



الأخبار الكاذبة Fake news... مفهوم جديد أو وجه جديد للدعاية والتضليل الاعلامي.

Fake news...a new concept or a new face of propaganda and disinformation. □

شريط حورية.

جامعة الجزائر 03 (الجزائر) مخبر الاستخدامات و الاشباعات الثقافية في الجزائر.

cheriett10@gmail.com

تاريخ النشر: 2022 /12 /31

تاريخ القبول: 2022 /12 /02

تاريخ الاستلام: 2022 /10 /19

ملخص:

ترصد هذه الدراسة أهم البحوث الأجنبية التي نشرت في السنوات الأخيرة (2018- 2022) حول الأخبار الكاذبة باعتبارها ظاهرة اتصالية اجتماعية عرفت انتشارا واسعا عبر منصات التواصل الاجتماعي مع ظهور الويب 2.0. تهدف الدراسة إلى الإحاطة بأهم الأبعاد النظرية للظاهرة و توفير مادة علمية مترجمة لأهم الأدبيات في هذا الحقل المعرفي الجديد. من أهم النتائج المتوصل إليها أن المفهوم لدى بعض الباحثين جديد وما زال يحتاج إلى المزيد من التأطير النظري و البحوث الميدانية، في حين يراه البعض الآخر مجرد وجه من أوجه التضليل الإعلامي و الدعاية لا يمارسه فقط المتصلون بشبكة الأنترنت على الشبكات الاجتماعية، بل قد تحترفه وسائل الاعلام ووكالات الأنباء و حتى المنصات الرقمية الضخمة أو ما أصبح يعرف بامبراطوريات الويب GAFAM الكلمات المفتاحية: امبراطوريات الويب ; تدقيق الحقائق; تكنولوجيا الاعلام و الاتصال; مراقبة الصحافة; منصات التواصل الاجتماعي; وسائل الاعلام التقليدية

Abstract:

This study monitors the most important foreign research published in recent years on fake news as a social communication phenomenon that has spread widely through social media platforms with the emergence of Web 2.0. The study aims to capture the most important theoretical dimensions of the phenomenon and provide a translated scientific material for the most important literature in this new field of knowledge. One of the most important findings is that the concept of some researchers is new and still needs more theoretical framing and field research, while others see it as just an aspect of media disinformation and propaganda that is not practiced only by those connected to the Internet on social networks, but may be mastered by media, news agencies and even huge digital platforms or what has become known as the GAFAM

Keywords: *Fact-chicking ; GAFAM ; Information and communication technology; traditional media ; social media platforms ; watchdog journalism*

1. مقدمة

الأخبار الملققة أو الكاذبة أو المزيفة ليست بظاهرة جديدة (رغم ظهور المصطلح الانجليزي fake news والذي يقابله بالفرنسية la malinformation في 2014) فهي مرتبطة بوسائل الاعلام التقليدية التي طالما تفننت في صنع الرأي العام وقيادته إما عبر التحريف أو التضخيم أو حتى حجب المعلومة أو تقييدها، وكثيرا ما اعتمدت في ذلك على شخصيات اعلامية معروفة أو محللين ومختصين، ولقد لعبت السياسة والمال دوران رئيسيان في هذه العملية بعدما أصبحت بعض الجرائد والشبكات التلفزيونية امبراطوريات ضخمة (CNN مثلا) في سوق البورصة والمال.

أخذت الأخبار الكاذبة fake news أبعادا جديدة مع تطور التكنولوجيا التي أتاحت سهولة وسرعة أكبر للنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي لنشهد ظهور نماذج جديدة للأخبار الكاذبة في عالم السياسة مثل pizzagate في 2016 و Macron Leaks في 2017، وكان الكاتب Audreau والصحفي Silverman من الأوائل الذان استعملا الكلمة للإشارة إلى تزيف الحقائق على منصات التواصل الاجتماعي، ليصبح في 2016 أحد المفاهيم الأكثر جدلا في حقول البحث العلمي والدوائر الإعلامية العالمية.

تقودنا هذه المعطيات إلى طرح الإشكالية البحثية الآتية: هل الأخبار الكاذبة fake news هي نتاج تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة أم مجرد "علامة مقلدة" يعود أصلها لوسائل الاعلام التقليدية؟
التساؤلات الفرعية:

_ ما هو البعد التاريخي للأخبار الكاذبة؟

_ إلى ماذا يشير مصطلح الأخبار الكاذبة fake news؟

- ما هي أهم خصائص الأخبار الكاذبة وما هي الأشكال التي تتخذها؟

- ما هي الأساليب الجديدة للتضليل الإعلامي؟

_ هل أصبحت الاخبار الكاذبة ذريعة للحد من حرية التعبير والكلمة الحرة؟

_ ماهي ميكانيزمات التضليل الجديدة وما هي آثاره على مستعملي المنصات الرقمية؟

أهداف الدراسة

_ الإحاطة بمفهوم وخصائص وأشكال وميكانيزمات الأخبار الكاذبة fake news باعتباره مفهوم

جديد يعود ظهوره إلى 2016

_ إحاطة الطلبة والأساتذة في حقول علوم الاعلام والاتصال والعلوم الاجتماعية بأهم ما تم نشره

في الأدبيات الأجنبية في السنوات الأخيرة حول الأخبار الكاذبة

_ استعراض مجموعة من الدراسات والكتب والآراء التي تناولت الظاهرة بكثير من النقد وحتى

الجدل في بعض الأحيان حول إن كانت الظاهرة جديدة أم مجرد امتداد للتضليل الإعلامي الممارس من

طرف وسائل الاعلام التقليدية

أهمية الدراسة:

تظهر أهمية هذه الدراسة من خلال المنحنى التصاعدي لانتشار الاخبار الكاذبة في السنوات الأخيرة

بعدما أصبحت أحد أهم الأسلحة في المجال السياسي والحروب العسكرية والتضليل وتزييف الحقائق. هي

أيضا اليوم اللبنة الأساسية لاقتصاديات وسائل الاعلام الجديدة وأحد الميكانيزمات التي تحترفها امبراطوريات

الويب لتوجيه وصناعة الرأي العام.

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج التحليل الوصفي من خلال تحديد مفهوم الأخبار الكاذبة وعرض خصائص الظاهرة وسماتها وأشكالها وآثارها، أيضا استعراض بعدها التاريخي ومختلف وجهات نظر الباحثين حولها و تحليل العلاقة بين المتغيرات ذات الصلة.
جاءت الدراسة فيما يلي:

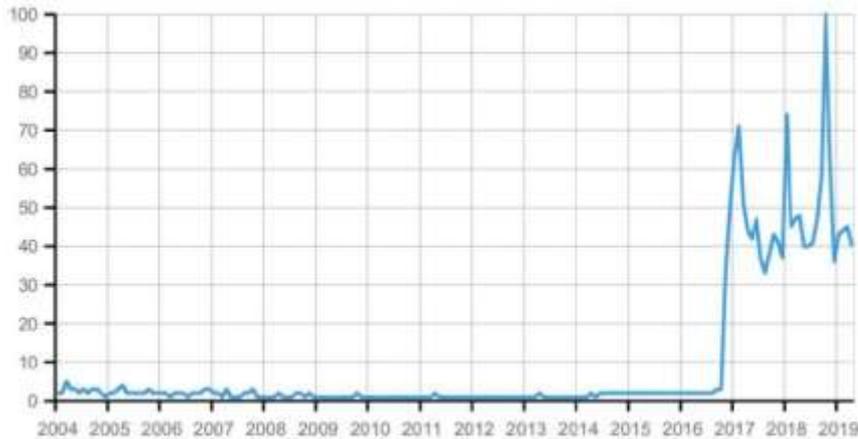
fake news أو الأخبار الكاذبة: النشأة - الماهية - الخصائص

