

الأخبار الكاذبة واضطراب المجال العام الرقمي: العوامل والأثر

Fake News and disorder of the digitized public sphere: Factors and impact

فضيلة تومي¹ *

¹ جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)، toumi.fadila@univ-ouargla.dz

تاريخ الاستقبال: 2021/06/14؛ تاريخ القبول: 2021/09/26؛ تاريخ النشر: 2021/09/30

ملخص: ستعالج هذه الورقة العلمية إشكالية الأخبار الكاذبة وعلاقتها باضطراب المجال العام الرقمي التي لها من الأهمية بمكان في عصرنا الحالي، خاصة ما تعلق بدوافع هذه الظاهرة وأثارها على المستوى المحلي والدولي والإقليمي وعلى المستوى العلائقي بين الأفراد والمؤسسات والدول، كما سنتطرق إلى تبيان معالم هذه الظاهرة الأخذة في النمو والاطراد الذي ولدته التقنيات الرقمية الجديدة والمزايا التي تزخر بها البيئة الرقمية. كما سنحاول تتبع هذه الظاهرة وعلاقتها بوسائل الإعلام من جهة وبالجمهور من جهة أخرى نظرا للأهداف التي تسعى إلى تحقيقها على غرار البحث عن الإثارة وعامل الاستقطاب الذي كون لها جمهورا عريضا في البيئة الرقمية والواقعية.

الكلمات المفتاحية: الأخبار الكاذبة؛ التضليل؛ المجال العام الرقمي؛ عوامل؛ أثر.

Abstract: This scientific paper examines a problem of fake news and its relationship to disorder of the digitized public sphere. which is of great importance in our current era, especially what is related to the motives and results of this phenomenon at the local, international and regional levels and at the level of relations between individuals, institutions and countries, and it will also address to clarify the features of this phenomenon in the growth that is generated by new digital technologies and advantages, enjoyed by the digital environment.

We will also try to trace this phenomenon and its relations with the media on the one hand and with the public on the other hand, given the goals it seeks to achieve, such as the search for excitement and the factor of polarization that has created a wide audience in the digital and real environment.

Keywords: fake news; misinformation; the digital public sphere; factors; impact.

أثار مصطلح الأخبار الكاذبة Fake News ضجة بحثية كبيرة في الأوساط العلمية، حيث يمكن القول أنه ليس بالظاهرة الجديدة بل هي ظاهرة جديدة قديمة التصقت ونمت مع تطور وسائل الإعلام، لكنها حظيت بأهمية بالغة تحديدا في سنة 2016 تزامنا مع الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية آنذاك، بسبب نشر وتداول الكثير من الأخبار والمعلومات الغير صحيحة عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي وبعض وسائل الإعلام التي تعتمد على الانترنت كمصدر للحصول على المعلومات، ولقد عزز من هذه الظاهرة خطاب الرئيس الأمريكي المنتهية عهده، دونالد ترامب في المؤتمر الصحفي الذي وجه فيه كلمة إلى مراسل قناة CNN بقوله "أنتم أخبار كاذبة"، كما قد أظهر عداؤه للصحافة آنذاك. ومنه، أصبحت هذه الظاهرة موضوعا شاعرا ورئيسيا للمنظمات الدولية وصناع القوانين والسياسات الوطنية والدولية، ووسائل الإعلام والجهات الفاعلة والمجتمع المدني والأوساط الأكاديمية وغيرها في جميع أنحاء العالم، فكانت هذه الأخيرة جمهورا عريضا سريع التأثير.

فترجع بنا إشكالية هذه الورقة البحثية إلى السؤال الخطابي الشهير لـ John Milton في كتابه Areopagitica الذي نشره سنة 1644 "دع الحقيقة والخطأ يتصارعان فالذي لم يعرف الحقيقة في أسوأ الأحوال ليس له أن يجتمع بها في بيئة حرة ومنفتحة تتضارب فيها الآراء وتتشابك؟" (McGonagle, 2017) فينطبق هذا السؤال على ما نعيشه حاليا في البيئة الاتصالية الرقمية التي أصبحت حاضنة لصناعة جديدة يتنافس فيها الأفراد والمؤسسات تهدف لحبك قصص خيرية تتلائم والظروف السياسية العالمية والمحلية، فأصبح الجميع يصنع المعلومات وينشرها ويتداولها بدون قيد أو رقيب، سعيا لجذب الاهتمام والإثارة ولتحقيق الاستقطاب بكل الوسائل الممكنة.

وفي خضم هذا السياق، ترعرعت ظاهرة "الأخبار الكاذبة (Fake News) وأصبحت مصطلحا شائع الاستخدام، حيث سنحاول التطرق إلى هذا المصطلح وعلاقته بالسياسة والإعلام والديمقراطية والمجتمع في ظل التغيرات التكنولوجية المتطورة. وفي سياق ذي صلة، رصدت صحيفة The Washington Post الأمريكية أكثر من عشرة آلاف من التصريحات الكاذبة والمضللة للرئيس الأمريكي المنتهية عهده دونالد ترامب، بعد أكثر من 800 يوم في رئاسته. وانطلاقا من هذا المثال يمكن القول أن الأخبار الكاذبة باتت تقف خلفها دول وخلايا إلكترونية مجهزة لتضليل الرأي العام وإغفاله عن القضايا الهامة.

والأمر الملاحظ اليوم، أن كبريات وسائل الإعلام تستخدم ما يسمى بمحقق البيانات المتمثل في فريق العمل الذي يسهر على تنقية المحتوى وغربلته من الزيف والتضليل. ومن هنا نشأت حقبة ما بعد الحقيقة التي نشأت وفق تطور الأخبار الكاذبة وتنوعها من الأخبار الكاذبة والأخبار الهزلية وفن التلاعب بالصور والأخبار المفبركة إلى أخبار الإعلانات والعلاقات العامة، وأخبار الدعاية وغيرها.

