



التربية الإعلامية والتصدي للأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية
نموذج عملي للتصدي
Media literacy and countering fake news on social networks
A practical model of confrontation

ليندة ضيف*

جامعة أم البواقي (الجزائر) linda.deif@univ-oeb.dz.

مخبر دراسات الإعلام والوسائط الرقمية

تاريخ النشر: 2024/12/31

تاريخ القبول: 2024/12/07

تاريخ الاستلام: 2024/10/09

DOI: 10.53284/2120-011-004-009

ملخص:

تبحث هذه الدراسة في التربية الإعلامية كألية للتصدي للأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية، من خلال التركيز على مهارات الانتقاء و النقد و التحليل كمهارات أساسية تمكن مستخدمي الشبكات الاجتماعية من التمييز بين الأخبار الحقيقية و الأخبار الكاذبة التي تؤدي إلى تزييف الحقائق و تضليلها، و يعد تطوير هذه المهارات لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية عملية أساسية حتى يتم مواجهة الأخبار الكاذبة التي زادت خصائص الشبكات من انتشارها دون أي رقابة. و خلصت إلى اقتراح نموذج عملي لمواجهة الأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية من خلال تطوير مهارات التربية الإعلامية لدى المستخدمين في التعامل معها و تحديد مصادرها، و تحليلها و نقدها، و مشاركتها مما يحد من التضليل و تزييف الحقائق .
كلمات مفتاحية: التربية الإعلامية، الأخبار الكاذبة، الشبكات الاجتماعية، التصدي النموذج.

Abstract:

This study examines media literacy as a mechanism to counter fake news on social networks by focusing on selection, critical thinking, and analytical skills as essential tools that enable social network users to distinguish between true and fake news. Fake news often leads to the falsification and manipulation of facts. Developing these skills among social network users is a crucial step in combating the spread of fake news, which has been amplified by the uncontrolled nature of these platforms. The study concludes by proposing a practical model to tackle fake news on social networks through the enhancement of media literacy skills. This model enables users to identify the sources of news, analyze and critique it, and share it responsibly, thus reducing misinformation and the distortion of facts.

Keywords: Media literacy, fake news, Social networks, Confrontation, Model.



1. مقدمة:

أصبحت التربية الإعلامية أكثر من ضرورة في العصر الحالي، الذي عرف العديد من التغيرات في مجال نقل المعلومات و تداولها، وأصبح العالم فضاء مفتوحا بفضل التطورات التكنولوجية التي قضت على الحواجز الجغرافية و الزمنية في تداول المعلومات، وحدث أيضا من الرقابة المفروضة، ليجد المستخدم نفسه أمام كم هائل من المعلومات، و التي يجهل طريقة التعامل معها، و حتى تسييرها، ويمكن القول أنّ هذا الكم الهائل من المعلومات يجعل المستخدم في متاهة حقيقية لأنه لا يدري في كثير من الحالات كيف يتصرف هل يصدق أم لا ، هل يقتنع، كيف يؤول ، هل ما قيل هي الحقيقة، خاصة في ظل انتشار الأخبار الكاذبة و المضللة التي تزيف الحقائق، و هي في الغالب أخبار تنتشر بسرعة كبيرة و يتم تداولها و مشاركتها بين الأفراد عبر العديد من الوسائط خاصة الشبكات الاجتماعية التي ساهمت بشكل كبير في انتشار الأخبار الكاذبة و الترويج لها، الأمر الذي أثر على المستخدم و جعله يفتقد الأسلوب المناسب في التعامل معها و حتى التمييز بين الأخبار الحقيقية و الكاذبة.

و عليه فإنّ المستخدم بحاجة إلى تعلم مهارات التعامل مع الأخبار عبر الشبكات الاجتماعية بصفتها منتجا و مشاركا لها ، و هذا ما يفرض البحث في الآليات التي تساعد في التصدي للأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية، و التي أهمها التربية الإعلامية التي تهدف إلى البناء الفكري و الوعي للمستخدم و الذي يحدد سلوكه في التعامل مع هذا النوع من الأخبار و التصدي له و الحد من تأثيراته السلبية في تضليل الرأي العام، و ابعاد الأفراد عن قضاياهم الأساسية و المصيرية التي تمس اهتمامهم، و تساعد على تطوير المجتمع و المساهمة الفعالة في بناءه انطلاقا من معرفة الحقائق كما هي و التي يتم على أساسها صنع القرارات و تنفيذها.

2. التربية الإعلامية أكثر من ضرورة في زمن شبكات التواصل الاجتماعي

غيرت شبكات التواصل الاجتماعي من ملامح البيئة الاتصالية، مستفيدة من خصائصها المتعارف عليها، حيث أصبح بإمكان أي مستخدم أن يكون منتجا للمعلومة و مصدرا لها و مستقبلها في آن واحد دون أي ضوابط، و بعيدا أيضا على أن يكون هذا المستخدم مؤهلا لنشرها، فالكثير من المستخدمين يتداولون المعلومات و يشاركونها مع الآخرين دون أي هدف لمجرد كبسة زر، أو لاعتقادهم أنّ نشر المعلومات يكسبهم المزيد من الإعجاب عبر الفضاء الافتراضي بعيدا عن البحث في طبيعة المضمون و مدى مناسبته للنشر، و مدى تأثيراته.