الأخبار الكاذبة و الجدل الأكاديمي حول محترفها وأشكالها وآثارها

أولا: fake news أو الأخبار الزائفة: النشأة - الماهية - الخصائص

1. البعد التاريخي للأخبار الزائفة

يرجع ظهور مفهوم fake news إلى الصحفي الكندي Craig Silverman الذي استعمله لأول مرة بتاريخ 14 أكتوبر 2014 في تويت استنكر فيه خبر نشر على موقع nationalreport net حول فرض الحجر الصحي على مدينة في تكساس بسبب إصابة عائلة بفيروس إيبولا، وهو الفيروس الذي تسبب في الآلاف من الوفيات بعد انتشاره في إفريقيا الغربية بين 2014 و 2016. وطدت أعمال Silverman للمفهوم الجديد مع خريف 2016 بعد تفشي الظاهرة على الأنترنت و الفوز غير المنتظر ل Trump في الانتخابات الرئاسية الأمريكية. ليتم اعتماد المفهوم (fake news) للحدث على تحريف المعلومة على مواقع التواصل الاجتماعي.
بدأ كل شيء إذن مع الانتخابات الرئاسية التي أوصلت ترامب للبيت الأبيض في 2016 إذ استعمل هذا الأخير شبكة تويتر لاطلاق حملة ضد شبكة CNN الذي اتهمها بتشويه سمعته في مجال الأعمال بعد انتخابه رئيسا للولايات المتحدة، ولقد استعمل الرئيس الأمريكي تعبير fake news مرة واحدة ضمن كل 20 رسالة في تغريداته على تويتر، وهو الحساب الذي انتقل عدد مشتركه من 18 مليون في 2016 إلى 45 مليون مع نهاية 2017، ليصل إلى 57 مليون في 2018. وتجدر الإشارة هنا أنه في عملية البحث عن تعبير fake news في قوقل أظهرت النتائج أنه لم يتم رصده قبل 2016 ليظهر المصطلح باللغة الألمانية في ديسمبر 2016، وبالفرنسية و الصينية في فيفري 2017، و بالإيطالية في ماي 2017 و بالإسبانية في جانفي 2018 (Kintz, 2020) وهو ما يظهره المنحنى البياني التالي:



Source: Google Trends, 1^{er} avril 2019.

هذا لا يعني أن التعبير يعود ظهوره ل 2016، فلقد ارتبط بعالم الصحافة في اللغة الإنجليزية منذ بداية القرن الماضي (ما بين 1910 و 1950) (ليعرف انفجارا غير مسبوق مع بداية الألفية الجديدة، ولقد تم رصده في البرامج التلفزيونية الأمريكية الفكاهية في 1999 (Kintz, 2020) في كتاب Fact-checking vs fake news وطد الباحث Laurant Bigot لتاريخ الأخبار الكاذبة قبل ظهور منصات التواصل الاجتماعي مع الويب 2.0 إذ لجأت أكبر الصحف منذ عشرينات القرن الماضي إلى ما عرف ب "تدقيق الحقائق" fact-checking لتمحيص الأخبار والتأكد من صحتها استنادا إلى الإطار النظري للتكوين المهني في مجال الصحافة الذي وضعه الصحفي Walter Lippman في 1920 والذي أكد من خلاله على مبادئ رئيسين في مجال العمل الصحفي: البحث عن الأدلة والتحقق من المعلومة، وهما المبدأان الذان أصبحا ميثاقا معنويا وأخلاقيا للعمل الصحفي وهو ما أكده Kovach و Rosentiel في كتابهما Principes du journalisme: "وفقا للمفهوم الأصلي فإن الطريقة هي التي يجب أن تكون موضوعية وليس الصحفي. فالعنصر الحاسم ليس الهدف الذي يسعى إليه الصحفي ولكن الانضباط المهني المفروض للوصول إلى هذا الهدف" (Bigot, 2020)

في كتاب Fact-checking vs fake news وطد الباحث Laurant Bigot لتاريخ الأخبار الكاذبة قبل ظهور منصات التواصل الاجتماعي مع الويب 2.0 إذ لجأت أكبر الصحف منذ عشرينات القرن الماضي إلى ما عرف ب "تدقيق الحقائق" fact-checking لتمحيص الأخبار والتأكد من صحتها استنادا إلى الإطار النظري للتكوين المهني في مجال الصحافة الذي وضعه الصحفي Walter Lippman في 1920 والذي أكد من خلاله على مبادئ رئيسين في مجال العمل الصحفي: البحث عن الأدلة والتحقق من المعلومة، وهما المبدأان الذان أصبحا ميثاقا معنويا وأخلاقيا للعمل الصحفي وهو ما أكده Kovach و Rosentiel في كتابهما Principes du journalisme: "وفقا للمفهوم الأصلي فإن الطريقة هي التي يجب أن تكون موضوعية وليس الصحفي. فالعنصر الحاسم ليس الهدف الذي يسعى إليه الصحفي ولكن الانضباط المهني المفروض للوصول إلى هذا الهدف" (Bigot, 2020)

كان الصحفيون الأمريكيون أول من أسس لهذا المنهج في العمل الصحفي من خلال تكليف مجموعة من فرق العمل للتأكد من صحة الأخبار وهو ما قام به Briton Hadden و Henry Bluce عند اطلاقهما لمجلة Time في 1923 لتسير على نفس الخط مجلتي Newyorker و Reader's. رغم ازدهار عمل المدققين مع بداية عشرينات القرن الماضي، إلا أنه ما بين سنتي 1996 و 1997 تخلت عنهم Time و Nesweek و عوضتهم بفرق مزدوجة عرفت باسم reporters-researchers، لتتبعها فيما بعد كل من Fortune و Vogue و Village و Voice و Esquise و يرجع السبب الرئيسي إلى الأزمة الاقتصادية التي أدت إلى تقليص عدد العاملين في قطاع الصحافة مع بداية التسعينات إذ تم التخلي مع الألفية الجديدة عن الفحص المسبق (أي قبل النشر) للمحتوى الصحفي مقابل مراقبة مدى مصداقية خطابات و تصريحات السياسيين و الشخصيات العمومية ليأخذ شكل "التأكد من الأحداث بعد الأحداث" fact-checking after checking. وتشبه هذه الممارسة إلى حد كبير ما يعرف اليوم في الولايات المتحدة ب watchdog journalism و هو نوع الصحافة الذي يتسم باليقظة اتجاه المنظمات و الشخصيات السياسية بالدرجة الأولى و تعود أول تجربة في هذا المجال إلى صحيفة واشنطن بوست خلال الفترة الرئاسية لدونالد ريغن.

تم في 2001 اطلاق موقع Spinsanity.org من طرف Annenberg Public Policy Center لجامعة بنسلفانيا وهو نوع جديد من fact-checking ارتبط بالويب 2.0 و مواقع التواصل الاجتماعي، و قد وصف دوره بما يلي: موقع مراقبة غير حزبي مصمم خصيصا لكشف التصريحات المضللة للسياسيين والخبراء و الصحافة، و حدد هدفه كما يلي: مراقبة ما يقوله فاعلو السياسة الأمريكيين الرئيسيين على شاشات التلفزيون و في خطاباتهم و لقاءاتهم و بياناتهم الصحفية بهدف الرفع من مستوى معرفة الجمهور و فهمه. سمح موقع Spinsanity.org بكتابة حوالي 400 مقال نشر بعضها على الموقع السياسي Salon.com. و لقد كانت هذه التجربة الأكاديمية وراء ميلاد مجموعة من المبادرات من طرف وسائل الاعلام التقليدية أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية ل 2008 منها الموقع السياسي Fact Checker للواشنطن بوست، و موقع Politifact.com الذي نال جائزة Pulitzer في 2009 بعدما رسخ ل Fact Checker كنوع جديد من الصحافة، و لقد وصل عدد هذه المواقع حسب Duke Reporters'Lab إلى 47 موقع في 2018 و تعود أربعة منها إلى وسائل اعلام تقليدية مهمتها الرئيسية " إعادة اختراع صحافة المراقبة في العهد الرقمي" (Bigot, 2020)

يمكننا استخلاص مما سبق أن التخوف من الأخبار الكاذبة لم يرتبط بميلاد الوسائط الجديدة التي أتاحت تكنولوجيا تسمح بصنع و نشر الخبر خارج الدوائر التقليدية، و إنما صاحب العمل الإعلامي منذ بداية القرن الماضي و هو ما جعل أكبر الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية تستحدث آليات للمراقبة على غرار Fact Checker و fact-checking after checking و watchdog journalism، و كانت عملية المراقبة تخص المادة الإعلامية التي ينتجها الصحفيون من خلال التأكد من صحة معلوماتهم و مصادرهم، لتنتقل في مرحلة لاحقة إلى تمحيص أقوال و خطابات و تصريحات السياسيين و الشخصيات العامة في محاولة لحماية الرأي العام من التلاعبات و الإشاعات و الأخبار الكاذبة، إلا أن تكنولوجيا الاعلام و الاتصال الحديثة عقدت من عملية المراقبة، فنحن اليوم أمام امبراطوريات ضخمة للويب تتيح للجميع إمكانية صنع و نشر الخبر بسرعة فائقة و على مجال واسع و بإمكانيات جد بسيطة.

