

اتجاهات النخبة نحو مستقبل انتشار الأخبار الزائفة بمواقع التواصل الاجتماعي

خلال العقد (٢٠٢١ - ٢٠٣٠م): دراسة استشرافية

د. يسرا حسني عبد الخالق*

الملخص:

تحدد إشكالية هذه الدراسة في التعرف على العوامل المؤثرة على انتشار الأخبار المزيفة والمعلومات المغلوطة على منصات التواصل الاجتماعي، وعوامل قبول الأخبار المزيفة لدى الجماهير، وكيفية التحقق من الأخبار، وتوقعات الخبراء لمسارات تلك المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة في تلك المسارات خلال العقد القادم (٢٠٢١ : ٢٠٣٠م)، واعتمدت عينة الدراسة الاستشرافية على عينة قوامها ٤٥ خبير، بواقع ١٥ لكل من الخبراء الأكاديمين والممارسين في المجال الإعلامي، ومجال المعلومات، وذلك لتطبيق أسلوب دلقي لمعرفة توقعاتهم فيما يتعلق بالظاهرة، ومساراتها المحتملة، وتوصلت الدراسة لعدد من النتائج منها، أن انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة خلال العقد (٢٠٢١ - ٢٠٣٠م) هو نتاج تفاعلات دقيقة بين عناصر متشابكة عدة تتمثل في: التطور التكنولوجي، والجمهور، والقائمين بالاتصال، والحكومات، وسياسات منصات التواصل الاجتماعي، وبالنسبة للتطور التكنولوجي أكد الخبراء عينة الدراسة على أن التطورات التكنولوجية المتمثلة في تقنيات الذكاء الاصطناعي، ووجود كميات ضخمة من المعلومات، واستخدام الحسابات الروبوتية، كلها تمثل تحديات صعبة لاكتشاف الأخبار المزيفة، كذلك أكد الخبراء عينة الدراسة فيما يتعلق بالقائم بالاتصال على ضرورة اعتماد المؤسسات الإعلامية على برامج تدريبية متطورة تمكن القائمين بالاتصال من التحقق من الأخبار الزائفة، لاسيما مع تطور تقنيات التلاعب بالصور، والفيديو، والتزييف العميق.

الكلمات المفتاحية:

الأخبار الزائفة - مواقع التواصل الاجتماعي- المعلومات المضللة- دراسة استشرافية

*أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب - جامعة أسيوط

Elite trends towards the future of fake news spread on social media

Summary of a study

"Trends towards the Future of The Spread of Fake News on Social Media During the decade (2021-2030): Forward-looking study "

The problem of this study is determined by the identification of factors affecting the spread of fake news and misinformation on social media platforms, as well as factors of acceptance of fake news in the public, how to verify news, expert expectations of the courses of that information through social media sites, and the factors influencing those tracks over the next decade (2021: 2030), and the sample of the forward-looking study was based on a sample of 45 experts, by 15 for academic experts and practitioners in the media field, and information, to apply the method of information. Delphi to see their expectations regarding the phenomenon, and its possible paths. The study found that the spread of false news and misinformation during the decade (2021-2030) is the result of accurate interactions between several interlocking elements: technological development ,the public, and communicators, Governments, social media platform policies, and for technological development, experts in the study sample stressed that technological developments of: image manipulation, video, "deep falsification", the presence of large amounts of information and the use of robotic accounts all present difficult challenges to detect fake news, The experts also stressed the sample of the study with regard to the contact list on the need for media organizations to rely on advanced training programs that enable contacts to verify false news, especially with the development of artificial intelligence techniques and deep counterfeiting mechanisms. Keywords:

Fake News – Social Media – Mis-information - Forward-Looking Study

مقدمة الدراسة:

على الرغم من أن المعلومات المضللة، والأخبار الزائفة ليستا بظاهرتين جديدتين؛ إلا أن الجديد في الأمر يكمن في التطورات التكنولوجية المتلاحقة، ووجود بنية تحتية، ومنصات اجتماعية تساعد على مزيد من الازدهار والانتشار لتلك المعلومات (Floridi, 2016).

إن ظهور الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة في الآونة الأخيرة، ولاسيما تلك التي انتشرت خلال جائحة كوفيد-19، قد أثارت كثيرًا من القلق حول تأثيرات تلك الأخبار بعيدة المدى (Krause, Freiling, Beets & Brossard, 2020) حيث حذر تقرير المخاطر العالمية الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي من "الأخبار الزائفة" (Ireton, & Posetti 2018)، وتأثيراتها بعيدة المدى على التنمية المستدامة، كذلك أعلن معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا في الولايات المتحدة الأمريكية عن أن نسبة انتشار الأخبار الكاذبة تصل إلى 70٪ مقارنة بالأخبار الصحيحة (موقع BBC عربي).

لقد وفرت الوسائط الرقمية الأساس لأنواع جديدة من المعلومات يطلق عليها "العواصف المعلوماتية"؛ وتم ربط مصطلح "الأخبار الزائفة" بالأسماوية الرقمية؛ كما يُعزى إلى الهيكل الاقتصادي للإنترنت أنه السبب الرئيس لتداول تلك الأخبار، وفي إطار هذا السياق تكون الوسائط الرقمية - كما هو الحال في جميع الوسائط التجارية - مصدرًا يُولد من خلاله موفرو المحتوى إيرادات من الإعلانات بناءً على عدد القراء، أو المستمعين، أو المشاهدين لديهم، فضلاً عن انخفاض تكاليف إنتاج المعلومات الخاطئة مقارنة بـ "الأخبار الحقيقية" (Egelhofer, & Lecheler, 2019).

من ناحية أخرى منذ الاستفتاء الشعبي لخروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي، والانتخابات الأمريكية لعام 2016م، أصبح مصطلح "الأخبار الكاذبة" محور النقاشات العامة والأكاديمية (Egelhofer, & Lecheler, 2019) ومنذ إشارة ترامب في تغريداته على تويتر إلى أن مصطلح "الأخبار الكاذبة" هو بناء سياسي تم إنشاؤه لمهاجمة رئاسته (Zimmermann & Kohring, 2020)؛ تم استخدام المصطلح كمكون رئيس في احتدام الصراع على السلطة السياسية بين اليسار واليمين الأمريكيين، واستغلت كثير من الجهات الفاعلة ذات الدوافع السياسية والاقتصادية وسائل التواصل الاجتماعي لنشر نظريات المؤامرة بين الناخبين، والأساليب الدعائية التي تستهدف إثارة خطاب الكراهية، والتلاعب بالجمهير، والتأثير في سلوكيات الناخبين.

"وبالنسبة للأدبيات الأكاديمية التي تناولت الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة في العصر الرقمي، تتمحور الغالبية العظمى من التساؤلات فيها: حول أسئلة كيف يتم

إنتاج المحتوى المضلل، ولماذا يُنشر ويُقبل على أنه مشروع؟ وما الذي يمكن وصفه بأنه معلومات صحيحة أو "حقيقية" عبر الإنترنت، وما الذي يجب اعتباره "أخبارًا مزيفة" أو معلومات مضللة؟ وأين يجب رسم الحدود بين الصواب والخطأ؟ وكيف يمكن إيقاف "الأخبار الكاذبة"؟ (Farkas, J., & Schou, J., 2018).

وبناءً عليه؛ تتحدد إشكالية هذه الدراسة في التعرف على العوامل المؤثرة في انتشار الأخبار المزيفة والمعلومات المغلوطة على منصات التواصل الاجتماعي، كذلك عوامل قبول الأخبار المزيفة لدى الجماهير، وكيفية التحقق من الأخبار، وتوقعات الخبراء لمسارات تلك المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة في تلك المسارات خلال العقد القادم (٢٠٢١ : ٢٠٣٠م).

أهمية الدراسة:

1- تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الدراسات الاستشرافية، والتي باتت من المتطلبات التي لا يمكن التغافل عنها في العصر الحالي؛ هذا العصر الذي يحمل من عوامل التطور والتغيير، ما يُجبر المجتمعات على التهيؤ له، والأخذ بمواجهة تحدياته من خلال جهد علمي منظم يستشرف هذه التغيرات؛ للتنبؤ بفرص السيطرة على التحديات المستقبلية، والتأثير فيها، والتعامل مع المستجدات المتلاحقة في المجالات كافة.

2- أظهر مسح الدراسات السابقة المرتبطة بمجال الدراسات المستقبلية- على حد علم الباحثة- وجود قصور في هذا النوع من الدراسات في التخصصات البحثية عامة، والتخصص الإعلامي خاصة في ظل ضرورة تطوير التخطيط الاستراتيجي وأهميته القائم على السيناريوهات المستقبلية؛ مما يزيد من كفاءة التخطيط الإعلامي وفاعليته.

3- تنبثق أهمية الدراسة من حيوية موضوع الأخبار الزائفة، وجدلية المعلومات المضللة، والتي تنامي في الفترة الأخيرة، بوصفها جزءًا من تحديد طريقة المجتمع المعاصر، ووصف مستقبله في التعامل مع منصات التواصل الاجتماعي، ومن خلال البحث الاستشرافي يتم فهم العوامل التي تساعد على الانتشار، والتي تؤثر على مستقبل انتشارها، وتطورها في منصات التواصل الاجتماعي، وتأثيرها كذلك في الأزمات المجتمعية الحالية والمستقبلية.

أهداف الدراسة:

تتحدد أهداف الدراسة في استطلاع مستقبل انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة، أو استكشافها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتتفرع منه الأهداف الفرعية التالية:

- 1- الكشف عن العوامل التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الوقت الحالي، والتي تؤثر على مستقبل انتشارها من وجهة نظر الخبراء.
 - 2- الكشف عن المسارات المتوقعة لانتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والعوامل المؤثرة فيها.
 - 3- رصد الأدوار التي يرى الخبراء أن الجمهور يغفل عنها لمواجهة الأخبار الزائفة، ويمكن أن تؤثر على مستقبل انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
 - 4- الكشف عن توقعات الخبراء حول العوامل التي تزيد من مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور في المستقبل.
 - 5- تحديد أهم الأدوار التي يرى الخبراء أن القائم بالاتصال يجب أن يهتم بها لمواجهة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
 - 6- الكشف عن الجهود التي يمكن أن تقوم بها الجهات الرسمية، وبراها الخبراء ضرورة لمواجهة انتشار المعلومات المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
- تساؤلات الدراسة:**

- 1- ما العوامل التي تساعد على انتشار المعلومات المغلوطة في الوقت الحالي، والتي تؤثر على مستقبل انتشارها من وجهة نظر الخبراء؟
- 2- ما المسارات المتوقعة لظاهرة انتشار المعلومات المغلوطة والعوامل المؤثرة فيها؟
- 3- ما الأدوار التي يرى الخبراء أن الجمهور يغفل عنها لمواجهة الأخبار الزائفة، ويمكن أن تؤثر على مستقبل انتشار الأخبار المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 4- ما العوامل التي تزيد من مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور في المستقبل من وجهة نظر الخبراء؟
- 5- ما أهم الأدوار التي يتعين على القائم بالاتصال أن يهتم بها لمواجهة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟
- 6- ما الحلول التي يمكن أن تقدمها الجهات الرسمية، وبراها الخبراء ضرورة لمواجهة انتشار المعلومات المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

الدراسات السابقة:

من خلال مسح الدراسات المرتبطة بموضوع الدراسة، يمكن تقسيم الدراسات السابقة إلى:

أولاً- الدراسات المرتبطة بالبحوث الاستشرافية:

جاءت الدراسات الاستشرافية في المجال الإعلامي، ولاسيما في مجال العلاقات العامة للتعرف على تطور مجال العلاقات العامة واستشراف مستقبلها، حيث اهتمت

دراسة (Kent & Saffer, 2014) بالتعرف على الاتجاهات المستقبلية في تقنيات الاتصال والعلاقات العامة عبر الإنترنت؛ في محاولة لفهم ما يعرفه محترفو الاتصال عن التكنولوجيا الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي، واستخدمت الدراسة منهجية دلفي، واعتمدت على آراء التقنيين في علوم الكمبيوتر، والعاملين في مجال الكتابة للعلاقات العامة، ودراسات الاتصال والإدارة، وأوضحت نتائج استبيان دلفي أن محترفي العلاقات العامة بحاجة إلى توسيع فهمهم للتكنولوجيا الجديدة للنظر في القضايا الاجتماعية، بدلاً من التركيز الحالي على الممارسة.

وفي إطار التطور التكنولوجي والعلاقات العامة اهتمت كذلك دراسة (Ifigeneia & Dimitrios, 2018) بالكشف عن كيفية قيام وسائل التواصل الاجتماعي بإعادة تشكيل ممارسة العلاقات العامة في المستقبل، وما مدى قيام الشركات والمنظمات الدولية بتوسيع إطار عملها الحالي لاستيعاب هذه الأدوات الجديدة، حيث أحدثت العولمة تدريجياً تجانس في أغلب السلع والخدمات، وخلصت الدراسة إلى أن التطورات التكنولوجية أثرت على أصحاب المصلحة في العلاقات العامة، وأن العولمة خلقت فرصاً وتحديات جديدة مستقبلية، بالإضافة إلى الحاجة لتطوير ممارسات العلاقات العامة، وعلى وجه الخصوص، فإن شعبية وسائل التواصل الاجتماعي تجعلها على رأس جدول أعمال كثير من رجال الأعمال التنفيذيين، وأن المنظمات الذكية تسعى الآن إلى استخدام منصات التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Twitter و Instagram لإعلام الجمهور بالأحداث، والمنتجات الجديدة، وأيضاً جمع آراء المستهلكين ونشرها حول المنظمة وأحداثها ومنتجاتها.

كما بحثت دراسة (مرق، ٢٠١٨) "استشراف مستقبل العلاقات العامة في مصر، والمشكلات التي تواجهها من كافة جوانبها الإدارية والتنظيمية؛ لتوفير خطة معرفية، ووضع رؤية مستقبلية مستهدفة لتطويرها وزيادة فعاليتها، من خلال بناء مجموعة سيناريوهات مستقبلية تطرح آليات محددة تهدف للنهوض بالعلاقات العامة في مصر، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة مقترحات تمثل سيناريو استهدافي لتطوير العلاقات العامة في مصر خلال العقد (٢٠١٥-٢٠٢٥م)، بجانبها المهني والأكاديمي، ومنها تغيير أساليب الهيكل التنظيمي لإدارات العلاقات العامة، وضرورة تبني نموذج الاتصال المتوازن في اتجاهين، والاستعانة بالأدوات التكنولوجية الجديدة، وتطوير اتجاهات الممارسين نحو المهنة، وكذلك الاهتمام بالمجال البحثي في المؤسسات المختلفة من حيث دراسات السوق، ووضع ميزانية مخصصة لأنشطة العلاقات العامة، واستطلاعات الرأي لكل من الجمهور الداخلي والخارجي".

واستكمالاً للبحث في الوضع المستقبلي للعلاقات العامة، تناولت دراسة (Mohammad, 2020) خصائص العلاقات العامة المستقبلية وتطبيقاتها؛ من خلال الكشف عن كيفية تأثير ظهور تقنيات الاتصال الحديثة والعولمة، والتحويلات الأساسية في المستقبل على العلاقات العامة، وكذلك فهم التغييرات التي مرت بها العلاقات

العامة حتى الآن، واستكشاف التغييرات المستقبلية المحتملة، ورسم المستقبل المنشود، ويفترض البحث أن العلاقات العامة ستخضع لتغييرات جوهرية في المستقبل بسبب الزيادة في تطبيق وسائل التواصل الاجتماعي، وتقنيات الاتصال الجديدة، وتوصلت النتائج إلى أن 112 عامًا من حياة العلاقات العامة تتميز بتطور متنوع ومتقطع، وتغيير النماذج، وتحويل الاستراتيجيات، والأدوار والتقنيات المتطورة، وتعزيز الأساليب التي تفتح باستمرار آفاقًا جديدة لهذه المهنة، والتي يمكن من خلالها القول إن أهم التغييرات التكتيكية في العلاقات العامة هي تطبيق التقنيات ووسائل الإعلام الجديدة، وأوصت الدراسة برصد أهم التغييرات في العلاقات العامة المستقبلية، ومراجعة خصائص العلاقات العامة المستقبلية، والمهارات المطلوبة في العلاقات العامة.

كما استهدفت دراسة (محمد، ٢٠١٩) الكشف عن تطبيقات الواقع الافتراضي في الدراسات الإعلامية العربية في مجالات التسويق، والعلاقات العامة، والصحافة، وخلصت إلى تقديم رؤية مستقبلية لتدريس تطبيقات تكنولوجيا الواقع الافتراضي في المجال الإعلامي؛ من حيث رؤية مستقبلية للعمل الصحفي في مصر، ورؤية مستقبلية لتدريس الصحافة في الجامعات المصرية، ورؤية مستقبلية لتدريس التسويق الغامر باستخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضي في الجامعات المصرية.

وفي إطار تطور تكنولوجيا المعلومات، والاتصال، والإنترنت، وتقنيات الذكاء الاصطناعي بوصفها المدخلات الرئيسية لدراسة الاتصالات التسويقية المتكاملة بمفهومها الحديث، سعت دراسة (التلاوي، ٢٠٢١) إلى رصد اتجاهات الخبراء (ممارسين وأكاديميين) نحو مستقبل دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصالات التسويقية المتكاملة في الشركات المصرية، وانتهت إلى أن الشركات المصرية جاهزة -إلى حد ما - لدمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في اتصالاتها التسويقية، وأشار معظم الخبراء بمستقبل متفائل للدمج، وأكد معظمهم على تعزيز الجوانب الأخلاقية، وجاء في مقدمتها احترام خصوصية بيانات العملاء وسريتها، والشفافية، والتخلي بالأمانة، والأخلاقيات الاجتماعية عند برمجة آلة الذكاء الاصطناعي.

وقدمت دراسة (محمد، ٢٠١٧) محاور الرؤية المستقبلية المقترحة لتطوير الدراسات العربية بشكل عام والمصرية بشكل خاص في مجال الإعلام الجديد مثل علاقة استخدامات الشركات للشبكات الاجتماعية بصورة العلامة التجارية، وتوظيف المواقع الإلكترونية في إدارة هوية المنظمات المدنية، كما كشفت دراسة (العوادلي، ٢٠١٥) عن الاتجاهات الحديثة في دراسات التسويق الاجتماعي، واعتمدت على منهج المسح التحليلي الشامل، لمسح عينة مكونة من (178) نموذجًا من نماذج البحوث، ومؤلفات التسويق الاجتماعي العربية والأجنبية، والتي يمكن الاستفادة منها في وضع رؤية مستقبلية لتطوير بحوث التسويق الاجتماعي ومؤلفاته، منها (73) من البحوث والمؤلفات العربية التي تناولت التسويق الاجتماعي على مدار العشرين عامًا

الماضية من (1992-2012)، و(105) من البحوث والمؤلفات الأجنبية على العقد الأخير فقط السنوات العشر الأخيرة (2002-2012) نظراً لجزارة الإنتاج العلمي الأجنبي مقارنة بالإنتاج العلمي العربي في مجال التسويق الاجتماعي، وانقسمت الدراسة إلى عدد من المحاور هي؛ أولاً- رؤية مستقبلية لتطوير بحوث التسويق الاجتماعي، ثانياً- رؤية مستقبلية مقترحة لتطوير مؤلفات التسويق الاجتماعي العربية. ثالثاً- رؤية مستقبلية لتطوير تدريس مقرر التسويق الاجتماعي، وتشمل موقع مقرر التسويق الاجتماعي في لائحة التدريس بكلية الإعلام جامعة القاهرة، ومحتويات المقرر الدراسي للطلاب، وتطوير محتوى مقرر التسويق الاجتماعي، ومقترحات لتطوير طرق تدريس مقرر التسويق الاجتماعي، ومقترحات يمكن تقديمها لمصممي حملات التسويق الاجتماعي.

