

منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة أدوات وتقنيات التحقق في العصر الرقمي

د. إسراء محمد الزيني*

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة في مرحلة ما بعد النشر، وذلك عبر دراسة ميدانية تم تطبيقها باستخدام أداة الاستبيان على عينة مكونة من 30 مفردة من المتخصصين في مجال صحافة تدقيق المعلومات، وقد توصلت النتائج إلى مجموعة من الأساليب والمعايير المتبعة في عملية التحقق من الأخبار الزائفة. وتم تقسيم هذه المنهجية إلى عدة فئات أساسية تشمل طرق الرصد، ومعايير اختيار الأخبار للتحقق، والآليات المعتمدة للتحقق من صحة الأخبار، والتحقق من الصور والفيديوهات باستخدام الأدوات الرقمية.

جاءت طرق رصد المحتوى المستهدف للتحقق من خلال متابعة ما يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي، يليها استخدام الكلمات المفتاحية المركبة على منصة "إكس"، بالإضافة إلى المشاركة في شبكات التحقق الدولية، واستخدام أداة "Crowdtangle" للبحث على فيسبوك، وكذلك استقبال الرسائل من المتابعين عبر المواقع الإلكترونية.

وتتضمن المعايير التي يعتمد عليها مدققو المعلومات في اختيار الأخبار للتحقق منها مدى تأثير الادعاء على المجتمع في حال انتشاره الواسع على الإنترنت، كما يتم الاعتماد على توافر دليل قاطع حول الادعاء، ومدى حساسية أو جدلية الموضوع. وتشمل المعايير الأخرى الاتساق مع قيم المنصة التي يعمل بها المدقق، بالإضافة إلى عدم تصحيح الادعاء مسبقاً من قبل منصات أخرى.

أما الآليات التي يعتمد عليها مدققو المعلومات للتحقق من صحة الأخبار، فتتمثل في مراجعة المصادر الأصلية للأخبار، والتحقق من المعلومات من خلال المواقع الرسمية والتقارير الموثوقة، ومقارنة الأخبار مع تقارير أخرى صادرة عن مصادر معتمدة، واستخدام قواعد البيانات والمكتبات الرقمية للتحقق من المعلومات التاريخية والإحصائية. كما يتم الاستعانة بتحليلات المنظمات المتخصصة في التحقق، وأرشيف الوثائق الرسمية والأخبار، إلى جانب استخدام الذكاء الاصطناعي وتقنيات تحليل البيانات.

الكلمات المفتاحية:

مدققو المعلومات، الأخبار الزائفة، أدوات التحقق، العصر الرقمي.

* المدرس بقسم الصحافة والإعلام الرقمي بكلية الإعلام - جامعة القاهرة.

The Methodology of Fact-Checkers in Detecting Fake News: Verification Tools and Techniques in the Digital Era

Abstract:

The aim of this study was to explore the methodology employed by information verifiers in detecting fake news in the post-publication stage. A field study was conducted using a questionnaire tool applied to a sample of 30 professionals in the field of fact-checking journalism. The results revealed a set of methods and criteria used in the process of verifying fake news. This methodology was divided into several key categories, including content monitoring methods, criteria for selecting news to verify, verification mechanisms, and the use of digital tools for verifying images and videos.

Content monitoring for verification purposes was primarily achieved through tracking information shared on social media platforms, followed by the use of compound keywords on the "X" platform. In addition, involvement in international fact-checking networks, the use of "Crowdtangle" for Facebook searches, and receiving messages from followers through websites were also employed.

The criteria used by information verifiers to select news for verification include the potential impact of the claim on society if it spreads, and the extent of its widespread circulation on the internet. Other criteria include the availability of conclusive evidence regarding the claim and the sensitivity or controversy of the topic. Additional factors include consistency with the values supported by the platform on which the verifier operates and whether the claim has been previously corrected by other fact-checking platforms.

The mechanisms employed by information verifiers to verify the accuracy of news include reviewing original sources of news, cross-referencing information through official websites and trusted reports, comparing the news with reports from accredited sources, and using databases and digital libraries for verifying historical and statistical information. They also rely on analyses from specialized verification organizations, archives of official documents and news, as well as artificial intelligence and data analysis techniques.

Keywords:

Information verifiers, fake news, verification tools, digital age.

مقدمة الدراسة:

شهدت العقود الأخيرة تطوراً هائلاً في وسائل الاتصال الرقمي، وأصبحت الأخبار الزائفة (Fake News) واحدة من الظواهر الأكثر إثارة للقلق والتحديات على المستوى العالمي، فبينما أتاحت التقنيات الحديثة تدفق المعلومات بسرعة غير مسبوقة، برزت معها إشكاليات متعلقة بدقة المحتوى وصحته، فالمحتوى الزائف يمكنه الانتشار خلال دقائق معدودة ليصل إلى ملايين الأشخاص خاصة مع التطور التكنولوجي الحديث، وخصوصاً في مجالات تحرير الصور والفيديو والتلاعب بها؛ مما أدى إلى صعوبة التمييز بين الحقائق والأكاذيب.

ومن ثمَّ تعد ظاهرة الأخبار الزائفة واحدة من أبرز التحديات التي تهدد الوعي الجمعي؛ حيث تؤثر بشكل كبير على القرارات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، وتمثل تهديداً مزدوجاً؛ فمن ناحية تؤدي إلى تضليل الأفراد وتشويش الفهم العام للقضايا المهمة، ومن ناحية أخرى تعرقل الجهود المبذولة لتحقيق شفافية المعلومات، وهو ما يؤثر سلباً على صنع القرار العام والخاص، هذا بالإضافة إلى دورها في تغذية الانقسامات المجتمعية وتعزيز الاستقطاب السياسي.

لذا أصبحت عملية الكشف عن الأخبار الزائفة ضرورة ملحة لتعزيز المصداقية والشفافية في البيئة الإعلامية، وهو ما دفع الإعلام إلى تبني مفهوم "صحافة تدقيق المعلومات". وهذا المفهوم يرتبط بثلاثة مستويات رئيسية: الأول: المفهوم العام لتدقيق المعلومات بوصفه جزءاً أساسياً من عمل الصحفي، والثاني: تدقيق المعلومات قبل النشر الذي يرتبط بالتحرير الصحفي اليومي، والثالث: تدقيق المعلومات بعد النشر الذي يُعد تطوراً حديثاً يركز على إعداد تقارير دقيقة حول صحة الادعاءات المنشورة، وهو محور الدراسة الحالية. ومع تزايد انتشار مواقع تدقيق المعلومات عالمياً، برزت مبادرات شبابية ومؤسسات متخصصة في مصر، كخطوة لمكافحة وباء انتشار المعلومات الخاطئة وغير الموثوق بها عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت مصدراً رئيسياً يستقي منه المواطنون أخبارهم اليومية في عصر "المواطن الصحفي".

في إطار ما سبق، يهدف البحث إلى استكشاف منهجيات مدققي المعلومات، بما في ذلك الأدوات التقنية والخطوات الإجرائية والممارسات الأخلاقية، في مواجهة الأخبار الزائفة، خاصة في ظل استخدام التكنولوجيا المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي لتضليل الجماهير.

الدراسات السابقة:

أسفر مسح التراث العلمي المعني بموضوع الدراسة إلى تقسيم الدراسات السابقة إلى محورين موضوعيين للمساعدة في تحقيق الهدف المرجو من عرض الدراسات السابقة، وهما: المحور الأول: تضمن الدراسات التي اهتمت بالأخبار الزائفة. المحور الثاني: اهتم بالدراسات المعنية بتقنيات وآليات التحقق من الأخبار الزائفة.

أولاً: الدراسات الخاصة بالأخبار الزائفة:

- تناول عدد من الدراسات مفهوم الأخبار الزائفة؛ حيث أظهرت دراسة زكريا محمد، نهلة. (2022)¹ تعدد أشكال الأخبار المزيفة، وكان منها الإشاعات التي تعتمد على مصادر مجهولة وغير موثوق بها، والأخبار المغلوطة التي تستهدف الإضرار بالآخرين، والمعلومات أو الصور غير الصحيحة، والانحياز لطرف وتجاهل الأطراف الأخرى، والبعد عن الموضوعية، والخلط بين الرأي والمعلومة، ونشر محتوى أرشيفي قديم على أنه جديد، والعناوين المضللة لخداع المتصفحين. كما خلصت دراسة رمضان أحمد، محمود. (2021)² إلى أن هناك سمات صريحة وآليات للأخبار الزائفة، منها وضع بعض الأخبار الحقيقية غير المكتملة وسط الأخبار الزائفة، أو في سياق كاذب والإحالة إلى روابط صحفية، وتوظيف عناصر الجرافيك والفيديوهات مع الخبر، والاقتصار على بعض المصادر دون غيرها، بالإضافة إلى إظهار تفاعل الجمهور مع هذه الصفحات أو الحسابات على مواقع التواصل الاجتماعي. وتوصلت دراسة Laze, David . (2018)³ MJ إلى أن الأخبار الكاذبة تتفوق على الحقيقية في الموضوعات كافة، كما أن الأخبار المفبركة تحظى بفرصة الانتشار بنسبة 70% أكثر من الأخبار الحقيقية.
- اهتم الباحثون بالتعرف على دور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشار الأخبار الزائفة؛ حيث أظهرت دراسة حامد، شيماء. (2023)⁴ أن وسائل التواصل الاجتماعي بيئة مثالية لانتشار الأخبار الزائفة؛ وذلك بسبب طبيعة هذه المنصات التي توفر السرعة والفورية للمستخدمين، كما بينت دراسة Khan, Shakel Ahmed. (2022)⁵ أن هناك مجموعة من العوامل المؤثرة في مشاركة الأخبار المزيفة على منصات وسائط التواصل الرقمية، هي: التطور التكنولوجي الهائل، والأسباب السياسية، والروابط الاجتماعية، والانتشار السريع للمعلومات، وغياب الرقابة. وكشفت دراسة عبد العليم، مصطفى. (2021)⁶ عن مجيء الفيس بوك في مقدمة أكثر المنصات نشرًا للأخبار المزيفة، تلتها منصة إكس (تويتر سابقًا)، ثم منصة إنستغرام، ثم منصة اليوتيوب، وجاءت منصة الواتساب في المرتبة الأخيرة.
- اهتمت مجموعة من الدراسات بالتعرف على نوعية الأخبار الزائفة الأكثر انتشارًا؛ إذ أوضحت دراسة مبارك، عبد السلام. (2022)⁷ أن الأخبار السياسية هي أكثر المضامين الإخبارية الزائفة التي تنتشر على وسائل التواصل الاجتماعي، كما أن أوقات الأزمات خاصة أوقات انتشار الأمراض والأوبئة هي أكثر الأوقات التي تزداد فيها هذه النوعية من الأخبار. وتوصلت دراسة عبد الوهاب، حنان. (2019)⁸ إلى أن مؤسسات الدولة جاءت في مقدمة الفئات المستهدفة من الشائعات المثارة بشبكات التواصل الاجتماعي، تلتها الوزارات الخدمية، بالإضافة إلى تنوع الأساليب المستخدمة في نشر الشائعات من قبل الجهات المعادية للدولة وكتائبها الإلكترونية.
- يطرح عدد من الدراسات كيفية تفاعل الجمهور مع الأخبار الزائفة، فقد كشفت دراسة Yan An, et al. (2023)⁹ عن أن الافتقار إلى الوعي المعلوماتي ومشاركة الأخبار الفورية

والتعبير عن الذات كلها عوامل تؤثر على سلوك مشاركة الأخبار الزائفة، بينما أثبتت دراسة¹⁰ Kim, Antino & R. Dennis, Allan (2019) أن درجة اعتقاد القارئ بصدق الخبر تؤثر في مدى تعامله مع هذا الخبر، وذلك من خلال معدل القراءة وإبداء الإعجاب والتعليق عليه ومشاركته، وأن المستخدمين يميلون إلى تصديق ونشر الأخبار التي تتوافق مع أفكارهم ومعتقداتهم. وتوصلت دراسة¹¹ Nelson, Jacob & Harsh, Taneja (2018) إلى أن جمهور الأخبار المزيفة يتألف من مجموعة صغيرة من كثيفي الاستخدام لشبكة الإنترنت، وأن الجماهير تعطي وقتاً أكبر للأخبار الحقيقية مقارنة بالأخبار المزيفة.

- تناول عدد من الدراسات العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال في التعامل مع الأخبار الزائفة، فقد كشفت دراسة لبيب محمد، جهاد (2023)¹² عن أن الضغوط الخارجية، والعوامل الداخلية للصحيفة مثل نمط الملكية والسياسة التحريرية، والمنظومة القيمية للصحفي (الضمير، الأخلاق، المعتقدات)، لها تأثير مباشر على تعامل الصحفيين مع الأخبار الزائفة، كما أظهرت دراسة بودهان، يامين. (2019)¹³ عن أن بعض الصحفيين يشكون في الأخبار التي يجدونها متداولة في الشبكات الاجتماعية؛ لذلك يتم الاعتماد على الصفحات الرسمية فقط.

- اهتم عدد من الدراسات بطرق مواجهة الأخبار الزائفة للحد من أثارها السلبية؛ حيث بينت دراسة¹⁴ Zhang, leilei. (2022)، ودراسة مكاي، ممدوح (2021)¹⁵ أن الأفراد الذين تدرّبوا على مهارات القراءة الرقمية (مهارات الوصول، مهارة التحليل، مهارة التقييم، مهارة إنتاج المحتوى) أظهروا قدرة أفضل على التعرف على الأخبار المزيفة، وميلاً أكبر للتحقق من المعلومات، ونزعة أقل لمشاركة الأخبار الكاذبة. كما خلصت دراسة بهنسي، مها. (2019)¹⁶، ودراسة عبد الحميد، عمرو. (2019)¹⁷ إلى أهمية وضع تشريعات وقوانين من قبل الدولة لمنع الأخبار الزائفة ومحاسبة ناشريها، ودعم جهود التحقق من صدق الأخبار والتوعية الإعلامية للجمهور بخطورة نشر وتداول وضرورة اتخاذ إجراءات رقابية على موقع الفيس بوك للتقليل من آثار الظاهرة على المجال العام في مصر.

ثانياً: الدراسات الخاصة بآليات وتقنيات التحقق من الأخبار الزائفة:

- تناول عدد من الدراسات ما يُعرف بصحافة تدقيق المعلومات؛ حيث أكدت أحمد، عائشة. (2022)¹⁸ طبيعة تدقيق المعلومات كنمط صحفي مستحدث يقع على حدود مهنة الصحافة في تقاطعها مع غيرها من المجالات، فهو لا يلتزم بأساليبها التقليدية ويستوعب بشكل متزايد قوالب وتخصصات وممارسات جديدة بداخله، وهو ما اتفقت معه دراسة كدواني. شيرين (2021)¹⁹ التي توصلت إلى تشابه صحافة تدقيق المعلومات بالصحافة الاستقصائية؛ حيث يقوم فاعلون جدد من خارج الوسط الصحفي بممارسة دور تطوعي، يحاكي دور حراس البوابات التقليدي، وذلك عبر تدقيق الأخبار المتداولة على شبكة الإنترنت بشكل احترافي وفقاً لسياسات عمل وأخلاقيات محددة.