هذا وتعرف الساحة الدولية انتشارا واسعا لهذه الظاهرة سيما في أوقات الأزمات على غرار جائحة كورونا والتي أنتجت ما أطلقت عليه منظمة الصحة العالمية الوباء المعلوماتي-Infodemic، بالإضافة إلى الوضع السياسي العالمي عموما.

ومما سبق، ستعالج هذه الورقة العلمية ظاهرة اتصالية لها من الأهمية بمكان في عصرنا الراهن، تتمثل في صناعة الأخبار الكاذبة في العصر الرقمي وأسبابها وتداعياتها على الفرد والمجتمع، ومنه وجب طرح التساؤل الجوهرية الآتي: هل غيرت التكنولوجيا الرقمية صناعة الأخبار إلى صناعة منتجة للزيف والكذب في المجال العام الرقمي؟ وما هي عوامل تطور هذه الصناعة الخبيرة وما هي أهدافها؟

1. قراءة بحثية سياقية لظاهرة الأخبار الكاذبة Fake News:

لقد زاد الاهتمام البحثي بظاهرة الأخبار الكاذبة في الآونة الأخيرة، وتم ربطها بالعديد من السياقات التي تعمل فيها على غرار الأنظمة الاجتماعية والثقافية والتاريخية والسياسية، وظهرت جليا سيما في أوقات الانتخابات أو كبريات قضايا الرأي العام الدولي والوطني على حد سواء. وذهبت دراسات أخرى لاستقصاء كفيي ونقدي للظاهرة ومحاولة إيجاد مداخل لمعالجتها ضمن سياقاتها المختلفة على غرار مدخل التربية الإعلامية والتربية الرقمية ومحاولة فك قيود محو الأمية الإعلامية كمدخل علاجي للظاهرة الآخذة في النمو والإطراد، كما قد ربطت من زاوية أخرى بالأمن السيبراني للدول والمجتمعات التي سعت إلى تطوير برمجيات وخوارزميات الذكاء الاصطناعي لمواجهة موجة الأخبار الكاذبة التي هددت أمن المجتمعات واستقرار الدول (مكاوي، الأخبار الزائفة fake news بين الإعلام التقليدي والرقمي دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من 2016-2020، 2020) واخترقت خصوصية الأفراد والمجتمعات.

من هذا المنظور، شغلت صناعة الأخبار الكاذبة اهتمامات الأفراد والدول التي سعت إلى زعزعة استقرارها وشكلت خطرا محققا بما خاصة لما تماشى مع المميزات والخصائص المورفولوجية لشبكات التواصل الاجتماعي لما لها من تركيبة متشابكة تستهدف الاختراق والانتشار فكانت الداعم لانتشارها السريع والمؤثر على جوانب عدة للفرد منها النفسية والاجتماعية والثقافية وكذا السياسية.

وفي سياق متصل، إن الأمر الدافع لتغلغل هذه الظاهرة فرديا ومجتمعيا هو ذلك الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي في مختلف الأنشطة الإنسانية اليومية للأفراد والجماعات، حيث بات الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات والأخبار أكثر ربما من أي وسيلة أخرى وذلك راجع لخصائصها ومنها الفورية في نقل الأحداث والتفاعل معها، ولذا أخذت الأخبار الكاذبة طابع الانتشار السريع على هذه المنصات خاصة في أوقات الأزمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والصحية على غرار جائحة كورونا. وهذا دون أن نغفل على أن هذه الظاهرة لها بعد تاريخي ضارب في القدم والذي تطور مع جل تطور وسائل الإعلام والاتصال (سلامة، 2020).

وفي هذا السياق، تشابكت الأحداث والقصص التي وظفت ولا تزال هذا النوع من الأخبار الذي يفقد أهم قيمة خبرية ألا وهي المصدقية، وتفنن صناعه في صياغة قوالب وأشكال متعددة فمن الأخبار الكاذبة Fake News إلى المظلة أو الزائفة وغيرها إلى ما يطلق عليه بالزيف العميق Deep fake الذي يعد استمرارية تطور هذه الظاهرة المتنامي، والذي يعني محاكاة الصوت والصورة للأفراد عن طريق مختلف تقنيات الذكاء الاصطناعي. ولقد دخلت هذه التقنيات مجال السياسة والشهرة وطالت شخصيات سياسية وفنية معروفة، وصلت إلى حد محاكاة رؤساء دول عظمى على غرار الفيديو المتداول عن الرئيس الأمريكي المنتهية عهده دونالد ترامب أثناء الحملة الانتخابية لسنة 2020 للولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الأمثلة، فعدت هذه الصناعة الخبرية بمثابة تجارة ربحية لها أهداف متعددة تسعى إلى فقدان ثقة الجمهور في المعلومة أين وحيثما نشرت.

2. سيقنة مفاهيمية للكذب الإخباري أو الأخبار الكاذبة:

لقد غير زمن الرقمنة مفاهيم وأدوار عديدة خاصة في مجال العملية الاتصالية والتلقي، فأصبح بإمكان الجميع امتلاك الوسائط والأدوات، كما يمكن لهم تلقي المنتجات التي تصنع عبر هذه الوسائط بشكل مباشر دون قيد أو رقيب، بالإضافة إلى سهولة صناعة هذه المنتجات الإعلامية والاتصالية بالشكل المأمول. فأصبح بإمكان أي فرد إنتاج وصناعة المحتوى الإعلامي المرغوب ونشره وبثه لجمهور عريضة عبر قنوات عديدة منها شبكات التواصل الاجتماعي العديدة والمختلفة، ففتحت التكنولوجيا الرقمية والاجتماعية مجالا واسعا لممارسات اتصالية تفتقد لأدنى الضوابط المهنية والأخلاقية ومن أهمها نشر الأخبار الكاذبة والمزيفة على نطاق واسع المجالات، وصناعات أخرى في المجال تهدف إلى التشويش على الرأي العام وإضعاف الثقة بينه وبين وسائل الإعلام المختلفة.

