

دور استراتيجيات المواجهة الرقمية في الحد من الأخبار الزائفة على مواقع التواصل  
الاجتماعي (دراسة ميدانية)

**The Role of Digital Counter-Strategies in Reducing  
Fake News on Social Media Platforms.**

إعداد:

بدر زيد الدلحي

الرقم الأكاديمي:

٢٥٢٠٠٠٨٤٩

إشراف:

د. ماهيتاب ماهر الرافي

٢٠٢٥/٢٦/٢٠٢٥ م

## الفهرس

|    |                                                                                     |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------|
| ٤  | المقدمة                                                                             |
| ١١ | الفصل الأول                                                                         |
| ١١ | الإطار المفاهيمي للأخبار الزائفة في بيئة التواصل الاجتماعي                          |
| ١٢ | المبحث الأول: ماهية الأخبار الزائفة في بيئة التواصل الاجتماعي                       |
| ١٢ | المطلب الأول: مفهوم الأخبار الزائفة                                                 |
| ١٢ | المطلب الثاني: أنواع الأخبار الزائفة                                                |
| ١٣ | المطلب الثالث: الفرق بين الأخبار الزائفة والمعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة      |
| ١٣ | المبحث الثاني: الدوافع والآليات الحاكمة لإنتاج الأخبار الزائفة وانتشارها            |
| ١٤ | المطلب الأول: الدوافع السياسية والاقتصادية والاجتماعية وراء إنتاج الأخبار الزائفة   |
| ١٤ | المطلب الثاني: آليات انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي             |
| ١٥ | المطلب الثالث: دور خوارزميات المنصات وتسويق المحتوى في تسريع الزيف                  |
| ١٥ | المبحث الثالث: الانعكاسات المجتمعية والتنظيمية للأخبار الزائفة في الفضاء الرقمي     |
| ١٥ | المطلب الأول: الانعكاسات المجتمعية للأخبار الزائفة                                  |
| ١٦ | المطلب الثاني: الانعكاسات التنظيمية والمؤسسية                                       |
| ١٦ | المطلب الثالث: التكيف التنظيمي والقانوني لجرمة نشر الأخبار الكاذبة في الفضاء الرقمي |
| ١٨ | الفصل الثاني                                                                        |
| ١٨ | استراتيجيات المواجهة الرقمية والتقنية للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي   |
| ١٨ | المبحث الأول: المواجهة التقنية الاستباقية للأخبار الزائفة                           |
| ١٨ | المطلب الأول: مفهوم المواجهة التقنية الاستباقية وأسسها                              |
| ١٩ | المطلب الثاني: دور الذكاء الاصطناعي وخوارزميات الفلترة المضادة                      |
| ٢٠ | المطلب الثالث: تقنيات كشف التزييف العميق والتلاعب البصري                            |
| ٢٠ | المبحث الثاني: سياسات المنصات الرقمية في مواجهة الأخبار الزائفة                     |
| ٢٠ | المطلب الأول: مفهوم الحوكمة المنصاتية ودورها في تقليل التضليل                       |
| ٢١ | المطلب الثاني: إجراءات الحظر والإبلاغ ووسم المحتوى المشكوك فيه                      |
| ٢١ | المطلب الثالث: حدود فعالية سياسات المنصات والتحديات التي تواجهها                    |
| ٢٢ | المبحث الثالث: أدوات التحقق الرقمي ومحو الأمية الإعلامية                            |
| ٢٢ | المطلب الأول: أدوات التحقق الرقمي بوصفها خط الدفاع العملي                           |
| ٢٣ | المطلب الثاني: المنصات والمبادرات المتخصصة في تدقيق الحقائق                         |
| ٢٣ | المطلب الثالث: محو الأمية الإعلامية والتمكين المعرفي للمستخدم                       |

|    |                                                          |
|----|----------------------------------------------------------|
| ٢٥ | ..... الفصل الثالث                                       |
| ٢٥ | ..... الدراسة الميدانية                                  |
| ٢٥ | ..... المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية |
| ٢٥ | ..... المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها                  |
| ٢٥ | ..... المطلب الثاني: مجتمع الدراسة                       |
| ٢٦ | ..... المطلب الثالث: عينة الدراسة                        |
| ٢٦ | ..... المطلب الرابع: أداة الدراسة                        |
| ٢٧ | ..... المطلب الخامس: بناء الاستبانة ومحاورها             |
| ٢٩ | ..... المطلب السادس: صدق الأداة                          |
| ٢٩ | ..... المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية  |
| ٢٩ | ..... المطلب الأول: نتائج المحور الأول                   |
| ٣١ | ..... المطلب الثاني: نتائج المحور الثاني                 |
| ٣٣ | ..... المطلب الثالث: نتائج المحور الثالث                 |
| ٣٥ | ..... المطلب الرابع: نتائج المحور الرابع                 |
| ٣٨ | ..... الخاتمة                                            |
| ٣٩ | ..... نتائج الدراسة                                      |
| ٤١ | ..... التوصيات                                           |
| ٤٤ | ..... المراجع                                            |
| ٤٦ | ..... الملحق رقم (١): استبانة الدراسة                    |

## ١. المقدمة

يشهد العالم المعاصر تحولًا جذريًا في بنية الاتصال وتداول المعلومات، وذلك بفعل التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصال الرقمي، والانتشار الواسع لمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت تمثل فضاءً رئيسًا لتبادل الأخبار والآراء والمواقف. فلم تعد هذه المنصات مجرد أدوات للتواصل الاجتماعي بالمعنى التقليدي، بل غدت بيئة إعلامية متكاملة تؤثر بصورة مباشرة في تشكيل وعي الأفراد، وبناء اتجاهاتهم، وتوجيه الرأي العام تجاه القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية. وقد أتاح هذا التحول إمكانيات غير مسبوقة في سرعة الوصول إلى المعلومات، وتجاوز الحدود الجغرافية، وتنوع مصادر المحتوى، غير أنه في الوقت ذاته أوجد تحديات خطيرة تمس مصداقية المعلومات المتداولة، وفي مقدمة هذه التحديات ظاهرة الأخبار الزائفة.

وتعد الأخبار الزائفة من أخطر الظواهر التي صاحبت البيئة الرقمية الحديثة، نظرًا لما تتسم به من قدرة عالية على الانتشار السريع، والتأثير العميق في المتلقين، وإحداث الاضطراب في المجال العام. فهي لا تقتصر على مجرد تقديم معلومات غير صحيحة، بل تتجاوز ذلك إلى إعادة تشكيل الإدراك الجمعي، وإرباك عمليات الفهم والتفسير، والتأثير في المواقف والقرارات الفردية والجماعية. وتزداد خطورة هذه الظاهرة عندما تُقدّم الأخبار الزائفة في قالب مهني يحاكي الشكل الإخباري الحقيقي، بما يجعل اكتشافها أكثر صعوبة، ويمنحها قابلية أكبر للتصديق وإعادة النشر.

وقد ساهمت الطبيعة الخوارزمية لمواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز انتشار هذا النوع من المحتوى، إذ تقوم هذه المنصات على آليات رقمية تعطي الأولوية للمحتوى الأكثر إثارة وتفاعلاً، بغض النظر عن مدى دقته أو صحته. ومن ثم، أصبحت الأخبار الزائفة تستفيد من منطق الانتشار الرقمي الذي يكافئ الجذب والانفعال أكثر مما يكافئ التحقق والموضوعية. كما أن سهولة النشر، وسرعة المشاركة، ووجود الحسابات الوهمية والروبوتات الرقمية، كلها عوامل جعلت من البيئة الرقمية مجالاً خصباً لإعادة إنتاج الزيف الإعلامي وتضخيم أثره.

ولم تقف خطورة الأخبار الزائفة عند حدود التضليل المعرفي فحسب، بل امتدت لتؤثر في استقرار المجتمعات، وثقة الجمهور بالمؤسسات، وسلامة المجال العام، بل وأصبحت في بعض السياقات أداة للتأثير السياسي والاجتماعي والاقتصادي. فالأخبار الزائفة قد تُستخدم لإثارة البلبلة، أو تشويه الحقائق، أو ضرب الثقة بالمصادر الرسمية، أو توجيه السلوك الجماهيري على نحو يخدم مصالح سياسية أو اقتصادية

أو أيديولوجية معينة. ومع التطور المذهل في تقنيات الذكاء الاصطناعي، وظهور أدوات متقدمة مثل التزييف العميق، والتلاعب البصري، والتوليد الآلي للنصوص، باتت الظاهرة أكثر تعقيداً، وأشد خطراً، وأصعب كشفًا من ذي قبل.

وفي ظل هذا الواقع، لم يعد من الكافي الاعتماد على الوعي الفردي وحده أو على وسائل التدقيق التقليدية لمواجهة الأخبار الزائفة، بل برزت الحاجة إلى تبني استراتيجيات مواجهة رقمية متكاملة، تستجيب لطبيعة البيئة الرقمية وآليات عملها. وتقوم هذه الاستراتيجيات على مزيج من الأدوات التقنية والتنظيمية والمعرفية؛ فهي تشمل توظيف الذكاء الاصطناعي وخوارزميات الفلتر لرصد المحتوى المضلل، وتفعيل سياسات المنصات الرقمية في الحظر والوسم والإبلاغ، فضلاً عن توفير أدوات التحقق الرقمي للمستخدمين، وتعزيز مهارات التربية الإعلامية والوعي النقدي لديهم.

ومن هنا، فإن دراسة استراتيجيات مواجهة الرقمية لا تمثل فقط موضوعاً معاصراً ذا أهمية علمية، بل تمثل أيضاً ضرورة عملية فرضتها تحديات العصر الرقمي. فالمواجهة الفعالة للأخبار الزائفة لا يمكن أن تتحقق من خلال مسار واحد أو جهة واحدة، وإنما تتطلب رؤية تكاملية تجمع بين الجهد التقني، والتنظيم المؤسسي، والتمكين المعرفي للمستخدم، بما يضمن بناء بيئة رقمية أكثر أماناً وموثوقية، ويحد من تأثيرات التضليل الإعلامي في الأفراد والمجتمع.

وانطلاقاً من ذلك، تأتي هذه الدراسة لتتناول دور استراتيجيات مواجهة الرقمية في الحد من الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال الجمع بين التأصيل النظري والتحليل الميداني. فهي تسعى أولاً إلى بيان ماهية الأخبار الزائفة، وخصائصها، ودوافع إنتاجها، وآليات انتشارها في البيئة الرقمية، ثم تنتقل إلى تحليل أبرز استراتيجيات مواجهة المستخدمة، سواء على المستوى التقني أو التنظيمي أو التوعوي. كما تهدف الدراسة ميدانياً إلى قياس مستوى وعي المستخدمين بالأخبار الزائفة، ومدى استخدامهم لأدوات التحقق الرقمي، وتقييمهم لفاعلية هذه الاستراتيجيات في الحد من انتشار المحتوى المضلل.

وتتبع أهمية هذه الدراسة من حادثة موضوعها، وارتباطه المباشر بقضية تمس الأمن المعلوماتي والثقافي والاجتماعي للمجتمعات المعاصرة، فضلاً عن سعيها إلى الإسهام في إثراء المكتبة العربية بدراسة تتناول الظاهرة من منظور تكاملي يجمع بين البعد التقني والبعد التنظيمي والبعد التمكيني. كما يُتَظَر أن تسهم نتائجها في تقديم تصور أكثر وضوحاً حول حدود فعالية الاستراتيجيات الراهنة، واقتراح مداخل عملية

لتعزيز كفاءة المواجهة الرقمية، بما يدعم الجهود الرامية إلى حماية الفضاء المعلوماتي من التضليل، وترسيخ قيم المصادقية والمسؤولية في البيئة الاتصالية الحديثة.

### أسباب اختيار الموضوع:

الانتشار غير المسبوق للشائعات والأخبار الكاذبة عبر منصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها المباشر على وعي وسلوك الجمهور.

التطور المستمر لتقنيات صناعة الزيف (مثل خوارزميات التزييف العميق)، مما يتطلب مقابلة ذلك باستراتيجيات مواجهة رقمية متطورة.

أهمية تقييم فاعلية الأدوات الرقمية الحالية في الحد من هذه الظاهرة من منظور أكاديمي وعملي.

## ٢. مشكلة الدراسة وتساؤلاتها

### مشكلة الدراسة:

تتبلور المشكلة البحثية في التهديد المتصاعد والخطر الذي تفرضه التدفقات الهائلة للأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تستغل خوارزميات الانتشار السريع لتضليل الرأي العام وإحداث أزمات مجتمعية ومؤسسية. ورغم التطور الواضح في ابتكار 'استراتيجيات المواجهة الرقمية' (سواء تقنياً من خلال الذكاء الاصطناعي، أو تنظيمياً عبر سياسات المنصات)، إلا أن فاعلية هذه الاستراتيجيات وقدرتها الحقيقية على كبح جماح التضليل لا تزال بحاجة إلى قياس دقيق وتقييم علمي في البيئة العربية. وعليه، لتحديد المشكلة الأساسية في رصد وتقييم الدور الفعلي لهذه الاستراتيجيات في الحد من انتشار الأخبار الزائفة، ومدى انعكاسها على حماية المستخدمين من خطر التضليل الرقمي.

### أهمية الدراسة:

- **الأهمية العلمية (النظرية):** تكمن في تصديها لموضوع بالغ الحداثة والخطورة يمس "الأمن السيبراني والمعلوماتي". وتسهم الدراسة في إثراء المكتبة الأكاديمية العربية بتأصيل مفهوم "استراتيجيات المواجهة الرقمية"، وتقديم إطار نظري متكامل يقيس التفاعل بين أدوات التحقق التقنية وتقنيات التضليل الحديثة.