وأخيراً اهتمت دراسة (Ma & Yu, 2021) بدراسة موقع Tiktok في صناعة التسوق عبر الإنترنت في الصين، ومناقشة إمكانات التطوير المستقبلي لمقاطع الفيديو القصيرة، والتسويق عبر الإنترنت. واستعرض المقال نظرية المزيج التسويقي، وطبق طريقة SWOT كتحليل نوعي على Tiktok، وأظهرت نتائج الدراسة أن نقاط القوة والفرص المتاحة في Tiktok تشمل أن التجارة الإلكترونية لـ Tiktok تتمتع بقاعدة مستخدمين متميزة، وتوفر للمستخدمين مستوى عالٍ من الرضا، وتحقق ولاء المستهلك للموقع، ومن خلال تحليل النواقص الداخلية والتهديدات الخارجية التي يواجهها التطبيق للوصول إلى الحلول؛ فقد أظهر البحث أن الصعوبات التي سيواجهها تشمل منافسيها المختلفين وتصميم واجهة التطبيق.

ثانياً- الدراسات المرتبطة بالأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة:

هدفت دراسة (Hansson, Orru, Torpan, Bäck, Kazemekaityte, Meyer, & Pigrée, 2021) إلى التعرف على أنواع المعلومات المضللة أثناء جائحة COVID-19 في أوروبا، وفي هذه الدراسة تم اقتراح استخدام مصطلحي "سوء المعلومات"، و "المعلومات الخاطئة" للإشارة إلى العمليات التي قد تؤدي المعلومات الخاطئة من خلالها إلى زيادة انتشار الأمراض، واعتمدت الدراسة على تجميع 98 دراسة حالة صغيرة استناداً إلى قصص وسائل الإعلام الإخبارية، والتقارير العلمية، والرسمية، والوثائق الأخرى ذات الصلة التي تعاملت مع أشكال مختلفة من المعلومات الخاطئة، أو الضارة، وآثارها خلال الأشهر الثلاثة الأولى من جائحة COVID-19 في الفترة من أول مارس إلى نهاية مايو 2020م، وطبقت الدراسة في ست دول أوروبية هي (فرنسا، إيطاليا، النرويج، فنلندا، ليتوانيا، إستونيا)، وتم الاعتماد على حالات من عدة بلدان عينة الدراسة لفهم تنوع المعلومات الضارة الموجودة في كل من البلدان الأوروبية الكبيرة والصغيرة ذات الخبرات المتنوعة في التعامل مع الوباء، وتوصلت الدراسة إلى وجود ستة أنواع من المعلومات التي يحتمل أن تكون ضارة ظهرت خلال الأشهر الثلاثة الأولى من

جائحة COVID-19 تمثلت في: أولاً- الرسائل التي تصور التدابير الوقائية الموسمي بها، أو الإلزامية على أنها ضارة ، وذلك بالاعتماد على استراتيجية التشكيك في النصائح الرسمية، ثانياً- رسائل تروج لاستخدام علاجات كاذبة (أو ضارة) ضد الفيروس من خلال الاعتماد على تقديم نصائح طبية لا أساس لها من الصحة، ثالثاً- تحريفات لآليات انتقال فيروس كورونا، رابعاً- رسائل أشارت إلى أن COVID-19 ليس خطراً، وأن الوباء سينتهي قريباً، خامساً- رسائل استغل فيها المحتالون الوباء لخداع الناس لشراء حماية مزيفة ضد الفيروس، سادساً- رسائل تعرض فيها بعض الأفراد والجماعات للمضايقات، وخطاب الكراهية بصفتهم الناشرين المزعومين للفيروس، وفي السياق نفسه تناولت دراسة (Krause, Freiling, Beets, & Brossard,2020) أوقات COVID-19 ، وتنطلق الدراسة من فرضية أن الجماهير المختلفة تنظر إلى المخاطر بشكل مختلف، وأن تصورات المخاطر المتنوعة يمكن أن يكون لها عواقب على كيفية استجابة الناس للاتصالات، وللتحقق من تلك الفرضية تناولت الدراسة عدداً من التحديات التي تواجه التواصل عن المخاطر لجائحة COVID-19، وقدمت الدراسة عدداً من التوصيات؛ منها: بناء الثقة من خلال العمل مع الجهات الفاعلة الموثوق بها بين معظم الجمهور مثل منظمة الصحة العالمية WHO في حالة COVID-19 ، وكذلك محاولة ربط المعلومات التصحيحية بالقيم التي يحملها كثير من الناس، ومخاوف الجمهور، وما يعدونه مهماً.

واهتمت دراسة (عبد الله، ٢٠١٩) بفحص خطاب الصفحات الزائفة المنتحلة لأسماء صحيفتي اليوم السابع والبوابة، وذلك لفهم كل من الخصائص العامة، والتحريرية، والإقناعية، وآليات التضليل في خطاب تلك الصفحات، وكذلك رصد آليات التضليل الإعلامي المستخدمة وتحليلها، فضلاً عن استكشاف الدوافع التي تقف خلف تلك الصفحات، وأظهرت النتائج أن الأخبار الزائفة كانت بمثابة رجع صدى لما يثار من أخبار حقيقية خلال فترة إعداد الدراسة، كذلك أثبتت نتائج الدراسة الكمية للأخبار بالصفحات الزائفة فرضية التضليل الصريح، ورجحت نتائج الدراسة الكيفية كفة التضليل الكامن، علاوة على أن استراتيجيات التضليل الإعلامي المستخدمة اتسمت بعدم التقليدية في اتباع استراتيجيات الدعاية السوداء، وتحقيق أهداف الحرب النفسية، وأخيراً كشفت الدراسة عن تطابق واضح بين الصفحتين محل الدراسة؛ مما يؤكد فرضية العمل الممنهج والمنظم ضد الدولة.

وعن أثر الأخبار الكاذبة بمواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي، اهتمت دراسة (إبراهيم، ٢٠١٩) برصد أثر تعرض الشباب لتلك الأخبار، وقياس مستويات القلق العام لديهم بصفة عامة، والقلق السياسي بصفة خاصة، وذلك من خلال دراسة شبه تجريبية على عينة شملت ٩٠ مفردة من الشباب الجامعي، واعتمدت على كل من الاستبيان، ومجموعات النقاش المركزة، وأثبتت نتائج الدراسة صحة فرضية وجود

فروق ذات دلالة وفقاً للنوع في مستويات القلق السياسي، كذلك ثبتت صحة الفرض المتعلق بعدم وجود فروق دالة بين معدلات القلق السياسي ومستوياته لعينة الدراسة في المجموعة الضابطة في الاختبارين القبلي والبعدي.

ولتحديد مصادر الأخبار والمعلومات السياسية وأتمتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة طرحت دراسة (Bradshaw, Howard, 2020) ثلاثة تساؤلات للمساعدة في تطوير فهم نظري وتجريبي للتواصل السياسي المعاصر، وهي: ما السمات البارزة للأخبار السياسية والمعلومات التي يتم مشاركتها عبر وسائل التواصل الاجتماعي؟ ما مقدار المحتوى الذي يُزعم أنه أخبار ومعلومات سياسية خلال الانتخابات الرئاسية في عام 2016؟ ما مقدار الأخبار غير المرغوب فيها التي شاركها المستخدمون بشكل رئيس، وكم تم تضخيمها جزئياً على الأقل؟ ولتحقيق تساؤلات الدراسة تم جمع 21.8 مليون تغريدة، مع فحص المجالات التي شاركها المستخدمون على تويتر خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016، وعنوان حالة الاتحاد (SOTU) في يناير 2018، بناءً على تحليل منهجي لـ 710 مصدر، وتوصلت الدراسة إلى وجود انتشار متزايد للأخبار الزائفة، واعتمدت تلك الأخبار على مزيج من أسلوب التلاعب، والنشاط المزيف، والتحيز، وغياب المهنية، ونقص مصداقية.

واهتمت دراسة (Martire, Grown, Bali, 2020) بالبحث في المعلومات المضللة خلال الانتخابات البرلمانية الألمانية لعام 2017، والبحث كذلك في مسألة ما إذا كانت الأخبار المضللة المنتشرة عبر الإنترنت تمتلك القدرة على تغيير الظروف السياسية السائدة أثناء الحملة الانتخابية، مع الكشف عن عوامل تصديق المعلومات المضللة، وهي الثقة في وسائل الإعلام الإخبارية، والثقة في السياسة، ومثلت ألمانيا في تلك الدراسة موقع بحث مناسب لأنها تتأثر بشكل خاص بوضع اللاجئين الأوروبيين، وهو ما يعد بمثابة نقطة ارتكاز رئيسية للمعلومات المضللة عبر الإنترنت، علاوة على نظامها متعدد الأحزاب، والذي ظل مستقرًا لفترة طويلة، وأصبح في حالة تغير مستمر مؤخرًا بعد دخول حزب شعبي يميني جديد، وهو تطور كان من الممكن أن يعززه التضليل السياسي الذي يُنشر على الإنترنت، وتم تنفيذ العمل الميداني من قبل شركة الأبحاث الألمانية "AG responsei"، وتوصلت الدراسة إلى أنه على الرغم من عدم وجود خسارة عامة في الثقة المؤسسية في ألمانيا، إلا أن قسمًا معينًا من الشعب الألماني أصبح متشككًا بشدة في وسائل الإعلام الإخبارية القديمة والنظام السياسي، وأن الصحفيين والسياسيين المحترفين قد فقدوا مصداقيتهم في تغطية الموضوعات السياسية المهمة والتعامل معها مثل وضع اللاجئين؛ ومن ثم يمكن القول إنه كلما قلت ثقة المرء في وسائل الإعلام والسياسة الإخبارية، زاد إيمانه بالتضليل عبر الإنترنت، كذلك توصلت النتائج إلى أن الأخبار الكاذبة المنتشرة عمدًا على الإنترنت لعبت دورًا في تقليل الولاء في الانتخابات

الألمانية، في المقابل ظل الامتناع عن التصويت (خيار الخروج) غير متأثر بالمعلومات المضللة عبر الإنترنت.

واهتمت دراسة (Wagner & Boczkowski, 2019) بالبحث في كيف يفهم الناس؟ وكيف يتعاملون مع المشهد الإعلامي المتغير الذي يُنظر إليه على أنه مليء بالمعلومات الخطأ والأخبار المزيفة؟ وللإجابة على هذا التساؤل اعتمدت الدراسة على بيانات تم جمعها من 71 مقابلة معمقة في شيكاغو، وفيلادلفيا، وميامي، وتوصلت النتائج إلى أن التصورات حول النظام الإيكولوجي العام لوسائل الإعلام تتميز بما يلي: (نظرة سلبية للجودة الحالية للتقارير الإخبارية، وعدم الثقة بشكل خاص في تداول الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي، القلق بشأن تأثيرات هذه الاتجاهات بشكل رئيس على عادات الحصول على المعلومات لدى الآخرين)، كذلك أشار المبحوثون إلى أنه لمواجهة هذه التصورات يتم الاعتماد على: (وسائل الإعلام التقليدية القائمة على الحقائق مصحوبة برفض المنافذ ذات الرأي، الخبرة والمعرفة الشخصية، تكرار المعلومات عبر المنافذ، استهلاك المصادر العابرة للأيديولوجية، تدقيق الحقائق، الثقة في بعض الاتصالات الشخصية على وسائل التواصل الاجتماعي)، وأخيرًا أكدت عينة الدراسة على أنه على الصحافة أن تلبى بشكل أكبر مطالب الجماهير بمحتوى أكثر توجهاً نحو الحقائق، وأقل تركيزاً على المناقشة.

وعن الدراسات التي اهتمت بالبحث في دور وسائل الإعلام الرئيسية في نشر المعلومات المضللة، رصدت دراسة (Tsfati, Boomgaarden, Strömbäck, Vliegenthart, Damstra, & Lindgren, 2020) بأن هناك اهتمامًا محدودًا من الدراسات تجاه البحث في هذا الأمر، فعلى الرغم من أن نتائج الأبحاث تشير إلى أن وصول المواقع الإخبارية المزيفة يقتصر على أجزاء صغيرة من السكان، تُظهر البيانات أن نسبة كبيرة من الجمهور على دراية بالقصص الإخبارية الوهمية البارزة ويصدقونها، وهو ما يشير إلى احتمالية أن معظم الناس يسمعون قصص إخبارية مزيفة ليس من مواقع إخبارية مزيفة، ولكن من خلال تغطيتها في منافذ الأخبار الرئيسية، وانطلاقًا من ذلك تهتم هذه الدراسة بثلاثة أسئلة رئيسية: ما الدور الذي تؤديه وسائل الإعلام الإخبارية في نشر الأخبار المزيفة؟ لماذا تغطي وسائل الإعلام الأخبار المزيفة؟ ما التأثيرات المحتملة للتغطية الإخبارية السائدة للأخبار المزيفة على جمهورها؟ وتوصلت النتائج إلى أن وسائل الإعلام الإخبارية تؤدي دورًا مهمًا في نشر الأخبار المزيفة، وأن أحد الأسباب لذلك هو أن وسائل الإعلام الإخبارية تشعر بأنها مضطرة لتغطية القصص الإخبارية المزيفة؛ لأن بعض هذه القصص تحمل قيمًا إخبارية هائلة، وأن هناك وسائل إعلامية أخرى تقوم بتغطيتها، كذلك تتناسب بعض القصص الإخبارية المزيفة مع الميول الأيديولوجية لوسائل الإعلام الحزبية، وهو الأمر الذي أكدته كذلك نتائج كثير من الدراسات، والتي أظهرت أن

وسائل الإعلام الحزبية تتأثر بشكل أكبر من وسائل الإعلام الأخرى بالأخبار المزيفة، وبالنسبة للنتائج المتعلقة بتأثيرات الأخبار المزيفة على جمهورها، ترى الدراسة بناءً على النظرية والبحث في علم النفس الاجتماعي بأن الضحايا الأكثر احتمالاً للأخبار المزيفة هم أولئك الذين لديهم "نطاق واسع من القبول" للمعلومات المضللة.

ومن منظور آخر رأت دراسة (Tan, Lee, & Chae, 2015) أنه غالباً ما يتم انتقاد وسائل التواصل الاجتماعي لكونها قناة للتضليل حول قضايا الصحة العالمية، ولكنها قد تكون أيضاً بمثابة تصحيح للمعلومات الخاطئة، وللتحقق من ذلك الافتراض تم إجراء تجربة لتعريض المستخدمين لعدد من أخبار فيسبوك لمحاكاة تتميز بمعلومات خطأ، وآليات تصحيح مختلفة (واحدة تم فيها إنتاج قصص إخبارية تحتوي على معلومات صحيحة بواسطة خوارزمية، وأخرى حيث تم نشر القصص الإخبارية التصحيحية بواسطة مستخدم Facebook الآخرين حول فيروس زيكا)، وأظهرت النتائج أن التصحيحات الخوارزمية والاجتماعية لها القدر نفسه من الفعالية في الحد من المفاهيم الخاطئة، ويحدث التصحيح لكل من الأفراد الذين يؤمنون بالتأمر المرتفع والمنخفض.

وأيضاً من منظور آخر انطلقت دراسة (Duffy, Tandoc, & Ling, 2020) من اتجاه آخر في التحليل، ففي الوقت الذي يتم فيه تناول الأخبار المزيفة على نطاق واسع بوصفها هجوماً على الديمقراطية، لم يتم الاهتمام بدراسة تأثير تلك الأخبار، وتهديدها للعلاقات الشخصية؛ فالشبكات الاجتماعية أصبحت شائعة بشكل متزايد لمشاركة الأخبار، ونتيجة لذلك فقد وفرت أيضاً أرضاً خصبة لانتشار الأخبار المزيفة، لاسيما في الظروف التي لا يعرف فيها المشارك، أو لا يشك في أن الأخبار التي يشاركها مزيفة، هذا التمييز مهم؛ لأنه في حين أن مشاركة المعلومات والأخبار قد يتم تفسيرها على أنها منفعة اجتماعية؛ فإن مشاركة الأخبار التي تبين أنها مزيفة قد تؤثر سلباً على العلاقات. كيف يتفاعل الناس عندما يتبين أن الأخبار التي شاركوها بقصد تعزيز التماسك الاجتماعي مزيفة، ونتيجة لذلك تدمر هذا التماسك.

وتبحث دراسة (Rampersad & Althiyabi, 2020) كذلك في العوامل الرئيسية التي تؤثر على قبول الأخبار المزيفة انطلاقاً من عدة فرضيات منها، التأثير الإيجابي لكل من (العمر، الجنس، التعليم، الثقافة، الاستيعاب) على قبول الأخبار المزيفة، وكذلك فرضية أن الفهم يتوسط العلاقة بين كل من (العمر، الجنس، التعليم، الثقافة) وقبول الأخبار المزيفة، وفرضية أن القبول يؤثر على نية الاستخدام، وطبقت الدراسة على مجموعة من الطلاب السعوديين الذين يدرسون في الخارج بلغ عددهم ١٠٧، وتم اختيار المملكة العربية السعودية لهذه الدراسة؛ لأنها تمثل أكبر عدد من مستخدمي الإنترنت في دول الخليج، وأشارت النتائج إلى أن للعمر تأثيراً قوياً في قبول الأخبار الكاذبة مقارنة بالعاملين الآخرين (التعليم، والجنس)، ومع ذلك يعد التعليم أيضاً عاملاً مهماً يمكن أن يقلل من نشر الأخبار المزيفة إلى حد كبير؛ لأنه من

خلال زيادة التعليم ، سيكون الفرد أقل عرضة لمتابعة الأخبار المزيفة أو نشرها دون أي تأكيد بشأن مصدر الأخبار، كذلك أظهر التحليل الإحصائي أن العامل المهم الآخر وهو الثقافة يلعب دورًا محوريًا في نشر الأخبار الكاذبة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وأخيرًا قدمت نتائج الدراسة إسهامًا مهمًا في زيادة الوعي بأن الصور النمطية للأخبار الزائفة القائمة على التعليم، ونوع الجنس لأولئك المعرضين للأخبار المزيفة قد لا تكون صحيحة دائمًا في جميع المجتمعات، حيث يمكن أن يكون للعمر والثقافة تأثير أقوى في سياقات معينة، وأن عوامل قبول الأخبار المزيفة يختلف وفقًا للثقافات؛ نظرًا لأن كل مجتمع لديه سياق مختلف لمشاركة الأخبار المزيفة.