2. ماهية الأخبار الكاذبة fake news

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي فضاء خصبا لنشر المعلومات والأخبار والدردشة وتبادل الآراء. هي أيضا مصدر للمعلومات الخاطئة والكذب والقذف والتلاعب والتخويف والتجنيد وصناعة الرأي العام. أشار سير للأراء نشر في Buzz Feed News في ديسمبر 2016، أشار إلى أن 84% من الأمريكيين الجمهوريين صدقوا خبر ارسال Trump لطائرته الشخصية لانقاذ جنود من البحرية الأمريكية، كما صدقوا الأخبار التي انتشرت عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول رفض الرئيس الأمريكي تقاضي راتبه الرئاسي. كلا الخبرين لا أساس لهما من الصحة.

توصلت دراسة أجرتها Kantar_Sofres (مؤسسة فرنسية لسبر الآراء) في 2017 إلى أن 83 % من مستعملي شبكات التواصل الاجتماعي معرضون للإشاعات، و تعتقد ثلث العينة المدروسة أن بعض الأخبار الزائفة صحيحة كتخصيص الحكومة الفرنسية ل 77000 وحدة سكنية اجتماعية للعائلات المهاجرة.

اشتهرت كلمة الأخبار الكاذبة أثناء الحملة الانتخابية الأمريكية إذ استعملها Donald Trump لوصف خصومه و الصحف التي تتعرض له بالنقد، لتنتشر ابتداء من 2017 و تبلغ ذروتها في 2018. جاء في ترجمة

ل Commission d'enrichissement de la langue Francaise التعريف التالي: "هي معلومة كاذبة أو متحيزة يتم نشرها لتفضيل حزب سياسي على حزب آخر أو للإساءة لسمعة شخصية أو مؤسسة أو للطعن في حقيقة علمية مثبتة (Escande-Gauquie, 2019)

ارتبطت كلمة fake news في سياق خاص عرف بـ "مابعد الحقيقة" (postverite) وهو مصطلح العام لـ 2016 حسب قاموس Oxford ويشير "إلى الظروف التي تجعل العاطفة والآراء الشخصية أكثر تأثيراً من الحقائق الموضوعية على تشكيل الرأي العام" (Escande-Gauquie, 2019)

تجدد الإشارة هنا أن كلمة fake news حسب بعض الباحثين رغم أنها مرادفة للأخبار المزيفة إلا أنها لا تفرض بالضرورة في كل الحالات توفر سوء النية من طرف ناشريها ومروجيها. يصبح من الضروري في هذه الحالة التفريق بين "الأخبار المضللة" desinformation أي إنتاج ونشر معلومات بهدف التعتيم والتأثير على الرأي العام بما يتوافق وتوجهات أصحابها، وبين "الأخبار المغلوطة" mesinformation التي تشير إلى إنتاج ونشر المعلومات الخاطئة.

لا تزال الدراسات الميدانية قليلة حول هذه الظاهرة الناشئة من أهمها دراسة لـ Kate Starbird من جامعة واشنطن. استخدمت Starbird منصة تويتر كنافذة لمراقبة الأخبار الملققة أو الكاذبة، لتقترح بعد ذلك خريطة توضيحية لكيفية إنتاجها ونشرها، لنشهد ظهور مفهوم جديد أطلقت عليه اسم "النظام الإيكولوجي للوسائط البديلة" Ecosystème médiatique alternatif و يعد هذا العمل جزء من برنامج بحثي تم اجراؤه في مختبر "التفاعل بين الانسان والآلة واستخدام الوسائط الجديدة أثناء الأزمات" لجامعة واشنطن.

ركزت البحوث في هذه المرحلة على أسباب انتشار الأخبار الكاذبة على تويتر أثناء الأزمات (الكوارث الطبيعية مثلًا)، في حين حاولت Starbird التعرف عن طريق المعالجة الحسابية للتغريدات على خاصية و ملامح ومواصفات الأخبار الزائفة بهدف تزويد الجمهور بأدوات موثوقة للحصول على المعلومات أثناء الأزمات. توصلت الباحثة في الأخير إلى أن "الأخبار الزائفة تسعى إلى غرس الشك في الخطابات التي تدعي أنها تصف الأحداث. هذه المحتويات التي يتم انشاؤها بكميات كبيرة بالاعتماد على مجموعة من العمليات الخطابية (الموضوعات المتكررة، الاسناد المضلل، تقنيات التمويه...) والتي يتم بثها عبر مصادر روبوتية، أو الأيدي الصغيرة للمنظمات (النقر 2 clicks) تظهر في الغالب في ثوب التعددية والتنوع مع أنها في الحقيقة أخبار يتم نسخها بأشكال مختلفة في عدد كبير من المواقع، وتديرها مجموعة صغيرة من المؤسسات" (Sauvagnau, Thibault, 2019). في الأخير، تنصح Claire Wardle وهي باحثة أمريكية في جامعة Harvard بعدم استعمال كلمة fake news لأنها لا يمكنها وصف الظاهرة بدقة وتقتصر مفهوم "الاضطراب الإعلامي" le trouble informationnel الذي يمكنه الإحاطة بكل جوانب الظاهرة واعطائها الدقة والعملياتية اللازمة مع امكانية تكييفه مع كل أنواع الأخبار الكاذبة. يظهر الاضطراب الاعلامي حسب الباحثة من خلال ثلاث ممارسات هي:

• الأخبار المضللة desinformation: وهي المعلومات التي يتم انتاجها وبثها من أجل خداع المستخدم و التأثير على سلوكه

• الاخبار المثيرة أو المشوهة أو المغرضة Information malveillante و تهدف إلى التلاعب بالأخبار الحقيقية لانتاج تفسيرات مغرضة لخدمة أهداف أيديولوجية أو نشر خطاب الكراهية

• الأخبار الخاطئة malinformation: لا يتم انتاجها بهدف الإساءة أو إحداث الضرر وإنما عن طريق الخطأ أي أنها لا تحمل نية الإساءة أو التشويه أو التحريض (Collectifs, 2018)

لا تشير كلمة fake news فقط للأخبار الكاذبة ، إذ يمكن أن تكون صورة أو حتى زاوية صورة أو إشاعة أو فيديو أو خطاب مبتور أو مفبرك أو تغريدة أو خبر عاجل أو أرقام و احصائيات أو حتى معلومة علمية يتم انتاجها أو بثها عبر منصات التواصل الاجتماعي. لا ترتبط سرعة الانتشار بالتكنولوجيا الرقمية بحد ذاتها و لكن بمدى استعداد المتصفح لتقبل المعلومة و إعادة نشرها عبر الويب أو عبر طرق الاتصال التقليدية كالاتصال فم-أذن، و غالبا ما ينبع هذا الاستعداد من الرغبة في تصديق المعلومة أو التوجهات الأيديولوجية و الثقافية و الفكرية و الدينية للأفراد. ففي الحقيقة الأشخاص الذين نلتقيهم في الفضاء الأزرق و نكون معهم صداقات افتراضية هم الأشخاص الذين نتقاسم معهم نفس الرؤى و الأفكار و حتى الأذواق و الميول الثقافية و المستوى العلمي و نرغب أن يشاطرونا آراءنا، و هو ما يجعل الكثير يغلق هذا الفضاء أمام من يختلف معهم.

مازال المفهوم إذن في مرحلة النضج باعتبار أن الدراسات الأكاديمية في مراحلها الأولية "فما نطلق عليه تسمية أخبار كاذبة ليس مفهوما محددًا بطريقة واضحة، هو في الحقيقة مفهوم أولي une prés-notion (وغالبا ذات طابع سلبي) رغم محاولات الباحثين توضيح طريقة انتشاره بمناهج إحصائية و امبريقية. ارتبط المفهوم بمفاهيم أخرى مثل الإشاعة و الكذب و الأحداث البديلة و الحقيقة المضادة إلخ... لكن، أيا كان المصطلح المستعمل و حتى النقاش الذي أثاره، لا يمكن أن ننكر أن له أبعاد اجتماعية و اقتصادية و سياسية" (Cetro, Cine, 2020)

الأخبار الملفقة بهذا المفهوم هي معلومات كاذبة أو مضللة لا يمكن التحقق منها و قد تنشر في صفحات ساخرة أو عبر وسائل الاعلام التقليدية أو قد تكون مجرد عناوين لاغراء للقراء للنقر على الروابط .