ومن هذا المنظور، فإن مصطلح الأخبار الكاذبة على الرغم من كونه مصطلح جديد لظاهرة قديمة، إلا أنه تطور بسرعة فائقة سايرت الظاهرة، لأنها عنيت بكل ما هو إدعاء خاطئ أو مظلل أو مفبرك، أو مزيف حيث تعتمد كلها على التضليل حسب التصميم، حيث تشير عبارة "حسب التصميم" هنا إلى السمات المنهجية لتصميم المصادر والقنوات التي تنتشر الأخبار المزيفة من خلالها، وبالتالي تتلاعب بالعمليات الإدراكية للجمهور، ويعتمد قياس هذا النوع من الأخبار على مقارنته بالأخبار المزيفة بأشكال أخرى من المعلومات المضللة العامة، ومدى انتشاره، ومنه، فمن الطبيعي أن يكون مصطلحا حديثا مثيرا للجدل. (Gelfert, 2018).

وفي سياق متصل، عرفت الأخبار الزائفة بأنها أخبار كاذبة ومزيفة وملفقة ومغلوبة ومضللة لسنوات عديدة، كل هذه التسميات جمعتها صفة عدم صدقيتها وموثوقيتها، ومع ذلك ذاع صيت هذا المصطلح فانتشر منذ عام 2016 وتزامن ذلك مع العديد من الأحداث السياسية على غرار إستفتاء خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي وفوز الرئيس الأمريكي المنتهية ولايته دونالد ترامب بالانتخابات في تلك السنة. وعادة ما يتم اعتبار الأخبار الزائفة قصصا شبيهة بالأخبار 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. في حين تعد الأخبار الزائفة "مقالات مضللة عمدا، وغالبا ما يتم نشرها من أجل تحقيق ربح أو منفعة أخرى، وفي كثير من الأحيان، يكون من الخطأ اعتبارها بمثابة الأخبار التي تختلف معها، 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 تصورا 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 أن الأخبار الزائفة تشمل جميع أنواع القصص والأخبار الكاذبة التي يتم نشرها وتوزيعها أساسا عبر شبكة الانترنت من أجل تضليل القراء أو خداعهم أو إغرائهم عن قصد بهدف تحقيق مكاسب مالية أو سياسية أو غير ذلك. وترى Oremus أن الأخبار الزائفة عبارة عن معلومات تم تصميمها لخلطها بالأخبار المشروعة، وهي معلومات خاطئة تم إنشائها عن قصد. ويشير Levy أن الأخبار الزائفة تقدم إدعاءات كاذبة حول العالم الحقيقي في شكل ومضمون يشبه ما تقدمه المنظمات الإعلامية الرسمية، ووفقا لكل من Visentin, Pizzi Allcot & Pichierri فهي قصص مزيفة ومضللة ومفبركة لكنها تبدو واقعية بشكل ملحوظ أي تتوافق مع معتقدات الفرد السابقة. (مكاوي، الأخبار المزيفة fake news بين الإعلام التقليدي والرقمي دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من 2016-2020، 2020).

ومنه، نخلص إلى أن الأخبار الزائفة هي محتوى ملفق يتم تقديمه بشكل مخادع باعتباره جديدا حقيقيا، وهو يتألف من قصص مصممة لزيادة عدد القراء على الإنترنت الذين يساهمون في نشر هذه المحتويات، وإيرادات النقرات عبر الإنترنت، ويتم نشرها بقصد التضليل من أجل الإضرار بوكالة أو شخص أو منافس ما. كما أنه من المعروف أن الأخبار الكاذبة تنتشر أسرع وأعمق من الحقيقة. وهناك مواقع ويب تنشر عن عمد أخبارا مزيفة تدعي أنها أخبار حقيقية. ويطلق على هذه المواقع اسم "مواقع الأخبار الوهمية". مثل المواقع التي تنشر معلومات سياسية مضللة في الولايات المتحدة وروسيا وألمانيا وإندونيسيا والفلبين وغيرها من الدول. ومنه نصل إلى نتيجة مفادها أن وسائل التواصل الاجتماعي مسؤولة إلى حد كبير عن انتشار الأخبار المزيفة في البيئة الرقمية وهي من قوضت حرية التعبير والمصادقية.

(Matthew N O Sadiku, fake news and misinformation, 2018)

إذن، نستنتج مما سبق أن هذا النوع الإخباري يتميز بالمرونة وانعدام المصادقية وغياب القيمة كمتغير أساسي في العملية الإعلامية، ولا يزال يكتنفه الغموض من حيث التحديد المفاهيمي وسبقته، لكن يمكن الجزم بأنه أداة للتلاعب بقول الجماهير وخداعها وقولية الرأي العام في العديد من القضايا ذات الشأن الهام وهذا ما يجب علاجه.