وتبحث دراسة (Valenzuela, Halpern, Katz, & Miranda, 2019) في الآليات التي يعتمد عليها مستخدمو المنصات مثل Facebook و Twitter لنشر المعلومات المضللة، وتم إجراء الدراسة على مستخدمي تلك المنصات في دولة تشيلي، وهي دولة تعاني من اضطرابات في المعلومات المتداولة، وتوصلت الدراسة إلى أن تأثيرات الاستخدامات الإعلامية لوسائل التواصل الاجتماعي على المشاركة السياسية لا تنفصل عن آثارها على مشاركة المعلومات المضللة؛ وهو ما يعني أن المشاركة السياسية هي نتيجة رئيسة لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي للأخبار، فضلًا عن كونها سابقة رئيسة لمشاركة المعلومات المضللة.

وجاءت دراسة درويش (٢٠٢٠م) بعنوان حرية تداول المعلومات في إطار الخلل المعلوماتي: دراسة حالة لقانوني الصحافة والإنترنت، حيث سعت إلى الكشف عن مستويات تناول كل "قانون رقم (١٨٠) لسنة ٢٠١٨ لتنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، وقانون رقم (١٧٥) لسنة ٢٠١٨ الخاص بمكافحة جرائم تقنية المعلومات؛ لتداول المعلومات، وكيفية الحصول عليها، وخلصت إلى "أن المشرع في قانون مكافحة جرائم الإنترنت قد تناول فقط المعلومات المتعلقة بمقدم الخدمة، وشدد على حتمية وضوح بيانات مقدم الخدمة الإلكترونية؛ وذلك للتعامل المباشر لترويج الموقع، أو تداوله للمعلومات التي من شأنها أن تهدد الأمن القومي، أو تعرض أمن البلاد واقتصادها للخطر، بينما في قانون تنظيم الصحافة والإعلام؛ فقد حدد المشرع أن الجهات الحكومية والجهات العامة تلتزم بإنشاء إدارات ومكاتب لتمكين الصحفي من الحصول على البيانات، والمعلومات، والأخبار".

وتوصلت دراسة (Collins, Nguyen, & Hwang, 2021) بعنوان اتجاهات مكافحة الأخبار الكاذبة على وسائل التواصل الاجتماعي إلى أن الأخبار الكاذبة تسببت في أضرار جسيمة ليس فقط للديمقراطية، ولكن لحرية التعبير بسبب انتشارها السريع على وسائل التواصل الاجتماعي، وأن الكشف عن الأخبار المزيفة يمثل تحديًا قويًا، لاسيما أن المشكلة الرئيسية تكمن في مشاركة الأخبار المزيفة ونشرها على المنصات الاجتماعية المختلفة، كذلك إن استخدام الروبوتات الاجتماعية في مشاركة الأخبار المزيفة يجعل الأمر فيروسياً، ويؤدي إلى تفاقم انتشار الأخبار المزيفة، مما

يجعل من الصعب على الخبراء اكتشافها، ويحتاج لنماذج متطورة للكشف عنها، لاسيما وأن التحقق اليدوي من الحقائق، والذي يتضمن الاستعانة بالخبراء، وكذلك الحكم الجماعي في التحقق من صحة محتوى إخباري معين قد يثمر بنتائج جيدة، ولكن يواجه هذا التحقق اليدوي من الحقائق كثيرًا من القيود مثل العمالة، ومقدار الوقت الذي يتطلبه خاصة عند مواجهة كميات كبيرة من المعلومات؛ كذلك ترى الدراسة أنه على الرغم من أهمية التحقق التلقائي من الحقائق في أنها تتعامل مع كميات كبيرة من المعلومات في غضون فترة زمنية قصيرة جدًا، إلا أنه ما زال تواجهها كثير من القيود؛ لأن معظم خوارزميات تعلم الآلات الآلية المدربة على اكتشاف الأخبار المزيفة تعتمد على بعض المحتويات المعجمية والنصية؛ بالإضافة إلى الأسلوب، والكلمات، واللغة المستخدمة، وأخيرًا قدرة الشركات المصنعة للأخبار المزيفة أيضًا على تحسين التقنيات الجديدة لتجاوز هذه الخوارزمية.

واهتمت دراسة (Hameleers, Powell, Van Der Meer, & Bos, 2020) بالإجابة عن تساؤل أي من المعلومات المضللة الأكثر تصديقًا من قبل المستخدمين لمواقع التواصل الاجتماعي؟ حيث قامت الدراسة بالمقارنة بين المعلومات المضللة النصية مقابل المعلومات المضللة متعددة الوسائط لدى المستخدمين عينة الدراسة، وذلك من خلال دراسة تجريبية على عدد من المواطنين الأمريكيين، وتم تعريضهم لتغريدات مرتبطة بموضوعات اللاجئين، وإطلاق النار في المدارس، وتوصلت الدراسة إلى أن المعلومات المضللة متعددة الوسائط كان يُنظر إليها على أنها أكثر مصداقية من المعلومات النصية المضللة؛ وذلك نظرًا لأن الكلمات هي رموز مجردة تحتاج إلى إعادة بنائها في صورة ذهنية للواقع، بينما تقدم الصور المرئية تقريرًا مباشرًا للواقع، وأن الصورة المصاحبة للأكاذيب تزيد من مصداقية المعلومات المضللة إلى مستوى يمكن القول إنه مشابه لمصداقية المعلومات الدقيقة، وترى الدراسة أن هذه النتائج لها آثار ديمقراطية مهمة، حيث يمكن أن تسبب المعلومات المضللة مشاكل في عملية صنع القرار الديمقراطي.

نوع الدراسة:

تندرج هذه الدراسة تحت نوعية الدراسات المستقبلية التي تحاول الكشف عن مستقبل انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة، وتوضيح مسارها، أو تحديد معالمها، حيث إن النمط الاستطلاعي الاستكشافي نمط ونوع رئيس للدراسة؛ حيث يتم استطلاع رأي الخبراء في المسارات المتوقعة للظاهرة، والعوامل المؤثرة فيها، وهذا النمط يهدف إلى استكشاف أبعاد المستقبل المحتمل، أو الممكن تحقيقه، وقد حددته الدراسة بالعقد (٢٠٢١-٢٠٣٠م)، حيث يمكن من خلال الاعتماد على ماضي الدراسة وحاضرها في بناء افتراضات مستقبلية حول مستقبل انتشار الأخبار الزائفة، والمعلومات المغلوطة، والتلاعب بالجمهور، وتحديد السيناريوهات الممكنة.

منهج الدراسة:

بالنسبة للمنهج المستخدم مع الدراسة الاستشرافية تم استخدام:

- (أ) **أسلوب دلفي:** يتضمن أسلوب دلفي إجراءً قياساً قبلياً، وآخر بعدياً يتناول جماعة واحدة يجرى عليها القياس، ويتبع ذلك منهج المناقشة من خلال المقابلة، وقد تم توظيف هذا الأسلوب على الدراسة الحالية حيث استهدفت الدراسة التعرف على توقعات عينة من الخبراء (ممارسين، وأكاديميين إعلاميين، وخبراء في مجال المعلومات)، فيما يتعلق بمستقبل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأثر ذلك على المجتمع، وقد تم توجيه الاستمارة لتلك الفئة تحديداً؛ لأنها الأكثر خبرة بأبعاد الظاهرة، والعوامل المؤثرة فيها، حيث استخدمت الدراسة استنباطاً مفتوحاً على عينة من الخبراء قوامها ٤٥ خبيراً؛ لتناول المسارات المتوقعة لظاهرة انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والعوامل المؤثرة فيها، ثم تم تجميع آراء الخبراء المختلفة، ووضعها في استبيان بعدي مغلق، وتم عرضها مرة أخرى على العينة، والذي تم من خلاله استخراج النتائج النهائية التي صمم على أساسها السيناريوهات المتوقعة لمستقبل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠م).
- (ب) **أسلوب السيناريو:** وهو عبارة عن وصف للوقائع، والأحداث المتوقعة، والعوامل المؤدية إليها، وتعتمد الدراسة الحالية على بناء السيناريوهات على ثلاثة مسارات متمثلة في المسار التفاؤلي، والتشاؤمي، وبقاء الوضع الحالي، وفي هذه الدراسة تستمد السيناريوهات من رؤى ووجهات نظر مجموعة من الخبراء ذوي الخبرة فيما يتعلق بموضوع الظاهرة .

مجتمع الدراسة: الخبراء من الأكاديميين، وممارسون العمل الإعلامي، والخبراء في مجال المعلومات الذين لهم خبرة علمية ومهنية في مجال الدراسة.

عينة الدراسة: تعتمد عينة الدراسة الاستشرافية على عينة قوامها ٤٥ خبيراً، بواقع ١٥ لكل من الخبراء الأكاديميين والممارسين في المجال الإعلامي، ومجال المعلومات، وذلك لتطبيق أسلوب دلفي لمعرفة توقعاتهم فيما يتعلق بالظاهرة، ومساراتها المحتملة.

أدوات جمع البيانات:

- **استبيانات دلفي:** تتم من خلال "مجموعة من الأسئلة تُحدد مقدماً، وتوجه إلى كل مبحوث بالصياغة نفسها، والترتيب نفسه، وعادة تستخدم فيها الأسئلة ذات النهايات المفتوحة من أجل معرفة الأسباب والدوافع، يليها الأسئلة ذات النهايات المغلقة" (عبد الحميد، ٢٠٠٤م، ص353:365)، واستخدمت هذه الأداة في الدراسة الحالية؛ لأنها من أوضح الأدوات في تقديم مجموعة من التصورات المستقبلية لمستقبل انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة، حيث تمت من خلال تطبيق

استبيان قبلي، واستبيان آخر بعدي للتعرف على وجهة نظر الخبراء؛ من أجل رسم الرؤى المستقبلية لمستقبل هذا المجال.

إجراءات صدق أداة الدراسة وثباتها:

في ضوء التوجيهات التي أبداها المحكمون²، تم إجراء التعديلات التي اتفق عليها سواء بتعديل الصياغة، أم بحذف بعض العبارات بعد تحديد مواضع الالتباس، والضعف فيها، أو إضافة عبارات جديدة .

الثبات stability:

تم حساب معامل ثبات الاختبار³ بطريقة التباين باستخدام معادلة ألفا كرونباخ alpha cronbach، وهي تعتمد تباينات أسئلة الاختبار، وتشتت أن تقيس بنود الاختبار سمة واحدة فقط، ولذلك تم حساب معامل الثبات لكل صفة على انفراد، ثم حساب معامل ثبات المقياس ككل، وصيغة المعادلة كالتالي:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{1 - \frac{1}{n}}{1 - \frac{1}{n}} \text{ (مجموع تباين الأسئلة) تباين الدرجات الكلية}$$

حيث إن: "ن" هي عدد أسئلة الاختبار، وبلغت قيمة ألفا ككل = 0.72، وهي دلالة جيدة على صدق المقياس وثباته.

الإطار النظري للدراسة:

إن مصطلح الأخبار الزائفة يصف الآن كل الأشياء "غير الدقيقة"، ومع ذلك فإن ما ترمز إليه الأخبار المزيفة هو شيء أكبر من المصطلح نفسه، إنه يمثل تحول جوهري في المواقف السياسية والعامة إلى فقدان الثقة في قيم الصحافة والأخبار، وكيف يمكن الحصول على الحقائق والمعلومات في عالم رقمي (Egelhofer, & Lecheler, 2019)، فضلاً عن ذلك يعد استخدام المفاهيم العامة بشكل مفرط لمصطلح "الأخبار المزيفة" بمثابة إشكالية خطيرة، حيث تحدي التمييز بين الأخبار الصحيحة والأخبار المزيفة في بيئة المعلومات الرقمية (Tambini, 2017)، وبشكل عام يشير البحث عن الأخبار المزيفة إلى أحد السياقات الثلاثة التي يُستخدم فيها المصطلح: "أولاً- الأخبار المزيفة كنوع من المعلومات المضللة عبر الإنترنت؛ ثانيًا- استخدام

² - السادة المحكمون وفقاً للترتيب الهجائي:

- أ. د. عبد الرحمن النامي: أستاذ الإعلام بكلية الاعلام والاتصال- جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- د. عبد الباسط شاهين: أستاذ الإعلام المساعد بقسم الإعلام- كلية الآداب- جامعة سوهاج.
- أ. د. فوزي عبد الغني: أستاذ الإعلام وعميد المعهد العالي للإعلام بالإسكندرية.
- د. محمود جمال: أستاذ الإعلام المساعد بكلية الاعلام والاتصال- جامعة بني سويف.
- د. محمود مكوي: أستاذ الإعلام المساعد بكلية الاعلام والاتصال- جامعة بني سويف.
³ - معامل الثبات هو نسبة التباين الحقيقي إلى التباين الكلي للدرجات، وهي القيمة العددية لارتباط الاختبار بنفسه، ومعامل الثبات المناسب هو 0.7 فأكثر.

المصطلح من قبل الفاعلين السياسيين كعلامة لنزع الشرعية عن وسائل الإعلام الإخبارية، وثالثًا- يُنظر أيضًا إلى "الأخبار الزائفة" على أنها كلمة تُستخدم ببساطة لوصف شيء ما بأنه خطأ أو سيئ" (Egelhofer, Aaldering, Eberl,) (Galyga, & Lecheler, 2020) ، وفي إطار التصنيف الثالث تتعدد التعريفات التي تصف الأخبار المزيفة؛ فهي تلك الأخبار التي تحتوي على " سياق خطأ، ومحتوى تم التلاعب به، ومحتوى مضلل"، ويصفها آخرون بأنها "إما خطأ تمامًا، أو تحتوي على عناصر مضللة متعمدة مدمجة في محتواها أو سياقها"؛ كذلك يرتبط مصطلح الأخبار الزائفة بعدد من المفاهيم الأخرى؛ منها الدعاية، والمعلومات المضللة، ونظريات المؤامرة، والتي يجب الفصل بينها، وذلك على النحو التالي:

- **الدعاية:** تصف الدعاية فئة محددة من الاتصالات يمكن وصفها بأنها "محاولة منهجية ومتعمدة لتشكيل التصورات، والتلاعب بالإدراك، والسلوك المباشر لتحقيق استجابة تعزز النية المرغوبة للدعاية" (Jowett, & O'Donnell, 2014)، ويمكن تطبيق نوع الأخبار المزيفة لغرض الدعاية، حيث يصفها البعض بأنها " أجزاء من الدعاية"، أو واحدة من كثير من الأدوات الرقمية لشكل جديد من دعاية القرن الحادي والعشرين، كذلك تعرف دراسة روسية الأخبار المزيفة بأنها "روايات استراتيجية" من القناة الأولى، وهي محطة تلفزيونية مملوكة للحكومة الروسية. (Egelhofer & Lecheler, 2019)

- **الخلل المعلوماتي:** تتم مناقشة مفاهيم الخلل المعلوماتي بوصفها اتجاهًا مهمًا ومثيرًا للقلق؛ نظرًا لخطورة عواقبها على المجتمعات، حيث يلعب الخلل المعلوماتي على الوتر السيكولوجي للأفراد، من خلال اللعب بمشاعر (التفوق، الدونية، الخوف، الغضب، العنصرية)، بحيث يسهل من تحريك المشاعر، مع خلق الرغبة في مشاركة الموضوع مع من لديهم الاتجاهات النفسية نفسها، أو على العكس منها؛ مما يسهل من عملية انتقال المحتوى بشكل أسرع، وبين عدد كبير من المستخدمين، وتتحدد أنواع الخلل المعلوماتي في (Wardle, C., & Derakhshan, H., 2018):

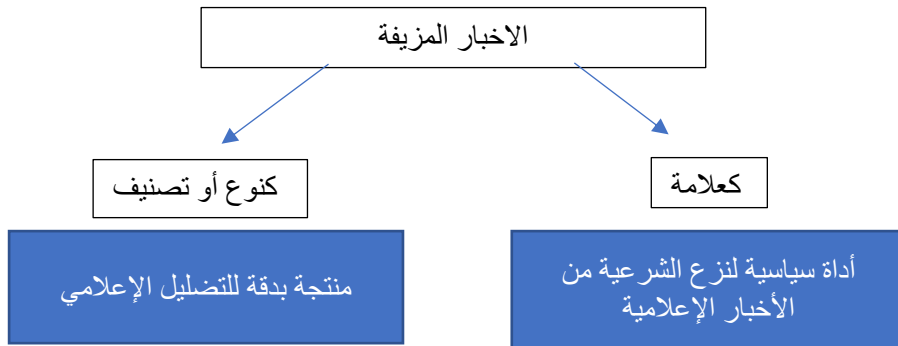
- **المعلومات الخطأ Miss-information:** وهي معلومات خطأ أو غير صحيحة، ولكن لم يقصد بها التضليل عن عمد.
- **المعلومات المشوهة Mal-information:** وهي معلومات مبنية على جزء من الحقيقة، وهدفها الإساءة والتشويه العمدي، ومن أمثلتها التسريبات والاختراقات الإلكترونية لإلحاق الضرر بالأشخاص أو المؤسسات أو الدول.
- **المعلومات المضللة Dis-information:** تصف المعلومات المضللة المعلومات غير الصحيحة التي يتم نشرها، ويقصد بها التضليل عن عمد، وهذا يجعل المعلومات المضللة ذات أهمية خاصة لفهم الأخبار المزيفة، وغالبًا ما تهتم النقاشات الحالية بزيادة المعلومات المضللة المنظمة والمعززة تقنيًا في المجتمعات

الحديثة، فضلاً عن أن التعرض للمعلومات المضللة يمكن أن يؤدي إلى تصورات خطأ مستمرة، والتي ثبت أنه من الصعب تصحيحها، وتتضمن المعلومات المضللة سبعة أنواع فرعية، هي:

1. **المحتوى المفبرك:** محتوى مختلق بالكامل، ويتميز بالخداع.
2. **المحتوى المزور:** ويعتمد على انتحال هوية المصادر الموثوق بها من خلال استخدام أساليب كتابة المحتوى نفسها، والألوان، والخطوط، والعلامة المميزة، لإضفاء الثقة على المحتوى.
3. **الربط المزيف:** وهي تعتمد على استهلاك كثير من المستخدمين لقراءة العناوين الرئيسية فقط؛ ومن ثم يتم وضع عنوان مغاير للمتن، والعناوين الفرعية، والصور المستخدمة.
4. **المحتوى المضلل:** وهو محتوى يستخدم المعلومات بشكل مضلل لإثارة موضوع ما، وينتشر وقت الحملات السياسية بشكل كبير.
5. **السياق المزيف:** وهو محتوى حقيقي يقدم من خلاله ربطه بسياق مزيف.
6. **التلاعب بالمحتوى:** من خلال التغيير في المحتوى بأنواعه المختلفة.
7. **التهكم أو السخرية:** التعبير بالسخرية لانتقاد وضع ما، مما قد ينتج عنه تضليل الحقائق والرأي العام.