- اهتم عدد من الدراسات بتحليل الممارسات المهنية بصحافة تدقيق المعلومات، فقد اقترحت دراسة Kishore, T. (2024)²⁰ منهجية تعتمد على تعلم الآلة يمكنها تحديد الأخبار الكاذبة من معلومات منصة إكس؛ حيث تم تنفيذ التجربة باستخدام ثلاث طرق شائعة لتعلم الآلة (تكرار المصطلحات - تكرار المستندات العكسية- خوارزميات سلبية)، ورصدت دراسة سعد، حنين. (2022)²¹ اعتماد مواقع الصحف اللبنانية على طرق متعددة من أجل التحقق من الأخبار الزائفة، ومنها الاعتماد على المواقع والأدوات المتخصصة بالتحقق، والأخبار التي تم التحقق منها من قبل المؤسسات الإعلامية الأخرى مثل مؤسسة وكالة الصحافة الفرنسية ورويترز. كما توصلت دراسة أبو قوطة، خالد. (2021)²² إلى استخدام المواقع الفلسطينية للوسائط المتعددة في عرض الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها وأولها الصور الفوتوغرافية، فيما رصدت دراسة Brandtzae et al (2018)²³ اعتماد الصحفيين على البحث اليدوي التقليدي والشخصي عن الأدلة، والاعتماد على تبليغات المستخدمين في عمليات تدقيق الحقائق.

- رصدت عدد من الدراسات توظيف تقنيات وأدوات الذكاء الاصطناعي في عملية التحقق من الأخبار الزائفة؛ حيث اتفقت دراسة خليفة عبد اللاه، عبد اللاه. (2024)²⁴، ودراسة الدسوقي، نورا. (2023)²⁵ على أهمية توظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملية التحقق، وأن أهم مجالات استخدام تلك التقنيات هو فحص المعلومات بشكل سريع وموثوق، وأدوات تحديد الصور والفيديوهات المزيفة، وأدوات التأكد من صحة المصادر وتحديد مصداقية وموثوقية المعلومات قبل النشر، والقائمة السوداء لمواقع المحتوى الزائف، والتصحيح التلقائي للأخطاء اللغوية. ووضحت دراسة Skolkay and Filin²⁶ (2019) ضرورة استخدام هذه التقنيات بشكل جزئي؛ للتغلب على نقاط الضعف التي تحتاج لتدخل العنصر البشري.

تعليق عام على الدراسات السابقة وأوجه الاستفادة منها:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من الملاحظات من خلال عرض الدراسات السابقة تتمثل فيما يأتي:

- تعدد مداخل دراسة الأخبار الزائفة؛ حيث اهتمت بعض الدراسات بتحليل هذه الأخبار وأنواعها المتعددة، ودور وسائل التواصل الاجتماعي في انتشارها، في حين ركزت دراسات أخرى على رصد إستراتيجيات تعامل الجمهور معها وتأثيراتها عليه، وأساليب المواجهة.
- ركزت الدراسات التي تناولت عملية التحقق من الأخبار الزائفة على تحليل مضمون مواقع تدقيق المعلومات، والكيفية التي يتم بها تدقيق الأخبار بها، والأدوات التقنية الحديثة المستخدمة في التحقق من قبل الصحفيين العاملين بعدد من المؤسسات الصحفية.
- غلب على الدراسات الميدانية التركيز على آليات الصحفيين في التعامل مع الأخبار الزائفة في مرحلة ما بعد النشر، في حين ندر عدد الدراسات التي اهتمت بالتطبيق على مدققي المعلومات العاملين في عدد من المراكز الإلكترونية والمتخصصين فقط في هذا المجال.

- استخدم أغلب الدراسات منهج المسح الإعلامي وأدوات (تحليل المضمون والمقابلة المتعمقة والاستبيان) لجمع المعلومات.
- استفادت الباحثة من مسح التراث العلمي في الاقتراب من موضوع الدراسة؛ لضمان عدم تكرار ما تم إنتاجه من دراسات، وتعميق المشكلة البحثية، وصياغة الأهداف والتساؤلات بشكل أوضح، وتصميم أداة البحث، وتفسير نتائج الدراسة.

مشكلة الدراسة وأهميتها:

انتشرت ظاهرة "الأخبار الزائفة" بشكل متزايد في البيئة الرقمية خلال السنوات الأخيرة؛ مما دفع إلى انطلاق عدة مواقع متخصصة في التدقيق الصحفي، تلك المواقع تهدف إلى التحقق من صحة الأخبار المنتشرة عبر وسائل الاتصال المتنوعة. وتركز الدراسة على مفهوم تدقيق المعلومات بعد النشر، وهو مفهوم حديث يتعلق بشكل جديد من ممارسات الصحافة في بيئة الإعلام الرقمي. وهذا المفهوم يتمثل في تقديم تقارير مبنية على أدلة تثبت صحة الادعاءات التي تم نشرها وتداولها بالفعل، وهو ما يُعرف بـ "Fact checking after the fact"، أو فحص الادعاءات بعد أن أصبحت أخباراً. وقد شهد هذا المفهوم انتشاراً واسعاً مع إنشاء مواقع متخصصة لتدقيق المعلومات تديرها مؤسسات إعلامية، وحكومات، وجامعات، بالإضافة إلى متطوعين من المجتمع المدني. ويهدف هذا النهج إلى مكافحة التضليل الإعلامي، وتثقيف المستخدمين، وتعزيز الخطاب العام المبني على المعلومات الصحيحة.

في هذا السياق، تظهر أهمية فهم أعمق لكيفية تحسين منهجيات التحقق وتطويرها، وتتضمن هذه الأهمية دراسة الأدوات التقنية المتقدمة التي يعتمد عليها مدققو المعلومات، ودورها في مواجهة التحديات التي تفرضها التكنولوجيا الحديثة، كما يتطلب الأمر تقييماً للممارسات الأخلاقية التي توجه عمل المدققين، وأثرها في بناء الثقة بالمخرجات النهائية لعمليات التحقق.

في ظل الاعتماد المتزايد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار، يواجه مدققو المعلومات ضغوطاً متزايدة لضمان دقة المحتوى المنشور وسرعة التحقق منه؛ لذلك تمثل هذه الدراسة محاولة لفهم التحديات التي تواجه تدقيق المعلومات، وتقييم فاعلية الأدوات الرقمية والخطوات الإجرائية في الكشف عن الأخبار الزائفة، مع إلقاء الضوء على الدور الذي يمكن أن تقوم به هذه المنهجية في تحسين جودة التحقق وتعزيز موثوقية الإعلام الرقمي.

تأسيساً على ما سبق، تتبلور المشكلة البحثية للدراسة في التعرف على منهجية عمل مدققي المعلومات العاملين بالمنصات الرقمية المتخصصة في الكشف عن الأخبار الزائفة.

تتمثل أهمية الدراسة في بُعدين أساسيين، هما:

- الجانب الموضوعي (الأخبار الزائفة): تزايد الاهتمام العالمي بمواجهة ظاهرة الأخبار الزائفة التي انتشرت بشكل كبير على شبكة الإنترنت، وما تمثله هذه الظاهرة من خطورة على الفرد والمجتمع، وما نتج عنها من فقدان الثقة فيما يتم نشره من أخبار في وسائل

الإعلام المختلفة، وإثارة العديد من الأزمات على المستويات كافة، ومن ثمَّ يكون التعرف على آليات لمواجهتها ضرورياً للحد من تأثيراتها السلبية.

- الجانب الاتصالي (القائم بالاتصال): تقديم منهجية عملية للقائم بالاتصال تركز على الممارسات المهنية الجديدة في البيئة الرقمية؛ بهدف تعزيز استخدامها في مكافحة الأخبار الزائفة، وتحسين مهاراتهم في تدقيق المعلومات بعد النشر.

أهداف الدراسة وتساؤلاتها:

يتحدد الهدف الرئيسي للدراسة في التعرف على منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة في مرحلة ما بعد النشر، ويندرج تحت هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية، هي:

- 1- الكشف عن الآليات التي يستخدمها مدققو المعلومات لرصد الأخبار الزائفة في البيئة الرقمية.
- 2- رصد المعايير التي يعتمد عليها مدققو المعلومات لاختيار الأخبار التي يتم فحصها والتحقق من صحتها.
- 3- تحديد الأدوات الرقمية وتقنيات التحقق التي يستخدمها مدققو المعلومات.
- 4- التعرف على مصادر التحقق التي يعتمد عليها مدققو المعلومات.
- 5- الكشف عن التحديات التي تواجه مدققي المعلومات أثناء عملهم.
- 6- التعرف على المعايير والأخلاقيات التي تحكم عمل مدققي المعلومات أثناء عملية التحقق.

تساؤلات الدراسة:

- 1- ما المجالات الرئيسية التي يعمل فيها مدققو المعلومات؟
- 2- ما الدوافع التي تجعل الأفراد يختارون العمل في مجال تدقيق المعلومات؟
- 3- ما الأسباب التي تسهم في انتشار الأخبار الزائفة في بيئة الإنترنت؟
- 4- ما الأنماط الأكثر شيوعاً للأخبار الزائفة؟
- 5- ما المنهجيات المتبعة في فحص الأخبار الزائفة؟
- 6- ما أبرز الأدوات التقنية التي يعتمد عليها مدققو المعلومات في عملية التحقق من الأخبار الزائفة؟
- 7- كيف يرى مدققو المعلومات مستقبل عملهم في ظل التحديات التقنية الجديدة؟
- 8- كيف يؤثر الالتزام بالمعايير الأخلاقية على مستوى الثقة في نتائج عملية التحقق؟

فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي للدراسة:

توجد علاقة إحصائية دالة بين استخدام الأدوات الرقمية في التحقق من الأخبار الزائفة وفعالية مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة، ولقياس هذه العلاقة يمكن اختبار عدد من الفروض الفرعية الآتية:

- 1- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور مدققي المعلومات في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة تعزى إلى النوع، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة.

- 2- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أدوات التحقق المتقدمة وزيادة دقة الكشف عن الأخبار الزائفة.
- 3- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى تأثير الدوافع والعوامل المؤثرة على مدققي المعلومات في التحقق من الأخبار الزائفة، ومدى اهتمامه بالتحقق منها.
- 4- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى اهتمام مدققي المعلومات بالتحقق من الأخبار الزائفة، ومدى متابعته للآليات والأدوات التقنية الحديثة في التحقق.

مفاهيم الدراسة:

مدقق المعلومات: وفقاً لتعريف منظمة "PolitiFact"²⁷، فإن مدقق المعلومات هو شخص أو مؤسسة تقوم بالتحقق من الأخبار أو الادعاءات المنشورة على الإنترنت أو في وسائل الإعلام؛ لتحديد إذا ما كانت صحيحة أو مغلوطة؛ وذلك بهدف مكافحة الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة.

وتعرفه الباحثة بأنه هو الشخص الذي يهدف إلى زيادة المعرفة، وذلك من خلال إعادة تقديم التقارير والبحث عن الحقائق المزعومة في البيانات المنشورة/ المسجلة، وأي شخص تؤثر كلماته في حياة الآخرين وسبل عيشهم. وبناء عليه يقوم مدقق المعلومات بالتحقق في المعلومات التي يمكن التحقق منها.

الأخبار الزائفة وفقاً لتعريف منظمة²⁸ "International Fact-Checking Network (IFCN)" ، فإن الأخبار الزائفة هي تلك المعلومات التي يتم نشرها أو تداولها عن قصد لتضليل الجمهور، وغالباً ما تستند إلى تحريف الحقائق أو خلق أخبار غير حقيقية لتحقيق أهداف معينة مثل التأثير على الانتخابات أو إحداث فوضى اجتماعية.

وتعرفها الباحثة بأنها المعلومات غير الصحيحة أو المضللة التي تُنشر عمدًا بهدف خداع الجمهور أو تشويه الحقائق. وقد تأخذ الأخبار الزائفة أشكالاً متعددة، بما في ذلك المقالات الصحفية، والصور، ومقاطع الفيديو، أو حتى المعلومات المنشورة على وسائل التواصل الاجتماعي. ويتم تصنيفها غالباً لأغراض معينة، مثل تحقيق مكاسب مالية، أو التأثير على الرأي العام، أو نشر الارتباك والفتن. وتتضمن خصائص الأخبار الزائفة استخدامها لعناوين مثيرة أو مضللة، وتقديم معلومات مجزأة أو خارج سياقها، واستغلال مشاعر القلق والخوف لدى الجمهور.

منهجية الدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية الاستكشافية التي تسعى إلى تصوير وتحليل وتقويم الخصائص المرتبطة بمجموعة معينة أو موقف محدد يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة والمتعلقة بطبيعة ظاهرة أو حالة أو مجموعة من الظروف؛ وذلك

بهدف جمع معلومات كافية ودقيقة حولها، دون النظر إلى وجود أو عدم وجود فروض مسبقة والظاهرة التي تسعى الدراسة الحالية إلى تحليل خصائصها هي:

منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة في مرحلة ما بعد النشر؛ للوصول لنتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على:

منهج المسح الذي يستهدف رصد وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الحالي، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، وذلك من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصادرها وطرق الحصول عليها. ويعتبر منهج المسح جهداً علمياً منظماً لجمع البيانات والمعلومات والأوصاف المتعلقة بالظاهرة أو مجموعة من الظواهر التي تتناولها الدراسة، وذلك على مدى فترة زمنية كافية. في هذه الدراسة ستقوم الباحثة بإجراء المسح الميداني على عينة من مدققي المعلومات في مواقع تدقيق المعلومات، وهي المواقع التي يتبع بعضها مؤسسات إعلامية، مثل: قسم "fact" في جريدة المصري اليوم، وتطبيق "يا خبر!"، بجانب المواقع المستقلة مثل: موقع "متصدقش"، وموقع "صحیح مصر"، وموقع "أخبار ميتر".

مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مدققي المعلومات العاملين في مواقع تدقيق المعلومات التابعة لمؤسسات إعلامية مثل: "المصري fact" في جريدة المصري اليوم، بجانب المواقع المستقلة مثل: موقع "متصدقش"، وموقع "صحیح مصر"، وموقع "أخبار ميتر"، وموقع "دا بجد"، وتطبيق "يا خبر!".

عينة الدراسة:

تم إجراء الدراسة على عينة من مدققي المعلومات العاملين في عدد من مواقع تدقيق المعلومات، وتم إعداد وتصميم استمارة الاستبيان عبر الإنترنت، ثم تم إرسالها إلى عينة الدراسة من خلال البريد الإلكتروني، ورسائل المحادثة، ومجموعات الواتساب الخاصة بالمشاركين، وذلك باستخدام أسلوب كرة الثلج. وأجريت الدراسة الميدانية في الفترة من يوليو 2024 حتى سبتمبر 2024؛ حيث بلغ عدد المشاركين الذين أجابوا عن الاستبيان 30 فرداً من المتخصصين في مجال تدقيق المعلومات. ويُعزى صغر حجم العينة نسبياً إلى حداثة ممارسة "صحافة تدقيق المعلومات" كأحد المجالات المهنية الجديدة في البيئة الرقمية، بالإضافة إلى قلة المتخصصين في هذا النوع من الصحافة، وهم الفئة المستهدفة من البحث. على سبيل المثال: يتكون قسم "المصري Fact" التابع لجريدة المصري اليوم من أربعة أفراد فقط²⁹.

