

TREND

الأخبار الرقمية الثقة في انحدار



المقدمة ◀

يتناول التقرير أهمية الأخبار الرقمية ومدى انتشارها في العالم اليوم، كما يركز بشكل دقيق على ما يشوب "البعض" من الأخبار الرقمية وهي وجود طرق الخداع الإعلامي.. حيث تبين من خلال الدراسة أن الأخبار الكاذبة تضرب الجميع، الدول المتقدمة والنامية. ولذلك علينا البحث بعمق في كيفية مواجهتها.

إن المسألة باختصار يمكن لمجموعة قليلة جداً من البشر، لكنها محترفة في تزييف الأخبار أن تصيب مجتمعاً كاملاً بالشلل، وتجعله يعيش في فوضى.

التقرير يستعرض حجم الإنفاق العالمي على الأخبار الرقمية.. ويتناول بعضاً من الحلول للحد من انتشار الخداع الإعلامي.

فريق العمل



انتشار الأخبار الكاذبة والفيديوهات المفبركة

من أكتوبر 2018 .. إلى أكتوبر 2019



وفق تقرير أعده معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا "MIT" تبين أن الأخبار الكاذبة تحظى بفرصة الانتشار 70% أكثر من الأخبار الحقيقية، وخلافاً للرأي السائد فإن الناس هم الذين ينشرون هذه الأخبار إلى حد كبير، وليس الروبوتات.

45,859,207
تغريدة

صدرت من
29,748,868
مفرداً

أقل شهور 2019 نشرًا عن الأخبار الكاذبة



6233266

مايو

5924368

يوليو

2175906

أكتوبر

أعلى شهور 2019 نشرًا عن الأخبار الكاذبة



8395038

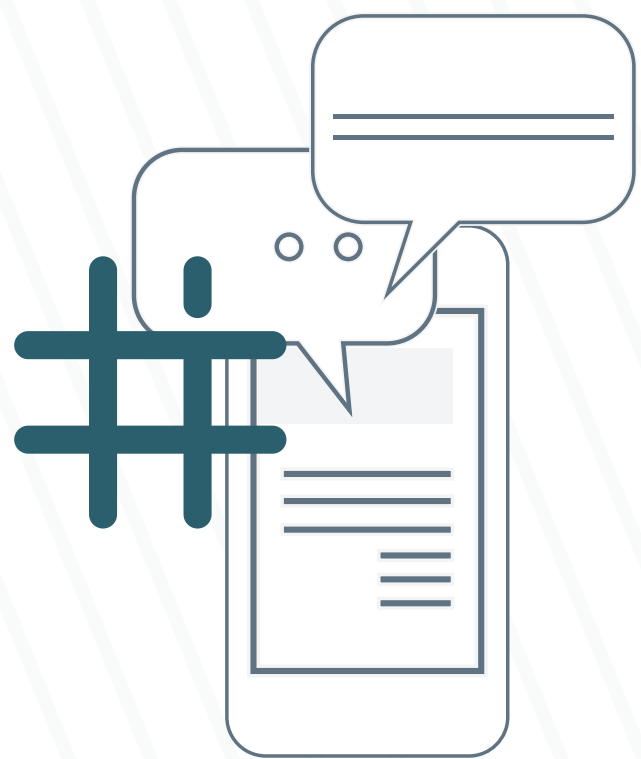
مارس

9182956

أغسطس

9323988

يناير



أكثر الوسوم استخداماً في الحديث عن الأخبار الزائفة

#3.8%

من المغردين استخدموا #MAGA

وهو اختصار لشعار حملة الرئيس

الأمريكي «دونالد ترامب»