ويرى كل من (Egelhofer, & Lecheler, 2019) استناداً إلى مراجعة شاملة للأدبيات إلى أن "الأخبار المزيفة" تشير إلى بعدين للتواصل السياسي، هما:

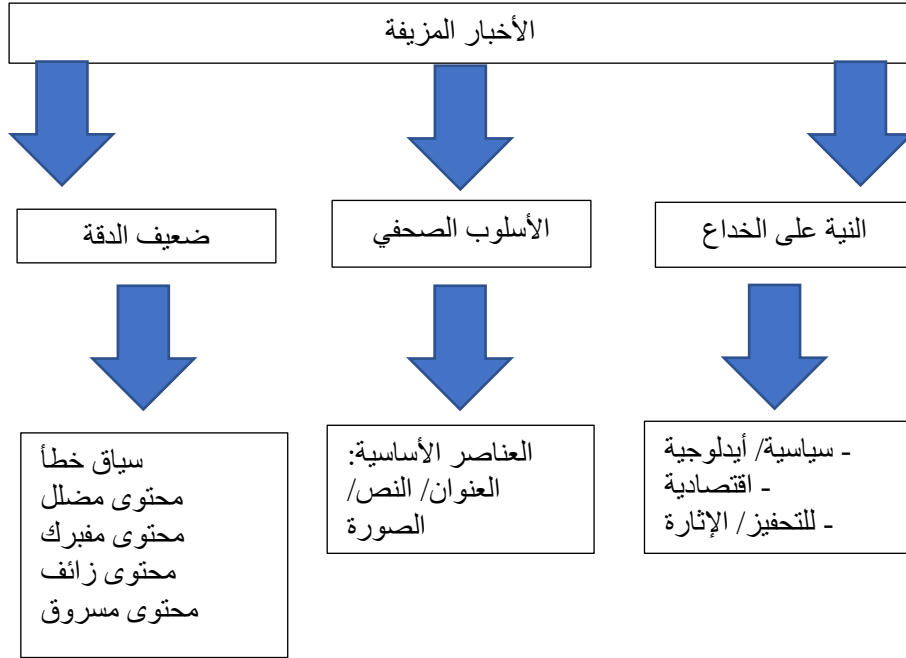
- **نوع الأخبار المزيفة:** أي الإنشاء المتعمد لمعلومات مضللة صحفية كاذبة.
- **علامة الأخبار المزيفة:** وتصف الاستغلال السياسي للمصطلح لنزع الشرعية عن وسائل الإعلام الإخبارية.



شكل رقم (1) يوضح كيفية تمييز الأخبار الكاذبة (Egelhofer, & Lecheler, 2019).

ونظرًا للحاجة المتزايدة لإطار شامل يحدد خصائص الأشكال المختلفة للأخبار المزيفة على شبكة الإنترنت بشكل منهجي، حدد العلماء المعايير الخمسة التالية، والتي تحدد طبيعة الأخبار الزائفة على النحو التالي (Bradshaw, Howard, Kollanyi, & Neudert, 2020.. :

- 1- **غياب الاحترافية:** تتميز الأخبار المزيفة عن الأشكال الأخرى للمحتوى الذي ينشئه المستخدم وصحافة المواطن، بأنها تمتنع عن قصد من تقديم معلومات واضحة عن مصادر المعلومة، وإرجعها لمصادر الأصلية، ولا تنتشر تصحيحات للمعلومات المزيفة.
- 2- **التزوير:** وهو يعني كيفية استخدام مواقع الأخبار المزيفة لجذب مزيد من المشاهدات عن طريق اقتباس وتزوير أساليب المؤسسات الإخبارية المعروفة، واعتمادها على الأشكال الإخبارية الثابتة لتلك المؤسسات، مثل استخدام الخطوط نفسها، والعلامات التجارية، واستراتيجيات المحتوى؛ وذلك اعتمادًا على أن المستخدمين الذين ليسوا على دراية بالمصدر الأصلي، لن يطبقوا في معظم الأحيان الاستدلال العقلي لتحديد شرعيته.
- 3- **التلاعب بالأسلوب:** يهتم الأسلوب باللغة المستخدمة في التقارير الإخبارية، وينطوي على تقنيات دعائية لنشر المعلومات التي قد تكون أو لا تكون صحيحة لحشد الرأي العام وتشكيله، وقد صممت مصادر الأخبار الكاذبة فيها للتعامل بشكل منهجي مع المستخدمين لأهداف سياسية، حيث تعتمد الأساليب الدعائية على اقناع المستخدمين العاطفي من خلال التعميمات، والإشارات العاطفية، والمغالطات المنطقية.
- 4- **التحيز:** وهي تعتمد على استخدام المصادر شديدة التحيز، مع نشر مقالات الرأي بوصفها أخبار.
- 5- **غياب المصداقية:** وهي تعتمد على " تقديم الحقائق منزوعة السياق، وتكرار الأكاذيب لخلق أفكار مضللة عن الواقع، وتعتمد هذه المصادر في بناء أخبارها على انخفاض مستويات الثقة تجاه الحكومات.



الشكل رقم (٢) يوضح خصائص نوع الأخبار الكاذبة (Egelhofer, & Lecheler, 2019)

نتائج الدراسة:

المحور الأول- نتائج الاستبيان القبلي لآراء الخبراء عينة الدراسة:

أولاً- محور العوامل التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة:

أ- حول العوامل التي تساعد على تداول الاخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة في الوقت الحالي، والتي يمكن أن تؤثر على مستقبل انتشارها في فضاء الإنترنت، أكدت عينة الدراسة على:

-استغلال الجهات الفاعلة ذات الدوافع السياسية والاقتصادية منصات وسائل التواصل الاجتماعي لنشر الأخبار الزائفة بما يحقق مصالحها.

-زيادة استخدام الحسابات الروبوتية في تشكيل أجندة الأخبار، حيث تلعب هذه الأنواع من الحسابات دورًا مهمًا في تضخيم المعلومات المضللة والأخبار المزيفة.

- اعتماد انتشار المحتوى على خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي، وهو الأمر الذي يزيد من صعوبة اكتشاف الجمهور للأخبار الكاذبة والمعلومات المغلوطة المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
- التركيز على منصات الإنترنت بوصفها مصدرًا للسلطة والمال.
- عدم التعامل مع منصات التواصل الاجتماعي كشركات إعلامية لها قواعدها المنظمة للعمل في المجال الإعلامي.
- عدم اعتماد بعض المؤسسات الصحفية على المصادر والمعايير المهنية في نشر الأخبار.
- انخفاض مستويات الثقة في وسائل الإعلام التقليدية والمؤسسات العامة.
- غياب دور المؤسسات التربوية التوعوي بشأن خطورة تداول المعلومات المغلوطة في المجتمعات وأثرها على الوضع الاقتصادي والاجتماعي للدولة.
- تناقل الجمهور للمعلومات المغلوطة دون الاهتمام بالتحقق من صحتها، فضلًا عن انخفاض المستوى التعليمي والثقافي لقطاعات كبيرة من الجماهير.
- ثقة الأفراد فيما ينشره الأصدقاء دون الحاجة للمراجعة والتأكيد.
- التلاعب بالرأي العام في اتجاه معين، وعدم اقتصار الأمر على التلاعب بالرأي العام داخل حدود الدول، وإنما عبر الحدود الجغرافية.
- انتشار القرصنة والتسريب وإدخال المعلومات المزيفة، ولاسيما خلال الانتخابات.
- عدم اهتمام بعض الجهات الرسمية بتقديم البيانات الصحفية، ونشر الحقائق، والمعلومات، والأرقام الصحيحة بصفحاتها على منصات التواصل الاجتماعي، وتحديث المعلومات أولاً بأول، مع غياب الربط بين المواقع الإلكترونية للمؤسسة، وصفحاتها بمنصات التواصل الاجتماعي، وضعف التفاعل مع الجماهير في التواصل والرد على الاستفسارات؛ مما يسهم في انتشار المعلومات المغلوطة وتداولها بين المستخدمين.
- ضعف التشريعات القانونية الخاصة بمكافحة الأخبار الزائفة، وتداول المعلومات المغلوطة بمواقع التواصل الاجتماعي، مع غياب التوعية القانونية بمخاطر عدم التحقق من نشر الأخبار المزيفة بين الجمهور.
- ب- حول المسارات المتوقعة لتداول المعلومات المغلوطة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إذا استمرت العوامل التي تساعد على انتشارها خلال العقد (٢٠٢١ - ٢٠٣٠م):
- جاءت أغلب توقعات الخبراء في مسار السيناريو التشاؤمي في حال استمرار تلك العوامل، فعلى الرغم من الإعلان عن مجموعة من المبادرات التي أطلقتها

الشركات للحد من المعلومات المغلوطة، إلا أن الخبراء يتوقعون زيادة انتشار المعلومات المغلوطة.

- توقع عدد قليل من الخبراء أن استمرار انتشار تلك العوامل في المجتمع، يمكن أن يدفع الجهات المعنية لتبني مناهج التربية الإعلامية، وإطلاق مبادرات المسؤولية الاجتماعية للمواطن عبر حملات تستهدف توعية الجماهير بخطورة تداول المعلومات المغلوطة، واستخدام طرق التحقق من المعلومات من خلال التقنيات الحديثة؛ وهو الأمر الذي يمكن أن يساهم في الحد من تداول تلك المعلومات وانتشارها بمواقع التواصل الاجتماعي.
- أيضاً توقع عدد قليل من الخبراء من بقاء الوضع الحالي كما هو عليه، وذلك لأن التطور التكنولوجي في تغير مستمر، وبالتالي لن تتوقف محاولات نشر المعلومات المغلوطة.

ثانياً- محور الجمهور وتداول الأخبار الزائفة:

- أ- حول الأدوار التي يرى الخبراء أن الجمهور يغفل عنها لمواجهة الأخبار الزائفة، ويمكن أن تؤثر على مستقبل انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال العقد (2021 : 2030)، تنوعت استجابات الخبراء حول الأدوار المتوقعة من الجمهور، والتي يمكن أن تساهم في الحد من انتشار الأخبار الزائفة:
 - تجاهل الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة للحد من انتشارها.
 - التدقيق في محتوى المعلومات، والبحث فيها، والتأكد من تناسقها، وعدم تضاربها، والتأكد من خلال وسائل الإعلام الرسمية، والصفحات الرسمية للمؤسسات على مواقع التواصل الاجتماعي.
 - على الجمهور أن يكون جمهوراً نشطاً يتصدى للمعلومات غير الصحيحة التي يتم تداولها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وتقديم النصح للأقارب والأصدقاء حول خطورة المعلومات غير الصحيحة التي يتم تداولها، ويكون ذلك من خلال الوعي بالوقائع، والأحداث، والثقافة العامة سواء السياسية، أم اجتماعية، أو ثقافية؛ مما يساهم في الحد من انتشار تلك الظاهرة .
- ب- حول تقييم الخبراء لدرجة ثقة الجمهور في المعلومات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تباينت آراء الخبراء أيضاً حول درجة ثقة الجمهور في المعلومات لعدد من الاتجاهات الرئيسية:
 - هناك من يرى أن الثقة كبيرة؛ لأن المعلومات التي يتم تداولها غالباً ما تكون مصحوبة بصور وبيانات وفيديوهات.

- هناك من يرى أن الثقة ضعيفة؛ نظرًا لفهم كثير من المستخدمين لطبيعة المنصات الاجتماعية.
- هناك من يرى أن الثقة متوسطة خاصة وأن المحتوى المقدم يتباين ما بين أخبار صحيحة وغير صحيحة.
- هناك من يرى أن الثقة مرتفعة إلى حد ما خاصة مع توافر عنصر الفورية عن وسائل الإعلام التقليدي.

ج - حول توقعات الخبراء لاستمرار ثقة الجمهور في المعلومات التي يتم تداولها عبر شبكات التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠م):

- اتجه عدد كبير من الخبراء إلى الاعتقاد أن ثقة الجمهور في شبكات التواصل الاجتماعي سوف تستمر خلال العقد القادم، في حين اتجه البعض الآخر إلى الاعتقاد في أن ثقة الجمهور في تلك الوسائل ستزيد بفعل التطورات التكنولوجية المختلفة التي ستحدث على صفحات شبكات التواصل الاجتماعي بالتحديد.
- اتجه البعض الآخر إلى الاعتقاد أن الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي سوف تنخفض؛ وذلك بفعل خيبات الأمل المتكررة في المعلومات التي يتم تداولها.
- الاتجاه الرابع توقع استمرار تلك الثقة ما لم تتخذ الجهات الرسمية والحكومات رادعًا تجاه مروجي الأخبار الزائفة.

د- حول العوامل التي تزيد من مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور من وجهة نظر الخبراء، ويمكن أن تؤثر على مستقبل ثقة الجمهور في تلك الوسائل، تنوعت الأسباب التي من الممكن أن تزيد من مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي، ومنها:

- نشر المعلومات من خلال أشخاص معروفين داخل المجتمع، أو تداولها من خلال أفراد ثقة لدى الجمهور في دائرته الاجتماعية.
- استخدام الصور، والفيديوهات، والرسوم التوضيحية، والأعداد، والإحصائيات التي تدعم ما يقدمه القائم بالاتصال.
- شفافية القائمين على مواقع التواصل الاجتماعي، وسرعة نفي المعلومات التي تثبت عدم صحتها، وتقديم المعلومات بناء على درجة عالية من الشفافية والمصداقية.
- تعدد مشاركات الجمهور للمعلومات على مواقع التواصل الاجتماعي عامل مساعد في الثقة بها.
- التناول الشامل، والسريع، والفوري، والفعال للأخبار.

هـ- حول الأسباب التي تدفع الجمهور إلى عدم الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الخبراء، ويمكن أن تؤثر علي عدم الثقة بها في المستقبل، يرى الخبراء أن هناك مجموعة من العوامل المتنوعة التي قد تدفع الجمهور لعدم الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منها:

- نقل المعلومات من غير الإشارة إلى مصدرها وتعمد تجهيلها.
- الإضافة إليها من قبل جمهور مواقع التواصل الاجتماعي وتداولها بأكثر من زاوية.
- كثرة انتشار الأخبار الكاذبة، وتكذيب المعلومات بشكل متكرر من خلال وسائل أخرى غير مواقع التواصل الاجتماعي.
- عدم ارفاق الصور، والفيديوهات، والبيانات، والأرقام .
- استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لعناوين مضللة للقارئ بهدف الإثارة، وجذب الانتباه، وعدم الالتزام بالحياد والموضوعية.

و- المسارات المتوقعة لسلوك الجماهير فيما يتعلق بالاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠م)، تباينت آراء الخبراء حول المسارات المتوقعة لاهتمام الجمهور بشبكات التواصل الاجتماعي في المستقبل:

- كان الاتجاه الأكبر نحو الترويج والتأكيد على تزايد اعتماد الجمهور في المستقبل على شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة مع تزايد الإمكانيات التفاعلية والتواصلية التي تضفيها شبكات التواصل الاجتماعي لخدماتها بشكل مستمر، والتي أسهمت جائحة كوفيد- ١٩ في تسريعها، وكذلك بعد التطورات التي أعلنت عنها بعض شبكات التواصل الاجتماعي في تطور خدماتها التفاعلية؛ مما قد يجعل الجمهور يعتمدون عليها بشكل أساسي في الحصول على المعلومات، مع التغاضي عن مدى توافر درجات عالية من المصداقية.
- اتجه عدد قليل من الخبراء إلى توقع استمرار اهتمام الجمهور بها كما هو، واهتمامه بوسائل الإعلام التقليدية دون تغيير.
- كذلك رأى عدد قليل أن الاهتمام قد يتراجع ويتجه الجمهور إلى مصادر معلومات مختلفة ومتنوعة حتى يتأكد من الأخبار والمعلومات.

ثالثاً- الجهات الرسمية وتداول المعلومات والأخبار المغلوطة:

أ- حول وجهة نظر الخبراء في الحلول التي يمكن أن تقوم بها الجهات الرسمية لمواجهة تداول المعلومات، والأخبار المغلوطة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، يرى الخبراء أن هناك مجموعة حلول يمكن أن تقوم بها الجهات الرسمية للمواجهة، منها:

- إصدار التشريعات التي تهدف إلى الحد من المعلومات المغلوطة والأخبار المزيفة.
- الاعتماد على السياسات طويلة الأجل في الحد من انتشار المعلومات المغلوطة، والتي يأتي على رأسها زيادة وعي الجماهير حول كيفية عمل منصات التواصل الاجتماعي، وآليات نشر الأخبار والمعلومات المغلوطة، وطرق التحقق من المعلومات المغلوطة، وأهداف الجهات المختلفة في نشر تلك المعلومات، وهو ما يسهم في رفع الوعي المجتمعي لمجابهة ذلك التحدي.
- ضرورة اهتمام الجهات الرسمية بمتابعة الصفحات المزيفة، والإعلان عنها للجماهير، وكذلك عدم التواجد على منصات التواصل الاجتماعي فحسب، بل بتحديد المؤثرين على الشبكات المختلفة، والتواصل الدائم معهم للإسهام في جهود التوعية المجتمعية.
- اعتماد نهج السبق في نشر البيانات والأرقام؛ مما يعزز من مصداقية الجهات لدى الجماهير المختلفة، ويعمل على الحد من انتشار المعلومات المضللة.
- ضرورة تبني نهج تحليل البيانات؛ للتعرف بصورة تفصيلية عن سلوك المستخدمين، وأعراض الجهات المختلفة من نشر المعلومات المضللة.
- **ب- حول رأي الخبراء عن المسارات المتوقعة لتداول المعلومات والأخبار المغلوطة في ضوء سياسات منصات التواصل الاجتماعي في الحد منها:**
- تباينت آراء الخبراء عينة الدراسة حول دور السياسات التي تنتهجها منصات التواصل الاجتماعي في الحد من الأخبار الزائفة على النحو التالي:
- أكد معظم الخبراء على زيادة انتشار الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي؛ حيث إنها تستفيد من الناحية المادية من انتشار المعلومات المغلوطة، وأنها ما زالت لا تنتهج سياسات قوية للحد من الانتشار، وأن انتهاج موقع فيس بوك لسياسة حذف الأخبار الزائفة لا تعد كافية حتى الآن.
- يرى البعض الآخر من الخبراء أنه سيكون هناك تراجع لانتشار الأخبار الزائفة بمنصات التواصل الاجتماعي.

رابعاً- القائم بالاتصال والأخبار الزائفة:

- حول أهم الأدوار التي يرى الخبراء أن القائم بالاتصال يجب أن يهتم بها لمواجهة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظرهم؛ فإن هناك مجموعة أدوار يجب أن يهتم بها القائم بالاتصال لمواجهة الأخبار الزائفة، منها:
- ضرورة استخدام مواقع وبرامج التحقق من الأخبار والمعلومات.

- ضرورة اهتمام القائم بالاتصال بالثبوت من المعلومات قبل نشرها، والاعتماد على المصادر الموثوقة.

- ضرورة اهتمام القائم بالاتصال بتطوير علاقات مع مصادر المعلومات المختلفة.

- ضرورة الاهتمام بنشر التصحيحات في حال تم نشر أخبار غير صحيحة، والتي يقع فيها القائم بالاتصال بسبب الحصول على السبق في نشر الأخبار.

- ضرورة استخدام الصور، والفيديوهات، والرسوم التوضيحية، والأعداد، والإحصائيات التي تدعم ما يقدمه القائم بالاتصال.

خامسًا – مواقع التواصل الاجتماعي والأخبار الزائفة:

حول المسارات المتوقعة للاتجاه نحو انتشار الأخبار الزائفة مع تطور مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الخبراء:

تباينت اتجاهات الخبراء حول المسارات المتوقعة لانتشار الأخبار الزائفة مع تطور وسائل التواصل الاجتماعي، واتجه معظم الخبراء إلى الاعتقاد بازدهار انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة مع استمرار حال عدم الوعي بخطورتها، واتجاه الجمهور للاعتماد عليها؛ نظرًا لارتفاع درجة حرية الرأي والتعبير بها، في حين رأى البعض استمرار الوضع الحالي كما هو عليه، ورأى آخرون أن التطور التكنولوجي في مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون مصحوبًا بتطور آليات الرقابة، والمتابعة، والأمان؛ مما يقلل من انتشار الأخبار الزائفة في المستقبل.