إنّ المستخدم في هذه الحالة بحاجة إلى الوعي الكامل بأنّ عملية نشر المعلومات تخضع لضوابط أخلاقية و ليس واجب يفرضه استخدام شبكات التواصل، فالتربية الإعلامية تفرض الوعي في التعامل مع المعلومات، و عدم الانسياق وراء العواطف و الأهواء بحجة أنّ هذا الفضاء مفتوحا لنقل الأخبار عن الآخرين و الأحداث لمجرد أنهم استقبلوها عبر حساباتهم، فالكثير منا يفتقد التعامل العقلاني المنطقي الذي يستند إلى الأدلة و الحجج ما يفتح المجال واسعاً لاختراق الشائعات حياة الأفراد، لتصبح هي الموجه الحقيقي لسلوكياتهم و حتى أحكامهم، إنّ التربية الإعلامية تعتبر السبيل الوحيد لإكساب الأفراد مهارات التعامل مع الرسائل الإعلامية بشكل عام و مع شبكات التواصل بشكل خاص، و هذه المهارة تتطلب القدرة على التمييز أنّ شبكات التواصل الاجتماعي ليست مصادر رسمية للمعلومة، إضافة إلى تنبيه العقل أنّ هذه المعلومات لا تشكل الحقائق المطلقة، كما أنّ ما يكتب من آراء تبقى وجهات نظر مرتبطة بالمستوى الفكري لأصحابها و خبراتهم الحياتية و لا تعكس الواقع.



لذلك تعد التربية الإعلامية أداة أساسية لعلاقة المستخدمين بالشبكات الاجتماعية سواء تحددت هذه العلاقة بإنتاج المحتوى أو مشاركته أو التفاعل معه، فهي تتيح الوعي واليقظة التي تجعل سلوك المستخدم إيجابيا وهادفا في الفضاء الافتراضي، وهذا ما يتطلب امتلاك مهارات التربية الإعلامية كمحددات أساسية لهذا السلوك، ليصبح بذلك المستخدم واعيا في انتقاء ونقد وتحليل ونتاج المضامين عبر الشبكات الاجتماعي، ومنها التمييز بين ما يتم نشره وتداوله من أخبار وتحديد مدى صدقها، لذلك تساعد التربية الإعلامية على التصدي للأخبار الكاذبة والمضللة من خلال الوعي الذي يمتلكه المستخدم والذي لا يمكن تحقيقه إلا عن طريق تطوير مهارات التربية الإعلامية التي يمكن تدريب المستخدم على امتلاكها تدريجيا حتى يكون مؤهلا لمواجهة التضليل والتزييف الناتج عن انتشار الأخبار الكاذبة .

وقد تنوعت مهارات التربية الإعلامية في ضبطها بين الباحثين والمفكرين إلا أنها تجمع كلها على معنى مشترك وهو سلوك الأفراد مع وسائل الإعلام والوسائط الجديدة لذلك فهي تتحدد في التقييم والانتقاء، وتحليل الرسالة الإعلامية وتجزئة عناصرها، إضافة إلى التمكن من الاستخدام من خلال القدرة على استخدام التكنولوجيا ووسائل الإعلام الرقمية ومشاركتها مع الآخرين (الصوصاع، 2022).

ومن جهة أخرى حدد باكينغهام مهارات التربية الإعلامية في معرفة الإجابة على الأسئلة الآتية:

أولا: أسئلة خاصة بالمؤسسة الإعلامية وتشمل من المرسل؟ من الرسالة؟ ومراحل إنتاجها.

ثانيا: أسئلة خاصة بالمضمون وتشمل طبيعة المضمون المقدم والفرق بينه وبين المضامين الأخرى والأشكال التي يتخذها.

ثالثا: أسئلة خاصة بالتكنولوجيا الإعلامية، وتشمل الوسائط التكنولوجية التي يتم توظيفها فيها في إنتاج المحتوى الإعلامي، حيث أن معرفتها تساعد الجمهور على التمييز بين الواقع الحقيقي والمصطنع بفعل تأثير التكنولوجيا.

رابعا: أسئلة خاصة باللغة الإعلامية: وتشمل الكشف عن توظيف الرموز والدلالات في الرسائل الإعلامية، والمعاني الضمنية والخفية والتي لا يمكن أن يكتشفها الجمهور بسهولة.

خامسا: أسئلة خاصة بالجمهور وتشمل سمات وخصائص الجمهور المستقبل للرسائل الإعلامية، وكيفية تفاعله وتقييمه لها (صفاء، 2022).

سادسا: أسئلة خاصة بالمؤثرات والاستمالات التي تستخدمها وسائل الإعلام لجذب الجمهور الذي لابد أن يدرك وجود هذه المؤثرات في الرسالة الإعلامية حتى يكتشف المضامين التي تهدف إلى الإثارة والتضليل عن تلك التي تقدم الواقع كما هو دون أي تزييف.

وبالنظر إلى المعاني التي تقوم عليها مهارات التربية الإعلامية يتضح لنا أنها تركز على الكثير من الأفكار التي تحدد سلوك الأفراد مع وسائل الإعلام والتي تتطلب أن يكون هذا السلوك واعيا انطلاقا من خلفية معرفية يجب أن يمتلكها الجمهور والتي يكتسبها بوجود مصادر متعددة للمعرفة تساعد على تشكيلها، وهذه المهارات تبرز أهميتها في التعامل مع الشبكات الاجتماعية بوصفها فضاء مفتوحا للنشر والمشاركة والتفاعل وصناعة مختلف المضامين، حتى يتشكل الوعي والادراك الذاتي للتعامل معا ما يتم تداوله ونشره من الكم الهائل من المعلومات والأخبار خاصة المغلوطة والمضللة التي تخلق التيهان وتشتت الفكر الذي يؤثر على اتخاذ القرارات المتعلقة بشؤون الحياة العامة وحتى القضايا المصيرية .