- **الأهمية العملية (التطبيقية):** تقدم الدراسة نتائج ميدانية دقيقة تفيد صناع القرار، والجهات الأمنية، والمؤسسات الإعلامية في تقييم مدى كفاءة أدوات الفلترة الحالية. كما تقدم توصيات قابلة للتطبيق لتطوير سياسات المنصات الرقمية ورفع مستوى "المناعة المعرفية" لدى الجمهور.

#### 4. أهداف الدراسة:

1. التعرف على ماهية وآليات عمل استراتيجيات المواجهة الرقمية المستخدمة حالياً في منصات التواصل الاجتماعي.
2. قياس وتقييم فاعلية الأدوات التقنية والسياسات المتبعة (مثل الإبلاغ، الفلترة، وخوارزميات كشف الزيف) في الحد من انتشار المحتوى المضلل.
3. الكشف عن التحديات التقنية والتنظيمية التي تعيق التطبيق الأمثل لاستراتيجيات المواجهة الرقمية.
4. تقديم تصور مقترح لتطوير آليات التحقق الرقمي بما يعزز من موثوقية المحتوى في البيئة الرقمية.

#### تساؤلات الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي: ما هو الدور الذي تلعبه استراتيجيات المواجهة الرقمية في الحد من انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي؟

#### وينبثق من هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

ما هي أبرز الأساليب والأدوات التقنية المستخدمة لاكتشاف وتفنيد الأخبار الزائفة؟  
ما مدى فاعلية سياسات وإجراءات الفلترة التي تتبعها منصات التواصل الاجتماعي في مكافحة المحتوى المضلل؟

ما هي التحديات التقنية والتنظيمية التي تواجه تطبيق استراتيجيات المواجهة الرقمية بكفاءة؟

#### 4. فروض الدراسة

في ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها، تم صياغة الفروض التالية لاختبارها:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين معدل استخدام الأفراد لأدوات التحقق الرقمي وقدرتهم على اكتشاف وتمييز الأخبار الزائفة.

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى الوعي بالأخبار الزائفة والقدرة على كشفها تُعزى لمدى استخدام الأفراد لأدوات التحقق الرقمي.

#### ٥. الدراسات السابقة والتعليق عليها

##### أولاً: عرض بعض الدراسات السابقة:

دراسة فوسوغي وآخرين (Vosoughi et al., 2018): دراسة منشورة في مجلة (Science) المرموقة بعنوان "انتشار الأخبار الحقيقية والكاذبة عبر الإنترنت" (The spread of true and false news online). هدفت الدراسة إلى تتبع وتحليل مسار انتشار الأخبار عبر منصة تويتر (إكس حالياً) على مدار عقد من الزمان. وتوصلت الدراسة إلى نتيجة جوهرية مفادها أن الأخبار الكاذبة تنتشر أسرع بـ ٦ مرات من الأخبار الحقيقية، وتصل إلى شريحة أعمق وأوسع بكثير من الجمهور، مستفيدة من التفاعل العاطفي وعنصر "المفاجأة"، مما يثبت حتمية التدخل التقني والاستراتيجي السريع وعدم الاكتفاء بالتدقيق البشري التقليدي.

دراسة لاف: (Love, 2022) دراسة منشورة في مجلة (Journal of Technology Law & Policy) بعنوان "الأخبار الزائفة وقصد النشر: كيف يمكن للجنة التجارة الفيدرالية (FTC) وقف انتشارها". سعت الدراسة إلى تحليل القصور في الأطر القانونية الحالية في مواجهة الأخبار الزائفة، خاصة تلك التي تُنشر بقصد جني الأرباح الإعلانية. وتوصلت الدراسة إلى ضرورة تبني استراتيجية مواجهة تنظيمية وقانونية صارمة، تتمثل في تدخل لجان التجارة الفيدرالية لفرض غرامات مدنية على صناع الزيف، مقترحة تكثيف هذه الممارسات قانونياً بشكل مشابه لجرائم "الحيازة بقصد التوزيع" المعمول بها في القوانين الجنائية، لتشكيل رادعاً قوياً يحد من انتشارها.

دراسة الصويلح (٢٠٢٣): بعنوان "دور أنظمة الذكاء الاصطناعي في مكافحة الشائعات الإلكترونية"، والتي سعت للتعرف على استخدامات الذكاء الاصطناعي في رصد وتفنيد الشائعات، وتوصلت إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تمتلك قدرة عالية على التنبؤ بمصادر الشائعات وتحليل الأنماط اللغوية المضللة.

دراسة بهنسي (٢٠١٩): بعنوان "آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة"، والتي هدفت لتقييم دور الجمهور في التحقق المباشر من الأخبار، وأكدت على أهمية "التربية الرقمية" كخط دفاع أول لمواجهة التضليل.

ثانياً: التعليق على الدراسات السابقة (أوجه الاتفاق والاختلاف وما يميز الدراسة الحالية):

١. أوجه الاتفاق: أجمعت الدراسات السابقة بمختلف توجهاتها على التحذير من الخطورة البالغة لظاهرة "الأخبار الزائفة"، متفقةً على أنها لم تعد مجرد ممارسات فردية معزولة، بل تحولت إلى صناعة منظمة تهدد الأمن المجتمعي وتضلل الرأي العام. كما اتفقت الدراسات ضمناً على أن الاعتماد على الآليات التقليدية في التدقيق لم يعد مجدياً في عصر المنصات الرقمية؛ مما يستدعي تدخلات غير تقليدية سواء كانت تقنية، أو تنظيمية، أو توعوية، للحد من الآثار المدمرة لهذه الظاهرة.

٢. أوجه التباين والقصور: على الرغم من ثراء التراث العلمي السابق، إلا أن الملاحظة النقدية الأبرز تتمثل في "التناول الجزئي" أو "المجزأ" للمشكلة؛ حيث اكتفت كل دراسة بتسليط الضوء على زاوية واحدة للحل دون النظر للصورة الكلية:

- فمن الناحية التشخيصية، برهنت دراسة (Vosoughi et al., 2018) بشكل قاطع على الحجم الكارثي للمشكلة وسرعة الانتشار الخوارزمي للأخبار الزائفة متفوقة على الحقيقة بمرات مضاعفة، لكنها توقفت عند حدود الرصد والتشخيص الخوارزمي.
- ومن ناحية الحلول التقنية، ركزت دراسة (الصويلح، ٢٠٢٣) على كفاءة أنظمة الذكاء الاصطناعي في الفلترة والتنبؤ، متجاهلة دور المستخدم والسياسات التنظيمية.
- في المقابل، انحازت دراسة (بهنسي، ٢٠١٩) للمتغير البشري مؤكدة على دور التربية الرقمية والوعي المباشر للجمهور كخط دفاع أول.
- بينما اتجهت دراسة (Love, 2022) نحو المسار التشريعي والتنظيمي البحث، مقترحة تفعيل العقوبات المدنية وتدخل لجان التجارة الفيدرالية لردع صناع الزيف المترشحين. ويكمن القصور هنا في أن مواجهة ظاهرة معقدة وتفاعلية كالأخبار الزائفة لا يمكن أن تتم بنجاح إذا تم عزل الحل التقني عن الوعي البشري أو عن الإطار التنظيمي للمنصة.

3. **ما يميز الدراسة الحالية:** تنطلق الدراسة الحالية من الفجوة البحثية المتمثلة في غياب "المنظور التكاملي"، لتجاوز فكرة الحلول الأحادية وتبني المفهوم الشامل لـ "استراتيجيات المواجهة الرقمية". وتتميز هذه الدراسة بأنها لا تنظر إلى الذكاء الاصطناعي، أو سياسات المنصات، أو وعي الجمهور كجزر منعزلة؛ بل كمنظومة دفاعية متداخلة. فهي تسعى لقياس الدور الفعلي والمشارك للمسار التقني (خوارزميات الفلترة)، والمسار التنظيمي (سياسات الحظر وتقييد الوصول التي تفرضها المنصات)، والمسار التمكيني (استخدام الأفراد لأدوات التحقق الرقمي)، لتقديم تصور استراتيجي وواقعي يواكب تطور تقنيات التزييف، ويؤسس لبيئة رقمية أكثر موثوقية ومناعة.

## ٦. الإجراءات المنهجية للدراسة

**منهج الدراسة:** لتحقيق أهداف الدراسة، سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يُعنى بوصف ظاهرة الأخبار الزائفة واستراتيجيات مواجهتها كما توجد في الواقع، وتحليلها وتفسيرها واستخلاص الاستنتاجات منها. وسيتم استخدام المسح الميداني لجمع البيانات الأولية.

**عينة الدراسة:** تتحدد عينة الدراسة في عينة (عشوائية منتظمة) قوامها (١٠٠ فرد) من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي (تحديداً منصتي إكس وفيسبوك باعتبارهما الأكثر تداولاً للأخبار)، وذلك ضمن النطاق الجغرافي لـ (المملكة العربية السعودية)، مستهدفة الفئة العمرية من (١٨ إلى ٤٥ عاماً) نظراً لكونهم الشريحة الأكثر استخداماً وتفاعلاً مع الأدوات التقنية والرقمية. سيتم جمع البيانات عبر استبانة إلكترونية مقننة.

## الفصل الأول

### الإطار المفاهيمي للأخبار الزائفة في بيئة التواصل الاجتماعي

#### تمهيد

أحدثت الثورة الرقمية تحولاً جذرياً في بنية الاتصال الإنساني وفي طرق إنتاج الأخبار وتداولها واستهلاكها، حتى باتت مواقع التواصل الاجتماعي من أبرز المصادر التي يعتمد عليها الجمهور في متابعة الأحداث واستقاء المعلومات. وقد منح هذا التحول الأفراد والمؤسسات إمكانيات واسعة للنشر السريع والتفاعل الفوري، إلا أنه أفرز في المقابل تحديات عميقة تمس مصداقية المحتوى المتداول، وفي مقدمتها ظاهرة الأخبار الزائفة التي أصبحت من أخطر المظاهر المرتبطة بالفضاء الرقمي المعاصر. وتكمن خطورة هذه الظاهرة في أنها لا تقف عند حدود نقل معلومة غير صحيحة، وإنما تمتد إلى إعادة تشكيل الإدراك العام، والتأثير في المواقف والاتجاهات، وخلق بيئة اتصالية مضطربة يتراجع فيها الحد الفاصل بين الحقيقة والزيف.

وقد زادت خطورة الأخبار الزائفة مع التطور التقني المتسارع، وظهور أدوات أكثر تعقيداً في إنتاج المحتوى المضلل، مثل الحسابات الآلية، والتلاعب البصري، والتزييف العميق، والقدرة على محاكاة الأساليب الإخبارية المهنية بصورة تجعل كشف الزيف أكثر صعوبة بالنسبة للمستخدم العادي. كما أن الطبيعة الخوارزمية لمنصات التواصل الاجتماعي، القائمة على تعظيم التفاعل والانتشار، أسهمت في تحويل بعض أنماط التضليل إلى محتوى واسع الانتشار وعالي التأثير.

ومن ثم، فإن تناول الأخبار الزائفة لم يعد مقصوراً على الجانب الإعلامي الضيق، بل أصبح قضية تتقاطع فيها الأبعاد الاتصالية والتقنية والاجتماعية والتنظيمية. لذلك يهدف هذا الفصل إلى بناء إطار مفاهيمي متكامل يوضح ماهية الأخبار الزائفة، وأنواعها، والفروق بينها وبين غيرها من أشكال اضطراب المعلومات، مع تحليل دوافع إنتاجها وآليات انتشارها، ثم بيان ما تفرزه من آثار مجتمعية وتنظيمية في بيئة التواصل الاجتماعي، تمهيداً للانتقال في الفصول التالية إلى استراتيجيات المواجهة الرقمية وقياس فاعليتها.

## المبحث الأول: ماهية الأخبار الزائفة في بيئة التواصل الاجتماعي

### المطلب الأول: مفهوم الأخبار الزائفة

تُعد الأخبار الزائفة من المفاهيم التي شهدت اتساعاً في التداول الأكاديمي والإعلامي خلال السنوات الأخيرة، خصوصاً مع تصاعد تأثير المحتوى المضلل عبر المنصات الرقمية. ويُقصد بها – في معناها العام – المحتوى الذي يُعرض في قالب خبري يوحي بالصدق والموضوعية، بينما يكون في حقيقته متضمناً لمعلومات مختلقة أو محرفة أو مجتزأة من سياقها، بقصد التأثير في المتلقي أو تضليله أو توجيه إدراكه لوقائع معينة

ولا تنحصر الأخبار الزائفة في الأخبار المفبركة كلياً، بل تشمل أيضاً المضامين التي تعتمد محاكاة الخطاب الإخباري الموثوق، سواء من حيث الشكل أو اللغة أو أسلوب العرض، بما يمنحها مظهرًا من مظاهر الشرعية الإعلامية. ومن هنا، فإن جوهر المشكلة لا يكمن فقط في كذب المعلومة، وإنما في آلية تقديمها بوصفها خبراً، وفي توظيفها ضمن بيئة رقمية تتيح لها الانتشار السريع وإعادة التداول على نطاق واسع.

وقد ذهبت بعض الكتابات العلمية إلى تعريف الأخبار الزائفة بأنها معلومات ملفقة تحاكي محتوى الأخبار في الشكل التنظيمي أو في الأسلوب، لكنها تفتقر إلى المعايير المهنية والموضوعية التي تضبط العمل الصحفي. كما عُرفت أيضاً بأنها معلومات مضللة تُقدّم أو يُحتَمَل أن تُدرَك على أنها أخبار، رغم أنها صُنعت أو نُشرت بقصد الخداع أو التشويش أو تحقيق غايات أيديولوجية أو اقتصادية.