3. تطور ظاهرة الأخبار الكاذبة من الإعلام التقليدي إلى الفضاء الرقمي:

اتفق العديد من الباحثين في هذا المجال على أن سنة 2016 تعد منعرجا تاريخيا وسياسيا وسياقيا بالنسبة لظاهرة الأخبار الكاذبة، لكنها ليست في حد ذاتها ظاهرة جديدة، بل هي ظاهرة ضاربة في القدم تجددت بفعل تطور وسائط الاتصال الجديدة في العصر الرقمي، فقد تعددت الآراء وتشابكت حول بداياتها، فرمما تعود بداياتها إلى الأساطير والحكايات والروايات في الساحات العامة وصولا إلى أوراق الصحف والمجلات على غرار الصحافة الصفراء والساخرة وغيرها، وتطورت بتطور الاتصال في جل مراحلها وحقبه التاريخية، وتماشت مع الأحداث الاجتماعية والسياسية والثقافية في العالم، إلى أن وصلت إلى حد وصف الصحافة الأمريكية في عصرنا الراهن بأنها أخبار كاذبة، من طرف الرئيس دونالد ترامب مشهرا بذلك عداءه للصحافة في أكبر الدول التي تنادي بالديمقراطية وحرية التعبير، ومنه شق المصطلح طريق إلى العالمية، وبالإضافة إلى ذلك نمت وازدهرت جنبا إلى جنب مع وسائل التواصل الاجتماعي التي باتت مسرحا للعديد من الظواهر الجديدة والمتجددة بفعل مورفولوجيتها المساعدة، وعلى إثرها قام العديد من الباحثين في هذا المجال ببحث تأثيراتها النفسية والاتصالية والسوسيوثقافية على الجمهور من جهة وعلى القائمين بالاتصال وعلى الدول والمنظمات والحكومات من جهة أخرى والتفكير في كيفية درئها ومواجهتها والحد منها وفق سبل علاجية متعددة المدخل للظاهرة.

4. مصادر وأنواع الأخبار الكاذبة في البيئة الرقمية:

يعرف كل من Matthew N O Sadiku, Tochukwu P Eze, and Sarhan M Musa الأخبار الكاذبة بأنها نوع من الدعاية التي تتكون من معلومات مضللة متعمدة، هذه المعلومات الخاطئة منتشرة بشكل أساسي من خلال المجالات أو وسائل الإعلام الرئيسية أو الشبكات الاجتماعية، ومع تزايد شعبية هذه الوسائط وظهور الهاتف المحمول والذكي بمختلف أجياله، تزايد عدد الأشخاص الذين يستهلكون الأخبار من وسائل التواصل الاجتماعي بدلا من وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية. وهكذا أثبتت وسائل الإعلام الاجتماعية أنها مصدر قوي لنشر الأخبار سيما المزيفة منها. ففي تسعينيات القرن الماضي، عندما أصبح الإنترنت متاحا للاستخدام العام، كان الغرض الرئيسي منه هو الوصول إلى المعلومات، وعلى مر السنين وتطور مخرجات شبكة الإنترنت التي نمت معها الكثير من المعلومات غير الصادقة والمضللة التي عرفت طريقها إلى الرواج بسبب تعدد المنصات والشبكات الاجتماعية الحاملة لسيل هائل من المعلومات، والتي وتماثلت في العديد من المواقع على غرار المواقع الإخبارية المزيفة، وغيرها.

إذن، تعد وسائل التواصل الاجتماعي الحالية أرضا خصبة لانتشار الأخبار المزيفة، على غرار موقع Facebook الذي يلعب مستخدموه دورا رئيسيا في تغذية المعلومات المضللة، حيث يمكن نقل المحتوى بين المستخدمين دون أي جهة خارجية للتحقق من الحقائق أو زيفها وهذا المثال لا ينحصر على الموقع المذكور فقط وإنما ينطبق على باقي المنصات الرقمية، فباتت المعلومات المضللة التي يتم تضخيمها بالوسائل التكنولوجية الجديدة في عصر الإنترنت تشكل تهديدا للمجتمعات المفتوحة في جميع أنحاء العالم في جميع المجالات وصولا إلى مجال الأمن المجتمعي والإنساني في جميع صورته.

- أنواع الأخبار الكاذبة: يمكن أن نلخص الأنواع المختلفة من الأخبار الزائفة كما يلي:

1. **Clikbit**: هي عبارة عن قصة مبالغ فيها أو خاطئة تم إنشاؤها بقصد توليد نقرات لزيادة أرباح الإعلانات. وغالبا ما تكون عناوين "clickbait" معلنة على بعض النصائح الجمالية والصحية.

2. **الدعاية:** قصة خادعة مصممة للترويج لأجندة المؤلف، قد تكون ذات دوافع سياسية ويتم استخدام الدعاية من قبل السياسيين والحكومات للترويج لأجنداتهم.

3. **الرأي:** هي القصص المؤلفة وتهدف إلى التأثير على الجمهور.

4. **النكتة:** هذه القصة المنتجة لغرض التسلية، وتوظف السخرية لمناقشة الشأن العام بشكل كوميدى.

كما تتمثل الأنواع الأخرى من الأخبار الكاذبة في محاكاة الأخبار والتزوير والتلاعب بالصور وفبركتها، كما تستند هذه الأنواع من الأخبار المزيفة إلى عاملين أساسيين: من مستويات الواقعية والخداع. (Matthew N O Sadiku, fake news and misinformation, 2018)

ولقد كشفت دراسة **ممدوح عبد الله مكاوي** التي عنيت بمراجعة الدراسات النقدية التي تناولت إشكالية مصطلح " الأخبار الزائفة" عن ستة أنواع من الأخبار الكاذبة وهي: أخبار الهجاء، الأخبار الساخرة، الأخبار الملفقة، الأخبار الوهمية، الصورة الزائفة والدعاية. وما هو شائع في هذه التعريفات هو كيف تلائم الأخبار الزائفة شكل ومظهر الأخبار الحقيقية، حيث تحتبئ الأخبار الزائفة تحت مظلة شرعية لأنها تأخذ شكلا من أشكال المصدقية، وكأنها أخبار حقيقية. علاوة على ذلك، إمكانية استخدام روبوتات الأخبار في صناعة الأخبار الزائفة التي تحاكي واقع الأخبار من خلال بناء شبكة من المواقع الزائفة وذلك تحضيرا لبناء الواقع المصطنع.