إذا كان المفهوم قد أخذ أبعادا سلبية لدى الكثير من الباحثين، هناك من يرى أن الظاهرة لا تستدعي كل هذا التضخيم و التخوف و هو ما أشار إليه (Saemmer , Jehel, 2020) من خلال استعراض مجموعة من الدراسات الاجتماعية:

• في حقيقة الأمر يجب التخفيف أو التقليل من هذا الشكل الجديد من أشكال الذعر الاجتماعي الذي ارتبط بالأخبار الكاذبة (Cardon, 2019)

• تشير استطلاعات الرأي العام إلى عدم تأثير الأخبار الكاذبة التي تنشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي على آراء الناخبين في إطار عمليات الدعاية الانتخابية (Broockman , Green, 2014)

- لا يبدو أن بعض الدول تستجيب أو تتكيف مع ظاهرة التضليل الجديدة التي ارتبطت ارتباطا وثيقا بالنماذج الاقتصادية للشبكات الاجتماعية رغم سعيها لاستحداث آليات رقابة مستحدثة على الأنترنت (Badouard, 2018)

أوضحت بعض الدراسات في علم الاجتماع الجزئي أن الأخبار الكاذبة و نظرية المؤامرة على شبكات التواصل الاجتماعي تندرج ضمن ممارسات اتصالية محددة إذ أن معظم مستخدمي الأنترنت الذين يشاركون هذا المحتوى لا يثقون في المصادر التقليدية و تشكل بذلك عملية استهلاك المصادر البديلة موقفا سياسيا ليس أكثر.

يمكن أن تكون عملية مشاركة الأخبار الكاذبة ماثلة لعملية أخذ الكلمة في الأماكن العامة والتي غالبا ما تحتوي خطابا سياسيا و تشكل جزءا من ديناميكيات التسييس، و تجسد أيضا رؤية للعالم و المجتمع الذي يلتزم به مستخدمو الأنترنت. هذا الشكل الجديد للتحدث علنا أو أخذ الكلمة في الفضاء العام سيكون شائعا بشكل خاص بين فئات السكان الذين يشعرون أنهم مستبعدون من الفضاء الإعلامي و النقاش العام (Taib, 2010) بعبارة أخرى " تعد ظاهرة الأخبار الكاذبة اليوم مؤشرا جديدا لظاهرة قديمة وهي أزمة الثقة السياسية في الديمقراطية الغربية و التي تتخذ شكل رفض سياسي و فكري و اعلامي من قبل فئات اجتماعية هي في تزايد مستمر" ¹² (Saemmer, Jehel, 2020)

بين مؤيد و منتقد، تظهر فئة ثالثة ترفض الاعتراف بمفهوم الأخبار الكاذبة إذ يرى بعض الباحثين مثل Tommaso أنه يجب الكف عن استعمال هذا المفهوم و البدء في التنديد به بصورة فعالة، و قدم بعض الأسباب لذلك : (Sauvagnau, Thibault, 2019)

- يتعلق السبب الأول بضعف المفهوم. في دراسة قام بها Tandoc و Lim و Ling في 2017 استعرض الباحثون مجمل التعاريف للأخبار الكاذبة استخلصت من 34 مقال علمي نشر بين 2003 و 2017 و توصلوا إلى أن المصطلح يشير إلى عدة معاني مثل الهجاء satire و المحاكاة الساخرة parodie و التصنيع fabrication و الدعاية propagande و التلاعب manipulation و الاشهار المتكامل publicité intégrée ، و كان Ethan Zukerman مدير معهد Center for Civic Media قد عرف الاخبار الكاذبة في مقال على مدونته بعنوان Stop saing Fake news بما يلي: " مصطلح غامض يشمل كل ما هو خاطئ (أخبار صحيحة و لكن لا تستحق اهتمامنا) أو دعاية (خطاب مشدد لدعم حزب أو آخر) أو تضليل (معلومات مضللة لزيادة الشك و عدم الثقة في المؤسسات)" (Sauvagnau, Thibault, 2019)

- نظرا للغموض الذي يكتنفه، مصطلح الأخبار الكاذبة ليس دقيقا من الناحية العلمية فحسب، بل إنه خطير جدا من الناحية السياسية لأنه يفسح المجال لاستخدامه كسلاح لتشويه الخصوم السياسيين. و نظرا أيضا لعدم وجود طريقة لتحديد الأخبار الكاذبة ، يصبح المصطلح أكثر من مجرد اتهام بلاغي. و لقد قدم Hossein Derakhshan و Claire Wardle المديرة العامة لمؤسسة First Draft (مؤسسة غير ربحية تصمم أهم المنصات الصحفية) تقريرا لمجلس أوروبا حول الأخبار الكاذبة مما جاء فيه: "بدأ استعمال

مصطلح الأخبار الكاذبة من طرف السياسيين لوصف التغطية الاخبارية التي لا تتوافق مع توجهاتهم. يصبح المصطلح بهذه الطريقة أداة يستطيع بواسطتها الأقوياء قمع الصحافة المستقلة و تقييدها و تقويضها و تجاوزها"

- تعرف الأخبار الكاذبة على أنها معلومات كاذبة أو متحيزة تنشرها وسائل الاعلام لاحداث نقاش عام و هو ما يجعلها تشبه أشكال سابقة من التضليل مثل الدعاية. صحيح أن الأخبار الكاذبة ترتبط بالمنصات الرقمية و الوسائط الاجتماعية، إلا أنها تتشارك في الكثير من السمات و الخصائص مع الدعاية باعتبارها محتوى مضلل و غير دقيق يروج لأهداف سياسية حزبية، و يهدف إلى إثارة ردود أفعال عاطفية، و يتكرر عبر عدة مصادر مع تضخيمه من خلال الاتصال فم أذن. و من المفارقات أن يميل الانتشار غير المسبوق للأخبار الكاذبة إلى إثارة نفس المخاوف التي ارتبطت منذ وقت طويل بالدعاية الكلاسيكية، بدلا من استهداف أخطار هذا النوع من التضليل.
- إن محاولة إظهار الأخبار الكاذبة كبداية لمرحلة "ما بعد الحقيقة" هو أمر مضلل لأنه يفترض وجود لحظة من التاريخ كان من الممكن التمييز بين الصحيح و الخطأ. إذا كان هناك درس يمكن تعلمه من نصف قرن من دراسات العلوم و التكنولوجيا، فهو أن الفصل بين الصواب و الخطأ لم يكن أبدا واضحا. بالطبع هذا لا يعني أنهما نفس الشيء، لكن هذا يعني أن معارضتهما ليست ثنائية أو مطلقة. (Sauvagnau, Thibault,) (2019)

3. خصائص الأخبار الكاذبة

قمنا باستخلاص مجموعة من الخصائص للأخبار الكاذبة جمعناها في ثلاث عناصر أساسية، و لقد شكل كتاب Badouard Romain ل Les fake news menacent-elles le debat public مرجعية للكثير من الباحثين لتحديد أهم خصائص الأخبار الكاذبة و قد حاولنا استعراض بعض من آرائه في هذا الجزء من الدراسة.

3-1- التلاعب بالأخبار لأغراض سياسية:

تكمن أولى هذه الخصائص في الاستعمال المتكرر للأخبار الكاذبة في المشهد السياسي. في الولايات المتحدة كما في أوروبا، يستخدم الأفراد أو الشبكات المنظمة التي تنتهي في الغالب لأقصى اليمين الأخبار الكاذبة للإساءة إلى خصومهم. و اتخذت هذه الممارسة شكلا غير مسبوق في الانتخابات الرئاسية الأمريكية.

بدأت الظاهرة مع ما عرف ب Pizzagate ، و هي إشاعة انطلقت من تغريدة عبر تويتر حول تورط John Podesta مدير الحملة الانتخابية ل Hillary Clinton في شبكة للتجارة الجنسية للأطفال. انتشرت الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أكتوبر 2016 رغم تكذيبها من طرف وسائل الاعلام الجماهيرية الأمريكية و موقع PolitiFact و هو أحد أقدم المواقع الالكترونية الأمريكية و كانت أحد أسباب خسارة Hillary Clinton في الانتخابات الرئاسية الأمريكية.