سادسًا- المتغير الخارجي الخاص بتأثير تكنولوجيا الاتصال:

أ- حول الإيجابيات التي قدمتها تطور تكنولوجيا المعلومات لانتشار المعلومات المؤثرة على مستقبلها خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠م) فمن وجهة نظر الخبراء تعددت الإيجابيات التي قدمتها تطور تكنولوجيا الإنترنت من وجهة نظر الخبراء، وهي كالتالي:

- سرعة تداول المعلومات، وسهولة حفظها، واسترجاعها في أي وقت.
- سهولة الاتصال مهما بعدت المسافات.
- التفاعلية والقدرة على توضيح الموقف للجمهور بشكل سريع.
- التقدم في مجال مكافحة الجرائم الإلكترونية.
- وفرت كمًا هائلًا من المعلومات يستطيع الفرد الحصول عليها بكل سهولة ويسر.
- سرعه نشر المعلومات والتفاعل مع الأحداث.

ب- حول وجهة الخبراء في التقنيات التفاعلية والاتصالية الحديثة التي قد تؤثر على انتشار الأخبار الزائفة خلال الفترة من (2021: 2030م)، يرى الخبراء أن هناك مجموعة من التقنيات يمكن أن تؤثر على مستقبل انتشار الأخبار الزائفة منها:

- تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي.
- تقنية البث المباشر للفيديوهات التي يتم توظيفها من خلال الشبكات الاجتماعية كفيس بوك.
- أدوات تحليل شبكات التواصل الاجتماعي التي قد تساعد الجهات المختلفة من رصد الأخبار الزائفة وتتبعها.

المحور الثاني - نتائج التطبيق الثاني لاستمارة دلفي:

جدول رقم (1) يوضح أكثر العوامل التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والتي يمكن أن تؤثر في انتشارها مستقبلاً من وجهة نظر الخبراء

ك	%	العوامل التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي
23	15.3	استغلال الجهات ذات الدوافع السياسية والاقتصادية لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي.
5	3.3	استخدام الحسابات الروبوتية لتشكيل أجندة الأخبار.
9	6	ضعف التشريعات القانونية الخاصة بمكافحة الأخبار الزائفة.
6	4	انخفاض مستويات الثقة في وسائل الإعلام التقليدية والمؤسسات العامة.
18	11.9	افتقار بعض المؤسسات الصحفية لاستخدام المصادر والمعايير المهنية في نشر الأخبار.
12	7.9	الدوافع المادية التي يعتمد عليها البعض للترويج للأخبار الكاذبة.
6	4	افتقار بعض المؤسسات الصحفية لاستخدام المصادر والمعايير المهنية في نشر الأخبار.
18	11.9	عدم اهتمام بعض الجهات الرسمية بتقديم البيانات الصحفية، ونشر المعلومات، والأرقام الصحيحة بصفحاتها على منصات التواصل الاجتماعي.
8	5.3	ثقة الأفراد فيما ينشره الأصدقاء دون الحاجة للمرجعة والتأكد.
9	6	انخفاض المستوى التعليمي والثقافي لقطاعات كبيرة من الجماهير.
2	1.3	غياب دور المؤسسات التربوية التوعوي بشأن خطورة تداول المعلومات المغلوطة.
7	4.6	تزايد ثقة الجمهور بمواقع التواصل الاجتماعي.
6	4	تناقل الجمهور للمعلومات المغلوطة دون الاهتمام بالتحقق من صحتها.
5	3.3	الأخبار الزائفة تعبر عن حاجات الجمهور ورغباتهم وأمالهم تجاه موضوع معين.
10	6.6	اعتماد انتشار المحتوى على خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي.
7	4.6	انخفاض مستويات الثقة في وسائل الإعلام التقليدية والمؤسسات العامة.
المجموع 5 مجوئًا، عدد الاستجابات 151		

يتضح من الجدول السابق أن أهم العوامل التي تسهم في انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الخبراء عينة الدراسة هي استغلال الجهات ذات الدوافع السياسية والاقتصادية لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة 15.3%، وقد شهدت الأعوام الأخيرة إدخال المعلومات المزيفة بشكل كبير ولاسيما خلال الانتخابات لتحريك الأحداث، وإثارة الفتن، وبلبلة الرأي العام، وتعد الانتخابات الأمريكية لعام 2016م مثلاً على استخدام المعلومات المزيفة للتلاعب بالانتخابات؛ حيث تم تداول أخبار كاذبة على وسائل التواصل الاجتماعي

تفيد بتغيير موعد الانتخابات؛ نظرًا لوفاة هيلاري كلينتون، كذلك أيضًا ما تم تداوله في هاشتاج #Macronleaks الذي تم إثارته قبل إعادة الثانية للانتخابات الفرنسية، والتي انطلقت من معلومات تفيد أن ماكرون له حسابات خارجية، وفي الترتيب الثاني وبنسبة متساوية بلغت ١١,٩٪ كل من عدم اهتمام بعض الجهات الرسمية بتقديم البيانات الصحفية، ونشر المعلومات والأرقام الصحيحة بصفحاتها على منصات التواصل الاجتماعي، وافتقار بعض المؤسسات الصحفية لاستخدام المصادر والمعايير المهنية في نشر الأخبار، وتشير تلك النتيجة إلى أهمية عنصر توفر البيانات والمعلومات الدقيقة في الحد من انتشار الأخبار الزائفة؛ فعندما تغيب المعلومات حول موضوع، أو قضية ما تشغل اهتمام الرأي العام تزيد التكهنات، وتزدهر المعلومات المغلوطة، ويبدأ البعض بوضع معلومات غير دقيقة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وقد تكون تلك المعلومات تخدم أغراضه، وقد يكون نشر تلك المعلومات بهدف دفع الجهات المسؤولة للكشف عن الحقيقة كاملة للجمهور.

وفي المرتبة الثالثة عامل الدوافع المادية التي يعتمد عليها البعض للترويج للأخبار الكاذبة، وذلك بنسبة ٧,٩%، حيث تعمل بعض الجهات من منطلق الدوافع المادية من خلال إنتاج محتوى مضلل، حيث تعمل الأخبار الزائفة على إثارة المزيد من الجدل، وهو ما يعمل على تحقيق أهداف تلك المنصات في جذب كثير من الإعلانات والمشاهدات، وفي المرتبة الرابعة بنسبة ٦,٦٪ جاء عامل اعتماد انتشار المحتوى على خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي، وفي المرتبة الخامسة عامل ضعف التشريعات القانونية الخاصة بمكافحة الأخبار الزائفة، بنسبة ٦٪؛ فرغم الجهود التي تقوم بها كثير من الدول والهيئات لوضع قوانين وقواعد منظمة لعملية تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنه لا تزال آليات تفعيل تلك القوانين والقواعد غير واضحة، خاصة مع صعوبة عملية الرقابة على محتوى تلك الوسائل سواء أكانت رقابة سابقة، أم رقابة لاحقة لعملية تداول المعلومات.

جدول رقم (2) يوضح توقع الخبراء لمدى استمرار العوامل التي تؤثر على انتشار الأخبار الزائفة خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣١م)

توقع الخبراء لمدى استمرار العوامل التي تؤثر على انتشار الأخبار الزائفة	ك	%
نعم	٢٤	53.3
إلى حد ما	١٧	37.8
لا	٤	8.9
المجموع	٤٥	100

يتضح من الجدول السابق أن الخبراء يتوقعون استمرار العوامل المؤثرة في انتشار الأخبار الزائفة خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣١م)، وذلك بنسبة 53.3%، بينما توقع

37.8% أن تلك العوامل قد تستمر إلى حد ما بفعل الإجراءات التي قد تتخذها الحكومات، والجهات، والأفراد للحد من انتشار الأخبار الزائفة، والتأكد من صحة المعلومات؛ نظرًا للمخاطر العديدة التي قد تلحق بالمؤسسات والأفراد والمجتمع ككل في حالة استمرار تداول المعلومات المغلوطة؛ وفي المقابل فإن 8.9% لا يتوقعون استمرار تلك العوامل خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣١م).

جدول رقم (3)

يوضح المسارات المتوقعة لظاهرة انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي إذا استمرت العوامل التي تساعد على انتشارها خلال الفترة (٢٠٢١-٢٠٣١م) من وجهة نظر الخبراء

المسارات المتوقعة	ك	%
استمرار الوضع الحالي.	2	4.8
انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي.	36	87.8
تراجع انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي.	3	7.3
المجموع	41	100

في الجدول السابق، تم وضع ثلاث سيناريوهات هي استمرار الوضع الحالي، أو انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي، أو تراجع انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي، وقد أكد 887.8% من الخبراء أنهم يتوقعون انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي نظرًا لتوقعهم زائد اعتماد الجمهور على تكنولوجيا الاتصال بشكل أكبر، وبالتالي فإن مروجي الأخبار الزائفة سيعتمدون عليها لترويج الأخبار غير الصحيحة، وقد يساعدهم في ذلك إمكانية إخفاء هوية مصدر المعلومة، وقد توقع 4.8% من الخبراء بقاء الوضع الحالي كما هو عليه، كما توقع 7.3% تراجع انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ورجح الخبراء الذين يتوقعون تراجع انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي رغم استمرار تلك العوامل إلى تعاضد دور الضبط المجتمعي الذي سيقوم به الأفراد في حالة استمرار تلك العوامل فلن يقف الأفراد مكتوفي الأيدي أمام رواج تلك الأخبار، ومع استمرار تلك العوامل فإن تزايد قيام الأفراد بأدوارهم في الضبط المجتمعي سيكون العامل الحسم في الانتشار.

جدول رقم (4) الأدوار التي يغفل عنها الجمهور لمواجهة الأخبار الزائفة، ويمكن أن تؤثر على مستقبل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الخبراء.

ك	%	الأدوار التي يغفل عنها الجمهور لمواجهة الأخبار الزائفة.
6	4.4	سؤال الأصدقاء للتأكد من صحة المعلومات.
12	26.7	التنقل بين وسائل الإعلام التفاعل للتأكد من صحة المعلومات.
9	20	الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدي للتأكد من صحة المعلومات.
18	40	الرجوع للجهات المختصة بالموضوع للتأكد من صحة المعلومات.
15	33.3	التأكد من مدى منطقية الأحداث وترابطها وخلوها من التناقض.
9	20	الرجوع لأكثر من مصدر للمعلومات.
14	31.1	أن يعمل الأفراد على التحقق من صحة الأخبار من خلال المصادر الموثوقة فقط.
16	35.6	أن لا يتم إعادة نشر الأخبار إلا عند التأكد من صحتها.
16	35.6	البحث والتدقيق في صحة الأخبار حينما يرتاب الجمهور في بعض المعلومات .
4	8.9	كتابة رد أو تعليق يؤكد عدم صحة الخبر عند التأكد من زيفه.
9	20	فحص محتوى الخبر قبل نشره.
9	20	على الأفراد العمل لتوعية المحيطين بمخاطر الأخبار الزائفة وتربية أجيال قادرة على مكافحتها.
المجموع ٤٥ ، عدد الاستجابات 137		

يتضح من الجدول السابق أن أهم الأدوار التي يغفل عنها الجمهور لمواجهة الأخبار الزائفة، ويمكن أن تؤثر على مستقبل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الخبراء هي: الرجوع للجهات المختصة بالموضوع للتأكد من صحة المعلومات، وذلك بنسبة 40% فكثير من الأخبار الزائفة يمكن القضاء عليها من خلال رجوع الجمهور للجهات والمؤسسات المسؤولة، يليها في المرتبة الثانية من وجهة نظر الخبراء الدور المتعلق بعدم إعادة نشر الأخبار إلا عند التأكد من صحتها، والدور المتعلق بالبحث والتدقيق في صحة الأخبار حينما يرتاب الأفراد فيها، وذلك بنسبة 35.6%، فمن المعروف أن خاصية المشاركة (share) من خلال مواقع التواصل الاجتماعي سمحت للجمهور بمشاركة المعلومات، والبيانات، والآراء مع الأصدقاء، والزملاء، والمتابعين، واستخدام تلك الخاصية مع بعض المعلومات غير الدقيقة والأخبار الزائفة يسهم في انتشارها سريعاً خاصة وإن كان من يقوم بمشاركتها محل ثقة وتقدير من الأفراد، وإغفال الجمهور للدور المنوط بهم القيام به قد يسهم بدرجة كبيرة في انتشار الأخبار الزائفة، وبالتالي يقع على عاتق الجمهور مسؤولية الاهتمام والتدقيق في صحة المعلومات قبل نشرها، كذلك يرى الخبراء أن البحث والتدقيق من أهم الأدوار التي يغفل عنها الجمهور؛ فكثير من الأخبار الزائفة إذا انتشرت وتم تداولها يمكن أن تتسبب في خسائر فادحة للأشخاص والمؤسسات التي تدور حولها الأخبار الزائفة؛ فيمكن لبعض الأخبار الزائفة أن تعطل مسارات

التنمية والتطوير لسنوات، ووفقاً لذلك يتحتم على الأفراد أن يتعاملون مع المعلومات من منطلق المسؤولية الاجتماعية والوطنية .

ويأتي الدور المتعلق بأهمية تأكد الجمهور من مدى منطوية الأحداث، وترابطها، وخلوها من التناقض في المرتبة الثالثة وذلك بنسبة 33.3%، فكثير من الأخبار الزائفة تحمل في طياتها معلومات متضاربة، ومتناقضة، والتفات الجمهور لذلك التضارب يسهم في محاربة الأخبار الزائفة، والقضاء على مصداقيتها، ويليها في المرتبة الرابعة السبب المتعلق بأن يعمل الأفراد على التحقق من صحة الأخبار المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي من خلال المصادر الموثوقة فقط، وذلك بنسبة 31.1%، وحاليًا تحرص أغلب المؤسسات والشخصيات العامة على أن يكون لها منصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتم من خلالها نشر أخبارها للجمهور، وبالتالي يمكن الرجوع لها، أو الرجوع إلى الجهات الحيادية، والمستقلة في القضايا المختلفة للتعرف على أبعادها وعلى الموضوعات مثار الجدل، كذلك فقد أكد بعض الخبراء على أهمية التناقل بين مواقع التواصل الاجتماعي للتأكد من صحة المعلومات، خاصة لما تتيحه من مصادر متنوعة، وكل مصدر منها يمكن محاولة تدعيم وجهة نظره بكافة الوسائل الممكنة؛ وبالتالي يستطيع الأفراد تحديد دقة المعلومات، ويحد من انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك أكد الخبراء على أهمية الرجوع لأكثر من مصدر، وأهمية الرجوع لوسائل الإعلام التقليدية؛ نظرًا لأن هناك رقابة ومحاسبة على تلك الوسائل أكثر من وسائل التواصل الاجتماعي، كما أكدوا على أهمية أن يعمل الأفراد على توعية المحيطين بهم بمخاطر الأخبار الزائفة، وتربية أجيال قادرة على مكافحة انتشارها، كذلك أن يكون الأفراد فاعلين عندما يتأكدون من زيف بعض الأخبار؛ فيقومون بكتابة رد أو تعليق يوضح زيف الخبر.

جدول رقم (5) يوضح تقييم الخبراء لدرجة ثقة الجمهور في المعلومات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي

درجة الثقة	ك	%
يثق فيها بدرجة كبيرة جدًا.	5	11.1
يثق فيها بدرجة كبيرة.	16	35.6
يثق فيها بدرجة متوسطة.	20	44.4
لا يثق فيها.	3	6.7
لا يثق فيها على الإطلاق.	1	2.2
المجموع	45	100

جاءت الثقة بدرجة متوسطة في المرتبة الأولى من حيث تقييم الخبراء لدرجة ثقة الجمهور في المعلومات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بنسبة 44.4%، يليها في المرتبة الثانية ترجيح الخبراء لثقة الجمهور في المعلومات التي

يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي بدرجة كبيرة، وذلك بنسبة 35.6%، وقد رجح أغلب الخبراء أن درجة الثقة تختلف باختلاف درجة التعليم والثقافة، ونوعية وسائل التواصل الاجتماعي التي يتبعها الجمهور .

جدول رقم (6) يوضح مدى توقع الخبراء لاستمرار ثقة الجمهور في المعلومات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣١م)

توقع الخبراء لاستمرار ثقة الجمهور	ك	%
نعم	18	40
إلى حد ما	15	33.3
لا	12	26.6
المجموع	45	100

يتضح من الجدول السابق أن 40% من الخبراء يتوقعون استمرار ثقة الجمهور في المعلومات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣١م)، وأن 33.3% يتوقعون استمرار تلك الثقة إلى حد ما، بينما 26.6% لا يتوقعون استمرار ثقة الجمهور في المعلومات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويمكن ملاحظة تقارب النسب المئوية لكل توقع من توقعات الخبراء، وربما يرجع ذلك لتعدد العوامل المؤثرة وتداخلها في ثقة الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي؛ فالخبراء الذين رجحوا استمرار ثقة الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي يرجع لاعتقادهم في تطور الإمكانيات التفاعلية والتطورات التكنولوجية التي سوف تزيد من مصداقية الوسيلة؛ بينما الذين رجحوا تراجع تلك الثقة توقعوا أن تكون تلك التطورات التكنولوجية في غير صالح الثقة في وسائل التواصل الاجتماعي، إلا أنه يمكن القول إن حوالي 25% فقط من الخبراء توقعوا عدم استمرار تلك الثقة خلال العقد القادم؛ مما يعني أن الأغلبية تتجه إلى استمرار تلك الثقة .

جدول رقم (7) يوضح العوامل التي تزيد من مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور من وجهة نظر الخبراء، ويمكن أن تؤثر على مستقبل ثقة الجمهور في تلك الوسائل.

العوامل التي تزيد من مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي.	ك	%
وجود حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي لشخصيات معروفة وقادة رأي.	13	28.9
تعدد انتشار المعلومات ومشاركتها من خلال أفراد يثق بهم الجمهور في محيطه.	12	26.6
إمكانية استخدام الصور، والرسوم، والوثائق، وإرفاق الفيديوهات بما يدعم وجهة النظر المعروضة.	19	42.2
ضعف الرقابة الحكومية عليه بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.	13	28.9
الإمكانيات التفاعلية التي تتيح إبراز كافة جهات النظر أكثر من الوسائل التقليدية.	22	48.8
الإمكانيات الخاصة بالبحث الحي للأحداث والوقائع.	16	35.6
إمكانية رواية الأحداث من أصحابها، وشهود العيان مباشرة دون الحاجة للنقل عنهم.	3	6.7
المجموع ٤٥ ، الاستجابات 98		

يتضح من الجدول السابق أن أهم العوامل التي تزيد من مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي لدى الجمهور من وجهة نظر الخبراء، ويمكن أن تؤثر على مستقبل ثقة الجمهور في تلك الوسائل هي الإمكانيات التفاعلية التي تتيح إبراز كافة جهات النظر أكثر من الوسائل التقليدية، وذلك بنسبة 48.4%، حيث يمكن لأطراف القضية كتابة التعليقات، وردود الأفعال، والمشاركة في استطلاع الرأي، واستخدام إمكانيات المشاركة، والتعليق عليها، وإضافة الصور وغيرها؛ مما يزيد من مصداقية المعلومات التي يتم تداولها، يليها في المرتبة الثانية إمكانية استخدام الصور، والرسوم، والوثائق، وإرفاق الفيديوها بما يدعم وجهة النظر المعروضة، وذلك بنسبة 42.2%، وفي المرتبة الثالثة الإمكانيات الخاصة بالبحث الحي للأحداث والوقائع، وذلك بنسبة 35.6%، حيث يمكن للمستخدمين تقديم بث مباشر للوقائع والأحداث، مما يقلل من احتمالية تزيف تلك الوقائع مستقبلاً، فضلاً عن إمكانية التعليق على البث المباشر من قبل الجمهور بشكل فوري .