Make America Great Again

#4.5%

من المغردين استخدموا

هاشتاق #Fakenews

أكثر اللغات نشرًا للأخبار الكاذبة



0.7%

العربية

2.2%

الفرنسية

6.0%

الإسبانية

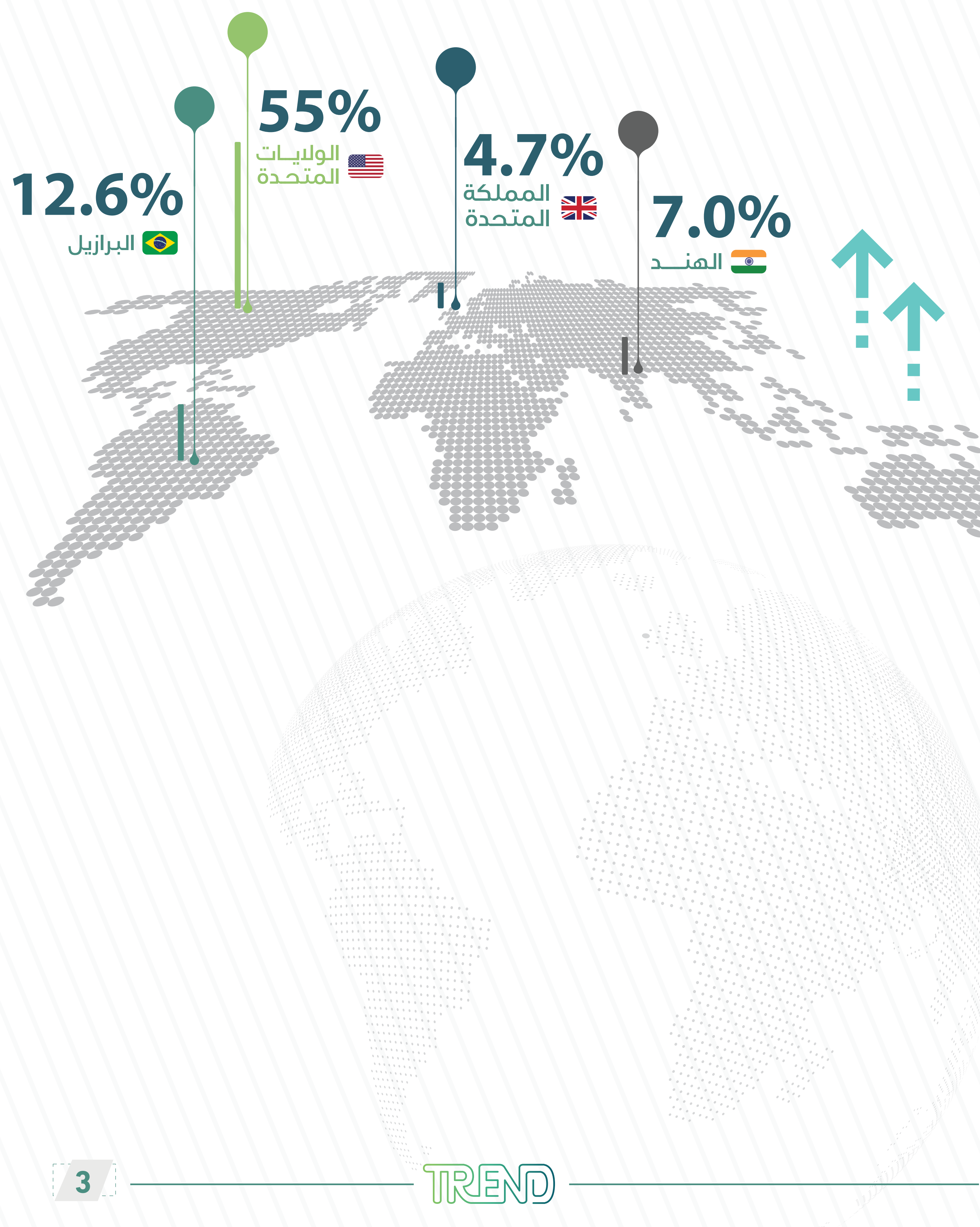
19.8%

البرتغالية

67.6%

الإنجليزية

أكثر الدول حديثاً عن للأخبار الكاذبة



أبرز الأخبار الكاذبة

01 تنحي الرئيس الأمريكي "ترامب"

02 القبض على "سان خوان" عمدة بورتو ريكو

03 صور حرائق غابات الأمازون

04 1.2 مليون متظاهر في لبنان



لماذا نميل إلى تصديق الأخبار الكاذبة؟



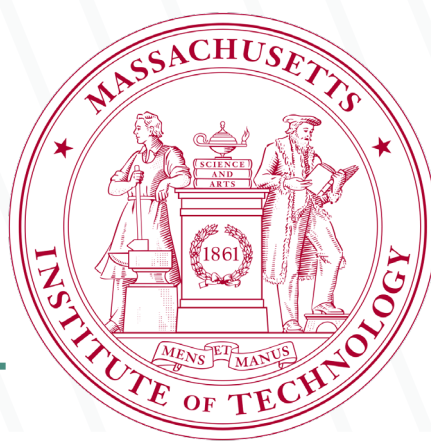
عملية التحقق شاقة ومرهقة



كمية المعلومات المتداولة كبيرة جدًا



الاعتقادات الخاطئة الأكثر انتشاراً عن الموضوع



”نسبة مشاركة الأخبار الكاذبة تصل إلى 70%، بينما تستغرق الأخبار الصحيحة ستة أضعاف المدة لتصل إلى 1500 شخص فقط مقارنة بانتشار الأخبار الكاذبة“

دراسة أجراها معهد «ماساتشوستس» للتكنولوجيا في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2018



من الشائعات الرائجة

01

الشائعة: ضرورة أخذ حمام ساخن مع استخدام الملح قبل بداية اليوم الجديد للوقاية من فيروس الإيبولا.
سبب انتشارها: نشر كبار السن من النيجيريين للشائعة بدافع الخوف وقلة المعلومات المنتشرة عن المرض وكيفية علاجه.