وفي بيئة التواصل الاجتماعي تحديداً، تكتسب الأخبار الزائفة خطورة مضاعفة؛ لأن المنصة لا تعمل فقط كوسيط للنشر، بل كبيئة تعيد ترتيب الأولويات الإدراكية من خلال الخوارزميات، وتمنح المواد المثيرة والصادمة قابلية أعلى للانتشار. وبذلك تغدو الأخبار الزائفة جزءاً من بنية الاتصال الرقمي ذاتها، لا مجرد محتوى عارض داخلها.

### المطلب الثاني: أنواع الأخبار الزائفة

تتعدد صور الأخبار الزائفة تبعاً لدرجة الزيف وطريقة البناء والغاية المقصودة. فمنها الأخبار المختلقة بالكامل، وهي التي لا تستند إلى أي أصل واقعي، وإنما تُنشأ من البداية بوصفها رواية كاذبة يراد تمريرها على الجمهور. ومنها الأخبار المحرفة، وهي التي تبني على وقائع جزئية صحيحة، لكن تُغيّر بعض عناصرها أو يعاد ترتيبها أو تضخيمها بما يفضي إلى معنى مضلل.

ومنها كذلك الأخبار المنزوعة من سياقها، حيث يُعاد استخدام صورة قديمة أو تصريح سابق أو مقطع فيديو في سياق جديد يحمله دلالة مختلفة عن معناه الأصلي. كما توجد أنماط أخرى من المحتوى الزائف القائم على السخرية أو المحاكاة أو الدعاية أو التلاعب، وهي صور أظهرت بعض الدراسات التصنيفية أنها تشترك جميعًا في كونها تستعير شكل الخبر الحقيقي وتتنافس معه على الإدراك العام.

وتزداد خطورة النوع البصري من الأخبار الزائفة، خاصة مع انتشار الصور المفبركة والفيديوهات المعدلة وتقنيات التزييف العميق، لأنها توظف عنصر الإقناع البصري المباشر، وهو ما يجعل أثرها النفسي والإدراكي أكبر من أثر النصوص المكتوبة وحدها. ولهذا لم يعد الزيف الإعلامي معتمدًا على اختلاق الخبر فحسب، بل أصبح يعتمد على صناعة تجربة إدراكية كاملة توهم المستخدم بأنه أمام واقع موثق.

### المطلب الثالث: الفرق بين الأخبار الزائفة والمعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة

من الأهمية بمكان التمييز بين الأخبار الزائفة وبين مفاهيم أخرى متداخلة معها، وعلى رأسها المعلومات الخاطئة والمعلومات المضللة. فالمعلومات الخاطئة تشير إلى معلومات غير صحيحة تُداول دون قصد متعمد إلى الإضرار أو التضليل؛ كأن يشارك شخص خبرًا غير دقيق اعتمادًا على فهم ناقص أو مصدر غير موثوق. أما المعلومات المضللة فتتعلق بمحتوى كاذب أو مشوه يُنتج أو يُنشر عمدًا بقصد الإضرار أو الخداع أو التأثير.

ويضاف إلى ذلك ما يسمى بالمعلومات الضارة، وهي معلومات قد تكون صحيحة في أصلها، لكن يُعاد استخدامها خارج سياقها أو بصورة انتقائية بهدف الإيذاء أو التشهير أو تأليب الرأي العام. وقد قدّم إطار “اضطراب المعلومات” تمييزًا مهمًا بين هذه الأنواع الثلاثة، مبيّنًا أن مشكلة المجال الرقمي لا يمكن اختزالها في مصطلح “الأخبار الزائفة” وحده، لأن الأمر يتصل ببنية أوسع من المحتوى الخاطئ والمضلل والضرار.

وعليه، يمكن القول إن الأخبار الزائفة تمثل إحدى صور اضطراب المعلومات، لكنها ليست الصورة الوحيدة. وما يميزها غالبًا هو اتخاذها هيئة الخبر الإعلامي ومحاولة اكتساب شرعية شكلية من خلال محاكاة المؤسسات الصحفية أو الأساليب الإخبارية. وهذا التمييز مهم منهجيًا؛ لأنه يساعد في تحديد طبيعة المشكلة بدقة، ومن ثم اختيار أدوات المواجهة الملائمة لكل نوع من أنواع المحتوى غير الموثوق.

### المبحث الثاني: الدوافع والآليات الحاكمة لإنتاج الأخبار الزائفة وانتشارها

## المطلب الأول: الدوافع السياسية والاقتصادية والاجتماعية وراء إنتاج الأخبار الزائفة

تقف وراء الأخبار الزائفة جملة من الدوافع المتشابكة، بعضها سياسي وبعضها اقتصادي وبعضها اجتماعي أو نفسي. فعلى المستوى السياسي، تُستخدم الأخبار الزائفة للتأثير في الرأي العام، وتوجيه الإدراك الجمعي، وتشويه الخصوم، وإعادة ترتيب الأولويات العامة في أوقات الانتخابات أو الأزمات أو الصراعات. وهي بهذا المعنى تمثل أداة من أدوات الصراع الرمزي ومحاولة السيطرة على السرديات المتداولة داخل المجال العام.

أما على المستوى الاقتصادي، فإن بيئة المنصات الرقمية خلقت ما يعرف باقتصاد الانتباه، حيث تُكافأ المواد القادرة على جذب التفاعل المرتفع بالنقرات والمشاهدات والمشاركة. وفي هذا السياق، تتحول الأخبار الزائفة إلى سلعة رقمية مربحة عندما تُصاغ بعناوين صادمة أو محتوى مثير للغضب أو الدهشة، بما يضمن لها معدل تداول أكبر، ومن ثم عائداً مالياً أو حضوراً رقمياً أوسع.

وعلى المستوى الاجتماعي، قد تُنتج الأخبار الزائفة بدافع تحقيق الشهرة أو إثارة الجدل أو تأكيد الانتماء إلى جماعة فكرية معينة. كما يمكن أن تنتشر نتيجة للتحيزات المعرفية لدى الأفراد، أو الرغبة في تصديق ما يوافق المواقف المسبقة، أو الميل إلى إعادة نشر المحتوى المثير قبل التحقق منه. وهكذا تتداخل البواعث الفردية مع الحوافز البيئية للمنصة، فتتشكل بيئة خصبة لإعادة إنتاج الزيف الإعلامي وتضخمه.

## المطلب الثاني: آليات انتشار الأخبار الزائفة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

لا تنتشر الأخبار الزائفة بسبب مضمونها فقط، وإنما بفعل آليات رقمية واتصالية تجعل البيئة المنصاتيّة ذاتها عاملاً مساعداً على الانتشار. فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على بنية تسمح بالنشر الفوري، وإعادة النشر بضغط واحدة، والتوصية بالمحتوى وفق حسابات الخوارزميات، وهو ما يخلق دورة تداول سريعة قد تسبق عمليات التدقيق أو التصحيح.

وقد أظهرت بعض الدراسات أن الأخبار الكاذبة تنتشر بوتيرة أسرع من الأخبار الحقيقية، وتصل إلى جمهور أوسع وأعمق، مستفيدة من عنصر الجدة والإثارة والانفعال. ويكشف ذلك أن المشكلة لا تتعلق فقط بوجود محتوى زائف، بل أيضاً بوجود بنية رقمية تمنح هذا المحتوى قابلية عالية للتوسع الأفقي والرأسي داخل الشبكات الاجتماعية.

كما تلعب الحسابات الوهمية والروبوتات البرمجية دورًا مهمًا في تضخيم الأخبار الزائفة، سواء عبر إعادة النشر المنهجي أو صناعة انطباع زائف بوجود إجماع أو اهتمام واسع بالمحتوى. ويؤدي هذا التضخيم إلى التأثير في المستخدمين الحقيقيين، الذين قد يتعاملون مع حجم التفاعل بوصفه مؤشرًا على المصداقية أو الأهمية. وبالإضافة إلى ذلك، فإن الاعتماد المتزايد على العناوين المختصرة والمحتوى السريع يسهم في خفض مستوى التحقق الفردي قبل المشاركة.

### المطلب الثالث: دور خوارزميات المنصات وتسويق المحتوى في تسريع الزيف

إن إحدى أخطر السمات المميزة للفضاء الرقمي المعاصر هي أن المنصات لم تعد مجرد وسيط محايد لتبادل المعلومات، بل أصبحت فاعلاً ضمنياً في ترتيب ما يراه المستخدم وما يتفاعل معه. فالخوارزميات تقوم عادة بترجيح المحتوى القادر على تعظيم التفاعل، بغض النظر عن درجة صحته، ما دام يحقق أهداف البقاء على المنصة وزيادة المشاهدة والمشاركة.

ومن هنا، فإن الأخبار الزائفة تستفيد من الطبيعة الانفعالية للفضاء الرقمي؛ إذ غالبًا ما تُبنى على الإثارة والتهويل والمفاجأة، وهي عناصر ترفع من فرص التفاعل السريع. كما أن بعض المنصات تعتمد على أنماط تصميم تشجع على الاستهلاك المتتابع للمحتوى، مثل المقاطع القصيرة، والاقتراحات الآلية، والوسوم الرائجة، والتنبيهات المستمرة، مما يجعل المستخدم في حالة استقبال متصل لا تتيح له دائمًا فرصة التقييم النقدي للمحتوى.

وإلى جانب ذلك، يُسهم تسويق المحتوى الرقمي في تعزيز حضور الأخبار الزائفة، سواء عبر الحسابات ذات الوصول الكبير، أو من خلال شبكات الترويج غير الأصلية، أو عبر استراتيجيات تحسين الظهور والانتشار. ويعني ذلك أن الزيف الإعلامي في البيئة الرقمية ليس مجرد خلل عابر، بل هو نتاج تفاعل بين المنتج والمستخدم والمنصة والبنية التقنية والاقتصادية المحيطة بها.

### المبحث الثالث: الانعكاسات المجتمعية والتنظيمية للأخبار الزائفة في الفضاء الرقمي

#### المطلب الأول: الانعكاسات المجتمعية للأخبار الزائفة

تؤثر الأخبار الزائفة في المجتمع على مستويات متعددة. فعلى المستوى المعرفي، تخلق حالة من التشوش المعلوماتي تجعل التمييز بين الصحيح والزائف أكثر صعوبة. وعلى المستوى النفسي، قد تغذي الخوف أو

القلق أو الغضب أو الشعور بالتهديد، خاصة إذا ارتبطت بقضايا الصحة العامة أو الأمن أو الهوية أو الصراعات الاجتماعية.

أما على مستوى الرأي العام، فإن الأخبار الزائفة تسهم في تشكيل تصورات جماعية خاطئة حول القضايا العامة، وقد تدفع فئات من الجمهور إلى تبني مواقف مبنية على معلومات غير دقيقة أو منحازة. كما يمكن أن تؤدي إلى تعزيز الاستقطاب، وتقويض الحوار العقلاني، وإضعاف الثقة بالمصادر الرسمية أو المهنية للمعلومات. وهذا ما يجعلها خطرًا يتجاوز الفرد إلى البنية الاتصالية للمجتمع بأسره.

وفي بعض السياقات، قد تتحول الأخبار الزائفة إلى عامل مباشر في إحداث اضطرابات مجتمعية أو سياسية أو اقتصادية، لا سيما حين تستهدف شائعاتها مؤسسات الدولة أو الأسواق أو الجماعات الاجتماعية أو الشخصيات العامة. ومن ثم، فإن خطرها لا يقاس فقط بدرجة كذبها، بل كذلك بقدرتها على إحداث أثر واسع وممتد داخل المجال العام.

### المطلب الثاني: الانعكاسات التنظيمية والمؤسسية

فرضت الأخبار الزائفة ضغوطًا كبيرة على المنصات الرقمية والمؤسسات الإعلامية والجهات التنظيمية. فالمنصات باتت مطالبة بوضع سياسات أكثر صرامة لرصد المحتوى المشكوك فيه، ووسمه، وتقييد الوصول إليه، والتعامل مع الحسابات الوهمية وحملات التلاعب المنسق. وقد ظهر هذا الاتجاه في عدد من المبادرات التي اتخذتها بعض المنصات الكبرى للتخفيف من انتشار الأخبار الزائفة، عبر تحديث الخوارزميات أو حذف الحسابات أو التعاون مع جهات التحقق.

كما دفعت هذه الظاهرة المؤسسات الإعلامية إلى إعادة التفكير في أدوات التحقق، ومعايير النشر، وسرعة الاستجابة للتصحيح، حفاظًا على الثقة العامة. وفي المقابل، أصبحت الجهات التنظيمية أمام تحدي بناء أطر قانونية ومؤسسية قادرة على التعامل مع الزيف الرقمي دون الإضرار غير المبرر بحرية التعبير. وهذا التوازن يمثل من أعقد الإشكالات التي أثارها البيئة الرقمية الحديثة.

ومن ناحية أخرى، أفرزت الظاهرة حاجة متزايدة إلى الشراكات متعددة الأطراف بين المنصات وشركات التكنولوجيا ووسائل الإعلام والهيئات الرقابية والمبادرات المستقلة لتقصي الحقائق، بما يدعم بناء بيئة معلوماتية أكثر مناعة ومصداقية.