3. الأخبار الكاذبة و انتشارها عبر الفضاء الشبكات الاجتماعية :

عرفت الشبكات الاجتماعية انتشارا واسعا بين المستخدمين في مختلف مناطق العالم، وأصبحت أدوات أساسية لإنتاج ونشر المضامين المختلفة و التفاعل معها و مشاركتها دون أي قيود أو ضوابط، و ساعدت على خلق فضاءات افتراضية يقضي فيها العديد من الأفراد وقتهم من خلال اعتمادها كوسيلة للتواصل مع الآخرين و كمصادر للحصول على المعلومات و الأخبار، مما جعل هذه الشبكات تنشر أخبار مضللة و كاذبة مجهولة المصدر تخدم مصالح جهات معينة تسعى إلى التأثير في الرأي العام و توجيهه وفقا لأهداف قد تكون معلنة أو خفية للجهات التي تروج لها،

لقد ساعدت الوسائط الجديدة على الانتشار الكبير للأخبار الكاذبة حيث تعد فضاءا خصبا يغديه سهولة الاستخدام، و امتلاك الأفراد المستخدمين للتقنية التي تساعدهم على الولوج إلى الفضاء الافتراضي دون أي عوائق في كثير من الحالات ، و هذه الوسائط أصبحت أدوات أساسية لنقل المحتوى و تبادله و مشاركته مع المستخدمين الآخرين و هذت ما يؤكد سرعة الانتشار الذي تتميز به الوسائط الجديدة لا سيما الشبكات الاجتماعية كل ذلك جعلنا نشهد ارتفاعا كبيرا في تداول المعلومات المضللة و الأخبار المزيفة بمختلف أشكالها و أنواعها مع التقدم السريع في منصات التواصل الاجتماعي و امتلاك الفرد السلطة في بث هذه المعلومات دون رقيب أو حتى معايير مهنية في نقل الخبر و تغطية الحدث (الزعانين، 2021).

ويزداد الأمر خطورة بتطور تقنيات الفبركة الإعلامية التي قد تصل إلى حد يستحيل معه التفريق بين الحقيقة و الكذب خاصة مع ما يسمى بالديب فايكس **Deep Fakes** و هي التقنية التي يتم من خلالها فبركة فيديوهات بدقة متناهية تجعل من الأمر يبدو و كأنه حقيقة، و قد تم انتشار هذه التقنية بين العديد من الأفراد من خلال برنامج يسمى **FakeApp** فيك آب و هو تطبيق سهل الاستخدام يتيح تبديل الوجوه الحقيقية مجانا و بسهولة (رحموني، ديسمبر 2020).

و الأخبار الكاذبة حسب الباحثين و الدارسين تتخذ عدة أساليب من أجل القيام بوظائفها، و هذه الأساليب تختلف باختلاف المحتوى الذي يتم نشره، و من هذه الأساليب اعتماد أسلوب الهجاء و السخرية، و الربط الخاطئ فكثيرا ما تكون هناك أخبار تحمل عناوين ليس لها ارتباطا بالموضوع، إضافة إلى أسلوب الأخبار الملفقة التي تحمل مضامين كاذبة لا أساس لها من الصحة، و أسلوب المحتوى المنتحل حيث يتم فيه انتحال هوية شخصيات مشهورة سواء كانت سياسية أو فنية حيث يتم انتاج محتويات مفبركة باسم هذه الشخصيات، يتبعه أسلوب التلاعب بالمحتوى، و عدم ابراز الحقائق بشكل كامل (نبيل، جوان 2020).

و الأخبار الكاذبة تمارس سياسة الإلهاء، و خلق نوع من التششت الذهني في التعامل مع الأحداث و القضايا، و خلق حالة من التوتر النفسي و الترقب و تتبع مستمر، من أجل البحث عن الحقيقة، و يزداد الأمر تعقيدا في ظل انتشار كم هائل من التفاصيل الخاصة بالخبر من مصادر متعددة مع إضافة تفاصيل أخرى من طرف المستخدمين من خلال التفاعل عن طريق التعليق و المشاركة و النشر لأنه في كثير من الحالات تتم تقديم معلومات أخرى من وجهة نظر المستخدمين للشبكات الاجتماعية تكون بناء على تفسيراتهم الخاصة أو بناء على اعتمادهم على مصادر مجهولة الأمر الذي يزيد من التأثير السلبي للأخبار الكاذبة على أفكار و سلوك الأفراد.



ويزداد تأثير الأخبار الكاذبة في أوقات الأزمات والأحداث والقضايا ذات الاهتمام الواسع مما يفتح المجال واسعا أما نشر المزيد من الأخبار المرتبطة بتلك الحدث أو القضية والتي يكون الجمهور شغوفاً ومتابعها ، و قد بينت دراسة حول سيكولوجية الأخبار الكاذبة أنّ هناك مجموعة من الأسباب التي تؤدي بالناس إلى تصديق الأخبار الكاذبة ومشاركتها بعيدا عن التوجهات السياسية، وتمثل هذه الأسباب بشكل أساسي في ضعف القدرة على التمييز بين الأخبار الحقيقية والكاذبة إضافة والذي يرتبط بقلّة التفكير الدقيق والمعرفة ذات الصلة، إلى جانب ميل الناس إلى تصديق ما يبدو مألوفا بالنسبة لهم ومن مصدر يثقون به دون تدقيق، كما أنّ هناك فرق كبير بين ما يعتقد الماس وما يشاركونه عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويرجع ذلك إلى عدم الانتباه والتركيز وليس المشاركة المتعمدة للمعلومات المضلّة، فغالبا ما يشارك الناس الأخبار دون التفكير الدقيق في مدى صحتها . (Gordon Pennycook, May 2021)