قام موقع ويكيليكس في 26 جويليا 2016 بنشر حوالي 20 ألف رسالة للحزب الجمهوري أي يومين قبل تعيين الحزب لمرشحه للانتخابات الرئاسية. أظهرت الرسائل دعم الحزب ل Hillary Clinton على حساب المترشح Bernie Sanders، و دفعت هذه التسريبات إلى استقالة خمسة أعضاء من الحزب الديمقراطي. وفي 4 أكتوبر 2016 عقد Assange ندوة صحفية بمناسبة مرور 10 سنوات على انشاء ويكيليكس، وتم نشر الخبر من طرف مؤيدي Trump و غرد Roger Stone قائلا: "أثق كليا في بطلي Assange الذي سيخبر الشعب الأمريكي" و ختم تغريدته بعبارة الشهيرة Locker Up (Escande-Guaquie, 2019)

بعد سنة واحدة أي في 2017 تم تسريب الآلاف من الرسائل من الفريق الانتخابي ل Emmanuel Macron بالاضافة إلى رسائل أخرى كاذبة و ملفقة على بعد ساعات من الدور الثاني للانتخابات الرئاسية الفرنسية و هو ما عرف ب Macron Leaks، ولقد تم نشر صور و ملاحظات و محادثات خاصة للفريق الانتخابي ل Macron، و جاءت التسريبات من ويكيليكس و المواقع الالكترونية الروسية Russiatoday و Sputnik. خلص تحليل كمي قامت به Societe Bamako ل 8 ملايين تغريدة على تويتر و فايس بوك خلال الانتخابات الرئاسية الفرنسية إلى أن ربع هذه الوصلات هي معلومات مزيفة تم انتاجها لأغراض دعائية للتأثير على سلوك الناخبين (Collectifs, 2018) و هو ما دفع Entreprise-Nation إلى منع الوكالتين الروسيتين من بث اشهارها على تويتر، كما نادى البعض بضرورة إيقاف بث قناة روسيا اليوم في فرنسا و هو ما جعل الكثير من المختصين يتخوفون أن تفتح هذه الممارسات الباب نحو مزيدا من القمع للحريات و الآراء للأنظمة تحت غطاء محاربة الأخبار الكاذبة خاصة بعد إعلان نائب رئيس الاتحاد الأوروبي Fans Timmermans: " في عصرنا، أصبح تدفق المعلومات و التضليل هو الامر الغالب، و الاتحاد الأوروبي لديه مهمة حماية مواطنيه من الأخبار الكاذبة و إدارة المعلومات التي يتلقونها" و هو ما فتح الباب للكثير من التساؤلات: " هل ستصبح كل معلومة مزعجة معلومة كاذبة؟ لنكن أكثر وضوحا: هل هذه المطاردة للعالم الغربي للأخبار الكاذبة.. هذا الوعي المفاجئ.. هذه الضرورة الملحة لحماية المواطنين من الأخبار الكاذبة.. ألا تختبأ تحتها نوايا سيئة للمساس بالديموقراطية..؟" (Chatelain, 2019)

2-3- السوق المالي للأخبار الكاذبة:

قد يكون الهدف من الأخبار الكاذبة هو توليد أكبر عدد ممكن من الاعلانات بالاعتماد على النموذج الاقتصادي للشبكات الاجتماعية. تعتمد منصة فايس بوك في معظم إيراداتها التي بلغت 86 مليار دولار في 2021

(Grumbach, 2022) على بيع المساحات الشهيرة على الروابط الاخبارية لمستعملها. و تكمن قوتها الحقيقية فيما تقدمه للمعلنين من معلومات لاستهداف الجمهور بناء على خصائصهم الديموغرافية (العمر- الجنس- مكان الإقامة) أو التفضيلات الثقافية (الأذواق الموسيقية- السلوك الشرائي) و ذلك بالاعتماد على البيانات التي تجمعها المنصة حول مستخدمي الأنترنت. تصبح بذلك فايس بوك منصة جد جذابة لنقل الأخبار الكاذبة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور (أكثر من 3 ملايين مستخدم) ، و هو ما يحقق لها مداخيل شهرية

معتبرة باعتبار الأخبار الكاذبة منتجات تنافسية في سوق المعلومات التي تمثلها الشبكات الاجتماعية اليوم: "فمن خلال النقرات و الأسهم و التغذية العكسية تساهم الأخبار الكاذبة في النمو الاقتصادي للشبكات. فتنامي ظاهرة الأخبار الكاذبة على الأنترنت مرتبط بالديناميكية الاقتصادية لشبكات التواصل الاجتماعي من خلال زيادة المحتوى و إثارة ردود أفعال المستخدمين" (Collectifs, 2018)

أكد تحقيق لجريدة Guardian أن حوالي 100 شاب يقطنون ضواحي مدينة Macedoine عرفوا باسم "المشاغبين عبر النت" قاموا بإنشاء مجموعة من المواقع (USconservative- DonaldTrumpNews- TrumpVision365.com- Today.com) ونشروا فيها صور سلبية لخصوم Trump و هو ما حقق لهم عائدات اشهارية في حدود 5000 يورو شهريا للتحويل الأخبار الكاذبة إلى نوع من المؤسسة التجارية تحقق لمروجها مداخيل اشهارية، فلقد تراوحت مداخيل Justin Colen (المعروف بعرب للأخبار الكاذبة في الولايات المتحدة) بين 10 و 30 ألف دولار شهريا ، أما Paul Horner فوصلت مداخيله الاشهارية إلى 10 آلاف دولار بفضل مواقع موابية ل Trump مثل ABC news.com. تحولت إذن مواقع التواصل الاجتماعي إلى سوق جديد للأخبار، فلقد أظهرت دراسة ل Digital New Report (أجريت الدراسة في 2017 لصالح Reuters Institut و شملت 36 دولة) أظهرت، أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت المصدر الرئيسي للأخبار للشريحة العمرية 18- 24 سنة. تأخذ هذه الدراسة أهميتها إذا علمنا المكانة التي أصبحت تحتلها الأخبار الكاذبة على الشبكات الاجتماعية.

3-3- من الحرب العسكرية إلى الحرب الاعلامية:

قدمت التكنولوجيا امكانات مذهلة للدعاية عبر الأنترنت فلقد أصبحت الأرضيات الرقمية و مواقع التواصل الاجتماعي مسرحا جديدا لفرض الهيمنة في المجال الدولي: "أعطى المشهد الاتصالي الجديد مكانة جديدة للدعاية و التضليل الاعلامي من قبل مختلف الجهات الفاعلة في الأزمان، فالحرب الاعلامية اليوم قد تعني حروب تضليلية بعدما تطورت في العشر سنوات الأخيرة الاستراتيجيات الاتصالية للدول التي أصبحت تعتمد على سرد القصص الكاذبة وجماعات الضغط والصحفيين والمدونين" (Cauvancy, 2018). أدى هجوم إلكتروني مخطط من خلال قرصنة مجموعة من المواقع الاعلامية إلى اندلاع أزمة الخليج في 2017، بالاعتماد أيضا على وسائل الاعلام التقليدية ذات النفوذ الواسع في المنطقة، و هو ما أدى حسب الباحثين إلى تشكيل بيئة معلوماتية للصراع.

في 23 ماي 2017 تم قرصنة الموقع الإلكتروني للوكالة القطرية للأنباء لنشر خطاب ألقاه أمير قطر أثناء حفل عسكري، و لقد تضمن الخطاب انتقادات لإدارة Trump، و صرح الأمير في نفس الخطاب أن القاعدة الأمريكية العسكرية التي تقع فوق أراضي قطر هدفها هو حماية الإمارة من أطماع الدول المجاورة. اعترف الأمير في نفس الخطاب بحماس كيمثل شرعي للشعب الفلسطيني و إيران كقوة اسلامية إقليمية، و وصف العلاقات مع إسرائيل بالمتمازة. بعد دقائق فقط من المنشور الأول، نزلت على تويتر ثلاث رسائل لوكالة الأنباء القطرية:

- سيعقد وزير الخارجية القطري مؤتمر صحفي لفضح مخطط يستهدف الشعب القطري

- تقف كل من السعودية والإمارات و الكويت و مصر و البحرين وراء هذا المخطط
- طرد سفراء هذه الدول من قطر و استدعاء سفراء قطر من الدول الخمسة

تم في ظرف دقائق نشر البيان الملفق في وسائل الاعلام السعودية و الإماراتية ليغزو المواقع الالكترونية للبلدين في 20 دقيقة، و بين الساعة 00.21 و 03.28 استضافت قناتي العربية و سكاى نيوز 11 رجل سياسي و محلل ليصبح الخبر الكاذب الحدث البارز في مجمل القنوات رغم التكذيب الذي صدر من قطر لشهد لأول مرة تحالف بين الأرضيات الرقمية و وسائل الاعلام التقليدية لبث و إشاعة الأخبار الكاذبة. و في نفس اليوم و تزامنا مع الهجوم السبرنيطقي عقدت ندوة لمجموعة من الكتاب و الباحثين من طرف Hudson Institute في الولايات المتحدة لمناقشة علاقة قطر بالإخوان مع نشر مقالات في 13 جريدة أمريكية حول الخطر الذي تشكله قطر على استقرار منطقة الشرق الأوسط، و انتشرت الأخبار الكاذبة بسرعة مذهلة، و من مصدر واحد بعد تعذر الولوج إلى تطبيق الجزيرة و موقعها الالكتروني في السعودية و الامارات في 24 ماي 2017 . للتذكير فقط، كان الرئيس الأمريكي قد قام بزيارة للسعودية قبل يومين من هذه الحادثة، أي في 21 ماي و أعرب عن مساندته للمملكة. في مقال نشر في واشنطن بوست في 7 جوان كتب الباحث Marc Jones : "تم انشاء الآلاف من الحسابات المزيفة قبل زيارة Trump للرياض، و هي حسابات تطرقت إلى علاقات قطر مع الإخوان وحماس و تقاربها مع إيران" (Cauvancy, 2018)