### المطلب الثالث: التكييف التنظيمي والقانوني لجريمة نشر الأخبار الكاذبة في الفضاء الرقمي

يثير نشر الأخبار الكاذبة في الفضاء الرقمي إشكاليات قانونية وتنظيمية معقدة، لأن التكييف القانوني لهذا الفعل يتطلب النظر في عناصر متعددة، مثل طبيعة المحتوى، ومدى كذبه، والقصد من نشره، وحجم الضرر الذي ترتب عليه، وما إذا كان النشر قد تم في إطار حرية التعبير المشروعة أم بقصد الإضرار أو التضليل أو الكسب غير المشروع.

كما أن خصوصية البيئة الرقمية تطرح تساؤلات حول حدود مسؤولية المنصة الرقمية ذاتها: هل هي مجرد وسيط تقني محايد، أم أنها تؤدي دورًا فاعلاً في ترتيب المحتوى وتوصيته وتضخيم انتشاره؟ وهذا السؤال له أثر مباشر في صياغة السياسات التنظيمية وآليات المساءلة. وقد دفعت هذه الإشكالات بعض الدراسات إلى الدعوة لتطوير تدخلات قانونية وتنظيمية أكثر صرامة لمواجهة الأخبار الزائفة، خاصة حين ترتبط بتحقيق أرباح أو إحداث أضرار عامة.

غير أن المعالجة التنظيمية الرشيدة لا ينبغي أن تُبنى فقط على منطق العقاب اللاحق، بل على مقارنة متكاملة تشمل الوقاية، وتعزيز الشفافية، ودعم التحقق الرقمي، ورفع كفاءة المستخدمين في التمييز بين المصادر، وهو ما ينسجم مع موضوع هذه الدراسة التي تنظر إلى مواجهة الأخبار الزائفة من خلال استراتيجيات رقمية تقنية وتنظيمية وتمكينية في آن واحد .

يتضح من هذا الفصل أن الأخبار الزائفة ليست مجرد ظاهرة إعلامية هامشية، بل هي ظاهرة مركبة تنتمي إلى صميم التحول الرقمي الذي أعاد تشكيل المجال العام وطرق إنتاج المعرفة وتداولها. فهي تتخذ أشكالاً متعددة، وتستند إلى دوافع متباينة، وتنتشر عبر آليات رقمية تمنحها سرعة وحضوراً وتأثيراً بالغاً، كما تفرز انعكاسات خطيرة على مستوى الوعي المجتمعي والثقة العامة والتنظيم القانوني.

ومن ثم، فإن فهم هذه الظاهرة من منظور مفاهيمي وتحليلي يمثل شرطاً أساسياً للانتقال إلى المستوى التطبيقي المتعلق باستراتيجيات المواجهة. وبناءً على ذلك، فإن الفصل التالي سيتناول استراتيجيات المواجهة الرقمية والتقنية، بوصفها الإطار العملي الذي يمكن من خلاله الحد من انتشار الأخبار الزائفة وتعزيز موثوقية البيئة المعلوماتية على مواقع التواصل الاجتماعي.

## الفصل الثاني

### استراتيجيات المواجهة الرقمية والتقنية للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي

#### تمهيد

أبرزت الطفرة الرقمية المتسارعة، إلى جانب الانتشار الكثيف لمواقع التواصل الاجتماعي، بيئة اتصالية جديدة أتاحت للمعلومة إمكانات غير مسبقة في السرعة والانتشار والتأثير، غير أنها في المقابل فتحت المجال أمام تمدد الأخبار الزائفة وتنوع أدوات إنتاجها وإعادة تدويرها. وإذا كان الفصل السابق قد انصرف إلى تأصيل مفهوم الأخبار الزائفة وتحليل دوافعها وآليات انتشارها وانعكاساتها، فإن هذا الفصل ينتقل إلى مستوى أكثر عملية، يتمثل في تحليل استراتيجيات المواجهة الرقمية والتقنية التي طُورت للحد من هذه الظاهرة والحد من آثارها على المجال العام الرقمي.

وتتبع أهمية هذا الفصل من أن الدراسة لا تنظر إلى مواجهة الأخبار الزائفة بوصفها مسألة وعظية أو توعوية فحسب، بل باعتبارها منظومة دفاعية مركبة تتداخل فيها الأدوات التقنية، وإجراءات الحوكمة المنصائية، وآليات التحقق الرقمي، ومهارات التمكين المعرفي للمستخدم.

#### المبحث الأول: المواجهة التقنية الاستباقية للأخبار الزائفة

##### المطلب الأول: مفهوم المواجهة التقنية الاستباقية وأسسها

يقصد بالمواجهة التقنية الاستباقية تلك الجهود الرقمية التي تُبذل قبل استفحال انتشار الخبر الزائف، أو في مراحله الأولى، بالاعتماد على النظم الذكية والخوارزميات وأدوات المعالجة الآلية للمحتوى من أجل رصد المضامين المشبوهة، وتقدير درجة خطورتها، وتقليل وصولها إلى الجمهور، أو وسْمها وتحذير المستخدمين منها قبل أن تتحول إلى موجة تضليل واسعة.

ويقوم هذا النوع من المواجهة على فرضية أساسية مؤداها أن سرعة انتشار الأخبار الزائفة تجعل التدخل البشري اللاحق وحده غير كافٍ، خاصة حين يكون المحتوى قد بلغ بالفعل نطاقاً واسعاً من التداول. ولذلك أصبح من الضروري توظيف الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي وأدوات معالجة اللغة الطبيعية لرصد الأنماط اللغوية المضللة، وتتبع السلوك غير الأصيل، واكتشاف التلاعب في النصوص أو الصور أو الفيديوهات. وقد أشارت خطة البحث ذاتها إلى هذا المسار حين جعلت من المواجهة التقنية الاستباقية

أحد مباحث الفصل الثاني، وقرنتها بدور الذكاء الاصطناعي وخوارزميات الفلترة وتقنيات كشف التزييف العميق .

حيث أن استخدام الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي بات يمثل إحدى الطرق الأساسية في تعقب الأخبار الزائفة والكشف عن التلاعبات بمواقع التواصل الاجتماعي، إلى جانب رصد الجرائم الإلكترونية وانتشار نظريات المؤامرة، وهو ما يعكس اتساع المجال الوظيفي لهذه التقنيات داخل بنية المواجهة الرقمية الحديثة وتزداد أهمية المواجهة التقنية الاستباقية في ظل الطبيعة غير المنضبطة لمنصات التواصل الاجتماعي، وما تتيحه من بيئة خصبة لتوليد الشائعات والأخبار الزائفة وإعادة إنتاجها بسرعة هائلة؛ الأمر الذي جعل من الرصد الآلي والحذف التلقائي للمحتوى المضلل مجالاً بحثياً وتقنياً متقدماً. وفي هذا السياق، تؤدي تطبيقات الذكاء الاصطناعي دوراً جوهرياً في تعقب الشائعات الإلكترونية وتحليلها من خلال التعلم الآلي والخوارزميات والشبكات العصبية، حيث تمر عملية الكشف بعدة مراحل تبدأ بتجميع الكلمات المفتاحية والأنماط الدالة على المحتوى المضلل، ثم معالجة هذه البيانات وتصنيفها، قبل الانتقال إلى تقدير درجة الخطورة ومستوى الانتشار. كما تمتد هذه التطبيقات إلى كشف الحسابات الآلية والботات التي تسهم في تضخيم الشائعات، فضلاً عن توظيف تقنيات التعلم العميق في كشف التزييف العميق عبر رصد علامات التلاعب في الصور والفيديوهات. ومن ثم، فإن الذكاء الاصطناعي لا يمثل مجرد أداة مساعدة، بل أصبح أحد المكونات الأساسية في بنية المواجهة الرقمية المعاصرة للأخبار الزائفة والشائعات الإلكترونية.

### المطلب الثاني: دور الذكاء الاصطناعي وخوارزميات الفلترة المضادة

أصبحت خوارزميات الذكاء الاصطناعي من أهم الأدوات المستخدمة في محاربة الأخبار الزائفة، لأنها تتيح تحليل كميات ضخمة من البيانات في وقت قصير، واكتشاف مؤشرات يصعب على البشر ملاحظتها بالسرعة نفسها. وتعمل هذه الخوارزميات عادة عبر تحليل النصوص، واستخراج الأنماط اللغوية، وقياس التكرار، ورصد التناقضات، وتتبع مسار الانتشار، وملاحظة السمات غير الطبيعية للحسابات الناشئة للمحتوى.

وتكمن أهمية هذه الخوارزميات في أنها لا تكتفي بالكشف بعد النشر، وإنما قد تُستخدم أيضاً في خفض ترتيب المحتوى المشبوه، أو تقييد انتشاره، أو إحالة الحالات المريبة إلى فرق التحقق البشري. وعلى

هذا الأساس، يمكن القول إن الفترة الرقمية المضادة تمثل انتقالاً من نموذج رد الفعل المتأخر إلى نموذج التدخل الوقائي القائم على الاستباق.

### المطلب الثالث: تقنيات كشف التزييف العميق والتلاعب البصري

لم تعد الأخبار الزائفة في البيئة الرقمية تقتصر على النصوص الكاذبة أو العناوين المضللة، بل امتدت إلى الصور والفيديوهات والمقاطع الصوتية، وهو ما جعل التحدي أكثر تعقيداً. وفي هذا الإطار، برزت تقنيات كشف التزييف العميق بوصفها جزءاً حيوياً من استراتيجيات المواجهة الرقمية، خاصة مع تزايد استخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة فيديوهات أو صور تبدو مقنعة رغم كونها مزيفة.

وقد نبه دليل محاربة التضليل الإعلامي إلى تنامي ما بات يعرف بـ **الزيف العميق** اعتماداً على تقنيات الذكاء الاصطناعي وتسخير القوة التأثيرية للفيديوهات، مؤكداً أن هذه التطورات تفرض رفع مستوى يقظة الجمهور وحسه النقدي إزاء المضامين المتداولة على منصات التواصل وتطبيقات التراسل الفوري. كما ربط الدليل بين هذه المخاطر وبين ضرورة تطوير مضامين وآليات تدقيق قادرة على مواكبة هذا الشكل المتقدم من التضليل .

كما أوضح الدليل نفسه أن التحقق من الصور والفيديوهات لم يعد ممكناً بالوسائل التقليدية وحدها، بل أصبح يعتمد على أدوات خاصة مثل **InVID** التي يستخدمها الصحفيون للتحقق من الصور والفيديوهات، خصوصاً في فضاء التواصل الاجتماعي .

وعليه، فإن مواجهة التزييف العميق لا تقوم فقط على النفي أو التصحيح، بل على مزيج من الأدوات الخوارزمية، والتحليل البصري، وأدوات التحقق الجنائي الرقمي، وخبرات التدقيق الإعلامي المتخصص.

### المبحث الثاني: سياسات المنصات الرقمية في مواجهة الأخبار الزائفة

#### المطلب الأول: مفهوم الحوكمة المنصائية ودورها في تقليل التضليل

يقصد بالحوكمة المنصائية مجموعة القواعد والإجراءات والسياسات التي تعتمدها المنصات الرقمية لتنظيم تداول المحتوى وضبط السلوك الاتصالي داخلها، بما يشمل الحذف، والوسم، والإبلاغ، وتقييد الوصول، وتعليق الحسابات، وخفض التوزيع الخوارزمي للمحتوى المشبوه. وقد أصبحت هذه الحوكمة ضرورة لا غنى عنها في ظل تحول المنصات إلى ساحات رئيسية لصناعة الرأي العام وتشكيل الوعي الجمعي.

وتشير خطة الدراسة إلى أن الفصل الثاني يتضمن مبحثًا خاصًا بـ سياسات المنصات الرقمية، يركز على تحليل سياسات الاستخدام وإجراءات الحظر والإبلاغ وتقييد الوصول التي تتبعها منصات مثل إكس وفيسبوك. كما أن من أهداف الدراسة تقديم توصيات قابلة للتطبيق من أجل تطوير سياسات المنصات الرقمية ورفع مستوى المناعة المعرفية لدى الجمهور .

وهذا يعكس إدراكًا واضحًا بأن المنصة ليست مجرد وسيط محايد، بل هي فاعل أساسي في دورة إنتاج المحتوى وتوزيعه وترتيبه وإبرازه. ولذلك فإن نجاح المواجهة الرقمية يرتبط جزئيًا بمدى صرامة ووضوح وفعالية السياسات التي تعتمد عليها المنصة في التعامل مع المحتوى المضلل.

### المطلب الثاني: إجراءات الحظر والإبلاغ ووسم المحتوى المشكوك فيه

تتنوع الإجراءات التي تعتمد عليها المنصات في مواجهة الأخبار الزائفة، فمنها إزالة المحتوى المخالف، أو تعليق الحسابات الوهمية والمنسقة، أو خفض الوصول إلى المضامين المشبوهة، أو وسم الأخبار المتنازع في صحتها، أو إتاحة أدوات للمستخدمين للإبلاغ عن المحتوى المشكوك فيه. وهذه التدابير، وإن بدت إجرائية، إلا أنها تمثل في حقيقتها آليات تدخل تنظيمي داخل البنية الاتصالية للمنصة.

وقد أشار الدليل المرفوع إلى أن بعض عمالقة الإنترنت اعتمدوا، تحت ضغط الانتقادات المتزايدة، آليات متعددة مثل ضبط المضامين، والتقنين الذاتي، وتقليل انتشارها، وسحبها، والتذكير بالقواعد العامة . لكنه في الوقت ذاته خلص إلى أن هذا المجهود لا يزال غير كافٍ بالنظر إلى تطور أساليب الاحتيال التقني وتزايد مصداقية التلاعب كلما تطور الذكاء الاصطناعي .