لا سما و أنّ الأخبار الكاذبة تخاطب المشاعر والعواطف وتسعى إلى إثارة الصدمات وهذا ما يعزز من سرعة انتشارها والتفاعل معها بشكل واسع، لأنّ العواطف لا تتيح الفرصة للتفكير السليم والمنطقي حول مضمون الخبر والقدرة على تقييم مضمونه من خلال الرقابة الذاتية التي يمكن أن يمتلكها المستخدمون في التعامل مع هذا النوع من الأخبار، لذلك فإنّ امتلاك المعرفة حول الأخبار التي تنتشر عبر الشبكات الاجتماعية يساعد على معرفة خصائص الأخبار الكاذبة حيث يجب على المستخدم ادراك وجود هذا النوع من الأخبار وعدم الإقرار المطلق بمصداقية ما ينشر من أخبار.

4. التربية الإعلامية والتصدي للأخبار الكاذبة:

تهدف التربية الإعلامية بشكل أساسي في خلق وعي إعلامي لدى الفرد بشكل عام في التعامل مع وسائل الإعلام، وفي التعامل مع الوسائط الجديدة لا سيما الشبكات الاجتماعية بصفته مساهم في إنتاج المحتوى الذي ينشر وفي تلقيه، لذلك لا بد أن يمتلك المستخدم وعي ومهارات تساعده على الاستخدام الهادف لمضامين الشبكات الاجتماعية، والتعامل مع مختلف المواضيع التي تنشر من خلالها خاصة تلك التي تتصف بالتضليل وتزييف الحقائق والمعلومات بهدف توجيه الرأي العام وفق ما يخدم جهات ومصالح معينة، ولكي يتم تطوير مهارات التربية الإعلامية لدى مستخدمي الشبكات الاجتماعية.

تبرز العلاقة بين التربية الإعلامية والكاذبة في مجال واحد وهو المجال الإعلامي، وإن كان يبدو من الناحية الشكلية تناقضهما في المفهوم خاصة في مجال أهميتهما ودورهما وتأثيرهما، إلا أن تحديد العلاقة بينهما وتأثيرهما في الآخر يظهر من خلال الدور الإيجابي والسلبي لكلاهما وهذا ما يجعلنا نقول أنّ التربية الإعلامية بمفهومها الإيجابي تساعد على الحد من التأثير السلبي للشائعات في المجتمع، خاصة في ظل الفضاء الإلكتروني الذي يفتقد إلى الرقابة وغياب الضوابط القانونية والأخلاقية للنشر والمشاركة والتفاعل، خاصة وأنّ التربية الإعلامية إلى وجود مواطنين واعين قادرين على قراءة وتحليل وتقييم وفهم وإنتاج المحتوى الإعلامي . (سامي، 2019).

إنّ علاقة التربية الإعلامية بالكاذبة تتحدد في معنى أساسي هو كيف تساهم مهارات التربية الإعلامية في الحد منها والتصدي لها و إيقاف انتشارها وتأثيراتها السلبية على الرأي العام، وهذا المعنى يجب أن ينتقل إلى الواقع ويصبح ممارسة عملية من خلال اكتساب مستخدمي الوسائط الجديدة ولا سيما شبكات التواصل الاجتماعي مهارات التربية الإعلامية التي تمكنهم من التصدي للشائعات والقدرة على التمييز بين الأخبار الكاذبة والحقيقية، ويكون ذلك من خلال ما يلي :



4. 1 تحري مصادر الأخبار والمعلومات أهم مهارات التربية الإعلامية:

الكثير من مستخدمي الفضاء الافتراضي يتعرضون لكم هائل من المعلومات و الأخبار لدرجة أنّ المستخدم يقف مشتمت الذهن تائها في تحديد المصادر التي يصدقها و التي تكون في بعض الحالات متناقضة في الأخبار التي تنقلها، و عدم تحديد هذه المصادر فتح المجال واسعا للأخبار الزائفة التي عادة ما تنشر من طرف مصادر مجهولة الهوية، و بحسابات مزيفة لا يستطيع المستخدم في الغالب تحديد الجهة التي تنتمي إليها، لذلك التفكير في مصدر الخبر و طرح السؤال حول هويته و درجة المصادقية التي يتصف بها يزيد من القدرة على التمييز بين الأخبار الكاذبة و الحقيقية، لذلك يعد تحري مصادر الأخبار التي تنشر عبر الشبكات الاجتماعية أمرا مهما للتصدي للأخبار الكاذبة، و طرح السؤال من الذي ينشر؟ حول كل خبر نتعرض لها ضروري جد لمواجهة التأثيرات السلبية للأخبار التي نتعرض لها .

و تحديد مصدر الخبر يساعد على معرفة على معرفة الجهة المروجة له هي أولى مهارات التربية الإعلامية في التصدي للأخبار الكاذبة، لأن عدم اهتمام المستخدمين بمصادر الأخبار التي يتلقونها يدفعهم إلى التشتت الذهني و الانسياق وراء عدد كبير من المصادر في تتبع أخبار الأحداث و القضايا لا سيما في ظل انتشار تداول الأخبار من عدة مصادر، و على الرغم من صعوبة تحديد مصادر الكثير من الأخبار بالنسبة للكثير من مستخدمي الشبكات الاجتماعي إلا أنها مهارة تكتسب مع الممارسة و التدريب و التجربة.