ثانياً: الأخبار الكاذبة و الجدل الأكاديمي حول محترفها و أشكالها و آثارها

رغم كل هذا الجدل الأكاديمي حول الأخبار الكاذبة أو الملفة أو الزائفة، إلا أنه لا يمكن أن ننكر وجود الظاهرة وانتشارها في السنوات الأخيرة. يؤكد بعض الباحثين أنه لا يمكن انكار ارتباط الظاهرة بوسائل الاعلام التقليدية مما يجعلها شكلا جديدا من أشكال التضليل الإعلامي، كما حذر آخرون من خطر تحول محاربة الأخبار الكاذبة إلى ذريعة لقمع الحريات و الكلمة الحرة، و لا يمكن في هذا الإطار اهمال الفريق الثالث من الباحثين الذي بين كيف تحولت المنصات الرقمية إلى فضاء خصب لتزييف الحقائق و توجيه الراي العام.

1. الأخبار الكاذبة أو الشكل الجديد للتضليل الإعلامي

في دراسة تحت عنوان Faut'il avoir peur des fake news قدمت لنا الباحثة Fau-Meigs Divina بعض الإجابات من خلال الوقوف على أهم المحطات التاريخية لوسائل الاعلام.

اعتمدت وسائل الاعلام حسب الباحثة في بدايتها على قاعدة 5W التي وضعتها L'Associated Press لتحرير الأخبار: من فعل ماذا؟ متى؟ أين؟ لماذا؟ و هو ما أدى إلى بروز مؤشرات الجودة في مجال الاعلام مع تطوير نموذج اقتصادي مبني على الاشهار، الأمر الذي قدم لوسائل الاعلام نوع من الاستقلالية عن الأحزاب السياسية و فتح المجال للتنافس التجاري فيما اصطلح عليه ب"سوق الأفكار".

رسخت هذه الفترة حسب Olivier Mendel Holmes مفاهيم الحيادية والمصدقية والزاهة ودقة المصدر وقوة الحجة والموضوعية من خلال وجود لجنة للتحريير تقوم بالتدقيق في صحة المعلومات قبل نشرها. ويقدم الصحفيون في هذا " النظام للحقيقة" كما أسمته الباحثة كل أنواع الأدلة (اقتباسات- احصائيات- المصدر) مع اعطاء دور للجمهور في هذه العملية من خلال السماح له بالحكم على مدى مصداقية المعلومة بناء على تجربتهم الخاصة، ومدى ثقتهم في وسائل الاعلام مع امكانية انتقادها في حال افتقارهم للموضوعية أو المصدقية أو حدوث انزلاق أو انتشار شائعات، وهو أساس "عقد وسائل الاعلام الجماهيرية" حسب Patrick Charadeau الذي يؤسس للصحفي كطرف ثالث موثوق. (Fau-Meigs, 2019)

لم تنتظر المصدقية حسب الباحثة ظهور الأخبار الكاذبة حتى يتم المساس بها. لقد أصبحت آلية في حد ذاتها من خلال تقديم وجهات نظر متعارضة يتم استقطابها بشكل ممنهج، أو الاستعانة بخبراء يتم اختيارهم لهذا الغرض.

تزايد اعتماد وسائل الاعلام على الإشهار والمعلنين لضمان بقاءها واستمراريتها بعدما أصبحت جزءا من عالم الأعمال والمال لينتقل المحتوى من الأحداث السياسية والاجتماعية إلى الأحداث الرياضية والأحداث العامة وأخبار المشاهير، مع تقلص مساحات الصحف ووقت البرامج لصالح الاشهار، ودور وتأثير أكبر لمصالح التسويق على المستثمرين وملاك وسائل الاعلام. ولقد عرف هذا الاتجاه منحى تصاعدي بين الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي بعدما انتقلت ملكية وسائل الاعلام إلى مجموعات صغيرة في الولايات المتحدة وأوروبا حيث ضمت Boyges في 1987 قناة TF1 أما أكبر الصحف فعادت إلى Lagardère و Dassaut ، ومع نهاية القرن الماضي كانت ست (06) مجموعات عالمية تستحوذ على 90 % من السوق الاعلامية في الولايات المتحدة وهي: - Viacom- Time Warner- NewsCorp - Bertelsman- Concast Disney - ، أدى ذلك إلى تبعية متزايدة للصحافيين لرجال السياسة والمال وتنامي عدم الثقة في وسائل الاعلام، فحسب دراسة أجرتها Kantar Sofres عام 2017 فإن ثلث الجمهور الفرنسي والأمريكي يعتقد أن الصحفيين يتلقون ضغوطات من رجال المال والسلطة (Fau-Meigs, 2019)، ليزداد الأمر سوءا مع تحول وسائل الاعلام نحو شبكة الأنترنت لنشهد انخفاضا في عدد العاملين في قطاع الاعلام مع التوجه نحو المدونين وصحافة المواطن وهو ما أثر على جودة العمل الصحفي ومصدقية المعلومة والمهنية والاحترافية بعدما انتقل الخبر من غرف التحرير إلى منصات الفضاء الرقمي.

2. الاخبار الكاذبة حقيقة ام ذريعة للحد من حرية التعبير

يرى بعض الباحثين أن الأخبار الكاذبة أصبحت مجرد غطاء تختبأ وراءه الأنظمة السياسية والحكومات للتقليص من حرية التعبير والوقوف أمام الكلمة المعارضة، وهو الموقف الذي تبناه Teterel Nicolas في كتابه Les esclaves de l'anthropocène، فالاعفاء الضريبي والدعم الذي تقدمه الحكومات للكثير من الصحف والمجلات ما هو في الحقيقة إلا طرق ملتوية لتجنيد هؤلاء للدعاية لسياساتها ومشاريعها والتصدي للحملات المناهضة لبرامجها وقراراتها.

وصل دعم الحكومة الفرنسية للصحف و المجلات إلى حوالي 2 مليار دولار سنويا إذ تم منح 80 مليون يورو في 2016 كمساعدات مباشرة ذهبت لـ 12 مليون منها لـ Bernard Arnault صاحب مجموعة Le Parisien و Les Echos و Aujourd'hui en France و l'Opinion (أي ما يعادل 15% من مجموع المساعدات المباشرة) و 7 مليون لـ Patrick Drahi صاحب مجموعة Libération و Express و BFMWC و RMC و 6 مليون لـ Feu Serge Dassault مالك جريدة Le Figaro، كما تستفيد هذه المجموعات من إعانات مقدمة من قوقل و فيسبوك وصلت إلى 60 مليون ما بين 2013 و 2016 و هو ما سمح بانقاذ جريدتي Le Monde و Libération، فالأولى وصل عجزها المالي 15 مليون يورو و الثانية 17 مليون يورو: "هذه القرابة بين الصحافة و حفنة من الأثرياء و البنوك و الدولة أمر مقلق للغاية، و نعرف جيدا أنه من دون هؤلاء الرعاة المهتمين ستختفي الصحافة التي هي حاليا في حالة انعاش، ف Le Monde و BFMWC و Libération و France Television و France Médias Monde و L'Express و 20 Minutes تزيد من مداخيلها من خلال مطاردة ما يسمى بالأخبار الكاذبة على فيسبوك إذ تقوم checknews التابعة لـ Libération و Decodex التابعة لـ Le Monde بتصنيف المواقع وفقا لمصادقيتها، حتى أن الجريدتين لم تعد تسمح بالتعليق على مقالاتها على شبكة الويب" (2020، Teterel). كل هذه المساعدات المسمومة حسب تعبير Teterel Nicolas كانت لها نتيجة حتمية و هي "توحيد المعلومة"، و تعود بنا الذاكرة هنا إلى السبعينات من القرن الماضي أين أطلقت وكالة الاستخبارات الأمريكية CIA عملية Mocking Bird التي جندت من خلالها 3000 عميل لمراقبة 400 صحفي أمريكي. و ذهب المراسل الألماني Udo Ulkotte في نفس الاتجاه في كتابه Gekaufte Journalisten إذ أكد أن وكالة الاستخبارات الأمريكية مستمرة في نشر مقالات دعائية في أوروبا مقابل دعمها للصحف التي تشهد تراجع كبير في مبيعاتها في السنوات الأخيرة، فالجريدة الألمانية Bild تراجعت مبيعاتها إلى 800 ألف نسخة يوميا مقابل 5 ملايين نسخة في السنوات الماضية.