5. **الأخبار المزيفة عامل تقويض للثقة بين الجمهور والوسيلة:**

تحظى القصص الإخبارية الكاذبة باهتمام جماهيري كبير على وسائل التواصل الاجتماعي ويستهلكها الملايين من المتلقين لها، فلقد كانت أداة سهلة وسلاحا قويا لدى السياسيين ضد خصومهم خاصة أثناء الانتخابات في الولايات المتحدة وكندا وبريطانيا والصين وبقية دول العالم، ولذا اعتبرت الأخبار الكاذبة قضية حساسة لا يمكن تجاهلها في السياسة والمجتمع بسبب ثقافة التزييف المتبناة التي عملت على تقويض الثقة بين الوسيلة والجمهور، وهذا ما بات تهديدا كبيرا للصحافة وللديمقراطية وحرية التعبير في عالمنا اليوم، لكن لن يتوقف الأمر عند هذا الحد فقط بل تعداه إلى تلك الأرباح والعائدات المالية التي باتت تدرها هذه الصناعة الخبرية في وقتنا الراهن، وبالمقابل لذلك تخلق نوعا من الفوضى والدعر الاجتماعي والقلق والتوتر لدى الأفراد والجماعات وربما يتعداه الأمر إلى ارتباك صناعات القرار، وبالتالي أدخلتنا في متاهة التواصل في عصر يتلقى فيه معظم الجمهور أخبارهم ويشاركونها عبر الإنترنت، ومنه، يمكن أن تصل المعلومات الخاطئة إلى جمهور كبير بسرعة فائقة ويزيد من حجم انتشارها عبر مشاركتها والتفاعل معها أو عبر إعادة التغريد، والإعجاب والتعليق وهذا ما يساهم في إضعاف الثقة والارتباك المعرفي للمواطنين في المجال العام الرقمي.

إن الأمر الملاحظ، على هذه الظاهرة أنها تميزت بالتمدد المفاهيمي وفق تطورها التاريخي، لنصل إلى نتيجة مفادها أنها تسعى إلى زعزعة استقرار الأعراف الراسخة حول مصداقية المعلومة التي أصبحت تتصارع مع عوامل عدة منها التكنولوجية والمعرفية والديمقراطية وغيرها والتي سنتناولها تباعا.

6. **العوامل المساعدة على صناعة الأخبار الكاذبة واضطراب المجال العام:**

أ. **العوامل التكنولوجية:**

تعد التكنولوجيا المفتاح الأساسي لفهم إنتاج ونشر الأخبار المزيفة، بواسطتها أصبحت هذه الصناعة أسهل وأقل تكلفة في تصنيعها، بالإضافة إلى دمجها في تدفق المعلومات والاستفادة من هذه العملية من حيث السرعة والظهور وهذا ما أدى إلى اضطراب المجال

العام الرقمي. بمجرد أن يصبح المزيف داخل المجال العام، فإنه يمكن أن تنتشر بشكل أسرع من المتوقع، كما قد يقع العديد من المستخدمين بدون سابق تفكير في نشر هذه الأخبار التي تستهدفهم أصلاً وتلاعب بعواطفهم وبذلك تحقق انتشاراً أكبر، وفئة أخرى تتعرف على نوع هذه الأخبار وتنشرها عمداً بدافع الفضول أحياناً. ومن ناحية أخرى، هناك الروبوتات التي تنشر الأخبار المزيفة تلقائياً وتكون مبرمجة بشكل آلي يخدم أهداف معينة، ومنه يمكن أن نتطرق إلى الحديث عن الأسواق السرية للمعلومات وحملات التلاعب بالرأي العام التي تقوم عليها أجهزة تكنولوجيا وروبوتات مصممة لأجل ذلك، ونذكر منها أن ما بين 9 و15% من حسابات تويتر النشطة عبارة عن روبوتات، بينما تنتشر في النظام الأساسي لموقع Facebook ما يصل إلى 60 مليون روبوت، ولقد قام **شاو وآخرون** بدراسة قاما فيها بتحليل 14 مليون رسالة على تويتر خلال الانتخابات الأمريكية لعام 2016 توصلت نتائجها إلى أن الروبوتات تلعب بالفعل دوراً رئيسياً في نشر الأخبار المزيفة، حيث تستهدف عادة المستخدمين المؤثرين في المجال العام الرقمي، من خلال إضفاء المزيد من المصداقية على أجزاء معينة من المعلومات المضللة.

ومن هذا المنظور، فإن المثير للاهتمام أن الرقمنة سهلت من تداول هذه المعلومات ومشاركتها بشكل يسير ووفق طرائق متعددة، وهذا ما كان يعاني منه الفرد قبل ولوجه عالم الشبكات، بينما تواجهه وعيشه داخل المجتمعات الافتراضية جعل منه يقاسم اهتماماته وميولاته وانتماءاته السياسية مع الأخر المشابه له والذي تجمع معه عدة قواسم ومشاركات، فمثلاً: سيكون الأشخاص الذين يشاركون وجهة نظر أيديولوجية أكثر استعداداً لتصديق خبر يؤيده أعضاء آخرون في المجموعة، ومنه نصل إلى فكرة **Pariser** التي تؤكد على أن التكنولوجيا تخلق غرفة الصدى بمساعدة الخوارزميات التي تختار المعلومات التي نلقاها على أساس تفضيلاتنا التي عبرنا عنها سابقاً في حسابات ومواقع ننتمي إليها، هذه الفكرة مدعومة بما يسمى "تأثير الصومعة" الذي يصف كيف يميل مستخدمو الإنترنت إلى الانضمام إلى مجموعات افتراضية دون أخرى، وينظمون إلى مجتمعات شبكية حيث يتبنى جميع أفرادها نفس الأطر القيمية و يخضعون لذات الضوابط الأخلاقية والاجتماعية. ومع ذلك، يجب فهم صفات هذه الغرف الافتراضية بشكل صحيح، وهذا ما يمكن الاستدلال من خلاله على حركية جمهور المواقع الإخبارية وغيرها والتفاعل الحاصل داخلها، فيتواصل معظم مستهلكي الأخبار بشكل منتظم مع القصص والصور والمخطوطات التي تختلف عن قصصهم الخاصة، خاصة تلك المتعلقة بالسياسة والفن والشهرة، أين يجد مستخدمو الشبكات حرية في التعبير عن آرائهم نظراً لتقصصهم لهويات رقمية مغايرة لهوياتهم الحقيقية وهذا ما يحقق الاستقطاب للمواضيع المنشورة والمصنفة في خانة الأخبار الكاذبة أو كما يتم وصفها بخطاب الفوضى في المجال العام الرقمي.