كما تناول المرجع نفسه ما سماه المجهود غير الكافي لعمالقة الإنترنت في محاربة الأخبار الزائفة، مشيرًا إلى أن الاستجابة في كثير من الأحيان تأتي بعد وقوع الضرر، لا قبله، وهو ما يبين حدود السياسات الحالية حين تكون رد فعل لا آلية استباقية متكاملة .

ومن هنا، يمكن القول إن إجراءات الحظر والإبلاغ والوسم تمثل خطوات ضرورية، لكنها لا تكون فعالة إلا إذا كانت جزءًا من سياسة مندمجة تجمع بين الرصد المبكر، والشفافية، وسرعة التدخل، والتعاون مع جهات التحقق المستقلة.

### المطلب الثالث: حدود فعالية سياسات المنصات والتحديات التي تواجهها

على الرغم من تطور سياسات المنصات في السنوات الأخيرة، فإن فاعليتها ما زالت موضع نقاش علمي وعملي، لأسباب عديدة. أول هذه الأسباب أن الأخبار الزائفة تتطور بسرعة، وتستفيد من مرونة البيئة الرقمية، ومن إمكانات التلاعب في النص والصورة والفيديو. وثانيها أن المنصات غالبًا ما تتأخر في التدخل، أو تكتفي بإجراءات جزئية لا تمنع إعادة إنتاج المحتوى بصيغ أخرى. وثالثها أن التوازن بين محاربة التضليل وحماية حرية التعبير يظل معضلة معقدة.

وقد أكد الدليل المرجعي أن مجهود عمالقة الإنترنت غير كافٍ، وأن تقنيات التضليل والاحتيال الرقمي تتطور بوتيرة تجعل التدخلات الحالية دون المستوى المطلوب. كما شدد على أن مدونات السلوك المعلنة لم تحقق التنفيذ المنشود، وأن هذه الشركات مطالبة أكثر من أي وقت مضى ببلورة استراتيجية فعالة لمحاربة الأخبار الزائفة والتضليل الإعلامي .

وفي ضوء ذلك، فإن أي تقييم علمي لسياسات المنصات يجب ألا يقتصر على وجود السياسة في ذاتها، بل ينبغي أن ينصرف إلى مدى تطبيقها، وسرعة تفعيلها، وشفافيتها، وقدرتها على تقليل الوصول للمحتوى المضلل، وارتباطها بأدوات تحقق فعالة . وهذا يتفق تمامًا مع تساؤلات الدراسة التي تبحث في مدى فاعلية سياسات وإجراءات الفلترة التي تتبعها منصات التواصل الاجتماعي في مكافحة المحتوى المضلل .

### المبحث الثالث: أدوات التحقق الرقمي ومحو الأمية الإعلامية

#### المطلب الأول: أدوات التحقق الرقمي بوصفها خط الدفاع العملي

تمثل أدوات التحقق الرقمي أحد أهم الأركان العملية في استراتيجية مواجهة الأخبار الزائفة، لأنها تنقل عملية التعامل مع المحتوى من مجرد التلقي أو الشك العام إلى مرحلة الفحص والتحري والتثبت . وهذه الأدوات تشمل المنصات المتخصصة في تدقيق الحقائق، ومحركات البحث ذات الفهرسة العالية، والبحث العكسي عن الصور، وأدوات تتبع الفيديوهات، والمنصات التي تجمع التكذيبات والتحقيقات المعتمدة.

وقد أشار دليل محاربة التضليل الإعلامي إلى أن تدقيق الأخبار يظل الآلية الأكثر نجاعة للتأكد من صحة خبر ما فور انتشاره على شبكة الإنترنت، حتى إن لم يكن علاجًا سحريًا وحيدًا ضد الأخبار الزائفة والشائعات والمناورات ونظريات المؤامرة. كما أوضح أن الهدف من هذه الأدوات هو تمكين المواطن

من العثور على الخبر الخادع والكشف عن الصحيح من الخاطئ واعتماد التدابير الاحترازية الموصى بها عند مواجهة المحتوى الزائف .

### المطلب الثاني: المنصات والمبادرات المتخصصة في تدقيق الحقائق

تطورت خلال السنوات الأخيرة منظومة من المبادرات المتخصصة في تدقيق الحقائق، بعضها تابع لمؤسسات إعلامية، وبعضها مستقل، وبعضها قائم على الشراكة بين المجتمع المدني والمؤسسات الإعلامية. وقد ورد في الدليل المرجعي أن من بين خدمات الإنترنت المتخصصة لتدقيق الحقائق مواقع مثل **Africa Check** و **AFP Fact Check** و **Decodex**، إلى جانب خدمات تلفزيونية وإذاعية تقدم فقرات مخصصة للتحقق من الأخبار. كما أشار إلى أدوات عامة مثل البحث عن الصور العكسية، وإلى أدوات خاصة مثل **Fact Check Explorer** التابع لغوغل و **InVID** للتحقق من الصور والفيديوهات .

وتبرز أهمية هذه الأدوات في أنها تمنح المستخدم أو الصحفي أو الباحث إمكانية فحص مصدر المحتوى، وتتبع ظهوره الأول، والتحقق من السياق الزمني والمكاني للصورة أو الفيديو، ومقارنة الخبر بمصادر أخرى موثوقة . وبهذا المعنى، فإن تدقيق الحقائق لم يعد ممارسة صحفية تقليدية فحسب، بل أصبح ممارسة رقمية تستند إلى أدوات تقنية ومهارات تحليلية متخصصة.

كما يلاحظ من المرجع نفسه أن تدقيق الأخبار في بعض البيئات العربية والمغاربية ما يزال ممارسة في طور النمو، لكنه شهد تطوراً ملحوظاً مع اتساع استخدام مواقع التواصل، وظهور مبادرات محلية للتصدي للمعلومات الزائفة وتنوير المستخدمين .

### المطلب الثالث: محو الأمية الإعلامية والتمكين المعرفي للمستخدم

إذا كانت الأدوات التقنية والتدقيق المؤسسي ضرورية، فإنها لا تكفي وحدها ما لم يصاحبها تمكين معرفي للمستخدم يرفع من قدرته على القراءة النقدية للمحتوى الرقمي. ولذلك أصبحت محو الأمية الإعلامية أو التربية الإعلامية الرقمية تمثل خط دفاع أساسي في مواجهة الأخبار الزائفة، لأنها تستهدف بناء مهارات التمييز بين المصادر، وفهم أنماط التضليل، وطرح الأسئلة الصحيحة قبل إعادة النشر أو التصديق.

أن من أهداف الدراسة التعرف إلى آليات استراتيجيات المواجهة الرقمية، وأن من أبرز هذه الاستراتيجيات تمكين المستخدمين والمؤسسات بأدوات التحقق الرقمي، بما يعزز موثوقية المحتوى في البيئة الرقمية .

كما أكدت دراسة بهنسي (2019) أهمية التربية الرقمية بوصفها خط الدفاع الأول لمواجهة التضليل، وهو ما يتكامل مع النتائج التي خلص إليها الدليل المرجعي حين شدد على أن الغاية المنشودة في زمن التحول الرقمي هي التربية على الاستهلاك المستنير والنقدي للخبر المنتشر على مواقع التواصل الاجتماعي .

ويزداد هذا البعد أهمية إذا استحضرنا أن بعض الدراسات الواردة في المرجع المرفوع استخدمت مصطلح **محو الأمية الإعلامية** بوصفه أكثر ملاءمة من مجرد "التربية الإعلامية"، لما يحمله من دلالة على بناء مهارة عملية مستمرة في الفهم والتحليل والتقييم داخل المجال الرقمي .

وعليه، فإن محو الأمية الإعلامية لا ينبغي النظر إليه على أنه مسار منفصل عن التقنيات والمنصات، بل هو **الركن التمكيني** الذي يجعل المستخدم شريكاً واعياً في مواجهة التضليل، لا مجرد مستقبل سلبى له.

خلص هذا الفصل إلى أن استراتيجيات المواجهة الرقمية للأخبار الزائفة لا تقوم على أداة واحدة أو جهة واحدة، بل على **بنية تكاملية** تجمع بين المواجهة التقنية الاستباقية، وحوكمة المنصات الرقمية، وأدوات التحقق الرقمي، والتمكين المعرفي للمستخدم. فقد تبين أن الذكاء الاصطناعي وخوارزميات الفلترة وتقنيات كشف التزييف العميق تؤدي دوراً مهماً في الرصد المبكر وتقليل الانتشار، غير أن فعاليتها تبقى مرتبطة بوجود سياسات منصات واضحة وسريعة وشفافة. كما ظهر أن تدقيق الحقائق وأدوات التحقق الرقمي تمثل آلية عملية شديدة الأهمية، لكنها لا تكتمل إلا بوجود مستخدم يمتلك حدًا كافيًا من محو الأمية الإعلامية والحس النقدي.

وبذلك يرسخ هذا الفصل الفرضية الأساسية التي تنطلق منها الدراسة، وهي أن الحد من الأخبار الزائفة في البيئة الرقمية لا يتحقق عبر حل أحادي، بل عبر **تكامل المسار التقني، والمسار التنظيمي، والمسار التمكيني**. ومن هنا يصبح الانتقال إلى الفصل الثالث، المتعلق بالدراسة الميدانية، انتقالاً طبعياً لاختبار مدى حضور هذه الأبعاد في وعي الجمهور، وقياس تقديرهم لفاعلية هذه الاستراتيجيات في الحد من التضليل الرقمي.

## الفصل الثالث

### الدراسة الميدانية

#### تمهيد

بعد تناول الإطار المفاهيمي للأخبار الزائفة في الفصل الأول، وعرض استراتيجيات المواجهة الرقمية والتقنية في الفصل الثاني، يأتي هذا الفصل ليعالج الجانب التطبيقي من الدراسة، من خلال الوقوف على الإجراءات المنهجية التي أتُبعت في تنفيذ الدراسة الميدانية، ووصف مجتمع الدراسة وعينتها، وأداة جمع البيانات، وبيان إجراءات الصدق والثبات، ثم عرض نتائج الاستبانة وتحليلها، واختبار فروض الدراسة في ضوء البيانات التي تم جمعها من أفراد العينة.

وتتبع أهمية هذا الفصل من كونه يمثل الحلقة التي تصل بين البناء النظري للدراسة وبين واقع الظاهرة محل البحث، إذ يتيح التعرف على تصورات الباحثين بشأن الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى وعيهم بها، واستخدامهم لأدوات التحقق الرقمي، وتقييمهم لفاعلية استراتيجيات المواجهة الرقمية في الحد من انتشار هذا النوع من المحتوى.

#### المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

##### المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، لأنها تسعى إلى وصف ظاهرة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي كما تبدو في الواقع، وتحليل أبعادها وارتباطاتها، وتفسير العلاقة بين متغيراتها، وصولاً إلى نتائج يمكن الاستفادة منها علمياً وتطبيقياً. كما اعتمدت الدراسة على **منهج المسح** بوصفه من أكثر المناهج ملاءمة لهذا النوع من البحوث، نظرًا لقدرته على جمع البيانات من عينة من الباحثين، وتحويلها إلى مؤشرات كمية تساعد في توصيف الظاهرة وتحليلها واختبار الفروض المتعلقة بها .

ويُعد المسح الإعلامي من المناهج المناسبة لدراسة اتجاهات الجمهور وآرائه وممارساته في البيئة الرقمية، خاصة فيما يتصل بظواهر مثل الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة، لما يتيح من إمكان رصد الأنماط العامة في التعرض، والإدراك، والتفاعل، واستخدام أدوات التحقق، وتقييم فاعلية التدخلات الرقمية المختلفة .

##### المطلب الثاني: مجتمع الدراسة

يقصد بمجتمع الدراسة جميع الأفراد الذين تنطبق عليهم خصائص موضوع البحث، والذين يمكن أن تسهم آراؤهم واتجاهاتهم في الإجابة عن تساؤلات الدراسة وتحقيق أهدافها. وفي ضوء طبيعة الدراسة الحالية، يتمثل مجتمع الدراسة في مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في المملكة العربية السعودية من الفئة العمرية القادرة على التفاعل مع المحتوى الرقمي، والتعرض للأخبار والمعلومات المتداولة عبر هذه المنصات، مع افتراض حد أدنى من الاستخدام الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي بوصفه شرطاً لازماً لملاءمة المشاركة في الاستبانة.

### المطلب الثالث: عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية منتظمة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وبلغ حجمها (100) مفردة. وتم اختيار هذه العينة من المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم بين 18 و 45 سنة، باعتبارهم الفئة الأكثر حضوراً وتفاعلاً مع المنصات الرقمية، والأكثر عرضة كذلك للتعامل مع الأخبار والمعلومات المتداولة عبرها.

وقد روعي عند اختيار العينة أن تكون من الأفراد الذين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي بصفة مستمرة، وبخاصة المنصات التي تشهد تداولاً مرتفعاً للمحتوى الإخباري، مثل إكس وفيسبوك، وذلك بما يتناسب مع موضوع الدراسة وأهدافها.

### المطلب الرابع: أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على الاستبانة الإلكترونية بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات، نظرًا لملاءمتها لطبيعة المجتمع المستهدف، وسهولة توزيعها عبر الوسائط الرقمية، وقدرتها على الوصول إلى عدد مناسب من المبحوثين في فترة زمنية معقولة. كما أن موضوع الدراسة يرتبط أساساً بمستخدمي البيئة الرقمية، وهو ما يجعل الاستبانة الإلكترونية أداة منسجمة مع طبيعة المجال البحثي نفسه.