أثر المرور نحو الوسائط الرقمية بشكل كبير على قطاع الاعلام التقليدي و هو ما أدى إلى انهيار النموذج الاقتصادي القائم على الاشهار، فلقد انتقلت مداخيل الاشهار للصحف في الولايات المتحدة من 63,5 مليون دولار في عام 2000 إلى 23 مليون دولار في 2013، و هو ما أدى بالعديد من الصحف إلى اعلان افلاسها و انخفاض عدد الوظائف في هذا القطاع إلى النصف، و على سبيل المثال لا الحصر اضطرت نيويورك تايمز التي تأسست في 1851 إلى بيع مقرها إلى مؤسسة Snapchat التي تم انشاؤها في 2011 و تجاوز رقم أعمالها 100 مليار دولار في 2021، أما الواشنطن بوست فلقد اشتراها ملك أمازون Jeff Bezos في 2013 (Grumbach, 2022)

لم يعد إذن بإمكان الصحف و المجلات بسبب شح المداخيل الاشهارية الاعتماد على صحفيين و مصورين مهنيين و شبكة من المراسلين عبر العالم لجمع الأخبار و معالجتها و هو ما دفعها للجوء إلى أكبر الوكالات الإعلامية للقيام بهذه المهمة وهي ثلاث وكالات عالمية (Agence France Presse – Reuters - Associated Press): "مما يعني أن مصدر المعلومة أو حتى الصورة التي نلقاها حول العالم (حروب- نزاعات- انتخابات- كوارث طبيعية...إلخ) تصنعها الوكالات الثلاث و هو ما يجعلنا نطرح العديد من التساؤلات حول

طبيعة هذه الهيمنة التي يراها البعض شكل من أشكال احتكار المعلومة و هو ما يفتح الباب واسعا نحو أحادية التوجه وحتى صناعة وفبركة وتزييف الحقائق" (Teterel, 2020). تقدم لنا هذه القراءة وجه آخر غير تقليدي لتزييف الحقائق اتخذ شكلين رئيسين:

- الاحتكار الذي تمارسه الحكومات عن طريق الدعم المادي للصحف بسبب تراجع مبيعاتها و مداخيلها الاشهارية
- تتحكم ثلاث وكالات أنباء عالمية في المادة الإعلامية التي تستفيد منها الآلاف من الصحف و المجلات عبر العالم

3. GAFAM دكتاتورية المعلومة أو الوجه الآخر لتزييف الحقائق

أصبحت امبراطوريات الويب (ميكروسوفت- آبل- فيسبوك- أمازون- قوقل) تشكل المصدر الرئيسي لانتاج و نشر المعلومة عبر العالم مما يعطيها مساحة واسعة للتضليل و تزييف الحقائق، و قد يتخذ الأمر أشكال جد ذكية غير قابلة للرصد أو المتابعة .

لم يعد سرا اليوم أن فيسبوك و جوجل و تويتر و منصات رقمية أخرى متورطة فيما يعرف ب shadow banning و التي تعني تكميم أو خنق الأصوات المعارضة من خلال تقييد منشوراتهم عن طريق اخفائها أو عرضها على عدد قليل من المتابعين أو المشتركين في الصفحة و هو ما يتحقق بفضل خوارزميات تحدد ما يصلنا من منشورات و عدد الصفحات التي يمكننا الاشتراك بها و متابعتها. تقوم هذه التقنية أيضا بحذف الاعجابات و بعض المحتويات و تصفية المنشورات و إخفاء أضرار المشاركة و ترتيب التعليقات تلقائيا لمنع بعض المعلومات من الانتشار و الوصول إلى المتابعين، و يتم في أحيان أخرى قطع الحسابات على بعض المتابعين أو حتى حذف المنشور: "إذن القدرة على توجيه أو تحويل رأي الجماهير أصبحت حجر الزاوية لفلسفة القرن الحالي" حسب تعبير Nicolas Teterel.

تلجأ فيسبوك أيضا إلى تقنية astro-turing و هي تقنية دعائية تهدف إلى إعطاء انطباع خاطئ على السلوك العفوي أو الرأي العام على الأنترنت، و تسمح هذه التقنية من خلال زيادة عدد الاعجابات أو المشاركات و حتى التعليقات بتحفيز و إثارة المتابعين حول موضوع أو قضية ما، ولا يتطلب الأمر سوى تضخيم عدد الاعجابات (1000 اعجاب مثلا) ليصبح الخبر أو الإشاعة حقيقة، و ترجع هذه المهمة إلى من أصبح يعرف اليوم ب "المتصيدون المحترفون" troll professionnels و هم مجموعة من المعلقين يتقاضون رواتبهم لشن حرب المعلومات الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي بدعم من الخوارزميات و الذكاء الاصطناعي : "يكفي تقديم المزيد من المعلومات السلبية للمستخدم حتى تصبح مشاركته على الشبكة ذات طابع إيجابي أو سلبي....إنه سلاح دمار شامل ضد الديمقراطية يشير إلى أن تعبير الإرادة الحرة بدأ يفقد معناه بشكل خطير")

(Teterel, 2020)

استعملت شركة Cambridge Analytica معطيات وبيانات الملايين من حسابات الفاسبوك للتأثير على استفتاء البريكسيت والانتخابات الرئاسية الأمريكية والكينية في 2016. للتذكير كانت الشركة مملوكة منذ انشائها لـ CSL Group البريطانية المختصة في "العمليات النفسية العربية" و "الاتصال الاستراتيجي" ووصفت نفسها باعتبارها "وكالة عالمية لتسيير الانتخابات". تأسست CSL Group من طرف Nigel Oakes، ولقد تحولت إلى المجال العسكري والسياسي بعد تحقيقها النجاح في عالم التجارة، وشاركت حسب موقعها الإلكتروني في 25 حملة سياسية و انتخابية عبر العالم منذ 1994 (Bokanovski, 2021). أدت فضيحة Cambridge Analytica إلى استدعاء مجلس الشيوخ الأمريكي لـ Mark Zuckerberg مالك مجموعة فاسبوك في 2018 على خلفية نشر موقع BuzzFeed وثيقة داخلية لنائب رئيس المجموعة Bosworth جاء فيها: "نحن نربط الناس فيما بينهم. يمكن أن يكون لهذا عواقب إيجابية إذا كانت لديهم ردود فعل إيجابية، وقد تكون العواقب وخيمة إذا كانت ردود الفعل سلبية. يمكن أن يموت شخص ما في هجوم إرهابي إذا تم تنسيق هذا الهجوم بفضل شبكتنا. مع ذلك نحن نربط الناس فيما بينهم. الحقيقة أننا نثق ونؤمن بهذه العملية لدرجة أن أي شيء يزيد من هذه الرابطة هو أمر جيد بالنسبة لنا. نحن لا نفعل هذا لأنفسنا أو لزيادة قيمتنا في سوق الأوراق المالية. نحن نجعل الناس يرتبطون ويتواصلون فيما بينهم. نقطة. انتهى" (De Tarle, 2019)

لا يمكن أن نتجاهل الدور الذي تلعبه المنصات الرقمية اليوم في صنع و توجيه الرأي العام بما يتوافق مع مصالحها الاقتصادية و المالية و السياسية و هو ما جعل من الاخبار الكاذبة مادة دسمة لهذه المنصات لتحقيق أهدافها التجارية في غياب ميكانيزمات و آليات ملموسة للتحقق من صحة المعلومة، فلقد أوضحت دراسة لمؤسسة Edelman أجريت في 2018 و شملت عينة من 33 ألف شخص في 23 دولة، أوضحت أن 63 % من العينة المستجوبة لم تعد لديها الوسائل للتفريق بين الأخبار الكاذبة و الأعمال الصحفية الحقيقية، وفي نفس السياق نشرت La Rand Corporation (وهو احد أكبر معاهد البحث في الولايات المتحدة) تقريراً في 2018 يوضح آليات تحريف الحقيقة في الحياة العامة الأمريكية: (Eric Giuily et autres, 2019)