تمثلت خصائص عينة الدراسة في الجدول التالي:

جدول رقم (1)
خصائص عينة الدراسة

خصائص عينة الدراسة			
النوع	ذكر	ك	%
السن	أنثى	14	46.7%
	من 20 إلى أقل من 30 سنة	12	40%
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	16	53.3%
	40 سنة فأكثر	2	6.7%
المستوى التعليمي	مؤهل عالٍ	23	76.7%
	دراسات عليا	7	23.3%
تخصص الدراسة	إعلام	23	76.7%
	أخرى	7	23.3%
عدد سنوات الخبرة في العمل الصحفي	أقل من 3 سنوات	6	20%
	من 3 لأقل من 7 سنوات	10	33.3%
	من 7 لأقل من 10 سنوات	5	16.7%
	10 سنوات فأكثر	9	30%
اسم المؤسسة	صحيح مصر	8	26.7%
	أخبار ميتر	7	23.3%
	دا بجد	6	20%
	المصري اليوم	4	13.3%
	متصدقش	3	10%
	يا خبر!	2	6.7%

أدوات الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على استمارة الاستبيان، وهو أسلوب البيانات الذي يستهدف استقاء المعلومات من المبحوثين بطريقة منهجية، وقد اهتمت الدراسة بالتعرف على منهجية عمل مدققي المعلومات وفقاً لعدد من المحاور:

أولاً: سمات مدققي المعلومات العاملين بالمؤسسات الإعلامية عينة الدراسة وذلك للتعرف على مستوى خبرة المبحوثين، والمجالات الرئيسية التي يعملون بها في مجال تدقيق المعلومات، والدوافع وراء اتجاههم للعمل في هذا التخصص، والبيانات الديموغرافية لهم (النوع- السن- التعليم).

ثانياً: الأسباب الرئيسية لانتشار الأخبار المزيفة، ومعرفة الأنماط الأكثر شيوعاً وانتشاراً لها، وكذلك دراسة المعايير التي يعتمد عليها المدققون لاختيار الأخبار التي ينبغي التحقق منها.

ثالثاً: الأدوات التقنية الحديثة، والمنهجيات وسياسات التصحيح المستخدمة في التحقق من الأخبار الزائفة من قبل مدققي المعلومات عينة الدراسة، ومدى فاعلية هذه المنهجية في تحقيق نتائج موثوق منها.

رابعاً: التحديات التي تواجه عملية تدقيق المعلومات ومستقبل هذه الوظيفة.

خامساً: الأخلاقيات التي تحكم عمل مدققي المعلومات.

اختبار الصدق والثبات:

قامت الباحثة بإجراء اختبار الصدق لاستمارة الاستبيان؛ حيث تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين³⁰ للحكم عليها والتأكد من صدقها وصلاحياتها لتحقيق أهداف الدراسة وفروضها والإجابة عن تساؤلاتها، كما تم اختبار ثبات الاستمارة عن طريق استخدام TEST AND RETEST؛ حيث تم إجراء دراسة أولية على عينة قوامها 8 مفردات من مدققي المعلومات عينة الدراسة، ثم تم إعادة الاختبار عليهم مرة أخرى لقياس ثبات الاستمارة، وقد كان معامل الثبات 89%، وهو ما يعد مؤشراً على ثبات الأداة، ويؤكد وضوح الاستمارة وصلاحياتها لجمع البيانات المطلوبة.

صدق وثبات مقاييس الدراسة:

جدول رقم (2)

ثبات المقاييس وصدقها

المتغير	ثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق الذاتي
دوافع الاتجاه للعمل بوظيفة مدقق معلومات	0.681	0.825
طرق رصد المحتوى المستهدف للتحقق	0.722	0.849
المعايير التي تحدد الادعاءات التي يتم التحقق منها	0.738	0.859
مدى الاعتماد على طرق التحقق من صحة الصور والفيديوهات المداولة	0.706	0.840
مدى استخدام الأدوات الرقمية لتدقيق المعلومات	0.746	0.863
مدى فاعلية منهجية مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة	0.726	0.852
أخلاقيات عمل مدققي المعلومات	0.826	0.908

متغيرات الدراسة:

هذه المتغيرات تنقسم إلى ثلاث فئات مميزة:

المتغيرات المستقلة:

هي المتغيرات التي نفترض أنها السبب في حدوث نتيجة مباشرة، وتشمل: مدى استخدام الأدوات والتقنيات الرقمية في التحقق، والمعايير التي يعتمد عليها مدققو المعلومات في تحديد نوعية الادعاءات التي يتم العمل عليها.

المتغيرات الوسيطة:

هي تلك المتغيرات التي تتوسط العلاقة بين مدى استخدام الأدوات التقنية ومدى فاعلية منهجية مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة، ومنها المتغيرات الديموجرافية (النوع، السن، التعليم، سنوات الخبرة)، والمتغيرات المهنية والأخلاقية التي يلتزم بها المدققون خلال عمليات التحقق.

المتغيرات التابعة:

هي النتيجة النهائية ومحصلة تأثير المتغيرات المستقلة والوسيط، وهي مدى فاعلية الأساليب التي يتبعها المدققون في تحقيق نتائج موثوقة بدقة الكشف عن الأخبار الزائفة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

بعد الانتهاء من جمع البيانات اللازمة للدراسة، تم إدخالها -بعد ترميزها- إلى الحاسب الآلي، ثم جرت معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروف باسم SPSS اختصاراً لـ: Statistical Package for the Social Sciences (Version 23)، وذلك باللجوء إلى المعاملات والاختبارات والمعالجات الإحصائية الآتية:

- 1- التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 - 2- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
 - 3- حساب الوزن النسبي للبنود المقاسة على مقياس ليكرت، وذلك عن طريق حساب المتوسط الحسابي لها، ثم ضرب النتائج $100 \times$ ، ثم قسمة النتائج على الحد الأقصى لدرجات المقياس.
 - 4- معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لدراسة شدة واتجاه العلاقة الارتباطية بين متغيرين من مستوى المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio). وقد اعتبرت العلاقة ضعيفة إذا كانت قيمة المعامل أقل من 0.4، ومتوسطة ما بين 0.4-0.7، وقوية إذا بلغت 0.7 فأكثر.
 - 5- اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين متوسطين حسابيين لمجموعتين مستقلتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
 - 6- تحليل التباين ذو البعد الواحد (One way Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من الحالات المدروسة في أحد المتغيرات من نوع المسافة أو النسبة (Interval Or Ratio).
- وقد تم قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة 95% فأكثر، أي عند مستوى معنوية 0.05 فأقل.

الإطار النظري للدراسة:

مدخل الإستمولوجيا الاجتماعية:

الإستمولوجيا هي علم يختص بدراسة طبيعة المعرفة الإنسانية وأسسها وأنواعها ومصادرها وحدودها وقيمتها. وتشتق هذه الكلمة من كلمتين يونانيتين هما: "episteme" و "logos"، وغالباً ما تُعرف بنظرية المعرفة³¹.

بدأت الإستمولوجيا كفرع من الفلسفة والمنطق، لكنها تطورت لتصبح علماً مستقلاً لدى بعض العلماء؛ حيث توسعت لتشمل دراسة أشكال متنوعة من المعرفة الإنسانية، وأهمها المعرفة العلمية³². ويمكن تعريف الإستمولوجيا -كمصطلح لنظرية المعرفة- على أنها الدراسة النقدية العلمية لطرق اكتساب المعرفة وطبيعتها وحدودها، وذلك من خلال الإجابة عن ثلاثة أسئلة رئيسية: ما الذي نعرفه؟ كيف نعرفه؟ وكيف يمكننا تبرير تلك المعرفة؟ بالإضافة إلى كيفية تقييم المعرفة، وإذا ما كانت جيدة أو كافية؛ لذا فإن الإستمولوجيا تركز أساساً على "المعايير التي يمكن استخدامها لتسوية معتقداتنا وأحكامنا"³³.

يعد الصحفيون ممارسين في مجال المعرفة؛ حيث يركز دورهم المهني على تقييم الادعاءات المعرفية التي يقدمها الآخرون، ومن ثمّ يمكنهم بناء ادعاءات معرفية خاصة بهم وتضمينها في تقاريرهم. ورغم أن مصطلح "الإستمولوجيا" ليس شائع الاستخدام بين الصحفيين، فإن العديد من المصطلحات الإعلامية مثل: الموضوعية، والتحقق، وتقصي الحقائق، تندرج ضمن مباحث هذا المجال المعرفي³⁴.

وتركز نظرية المعرفة على جانبين في مجال الصحافة ووسائل الإعلام: أولاً: نوع المعرفة التي تقدمها وسائل الإعلام، والتي تتميز بخصائص تختلف عن المعرفة العلمية والأدبية، فالمعرفة الإعلامية -على سبيل المثال- تتأثر بطبيعة الوسيلة الإعلامية نفسها، والتي تكون محكومة باعتبارات متعددة، مثل: ضغط السرعة، وضرورة جذب الجمهور، وغيرها من العوامل³⁵. ثانياً: كيفية إنتاج المعرفة، أي كيف يتوصل الصحفيون والمؤسسات الإعلامية إلى ما يعرفونه، وكيف تُصاغ هذه الادعاءات المعرفية وتُبرر. هذه الأبعاد تنطبق على الأفراد وعلى المؤسسات، فعلى المستوى الفردي يتم التركيز على جانبين: الأول هو الأبعاد الإدراكية المتعلقة بأدوار الصحفيين المهنية؛ حيث تُعدّ مهمتهم الأساسية هي إنتاج محتوى معرفي، والثاني هو الطريقة التي يتم بها تطبيق هذه الوظيفة المعرفية في الأنشطة اليومية للصحفيين. وهنا يتبادر إلى الذهن سؤال حول كيفية تحديد الصحفيين لما يكفي لتأكيد الحقيقة وإثباتها. أما على مستوى المؤسسات، فإن هناك مجموعة من القيم والمعايير التي تشكل ثقافتها وتسهم في انسجامها، بالإضافة إلى مواثيق الشرف، والقواعد والإجراءات المؤسسية، والعلاقات المهنية، وأنظمة التصنيف التي توجه عملية إنتاج المعرفة الصحفية³⁶.

وتُدرس الممارسات المتعلقة بإثبات الأخبار، مثل الصدق والدقة، على ثلاثة مستويات؛ المستوى الأول هو مستوى النصوص والخطابات؛ حيث يتم تحليل التقنيات البلاغية والخطابية المستخدمة في صياغة الادعاءات المعرفية، والمستوى الثاني يتعلق بممارسات

الصحفيين وعاداتهم وروتينهم داخل غرف الأخبار وخارجها، أما المستوى الثالث فيركز على تقييم الجمهور للأخبار واستجابته للمزاعم المعرفية التي تقدمها الصحافة، بما في ذلك درجة اعتماد الجمهور على المعلومات التي توفرها وسائل الإعلام، ويتضمن هذا الجانب أيضاً أهمية التربية الإعلامية، التي تمكن الجمهور من تقييم جودة المعلومات بشكل فعال³⁷.

وفقاً للإبستمولوجيا الاجتماعية، فإن مشاركة المجتمع في إنتاج المعرفة الصحفية تعدّ أمراً ضرورياً؛ لذا يستكشف مدخل الإبستمولوجيا الاجتماعية المجالات التي تؤثر على عملية التحقق الإعلامي وصحافة تدقيق المعلومات، ويتناول المعايير التي يمكن من خلالها الاعتماد على الممارسات الاجتماعية المعرفية كمنتج للمعرفة.

ويمكن تطبيق مدخل الإبستمولوجيا الاجتماعية على مواقع التحقق من صحة الأخبار؛ حيث توصل Graves إلى أن مدققي المعلومات يعتمدون في تأكيد المعلومات على مدى اتساق الأدلة المختلفة بدلاً من تطابقها مع الواقع، كما يدرك هؤلاء المدققون أن التفضيل بين الأدلة يتأثر بالسياق المحيط، وتتدخل فيه عوامل اجتماعية مثل الافتراضات المسبقة التي يحملها الصحفي³⁸. بالإضافة إلى ذلك، فقد منحت الممارسات الإبستمولوجية التي يتبناها مدققو المعلومات من خارج المجال الصحفي مؤسساتهم خصائص وسلطات معرفية كانت تُنسب تقليدياً للصحافة، وهذا أسهم في إعادة تعريف كيفية تدقيق الحقائق داخل المؤسسات الصحفية، وأدخل أبعاداً جديدة تتعلق بضرورة الشفافية في كشف المصادر ووضوح إجراءات التحقق؛ مما يمكن الجمهور من إعادة التحقق عند الحاجة. بالإضافة إلى ذلك، تعتمد المعلومات المستخدمة في قصص صحة الأخبار في المؤسسات غير الصحفية إلى حد كبير على مدى الثقة في المصدر؛ وذلك بسبب التحديات في التأكد من المعلومات بشكل مستقل نظراً لقلة الموارد المتاحة. ومع ذلك، لا ينفي هذا أن المؤسسات الرسمية قد خضعت للتدقيق والتفحص، وأنه لا ينبغي اعتبارها مصادر معلومات موثوقة دون مراجعة³⁹.

وبناء على ذلك، تستند الدراسة الحالية إلى مدخل الإبستمولوجيا الاجتماعية لدراسة البنية المعرفية لوحداث تدقيق المعلومات في المواقع المتخصصة بالتدقيق، بما يشمل من قواعد وإجراءات متعلقة بإنتاج المعرفة، وهذا يتطلب تحليل الظاهرة على مستوى الأفراد من خلال دراسة ممارسات مدققي المعلومات، مع التركيز على مبررات هذه الممارسات بناءً على مدى قربها من تحقيق هدف إنتاج معرفة دقيقة تعكس الواقع.

نتائج الدراسة:

أولاً: تصورات مدققي المعلومات حول الأخبار الزائفة: أنواعها، وأسباب انتشارها، ودوافعهم في الكشف عنها:

1- أنماط المحتوى التي تتكرر كأخبار زائفة أثناء عملية تدقيق المعلومات:

جدول رقم (3)

أنماط المحتوى التي تتكرر كأخبار زائفة أثناء عملية تدقيق المعلومات (ن=30)

الوزن المرجح	الوزن بالنقاط	5	4	3	2	1	الترتيب نوع المحتوى	
							ك	الصور
%22.9	120	3	1	4	7	15	%50	النصوص على منصات التواصل الاجتماعي
		%10	%3.3	%13.3	%23.4	%50	%	
%21.8	114	1	2	7	12	8	%26.7	الفديو
		%3.3	%6.7	%23.3	%40	%26.7	%	
%20.7	108	2	5	6	7	10	%33.3	تصريحات المسؤولين
		%6.7	%16.7	%20	%23.3	%33.3	%	
%18.9	99	3	3	11	8	5	%16.7	النصوص على المواقع الإلكترونية الصحفية
		%10	%10	%36.6	%26.7	%16.7	%	
%15.7	82	4	8	11	6	1	%3.3	
		%13.3	%26.7	%36.7	%20	%3.3	%	

يوضح الجدول رقم (3) تصورات مدققي المعلومات عينة الدراسة حول أكثر أنواع المحتوى ظهوراً وتكراراً كأخبار زائفة؛ حيث تعد الصور النمط الأكثر تكراراً بين أنواع المحتوى التي يتم اكتشافها كأخبار زائفة أثناء عملية تدقيق المعلومات بمعدل %22.9، تليها النصوص على منصات التواصل الاجتماعي بمعدل %21.8، يليها الفيديو بمعدل %20.7، تليه تصريحات المسؤولين بمعدل %18.9، وأخيراً النصوص على المواقع الإلكترونية الصحفية بمعدل %15.7.