جاء في المرتبة الرابعة السبب المتعلق بوجود حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي لشخصيات معروفة وقادة رأي، وذلك بنسبة 28.9%، ويمكن من خلال تلك الحسابات التأكد من مدى صحة المعلومة، حيث إنهم يمكن أن يكونوا حلقة الوصل بين الجماهير، والمؤسسات، والهيئات المختلفة، وكذلك السبب المتعلق ضعف الرقابة الحكومية عليها بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، مما يجعل الأفراد يعتقدون أن مواقع التواصل الاجتماعي بها هامش حرية أكبر، إلا أن ضعف الرقابة ينعكس بشكل كبير على رواج المعلومات المغلوطة عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي. كذلك أكد الخبراء على وجود أسباب أخرى تزيد من ثقة الجمهور في مواقع التواصل الاجتماعي منها تكرار المعلومات، ومشاركتها من خلال أفراد يتقون بهم؛ بالإضافة إلى إمكانية رواية الأحداث من أصحابها، وشهود العيان مباشرة دون الحاجة للنقل عنهم.

جدول رقم (8) يوضح الأسباب التي تدفع الجمهور إلى عدم الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الخبراء، ويمكن أن تؤثر على عدم الثقة بها في المستقبل.

الأسباب التي تدفع الجمهور إلى عدم الثقة.	ك	%
أغلب المعلومات التي يتم تداولها لا تعتمد على مصادر رسمية.	17	37.7
صعوبة التعرف على مصدر المعلومات.	20	44.4
تنوع المعلومات وكثرتها وتضاربها التي يتم تداولها حول موضوع معين.	26	57.8
استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لعناوين مضللة للقارئ.	8	17.7
المجموع 45، الاستجابات 71		

يتضح من الجدول السابق أن أهم الأسباب التي تدفع الجمهور إلى عدم الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات من وجهة نظر الخبراء، ويمكن أن تؤثر في

عدم الثقة بها في المستقبل هي تنوع المعلومات، وكثرتها، وتضاربها التي يتم تداولها حول موضوع معين، وذلك بنسبة 57.8%؛ فغالبًا حينما تكون هناك قضية، أو موضوع، أو إشكالية تلقى اهتمامًا من الرأي العام؛ فيجد الجمهور نفسه أمام محتوى ضخم من المعلومات، والبيانات، والإحصائيات التي يتم تداولها حول الموضوع؛ مما يثير شكه، ويقلل من مصداقية المعلومات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يليها في المرتبة الثانية السبب المتعلق بصعوبة التعرف على مصدر المعلومات، وذلك بنسبة 44.4%؛ فوسائل التواصل الاجتماعي تتيح للمستخدمين إمكانية إخفاء الهوية الخاصة بهم، وبالتالي تنتشر الأخبار الزائفة بشكل أكبر، يليها في المرتبة الثالثة أن أغلب المعلومات التي يتم تداولها لا تعتمد على المصادر الرسمية، وذلك بنسبة 37.7%؛ فالقائم بالاتصال قد يغفل جانب الاعتماد على المصادر الرسمية لتحقيق الفورية في نشر الأخبار، وفي المرتبة الرابعة جاء السبب المتعلق بانخفاض تكاليف إنتاج الرسالة؛ وبالتالي تستغل بعض الجهات مواقع التواصل الاجتماعي لترويج الأخبار الزائفة، وذلك بنسبة 17.7%.

جدول رقم (9) يوضح المسارات المتوقعة لسلوك الجماهير فيما يتعلق بالاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣١م) من وجهة نظر الخبراء.

المسارات المتوقعة للاهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي.	ك	%
استمرار الوضع الحالي.	6	13.3
زيادة اهتمام الجمهور بمواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي.	30	66.7
تراجع اهتمام الجمهور بمواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي.	9	20
المجموع	45	100

يتضح من الجدول السابق أن معظم الخبراء يتوقعون زيادة اهتمام الجمهور بمواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي كمسار متوقع خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣١م)، وذلك بنسبة 66.7%، في المقابل فإن 20% من الخبراء يتوقعون تراجع اهتمام الجمهور بمواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي، وقد توقع 13.3% من الخبراء استمرار الوضع الحالي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣١م)، واستمرار اهتمام الجمهور بمواقع التواصل الاجتماعي، وزيادة ذلك الاهتمام عن الوضع الحالي يمكن ارجاعه للتطورات التكنولوجية التي تحدث في مواقع التواصل الاجتماعي بشكل متلاحق؛ مما قد يدفع في أن تستمر مواقع التواصل الاجتماعي مصدرًا لمعلومات الأفراد، وهذا قد يدفع كثير من الجهات والأشخاص إلى ترويج الأخبار الزائفة عبر منصاته نظرًا لاهتمام الجماهير بمحتواه.

جدول رقم (10) يوضح وجهة نظر الخبراء حول الحلول التي يمكن أن تقوم بها الجهات الرسمية، وتراها ضرورية لمواجهة انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.

ك	%	الحلول التي يمكن أن تقوم بها الجهات الرسمية لمواجهة انتشار الأخبار الزائفة.
32	71.1	اعتماد نهج السبق في نشر البيانات والأرقام.
10	22.2	تجاهل الأخبار الزائفة بعدم التعليق عليها.
17	37.7	متابعة المواقع المروجة للأخبار الزائفة وإعداد بيان للرد عليها.
27	60	وضع الضوابط والقوانين على تداول الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
15	33.3	رصد مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعتها للتوصل للجهات التي تقوم بنشر الأخبار الزائفة، وتتبعها من خلال الأجهزة الرسمية للوقوف على مصدرها.
31	68.8	إنشاء قنوات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للجهات الحكومية يتم من خلالها تصحيح المعلومات المغلوطة.
المجموع 45 الاستجابات 132		

أكد 71.1% من الخبراء أن اعتماد نهج السبق في نشر البيانات والأرقام، وإصدار البيانات الصحفية فور ظهور الأخبار الزائفة من أهم الحلول التي يمكن أن تقوم بها الجهات الرسمية، وضرورية لمواجهة انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تنفيذ الإجراءات التي تتخذها الجهات الرسمية بشكل فوري في الحد من انتشار الأخبار الزائفة بين الجماهير، وتفاذي ردود الفعل السلبية للجماهير، كما أن ردود الفعل المتأخرة من الجهات المسؤولة يمكن أن تثير الشك في نفوس الجماهير، وقد جاء في المركز الثاني الحل المتعلق بإنشاء قنوات رسمية على مواقع التواصل الاجتماعي للحكومة يتم من خلالها تصحيح الأخبار الزائفة، وذلك بنسبة 68.8%، خاصة مع تزايد اعتماد الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي، وتوقعات الخبراء بتزايد ذلك الاعتماد، وبالتالي يكون على الجهات الرسمية أن تعمل على إنشاء قنوات رسمية يمكنها مخاطبة جمهورها؛ فاعتماد الجهات الرسمية على وسائل الإعلام التقليدي فقط لتكذيب الأخبار الزائفة قد لا يجعلها تصل لجمهور مواقع التواصل الاجتماعي .

وقد جاء الحل المتعلق بوضع الضوابط والقوانين على تداول الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي في المرتبة الثالثة، وذلك بنسبة 60%، فوضع القوانين والضوابط الكفيلة بتتبع مروجي الأخبار الزائفة يسهم في الحد من انتشار الأخبار الزائفة وتدفعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في المستقبل، كما رأى 33,3% من الخبراء أن متابعة المواقع المروجة للأخبار الزائفة، وإعداد البيانات للرد عليها من الحلول التي يمكن أن تقوم بها الجهات الرسمية، وهي ضرورية لمواجهة انتشار

الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك فقد أكد الخبراء على أهمية رصد مواقع التواصل الاجتماعي ومتابعتها للتوصل للجهات التي تقوم بنشر الأخبار الزائفة، وتتبعها من خلال الأجهزة الرسمية للوقوف على مصدرها.

جدول رقم (11) يوضح المسارات المتوقعة لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

المسارات المتوقعة لانتشار الأخبار الزائفة.	ك	%
استمرار الوضع الحالي.	6	13.3
انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي .	7	15.6
تراجع انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي.	32	71.1
المجموع 45	45	100

يتضح من الجدول السابق أن معظم الخبراء يتوقعون تراجع انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي، وذلك بنسبة 71.1% في حالة متابعة الجهات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي والرقابة عليها، بينما توقع 15.6% فقط انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي حتى في حالة متابعة تلك الوسائل والرقابة عليها، وقد أرجع الخبراء ذلك إلى صعوبة فرض رقابة ومتابعة بشكل كامل علي المحتوى التفاعلي؛ نظراً لضخامة المحتوى، وتطور تكنولوجيا الاتصال بشكل سريع، وقد يتطلب ذلك وضع ميزانيات ضخمة لتحقيقه، وقد أكد 13.3% من الخبراء فقط إمكانية استمرار الوضع الحالي كما هو عليه، ويثبتين من اتجاهات الخبراء أن معظم يتوقع انخفاض انتشار تلك الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في حالة الرقابة عليها؛ نظراً للعقوبات التي قد تفرضها الجهات الرسمية، والتي من المفترض أن تكون متناسبة مع حجم الضرر الذي تتسبب به الأخبار الزائفة.

جدول رقم (12) يوضح أهم الأدوار التي يرى الخبراء أن القائم بالاتصال يجب أن يهتم بها لمواجهة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

أهم الأدوار التي يجب أن يهتم بها القائم بالاتصال لمواجهة الأخبار الزائفة.	ك	%
ضرورة استخدام أدوات التحقق من المعلومات وبرامجه.	19	42.2
التثبت من المعلومات قبل نشرها والاعتماد على مصادر موثوق بها.	16	35.6
تطوير العلاقات مع مصادر المعلومات المختلفة.	6	13.3
الاهتمام بالتنوع في استخدام الصور، والفيديوهات الحية، والتحديث الفوري للأخبار.	12	26.7
الاعتماد على المصادر الرسمية.	17	37.7
ضرورة الاهتمام بنشر التصحيحات.	18	40
المجموع 45 الاستجابات 90		

يتضح من الجدول السابق أن 42.2% من الخبراء قد أكد على ضرورة استخدام أدوات التحقق من المعلومات وبرامجه من قبل القائم بالاتصال، وأنها من أهم الأدوار

التي يجب أن يهتم بها القائم بالاتصال، لاسيما في ظل التطور التقني، وتقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي تعمل على أهمية الاعتماد على برامج متطورة لاكتشاف تلك الأخبار، وفي الترتيب الثاني ضرورة الاهتمام بنشر التصحيحات، حيث إن إظهار الحقائق المختلفة للجمهور والاعتراف بالأخطاء يعمل على كسب الجمهور وتأييدهم؛ وبالتالي يزيد ذلك من اعتمادهم على المصادر الرسمية سواء من خلال الإعلام التقليدي، أو وسائل التواصل الاجتماعي، وتتوافق تلك النتيجة مع الدور الذي ظهر في الترتيب الثالث والرابع بنسبة 37.7%، و35.6% والمتعلق بضرورة الاعتماد على المصادر الرسمية، والتثبت من المعلومات قبل نشرها، والاعتماد على مصادر موثوق بها.

وفي المرتبة الخامسة بنسبة 26.7% جاء عامل الاهتمام بالتنوع في استخدام الصور، والفيديوهات الحية، والتحديث الفوري للأخبار؛ فالتحديث الفوري والمنتظم للمعلومات يزيد من ثقة الجماهير في المصدر، ولا يتركهم عرضة للتكهنات، ومروجي الأخبار الزائفة، ويزيل الغموض الذي قد يتسبب في انتشار تلك الأخبار.

جدول رقم (١٣) يوضح المسارات المتوقعة للاتجاه نحو انتشار الأخبار الزائفة مع تطور وسائل التواصل الاجتماعي.

المسارات المتوقعة للاتجاه نحو انتشار الأخبار الزائفة مع تطور وسائل التواصل الاجتماعي.	ك	%
استمرار الوضع الحالي	14	31.1
انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي	22	48.9
تراجع انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي	9	20
المجموع	45	100

يتضح من الجدول السابق أن المسار الذي يتوقعه الخبراء للأخبار الزائفة مع تطور مواقع التواصل الاجتماعي هو الانتشار عن الوضع الحالي، حيث جاء في المرتبة الأولى بنسبة 48.9%، يليها في المرتبة الثانية استمرار الوضع الحالي، وذلك بنسبة 31.1%، وفي المرتبة الأخيرة يأتي المسار المتعلق بتراجع انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي عن الوضع الحالي، ومن النتائج يتضح أن أغلب الخبراء يتوقعون زيادة انتشار الأخبار الزائفة مع تطور وسائل التواصل الاجتماعي مستقبلاً، وبالتالي على الجهات المسؤولة والحكومات أن تكون مستعدة بإعداد تشريعات وقوانين لمكافحة الأخبار الزائفة، وآليات لتفعيل تلك القوانين والتشريعات للحد من انتشار الأخبار الزائفة مستقبلاً.

جدول رقم (١٤) يوضح الإيجابيات التي قدمها تطور تكنولوجيا المعلومات لانتشار المعلومات والمؤثرة على مستقبلها خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣١م)

ك	%	الإيجابيات التي قدمتها تطور تكنولوجيا المعلومات.
32	71.1	سرعة الحصول على المعلومات والبيانات.
26	57.8	توفر المعلومات والبيانات بالمقارنة بالوسائل التقليدية.
24	53.3	حرية تداول المعلومات.
20	44.4	القدرة على تصحيح المعلومات بشكل فوري وتوضيح الموقف للجمهور.
20	44.4	سهولة التواصل بين الأفراد.
المجموع 45 الاستجابات 122		

يتضح من الجدول السابق أن أهم الإيجابيات التي قدمها تطور تكنولوجيا المعلومات لانتشار المعلومات المؤثرة على مستقبلها خلال العقد (2031/2021م)، هو سرعة الحصول على المعلومات والبيانات، وذلك بنسبة 71.1%؛ فالجمهور مهتم عادة أن يعرف المعلومات والأخبار فور وقوعها، كما أنه مهتم بالتحديثات المتلاحقة للأخبار، والمعلومات، والوسيلة التي تستطيع أن تحقق الفورية هي التي تستطيع أن تجتذب أكبر عدد من الجماهير.

في المرتبة الثانية جاء توفر المعلومات والبيانات بمواقع التواصل الاجتماعي بالمقارنة بوسائل الإعلام التقليدية، وذلك بنسبة 57.8%، فمع تعدد أطراف العملية الاتصالية يكون الجمهور أمام محتوى ضخم من المعلومات خاصة مع توافر سمة التفاعلية.

وفي المرتبة الثالثة جاءت حرية تداول المعلومات، وذلك بنسبة 53.3%؛ فالقيود على حرية تداول المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أقل بكثير من وسائل الإعلام التقليدية.

وفي المرتبة الرابعة جاءت القدرة على تصحيح المعلومات بشكل فوري وتوضيح الموقف للجمهور، وكذلك سهولة التواصل بين الأفراد، وذلك بنسبة 44.4%.

جدول رقم (١٥) يوضح التقنيات التفاعلية والاتصالية الحديثة التي قد تؤثر على انتشار الأخبار الزائفة خلال الفترة من (2021-2031 م)

ك	%	التقنيات التفاعلية والاتصالية الحديثة التي قد تؤثر على انتشار الأخبار الزائفة.
38	٤٦,٤	تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي
17	٢٠,٧	تقنية البث المباشر
27	٣٢,٩	تطور تقنيات وأدوات تحليل شبكات التواصل للاستفادة منها في مواجهة الأخبار الزائفة
المجموع 45 الاستجابات 82		

يتضح من الجدول السابق أن تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي جاءت في المرتبة الأولى من حيث التقنيات التفاعلية والاتصالية الحديثة التي قد تؤثر على انتشار الأخبار الزائفة خلال الفترة من (٢٠٢١-٢٠٣١م) من وجهة نظر الخبراء، وذلك

بنسبة ٤٦,٤%، ويليهما في الترتيب الثاني بنسبة ٣٢,٩% تطور تقنيات وأدوات تحليل شبكات التواصل للاستفادة منها في مواجهة الأخبار الزائفة، وفي الترتيب الأخير بنسبة ٢٠,٧% تقنية البث المباشر، حيث يمكن لشهود العيان والجهات أن يوثقوا الأحداث المختلفة مباشرة عن طريق البث الحي من خلال الانترنت؛ وبالتالي تكون الحقائق لحظة بلحظة أمام الجمهور، ولا يمكن التشكيك فيها بسهولة، ولا تتيح متنفساً لرواج الأخبار الزائفة.

ثالثاً- السيناريوهات المستقبلية لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠م):

السيناريوهات المستقبلية (الممكنة والمحتملة) لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠م):

- تفترض هذه الدراسة وجود ثلاثة أنواع من السيناريوهات المتوقعة لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠م) تتضح في الآتي:

- السيناريو المرجعي (الثبات – استمرار الوضع القائم "الحالي").

- السيناريو التفاؤلي (الإصلاحي – التحول الجذري).

- السيناريو التشاؤمي (الانهيار – التدهور).

وحتى يتم بناء السيناريوهات بشكل جيد، وتكون صياغتها مقبولة؛ فقد حرصت الدراسة على توافر مجموعة من العناصر الأساسية فيها، والتي قادت إلى حصر البدائل الممكنة، أو المحتملة في صورها المستقبلية، ويمكن توضيح هذه العناصر في الآتي:

1. المنطلقات الأساسية لكل سيناريو: الافتراض الذي يقوم عليه كل سيناريو:
2. فترة بدء تفعيل السيناريو: والتي تحددت طبقاً للأفق الزمني الذي ارتبطت به الدراسة في المستقبل المتوسط، حيث اعتمدت الدراسة على العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠م) كحد زمني لتفعيل السيناريوهات.
3. تحديد شروط الوضع الابتدائي للسيناريو: يتمثل في مجموعة الشروط الأولية أو الافتتاحية التي تمثل خلفية المشاهد والتداعيات المتصورة التي ستتابع عبر الزمن، وستؤثر بدورها على الموضوع محل البحث، وتتضح في عنصرين أساسيين، هما:
أ- الوقائع: يقصد بها حقائق الأوضاع السياسية، والاجتماعية، والتكنولوجية، والإعلامية، والقانونية، والثقافية، والتي تتمثل في هذه الدراسة- في العوامل التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة، وطرح خبراء الممارسين والأكاديميين

لمجموعة من الحلول لمواجهتها من أجل وضع تفاولي للحد من انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

ب- **القوى الفاعلة:** يقصد بها القوى صاحبة الأثر الأكبر في تشكيل الأحداث سواء بالفعل أم برد الفعل، والتي تتمثل في هذه الدراسة- في متغير اتجاهات الحكومات والجهات الرسمية نحو انتشار الأخبار الزائفة، وتأثير تلك الاتجاهات على انتشار الأخبار الزائفة في المستقبل.

