي والتقنيات والأدوات الرقمية المتخصصة في الكشف عن الأخبار الزائفة"، (ورقتُ قُدِّمت في المؤتمر العلمي السنوي 26، بعنوان "الصحافة في زمن الأخبار المزيفة"، جامعة أوريبرو، السويد، 12-14 أكتوبر/ تشرين الأول 2022).
- (6) شاكر بن علي الذيايبي، "رؤية النخبة الإعلامية في السعودية لدور تقنيات الذكاء الاصطناعي في الحد من تأثير الأخبار الكاذبة على منصات الإعلام الاجتماعي"، المجلة الدولية للإعلام والاتصال الجماهيري (الجامعة الخليجية، البحرين، العدد 2، 2022)، ص 123-163.
- (7) وفاق حافظ بركع، "مضامين الأخبار الكاذبة في مواقع الإعلام الاجتماعي.. سبل المواجهة وآليات التحقق: دراسة تحليلية ميدانية"، مجلة آداب الفراهيدي (جامعة تكريت، العراق، العدد 47، 2021)، ص 262-291.
- (8) زهية يسعد، "الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين: دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام (جامعة وهران 1، الجزائر، العدد 3، 2020)، ص 122-144.
- (9) تومي فضيلة، محمدي البشير، "المضامين الرقمية والقيم الخيرية في ظل تنامي الأخبار الكاذبة: دراسة تحليلية لعينة من منشورات فيسبوك"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية (جامعة العربي التبسي، الجزائر، العدد 4، 2021)، ص 299-279.

(10) Femi Olan et al., "Fake news on Social Media: the Impact on Society," Information System Frontiers, January 19, 2022, "accessed May 17, 2023". <https://rb.gy/epg49>.

(11) حنان كامل مرعي، "تأثير الأخبار المزيفة في وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي وعلاقتها بسلوكياتهم"، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط (الجمعية المصرية للعلاقات العامة، العدد 38، 2022)، ص 169-221.

(12) عمرو محمد عبد الحميد، "تأثير الأخبار المزيفة بموقع الفيسبوك على إدراك الجمهور للشؤون العامة المصرية"، المجلة المصرية (جامعة القاهرة، مصر، العدد 3، 2018)، ص 3-17.

(13) خليدة سافر، عائشة بالظاهر، أثر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على تشكيل الرأي العام: دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة ورقلة، (مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات لنيل شهادة الماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2019).

(14) عقيلة مقروس، صونية عبدش، "دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي السياسي علي صفحات الفيسبوك: دراسة تحليلية لصفحة DZ News Fake"، المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية (جامعة إبراهيم سلطان شبيوط، الجزائر 3، العدد 1، 2021)، ص 435-458.

(15) أمل محمد بدر، "دور المحتوى التعليمي في رفع مهارة طلاب الإعلام في اكتشاف الأخبار الكاذبة على المنصات الرقمية: دراسة ميدانية على عينة من طلاب كليات وأقسام الإعلام بالجامعات العربية"، مجلة جامعة أم القرى للعلوم الاجتماعية (جامعة أم القرى، السعودية، العدد 4، 2021)، ص 107-135.

(16) Stephan Lewandowsky and Sander van der Linden, "Countering Misinformation and Fake News Through Inoculation and Prebunking," European Review of Social Psychology, Vol. 32, No. 2, (February 22, 2021): 348-384.

(17) Jon Roozenbeek and Sander van der Linden, "The fake news game: actively inoculating against the risk of misinformation," Journal of Risk Research, Vol. 22, No. 5, (February 18, 2018): 570-580.

(18) مسعود حسين التائب، البحث العلمي: قواعده، إجراءاته، مناهجه، ط 1 (القاهرة، المكتب العربي للمعارف، 2018)، ص 227.

(19) منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، الصحافة والأخبار الزائفة والتضليل: دليل التدريس والتدريب في مجال الصحافة، تحرير شيرين آيرتون، وجولي بوسسيتي، (الأردن: Promozone، 2020)، ص 40.