- اختلاف كبير بين الأمريكيين حول الأحداث و طريقة تحليلها و قراءتها، فعلى سبيل المثال تؤكد احصائيات وزارة العدل الأمريكية انخفاض معدلات الجريمة منذ 1973 في حين تشير عمليات سبر الآراء أن الأمريكيين يعتقدون أن معدلات الجريمة ارتفعت مقارنة بالسنوات الماضية
- عدم التفرقة بين الحدث و الرأي الشخصي حتى في وسائل الاعلام الكبيرة و قنوات الاخبار فجزء كبير من البث قائم على التعاليق و المناظرات
- تغلب الآراء و التجارب الشخصية على الأحداث و الحقائق، فالاحصائيات الخاصة بتقلص ظاهرة الهجرة غير الشرعية في الولايات المتحدة غالباً ما يتم تكذيبها من طرف تعاليق أو محادثات عبر منصات التواصل الاجتماعي و استناداً على تجارب شخصية
- تدني نسبة الثقة في مصادر المعلومات التقليدية، فحسب معهد Gallup انتقلت ثقة الأمريكيين في الكونغرس الأمريكي من 40% في 1973 إلى 12% في السنوات الأخيرة، و في الصحافة من 50 إلى 30%

.ii نتائج الدراسة

- رغم أن الصحفي الكندي Silverman هو أول من استعمل مصطلح fake news في 2014، إلا أنه لم يتم اعتماده بشكل واسع إلا في 2016 مع الحملة الانتخابية للرئاسيات الأمريكية
- إذا كان البعض يعتبر المصطلح جديد ارتبط ظهوره بالمنصات الرقمية، فإن البعض الآخر أرجع أصوله إلى عشرينات القرن الماضي إذ استعملت أكبر الصحف الأمريكية ما عرف آنذاك بـ "تدقيق الحقائق" fact checking لتمحيص الأخبار والتأكد من صحتها
- ازداد التخوف من الأخبار الكاذبة بعدما مكنت تكنولوجيا الاعلام والاتصال من صنع ونشر الخبر عبر منصات التواصل الاجتماعي أي خارج وسائل الاعلام التقليدية
- ما زال المفهوم في مرحلة النضج وكثيرا ما ارتبط بالدعاية والكذب والإشاعة وقد يتخذ شكل صورة أو فيديو أو معلومة أو عنوان ويتم نشره عبر الويب ووسائل الاعلام التقليدية
- ارتبطت الأخبار الكاذبة بعالم السياسة فلقد قدمت تكنولوجيا الاعلام والاتصال أدوات جديدة للدعاية بالاعتماد على سرد القصص الكاذبة وجماعات الضغط والصحافيين والمدونين، هي أيضا اليوم تولد إيرادات مالية معتبرة ضمن النموذج الاقتصادي الجديد للأرضيات الرقمية
- يرى بعض الباحثين أن الأخبار الكاذبة مجرد وجه جديد للتضليل الإعلامي الذي طالما مارسته وسائل الاعلام وكالات الأنباء
- قد يتم اللجوء لمحاربة الأخبار الكاذبة كغطاء للحد من حرية التعبير والمعارضة ولقد أصبحت سلاح فعال لدى الحكومات لتقييد الكلمة الحرة
- سمحت التكنولوجيا الرقمية لامبراطوريات الويب من التحكم في مصدر المعلومة وعملية نشرها و هو ما منحها مساحة واسعة لتحريف وتزييف الحقائق

.iii خاتمة:

يمكننا أن نستخلص مما عرضناه أن الأخبار الكاذبة أو الملفقة أو المزيفة لم ترتبط فقط بمنصات التواصل الاجتماعي، فالتضليل يمكن أن تمارسه وسائل الاعلام وكالات الأنباء والأرضيات الرقمية والأفراد من خلال حساباتهم الشخصية والمواقع والصفحات ومنتديات الدردشة...إلخ. وقد يأخذ التضليل شكل إشاعة أو معلومة كاذبة أو صورة مفبركة أو أرقام مضخمة أو حتى حجب بعض الآراء والحقائق للتأثير على الاتجاهات والآراء والسلوكيات والقرارات. يبقى أن الظاهرة ما زالت فتية وتحتاج مزيدا من الدراسات النظرية والتطبيقية، ويمكن كمرحلة أولى البدء بترجمة أهم الأدبيات التي كتبت باللغة الأجنبية لتقديم مادة علمية أولية لأساتذة وطلبة الدراسات العليا

1. Bokonovski Igor, Internet :Une plongée dans le web de l'influence, (Paris : Editions Balland, 2021)
2. Cetro Rosa, Cine Lorella, FAKE NEWS RUMEURS, INTOX...(Paris : L'Harmattan, 2020) p.12
3. Châtelain Yanic, Chronique du techno-monde, (Paris : Maxima, 2019) p.162
4. Chauvanay François ,Blocus du Qatar: L'offensive marquée, (Paris : Editions Herman,2018) , p.168
5. Chauvanay François ,Blocus du Qatar: L'offensive marquée, (Paris : Editions Herman,2018) p.164
6. Collectifs, Cahiers Français : L'information a l'heure du numérique, (Paris : La documentation Française, 2018) p.42
7. Collectifs, Cahiers Français : L'information a l'heure du numérique, (Paris : La documentation Française, 2018),p.49
8. Collectifs, Cahiers Français : L'information a l'heure du numérique, (Paris : La documentation Française, 2018),p.39
9. De Tarle, Antoine, La fin du journalisme ?, (Paris : Editions de P'Atelier, 2019) p-p.20-21
10. Escande-Guaquie Pauline, Comprendre la culture numérique, (Paris : Dunod, 2019), p.43
11. Escande-Guaquie Pauline, Comprendre la culture numérique, (Paris : Dunod, 2019) p.43
12. Escande-Guaquie Pauline, Comprendre la culture numérique, (Paris : Dunod, 2019) p.137
13. Fau-Meigs Divina, Faut 'il avoir peur des fake news, (Paris : La Documentation française,2019), p32
14. Fau-Meigs Divina, Faut 'il avoir peur des fake news, (Paris : La Documentation française,2019), p.30
15. Fau-Meigs Divina, Faut 'il avoir peur des fake news, (Paris : La Documentation française,2019)
16. Fiertag olivier, Nocetti Julien, Questions internationales : Les GAFAM : une histoire américaine, (Paris : La Documentation Française, 2021)
17. Giuily Eric, Coutureau Elisabeth, De l'art de faire dire du bien de soi par les autres, (Paris : François Bourin Editions, 2019) p.21
18. Grumbach Stephanie, L'empire des algorithmes, (Paris : Editions Armand Colin, 2022)
19. Jehel Sophie, Saemmer Alexandra, Education critique aux médias et a l'information numérique, (Paris : Presses de l'enssib, 2020), p.28
20. Jehel Sophie, Saemmer Alexandra, Education critique aux médias et a l'information numérique, (Paris : Presses de l'enssib, 2020)
21. Kintz Salome, DECODER LES FAUSSES NOUVELLES ET CONSTRUIRE SON IMAGE SUR LA BIBLIOTHEQUE, (Paris :Presses de L'enssib, 2020)
22. Kintz Salome, DECODER LES FAUSSES NOUVELLES ET CONSTRUIRE SON IMAGE SUR LA BIBLIOTHEQUE, (Paris :Presses de L'enssib, 2020) p-p.22-23
23. Laurent Bigot, Fact- checking vs Fake news, (Paris: INA, 2022)
24. Laurent Bigot, Fact- checking vs Fake news, (Paris: INA, 2022) p.35
25. Laurent Bigot, Fact- checking vs Fake news, (Paris: INA, 2022) p.35
26. Sauvagnau Florian , Thibault Simon, Les fausses nouvelles. Nouveaux visages, nouveaux défis, (Québec : Presses de l'Université Laval, 2019) p.54
27. Sauvagnau Florian , Thibault Simon, Les fausses nouvelles. Nouveaux visages, nouveaux défis, (Québec : Presses de l'Université Laval, 2019), p.20
28. Sauvagnau Florian , Thibault Simon, Les fausses nouvelles. Nouveaux visages, nouveaux défis, (Québec : Presses de l'Université Laval, 2019), p.18
29. Sauvagnau Florian , Thibault Simon, Les fausses nouvelles. Nouveaux visages, nouveaux défis, (Québec : Presses de l'Université Laval, 2019)
30. Teterel Nicolas, Les Esclaves de l'anthropocène , (Paris : Editions Yves Michel, 2020), p.61
31. Teterel Nicolas, Les Esclaves de l'anthropocène , (Paris : Editions Yves Michel, 2020), p.66
32. Teterel Nicolas, Les Esclaves de l'anthropocène , (Paris : Editions Yves Michel, 2020) p-p.35-36