نستنتج مما سبق، أن الدعامة التكنولوجية والرقمنة لها الأثر البالغ في تصميم شكل الأخبار الكاذبة وإنتاجها وتوزيعها ونشرها وتداولها على الشبكة وفق الخصائص المورفولوجية التي تتميز بها هذه الشبكة.

ب. العوامل الديموغرافية وأثرها على صناعة الزيف الإخباري:

وبالإضافة للعوامل التكنولوجية المساعدة على إنتاج ونشر الأخبار الكاذبة، هناك عوامل وثيقة الصلة بتطورها ألا وهي العوامل الديموغرافية. حيث يذهب **جيس وآخرون** إلى أن استهلاك الأخبار له علاقة بالعمر خاصة ما تعلق بنشر ومشاركة القصص الخبرية، حيث يشارك المستخدمون الذين تزيد أعمارهم عن 65 عاماً ما يقارب من سبعة أضعاف عدد المقالات الواردة من نطاقات الأخبار المزيفة مقارنة بالفئة الأصغر سناً (Maldonado, 2019)، ربما يعود ذلك إلى دور الأمية الرقمية لدى هذه الفئات وعدم الدراية الإعلامية والمعلوماتية التي تعد نتيجة للتغير الثقافي الذي جلب مخاوف متعددة وجديدة، بالإضافة إلى متغير السن هناك أيضاً متغير الجنس

الذي له بالغ الأثر في إنتاج واستهلاك هذا النوع الإخباري، وغيرها من المتغيرات الأخرى على غرار الوظيفة والمستوى التعليمي كلها عوامل متشابكة التأثير ومعقدة الأثر في تشكل وتطور الأخبار الكاذبة.

ج. التغيرات الاقتصادية وعلاقتها بصناعة الوهم في وسائل الإعلام:

لقد أثرت العوامل التكنولوجية على اقتصاديات وسائل الإعلام بشكل ملحوظ، وهذا ما أدى بالبعض منها إلى انتهاج نهج تجاري يتغذى على أخبار الإثارة والإغراء والوهم وصولاً إلى القصص الكاذبة وغيرها، فليست كل الأخبار المزيفة لها دوافع سياسية. على العكس من ذلك، يمكن أن يكون دافعا تجاريا حيث انتشرت المنافذ الإخبارية وهي -مثل وسائل الإعلام التقليدية التي تواجدت عبر الإنترنت بدافع تبني التكنولوجيا - التي تحتاج إلى اهتمام المستهلك. ومن هنا جاءت استراتيجية "clickbait" لإثارة مثل هذا الاهتمام من خلال تقديم محتوى مثير أو صادم للمستهلكين. هذا السلوك التجاري منسجم مع منطق الإعلام نفسه، والذي يتمحور حول كل ما هو مثير للاهتمام وجديد حسب رأي Luhmann فيمكن أن تكون هذه الأخبار عبارة عن استفزازات سياسية، أو ما يطلق عليها بالظنوم السياسية، أو تكون في شكل آراء سياسية متطرفة والتي يمكن أن تنتج صحافة متحيزة منتجة للأخبار الكاذبة التي تستهدف الاستقطاب السياسي وتحاول إقناع الرأي العام بايديولوجياتها.

ومن زاوية أخرى، متعلقة بالثورة الرقمية وإفرازاتها أصبح من الأسهل الآن إنشاء موقع ويب أو تحقيق الدخل من محتوى الويب من خلال الإعلان. نتيجة لذلك، هناك منافسة أكبر على جلب المستخدمين وهذا ما يشرح أيضا الأشكال المختلفة لاصطياد النقرات وأوجه التشابه الرسمية بين المنتجات المقلدة والطعم الاعلاني. ومع ذلك، فإن تأثير هذا المجال المزدهم للأخبار المزيفة لا يزال غامضا، في حين أنه من الأسهل تقليد المنافذ الإخبارية وهذا ما يثير مخاوف نشر الأخبار الكاذبة وإشكالية إدارة السمعة الالكترونية للمؤسسات والأفراد.

د. الاستمالات العاطفية كعامل جذب للأخبار الكاذبة في المجال العام الرقمي:

يستخدم ناشري الأخبار الكاذبة الاستمالات العاطفية لإقناع المتلقين بمحتواها ومشاركتها مع الآخرين، ومنه وجب التنويه إلى أن الأفراد يتخذون القرارات بطريقتين منفصلتين - واحدة سريعة وعاطفية، والأخرى بطيئة وعقلانية، فمن أجل الاستفادة من الحالة الثانية يتعين على الأفراد بذل جهد واعى لمواجهة العادات والتحيزات أو ما يسمى بـ"التحيز التأكيدي" هو المفتاح لفهم كيفية معالجة الأفراد للمعلومات، فنحن كأفراد حسب Kolbert نسعى لتأكيد معتقداتنا مع رفض وجهات النظر المعاكسة ونشعر بالطمأنينة في حال تلقينا آراء تتفق مع وجهات نظرنا. فأحيانا نشعر بدافع قبول الأخبار الكاذبة على أنها حقيقة لأنها تتماشى مع نظرتنا للعالم أو أيديولوجيتنا السياسية أو قناعاتنا الفكرية، لذا نلاحظ أن الشائعات والأكاذيب تكتسب زخما في المجال العام الرقمي لأنها تتناسب مع المعتقدات السابقة لأولئك المستخدمين الذين يتلقونها ويشاركوها.