(20) Dietram A. Scheufele and Nicole M. Krause, "Science audiences, misinformation, and fake news," *Panas*, Vol. 116, No. 16, (January 14, 2019): 7662-7669.

(21) منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، الصحافة والأخبار الزائفة والتضليل، مرجع سابق، ص 6.

(22) المرجع السابق، ص 43.

(23) Victoria Rubin et al., "Deception Detection for News: Three Types of Fakes," *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, Vol. 52, No. 1, (February 24, 2016): 1-4.

(24) Edson C.Tandoc et al., "Defining "Fake News" A typology of scholarly definitions," *Digital Journalism*, Vol. 6 , No. 2, (August 30, 2018): 137-153.

(25) منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، الصحافة والأخبار الزائفة والتضليل، مرجع سابق، ص 40.

(26) هيئة مكافحة الإشاعات، 2022 (تاريخ الدخول: 2 فبراير/ شباط 2023)، <https://rb.gy/h5sto>.

(27) Eileen Brown, "Online fake news is costing us \$78 billion globally each year," *zdnet*, December 18, 2019, "accessed December 22, 2022". <https://rb.gy/ttzcbb>.

(28) Petter Törnberg, "Echo chambers and viral misinformation: Modeling fake news as complex contagion," *PLOS ONE*, September 20, 2018, "accessed December 22, 2022". <https://rb.gy/qybo2>.

(29) أحمد أبو أحمد، "محااربة الأخبار الزائفة.. الشركات الكبرى تستنجد بالصحفيين"، معهد الجزيرة للإعلام، 25 أكتوبر/ تشرين الأول 2021، (تاريخ الدخول: 10 فبراير/ شباط 2023)، <https://rb.gy/h3c3q>.

(30) المرجع السابق.

(31) Peter Dizikes, "Study: On Twitter, false news travels faster than true stories," news.mit.edu, March 8, 2018, "accessed December 22, 2022". <https://rb.gy/hjs69>.

(32) أحمد أبو أحمد، "محاربة الأخبار الزائفة.. الشركات الكبرى تستنجد بالصحفيين"، معهد الجزيرة للإعلام، مرجع سابق.

(33) هيئة مكافحة الإشاعات، (تاريخ الدخول: 14 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/n0yk0>.

(34) هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية، (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/dtnis>.

(35) ده بجد؟، (تاريخ الدخول: 14 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/x5isl>.

(36) ICHECK، (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://icheck.tn>.

(37) صحح خبيرك، (تاريخ الدخول: 22 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/bgpme>.

(38) فتبينوا، (تاريخ الدخول: 17 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/0o35n>.

(39) مرصد أكيد، (تاريخ الدخول: 20 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/ko698>.

(40) أكيد-مرصد مصداقية الإعلام الأردني، 2016، (تاريخ الدخول: 25 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/n3xku>.

(41) "عن أخبار ميتر"، أخبار ميتر، (تاريخ الدخول: 22 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/yar44>.

(42) "عن المرصد"، تحقق.. في التحقق مسؤولية، (تاريخ الدخول: 4 فبراير/ شباط 2023)، <https://rb.gy/h9vsq>.

(43) تأكد، (تاريخ الدخول: 20 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/ni1kc>.

(44) متصدقش، "من نحن؟"، (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/qrkwu>.

(45) منصة صدق اليمنية، (تاريخ الدخول: 22 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/a2i5o>.

(46) مسبار، (تاريخ الدخول: 20 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/3hwqq>.

(47) "من نحن؟"، صحيح مصر، (تاريخ الدخول: 25 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/9kef6>.

(48) Fake News DZ، about (تاريخ الدخول: 22 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/vystd>.

(49) "من نحن؟"، فالصو لرصد خطاب الكراهية والأخبار الزائفة، (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/6efg0>.

(50) Trust News (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/5rz8v>.