4. 2 مهارة التحليل :

بشكل عام لا يمكن التسليم بما ينشر من أخبار دون التفصيل في عناصرها الأساسية و التي تختصر في الإجابة على الأسئلة الستة للخبر وهي من؟ ماذا؟ أين؟ متى؟ لماذا؟ وكيف؟ وهي أسئلة مهمة تساعد على تحليل الخبر و كشف عناصره، و هي مهارة مطلوبة لفهم الأخبار و خلفياتها و سياقاتها، و بالتالي امتلاك القدرة على معرفة الأخبار المضللة التي تبدو عناصرها مهمة في الكثير من الحالات، و التي قد لا تعطي سرعة انتشارها الفرصة للمستخدمين لتحليلها و فهمها.

و عليه يعد وعي و إدراك مستخدمي الشبكات الاجتماعية بضرورة التفكير و تحليل الأخبار أحد أهم القواعد لتطوير مهارة التحليل، و عليه التصدي لكل محاولة للتضليل و تزيف الحقائق و السيطرة على الرأي و توجيهه وفقا للمسار الذي يخدم مصالح الجهات المروجة لهذا النوع من الأخبار، و يمكن القول أنّ مهارة التحليل تساعد على حماية المستخدمين من الانسياق حول الإشاعات و تصديقها و حتى نشرها في الكثير دون الوصول إلى الحقائق التي يحتاجها خاصة في أوقات الأزمات و القضايا الحساسة التي يتوقف اتخاذ القرار فيها على المعلومات الموثوقة و الدقيقة.

و تحليل الأخبار يمتد أيضا ليشمل تحليل اللغة المستعملة فيها و التركيز على الألفاظ و العبارات المستخدمة في بناء الخبر لأن التركيز على كلمات محددة و تكرارها يعطي الكثير من الإيحاءات التي تدل على تركيز ناشر الخبر على تمرير أفكار معينة و جذب الانتباه حولها من أجل استمالة عواطف المستخدمين بهدف التأثير عليهم و جعلهم يشاركون الخبر دون التأكد من صحته مما يروج بشكل كبير للأخبار الكاذبة و تأثيراتها السلبية، و ما ينطبق على اللغة ينطبق على الصورة المرافقة للأخبار المنتشرة عبر الشبكات الاجتماعية التي من الصعب جدا تحديد مدى صدقها خاصة في مع ازدياد توظيف الصور المفبركة و مقاطع الفيديو المزيفة، و ادراك مروجي الأخبار لقدرة الصورة على التأثير و الترويج للخبر بشكل أكبر من الكلمات، و عليه تبقى الصورة دائما محل تساؤل عن مدى حقيقتها و هذا ما يجب ادراكه من طرف مستخدمي الشبكات الاجتماعية في تعاملهم مع الأخبار التي يتلقونها، كما أنّ هناك العديد من التطبيقات



و البرامج التي تساعد على التأكد من صحة الصور على غرار محرك البحث Google imageK ، وبرنامج RevEye reverse و image برنامج و Izitru وهو برنامج يقوم بتحليل الصور عبر اختبار دقيق لمدة 6 دقائق ينتهي بإعداد تقرير شامل للمستخدم يكشف حالة الصورة و مكان التقاطها و الزمان و الوقت المحدد و معلومات أخرى و في حالة ظهور بنتيجة التقرير أنّ الصورة مفبركة يتم تحديد البرنامج الذي تم استخدامه لتعديل الصورة و فبركة العناصر و تزييفها (، Cyber- Arabs .com ، 2024) لذلك من الضروري وعي المستخدمين بأهمية استخدام هذه البرامج من أجل التحقق من الصور المصاحبة للأخبار التي يتلقونها ، و حسب استراتيجية لينين ماكبراين للتربية الإعلامية فإن كشف التقنيات الإعلامية المستخدمة يمكن الأفراد من معرفة الكيفية التي تبنى بها الرسالة الإعلامية و التعرف على الكيفية التي تخلق بها الوسائل الإعلامية الأخبار الكاذبة و التضليل و التشويه للعالم الحقيقي (صفاء، 2022) .

و ما ينطبق على الرسائل الإعلامية ينطبق على المحتوى الرقمي و ما يتم تداوله من أخبار و معلومات عبر الشبكات الاجتماعية فامتلاك مهارة تحليل هذه الأخبار و التعرف على عناصرها يؤدي إلى إدراك الطريقة التي يتم من خلالها بناء الخبر و إن كان حقيقيا أو مزيفا.

3.4 مهارة النقد:

ترتبط مهارة النقد بوجود تفكير نقدي يساعد على تطوير مهارات التعامل مع الرسائل الإعلامية، فالمتلقي أو المستخدم مطالب بامتلاك هذه المهارة لا سيما في مجال البيئة الرقمية التي تتميز بالتعامل مع كم هائل من المعلومات و الأخبار، و على الرغم من وجود العديد من المقاربات الفكرية و الفلسفية التي عرفت النقد و التفكير النقدي إلا أننا ما همنا هو الإسقاط الفكري و المعرفية لهذه التعريفات على التفكير النقدي كمهارة مرتبطة بالتربية الإعلامية بشكل عام و التربية الرقمية في التصدي للأخبار الكاذبة.