ويمكن تفسير تصدر الصور باعتبارها أكثر أنماط الأخبار الزائفة؛ نظراً لسهولة التلاعب بها باستخدام تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي، وتأثيرها العاطفي القوي الذي يعزز انتشارها السريع على وسائل التواصل الاجتماعي. ومع غياب الأدوات المناسبة لدى الجمهور العام للتحقق مثل البحث العكسي، تصبح الصور المزيفة أكثر قدرة على التضليل مقارنة بالنصوص أو الفيديوهات، كذلك فإن التحديات التي تواجه مدققي المعلومات في كشف زيف الصور، مثل الوقت والجهد اللازمين للتحقق، تسهم في جعلها الأكثر شيوعاً ضمن الأخبار الزائفة.

2- العوامل التي أسهمت في الزيادة الملحوظة لانتشار الأخبار الزائفة في الفترة الأخيرة:

جدول رقم (4)

عوامل انتشار الأخبار الزائفة في الفترة الأخيرة (ن=30)

الأسباب	المدى	إلى حد كبير	إلى حد ما	لا	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
سهولة مشاركة الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي دون التحقق من صحتها	ك	28	2	-	2.93	97.8%
	%	93.3%	6.7%	-		
الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي	ك	26	4	-	2.87	95.6%
	%	86.7%	13.3%	-		
السرعة في نقل الأخبار مما يؤدي إلى نشر معلومات غير دقيقة قبل التحقق منها	ك	25	4	1	2.80	93.3%
	%	83.3%	13.3%	3.3%		
نقص الوعي بأهمية التحقق من المصادر والأخبار الصحيحة	ك	24	5	1	2.77	92.2%
	%	80%	16.7%	3.3%		
بعض الجهات تقوم بنشر الأخبار الزائفة عمدًا لتحقيق أهداف معينة	ك	21	9	-	2.70	90%
	%	70%	30%	-		
تطور تقنيات التزييف العميق (Deepfake) وبرامج تعديل الصور والفيديوهات جعل من السهل إنشاء محتوى زائف	ك	19	11	-	2.63	87.8%
	%	63.3%	36.7%	-		
اعتماد منصات التواصل الاجتماعي على خوارزميات تعرض المحتوى بناءً على التفاعل السابق	ك	16	11	3	2.43	81.1%

توضح نتائج الجدول السابق أن مدققي المعلومات (أفراد العينة) أشاروا إلى عدة عوامل أسهمت في الزيادة الملحوظة لانتشار الأخبار الزائفة في الفترة الأخيرة، ومنها سهولة مشاركة الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي دون التحقق من صحتها بنسبة 97.8%، يليه الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 95.6%، يليه السرعة في نقل الأخبار مما يؤدي إلى نشر معلومات غير دقيقة قبل التحقق منها بنسبة 93.3%، يليه نقص الوعي بأهمية التحقق من المصادر والأخبار الصحيحة بنسبة 92.2%، يليه قيام بعض الجهات بنشر الأخبار الزائفة عمدًا لتحقيق أهداف معينة بنسبة 90%، يليه تطور تقنيات التزييف العميق (Deepfake) وبرامج تعديل الصور والفيديوهات جعل من السهل إنشاء محتوى زائف بنسبة 87.8%، وأخيرًا اعتماد منصات التواصل الاجتماعي على خوارزميات تعرض المحتوى بناءً على التفاعل السابق بنسبة 81.1%. وهو ما اتفق مع نتائج دراسة خليفة عبد اللاه، عبد اللاه. (2024)⁴⁰، ودراسة حامد، شيماء. (2023)⁴¹، ودراسة (2022)⁴² Khan, Shakel Ahmed. بأن وسائل التواصل الاجتماعي تعدّ مجالًا خصبًا لانتشار الأخبار المزيفة؛ ويرجع ذلك لطبيعة تلك المنصات وما تتيحه من سرعة وفورية للمستخدمين.

3- دوافع الاتجاه للعمل بوظيفة مدقق معلومات:

جدول رقم (5)

دوافع الاتجاه للعمل بوظيفة مدقق معلومات (ن=30)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا	إلى حد ما	إلى حد كبير	المدى	الدوافع
%97.8	2.93	-	2	28	ك	التحقق من صحة الأخبار جزء أساسي من معايير المهنة وأخلاقياتي الوظيفية
		-	%6.7	%93.3	%	
%94.4	2.83	1	3	26	ك	حماية الجمهور من المعلومات المضللة
		%3.3	%10	%86.7	%	
%91.1	2.73	-	8	22	ك	تحسين جودة النقاش العام من خلال ضمان تداول معلومات صحيحة وموثوقة
		-	%26.7	%73.3	%	
%87.8	2.63	3	5	22	ك	تعزيز ثقة الجمهور في وسائل الإعلام
		%10	%16.7	%73.3	%	
%81.1	2.43	4	9	17	ك	الحفاظ على سمعة المؤسسة التي أعمل بها وزيادة عدد المتابعين والمشاركين
		%13.3	%30	%56.7	%	

يكشف الجدول السابق عن تبني مدققي المعلومات (أفراد العينة) لعدة دوافع للعمل في وظيفة مدققي المعلومات، وكان الدافع الأول هو "التحقق من صحة الأخبار كجزء أساسي من معايير المهنة وأخلاقياتي الوظيفية" بمعدل %97.8، يليه الدافع الثاني "حماية الجمهور من المعلومات المضللة" بمعدل %94.4، وجاء في المرتبة الثالثة "تحسين جودة النقاش العام من خلال ضمان تداول معلومات صحيحة وموثوقة" بمعدل %91.1، ثم الدافع الرابع "تعزيز ثقة الجمهور في وسائل الإعلام" بمعدل %87.8، وأخيراً جاء "الحفاظ على سمعة المؤسسة التي أعمل بها وزيادة عدد المتابعين والمشاركين" في المرتبة الخامسة بمعدل %81.1.

تعكس نتائج الجدول السابق تنوع الدوافع التي يتبناها مدققو المعلومات في عملهم، ما يعكس توازناً بين الالتزام بالمهنية والمسؤولية المجتمعية، كما تشير هذه الدوافع إلى أن مدققي المعلومات يرون عملهم كرسالة ذات أبعاد متعددة: مهنية، وأخلاقية، واجتماعية. فهم ليسوا فقط صناع قرارات داخل غرف الأخبار، بل أيضاً فاعلون رئيسيون في مواجهة التحديات المعاصرة مثل التضليل والإعلام غير المسؤول.

ثانيًا: منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة:

1- طرق رصد المحتوى المستهدف للتحقق:

جدول رقم (5)

طرق رصد المحتوى المستهدف للتحقق (ن=30)

طرق الرصد	المدى	تنطبق علي	تنطبق إلى حد ما	لا تنطبق	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
متابعة ما هو متداول في صفحات التواصل الاجتماعي بشكل عام	ك	28	2	-	2.93	%97.8
استخدام الكلمات المفتاحية المركبة على منصة "إكس"	ك	20	8	2	2.60	%86.7
المشاركة في شبكات التحقق الدولية التي تسهم في رصد الأخبار الزائفة عبر الحدود	ك	11	13	6	2.17	%72.2
البحث على فيسبوك بواسطة أداة www.crowdtangle.com	ك	4	16	10	1.80	%60
استقبال الرسائل من قبل المتابعين عبر الموقع الإلكتروني	ك	6	10	14	1.73	%57.8
	%	%93.3	%6.7	-		
	%	%66.6	%26.7	%6.7		
	%	%36.7	%43.3	%20		
	%	%13.3	%53.4	%33.3		
	%	%20	%33.3	%46.7		

تشير نتائج الجدول السابق إلى طرق رصد المحتوى المستهدف للتحقق من قبل مدققي المعلومات (أفراد العينة)؛ حيث جاءت متابعة ما يتم تداوله على صفحات التواصل الاجتماعي بشكل عام في المرتبة الأولى بمعدل %97.8، يليها استخدام الكلمات المفتاحية المركبة على منصة "إكس" بمعدل %86.7، ثم المشاركة في شبكات التحقق الدولية التي تسهم في رصد الأخبار الزائفة عبر الحدود بمعدل %72.2، يلي ذلك البحث على فيسبوك باستخدام أداة www.crowdtangle.com بمعدل %60، وأخيرًا استقبال الرسائل من المتابعين عبر الموقع الإلكتروني بمعدل %57.8. وتتفق نتائج هذا الجدول نوعًا ما مع نتائج دراسة سعد، حنين، (2022)⁴³، ودراسة أبو قوطة، خالد، (2021)⁴⁴، ودراسة Brandtzae et al. (2018)، التي أشارت إلى اعتماد الصحفيين على طرق متعددة للكشف عن الأخبار الزائفة مثل الاعتماد على المواقع والأدوات المتخصصة بالتحقق، والأخبار التي تم التحقق منها من قبل المؤسسات الإعلامية الأخرى، وتبليغات المستخدمين.

2- المعايير التي تحدد الادعاءات التي يتم التحقق منها:

جدول رقم (6)

المعايير التي تحدد الادعاءات التي يتم التحقق منها (ن=30)

المعايير	المدى	تنطبق علي	تنطبق إلى حد ما	لا تنطبق	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
أن يكون للادعاء تأثيرات سلبية على المجتمع في حال انتشاره	ك	28	2	-	2.93	%97.8
أن يكون الادعاء منتشرًا بشكل كبير على الإنترنت	ك	28	2	-	2.93	%97.8
إمكانية الوصول إلى دليل نهائي قاطع بشأن الادعاء	ك	25	4	1	2.80	%93.3
	%	%83.4	%13.3	%3.3		
	%	%93.3	%6.7	-		
	%	%93.3	%6.7	-		

منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة: أدوات وتقنيات التحقق في العصر الرقمي

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا تنطبق	تنطبق إلى حد ما	تنطبق علي	المدى	
					ك	المعايير
%88.9	2.67	1	8	21	ك	أن تكون طبيعة الادعاء (عاجلة أو حساسة أو مثيرة للجدل)
		%3.3	%26.7	%70	%	
%83.3	2.50	3	9	18	ك	الاتساق مع قيم تدعمها المنصة التي أعمل بها، مثل: حقوق المرأة، أو حرية التعبير، أو الأقليات
		%10	%30	%60	%	
%76.7	2.30	2	17	11	ك	ألا يكون قد سبق تصحيح الادعاء بإحدى المنصات العاملة في تدقيق المعلومات
		%6.7	%56.6	%36.7	%	

تُظهر نتائج الجدول السابق معايير مدققي المعلومات (أفراد العينة) لاختيار الادعاءات التي تستوجب التحقق؛ حيث جاء في المرتبة الأولى معيار أن يكون للادعاء تأثيرات سلبية على المجتمع في حال انتشاره، وأن يكون واسع الانتشار على الإنترنت، وذلك بمعدل %97.8، يليه توافر دليل نهائي قاطع حول الادعاء بمعدل %93.3، ثم أن تكون طبيعة الادعاء عاجلة أو حساسة أو مثيرة للجدل بمعدل %88.9، بعد ذلك يأتي معيار الاتساق مع القيم التي تدعمها المنصة التي يعمل بها المدقق مثل حقوق المرأة أو حرية التعبير أو دعم الأقليات بمعدل %83.3، وأخيراً جاء معيار عدم تصحيح الادعاء مسبقاً على أي منصة أخرى متخصصة في تدقيق المعلومات بمعدل %76.7.

ويرجع تصدر معيار تأثير الادعاء السلبي على المجتمع وانتشاره الواسع عبر الإنترنت إلى إدراك المدققين لخطورة المعلومات المضللة على الأمن الاجتماعي والوعي العام، خاصةً عندما تكون ذات تأثير واسع النطاق؛ حيث يهدف مروجو الأخبار الزائفة إلى تزييف الحقيقة وتضليل الرأي العام، وهو ما يؤكد نتائج الجدول رقم (5) من أن العوامل المهنية وحماية المجتمع من خطورة الأخبار المزيفة كانت من أبرز دوافع عينة الدراسة للعمل في مجال صحافة تدقيق المعلومات.

3- الآليات المستخدمة في التحقق من صحة الأخبار الزائفة:

جدول رقم (7)

الآليات المستخدمة في التحقق من صحة الأخبار الزائفة (ن=30)

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا استخدمها	أحياناً	دائماً	المدى	
					ك	الوسائل
%100	3	-	-	30	ك	أتحقق من المصادر الأصلية للأخبار
		-	-	%100	%	
%98.9	2.97	-	1	29	ك	أرجع إلى المواقع الرسمية والتقارير الموثوقة للتأكد من المعلومات
		-	%3.3	%96.7	%	
%91.1	2.73	1	6	23	ك	أقارن الأخبار والمعلومات مع تقارير وأخبار من مصادر موثوقة
		%3.3	%20	%76.7	%	
%90	2.70	2	5	23	ك	أرجع إلى قواعد البيانات والمكتبات الرقمية للتحقق من صحة المعلومات التاريخية والإحصائية
		%6.7	%16.7	%76.6	%	
%84.4	2.53	1	12	17	ك	أستفيد من تقارير وتحليلات المنظمات المعنية بالتحقق من الأخبار
		%3.3	%40	%56.7	%	
%84.4	2.53	-	14	16	ك	أستفيد من أرشيف الأخبار والوثائق الرسمية
		-	%46.7	%53.3	%	
		%10	%33.3	%56.7	%	

منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة: أدوات وتقنيات التحقق في العصر الرقمي

الوسائل	المدى	دائماً	أحياناً	لا أستخدمها	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
استفيد من تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات	ك	15	13	2	2.43	%81.1
	%	%50	%43.3	%6.7		
أستشير الخبراء والمختصين في المجال المراد التحقق منه للتأكد من صحة المعلومات	ك	9	19	2	2.23	%74.4
	%	%30	%63.3	%6.7		
أستخدم برامج وأدوات رقمية مثل Snopes و FactCheck	ك	11	14	5	2.20	%73.3
	%	%36.7	%46.6	%16.7		

تشير نتائج الجدول السابق إلى الآليات التي يعتمد عليها مدققو المعلومات للتحقق من صحة الأخبار الزائفة؛ إذ جاءت في المرتبة الأولى مراجعة المصادر الأصلية للأخبار بمعدل 100%، تليها العودة إلى المواقع الرسمية والتقارير الموثوقة للتحقق من المعلومات بمعدل 98.9%، ثم تأتي مقارنة الأخبار مع تقارير وأخبار من مصادر موثوقة بمعدل 91.1%، ويليهما استخدام قواعد البيانات والمكتبات الرقمية للتحقق من صحة المعلومات التاريخية والإحصائية بمعدل 90%، كذلك يستفيد المدققون من تقارير وتحليلات المنظمات المتخصصة في التحقق ومن أرشيف الأخبار والوثائق الرسمية بمعدل 84.4%، كما يتابعون ردود الفعل وتعليقات الجمهور للتأكد من مصداقية الأخبار بمعدل 82.2%، ويستخدمون تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات بمعدل 81.1%، ويستعينون أيضاً بالخبراء والمتخصصين في المجال للتحقق من صحة المعلومات بنسبة 74.4%، وأخيراً يعتمدون على أدوات وبرامج رقمية مثل Snopes و FactCheck بمعدل 73.3%.