هـ. دور الشعبية السياسية في سطوة الزيف المعلوماتي واضطراب المجال العام:

تصاعدت في الآونة الأخيرة الشعبية السياسية التي ساهمت في الانتشار الواسع للأخبار الكاذبة بعدة طرق، فالشعبوية تشجع على عدم الثقة في الخطاب المؤسسي والنابع من وسائل الإعلام الرئيسية وبالتالي كمخرج من مخارج السلطة، وتعتبره حقيقيا في تلك الحركات والمنافذ التي تتحدى السلطة، فتعزز الشعبية الأشكال المعارضة للخطاب السياسي. ومن هنا فمن المنطقي أن نتوقع أن الرضا الشعبي لوسائل الإعلام السائدة سيضفي مصداقية على مصادر المعلومات البديلة التي يمكن أن تحمل في طياتها أخبار كاذبة. ومنه تؤكد Papacharissi على أن الجمهور الشعبي هو جمهور عاطفي يقوم بتصفية المعلومات من خلال الشعور بعدم الثقة واعتبرت أن

الشبكات الاجتماعية هي المفتاح لتوزيع التأثيرات المرجوة خاصة من قادة الرأي الشعبيون، حيث أنتجت الأحداث السياسية الصادمة وظهور الأخبار المزيفة قصة أزمة الديمقراطية الليبرالية التي غالبا ما سادت فيها المستيريا على التحليل النقدي. (Maldonado, 2019).

إذن نستنتج مما سبق، أن هناك علاقة تجاذب بين رقمنة المجال العام و صعود الشعبية في العالم وبالتالي تتأثر سلامة المجال العام، حيث يمكن أن يواجه المستخدم المزيد من الصعوبات في فرز المعلومات الصادقة عن غيرها، سواء في وسائل الإعلام التقليدية أو في وسائل الإعلام الجديدة وما تغريدات دونالد ترامب التي يتهم فيها وسائل الإعلام بأنها أخبار كاذبة إلا دليل على الوضع الذي آلت إليه البيئة الإعلامية في وقتنا الراهن، وتبرز هذه المشكلة بالتلوث الشعبي للخطاب السياسي، وكذلك من خلال الاستخدام الاستراتيجي الذي تصنعه الأحزاب والسياسيون من التزييف وهذا ما يضع الصحافة على المحك في عالمنا المضطرب.

7. المجتمعات في مواجهة الأخبار الكاذبة: التحديات والرهانات:

إن أزمة الأخبار الكاذبة على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة مثل Facebook و Twitter و You-Tube و Instagram والعديد من تطبيقات الاتصال الشائعة بما في ذلك WhatsApp و Messenger وغيرها، تستوجب الدراسة لأسباب عديدة، ففي هذا العصر الجديد نحن نتواصل لحظيا مع الآخرين ونتواجد على الشبكة في كل الأوقات، مما يجعلنا عرضة لتلقي الأخبار اليومية والتي نقوم على تنقيحها وتصفيتها أحيانا وأحيانا أخرى نستهلكتها كما وصلت إلينا من بوابات الأخبار عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي التي لديها الكثير لتعلمنا عن الأحداث الجارية، مثل: الاتجار بالبشر، والنضال من أجل المساواة، وأزمة البيئة والمناخ.. الخ، وعدد لا يحصى من القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية. هذا وقد خطت وسائل الإعلام الاجتماعية نحو قفزات كبيرة في العقدين الماضيين، لتصبح أرضا غنية للتحليل المرئي باستخدام البيانات الضخمة والتحليلات، مما دفع بالخبراء في مجال الشبكات ووسائل التواصل الاجتماعي بالبحث في هذه التضاريس الشاسعة لفحص تأثير الأخبار الكاذبة في مجتمعاتنا، فتؤثر الأخبار الكاذبة بشكل كبير على النسيج الاجتماعي وديناميكياته، بما في ذلك السياسة العالمية خاصة وأن حجم الاستخدام وصل سنة 2020 إلى أكثر من 20 مليار جهاز متصل بالإنترنت وهذا ما يجعل من التحديات التي تطرحها وسائل التواصل الاجتماعي والأخبار المزيفة تنمو بشكل متزايد لا يمكن توقعه. (Nagi, 2018)

8. الأخبار الكاذبة والسياسات الدولية، العلاقة والأثر:

يرى تيم باجرين أن أحد أكثر التهديدات أهمية للديمقراطية، والأنظمة السياسية، والحكومات ما يسمى "الأخبار الزائفة" – التضليل والخداع المتعمد- فقد تم استخدامها لعدة قرون للتأثير في تفكير ومعتقدات وتوجهات الجمهور أثناء إجراء الانتخابات والتبادلات التجارية وغير ذلك. وفي العقد الماضي، كانت الأخبار الزائفة تعرف بكونها دعائية، وابتداء من أوائل القرن العشرين، أتقنت روسيا على سبيل المثال فن الدعاية واستخدمته لاستعباد أمه بأكملها، حتى أنشأ ميخائيل غورباشوف سياسة المصارحة والشفافية، وفتح الباب أمام تدفق المعلومات. ورغم ذلك، فإن روسيا حتى اليوم تستخدم الدعاية أو الأخبار الزائفة في محاولة للتأثير في الانتخابات وبث الخلافات وإثارة النزاعات في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، كما استخدمت الصين، تحت حكم ماوتسي تونغ، الدعاية لعزل الدولة عن بقية العالم وجعلها دولة منغلقة على نفسها، واستخدمتها الدول أيضا للسيطرة على الجماهير وحكم البلاد بقبضة حديدية مثل الدولة الروسية.