و يمكن القول أنّ مهارة النقد تحتاج إلى التطوير عن طريق الممارسة و التدريب فالمستخدم مطالب بالابتعاد عن التأويلات الجاهزة في تعامله مع الأخبار التي تنشر عبر الشبكات الاجتماعية و محاولة النقد لا يمكن أن يكون فعالا إلا عن طريق امتلاك المعرفة واثراء الرصيد المعرفي من مصادر معرفية متنوعة من أجل استغلال هذه المعلومات في ابداء الرأي و ابراز خلفيات الأخبار و أهداف مروجها و المنحى الذي ستأخذه بعيدا عن أي تحيز، و يعرف البعض التفكير النقدي على أنه القدرة على التفكير التأملي لاتخاذ موقف من اعتقاد أو فعلا ما، و لقد ركزت الكثير من الدراسات على دور التفكير النقدي بالنسبة للأفراد غي مختلف البيئات الاتصالية ابتداء من المدرسة وصولا إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي حرصا منها على الارتفاع بوعي الأفراد وبناء تفكير نقدي لديهم بوصفه جزء لا يتجزأ من مشروع التربية الإعلامية الحديثة و القديمة (رابح، 2017).

و يمكن القول أنّ اكتساب مهارة النقد في التعامل مع الأخبار الكاذبة يبدأ أولا بتوعية المستخدمين بشأن ما ينشر من مضامين عبر الشبكات الاجتماعية على أنها ليست مضامين دقيقة و تتميز بالمصادقية و الموضوعية فليس كل ما ينشر يمثل بالضرورة الحقيقة، فالانطلاق من هذه القناعة لدى المستخدمين يعد الخطوة الأولى لممارسة النقد، إضافة إلى أهمية التفكير العقلي بعيدا عن العواطف و المشاعر لأنه لا يمكن أن يمارس النقد دون التفكير العقلي و دون وجود خلفية معرفية تساعد على القيام به، و النقد يمكن أن يكون فرديا يمارسه المستخدم بنفسه بناء على مهاراته و خبراته و مستواه المعرفي كما يمكن أن يأخذه من مستخدمين آخرين مؤهلين لذلك ليصبح نقدا تشاركيا و هذا ما يمكن أن يتحقق عبر الشبكات الاجتماعية من خلال التفاعل لا سيما التعليقات التي



تساعد على النقد بناء على ما يتم طرحه من آراء ووجهات نظر من أطراف أخرى تتفاعل مع الأخبار التي تنشر وتكون طرفا فيه و تفيد بذلك بقية المستخدمين بمعلومات تساعد على معرفة الحقيقة الكاملة.

5.4 مهارة صنع المحتوى :

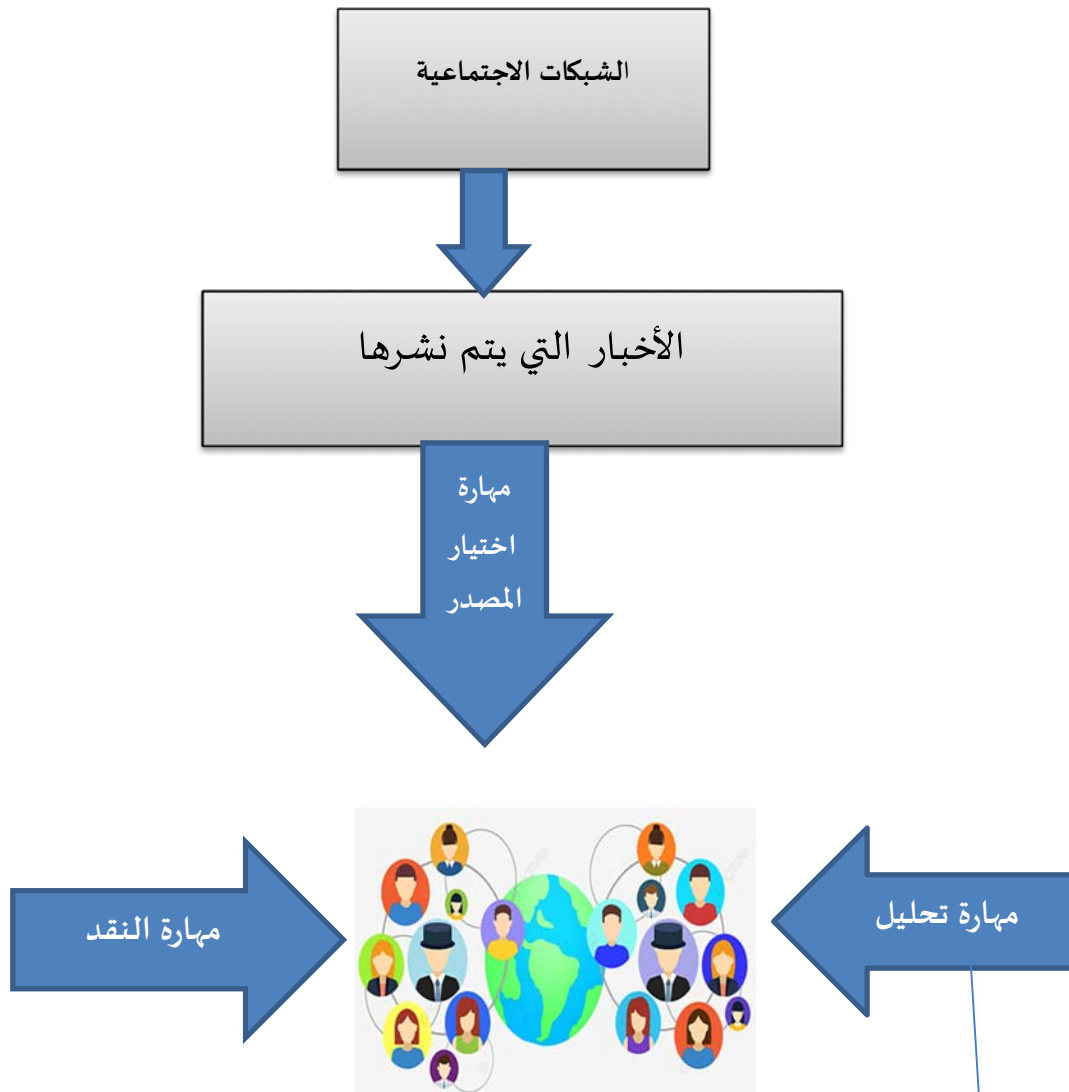
تعد مهارة صنع المحتوى من أرقى مهارات التربية الإعلامية ذلك أنّ المستخدم يصل فيها إلى مستوى يتمكن من خلاله من المساهمة في إنتاج أخبار تتميز بمصداقية يواجه من خلالها المضامين الزائفة و المضللة بناء على المهارات السابقة التي تقوم على تحليل الأخبار وتحديد مصادرها بهدف التحقق منها، فالمستخدم في هذا المستوى من اكتساب مهارات التربية الإعلامية يصبح فاعلا في صناعة المحتوى بعد التأكد منه و التوصل إلى الحقيقة بشأن الحدث أو القضية التي يتابع أخبارها فهو يستطيع تكذيب الأخبار ونشر الحقائق ومشاركتها مع الآخرين وبالتالي محاربة المحتوى الإخباري الكاذب بمحتوى آخر تتوفر فيه أساسيات الخبر.