وتتفق نتائج هذا الجدول مع دراسة خليفة عبد اللاه، عبد اللاه (2024)⁴⁶، ودراسة عبد العليم، مصطفى (2021)⁴⁷، اللتين توصلتا إلى اعتماد الصحفيين على منهجية مراجعة المصادر الأصلية للأخبار كأهم منهجية للتحقق من الأخبار الزائفة، ويمكن تفسير ذلك بأن العديد من الأخبار والقصص يتم تزيفها وإعادة تصميمها ونشرها عبر مواقع وهمية تحاكي في تصميمها المواقع الإخبارية الشهيرة؛ مما يدفع الصحفيين إلى التحقق من صحة الأخبار من خلال زيارة الصفحات الرسمية لتلك المواقع الموثوقة والتأكد من وجود الخبر المنشور بها.

4- وسائل التحقق من صحة الصور والفيديوهات المتداولة:

جدول رقم (8)

مدى الاعتماد على وسائل التحقق من صحة الصور والفيديوهات المتداولة (ن=30)

الوسائل	المدى	دائماً	أحياناً	لا أستخدمها	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
أتأكد من كون الصورة حقيقية أم تم استخدامها في فيديوهات أخرى	ك	30	-	-	3	%100
	%	%100	-	-		
أرجع إلى مصدر الصورة والفيديو الذي قام بتحميل الصور والفيديوهات	ك	28	2	-	2.93	%97.8
	%	%93.3	%6.7	-		
أتحقق من السياق الذي تم فيه تداول الصورة أو الفيديو	ك	25	4	1	2.80	%93.3
	%	%83.4	%13.3	%3.3		

منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة: أدوات وتقنيات التحقق في العصر الرقمي

وسائط التحقق	المدى	دائمًا	أحيانًا	لا استخدمها	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ألاحظ التفاصيل المرئية (مثل: علامات المتاجر، والإشارات في الشوارع، ولوحات السيارات)	ك	24	6	-	2.80	%93.3
	%	%80	%20	-		
أتحقق من عنوان وتاريخ وقت تحميل الصور والفيديوهات	ك	23	6	1	2.73	%91.1
	%	%76.7	%20	%3.3		
أتحقق من الموقع الجغرافي الذي تم فيه تحميل الصور ومقاطع الفيديو	ك	20	10	-	2.67	%88.9
	%	%66.7	%33.3	-		
أتأكد من الحجم الأصلي للصورة لضمان عدم التعديل عليها	ك	9	13	8	2.03	%67.8
	%	%30	%43.3	%26.7		

توضح بيانات الجدول السابق الوسائل التي يستخدمها مدققو المعلومات (أفراد العينة) للتحقق من صحة الصور والفيديوهات؛ حيث جاءت في المرتبة الأولى التأكد من أن الصورة أصلية ولم تُستخدم في فيديوهات أخرى بمعدل 100%، تليها العودة إلى مصدر الصورة أو الفيديو الذي قام بتحميلها بمعدل 97.8%، ثم التحقق من السياق الذي تم فيه تداول الصورة أو الفيديو بمعدل 93.3%، وملاحظة التفاصيل المرئية مثل: علامات المتاجر، الإشارات في الشوارع، ولوحات السيارات بنفس النسبة (93.3%)، يلي ذلك التحقق من عنوان وتاريخ وقت تحميل الصور والفيديوهات بمعدل 91.1%، ثم التأكد من الموقع الجغرافي للصور ومقاطع الفيديو بمعدل 88.9%، وأخيرًا التحقق من الحجم الأصلي للصورة لضمان عدم التعديل عليها بمعدل 67.8%. وهو ما أكدته نتائج دراسة (Skolkay and Filin 2019)⁴⁸ من اعتماد مدققي المعلومات على نهج شامل ومنهجي يتضمن عدة خطوات مترابطة تهدف إلى كشف التزييف وضمان مصداقية الصور المتداولة.

ويمكن تفسير اعتماد عينة الدراسة على نهج التأكد من أصالة الصورة أو الفيديو؛ حيث تُعد هذه الخطوة أساسية لضمان أن المحتوى لم يتم استخدامه في سياقات أو أحداث مختلفة عن التي يُدعى أنه يعبر عنها؛ إذ إن الصور المعاد استخدامها تُعدّ من أكثر أشكال التضليل شيوعًا، وهو ما أكدته أفراد العينة تبعًا لنتائج جدول (3) بأن الصور أكثر أنماط المحتوى المزيف ظهورًا وتكرارًا.

5- الأدوات الرقمية المستخدمة في تدقيق المعلومات:

جدول رقم (9)

مدى استخدام الأدوات الرقمية لتدقيق المعلومات (ن=30)

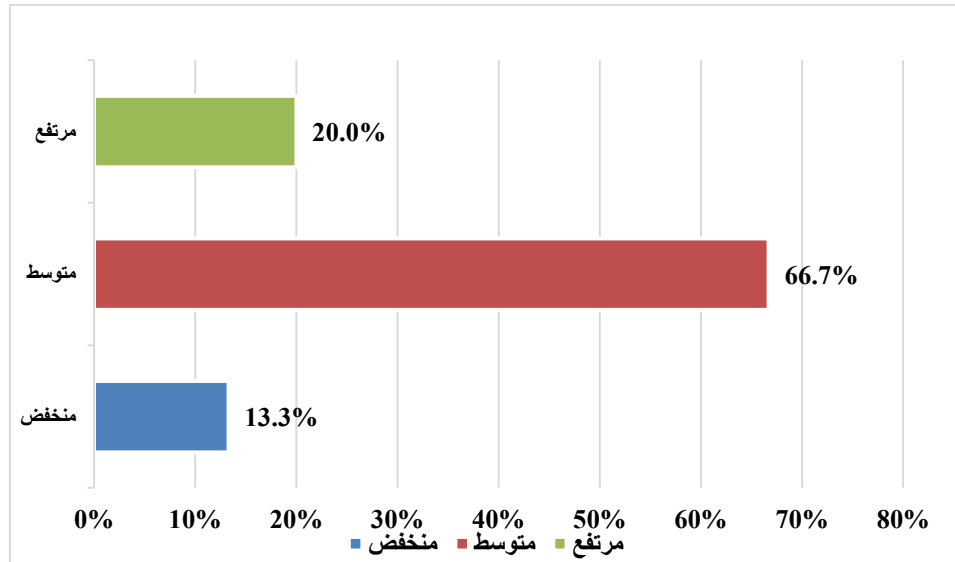
وسائط التحقق	المدى	دائمًا	أحيانًا	لا استخدمها	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
Google Reverse Image Search	ك	26	4	-	2.87	%95.6
	%	%86.7	%13.3	-		
Reverse Image Search	ك	22	6	2	2.67	%88.9
	%	%73.3	%20	%6.7		
Internet Archive	ك	19	7	4	2.50	%83.3
	%	%63.4	%23.3	%13.3		
Yandex Reverse Image Search	ك	18	8	4	2.47	%82.2
	%	%60	%26.7	%13.3		

منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة: أدوات وتقنيات التحقق في العصر الرقمي

الوزن النسبي	المتوسط الحسابي	لا استخدمها	أحياناً	دائماً	المدى الأدوات	
					ك	%
%76.7	2.30	6	9	15	ك	Invid
		%20	%30	%50	%	
%76.7	2.30	6	9	15	ك	Who Posted What
		%20	%30	%50	%	
%74.4	2.23	9	5	16	ك	Archiveis
		%30	%16.7	%53.3	%	
%72.2	2.17	7	11	12	ك	YouTube Data Viewer
		%23.3	%36.7	%40	%	
%66.7	2	8	14	8	ك	FotoForensics
		%26.7	%46.7	%26.7	%	
%62.2	1.87	13	8	9	ك	Account Analysis
		%43.3	%26.7	%30	%	
%60	1.80	13	10	7	ك	Ghost Archive
		%43.4	%33.3	%23.3	%	
%58.9	1.77	14	9	7	ك	Online OCR
		%46.7	%30	%23.3	%	
%58.9	1.77	16	5	9	ك	Watch Frame By Frame
		%53.3	%16.7	%30	%	
%57.8	1.73	14	10	6	ك	Metadata 2go
		%46.7	%33.3	%20	%	
%56.7	1.70	14	11	5	ك	Webmii
		%46.6	%36.7	%16.7	%	
%55.6	1.67	16	8	6	ك	Crowdtangle
		%53.3	%26.7	%20	%	
%55.6	1.67	15	10	5	ك	YouTube Metadata Recover
		%50	%33.3	%16.7	%	
%53.3	1.60	16	10	4	ك	دليل لكشف الخداع
		%53.3	%33.3	%13.3	%	
%52.2	1.57	18	7	5	ك	YouTube Geofind
		%60	%23.3	%16.7	%	
%52.2	1.57	16	11	3	ك	Mever
		%53.3	%36.7	%10	%	

تشير نتائج الجدول السابق إلى الأدوات الرقمية المستخدمة من قبل أفراد العينة في تدقيق المعلومات؛ إذ جاءت أداة "Google Reverse Image Search" في الصدارة بنسبة 95.6%، وتستخدم للبحث عن نسخ مماثلة للصور والتحقق من مصادرها، تليها أداة "Reverse Image Search" بنسبة 88.9%، التي تساعد في العثور على نسخ الصورة عبر مواقع متعددة، تليها أداة "Internet Archive" بنسبة 83.3%، وهي أداة للاحتفاظ بنسخ المواقع الإلكترونية القديمة، فيما جاءت أداة "Yandex Reverse Image Search" بنسبة 82.2%، وهي التي تتيح إمكانية البحث عن الصور للتحقق من استخدامها في عدة مواقع، أما أداة "Invid" فجاءت بنسبة 76.7%، وهي التي تُستخدم لتحليل صحة الفيديوهات، بينما تساعد أداة "Who Posted What" التي جاءت بنسبة 76.7% في البحث عن منشورات محددة على فيسبوك، وتأتي أداة "Archive.is" بنسبة 74.4% لأرشفة صفحات الويب، تليها أداة "YouTube Data Viewer" بنسبة 72.2% لاستخراج البيانات الأساسية من فيديوهات يوتيوب، وتتيح أداة "FotoForensics" التي جاءت بنسبة 66.7% تحليل الصور للتحقق من أي تعديل، بينما تُستخدم أداة "Account Analysis" بنسبة 62.2% لتحليل نشاط حسابات التواصل الاجتماعي.

أما أداة "Ghost Archive" التي جاءت بنسبة 60% فنُستخدم لأرشفة المحتوى، وجاءت أداة "Online OCR" بنسبة 58.9% لاستخراج النصوص من الصور، وتساعد أداة "Watch Frame By Frame" التي جاءت بنسبة 58.9% في عرض الفيديوها إطاراً بإطار، فيما تستخرج أداة "Metadata 2go" التي جاءت بنسبة 57.8% البيانات الوصفية للصور، وتتيح أداة "Webmii" التي جاءت بنسبة 56.7% البحث عن معلومات الأفراد عبر الإنترنت، وتدعم أداة "Crowdtangle" التي جاءت بنسبة 55.6% متابعة المحتوى الرائج، كما تساعد أداة "YouTube Metadata Recover" التي جاءت بنسبة 55.6% في استعادة البيانات الوصفية للفيديوهات على يوتيوب، ويعدّ "دليل كشف الخداع" الذي جاء بنسبة 53.3% مرجعاً في كشف الأخبار الزائفة، بينما تُستخدم أداة "YouTube Geofind" التي جاءت بنسبة 52.2% لتحديد الموقع الجغرافي للفيديوهات، وأخيراً جاءت أداة "Mever" بنسبة 52.2% لاكتشاف المصادر الأصلية للمحتوى والتحقق من صحته.



شكل رقم (1) مدى استخدام الأدوات الرقمية في التحقق

يوضح الشكل السابق مدى استخدام مدققي المعلومات (أفراد العينة) نحو استخدام الأدوات الرقمية في التحقق، فقد استخدم 66.7% من أفراد العينة الأدوات الرقمية بدرجة متوسطة، في حين استخدم 20% من أفراد العينة الأدوات الرقمية بشكل مرتفع، وأوضحت نسبة 13.3% من المدققين اعتمادهم على الأدوات الرقمية بدرجة منخفضة.

ثالثاً: مدى فاعلية منهجية مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة:

1- ترتيب أكثر تصنيفات الأخبار الزائفة ظهوراً وانتشاراً في مجال تدقيق المعلومات:

جدول رقم (10)

ترتيب أكثر تصنيفات الأخبار الزائفة ظهوراً وانتشاراً في مجال تدقيق المعلومات (ن=30)

الترتيب	1	2	3	4	5	6	الوزن بالنقاط	الوزن المرجح
الموضوعات السياسية	ك	22	1	1	2	2	153	19.6%
الموضوعات الاقتصادية	ك	7	10	9	2	0	138	17.7%
الموضوعات الصحية	ك	6	9	8	4	0	131	16.8%
الموضوعات الفنية	ك	9	7	5	3	1	131	16.8%
الموضوعات الرياضية	ك	8	8	5	1	2	130	16.7%
الموضوعات البيئية	ك	3	1	11	6	7	96	12.3%

توضح بيانات الجدول السابق ترتيب تصنيفات الأخبار الزائفة الأكثر شيوعاً في عمل مدققي المعلومات (أفراد العينة)؛ حيث جاءت الموضوعات السياسية في الصدارة بمعدل 19.6%، تلتها الموضوعات الاقتصادية بمعدل 17.7%، ثم جاءت كل من الموضوعات الصحية والفنية بمعدل 16.8% لكل منهما، بينما حصلت الموضوعات الرياضية على معدل 16.7%، وجاءت الموضوعات البيئية بمعدل 12.3%. وهو ما اتفق مع نتائج دراسة الدسوقي، نورا. (2023)⁴⁹، ودراسة مبارك، عبد السلام. (2022)⁵⁰، ودراسة⁵¹ (2018) Laze. David MJ، في أن قطاع السياسة يأتي في مقدمة القطاعات التي استهدفتها الأخبار الزائفة عبر المنصات الرقمية؛ لأنه يُعد مجالاً حساساً ومؤثراً بشكل مباشر على الرأي العام وصناعة القرارات، فالأخبار السياسية الزائفة تُستخدم غالباً كأداة للتأثير على توجهات الناخبين، وتشكيل المواقف السياسية، أو خلق حالة من الفوضى وزعزعة الاستقرار في المجتمعات.