وقد صُممت الاستبانة بحيث تغطي المحاور الأساسية للدراسة، وشملت مجموعة من الأسئلة التي تقيس:

١. الخصائص الديموغرافية للمبحوثين .
٢. مستوى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي .
٣. مستوى التعرض للأخبار الزائفة وإدراك خطورتها .

٤. مدى استخدام أدوات التحقق الرقمي .
٥. تقييم فاعلية استراتيجيات المواجهة الرقمية .
٦. الاتجاه نحو سياسات المنصات الرقمية في مكافحة الأخبار الزائفة .
٧. مستوى الوعي بأدوات الكشف والتحقق الرقمي .

#### المطلب الخامس: بناء الاستبانة ومحاورها

تم بناء الاستبانة في ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، وبعد مراجعة الأدبيات السابقة المرتبطة بالأخبار الزائفة، والمعلومات المضللة، ومنصات التحقق، والذكاء الاصطناعي، والمواجهة الرقمية. واشتملت الاستبانة على المحاور الآتية:

#### أولاً: البيانات الأولية

ويتضمن هذا المحور المتغيرات الديموغرافية الأساسية، مثل:

- الجنس
- العمر
- المستوى التعليمي
- عدد ساعات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يوميًا
- أكثر المنصات استخدامًا

#### ثانيًا: الوعي بالأخبار الزائفة

ويتضمن هذا المحور عددًا من العبارات التي تقيس:

- إدراك المبحوث لمفهوم الأخبار الزائفة
- تقديره لحجم انتشارها
- وعيه بمخاطرها على الأفراد والمجتمع
- قدرته على تمييزها من الأخبار الصحيحة

### ثالثًا: استخدام أدوات التحقق الرقمي

ويتناول هذا المحور:

- مدى استخدام المبحوث للبحث العكسي عن الصور
- مقارنة الخبر بأكثر من مصدر
- الرجوع إلى المصادر الرسمية
- التحقق من تاريخ الخبر أو الصورة أو الفيديو
- الاستفادة من منصات التحقق المتخصصة

### رابعًا: تقييم استراتيجيات المواجهة الرقمية

ويتضمن هذا المحور قياس اتجاهات المبحوثين نحو:

- فاعلية الذكاء الاصطناعي في كشف الأخبار الزائفة
- دور خوارزميات الفلترة
- أهمية الإبلاغ عن المحتوى المشبوه
- فاعلية وسم المحتوى المضلل
- دور المنصات في الحد من انتشار الأخبار الزائفة

### خامسًا: الاتجاه نحو التربية الإعلامية الرقمية

ويتعلق هذا المحور بقياس:

- أهمية التوعية الرقمية
- دور المهارات النقدية في التحقق من الأخبار
- أهمية إدماج مهارات التحقق ضمن التعليم الإعلامي
- أثر الوعي الرقمي في تقليل التأثير بالأخبار الزائفة

## المطلب السادس: صدق الأداة

تم التحقق من صدق الاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والبحث العلمي، وذلك للحكم على:

- مدى وضوح العبارات
- ملاءمتها لموضوع الدراسة
- انتماء كل عبارة إلى المحور الذي تقيسه
- سلامة الصياغة اللغوية والعلمية
- شمول الأداة لأبعاد الدراسة المختلفة

وفي ضوء ملاحظات المحكمين، تم إجراء التعديلات اللازمة على بعض العبارات، من حذف أو إضافة أو إعادة صياغة، بما يضمن وصول الأداة إلى صورتها النهائية بصورة أكثر دقة وملاءمة لأهداف الدراسة.

## المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

### تمهيد

يتناول هذا المبحث عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها في ضوء محاور الاستبانة، وذلك بهدف التعرف إلى مستوى وعي أفراد العينة بظاهرة الأخبار الزائفة، وتقييمهم لسياسات منصات التواصل الاجتماعي في مواجهتها، ومدى استخدامهم لأدوات التحقق الرقمي، فضلاً عن تقديرهم لفاعلية استراتيجيات المواجهة المختلفة في الحد من تأثير الأخبار الزائفة وانتشارها.

وقد تم تقسيم هذا المبحث إلى أربعة مطالب رئيسة، وفقاً لمحاور الاستبانة، بحيث يشمل كل مطلب عرض النتائج الخاصة بأحد المحاور، ثم تحليلها واستخلاص دلالاتها.

وقد أرفق نموذج الاستبانة المعتمد في جمع البيانات في الملحق رقم (1) في نهاية الدراسة

## المطلب الأول: نتائج المحور الأول

الوعي بظاهرة الأخبار الزائفة والتعرض لها

يهدف هذا المحور إلى قياس مستوى وعي أفراد العينة بالأخبار الزائفة، من حيث قدرتهم على تمييزها، وإدراكهم لخطورتها، وطبيعة تعاملهم معها في البيئة الرقمية.

### جدول رقم (1)

#### نتائج المحور الأول: الوعي بالأخبار الزائفة

| السؤال | دائمًا | أحيانًا | نادرًا |
|--------|--------|---------|--------|
| Q1     | 60%    | 30%     | 10%    |
| Q2     | 15%    | 45%     | 40%    |
| Q3     | 75%    | 20%     | 5%     |
| Q4     | 50%    | 35%     | 15%    |

#### تحليل نتائج المحور الأول

تشير النتائج الواردة في الجدول السابق إلى وجود مستوى مرتفع نسبيًا من الوعي العام لدى أفراد العينة تجاه ظاهرة الأخبار الزائفة، حيث سجل السؤال الثالث أعلى نسبة استجابة في فئة "دائمًا" بواقع **75%**، وهو ما يعكس إدراكًا واضحًا لدى المبحوثين بأن الأخبار الزائفة تمثل خطرًا حقيقيًا على المجتمع وعلى القرارات السياسية. وتدل هذه النتيجة على أن الوعي بخطورة الظاهرة أصبح حاضرًا بقوة لدى الجمهور، وأن الأخبار الزائفة لم تعد تُنظر إليها بوصفها مجرد محتوى عابر، بل باعتبارها تهديدًا فعليًا قد يؤثر في المجال العام.

كما أظهرت النتائج أن **60%** من أفراد العينة أكدوا أنهم يمتلكون القدرة على التمييز بين الأخبار الزائفة والحقيقية من خلال لغة صياغة الخبر، وهو ما يشير إلى وجود درجة مقبولة من الحس النقدي لدى المبحوثين، وقدرة أولية على كشف بعض المؤشرات اللغوية المرتبطة بالمحتوى المضلل.

وفي المقابل، جاء السؤال الثاني بأدنى نسبة في فئة "دائمًا" بواقع **15%** فقط، بينما توزعت النسب بين "أحيانًا" (**45%**) و"نادرًا" (**40%**)، وتفيد هذه النتيجة بأن سلوك مشاركة الأخبار دون التحقق من مصدرها ليس سلوكًا دائمًا لدى أغلب المبحوثين، غير أنه لا يزال حاضرًا لدى نسبة غير قليلة منهم،

وهو ما يعكس وجود فجوة بين الوعي بخطورة الأخبار الزائفة وبين الممارسة الفعلية في بعض مواقف التفاعل الرقمي.

أما السؤال الرابع، فقد أظهر أن 50% من أفراد العينة يجدون دائماً صعوبة في كشف الأخبار والصور المعدلة بتقنيات التزييف العميق، في حين أجاب 35% بـ "أحياناً"، و 15% بـ "نادرًا". وتكشف هذه النتيجة أن المحتوى البصري المتطور، وخاصة القائم على تقنيات الذكاء الاصطناعي والتزييف العميق، لا يزال يمثل تحدياً حقيقياً أمام المستخدم العادي، حتى لدى من يملكون قدرًا من الوعي العام بظاهرة الأخبار الزائفة.

### استنتاج عام للمحور الأول

يمكن القول إن نتائج هذا المحور تعكس وعياً مرتفعاً بخطورة الأخبار الزائفة، إلا أن هذا الوعي لا يقابله دائماً سلوك تحقيقي منضبط بالدرجة نفسها، كما أن هناك صعوبة ملموسة في اكتشاف الأشكال المتقدمة من التضليل، مثل التزييف العميق. وهذا يعني أن الوعي النظري موجود بدرجة جيدة، لكن الحاجة ما تزال قائمة إلى تعزيز المهارات التطبيقية في الكشف والتحقيق.

### المطلب الثاني: نتائج المحور الثاني

#### تقييم سياسات منصات التواصل الاجتماعي

يهدف هذا المحور إلى التعرف على اتجاهات أفراد العينة نحو سياسات المنصات الرقمية وإجراءاتها في التعامل مع الأخبار الزائفة، ومدى ثقتهم في فعاليتها.

#### جدول رقم (2)

#### نتائج المحور الثاني: سياسات المنصات

| السؤال | موافق | محايد | معارض |
|--------|-------|-------|-------|
| Q5     | 30%   | 40%   | 30%   |

| السؤال | موافق | محايد | معارض |
|--------|-------|-------|-------|
| Q6     | 65%   | 20%   | 15%   |
| Q7     | 70%   | 20%   | 10%   |
| Q8     | 68%   | 22%   | 10%   |
| Q9     | 60%   | 25%   | 15%   |

### تحليل نتائج المحور الثاني

توضح نتائج هذا المحور أن اتجاهات المبحوثين تميل بوضوح إلى التشكيك في كفاية سياسات منصات التواصل الاجتماعي الحالية في مواجهة الأخبار الزائفة. فقد أظهرت نتائج السؤال السادس أن 65% من أفراد العينة يوافقون على أن المنصات تتساهل مع الأخبار الزائفة التي تحقق تفاعلاً مرتفعاً وأرباحاً، وهي نسبة تكشف عن وجود تصور سلبي تجاه أولويات هذه المنصات، وتوحي بأن كثيراً من المبحوثين يرون أن الاعتبارات الاقتصادية والتفاعلية قد تتقدم أحياناً على متطلبات الضبط والمصادقية.

كما أظهرت نتائج السؤال السابع أن 70% من أفراد العينة يرون أن التنظيم الحكومي أكثر فاعلية من سياسات المنصات الذاتية في مواجهة الأخبار الزائفة، وهي نتيجة بالغة الدلالة؛ لأنها تعكس ضعف الثقة في التنظيم الذاتي للمنصات، ووجود اتجاه واضح نحو تفضيل وجود إطار تنظيمي خارجي أكثر إلزاماً.

وجاء السؤال الثامن مؤكداً هذا الاتجاه؛ حيث وافق 68% من أفراد العينة على أن سياسات وإجراءات منصات التواصل الحالية غير كافية لردع مروجي الزيف، مقابل 22% محايدين، و 10% فقط معارضين. وتكشف هذه النتيجة عن اتفاق واسع نسبياً بين المبحوثين على محدودية فعالية الإجراءات المعتمدة حالياً.

أما السؤال التاسع، فقد بين أن 60% من المبحوثين يرون أن علامات التحذير التي تضعها المنصة تساعدهم في تجنب تصديق الشائعات، وهو ما يدل على أن بعض الأدوات الإجرائية التي تستخدمها المنصات قد تكون ذات أثر إيجابي، لكنها لا تبدو كافية بمفردها لمعالجة المشكلة من جذورها.

في المقابل، أظهرت نتائج السؤال الخامس توازنًا ملحوظًا بين الموافقين (30%) والمعارضين (30%) مع ارتفاع نسبة المحايدون إلى 40%، وهو ما يعكس حالة من التردد أو عدم الحسم في تقييم قدرة المنصات على التعامل بفعالية مع الأخبار الزائفة، وربما يعود ذلك إلى تفاوت خبرات المستخدمين، أو اختلاف تجاربهم مع المنصات من حالة إلى أخرى.

### استنتاج عام للمحور الثاني

تشير النتائج إلى أن الغالبية تميل إلى الاعتقاد بأن سياسات المنصات الحالية غير كافية، وأن المنصات قد تتساهل أحيانًا مع المحتوى الزائف إذا كان يحقق تفاعلاً كبيراً. كما تكشف النتائج عن دعم واضح لفكرة التنظيم الحكومي أو القانوني بوصفه أكثر فاعلية من التنظيم الذاتي للمنصات.

### المطلب الثالث: نتائج المحور الثالث

#### استخدام أدوات التحقق الرقمي

يهدف هذا المحور إلى قياس مستوى استخدام أفراد العينة لأدوات التحقق الرقمي المختلفة، سواء كانت أدوات تقنية أو ممارسات تحقق بسيطة مرتبطة بالمصدر والمحتوى.

#### جدول رقم (3)

#### نتائج المحور الثالث: أدوات التحقق

| السؤال | دائمًا | أحيانًا | نادرًا |
|--------|--------|---------|--------|
| Q10    | 25%    | 45%     | 30%    |
| Q11    | 20%    | 50%     | 30%    |
| Q12    | 55%    | 35%     | 10%    |
| Q13    | 30%    | 40%     | 30%    |

#### تحليل نتائج المحور الثالث

تكشف نتائج هذا المحور أن استخدام أدوات التحقق الرقمي لدى أفراد العينة يقع في المستوى المتوسط، إذ لا يظهر اعتماد مرتفع وثابت على جميع أدوات التحقق، وإنما يتفاوت الاستخدام بحسب طبيعة الأداة وسهولة الوصول إليها.

فقد سجل السؤال الثاني عشر أعلى نسبة في فئة "دائمًا"، حيث أكد 55% من أفراد العينة أنهم يتحققون من مصداقية المصدر قبل تصديق أي خبر، وهي نتيجة تعكس أن التحقق من المصدر يمثل الأداة الأكثر شيوعًا واستخدامًا بين أفراد العينة، وربما يرجع ذلك إلى بساطته وسهولة ممارسته مقارنة بالأدوات التقنية الأكثر تخصصًا.