و من خلال هذه المهارات التي تساعد على التصدي للأخبار الكاذبة من طرف المستخدمين أنفسهم، يمكن أن نستنتج مجموعة من الإجراءات العملية التي تساعد على التصدي للأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية تتمثل في ما يلي:

- تشجيع الأفراد على المشاركة في الحد من انتشار الأخبار الكاذبة وتأثيراتها.
- إنشاء منصات رقمية للتحقق من الأخبار الكاذبة سواء كانت هذه الأخبار محلية أو وطنية أو دولية وتعميم استخدامها بشكل رسمي، حيث تخضع لرقابة وتسيير جهات مختصة تتابع عملها باستمرار من خلال التحقق من الأخبار المتداولة والتأكد من صحتها.
- كما يجب توعية المستخدمين على ضرورة التحكم في الانفعالات والعواطف (القلق، الخوف، الغضب، الفرح) والسيطرة عليها لأنها تقود المستخدم إلى التعامل مع الأخبار دون تفكير في محتواها، حيث تتطلب التربية الإعلامية مهارة أعمال العقل والتفكير والتحليل الذي يجب أن يكون حاضرا في كل تعاملاتنا مع الوسائط الجديدة.
- التأكيد على أنّ الشبكات الاجتماعية ليست مصدرا رسميا للأخبار وليست مؤسسة رسمية كما أنّ كل جهة لها مصالحها من نشر الأخبار الكاذبة والمضللة وتختلف المصالح والأهداف باختلاف الجهات الناشرة للأخبار.
- يمكن أن يكون المستخدم نفسه طرفا في التحقق من الخبر ومساعدة بقية المستخدمين الآخرين على التحقق.
- البحث عن الحقيقة في مصادر أخرى ، وعدم التسرع في مشاركة الأخبار قبل التحقق منها وإن كانت وثائق رسمية يجب التحقق من الجهة التابعة لها، والختم والتاريخ.
- كشف السياق الذي جاء فيه الخبر، وعدم فهمه بعيدا عن الأحداث الجارية وخلفياتها السياسية والاجتماعية والثقافية وحتى الاقتصادية لأن عملية نشر الأخبار عادة ما تتميز بالترايط والاستمرارية وتكون وليدة البيئة التي تنتهي إليها .



5. نموذج عملي للتصدي للأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية :



قبل الوصول إلى مرحلة انتاج المحتوى يمكن أن يتخذ المستخدم موقفا من الخبر و

التركيز على عنوان الخبر

كشف حقيقته



تنتج مضامين إخبارية من طرف المستخدمين يكشف الخبر و يصححه

قراءة تحليلية للنموذج :

يحلل النموذج عملية انتشار الأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية، و انتقالها إلى المستخدمين من خلال النشر و المشاركة و التفاعل، و يوضح كيفية تطبيق المهارات الأساسية للتربية الإعلامية في التعامل مع هذا النوع من الأخبار، حيث يبدأ المستخدم بتطبيق هذه المهارات انطلاقا من تحري الدقة في اختيار مصدر الخبر، ثم القيام بعملية تحليله، و نقده في مرحلة أخرى وصولا إلى مرحلة صناعة مضمون يستطيع من خلاله المستخدم الكشف عن الخبر و إعطاء البديل بشأنه الذي يمثل عادة الحقائق، و بذلك يصبح طرفا في التصدي لهذا النوع من الأخبار بدلا أن يكون ضحية لها .

يبرز النموذج أهمية العنوان في الخبر بصفته من وسائل الجذب التي تدفع المستخدمين إلى متابعته، خاصة في حالة انتقاء ألفاظ و عبارات تتميز بالإثارة و الغموض و تخاطب المشاعر مما يزيد من درجة تأثير الخبر و التفاعل معه، و عليه يعد تدريب المستخدمين علة الاهتمام بعناوين الأخبار أولى مهارات تحليله، لأنّ العنوان يكشف الكثير من الحقائق، و هو واجهة الخبر الأولى للانتشار و يستطيع أن يحمل عناصر الحدث، ففي كثير من الحالات يمكن تجاوز الخبر لمجرد قراءة عنوانه .