2- فئات الأخبار الزائفة:

جدول رقم (11)

ترتيب فئات الأخبار الزائفة (ن=30)

الترتيب الفئات		1	2	3	4	5	الوزن بالنقاط	الوزن المرجع
العنوان المضلل	ك	17	5	4	1	3	122	21.9%
	%	%56.7	%16.7	%13.3	%3.3	%10		
المحتوى الزائف جزئياً	ك	13	9	4	2	2	119	21.3%
	%	%43.3	%30	%13.3	%6.7	%6.7		

الترتيب الفئات	1	2	3	4	5	الوزن بالنقاط	الوزن المرجح
المحتوى الزائف كلياً	13 %43.3	6 %20	3 %10	5 %16.7	3 %10	111	19.9%
المحتوى الخادع	8 %26.7	10 %33.3	4 %13.3	6 %20	2 %6.7	106	19%
المحتوى المتحيز	9 %30	6 %20	7 %23.3	2 %6.7	6 %20	100	17.9%

استناداً إلى بيانات الجدول السابق، جاء ترتيب الفئات الأكثر ظهوراً كأخبار زائفة أثناء عمل مدققي المعلومات (أفراد العينة) كالآتي: تصدرت العناوين المضللة بمعدل 21.9%، تلتها الأخبار الزائفة جزئياً بمعدل 21.3%، ثم الأخبار الزائفة بالكامل بمعدل 19.9%، وحلت الأخبار الخادعة بمعدل 19%، وأخيراً الأخبار المتحيزة بمعدل 17.9%. وتختلف نتائج هذا الجدول مع نتائج دراسة خليفة عبد اللاه، عبد اللاه. (2024)⁵² التي توصلت إلى أن المحتوى الزائف جزئياً جاء في مقدمة أنواع الأخبار الزائفة التي تم التحقق منها بمواقع تدقيق المعلومات عينة الدراسة، في حين اتفقت نتائج الجدول مع دراسة كدواني. شيرين (2021)⁵³، ودراسة محمد. أحمد (2021)⁵⁴ على ظهور العنوان المضلل كأكثر أساليب التزييف المستخدمة.

ويمكن تفسير تصدر العناوين المضللة كأكثر الأخبار الزائفة ظهوراً في عمل مدققي المعلومات (أفراد العينة)؛ لأنها تُعد الوسيلة الأكثر فاعلية لشد انتباه الجمهور بسرعة، فهي تستخدم أساليب نفسية عاطفية وتجذب القراء بطرق تجعلهم يشاركون الخبر أو يتفاعلون معه دون التحقق من صحته.

3- مؤشرات الأداء لعمليات التحقق من الأخبار الزائفة:

جدول رقم (12)

مؤشرات الأداء لعمليات التحقق من الأخبار الزائفة

الأداء	المدى	تتطبق على	تطبق إلى حد ما	لا تتطبق	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
تتميز تقاريرنا النهائية بعد التحقق من الأخبار بالدقة والموثوقية	ك %	28 %93.3	2 %6.7	-	2.93	97.8%
أستغرق وقتاً طويلاً نسبياً للتحقق من صحة الخبر الواحد	ك %	25 %83.4	4 %13.3	1 %3.3	2.80	93.3%
أتمكن بشكل كبير من اكتشاف وتحديد الأخبار الزائفة في معظم مهام اليومية	ك %	23 %76.7	6 %20	1 %3.3	2.73	91.1%
أتلقي ردود فعل إيجابية من الجمهور والمؤسسات الإعلامية	ك %	23 %76.6	5 %16.7	2 %6.7	2.70	90%
أواجه صعوبة في التأكد من صحة الأخبار التي تعتمد على مصادر معقدة ومتعددة	ك %	17 %56.7	12 %40	1 %3.3	2.53	84.4%

المدى	الأداء	تطبيق علي	تطبق إلى حد ما	لا تنطبق	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
ك	أقوم بإجراء عملية تحقق إضافية عند وجود شكوك حول نتائج الأولية	16	14	-	2.53	84.4%
%		53.3%	46.7%	-		
ك	أعدل تقاريرتي عند اكتشاف أي خطأ أو توافر تحديثات تؤثر في صحة الخبر	17	10	3	2.47	82.2%
%		56.7%	33.3%	10%		
ك	لاحظ الجمهور تأثيرًا إيجابيًا لعملي في الحد من انتشار الأخبار الزائفة	15	13	2	2.43	81.1%
%		50%	43.3%	6.7%		
%		30%	63.3%	6.7%		

تُظهر نتائج الجدول السابق مؤشرات أداء مدققي المعلومات (أفراد العينة) في التحقق من الأخبار الزائفة؛ حيث أظهرت عبارة "تتميز تقاريرتي النهائية بعد التحقق بالدقة والموثوقية" أعلى نسبة بمعدل 97.8%، تليها عبارة "أستغرق وقتًا طويلاً نسبياً للتحقق من صحة الخبر الواحد" بمعدل 93.3%، وجاءت عبارة "أتمكن بشكل كبير من اكتشاف وتحديد الأخبار الزائفة في معظم مهامتي اليومية" بمعدل 91.1%، ثم عبارة "ألتقي ردود فعل إيجابية من الجمهور والمؤسسات الإعلامية" بمعدل 90%، كما أشارت النتائج إلى أن نسبة 84.4% من المدققين يواجهون صعوبة في التحقق من الأخبار المعتمدة على مصادر معقدة ومتعددة، ويقومون بإجراء عملية تحقق إضافية عند وجود شكوك حول نتائجهم الأولية، وأظهرت عبارة "أعدل تقاريرتي عند اكتشاف أي خطأ أو توافر تحديثات تؤثر في صحة الخبر" بمعدل 82.2%، وأخيراً لوحظ تأثير إيجابي لعمل المدققين في الحد من انتشار الأخبار الزائفة بمعدل 81.1%.

رابعاً: التحديات التي تواجه عملية تدقيق المعلومات ومستقبل هذه الوظيفة:

1- أبرز التحديات التي تواجه عملية تدقيق المعلومات في المنطقة العربية:

جدول رقم (13)

أبرز التحديات التي تواجه عملية تدقيق المعلومات (ن=30)

التحديات	ك	%
صعوبة الوصول إلى المعلومات الدقيقة والموثوقة	21	70%
القيود القانونية والتشريعات المتعلقة بحرية التعبير والصحافة في بعض الدول	18	60%
التطور التكنولوجي السريع في تقنيات إنشاء وتوزيع الأخبار الزائفة	16	53.3%
نقص التعاون بين المؤسسات الإعلامية والمحققين في الدول العربية	15	50%
قلة الوعي المجتمعي حول أهمية التحقق من الأخبار والمعلومات	15	50%
العمل تحت ضغط الوقت يمكن أن يؤدي إلى الاستعجال وبالتالي تقليل دقة التحقق من البيانات	14	46.7%
نقص التدريب والتأهيل المهني لمراجعي المعلومات في المنطقة العربية	14	46.7%
نقص المصادر والأدوات باللغة العربية يجعل من الصعب التحقق من صحة الأخبار	14	46.7%

تظهر نتائج الجدول السابق التحديات التي تواجه صحافة تدقيق المعلومات من وجهة نظر أفراد العينة؛ حيث يتصدر تحدي "صعوبة الوصول إلى المعلومات الدقيقة والموثوقة" بمعدل 70%، يليه "القيود القانونية والتشريعات المتعلقة بحرية التعبير والصحافة في بعض الدول" بمعدل 60%، كما يمثل "التطور التكنولوجي السريع في تقنيات إنشاء وتوزيع الأخبار الزائفة" تحدياً بمعدل 53.3%، وذكر 50% من أفراد العينة أن "نقص التعاون بين المؤسسات الإعلامية والمحققين في الدول العربية" يشكل عقبة، بالإضافة إلى "قلة الوعي المجتمعي حول أهمية التحقق من الأخبار والمعلومات"، كما أشار 46.7% من أفراد العينة إلى أن "العمل تحت ضغط الوقت قد يؤدي إلى الاستعجال وبالتالي تقليل دقة التحقق من البيانات"، وأعربت النسبة نفسها عن القلق من "نقص التدريب والتأهيل المهني لمراجعي المعلومات في المنطقة العربية"، بالإضافة إلى "نقص المصادر والأدوات باللغة العربية مما يصعب التحقق من صحة الأخبار".

2- التوقعات لمستقبل وظيفة مدققي المعلومات:

جدول رقم (14)

التوقعات لمستقبل وظيفة مدققي المعلومات (ن=30)

التوقعات	ك	%
توافر قسم خاص بصحافة تدقيق المعلومات داخل كل مؤسسة إعلامية	15	50%
تعزيز التدريب والتأهيل	5	16.7%
الاهتمام بتعزيز الوعي المجتمعي	4	13.3%
استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي	4	13.3%
زيادة التحديات القانونية والتنظيمية	2	6.7%

تظهر بيانات الجدول السابق توقعات أفراد العينة من مدققي المعلومات بشأن مستقبل هذه الوظيفة؛ حيث يتوقع 50% منهم أن يتم "توفير قسم خاص بصحافة تدقيق المعلومات داخل كل مؤسسة إعلامية"، كما أشار 17.6% إلى أهمية "تعزيز التدريب والتأهيل المهني" لمدققي المعلومات، في حين توقع 13.3% أن يكون هناك "اهتمام أكبر بتعزيز الوعي المجتمعي حول أهمية تدقيق الأخبار"، كذلك تتوقع النسبة نفسها (13.3%) أن يتم "استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي" بشكل أكبر في مجال التحقق من الأخبار، وأخيراً يتوقع 6.7% من المدققين أن "تزيد التحديات القانونية والتنظيمية" التي قد تواجه هذه الوظيفة في المستقبل.

خامساً: الأخلاقيات التي تحكم عمل مدققي المعلومات:

1- موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس أخلاقيات عمل مدققي المعلومات:

جدول رقم (14)

موقف المبحوثين من العبارات التي تقيس أخلاقيات عمل مدققي المعلومات (ن=30)

العبارة	الموقف	موافق	لا رأي لي	معارض	المتوسط الحسابي	الوزن النسبي
أحرص على توفير المصادر والمراجع التي اعتمدت عليها في عملية التحقق	ك	29	1	-	2.97	%98.9
	%	%96.7	%3.3	-		
أسعى إلى مواكبة أحدث الأدوات والمنهجيات في مجال التحقق من المعلومات	ك	29	1	-	2.97	%98.9
	%	%96.7	%3.3	-		
ألتزم باحترام الخصوصية وعدم انتهاك حقوق الأفراد أثناء جمع وتحليل البيانات	ك	27	2	1	2.87	%95.6
	%	%90	%6.7	%3.3		
تسعى المنصة التي أعمل بها لتعزيز ثقافة التحقق من المعلومات في المجتمع من خلال تنظيم فعاليات مجانية لتدريب العاملين بوسائل الإعلام المختلفة	ك	25	5	-	2.83	%94.4
	%	%83.3	%16.7	-		
توفر المنصة التي أعمل بها دليلاً أخلاقياً حول منهجية عمل تدقيق المعلومات	ك	23	6	1	2.73	%91.1
	%	%76.7	%20	%3.3		
المنصة التي أعمل بها قد تتحاز لأحد الأطراف أو الجهات	ك	5	5	20	1.50	%50
	%	%16.7	%16.7	%66.6		
ترفض المنصة التي أعمل بها إعلان مصادر تمويلها	ك	2	8	20	1.40	%46.7
	%	%6.7	%26.7	%66.6		
ترفض المنصة التي أعمل بها نشر التصريحات عند اكتشاف بعض الأخطاء غير المقصودة في المعلومات التي تم نشرها	ك	3	4	23	1.33	%44.4
	%	%10	%13.3	%76.7		
تعتمد المنصة التي أعمل بها على مصدر واحد في تحقيقها	ك	2	5	23	1.30	%43.3
	%	%6.7	%16.7	%76.6		

تظهر نتائج الجدول السابق موقف أفراد العينة من العبارات التي تقيس أخلاقيات عمل مدققي المعلومات؛ حيث أشار 98.9% من أفراد العينة إلى أنهم "يحرصون على توفير المصادر والمراجع التي اعتمدوا عليها في عملية التحقق"، وأفادت النسبة نفسها بأنهم "يسعون لمواكبة أحدث الأدوات والمنهجيات في مجال التحقق من المعلومات"، كما أبدى 95.6% التزامهم بـ "احترام الخصوصية وعدم انتهاك حقوق الأفراد أثناء جمع وتحليل البيانات"، وذكر 94.4% أن "المنصة التي يعملون بها تسعى لتعزيز ثقافة التحقق من المعلومات في المجتمع من خلال تنظيم فعاليات مجانية لتدريب العاملين في وسائل الإعلام المختلفة". كما أكد 91.1% أن "المنصة توفر دليلاً أخلاقياً حول منهجية عمل تدقيق المعلومات". من ناحية

أخرى، أقر 50% بأن "المنصة قد تنحاز لأحد الأطراف أو الجهات"، بينما 46.7% أفادوا بأن "المنصة ترفض إعلان مصادر تمويلها"، وأشار 44.4% إلى أن "المنصة ترفض نشر التصحيحات عند اكتشاف بعض الأخطاء غير المقصودة في المعلومات المنشورة"، وأخيراً قال 43.3% إن "المنصة التي يعملون بها تعتمد على مصدر واحد فقط في تحقيقاتها".

نتائج الفروض:

الفرض الرئيسي للدراسة:

توجد علاقة إحصائية دالة بين استخدام الأدوات الرقمية في التحقق من الأخبار الزائفة وفعالية مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة، ولقياس هذه العلاقة يمكن اختبار عدد من الفروض الفرعية الآتية:

الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في دور مدققي المعلومات في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة تعزى إلى النوع، والعمر، والمؤهل العلمي، وسنوات الخبرة.

جدول رقم (15)

معنوية الفروق في دور مدققي المعلومات في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة بحسب النوع والعمر والمؤهل العلمي وسنوات الخبرة

مستوى المعنوية	درجة الحرية	إحصائي الاختبار	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	خصائص العينة	
0.117	28	ت= 1.617-	4.90196	54.8125	16	ذكر	النوع
			3.47756	57.3571	14	أنثى	
0.097	28	ت= 1.716-	4.16934	55.2609	23	مؤهل عالٍ	المؤهل الدراسي
			4.64963	58.4286	7	دراسات عليا	
0.640	27	ف= 0.454	4.47891	56.6667	12	من 20 إلى أقل من 30 سنة	السن
			4.57848	55.8125	16	من 30 إلى أقل من 40 سنة	
			3.53553	53.5000	2	40 سنة فأكثر	
0.312	26	ف= 1.250	4.13118	57.6667	6	أقل من 3 سنوات	سنوات الخبرة في العمل الصحفي
			4.73873	54.7000	10	من 3 إلى أقل من 7 سنوات	
			3.20936	58.4000	5	من 7 إلى أقل من 10 سنوات	
			4.55522	55.0000	9	10 سنوات فأكثر	

- أظهر استخدام اختبار "T" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في قيامهم بدورهم في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة؛ حيث كانت قيمة "ت" - 1.617 عند مستوى معنوية 0.117، وهي غير دالة، أي ليس هناك اختلافات بين الذكور والإناث في قيامهم بدورهم في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة.
 - أظهر استخدام اختبار "T" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على اختلاف أعمارهم في قيامهم بدورهم في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة؛ حيث كانت قيمة "ف" 0.454 عند مستوى معنوية 0.640، وهي غير دالة، أي ليس هناك اختلافات بين المبحوثين على اختلاف أعمارهم في قيامهم بدورهم في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة.
 - أظهر استخدام اختبار "T" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على اختلاف مؤهلاتهم العلمية في قيامهم بدورهم في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة؛ حيث كانت قيمة "ت" - 1.716 عند مستوى معنوية 0.097، وهي غير دالة، أي ليس هناك اختلافات بين المبحوثين على اختلاف مؤهلاتهم العلمية في قيامهم بدورهم في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة.
 - أظهر استخدام اختبار "T" عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين على اختلاف خبرتهم الوظيفية في قيامهم بدورهم في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة؛ حيث كانت قيمة "ت" 1.250 عند مستوى معنوية 0.312، وهي غير دالة، أي ليس هناك اختلافات بين المبحوثين على اختلاف خبراتهم الوظيفية في قيامهم بدورهم في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة.
- وبذلك يُرفض الفرض القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في دور مدققي المعلومات في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة تعزى إلى النوع، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة.

الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أدوات التحقق الرقمية وزيادة دقة الكشف عن الأخبار الزائفة.

جدول رقم (16)

معنوية العلاقة الارتباطية بين استخدام أدوات التحقق الرقمية وزيادة دقة الكشف عن الأخبار الزائفة

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
0.696	0.000

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين استخدام مدققي المعلومات لأدوات التحقق الرقمية وزيادة دقة الكشف عن الأخبار الزائفة؛ حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.696) عند مستوى معنوية (0.000)، وهي علاقة طردية قوية، أي كلما زادت دوافع استخدام الأدوات الرقمية، زاد دقة الكشف عن الأخبار الزائفة والعكس صحيح.

وبذلك يُقبل الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين استخدام أدوات التحقق الرقمية وزيادة دقة الكشف عن الأخبار الزائفة.

الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى تأثير الدوافع والعوامل المؤثرة على مدققي المعلومات في التحقق من الأخبار الزائفة ومدى اهتمامه بالتحقق منها.

جدول رقم (17)

معنوية العلاقة الارتباطية بين مدى تأثير الدوافع والعوامل المؤثرة على مدققي المعلومات في التحقق من الأخبار الزائفة ومدى اهتمامه بالتحقق منها

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
0.314	0.001

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين مدى تأثير الدوافع والعوامل المؤثرة على مدققي المعلومات في التحقق من الأخبار الزائفة ومدى اهتمامه بالتحقق منها؛ حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.314) عند مستوى معنوية (0.001)، أي كلما زادت دوافع مدققي المعلومات في التحقق من الأخبار الزائفة، زاد اهتمامه بالتحقق منها، والعكس صحيح.

وبذلك يُقبل الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مدى تأثير الدوافع والعوامل المؤثرة على مدققي المعلومات في التحقق من الأخبار الزائفة ومدى اهتمامه بالتحقق منها.

الرابع: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دور مدققي المعلومات في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة ومدى متابعته للآليات والأدوات التقنية الحديثة في التحقق.

جدول رقم (18)

معنوية العلاقة الارتباطية بين دور مدققي المعلومات في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة ومدى متابعته للآليات والأدوات التقنية الحديثة في التحقق

معامل بيرسون	مستوى المعنوية
0.248	0.001

تشير بيانات الجدول السابق إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين دور مدققي المعلومات في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة ومدى متابعته للآليات والأدوات التقنية الحديثة في التحقق؛ حيث بلغ معامل الارتباط بيرسون (0.248) عند مستوى معنوية (0.001)، أي كلما زاد دور مدققي المعلومات في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة، زاد متابعته للآليات والأدوات التقنية الحديثة في التحقق.

وبذلك يُقبل الفرض القائل بوجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دور مدققي المعلومات في تنقية المحتوى الإعلامي من الأخبار الزائفة ومدى متابعته للآليات والأدوات التقنية الحديثة في التحقق.

خاتمة الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة في مرحلة ما بعد النشر، وذلك عبر دراسة ميدانية تم تطبيقها باستخدام أداة الاستبيان على عينة مكونة من 30 مفردة من المتخصصين في مجال صحافة تدقيق المعلومات، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج نعرضها وفق الإجابة عن أهداف الدراسة وتساؤلاتها كالآتي:

1- فيما يتعلق بتصورات مدققي المعلومات حول الأخبار الزائفة (أنواعها، وأسباب انتشارها، ودوافعهم في الكشف عنها)، أظهرت النتائج أن الصور تُعد أكثر أنواع المحتوى التي يتم اكتشافها كأخبار زائفة بنسبة 22.9%، تليها النصوص المنشورة عبر منصات التواصل الاجتماعي بنسبة 21.8%، ثم مقاطع الفيديو بنسبة 20.7%، ثم تصريحات المسؤولين بنسبة 18.9%، وأخيراً النصوص على المواقع الإلكترونية الصحفية بنسبة 15.7%. وقد أسهمت عدة عوامل في انتشار هذه الظاهرة، أبرزها سهولة مشاركة الأخبار عبر وسائل التواصل الاجتماعي دون التحقق من صحتها بنسبة 97.8%، والانتشار الواسع لهذه المنصات بنسبة 95.6%، بالإضافة إلى السرعة في نشر الأخبار مما يؤدي إلى تداول معلومات غير دقيقة قبل التحقق منها بنسبة 93.3%، ونقص الوعي بأهمية التحقق من المصادر بنسبة 92.2%، فضلاً عن قيام بعض الجهات بنشر أخبار زائفة عمدًا لتحقيق أهداف معينة بنسبة 90%، وتطور تقنيات التزييف العميق (Deepfake) وبرامج تعديل الصور والفيديوهات التي سهلت إنتاج محتوى زائف بنسبة 87.8%، إلى جانب اعتماد منصات التواصل الاجتماعي على خوارزميات تعرض المحتوى بناءً على التفاعل السابق بنسبة 81.1%. أما دوافع مدققي المعلومات (أفراد العينة)، فقد تمثلت في التزامهم بالتحقق من الأخبار كجزء من معاييرهم المهنية والأخلاقية بنسبة 97.8%، وحماية الجمهور من المعلومات المضللة بنسبة 94.4%، وتحسين جودة النقاش العام بضمان تداول معلومات موثوقة بنسبة 91.1%، وتعزيز ثقة الجمهور بوسائل الإعلام بنسبة 87.8%، والحفاظ على سمعة المؤسسات التي يعملون بها وزيادة عدد المتابعين والمشاركين بنسبة 81.1%.

2- أظهرت النتائج منهجية عمل مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة، والتي يمكن تقسيمها إلى عدة فئات، هي:

أولاً: طرق رصد المحتوى المستهدف للتحقق تضمنت عدة أساليب؛ حيث جاء أسلوب متابعة ما يتم تداوله على منصات التواصل الاجتماعي بشكل عام في المقدمة بنسبة 97.8%، تلاه استخدام الكلمات المفتاحية المركبة على منصة "إكس" بنسبة 86.7%، كما شملت المشاركة في شبكات التحقق الدولية التي تساعد في رصد الأخبار الزائفة عبر الحدود بنسبة 60%، تلا ذلك استخدام أداة www.crowdtangle.com للبحث على منصة فيسبوك، وأخيراً استقبال الرسائل من المتابعين عبر الموقع الإلكتروني بنسبة 57.8%.

ثانيًا: المعايير التي يعتمد عليها مدققو المعلومات (أفراد العينة) في اختيار الأخبار للتحقق منها تضمنت عدة أولويات؛ حيث جاء في المرتبة الأولى معيار تأثير الادعاء السلبي على المجتمع في حال انتشاره، وكذلك مدى انتشاره الواسع على الإنترنت بنفس المعدل بواقع 97.8%، كما يشمل توافر دليل نهائي قاطع حول الادعاء بنسبة 93.3%، ثم طبيعة الادعاء إذا كانت عاجلة أو حساسة أو مثيرة للجدل بنسبة 88.9%، بعد ذلك يأتي معيار الاتساق مع القيم التي تدعمها المنصة التي يعمل بها المدقق مثل حقوق المرأة أو حرية التعبير أو دعم الأقليات بنسبة 83.3%، وأخيرًا يتم النظر في معيار عدم تصحيح الادعاء مسبقًا من قبل أي منصة أخرى متخصصة في تدقيق المعلومات بنسبة 76.7%.

ثالثًا: الآليات التي يعتمد عليها مدققو المعلومات للتحقق من صحة الأخبار الزائفة؛ إذ تبدأ بمراجعة المصادر الأصلية للأخبار بنسبة 100%، ثم التحقق من المعلومات من خلال المواقع الرسمية والتقارير الموثوقة بنسبة 98.9%، كما يتم مقارنة الأخبار مع تقارير وأخبار أخرى صادرة عن مصادر معتمدة بنسبة 91.1%، إلى جانب استخدام قواعد البيانات والمكتبات الرقمية للتحقق من المعلومات التاريخية والإحصائية بنسبة 90%، ويستعين المدققون أيضًا بتحليلات وتقارير المنظمات المتخصصة في التحقق بنسبة 84.4%، وأرشيف الوثائق الرسمية والأخبار بنسبة 84.4%، بالإضافة إلى الاعتماد على متابعة ردود الأفعال وتعليقات الجمهور بنسبة 82.2%، وتوظيف تقنيات الذكاء الاصطناعي وأدوات تحليل البيانات بنسبة 81.1%، كما يلجأ 74.4% من أفراد العينة إلى الخبراء والمتخصصين في المجالات ذات الصلة، ويستخدمون أدوات رقمية متقدمة مثل FactCheck و Snopes بنسبة 73.3%.

رابعًا: يستخدم مدققو المعلومات (أفراد العينة) عدة وسائل للتحقق من صحة الصور والفيديوهات، تبدأ بالتأكد من أن المحتوى أصلي ولم يُعد استخدامه في سياقات أخرى بنسبة 100%، كما يتم التحقق من المصدر الأساسي الذي قام بتحميل الصورة أو الفيديو بنسبة 97.8%، ويُعنى المدققون بمراجعة السياق الذي انتشر فيه المحتوى مع التركيز على التفاصيل المرئية مثل علامات المتاجر وإشارات الشوارع ولوحات السيارات بواقع 93.3%، كذلك يتم فحص العنوان وتاريخ ووقت تحميل الصور والفيديوهات للتأكد من صحتها بنسبة 91.1%، يشمل ذلك أيضًا تحديد الموقع الجغرافي بدقة بنسبة 88.9%، بالإضافة إلى مراجعة الحجم الأصلي للصورة لضمان عدم تعديلها أو التلاعب بها بنسبة 67.8%.

خامسًا: الأدوات الرقمية المستخدمة من قبل أفراد العينة في تدقيق المعلومات؛ حيث تُستخدم الأدوات الرقمية في تدقيق المعلومات لأغراض متعددة حسب نوع المحتوى الذي يتم التحقق منه، ففيما يتعلق بالصور تأتي أداة "Google Reverse Image Search" في الصدارة بنسبة 95.6% للبحث عن نسخ مماثلة للصور والتحقق من مصادرها، تليها "Reverse Image Search" التي تساعد في العثور على نسخ الصورة عبر مواقع متعددة بنسبة 88.9%. كما تستخدم أداة "Yandex Reverse Image Search" بنسبة 82.2%.

للتحقق من استخدام الصور في عدة مواقع، بينما تُستخدم "FotoForensics" بنسبة 66.7% لتحليل الصور والتحقق من التعديلات.

أما بالنسبة للفيديوهات، فتأتي أداة "Invid" بنسبة 76.7% لتحليل صحة الفيديوهات، تليها "Watch Frame By Frame" بنسبة 58.9% لعرض الفيديوهات إطارًا بإطار، و"YouTube Data Viewer" بنسبة 72.2% لاستخراج البيانات الأساسية من الفيديوهات.

أما الأدوات المتعلقة بالأرشفة، فتشمل "Internet Archive" بنسبة 83.3% للاحتفاظ بنسخ المواقع الإلكترونية القديمة، و"Archive.is" بنسبة 74.4% لأرشفة صفحات الويب، و"Ghost Archive" بنسبة 60% لأرشفة المحتوى.

وبالنسبة للتحقق من الحسابات ومنشورات التواصل الاجتماعي، فتستخدم أداة "Who Posted What" بنسبة 76.7% للبحث عن منشورات محددة على فيسبوك، و"Account Analysis" بنسبة 62.2% لتحليل نشاط حسابات التواصل الاجتماعي، و"Crowdtangle" بنسبة 55.6% لمتابعة المحتوى الرائج.

أخيرًا هناك أدوات أخرى مثل "Mever" بنسبة 52.2% لاكتشاف المصادر الأصلية للمحتوى، و"Guide to Detecting Deception" بنسبة 53.3% كمرجع في كشف الأخبار الزائفة.

3- مدى فاعلية منهجية مدققي المعلومات في الكشف عن الأخبار الزائفة: بناءً على تصنيفات الأداء، أظهرت النتائج أن مدققي المعلومات يحققون مستويات عالية من الدقة والموثوقية في تقاريرهم النهائية، كما أظهر المدققون التزامًا واضحًا بالوقت والجهد المبذول في عملية التحقق؛ حيث استغرقوا وقتًا طويلاً نسبيًا للتحقق من صحة الخبر الواحد. وفيما يتعلق بالقدرة على اكتشاف الأخبار الزائفة، تمكن المدققون من تحديد الأخبار الزائفة في معظم مهامهم اليومية، ومن ناحية التفاعل مع الجمهور والمؤسسات الإعلامية، تلقى المدققون ردود فعل إيجابية. أما بالنسبة للتحديات، فقد أشار عدد من المدققين إلى أنهم يواجهون صعوبة في التحقق من الأخبار التي تعتمد على مصادر معقدة ومتعددة، وأكد العديد من المدققين أنهم يقومون بإجراء تحقق إضافي عند وجود شكوك حول نتائجهم الأولية، كما أظهرت النتائج أن المدققين يعدّون تقاريرهم عند اكتشاف أي خطأ أو توافر تحديات تؤثر في صحة الخبر، وأخيرًا أظهرت النتائج أن عمل المدققين له تأثير إيجابي في الحد من انتشار الأخبار الزائفة.

4- بالنسبة لمستقبل وظيفة مدقق، فبالرغم من التحديات التي تواجه صحافة تدقيق المعلومات، مثل صعوبة الوصول إلى المعلومات الدقيقة والموثوقة، والقيود القانونية والتشريعات المتعلقة بحرية التعبير، بالإضافة إلى التطور التكنولوجي السريع في تقنيات إنشاء وتوزيع الأخبار الزائفة، فإن المستقبل يبدو واعدًا في هذا المجال؛ إذ يتوقع العديد من المدققين أن يتم توفير "قسم خاص بصحافة تدقيق المعلومات داخل كل مؤسسة إعلامية"، مما يساهم في تعزيز أهمية هذه الوظيفة، كما يبرز الاهتمام المتزايد بتعزيز "التدريب والتأهيل المهني" لمدققي المعلومات، بالإضافة إلى زيادة الوعي المجتمعي

حول أهمية تدقيق الأخبار. بالإضافة إلى ذلك، يتوقع البعض أن تقوم تقنيات الذكاء الاصطناعي بدور أكبر في عملية التحقق من الأخبار؛ مما سيؤدي إلى تحسين الدقة والفاعلية في هذا المجال. ورغم وجود بعض التحديات القانونية والتنظيمية المحتملة، فإن هناك تفاؤلاً بشأن قدرة هذه الوظيفة على التكيف مع هذه التحديات وتحقيق تطور ملحوظ في المستقبل.