(51) "عن الشبكة العربية لمדققي المعلومات"، الشبكة العربية لمدققي المعلومات، يناير/ كانون الثاني 2023، (تاريخ الدخول: 31 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://rb.gy/07ijj>.

(52) "المنهجية"، تونس تتحرى، (تاريخ الدخول: 2 فبراير/ شباط 2023)، <https://rb.gy/mfjwp>.

(53) "عن المشروع"، صح، 2023، (تاريخ الدخول: 31 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://rb.gy/n1jt7>.

(54) TUNISA check news، حول، (تاريخ الدخول: 20 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/2ozk8>.

(55) "منصة تنبيه" تكافح الأخبار المزيفة من مصادرها"، معهد قطر للحوسبة، (تاريخ الدخول: 31 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://rb.gy/9299e>.

(56) "معلومات عنا"، التقنية من أجل السلام، (تاريخ الدخول: 22 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/y17wc>.

(57) الشبكة العربية لمدققي المعلومات، "المبادئ والمعايير الأساسية للشبكة العربية لمدققي المعلومات"، (تاريخ الدخول: 31 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://rb.gy/sifdj>.

(58) أكيد مرصد مصداقية الإعلام الأردني، "القيم"، 2016، (تاريخ الدخول: 2 فبراير/ شباط 2023)، <https://rb.gy/ej03j>.

(59) "سياسة التحرير والنشر"، تأكد لأن الخبر أمانة، (تاريخ الدخول: 2 فبراير/ شباط 2023)، <https://rb.gy/qwho5>.

(60) "عن أخبار ميتر"، أخبار ميتر، (تاريخ الدخول: 20 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/auj0w>.

- (61) "سياسة التصحيح"، متصدقش، (تاريخ الدخول: 20 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/yi6wr>.
- (62) فتينوا، (تاريخ الدخول: 2 فبراير/ شباط 2023)، <https://rb.gy/n63kn>.
- (63) "تصنيف الأخبار"، متصدقش، (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://rb.gy/tiyk1>.
- (64) "تأكد لأن الخبر أمانة"، (تاريخ الدخول: 2 فبراير/ شباط 2023)، <https://verify-sy.com>.
- (65) أخبار ميتر، 2014، (تاريخ الدخول: 2 فبراير/ شباط 2023)، <https://akhbarmeter.org/publishers>.
- (66) "المؤشر"، مسبار، (تاريخ الدخول: 2 فبراير/ شباط 2023)، <https://misbar.com/analytics>.
- (67) "المنهجية البحثية"، مسبار، (تاريخ الدخول: 2 فبراير/ شباط 2023)، <https://falso.ly/methodology>.
- (68) Trust News، "تصنيف الخبر"، (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <http://trustnews.tn/classement>.
- (69) "استراتيجية العمل في المنصة"، ICHECK، (تاريخ الدخول: 21 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://icheck.tn/pages/methodology>.
- (70) "المنهجية"، تونس تتحرى، (تاريخ الدخول: 15 ديسمبر/ كانون الأول 2022)، <https://tunifact.org/methodology>.
- (71) "مؤشر مسبار لأبرز الأخبار الزائفة لشهر نوفمبر/ تشرين الثاني 2022"، مسبار، (تاريخ الدخول: 28 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://shorturl.at/abc34>.
- (72) "مؤشر مسبار لأبرز الأخبار الزائفة لشهر ديسمبر 2022"، مسبار، (تاريخ الدخول: 28 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://tinyurl.com/2s39nuh8>.
- (73) منصة صدق اليمنية، 5 أبريل/ نيسان 2022، (تاريخ الدخول: 10 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://tinyurl.com/4saxfwyz>.
- (74) "تقرير إشاعات شهر تشرين الثاني 2022"، مرصد مصداقية الإعلام الأردني، 1 يناير/ كانون الثاني 2022، (تاريخ الدخول: 5 يناير/ كانون الثاني 2023)، <https://akeed.jo/post/23310>.
- (75) المرجع السابق.