و يوضح النموذج أيضا أنّ جميع مهارات التربية الإعلامية في التصدي للأخبار الكاذبة ضرورية، إلا أنّ اكتساب هذه المهارات يتم عبر مستويات، حيث يمكن مثلا أن تكون مهاراتي انتقاء المصدر و تحليل الخبر و توضيح عناصره كافية بشكل أولي للكشف عن الأخبار الكاذبة، إلا أنها تبقى مستوى بسيط، تخص فئة معينة من المستخدمين الذين لا يمتلكون هذه المهارات ، في حين يمكن أن نصادف مستخدمين آخرين لديهم القدرة على الوصول إلى المستوى الرابع و الأخير و الذي تحدده مهارة إنتاج محتوى مضاد للأخبار الكاذبة يصححها .

و يؤكد النموذج أنّ عملية التعامل مع الأخبار الكاذبة تختلف مستوياتها من مستخدم إلى آخر ، و يتحكم في هذا الاختلاف عدة عوامل أهمها درجة استخدام هذه الشبكات، و طبيعة المصادر التي يعتمد عليها المستخدم إن كانت رسمية أم لا، و مستوى المهارات التي يمتلكها، حيث لا يمكن الجزم أنّ التعامل مع هذا النوع من الأخبار يتم بأسلوب واحد، الأمر الذي يتطلب البحث في تعامل كل فئة من المستخدمين مع الأخبار الكاذبة وفقا للبيئة التي ينتمون إليها و سنهم و جنسهم و مستوياتهم الفكرية و التعليمية، و بالتالي التوصل إلى نماذج أكثر عمقا تفسر تعامل كل فئة مع الأخبار الكاذبة .



6. خاتمة:

إنّ تطوير مهارات التربية الإعلامية لدى المستخدمين و توظيفها في التصدي للأخبار الكاذبة لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال نقل الأفكار النظرية لمهارات التربية الإعلامية إلى التطبيق العملي لها عن طريق التدريب المستمر الذي تشرف عليه جهات رسمية متخصصة تسعى إلى جعل المستخدمين يواجهون الأخبار الكاذبة، وعلى الرغم من صعوبة هذه العملية إلا أنها تتطلب تكاثف الجهود والعمل المستمر عبر مراحل متعددة من أجل مرافقة المستخدمين خلال جميع مراحلهم العمرية وعلى اختلاف مستوياتهم في التعامل مع الأخبار بهدف نشر الوعي بتأثيرات الأخبار الكاذبة على الأمن المجتمعي و عملية اتخاذ القرار بشأن الأحداث و القضايا الهامة وتشكل الرأي العام حولها وتأثيره على مراكز صنع القرار.

من جهة أخرى يتطلب الأمر اجراء المزيد من الأبحاث و الدراسات المعمقة على عدة مستويات حول عملية انتشار الأخبار الكاذبة عبر الشبكات الاجتماعية و تعامل المستخدمين معها، و الخروج بنتائج تؤصل لقاعدة معرفية يتم من خلالها تدريبهم على عملية التحقق من هذه الأخبار وتطوير مهارات التربية الإعلامية لديهم في مواجهتها لذلك لابد من حلول عملية للاستفادة من مهارات للتربية الإعلامية حتى لا تبقى مجرد تأصيل نظري بعيد عن الواقع، و قد حاولت هذه الدراسة تصميم نموذج تطبيقي لكيفية تعامل مستخدمي الشبكات الاجتماعية مع الأخبار الكاذبة عبر تطبيق المهارات التي تساعد على اختيار مصادر الأخبار وتحليلها ونقدها عبر مجموعة من العمليات التي يجب أن يقوم بها المستخدم عند تعامله مع كل خبر.

7. قائمة المراجع :

1. Cyber-Arabs.com. (6 أكتوبر، 2024). تم الاسترداد من ، <https://cyber-arabs.com/article> Cyber-Arabs.com.
2. Gordon Pennycook, D. G. (May 2021). The Psychology of Fake News. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 393.
3. الصادق رايح. (2017). دور التفكير النقدي في عقلنة التعامل مع الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي. (الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، المحرر) *المجلة العربية للإعلام والاتصال* (17)، 106.
4. الغزالي، آ. ع. (2022). آليات ترسيخ مؤسسات التنشئة الاجتماعية لمهارات التربية الإعلامية و الرقمية لدى الطفل الليبي. <https://journals.uob.edu.ly/TLJMR/article/view/2047/1680>, 11.
5. زهيم سامي. (سبتمبر، 2019). مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى طلاب الجامعات - دراسة كيفية-. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، 26، 197.
6. شواف صفاء. (2022). التربية الإعلامية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي - دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين. 71 -
7. لبني رحموني. (ديسمبر 2020). الأخبار المضللة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، مضمونها وطرق محاربتها. *المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام*، ص 198.
8. لحمر نبيل. (جوان 2020). الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على اتجاهات الرأي العام، دراسة في المفهوم، العلاقة و الأهداف. *مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية*، 584.
9. محمد الزعائن. (10 نوفمبر، 2021). *الأخبار الكاذبة....كلنا ضحايا في العصر الرقمي*. تم الاسترداد من aljazeera.net.