5- أظهرت النتائج المتعلقة بأخلاقيات عمل مدققي المعلومات أن معظم المشاركين يولون أهمية كبيرة لتوفير المصادر والمراجع التي يعتمدون عليها في عملية التحقق، كما أكدوا التزامهم المستمر بمواكبة أحدث الأدوات والمنهجيات في مجال التحقق من المعلومات، كما أبدى المشاركون احتراماً كبيراً للخصوصية وعدم انتهاك حقوق الأفراد أثناء جمع وتحليل البيانات، بالإضافة إلى أنهم أشاروا إلى أن المنصات التي يعملون بها تسعى لتعزيز ثقافة التحقق من المعلومات داخل المجتمع من خلال تنظيم فعاليات تدريبية مجانية للعاملين في وسائل الإعلام المختلفة، كما أكدوا أن منصاتهم توفر دليلاً أخلاقياً يوضح منهجية تدقيق المعلومات. ومع ذلك، أقر بعض المشاركون بأن هناك احتمالاً لأن تتحاز بعض المنصات إلى أطراف أو جهات معينة، في حين أفاد آخرون بأن المنصات ترفض الإعلان عن مصادر تمويلها، كما أشار البعض إلى رفض المنصات نشر التصحيحات عند اكتشاف أخطاء غير مقصودة في المعلومات المنشورة، بينما ذكر آخرون أن بعض المنصات تعتمد على مصدر واحد فقط في تحقيقاتها.

6- تُبرز نتائج الدراسة عمق ارتباط عملية تدقيق المعلومات بمنظور الإيستمولوجيا الاجتماعية، الذي يؤكد أن إنتاج المعرفة والتحقق منها ليسا أنشطة فردية أو معزولة، بل عمليات اجتماعية تتأثر بالسياقات الثقافية والتكنولوجية. فالانتشار الواسع للأخبار الزائفة يعكس هشاشة البنية المعرفية والاجتماعية التي تعتمد على شبكات رقمية غير محكمة؛ حيث تسهل وسائل التواصل الاجتماعي تداول المعلومات دون تحقق، مدفوعة بخوارزميات تُعزز التفاعل على حساب الدقة. في هذا السياق، يتبنى مدققو المعلومات منهجية عمل قائمة على استخدام أدوات تقنية متقدمة مثل الذكاء الاصطناعي، ما يعكس أهمية الشبكات التعاونية في إنتاج المعرفة وصقلها. كما تُظهر الدراسة أن المعايير التي يعتمد عليها المدققون، مثل تأثير الادعاء على المجتمع أو انتشاره، تجسد ارتباط المعرفة بالحاجات والقيم الاجتماعية؛ مما يؤكد أن التحقق من الأخبار هو جزء من عملية مجتمعية تهدف إلى تعزيز المصلحة العامة. أما الأخلاقيات المهنية -كما أظهرتها الدراسة- فتُعد عنصراً محورياً في هذه العملية؛ حيث يلتزم المدققون باحترام الخصوصية وتوفير مصادر دقيقة لضمان المصداقية، وهذا يعكس رؤية الإيستمولوجيا الاجتماعية بأن المعرفة ليست بيانات محايدة، بل عملية قيمية تخضع للمسؤوليات الاجتماعية. ورغم التحديات المرتبطة بتعقيد المصادر وسرعة تطور تقنيات التزييف، فإن النتائج تشير إلى أن مستقبل تدقيق المعلومات يبدو واعداً مع تزايد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي وتخصيص أقسام مستقلة داخل المؤسسات الإعلامية لهذه المهمة، وهذا التطور يعزز البنية الاجتماعية الداعمة لإنتاج معرفة موثوقة، ويُساهم في تحسين البيئة المعرفية العامة؛

مما يجعل عملية التحقق من الأخبار ليست مجرد أداة للكشف عن الزيف، بل ركيزة لتعزيز الثقة المجتمعية والحد من انتشار المعلومات المضللة.

مقترحات الدراسة وما تثيره من مشكلات بحثية:

فيما يتعلق بالمقترحات:

- تقترح الدراسة ضرورة أن تهتم المؤسسات الإخبارية بصياغة "دليل التحقق من الأخبار الزائفة"، يتضمن ثلاثة أبواب، هي: الأول: طرق رصد المحتوى المستهدف للتحقق، والثاني: الأدوات الرقمية المستخدمة في التحقق، والثالث: أخلاقيات عمل مدققي المعلومات.
- تدشين وحدات داخل المؤسسات الإعلامية تكون مهمتها الأساسية رصد المحتويات الزائفة والتحقق منها.
- إدراج مهارات تدقيق المعلومات ضمن المقررات الدراسية الإعلامية.
- تنمية مهارات التربية الإعلامية الرقمية لدى مستخدمي الإنترنت.

فيما يتعلق بالإشكاليات البحثية التي تثيرها الدراسة:

- إجراء دراسة إثنوغرافية لممارسات الصحفيين في تدقيق المعلومات بهدف وصف العملية كما تحدث في واقعها الفعلي، بعيداً عن التصورات المجردة أو الصياغات الجامدة؛ مما يساعد في تجنب المبالغات التي قد تظهر عند وصف الصحفي للممارسة بدلاً من ملاحظتها بشكل مباشر.
- دراسة تأثير مواقع وصفحات تدقيق المعلومات على وعي الجمهور وسلوكهم في التعامل مع الأخبار الزائفة.

مراجع الدراسة:

- 1) نهلة، زكريا محمد. (2022). تداول الشائعات والأخبار المزيفة على مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على ثقة المتصفحين. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة، كلية الإعلام. مسترجع من: http://lib.mans.edu.eg/eulc_v5/Libraries/Thesis/BrowseThesisPages.aspx?fn=PublicDrawThesis&BibID=12972717
- 2) محمود، رمضان أحمد. (2021). آليات تعامل الصحف المصرية مع ظاهرة اضطراب المعلومات والمحتوى الموجه في إطار التزامها بالشفافية والمصداقية المهنية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد 34 مسترجع من: https://journals.ekb.eg/article_216911.html
- 3) Laze, David MJ (2018). The science of fake news. Science Vol. 359. Issue 638. Retrieved from: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aao2998>
- 4) شيماء، حامد. (2023). استراتيجيات القائم بالاتصال في الصحف المصرية في التعامل مع الأخبار الزائفة. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة المنصورة، كلية الآداب. مسترجع من: [article_282537_111c9c4d7d5255e952fd85e40f01bfff8](https://journals.ekb.eg/article_282537_111c9c4d7d5255e952fd85e40f01bfff8)
- 5) Khan, Shakeel Ahmed. (2022). Developing a framework for fake news diffusion control (FNDC) on digital media (DM): A systematic review 2010-2022. Sustainability No.14. retrieved from: <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/22/15287>.
- 6) عبد العليم، مصطفى. (2021). دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين. مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 56. مسترجع من: https://jsb.journals.ekb.eg/article_184183.html
- 7) مبارك، عبد السلام. (2022). الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها باتجاهات الشباب الجامعي نحو القضايا المثارة في المجتمع المصري. مجلة كلية الآداب، العدد 62. مسترجع من: https://journals.ekb.eg/article_220103.html
- 8) عبد الوهاب، حنان. (2019). الشائعات في شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على نشر الأخبار الزائفة كما يراها الصحفيون بالمواقع الإخبارية. المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، العدد 18. مسترجع من: https://sjocs.journals.ekb.eg/article_147766.html
- 9) An, Yan, et al. (2023). Why people spread fake news? Modelling the factors that influence social media users. Information Development, retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/373358790>
- 10) Kim, Antino & R. Dennis, Allan. (2019). Says who? The effects of presentation format and source rating on fake news in social media. Indiana University, Kelley School of Business, Bloomington, IN 47405, Mis quarterly, vol: 43, issue:3, retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/323380857>
- 11) Nelson, Jacob L., & Harsh Taneja. (2018). The small, disloyal fake news audience: The role of audience availability in fake news consumption. New media & society vol.20, issue.10, retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/322820042>
- 12) لبيب محمد، جهاد. (2023). استراتيجيات القائم بالاتصال في الصحف المصرية في التعامل مع الأخبار الزائفة. مجلة بحوث كلية الآداب، المجلد 34 مسترجع من: https://sjam.journals.ekb.eg/article_282537.html

- (13) بودهان، يامين. (2019). تعامل المراسلين المحليين مع نشر الأخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية. مجلة المعيار، المجلد 23، العدد 49 مسترجع من: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/82493>
- 14) Zhang, leilei. (2022). Eeperimenting the effect of using visual multimedia intervention to inculcate social media literacy skills to tackle news. Journal of information science. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/365049085>
- (15) مكاري، ممدوح. (2021). آليات تداول الشباب العربي للمحتوى الرقمي الزائف عبر وسائل التواصل الاجتماعي: نموذج مقترح في إطار مدخل التربية الإعلامية الرقمية. مجلة البحوث الإعلامية. المجلد 56 مسترجع من: https://jsb.journals.ekb.eg/article_143195.html
- (16) بهنسي، مها (2019). آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الزائفة دراسة في إطار مدخل التربية الرقمية ونموذج أدوار الجمهور في التحقق. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. العدد 68 مسترجع من: https://ejsc.journals.ekb.eg/article_86886.html
- (17) عبد الحميد، عمرو. (2018). تأثير الأخبار المزيفة بموقع الفيسبوك على إدراك الجمهور للشئون العامة المصرية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام. المجلد 17 مسترجع من: https://journals.ekb.eg/article_79769.html
- (18) أحمد، عائشة. (2022). أنظمة التحقق والتدقيق في الصحافة العالمية دراسة مقارنة بين عدد من التجارب الدولية. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة القاهرة، كلية الإعلام مسترجع من: <http://lis.cl.cu.edu.eg/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=162738>
- (19) كدواني، شيرين. (2021). منهجية التحقق من الأخبار الزائفة المتعلقة بجائحة (كوفيد-19) في مواقع تدقيق الحقائق العربية. Arab Media & Society. العدد 31. مسترجع من: <https://www.academia.edu/52629298>
- 20) Kishore, T. (2024). Fast and high precision model for fake news detection. AIP Conference Proceedings. Vol. 2515. No.1. AIP Publishing, Retrieved from <https://pubs.aip.org/aip/acp/article>.
- (21) سعد، حنين. (2022). دور صحيفة النهار في التحقق من الأخبار الزائفة. مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، المجلد 29، العدد 6 مسترجع من: https://www.researchgate.net/publication/364535074_dwr
- (22) أبوقوطة، خالد. توظيف المراسل الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة. مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية. المجلد 29. عدد 4 مسترجع من: <https://journals.iugaza.edu.ps/index.php/IUGJHR/article/view/9584>
- 23) Brandlzaeg, Petter et al. 2018. How journalists and social media users perceive online fact-checking and verifications. Journalism Practice 12(2). Retrieved: <https://www.researchgate.net/publication/319361823>
- (24) خليفة عبد اللاه، عبد اللاه. (2024). دور الآليات الصحفية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة الأزهر. كلية الإعلام مسترجع من: <https://www.azu.edu.eg/azresearchgate>
- (25) عامر، علا (2024). استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في التصدي للأخبار الزائفة عبر الإعلام الرقمي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام. العدد 86. مسترجع من: https://ejsc.journals.ekb.eg/article_353227.html

- 26) Skolkay, Andrej and Filin, Juraj. (2019). "A comparison of fake news detecting and fact-checking AI based solutions> Studia Medioznawcze.retrieved: <https://studiamedioznawcze.eu/>
- 27) PolitiFact. (2021). What is fact-checking? [online] Available at: <https://www.politifact.com>
- 28) International Fact-Checking Network (IFCN). (2023). What is Fake News? [online] Available at: <https://www.poynter.org>
- 29) مقابلة عبر تطبيق زووم مع أ/ مها صلاح الدين رئيس قسم صحافة البيانات وتدقيق المعلومات بموقع المصري اليوم بتاريخ 30 يوليو 2024.
- 30) هؤلاء المحكمون هم: - أ. د. نجوى كامل، الأستاذ بقسم الصحافة كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ. د. محرز غالي، الأستاذ بقسم الصحافة كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ. د. هناء فاروق، الأستاذ بقسم الصحافة كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ. د. سماح المحمدي، الأستاذ بقسم الصحافة كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- أ. م. د شيرين سلامة، الأستاذ المساعد بقسم الصحافة كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- 31) إسماعيل، صلاح. (2020). نظرية المعرفة: مقدمة معاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 32) الجابري، محمد. (2002). مدخل إلى فلسفة العلوم: العقلانية المعاصرة وتطور الفكر العلمي (الإصدار ط5). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- 33) إسماعيل، صلاح. (2020). مرجع سابق. ص56.
- 34) Ornebring, H.(2017). Epistemologies and Professional Roles. In L.H Claudia Mellado, Journalistic Role Performance: Concepts, Contexts, and Methods (pp.75-89).
- 35) Ekstrom, M., & Westlund, O. (2019, February). Epistemology and journalism. In H. Ornebring (ed.), Oxford Encyclopedia of journalism Studies. Oxford: Oxford University Press. Dol: 10.1093/acrefore/9780190228613.0130806.
- 36) Ornebring, H.(2017). Op.cit.
- 37) Ekstrom, M., & Westlund, O. (2019, February). Op.cit.
- 38) Graves, L (2013). Deciding What is True: Fact-checking Journalism and the New Ecology Of News. Columbia University. Retrieved from Proquest Dissertation and These database. (UMI No.3549415).
- 39) Ornebring, H. (2017). Op.cit.
- 40) خليفة عبد اللاه، عبد اللاه. (2024). مرجع سابق.
- 41) شيماء، حامد. (2023). مرجع سابق.
- 42) Khan, Shakeel Ahmed. (2022). Developing a framework for fake news diffusion control (FNDC) on digital media (DM): A systematic review 2010-2022. Sustainability No.14. retrieved from: <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/22/15287>.
- 43) سعد، حنين. (2022). مرجع سابق.
- 44) أبوقوطة، خالد. (2021). مرجع سابق.

- 45) Brandlzaeg, Petter et al. 2018. How journalists and social media users perceive online fact-checking and verifications. Journalism Practice 12(2). Retrieved: <https://www.researchgate.net/publication/319361823>
- 46) خليفة عبد اللاه، عبد اللاه. (2024). مرجع سابق.
- 47) عبد العليم، مصطفى. (2021)، مرجع سابق.
- 48) Skolkay, Andrej and Filin, Juraj. (2019). "A comparison of fake news detecting and fact-checking AI based solutions> Studia Medioznawcze.retrieved: <https://studiamedioznawcze.eu/>
- 49) عامر، علا (2024). مرجع سابق.
- 50) مبارك، عبد السلام. (2022)، مرجع سابق.
- 51) Laze. David MJ (2018). Op.cit.
- 52) خليفة عبد اللاه، عبد اللاه. (2024). مرجع سابق.
- 53) كدواني، شيرين. (2021). مرجع سابق.
- 54) محمد، أحمد. (2021). مرجع سابق.