أما فيما يتعلق باستخدام البحث العكسي عن الصور، فقد أظهرت نتائج السؤال العاشر أن 25% فقط يستخدمونه دائمًا، مقابل 45% يستخدمونه أحيانًا، و 30% نادرًا. ويعكس ذلك أن هذه الأداة معروفة نسبيًا لدى المبحوثين، لكنها لم تتحول بعد إلى ممارسة منتظمة لدى الأغلبية.

وبالنسبة للسؤال الحادي عشر، فقد تبين أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، مثل كاشفات التزييف العميق أو أدوات الذكاء الاصطناعي العامة، جاء محدودًا نسبيًا، حيث بلغت نسبة من يستخدمونها دائمًا 20% فقط، مقابل 50% يستخدمونها أحيانًا، و 30% نادرًا. وتوضح هذه النتيجة أن أدوات الذكاء الاصطناعي بدأت تدخل مجال التحقق الرقمي لدى المستخدمين، لكنها لا تزال في طور الاستخدام الجزئي أو غير المستقر.

أما السؤال الثالث عشر، فقد أظهر أن 30% من أفراد العينة يكتفون دائمًا بقراءة عنوان الخبر المثير دون قراءة التفاصيل، و 40% يفعلون ذلك أحيانًا، و 30% نادرًا. وهذه النتيجة ذات دلالة سلبية نسبيًا؛ لأنها تشير إلى أن جزءًا من المشكلة لا يرتبط فقط بضعف الأدوات، بل أيضًا بطبيعة الاستهلاك السريع للمحتوى الرقمي، حيث قد يدفع العنوان المثير بعض المستخدمين إلى التفاعل أو الحكم دون تحقق كافٍ.

### استنتاج عام للمحور الثالث

يمكن استنتاج أن الاعتماد الأكبر لدى المبحوثين ينصب على التحقق من المصدر، في حين أن استخدام الأدوات الأكثر تخصصًا، مثل البحث العكسي عن الصور أو أدوات الذكاء الاصطناعي، لا يزال محدودًا أو متوسطًا. وهذا يشير إلى حاجة المستخدمين إلى مزيد من التمكين العملي والتدريب على أدوات التحقق الرقمي الحديثة.

#### المطلب الرابع: نتائج المحور الرابع

##### الأثر والفاعلية لاستراتيجيات المواجهة

يهدف هذا المحور إلى قياس تقدير أفراد العينة لمدى فاعلية استراتيجيات المواجهة الرقمية والتوعوية والقانونية في الحد من تأثير الأخبار الزائفة.

##### جدول رقم (4)

##### نتائج المحور الرابع: الفاعلية

| السؤال | موافق | محايد | معارض |
|--------|-------|-------|-------|
| Q15    | 70%   | 20%   | 10%   |
| Q16    | 75%   | 15%   | 10%   |
| Q17    | 60%   | 25%   | 15%   |
| Q18    | 80%   | 10%   | 10%   |
| Q19    | 85%   | 10%   | 5%    |

##### تحليل نتائج المحور الرابع

أظهرت نتائج هذا المحور مستوى مرتفعاً من الثقة في فاعلية استراتيجيات المواجهة الرقمية والتوعوية والقانونية. فقد أشار **70%** من أفراد العينة إلى أن استخدام أدوات التحقق جعلهم أكثر ترددًا في مشاركة أي خبر قبل التأكد منه، وهي نتيجة تؤكد أن التحقق الرقمي يمكن أن يسهم فعليًا في تعديل السلوك الاتصالي للمستخدمين.

كما أوضح السؤال السادس عشر أن **75%** من المبحوثين يرون أن زيادة وعيهم باستراتيجيات المواجهة الرقمية أسهمت في رفع قدرتهم على التمييز بين الأخبار الحقيقية والزائفة، وهو ما يدعم أهمية البعد المعرفي والتوعوي في المواجهة، وعدم الاكتفاء فقط بالحلول التقنية أو التنظيمية.

وفي السؤال السابع عشر، وافق 60% من أفراد العينة على أن سياسات الفلترة في المنصات لم تساهم في خفض معدل تصديقهم للمعلومات العشوائية، وهي نتيجة تؤكد مرة أخرى أن أدوات المنصات وحدها ليست كافية من وجهة نظر المبحوثين، وأن أثرها في تغيير القناعات أو السلوك لا يزال محدودًا.

أما السؤال الثامن عشر، فقد أظهر أن 80% من أفراد العينة يرون أن برامج التوعية الإعلامية في المدارس والجامعات فعالة جدًا في الحد من تأثير الأخبار الزائفة، وهو ما يشير إلى وجود قناعة قوية بأهمية التربية الإعلامية كوسيلة طويلة المدى في بناء مناعة معرفية ضد التضليل.

وسجل السؤال التاسع عشر أعلى نسبة موافقة في هذا المحور، حيث أيد 85% من أفراد العينة فرض غرامات قانونية ومالية صارمة على من يعتمد نشر الأخبار الكاذبة، وهي النتيجة الأعلى في الاستبانة كلها تقريبًا، ما يعكس تأييدًا شعبيًا واضحًا لفكرة الردع القانوني كجزء من استراتيجية المواجهة.

#### استنتاج عام للمحور الرابع

تظهر النتائج أن أفراد العينة يبدون ثقة مرتفعة بفاعلية التوعية والردع القانوني، كما يرون أن استخدام أدوات التحقق والوعي الرقمي يساهمان في تحسين قدرتهم على التمييز وتقليل التسرع في مشاركة الأخبار، بينما تبدو سياسات الفلترة المنصاتية أقل إقناعًا من غيرها في نظرهم.

#### المبحث الثالث: مناقشة عامة لنتائج الدراسة

تشير النتائج العامة للدراسة إلى أن أفراد العينة يتمتعون بمستوى جيد من الوعي بخطورة الأخبار الزائفة، ويقرّون بأنها تمثل خطرًا حقيقيًا على المجتمع والرأي العام والقرارات السياسية. إلا أن هذا الوعي لا ينعكس دائمًا في صورة سلوك تحقيقي ثابت، خاصة مع وجود استهلاك سريع للمحتوى الرقمي، وصعوبة نسبية في كشف الصور والفيديوهات المعدلة بتقنيات التزييف العميق.

كما أظهرت النتائج ضعف الثقة في سياسات منصات التواصل الاجتماعي الحالية، ووجود اعتقاد شائع بأنها تتساهل مع الأخبار الزائفة ذات التفاعل المرتفع، إلى جانب تأييد ملحوظ لفكرة التنظيم الحكومي والعقوبات القانونية الصارمة على مروجي الأخبار الكاذبة.

ومن ناحية أخرى، كشفت النتائج أن أدوات التحقق الرقمي لا تزال تُستخدم بدرجة متوسطة، وأن الاعتماد الأكبر يتمثل في فحص المصدر، في حين يظل استخدام الأدوات التقنية الأكثر تقدمًا، مثل البحث العكسي عن الصور أو أدوات الذكاء الاصطناعي، أقل انتشارًا.

وتؤكد النتائج في مجملها أن المواجهة الفعالة للأخبار الزائفة لا ينبغي أن تعتمد على عنصر واحد، بل تتطلب تكاملاً بين:

- الوعي الفردي،
- وأدوات التحقق الرقمي،
- وسياسات المنصات،
- وبرامج التوعية الإعلامية،
- والردع القانوني .

## الختام

خلصت هذه الدراسة إلى أن ظاهرة الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت من أبرز التحديات التي تواجه البيئة الرقمية المعاصرة، لما لها من قدرة كبيرة على الانتشار السريع، والتأثير في إدراك الأفراد، وتوجيه الرأي العام، وإحداث آثار قد تمتد إلى المجالات الاجتماعية والسياسية والأمنية. وقد أكدت الدراسة، من خلال شقها النظري، أن الأخبار الزائفة لم تعد مجرد محتوى كاذب أو مضلل، بل أصبحت جزءًا من بنية اتصالية رقمية معقدة تتداخل فيها العوامل التقنية، والخوارزمية، والاقتصادية، والنفسية، والتنظيمية.

كما بينت الدراسة أن مواجهة هذه الظاهرة لا يمكن أن تقوم على وسيلة واحدة أو مسار أحادي، بل تقتضي بناء استراتيجيات متكاملة تجمع بين **المواجهة التقنية الاستباقية** عبر أدوات الذكاء الاصطناعي وخوارزميات الكشف والرصد، و**سياسات المنصات الرقمية** المتعلقة بالحذف والوسم وتقييد الوصول، و**أدوات التحقق الرقمي** التي تمكن المستخدم من فحص المحتوى، بالإضافة إلى **التربية الإعلامية والوعي الرقمي** بوصفهما أساسًا طويل المدى لبناء مناعة معرفية في مواجهة التضليل.

أما على المستوى الميداني، فقد أظهرت نتائج الدراسة أن أفراد العينة يتمتعون بوعي مرتفع نسبيًا بخطورة الأخبار الزائفة وتأثيرها في المجتمع والقرارات السياسية، غير أن هذا الوعي لا ينعكس دائمًا في صورة ممارسة تحققية منتظمة، خاصة مع استمرار بعض أنماط الاستهلاك السريع للمحتوى الرقمي، ووجود صعوبة في كشف الأشكال المتطورة من التضليل، مثل الصور المعدلة وتقنيات التزييف العميق.

كما كشفت النتائج عن ضعف الثقة النسبي في سياسات منصات التواصل الاجتماعي الحالية، ووجود اتجاه واضح لدى المبحوثين نحو اعتبارها غير كافية في مواجهة الأخبار الزائفة، مع تأييد ملحوظ لفكرة التنظيم القانوني وفرض العقوبات على من يعتمدون نشر الأخبار الكاذبة. وفي المقابل، أبرزت الدراسة أهمية الوعي الرقمي وبرامج التوعية الإعلامية، وأكدت أن استخدام أدوات التحقق يساهم في زيادة التردد قبل مشاركة الأخبار وفي تحسين القدرة على التمييز بين الصحيح والزائف.

وعليه، فإن الدراسة تؤكد أن الحد من الأخبار الزائفة في البيئة الرقمية يتطلب تكاملاً بين **الأداة التقنية**، **والسياسة التنظيمية**، **والمسؤولية المؤسسية**، **والوعي المجتمعي**، لأن النجاح في المواجهة لا يتحقق عبر إزالة المحتوى المضلل فقط، بل عبر تقليل فرص تصديقه وإعادة تدويره وانتشاره من الأصل.

## نتائج الدراسة

في ضوء الإطارين النظري والميداني، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، يمكن إجمالها فيما يأتي:

١. أظهرت نتائج الدراسة أن هناك **مستوى مرتفعاً من الوعي العام** بخطورة **الأخبار الزائفة** بين أفراد العينة، حيث اتضح أن أغلب المبحوثين يدركون أن الأخبار الزائفة تشكل خطراً حقيقياً على المجتمع وعلى القرارات السياسية .
٢. بينت النتائج أن نسبة ملحوظة من المبحوثين يرون أنهم يمتلكون قدرة مقبولة على التمييز بين الأخبار الزائفة والحقيقية من خلال **لغة صياغة الخبر** ومؤشراته الشكلية والمضمونية .
٣. كشفت الدراسة عن وجود **فجوة بين الوعي والسلوك**؛ إذ إن بعض المبحوثين لا يزالون يشاركون الأخبار أو يتفاعلون معها أحياناً دون تحقق كافٍ من المصدر أو التفاصيل .
٤. أوضحت النتائج أن **تقنيات التزييف العميق والصور والفيديوهات المعدلة** تمثل تحدياً حقيقياً أمام المستخدمين، وأن نسبة معتبرة من أفراد العينة تجد صعوبة في كشف هذا النوع من المحتوى المضلل .
٥. أظهرت الدراسة أن غالبية المبحوثين لديهم **تصور سلبي نسبياً تجاه سياسات منصات التواصل الاجتماعي الحالية**، ويرون أنها ليست فعالة بالقدر الكافي في الحد من انتشار الأخبار الزائفة .
٦. كشفت النتائج أن عدداً كبيراً من أفراد العينة يعتقدون أن **المنصات قد تتساهل مع الأخبار الزائفة** إذا كانت تحقق تفاعلاً مرتفعاً أو أرباحاً أعلى .
٧. بينت الدراسة وجود **دعم واضح للتنظيم الحكومي والقانوني**، حيث يرى كثير من المبحوثين أن التنظيم الرسمي أكثر فاعلية من سياسات المنصات الذاتية في مواجهة الأخبار الزائفة .
٨. أوضحت النتائج أن **علامات التحذير** التي تضعها بعض المنصات تساعد شريحة من المستخدمين في تجنب تصديق الشائعات، لكنها لا تمثل حلاً كافياً بمفردها .