وإذا نظرنا للحالة العربية وتأثيرات الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام التقليدية والرقمية، وجدنا حالات الزيف المتكررة ضد الحكومات والأنظمة القائمة، التي تستخدمها الجماعات المختلفة في شن الهجوم على تلك الحكومات والأنظمة، كما باتت الأخبار الزائفة آفة تهدد بقاء واستقرار الحكومات المتعاقبة، لاسيما مع سهولة انتشارها عبر وسائط الإعلام المتعددة المتطورة، ففي مصر على سبيل المثال نجد استمرارية الكنائس الإلكترونية في تزيف الواقع المصري وتقديمه للرأي العام بهدف حشده ضد الحكومة والنظام القائم. وحالة أخرى في السعودية التي عملت على إنشاء هيئة عام 2017 لدعم المعلومات وتدقيقها تحت مسمى " الهيئة الوطنية للأمن السيبراني". (مكاوي، الأخبار الزائفة fake news بين الإعلام التقليدي والرقمي دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من 2016-2020، (2020)

وفي جانب السياسة والعلاقات الدولية توظف كبريات الدول على غرار الولايات المتحدة الأمريكية والصين وروسيا نظريات المؤامرة التي باتت واضحة حول تضارب المصالح والتي من خلالها تتمر الأخبار الكاذبة في جميع المجالات تحت راية البقاء للأقوى، ولعل أبرز مثال في هذه الفترة تلك الأخبار الكاذبة والمعلومات المزيفة والمضللة التي روجت حول وباء كورونا واللقاح ضده إلى أن وصلت بمنظمة الصحة العالمية إلى وصفها بالوباء المعلوماتي الذي نادى للحد منه ومجابهته من طرف الأفراد والمؤسسات والدول لأنه بات يشكل خطراً على الأمن الإنساني.

- الخلاصة:

نصل في الختام إلى أن هذه الظاهرة محل الدراسة والمتمثلة في انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة على وسائل الإعلام والاتصال وعلى غرارها وسائل التواصل الاجتماعي شكلت مصدر قلق اجتماعي كبير أدى إلى اضطراب في السلوكيات والعلاقات التي تحكم المجال العام وذلك جراء سطوة التزيف والتضليل والأخبار الكاذبة والتي تعد من أدوات الدعاية وأخطرها، ومنه وجبت ضرورة الدعوة إلى تبني نهج توعية الأفراد حول خطورة هذه الظاهرة وأهدافها، فكلما زاد وعي الفرد كلما كان أقل عرضة للأوهام والخرافات، ومن أجل تحقيق هذا المطلب وجب أن ننسج نهج التربية الإعلامية والرقمية ونبني لمستهلك الأخبار اليوم نظرة نقدية إزاء كل ما يتلقاه من وسائل إعلامية واتصالية وذلك نظراً لكم الهائل من المعلومات التي تتدفق إليه من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، من هذه الناحية تتغذى وسائل التواصل الاجتماعي على الجمهور من خلال الاستمالات العاطفية والعقلية، وتسخير واستغلال المشاعر العامة له وإقناعه بمشاركة محتوى قد يكمن في الأخبار الكاذبة أو المزيفة والتي ارتأى المتخصصون في المجال مكافحتها عن طريق نهج التربية الإعلامية والدراية الإعلامية والمعلوماتية التي ستحد من إستباعات هذه الظاهرة على الفرد والمجتمع. من خلال تعلم مهارات التفكير النقدي واستعادة الثقة بوسائل الإعلام التقليدية والرقمية شيئاً فشيئاً. وفق معرفة ما الذي يجب أن نصدقه مما يجب أن نستثنيه من دائرة اهتمامنا.

وختاماً، وجب علينا أن نوجه اهتمام جميع المسؤولين على نشر واستهلاك المعلومات في وسائل الإعلام بمختلف أنواعها التقليدية والجديدة إلى ضرورة معالجة هذه الظاهرة والحد من أثارها على الفرد والمجتمع وفق آليات ضابطة وأخلاقيات مهنية عاكسة للمصداقية ودرء الزيف والوهم الذي تولد عنه فقدان الثقة في المعلومة واضطراب الفضاء العام، وفي المقابل لذلك وجب على الدول والحكومات وكذا مشغلي مواقع التواصل الاجتماعي معالجة هذه الظاهرة وفق آليات مدروسة لذلك لاعتبارها محرك قوي ولا يزال لزعزعة الاستقرار والأمن الإنساني والمجتمعي والدولي.

– الإحالات والمراجع:

– العربية:

- سلامة ح. ع. (2020). الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي وكفائتها كمصادر للمعلومات عن جائحة كورونا. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام .19(02). ص165.
- ممدوح عبد الله مكاوي. (2020). الأخبار الزائفة fake news بين الإعلام التقليدي والرقمي دراسة نقدية تحليلية لعينة من البحوث في الفترة من 2016–2020. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام ، 19 (02)، ص 247.

– الانجليزية:

- Maldonado, M. A. (2019). **Understanding Fake News: Technology, Affects, and the Politics of the Untruth.** Historia y comunicación social , 24 (2),p p 533–543.
- Matthew N O Sadiku, T. P. (2018). **fake news and misinformation.** International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering (ijasre) , 4 (5), p p 187–188.
- Mc Gonagle, T. (2017). “Fake news”: **False fears or real concerns?** Netherlands Quarterly of Human Rights , 35 (4), p 208.
- Nagi, K. (2018, june 6).**New Social Media and Impact of Fake News on Society.** Retrieved may 09, 2021, from <https://papers.ssrn.com/sol3/papers>.