٤- **وصف المسارات المستقبلية:** يقصد بها المسارات التي يمكن أن تؤدي إلى الوضع المستقبلي، أي أنها وصف للنتائج المفترض للمشاهد المتصورة للظواهر محل البحث عبر الزمن، وتتم من خلال تحليل جملة التفاعلات المرتبطة بالدراسة، وهي:-

أ- **الأحداث:** تتمثل في الوقائع غير المقصودة، والتي لا يستطيع متخذ القرار التحكم فيها خلال الفترة الزمنية للاستشراف، وتتمثل في هذه الدراسة في المتغير الخارجي القائم على التطور في تكنولوجيا الاتصال، وتأثيره على انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مستقبلاً .

ب- **التصرفات (Actions):** تتمثل في مجموعة التغييرات المقصودة في الظواهر الداخلية، والتي يستطيع متخذ القرار التحكم فيها، وتعرف في هذه الدراسة بالتغيرات الداخلية المرتبطة بانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

٥- **وصف الوضع المستقبلي:** يُقصد به وصف خصائص ظاهرة ما، أو مؤسسة معينة، أو مجتمع بعينه في المستقبل ، من خلال وصف وضع المهنة مستقبلاً وفقاً لكل سيناريو (استمرار الوضع القائم – التحول الجذري – التدهور).

السيناريو الأول- سيناريو استمرار الوضع القائم "الحالي" (الثبات –المرجعي):

١- **المنطلقات الأساسية لكل سيناريو:**

ينطلق هذا السيناريو من افتراض ثبات الوضع الحالي بكل ما به من عوامل تؤدي لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأسباب تحدُّ من ذلك الانتشار في الوقت الحالي.

٢- **فترة بدء تفعيل السيناريو:**

من المرجح بدء تشغيل هذا السيناريو في النصف الأول من الفترة الزمنية للدراسة (٢٠٢١: ٢٠٢٥ م) أي الخمس سنوات الأولى من الفترة الزمنية الكلية للدراسة (٢٠٢١-٢٠٣٠ م)

٣- الوضع الابتدائي لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إطار سيناريو استمرار الوضع القائم "الحالي، ويمكن توضيح مجموعة الشروط الأولية الممثلة لخلفية مشاهد هذا الوضع على النحو الآتي:

أ- الوقائع (حقائق المشكلات، أو العوامل التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي): استمرار العوامل التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كاستغلال الجهات ذات الدوافع السياسية والاقتصادية لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي لزعة الثقة، وبلبله الرأي العام، وتحريك الأحداث بما يحقق أهدافها ومصالحها، وانتشار "الدعاية الحاسوبية" المعتمدة على الخوارزميات، وضعف التشريعات القانونية الخاصة بمكافحة الأخبار الزائفة، وانخفاض مستويات الثقة في وسائل الإعلام التقليدية، والمؤسسات العامة، وافتقار بعض المؤسسات الصحفية لاستخدام المصادر والمعايير المهنية في نشر الأخبار، والدوافع المادية التي يعتمد عليها البعض للترويج للأخبار الكاذبة، وافتقار بعض المؤسسات الصحفية لاستخدام المصادر والمعايير المهنية في نشر الأخبار.

ب- القوى الفاعلة (اتجاهات الحكومة والجهات الرسمية نحو انتشار الأخبار الزائفة، وموقف القائم بالاتصال من الأخبار الزائفة التي قد تؤثر على المؤسسة التي يعمل بها) : ستظل الاتجاهات كما هي فيما يتعلق بانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ فيظل البعض يرى أن تجاهل الرد عليها سيجعلها تختفي، وفي حالة عدم احتوائها، فيمكن نشر بيان أو نص لتكذيبها، وسيظل معدل انتشار الأخبار الزائفة كما هو عليه نظرًا لثقة الأفراد فيما ينشره الأصدقاء دون الحاجة للمراجعة والتأكد، وانخفاض المستوى التعليمي والثقافي لقطاعات كبيرة من الجماهير، وغياب دور المؤسسات التربوية التوعوي بشأن خطورة تداول المعلومات المغلوطة، واختيار بعض الجهات لمدى قبول المجتمع لسياسات أو أفكار جديدة، وتزايد ثقة الجمهور بمواقع التواصل الاجتماعي، وتناقل الجمهور للمعلومات المغلوطة دون الاهتمام بالتحقق من صحتها، لأن الأخبار الزائفة تعبر عن حاجات الجمهور، ورغباتهم وآمالهم تجاه موضوع معين، واعتماد انتشار المحتوى على خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي، وانخفاض مستويات الثقة في وسائل الإعلام التقليدية والمؤسسات العامة.

٤- وصف المسارات المستقبلية لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إطار سيناريو استمرار الوضع القائم "الحالي":

(أ) الأحداث (Events): (المتغير الخارجي القائم على التطور في تكنولوجيا الاتصال وتأثيره على انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مستقبلاً):

- استمرار الضغوط التي فرضتها تطورات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على نشر المعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، وسيبقى ضروريًا على القائم بالاتصال أن يتعلم كيفية التعامل مع تكنولوجيا الاتصال، ومتابعة مصادر المعلومات بدقة، والتعرف على مصدر الأخبار الزائفة التي تنتشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك التعرف على معدل انتشار تلك الأخبار الزائفة بين أفراد الجمهور المختلفة والعوامل التي تزيد من انتشارها .
- استمرار الإيجابيات التي فرضتها مواقع التواصل الاجتماعي الحديث على نشر المعلومات من خلالها فقد مكنت ممارسي العلاقات العامة في المؤسسات المختلفة من الرد على الأخبار الزائفة المختلفة، وتوضيحها وتفنيدها بأقل تكلفة مع ضمان وصول الرد لقطاعات متنوعة وعريضة من الجمهور؛ بالإضافة إلى إمكانية نشر الوثائق والفيديوهات، وكذلك البث الحي للوقائع وغيرها من الأدوات التي يمكن أن تسهم في الحد من انتشار الأخبار الزائفة، فضلًا عن أن كل مؤسسة يمكنها إنشاء صفحة على تلك المنصات التفاعلية تنشر الأخبار المتعلقة بها؛ مما يسهم في الحد من انتشار الأخبار الزائفة .

(ب) التصرفات Actions: (المتغيرات الداخلية المرتبطة بانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي):

سيستمر الجمهور في نشر المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدوافع متعددة؛ وبالتالي فقد يؤدي إلى نشر معلومات دون تدقيق، كذلك فقد ينشر البعض معلومات غير صحيحة بدافع التسلية، أو للتنفيس ضد بعض الشخصيات والسياسات، وكذلك قد يتم نشر المعلومات غير الصحيحة بهدف دفع الجهات الرسمية إلى إبراز بعض الوقائع الحقيقية من خلال الترويج لمعلومات غير صحيحة، أو بغرض خدمة بعض الجهات المستفيدة من نشر المعلومات المغلوطة، خاصة ومع ارتفاع معدلات ثقة الجمهور مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فقد يتجه إليها مروجو الأخبار الزائفة لتحقيق أهدافهم، وساعد على انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أيضًا بدائية الطرق التي يستخدمها الجمهور في التأكد من الأخبار وعدم حياديتها.

في المقابل أيضًا فإن الحكومات ستظل تعمل على توعية الناس بمخاطر الأخبار الزائفة، وستظل تصدر بعض البيانات المتعلقة بالأخبار الزائفة التي قد تشغل الرأي العام، لكن في المقابل ستظل التشريعات مطاطة ويتم تفعيلها في حالات بعينها، كذلك فإن القائمين بالاتصال في بعض المؤسسات سيكونون حريصين على إنشاء منصات تواصل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، لكن ستظل فاعليتها في مواجهة الأخبار الزائفة كما هي دون تغيير.

(5) وصف الوضع المستقبلي لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إطار سيناريو استمرار الوضع القائم "الحالي":

في إطار وصف وضع " انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي " وفقاً لسيناريو بقاء الوضع الحالي "الثبات – المرجعي"، يمكن توضيح وضعها المستقبلي فيما يأتي:

سيظل انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كما هو عليه بكل ما به من مميزات متوفرة لمحاربة انتشار الأخبار الزائفة قد يقوم بها الأفراد مثل سؤال الأصدقاء للتأكد من صحة المعلومات، والتنقل بين وسائل إعلام التفاعل للتأكد من صحة المعلومات، والاعتماد على وسائل الإعلام التقليدي للتأكد من صحة المعلومات، والرجوع للجهات المختصة بالموضوع للتأكد من صحة المعلومات، والتأكد من مدى منطقية الأحداث، وترابطها، وخلوها من التناقض، والرجوع لأكثر من مصدر للمعلومات، وأن يعمل الأفراد على التحقق من صحة الأخبار من خلال المصادر الموثوقة فقط، وكذلك سيظل أيضاً الوضع كما هو عليه فيما يتعلق بالسلبات التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي كالمناقسة السلبية، ورغبة الأفراد في نشر المعلومات التي تعبر عن توجهاتهم الشخصية بغض النظر عن مدى صحة المعلومات التي يتم تداولها، كذلك فإن الأفراد يواجهون محتوى ضخماً من المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي سيكون صعباً عليهم مراجعة كل خبر والتأكد من صحته.

السيناريو الثاني- السيناريو التفاولي (الإصلاحي) – التحول الجذري لصالح مكافحة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي):

1. المنطلقات الأساسية للسيناريو: ينطلق هذا السيناريو من افتراض حدوث نمو وتطور في مجال مكافحة انتشار الأخبار الزائفة عبر وسائل الإعلام خلال الآفاق الزمنية المحددة للدراسة (2021: 2030م)، بسبب حدوث مجموعة من التغيرات ذات التأثير الإيجابي في مجال مكافحة انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وزيادة وعي الجمهور بمخاطر الأخبار الزائفة على المجتمع.

2. فترة بدء تفعيل السيناريو: من المرجح بدء تفعيل هذا السيناريو في النصف الثاني من الفترة الزمنية للدراسة (2023 – 2027م).

3. الوضع الابتدائي لمكافحة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إطار السيناريو التفاولي " التحول الجذري لصالح مكافحة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يمكن توضيح مجموعة الشروط الأولية الممثلة لخلفية مشاهد هذا الوضع على النحو الآتي:

أ- الوقائع (حقائق العوامل أو الأسباب التي تؤدي إلى انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي) :

ستختفي العوامل والأسباب التي تؤدي إلى انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وسوف تتطور الإمكانيات التكنولوجية لمواقع التواصل الاجتماعي، وتتوافر للجمهور بشكل يساعدهم في التعرف على حقيقة المعلومات، خاصة مع التوسع في استخدام أدوات التحقق من المعلومات؛ تقنية نقل الأحداث بشكل مباشر، كما أن التكنولوجيا سوف تتطور بشكل يساعد الجهات الرسمية والقائمين بالاتصال في المؤسسات المختلفة، وحتى الجمهور من تتبع مصادر المعلومات غير الصحيحة والكشف عنه؛ وبالتالي لا يمكن للمصدر أن يستمر في نشر الأخبار الزائفة، كما سيتم توفير التدريبات الكافية للقائمين بالاتصال في المؤسسات المختلفة لمكافحة تلك الأخبار، والتعامل معها في منتهى السرعة، وسيكون من السهل تتبع المعلومات المنشورة عن أي مؤسسة، والكشف عن المزيف فيها، وتوعية الجمهور بخطورتها، كما سوف ترتفع نسبة الوعي لدى الجمهور بخطورة الأخبار الزائفة، وتأثيراتها المجتمعية؛ وبالتالي سيكون لهم دور في الحد من انتشارها، وستعمل الحكومات علي إصدار تشريعات تساهم في التصدي عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

ب- القوى الفاعلة (التغيير في اتجاهات الجمهور، والقائمين بالاتصال والجهات الرسمية، وتأثير تطور تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي عليهم) :

إن انتشار الأخبار الزائفة له تأثيرات سلبية متعددة على الجمهور يؤدي معظمها في النهاية إلى التأثير على استقرار المجتمع، وبالتالي فإن وعي الجمهور بضرورة مكافحة الأخبار الزائفة سيرتفع، كذلك أيضًا القائمين بالاتصال في المؤسسات المختلفة سوف يكونون حريصين على التصدي للأخبار الزائفة، وتتبعها منذ بداية ظهورها حتى لا تتأثر مؤسساتهم التي يعملون بها، وسوف يؤثر تطور تكنولوجيا الاتصال داخل مواقع التواصل الاجتماعي على تصدي الجمهور، والقائمين بالاتصال لانتشار الأخبار الزائفة، ويصبحون أكثر إيجابية في التصدي للمعلومات غير الصحيحة، كذلك فإن الجهات الرسمية والحكومات سيكون لها دور فاعل في إصدار التشريعات الخاصة بمكافحة الأخبار الزائفة، والتصدي لمروجيها وتطبيق القانون عليهم .

٤- وصف المسارات المستقبلية لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إطار السيناريو التفاوضي " التحول الجذري" :

أ-الأحداث Events (المتغير الخارجي القائم علي التطور في تكنولوجيا الاتصال وتأثيره علي انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مستقبلاً) :

فرضت تكنولوجيا الاتصال الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي ضغوطًا على القائمين بالاتصال في المؤسسات المختلفة، وكذلك ضغوطًا على الجهات الرسمية، حيث مثلت مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة أسرع، وأقل تكلفة في نقل المعلومات

(بما في ذلك الأخبار الزائفة)، بالإضافة إلى أنها يمكن أن تخفي هوية الشخص المسئول عن تلك المعلومات غير الصحيحة، فضلاً عن الطبيعة التفاعلية التي تسمح لأفراد الجمهور بمشاركة تلك المعلومات وتبادلها بطرق سهلة، وخاصة مع تزايد عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي حول العالم، لكن السيناريو التفاعلي يفترض أن تلك الضغوط التي فرضتها التكنولوجيا ستختفي نتيجة للتدريب الذي ستوفره المؤسسات للقائمين بالاتصال من أجل مكافحة الأخبار الزائفة، ومنع انتشارها، ونتيجة للتطور المستمر في أداء القائمين بالاتصال أنفسهم، وفهمهم للمشكلات التي تواجههم، فمع مرور الوقت سيكتسبون خبرات تنمي مهاراتهم، كذلك فإن تكنولوجيا الاتصال في حد ذاتها سوف تتطور بشكل إيجابي يُمكن جميع أطراف العملية الاتصالية من معرفة الأخبار الزائفة وتمييزها من الأخبار الصحيحة من خلال تطوير برامج لمراقبة الأخبار الزائفة وتتبعها عبر الوسوم المختلفة التي تمكن القائمين بالاتصال من الرد بالشكل المباشر؛ إضافة لتطور تقنيات البث الحي الذي يمكن أن يجعل جميع الأفراد شهود عيان على الوقائع المختلفة، وكذلك البصمات الإلكترونية.

ب- التصرفات Actions (المتغيرات الداخلية المرتبطة بانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي):

إن انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيه جزء كبير تقع على مسؤوليته على المجتمع أو الجمهور، وفي إطار السيناريو التفاعلي، فمن المتوقع أن يزيد وعي الجمهور بمخاطر الأخبار الزائفة على الأمن والمجتمع، وبالتالي سوف يصبح الجمهور أكثر حذرًا في التعامل مع المعلومات التي يتعرض لها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وسوف يحاول التأكد من مصداقتها بوسائل مختلفة كالرجوع للمصادر الرسمية، والتي يتوقع أن يكون لديها حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي، كذلك فهناك توقع بتطوير تكنولوجيا الاتصال عبر مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة تسمح للجمهور باكتشاف الأخبار الزائفة، والتعرف عليها سواء عبر برامج تتبع إلكتروني، أم عبر مزيد من المزايا التفاعلية، وكذلك قد يتم تطوير مرصد لمتابعة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي سواء أكانت مرصد جماهيرية، أم مؤسسية، أم حكومية.

٥ - وصف الوضع المستقبلي لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إطار السيناريو التفاعلي " التحول الجذري لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي":

في إطار وصف وضع " انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي " وفقاً للسيناريو التفاعلي " الإصلاحي – التحول الجذري " يمكن توضيح الوضع المستقبلي فيما يلي:

ستصبح مكافحة الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ضرورة لدى الجمهور والقائم بالاتصال، والجهات الرسمية، وسيهتم الجمهور بتحري الدقة فيما ينشر من أخبار، وسيتيح التطور التقني في مواقع التواصل الاجتماعي توافر كثير من المزايا التي تمكن الجمهور من متابعة مكافحة تلك الأخبار، كذلك ستنتشر كثير من المرادد الرسمية وغير الرسمية التي يكون هدفها رصد الأخبار الزائفة المنتشرة والتصدي لها، كما سيتوفر للقائمين بالاتصال دورات تدريبية تمكنهم من التعامل مع الأخبار الزائفة التي تسبب أزمات للمؤسسات التي يعملون بها، وذلك عن طريق الكشف عنها في بداية ظهورها، وتتبعها، ومعرفة مصدرها، كما ستهتم الحكومات بإصدار التشريعات التي تصدى للأخبار المزيفة، وكذلك سوف تعمل على تطوير قدراتها التكنولوجية للكشف عن مصادرها ومحاسبتها، كل تلك العوامل بالإضافة لتطور المزايا التفاعلية سوف يقلل من انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

-السيناريو الثالث: السيناريو التشاؤمي (الانهيار – التدهور):

١ - المنطلقات الأساسية للسيناريو: ينطلق هذا السيناريو من افتراض حدوث انهيار للوضع الحالي، وانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال الفترة الزمنية المحددة للدراسة (٢٠٢١-٢٠٣٠م)، بسبب بقاء العوامل التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة وازديادها عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٢- فترة بدء تفعيل السيناريو: السيناريو التشاؤمي أحد السيناريوهات الثلاثة المتوقعة لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠م) المحدد للدراسة، وقد أشارت توقعات الخبراء إلى أن احتمالية حدوث هذا السيناريو مرجحة بصورة كبيرة خاصة في حال بقاء العوامل التي تؤدي إلى انتشار الأخبار الزائفة كما هي، واستمرار الجمهور بتجاهل خطورة الأخبار الزائفة؛ بالإضافة إلي التطورات التكنولوجية، ويتوقع حدوث ذلك السيناريو في النصف الأول من الفترة الزمنية للدراسة (٢٠٢١-٢٠٢٥م)، أي الخمس سنوات الأولى من الفترة الزمنية الكلية للدراسة.