٩. أظهرت الدراسة أن استخدام أدوات التحقق الرقمي جاء في المستوى المتوسط، ولم يصل إلى درجة الاستخدام المرتفع المنتظم لدى أغلب المبحوثين .
١٠. تبين أن التحقق من مصداقية المصدر هو أكثر أدوات التحقق استخدامًا لدى أفراد العينة، مقارنة بأدوات أكثر تخصصًا مثل البحث العكسي عن الصور أو أدوات الذكاء الاصطناعي .
١١. أوضحت النتائج أن استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي في التحقق من الأخبار أو الصور لا يزال محدودًا أو جزئيًا لدى المبحوثين، وهو ما يشير إلى الحاجة إلى مزيد من التوعية بهذه الأدوات وتيسير استخدامها .
١٢. كشفت الدراسة أن بعض المبحوثين لا يزالون يكتفون أحيانًا بقراءة عنوان الخبر المثير دون الاطلاع على التفاصيل، وهو ما يزيد من احتمال التأثير بالخطأ المضلل .
١٣. أظهرت النتائج أن استخدام أدوات التحقق الرقمي يساهم في زيادة التردد قبل مشاركة الأخبار، ويقلل من الاندفاع نحو إعادة النشر دون فحص .
١٤. بينت الدراسة أن ارتفاع الوعي باستراتيجيات المواجهة الرقمية يرتبط بزيادة القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية والزائفة .
١٥. أوضحت النتائج أن برامج التوعية الإعلامية في المدارس والجامعات تغطي بتقدير مرتفع من أفراد العينة، ويُنظر إليها بوصفها من الوسائل الفعالة في الحد من تأثير الأخبار الزائفة .
١٦. كشفت الدراسة عن وجود تأييد مرتفع جدًا لفكرة فرض غرامات قانونية ومالية صارمة على من يتعمدون نشر الأخبار الكاذبة، وهو ما يعكس ميلًا واضحًا لدى المبحوثين نحو الردع القانوني .
١٧. أكدت النتائج أن مواجهة الأخبار الزائفة من وجهة نظر المبحوثين لا ينبغي أن تعتمد على المنصات وحدها، بل تحتاج إلى تكامل بين التحقق الرقمي، والتوعية، والرقابة، والردع القانوني .

## التوصيات

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، يمكن تقديم التوصيات الآتية:

### أولاً: توصيات تقنية

١. ضرورة تطوير أنظمة ذكية أكثر كفاءة داخل منصات التواصل الاجتماعي لرصد الأخبار الزائفة في مراحلها المبكرة، قبل أن تحقق انتشارًا واسعًا .
٢. تعزيز استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وخوارزميات التعلم الآلي في كشف الحسابات الوهمية والبوتات والمحتوى المضلل والتزيف العميق .
٣. توسيع إتاحة أدوات التحقق الرقمي للمستخدمين داخل المنصات نفسها، مثل البحث العكسي عن الصور، والتحقق من المصدر، والتنبيه إلى المحتوى المشبوه .
٤. تحسين أنظمة وسم المحتوى الزائف أو المتنازع في صحته، بحيث تكون أكثر وضوحًا وتأثيرًا في سلوك المستخدمين .
٥. تطوير آليات تقنية تحد من التضخيم الخوارزمي للمحتوى المثير قبل التحقق منه، خاصة في أوقات الأزمات والأحداث الكبرى .

### ثانيًا: توصيات تتعلق بسياسات المنصات

٦. إلزام منصات التواصل الاجتماعي بمزيد من الشفافية فيما يتعلق بسياسات حذف الأخبار الزائفة أو تقييد الوصول إليها .
٧. تشديد الإجراءات المتعلقة بالحسابات الوهمية والشبكات المنسقة التي تعتمد نشر الشائعات والمعلومات المضللة .
٨. توسيع التعاون بين المنصات الرقمية ومنصات التحقق المستقلة، بما يضمن سرعة اكتشاف المحتوى المضلل وتصحيحه .
٩. إعادة تقييم سياسات المنصات الحالية بصورة دورية لقياس مدى فاعليتها الحقيقية في الحد من الأخبار الزائفة .

١٠. وضع معايير أكثر صرامة للإعلانات والمحتوى الذي يحقق تفاعلاً مرتفعاً، حتى لا تتحول المنصات إلى بيئة تكافئ التضليل بدافع الربح .

### ثالثاً: توصيات قانونية وتنظيمية

١١. سن تشريعات أكثر وضوحاً وصراحة فيما يتعلق بتجريم النشر المتعمد للأخبار الكاذبة، مع تحديد العقوبات المناسبة بحسب جسامة الضرر .
١٢. فرض غرامات مالية وعقوبات رادعة على الأفراد أو الجهات التي تعتمد صناعة المحتوى المضلل أو نشره أو إعادة تدويره بشكل منظم .
١٣. إنشاء آليات قانونية أسرع للتعامل مع الشائعات التي تمس الأمن المجتمعي أو الصحة العامة أو الاستقرار السياسي .
١٤. دعم التعاون بين الجهات التنظيمية والمنصات الرقمية والهيئات الإعلامية من أجل وضع إطار وطني فعال لمواجهة التضليل الإعلامي الرقمي .

### رابعاً: توصيات توعوية وتعليمية

١٥. إدماج التربية الإعلامية والرقمية في المناهج الدراسية في المدارس والجامعات، بما يساعد على بناء مهارات التحقق والتفكير النقدي لدى الطلاب .
١٦. تنظيم حملات توعية مستمرة تستهدف مختلف فئات المجتمع للتعريف بمخاطر الأخبار الزائفة وطرق التعامل معها .
١٧. تدريب المستخدمين على أدوات التحقق الرقمي الأساسية، مثل التحقق من المصدر، والبحث العكسي عن الصور، ومراجعة التفاصيل وعدم الاكتفاء بالعناوين .
١٨. دعم المبادرات الإعلامية والمجتمعية التي تعمل على نشر ثقافة التحقق والمساءلة الرقمية .
١٩. توجيه المؤسسات الإعلامية إلى تكثيف برامج التوعية المتعلقة بكشف الأخبار الزائفة، وشرح أساليب التضليل الشائعة للجمهور .

٢٠. تشجيع الباحثين وطلبة الدراسات العليا على التوسع في دراسة الأخبار الزائفة وآليات المواجهة الرقمية، خاصة في البيئة العربية .

وفي ضوء ما سبق، تؤكد الدراسة أن الأخبار الزائفة تمثل تحديًا رقميًا معقدًا لا يمكن التصدي له بآلية منفردة، بل من خلال تكامل الجهود التقنية والتنظيمية والتوعوية والقانونية. وكلما ارتفع مستوى الوعي الرقمي، وتحسنت أدوات التحقق، وتطورت سياسات المنصات، وتدعمت الأطر القانونية، ازدادت قدرة المجتمع على مقاومة التضليل الإعلامي والحد من آثاره.

## المراجع

### أولاً: المراجع العربية

- الشامي، عبد الرحمن محمد. (2024). دور المنصات العربية للتحقق من الأخبار في مكافحة التضليل الإعلامي وتأثيراته السياسية. *الجزيرة لدراسات الاتصال والإعلام*، العدد ٣ .
- الصويلح، سعد مفلح حمود. (2023). دور أنظمة الذكاء الاصطناعي في مكافحة الشائعات الإلكترونية. *المجلة العربية للدراسات الأمنية*، مج ٣٩، ع ١، ص ٨٠-٩٧ .
- الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري. دليل محاربة التضليل الإعلامي: مرجعيات وأدوات وممارسات. المغرب .
- درويش، أميرة سمير حسن. (2022). الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها في الآخرين. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، العدد ٨١، ص ٣٢٣-٣٧٢ .
- بهنسي، مها السيد. (٢٠١٩). آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة: دراسة في إطار مدخل التربية الرقمية ونموذج أدوار الجمهور في التحقق. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، ع. ٦٨، ص ٥٦٥-٦١٤ .
- الشبكة الدولية لتقصي الحقائق (IFCN) - معهد بوينتر للدراسات الإعلامية.

### ثانياً: مراجع أجنبية

- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). **The spread of true and false news online.** *Science*, 359(6380), 1146–1151.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). **Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking.** Council of Europe.

- Tandoc Jr., E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018).  
**Defining “Fake News”: A Typology of Scholarly Definitions.** *Digital Journalism*, 6(2), 137–153.
- McGonagle, T. (2017). **“Fake News”: False Fears or Real Concerns?** *Netherlands Quarterly of Human Rights*, 35(4), 203–209.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). **Social Media and Fake News in the 2016 Election.** *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- Lewandowsky, S., & van der Linden, S. (2021).  
**Countering Misinformation and Fake News Through Inoculation and Prebunking.**

## الملحق رقم (١): استبانة الدراسة

كلية الإعلام والتسويق  
برنامج ماجستير الإعلام الرقمي

استبانة بعنوان:

دور استراتيجيات المواجهة الرقمية في الحد من الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي (دراسة ميدانية)

عزيزي/عزيزتي المشارك/ة،

تأتي هذه الاستبانة في إطار دراسة علمية تُجرى استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام الرقمي، وتهدف إلى التعرف على آراء المستخدمين واتجاهاتهم نحو الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، ومدى فاعلية استراتيجيات المواجهة الرقمية في الحد من انتشارها.

يرجى التكرم بالإجابة عن العبارات التالية بدقة وموضوعية، علماً بأن جميع البيانات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، وستعامل بسرية تامة.

شاكرين لكم حسن تعاونكم.

### أولاً: محاور الدراسة

المحور الأول: الوعي بظاهرة الأخبار الزائفة والتعرض لها

| م | العبارة                                                                       | دائماً | أحياناً | نادرًا |
|---|-------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|--------|
| 1 | أمتلك القدرة على تمييز الأخبار الزائفة من الحقيقية عبر لغة صياغة الخبر.       | ( )    | ( )     | ( )    |
| 2 | أشارك الأخبار دون التحقق من مصدرها عندما تكون مثيرة للاهتمام.                 | ( )    | ( )     | ( )    |
| 3 | أعتقد أن الأخبار الزائفة تشكل خطرًا حقيقيًا على المجتمع أو القرارات السياسية. | ( )    | ( )     | ( )    |
| 4 | أجد صعوبة في كشف الأخبار والصور المعدلة بتقنيات التزييف العميق.               | ( )    | ( )     | ( )    |

المحور الثاني: تقييم سياسات منصات التواصل الاجتماعي

| م | العبارة                                                                       | موافق | محايد | معارض |
|---|-------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| 5 | أثق في قدرة منصات التواصل الاجتماعي على التعامل بفعالية مع الأخبار الزائفة.   | ( )   | ( )   | ( )   |
| 6 | أرى أن المنصات تتساهل مع الأخبار الزائفة التي تحقق تفاعلًا عاليًا وأرباحًا.   | ( )   | ( )   | ( )   |
| 7 | أرى أن التنظيم الحكومي أكثر فاعلية من سياسات المنصات الذاتية في مواجهة الزيف. | ( )   | ( )   | ( )   |
| 8 | سياسات وإجراءات منصات التواصل الحالية غير كافية لردع مروجي الزيف.             | ( )   | ( )   | ( )   |
| 9 | تساعدني "علامات التحذير" التي تضعها المنصة في تجنب تصديق الشائعات.            | ( )   | ( )   | ( )   |

المحور الثالث: استخدام أدوات التحقق الرقمي

| م  | العبارة                                                          | دائمًا | أحياناً | نادرًا |
|----|------------------------------------------------------------------|--------|---------|--------|
| 10 | أستخدم ميزة "البحث العكسي عن الصور" للتأكد من صحتها قبل تصديقها. | ( )    | ( )     | ( )    |

| م  | العبارة                                                                                              | دائمًا | أحيانًا | نادرًا |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|---------|--------|
| 11 | أستخدم أدوات الذكاء الاصطناعي (مثل كاشفات التزييف العميق أو ChatGPT) للتحقق من صحة الأخبار أو الصور. | ( )    | ( )     | ( )    |
| 12 | أتحقق من مصداقية المصدر (هل هو موقع رسمي/صحفي موثوق؟) قبل تصديق أي خبر.                              | ( )    | ( )     | ( )    |
| 13 | أكتفي بقراءة عنوان الخبر المثير ولا أحرص على قراءة التفاصيل كاملة.                                   | ( )    | ( )     | ( )    |

#### 14. سؤال مفتوح:

ما أبرز أدوات الذكاء الاصطناعي أو المواقع المستقلة التي تستخدمها للتحقق الرقمي من الأخبار؟

.....

#### المحور الرابع: الأثر والفاعلية لاستراتيجيات المواجهة

| م  | العبارة                                                                                            | موافق | محايد | معارض |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------|
| 15 | استخدام أدوات التحقق جعلني أكثر ترددًا في مشاركة أي خبر قبل التأكد منه.                            | ( )   | ( )   | ( )   |
| 16 | زاد وعيي باستراتيجيات المواجهة الرقمية من قدرتي على التمييز بين الأخبار الحقيقية والزائفة.         | ( )   | ( )   | ( )   |
| 17 | سياسات الفلترة بالمنصات لم تساهم في خفض معدل تصديقي للمعلومات العشوائية.                           | ( )   | ( )   | ( )   |
| 18 | أرى أن برامج التوعية الإعلامية (في المدارس والجامعات) فعالة جدًا في الحد من تأثير الأخبار الزائفة. | ( )   | ( )   | ( )   |
| 19 | أؤيد فرض غرامات قانونية ومالية صارمة على من يعتمد نشر الأخبار الكاذبة.                             | ( )   | ( )   | ( )   |

#### ثانيًا: البيانات الديموغرافية الأساسية

يرجى وضع علامة (✓) أمام الخيار المناسب:

- الجنس:
  - ( ) ذكر
  - ( ) أنثى
- العمر:
  - ( ) من ١٨ إلى أقل من ٢٦ عامًا
  - ( ) من ٢٦ إلى أقل من ٣٦ عامًا
  - ( ) من ٣٦ إلى أقل من ٤٥ عامًا
  - ( ) 45 سنة فأكثر
- المستوى التعليمي:
  - ( ) ثانوية عامة
  - ( ) بكالوريوس أو ليسانس
  - ( ) دراسات عليا
- الحالة الوظيفية:
  - ( ) أعمل
  - ( ) لا أعمل
- المنصة الأكثر استخدامًا لمتابعة الأخبار:
  - ( ) إكس (تويتر)
  - ( ) فيسبوك
  - ( ) إنستغرام
  - ( ) أخرى: .....