٣-الوضع الابتدائي لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إطار السيناريو التشاؤمي (التدهور – الانهيار)، ويمكن توضيح مجموعة الشروط الأولية الممثلة لخلفية مشاهد هذا الوضع على النحو الآتي:

أ - الوقائع (حقائق المشكلات أو المعوقات التي تؤدي إلى انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي) :

ستزداد العوامل التي تؤدي إلى انتشار الأخبار الزائفة، مثل استغلال الجهات ذات الدوافع السياسية والاقتصادية لمنصات وسائل التواصل الاجتماعي لزعة الثقة، وبلبلة الرأي العام، وتحريك الأحداث بما يحقق أهدافها ومصالحها، وانتشار " استخدام

الحسابات الروبوتية" ، وضعف التشريعات القانونية الخاصة بمكافحة الأخبار الزائفة، والدوافع المادية التي يعتمد عليها البعض للترويج للأخبار الكاذبة.

ب - القوى الفاعلة (التغير في اتجاهات الجمهور والقائم بالاتصال نحو انتشار الأخبار الزائفة، وتأثير تطور تكنولوجيا الاتصال عليها):

ستقل الاتجاهات الإيجابية نحو مكافحة الأخبار الزائفة لدى الجمهور، وستزداد المنافسة السلبية بين الأشخاص والمؤسسات، وسوف يتم استخدام الأخبار الزائفة في إطار المنافسة، وانتشار المشاعر السلبية، ولن تهتم الجهات الرسمية بوضع تشريعات وعقوبات محددة لمكافحة انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك فإن القائمين بالاتصال في المؤسسات المختلفة لن يقوموا بوضع خطة لمكافحة الأخبار الزائفة، أو مرصد يتتبع المعلومات التي تتعلق بمؤسساتهم؛ وبالتالي تنتشر كثير من الأخبار الزائفة، والتي قد يتجاهلها القائمون بالاتصال؛ مما يؤدي لانتشار الأخبار الزائفة ورواجها بين أفراد الجمهور، كذلك فإن تكنولوجيا الاتصال المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي ستصبح أكثر تطوراً، ويصبح من السهل على الأشخاص إخفاء هويتهم الإلكترونية، وبالتالي يصعب ملاحقتهم، وهو ما يسهل الأمر على كثير من مروجي تلك الأخبار، ويدفع بهم لنشر مزيد من المعلومات غير الصحيحة .

٤- وصف المسارات المستقبلية لانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إطار السيناريو التشاؤمي " الانهيار":

أ- الأحداث Events (المتغير الخارجي القائم على التطور في تكنولوجيا الاتصال وتأثيره على انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي مستقبلاً):

ستزداد الضغوط التي تفرضها تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي؛ فتتزايد المعلومات التي يتم تبادلها بين الأفراد، وتتزايد المزايا التفاعلية، كما سيصبح من السهل على الأفراد إخفاء هويتهم، والقضاء على أي آثار إلكترونية لهم، وبالتالي سيشكل ذلك جهداً مضاعفاً على القائمين بالاتصال في المؤسسات المختلفة؛ فيطلب منهم هذا الأمر مزيداً من التدريب، وتعلم التكنولوجيا الرقمية حتى يستطيعوا معرفة مصدر الأخبار الزائفة، وتتبعها، وملاحقتها قانونياً.

ب - التصرفات Actions (المتغيرات الداخلية المرتبطة بانتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي):

تصرفات الجمهور سيكون لها دور كبير على مسار السيناريو التشاؤمي، ويمكن تقسيم تلك التصرفات إلى نوعين؛ الأول: يتعلق بالمعلومات والأحداث التي يشكك الأفراد في صحتها، فمن المتوقع تراجع الجمهور عن القيام بالأدوار المنوطة به لمواجهة الأخبار الزائفة كالتنقل بين وسائل الإعلام التقليدية للتأكد من صحة الخبر، أو الرجوع لأكثر من مصدر من مصادر المعلومات التفاعلية، وسؤال الأصدقاء،

والرجوع للجهات المختصة بالموضوع، وكذلك لن يهتم الجمهور بإجراء نقد ذاتي للروايات والمعلومات التي تصلهم للتأكد من مدى منطقيتها، وترابطها وخلوها من التناقض، كذلك لن يهتم الجمهور بالاعتماد على المصادر الموثوقة فقط في الحصول على المعلومات، ولعل ذلك يرجع لتعدد المعلومات، وتنوعها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ مما قد يقف عقبة أمام الأفراد تحول دون قدرتهم على التأكد من كل معلومة يتعرضون لها، بل يعتقد الأفراد أن تكرار تلك المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكبر دليل على صدقها وصحتها؛ وبالتالي يعيدون نشرها دون التأكد من صحتها، أما النوع الثاني من تصرفات الجمهور المتوقعة خلال السيناريو التشاؤمي: يتعلق بمدى تفاعل الأفراد مع المعلومات غير الصحيحة وفقاً للسيناريو التشاؤمي، فيتوقع أن أفراد الجمهور قد لا يكونون فاعلين بشكل إيجابي عند تأكدهم من زيف الأخبار، فلن يهتم أفراد الجمهور بكتابة تعليق يوضح عدم صحة الخبر وزيفه، كذلك قد يتراجع الأفراد عن القيام بدورهم في العمل على توعية المحيطين بهم بمخاطر الأخبار الزائفة، وذلك بسبب ضخامة المحتوى، وعدم قدرتهم على تتبعه؛ بالإضافة إلى عدم الاهتمام بوجود مرصد للأخبار الزائفة تقوم بفحص المعلومات المختلفة، وإخراج الأخبار الزائفة، وترتيب مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً لدرجة مصداقيتها.

٥- (وصف الوضع المستقبلي للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في إطار السيناريو التشاؤمي) "التدهور أو الانهيار"، في إطار وصف وضع انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وفقاً للسيناريو التشاؤمي "التدهور أو الانهيار"، يمكن توضيح الوضع المستقبلي فيما يلي:

ستظل العوامل التي تساعد على انتشار الأخبار الزائفة قائمة، بل وستزداد عما كانت عليه، وسيزداد عدم اهتمام الجمهور بالتأكد من صحة المعلومات التي يتم تداولها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وستظل التشريعات والقوانين كما هي مطاطة وغير واضحة، ومن الصعب تطبيقها، وتحديد المسؤول عن نشر الأخبار الزائفة، سيقل اهتمام الجمهور برصد المعلومات غير الصحيحة، وكذلك المؤسسات سوف تنتشر المنافسة السلبية بينها، ويسعى كل منهم لنشر الأخبار الزائفة عن الآخر، ويتراجع اهتمام مواقع التواصل الاجتماعي بدقة المعلومات التي يتم تداولها، وتطور تكنولوجيا الاتصال بشكل يصعب من خلاله تحديد مصدر المعلومة.

الخلاصة وأهم النتائج:

تؤكد نتائج الدراسة على أن انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة خلال العقد (٢٠٢١-٢٠٣٠م) هو نتاج تفاعلات دقيقة بين عناصر متشابكة عدة تتمثل في: التطور التكنولوجي، والجمهور، والقائمين بالاتصال، والحكومات، وسياسات منصات التواصل الاجتماعي؛ وفيما يلي عرضٌ لأهم تلك النتائج:

- **التطور التكنولوجي:** أكد الخبراء -عينة الدراسة- على أن انتشار الأخبار الزائفة يظهر بشكل خاص في ضوء التطورات التكنولوجية الأخيرة المتمثلة في: تقنيات الذكاء الاصطناعي، والتلاعب بالصور، والفديو، و"التزييف العميق"، ووجود كميات ضخمة من المعلومات، وزيادة استخدام الحسابات الروبوتية، والتي تعمل على الانتشار الفيروسي للأخبار، فضلاً عن مشاركة تلك الأخبار من جانب المستخدمين وإعادة نشرها، كذلك صعوبة التعامل مع تحليل الشبكات الاجتماعية، والتي تتطلب بشكل مستمر ضرورة تطوير قائمة المدخلات النصية من كلمات دارجة حسب كل منطقة؛ وهو الأمر الذي يشكل أحد التحديات التي يصعب التعامل معها في عملية التحليل لاكتشاف الأخبار المزيفة والمعلومات المغلوطة، وأخيراً التطور المستمر في خوارزميات الشبكات الاجتماعية.
- **القائمون بالاتصال:** أكد الخبراء -عينة الدراسة- على أن القائم بالاتصال في العصر الرقمي، يواجه كثيراً من التحديات في كيفية التحقق من الأخبار، وهو ما يتعين على المؤسسات الإعلامية ضرورة اعتماد برامج تدريبية متطورة تمكن القائمين بالاتصال من التحقق من الأخبار الزائفة، لاسيما مع تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي، وآليات التزييف العميق.
- **سياسات منصات التواصل الاجتماعي:** أكد الخبراء -عينة الدراسة- على أن عوامل انتشار الأخبار المزيفة يعود في معظمه لدور منصات التواصل الاجتماعي في انتشار تلك الأخبار، والتي هدفها بالأساس جذب الأموال بعيداً عن المصلحة العامة، وتذهب الباحثة للتأكيد على تلك النتيجة، فمثلاً انتهاج موقع الفيس بوك لسياسة حذف الأخبار الزائفة لا تعد كافية حتى الآن، وما يؤكد على ذلك سياسته في حذف المحتوى الساخر، والرأي من برنامجه للتحقق من الحقائق، على الرغم من أن أصل الأخبار الزائفة يعتمد على المحتوى الساخر، والذي يمكن تصديقه من قبل المستخدمين على إنه انعكاس للأخبار الصحيحة، كذلك على الرغم من انتهاج منصة "تويتر" للسماح للمستخدمين بالإبلاغ عن التضليل، وإطلاقها لآلية الحذف التلقائي للحد من الانتهاكات، وتبني سياستها لتحذير المغردين قبل مشاركتهم أو إعجابهم بتغريدات المحتوى بأنها تحتوي على وسائل مزيفة، إلا أن كل ذلك لم يحد من انتشار المعلومات المغلوطة؛ بل وفقاً للعديد من الإحصاءات فإن المحتوى المضلل على منصات التواصل الاجتماعي

في ازدياد مستمر، وأنه خلال عامي ٢٠٢٠-٢٠٢١، كان انتشار المحتوى المضلل علامة فارقة في القلق نحو انتشار تلك الأخبار.

- **الجمهور:** أكد الخبراء -عينة الدراسة- على تزايد اعتماد الجمهور في المستقبل على شبكات التواصل الاجتماعي، خاصة مع تزايد الإمكانيات التفاعلية والتواصلية التي تضيفها شبكات التواصل الاجتماعي لخدماتها بشكل مستمر، والتي أسهمت جائحة كوفيد ١٩ في تسريعها، وكذلك بعد التطورات التي أعلنت عنها الفيس بوك في تطور خدماتها التفاعلية؛ وهو ما يؤكد زيادة اعتماد الجمهور على منصات التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات.

- **التشريعات القانونية:** أكد الخبراء عينة الدراسة على ضرورة إصدار التشريعات التي تهدف إلى الحد من المعلومات المغلوطة، والأخبار المزيفة، وفي هذا الشأن لا تزال كثير من البلدان بعيدة عن المعالجة الجادة للقضايا المتعلقة بالأخبار المزيفة، والمعلومات المضللة، بسبب التداخل ما بين حرية التعبير والإضرار بتلك الحرية، والتي خلقت صراعاً طويلاً في هذا الجانب تحديداً، وفي هذا الصدد يمكن الإشارة إلى أن تجربة مصر في إصدار تشريعات تهدف إلى الحد من انتشار المعلومات المغلوطة، ومكافحة الأخبار المزيفة تعد من التجارب الرائدة، فعلى الرغم من توجيه كثير من الانتقادات لها بسبب حرية التعبير، إلا أن مع تزايد القلق بشأن المعلومات المغلوطة وتأثيراتها بعيدة المدى، توجهت كثير من الدول لسن التشريعات، ولاسيما بعد حجم المعلومات المغلوطة الذي تم تداوله خلال جائحة كوفيد-١٩.

مراجع الدراسة:

أولاً- المراجع العربية:

التلاوي، نهي حسين محمد محمود. (2021). اتجاهات الخبراء نحو مستقبل دمج تطبيقات الذكاء الاصطناعي في الاتصالات التسويقية المتكاملة للشركات المصرية: دراسة استشرافية. مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط: الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ع35، 71 – 133
درويش محمود، ريهام (٢٠٢٠)، حرية تداول المعلومات في إطار الخلل المعلوماتي: دراسة حالة لقانوني الصحافة والإنترنت، جامعة أسيوط، مجلة كلية الآداب، المجلد، ٧٣ ص 119-152 .
صالح إبراهيم، سهير (٢٠١٩)، أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب: دراسة تجريبية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد ٤، المجلد ١٨. ص:

403-343

عبد الله، إيمان محمد حسني (٢٠١٩)، آليات التضليل الإعلامي في الخطاب المصري للصفحات الزائفة المنحلة لأسماء الصحف المصرية على شبكة الفيس بوك: دراسة حالة على صفحتي اليوم السابع والبوابة الزائفتين، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد ١، المجلد ١٨.

العوادلي، سلوى محمد يحيى. (2015). الاتجاهات الحديثة في دراسات التسويق الاجتماعي، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان: جامعة القاهرة – كلية الإعلام – قسم العلاقات العامة والإعلان، ع1 ،

140 – 77

محمد محمد أحمد، ل.، & لمان. (2019). تطبيقات الواقع الافتراضي في الدراسات الإعلامية العربية في مجالات التسويق والعلاقات العامة والصحافة. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، 2019(24)، 236-257.

محمد عبد الحميد (٢٠٠٤)، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب للطباعة والنشر. محمد، ريم أحمد عادل طه (2017). بحوث العلاقات العامة والإعلان في مصر الواقع واتجاهات المستقبل: رؤية تحليلية نقدية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان: جامعة القاهرة – كلية الإعلام – قسم

العلاقات العامة والإعلان، ع10، 1 : 123

مرق، عطية محمد عطية (٢٠١٨)، اتجاهات النخبة نحو مستقبل العلاقات العامة في مصر خلال العقد القادم (٢٠١٥-٢٠٢٥م)، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، العدد السابع والأربعون، الجزء الثاني، أبريل

٢٠١٨، ص: 319-350

موقع bbc عربي : الأخبار الزائفة "تنتشر أسرع" من الحقيقية، دخول بتاريخ 2021/2/1، متاح على :
<https://www.bbc.com/arabic/science-and-tech-43348086>

ثانياً- المراجع الأجنبية.

Bradshaw, S., Howard, P. N., Kollanyi, B., & Neudert, L. M. (2020). Sourcing and automation of political news and information over social media in the United States, 2016-2018. *Political Communication*, 37(2), 173-193.

- Collins, B., Hoang, D. T., Nguyen, N. T., & Hwang, D. (2021). Trends in combating fake news on social media—a survey. *Journal of Information and Telecommunication*, 5(2), 247-266.
- Duffy, A., Tandoc, E., & Ling, R. (2020). Too good to be true, too good not to share: the social utility of fake news. *Information, Communication & Society*, 23(13), 1965-1979
- Egelhofer, J. L., & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: A framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97-116
- Egelhofer, J. L., Aaldering, L., Eberl, J. M., Galyga, S., & Lecheler, S. (2020). From novelty to normalization? How journalists use the term “fake news” in their reporting. *Journalism Studies*, 21(10), 1323-1343
- Floridi, Luciano. 2016. Fake News and a 400-year-old Problem: We Need to Resolve the “Post-Truth” Crisis.” *The Guardian*, November 29. Accessed June 27, 2017. <https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/29/fake-news-echo-chamber-ethics-infosphere-internet-digital>. [Google Scholar]
- Farkas, J., & Schou, J. (2018). Fake news as a floating signifier: Hegemony, antagonism and the politics of falsehood. *Javnost-The Public*, 25(3), 298-314.
- Hameleers, M., Powell, T. E., Van Der Meer, T. G., & Bos, L. (2020). A picture paints a thousand lies? The effects and mechanisms of multimodal disinformation and rebuttals disseminated via social media. *Political Communication*, 37(2), 281-301.
- Hansson, S., Orru, K., Torpan, S., Bäck, A., Kazemekaityte, A., Meyer, S. F., & Pigrée, A. (2021). COVID-19 information disorder: six types of harmful information during the pandemic in Europe. *Journal of Risk Research*, 24(3-4), 380-393.
- Ifigeneia, M., & Dimitrios, A. (2018). Globalization, Social Media and Public Relations: A Necessary Relationship for the Future?. *KnE Social Sciences*, 309-325
- Iretton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*. Unesco Publishing.
- Jowett, G. S., & O'Donnell, V. (2014). *Propaganda and persuasion*(6th ed.). Los Angeles: Sage. [Google Scholar]
- Kent, M. L., & Saffer, A. J. (2014). A Delphi study of the future of new technology research in public relations. *Public relations review*, 40(3), 568-576
- Krause, N. M., Freiling, I., Beets, B., & Brossard, D. (2020). Fact-checking as risk communication: the multi-layered risk of misinformation in times of COVID-19. *Journal of Risk Research*, 23(7-8), 1052-1059.
- Ma, J., & Yu, S. (2021, October). The Future Development of E-commerce in Tiktok. In *2021 International Conference on Public Relations and Social Sciences (ICPRSS 2021)* (pp. 241-246). Atlantis Press
- Martire, K. A., Growns, B., Bali, A. S., Montgomery-Farrer, B., Summersby, S., & Younan, M. (2020). Limited not Lazy: A quasi-experimental secondary analysis of

- evidence quality evaluations by those who hold implausible beliefs. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(1), 1-15
- Mosavi, Seyed Mohammad. "Vision of Future Public Relations and the Emergence of Public Relations 3." *Art & Media Studies* 2.3 (2020): 143-166.
- Rampersad, G., & Althiyabi, T. (2020). Fake news: Acceptance by demographics and culture on social media. *Journal of Information Technology & Politics*, 17(1), 1-11.
- Tambini, D. (2017). Fake news: Public policy responses. *Media Policy Brief* 20. London: Media Policy Project, London School of Economics and Political Science. Retrieved from: <http://eprints.lse.ac.uk/73015/> [Google Scholar]
- Tan, A. S., Lee, C. J., & Chae, J. (2015). Exposure to health (mis) information: Lagged effects on young adults' health behaviors and potential pathways. *Journal of Communication*, 65(4), 674-698.
- Tsfati, Y., Boomgaarden, H. G., Strömbäck, J., Vliegenthart, R., Damstra, A., & Lindgren, E. (2020). Causes and consequences of mainstream media dissemination of fake news: literature review and synthesis. *Annals of the International Communication Association*, 44(2), 157-173
- Valenzuela, S., Halpern, D., Katz, J. E., & Miranda, J. P. (2019). The paradox of participation versus misinformation: Social media, political engagement, and the spread of misinformation. *Digital Journalism*, 7(6), 802-823.
- Wagner, M. C., & Boczkowski, P. J. (2019). The reception of fake news: The interpretations and practices that shape the consumption of perceived misinformation. *Digital journalism*, 7(7), 870-885.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2018). Thinking about 'information disorder': formats of misinformation, disinformation, and mal-information. Ireton, Cheryl; Posetti, Julie. *Journalism, 'fake news' & disinformation*. Paris: Unesco, 43-54.
- Zimmermann, F., & Kohring, M. (2020). Mistrust, disinforming news, and vote choice: A panel survey on the origins and consequences of believing disinformation in the 2017 German parliamentary election. *Political Communication*, 37(2), 215-237