02

الشائعة: حملة دعائية لمنتج Keto I.A لتخفيض الوزن مع مدة تجريبية للمنتج.
سبب انتشارها: المدة التجريبية للمنتج والتي تصل إلى 30 يومًا وفقًا للشائعة، مع رخص ثمن الشحن والتوصيل (4.95 دولار)، لكن الشائعة سرعان ما تم اكتشاف كذبها إذ تقول الشروط والأحكام الخاصة بالعرض أن المدة التجريبية 14 يومًا فقط، تبدأ من لحظة طلب المنتج وليس من لحظة استلامه، مع غرامة قدرها \$89.99 حال لم يتم إلغاء الطلب في المواعيد المحددة.

03

الشائعة: الزعيم النازي أدولف هتلر لا يزال على قيد الحياة ويعيش في الأرجنتين (عمره وقت صدور الشائعة 128 عامًا!)
سبب انتشارها: صدورها عن موقع worldnewsdailyreport.com والذي لم ينتبه رواد وسائل التواصل الاجتماعي إلى أنه موقع ساخر جميع أخباره من وحي خيال كتابه.

04

الشائعة: التمر يحتوي على نسبة منخفضة من السكريات وجيد لمرضى السكر.
سبب انتشارها: حب الناس للتمر، ورغبة مرضى السكر في تناول السكريات الممنوعة دون أضرار صحية، والحقيقة أن جميع أنواع التمر تحتوي على نسبة عالية من السكريات ولذلك يجب الاعتدال في تناولها.

اتجاهات الأخبار الرقمية لعام 2019



من الشائع أن نقول إننا محاطون بقدر من المعلومات يفوق ما يمكننا التعامل معه، والكثير من المعلومات لا نعرف كيف بدأت، يكفي فقط أن ينشر أحدهم خبراً عبر إحدى منصات التواصل، يحمل معلومة كاذبةً حول إحدى القضايا التي تشغل الجمهور، أو حول شخصية مثيرة، لتبدأ بالانتشار فالأخبار الكاذبة تكتسب مع الوقت قوة تتماسك حتى أمام حملات التكذيب.

» إن "فبركة المعلومات" سباق بين الآلات والبشر تحكمه المتعة، أو الأجندة السياسية أو المال



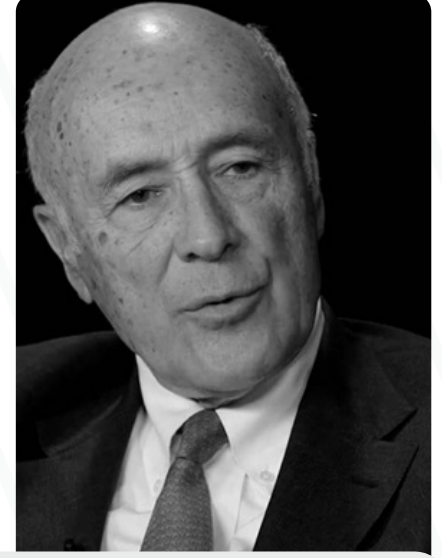
كالينا بونتشييفا، الأستاذة في جامعة شيفيلد بالمملكة المتحدة

» الناس أذكى من ذي قبل، فهم باتوا يمتلكون المبررات للتلاعب بالحقيقة حتى يتمكنوا من التخلص من الذنب



رالف كيبس، في كتابه The Post-Truth Era

❏ ليست الحلول التكنولوجية مثل الذكاء الاصطناعي هي الحل الخارق، وسوف تنتشر الأخبار الكاذبة إلى مسافة أبعد وبسرعة أكبر من الأخبار الحقيقية ويُعاد نشر المعلومات الزائفة على تويتر بواسطة أعداد أكبر من الناس وبسرعة أكبر من المعلومات الحقيقية



أستاذ في جامعة هارفارد، ومؤلف "هل انتهى القرن الأميريكي؟" . جوزيف س. ناي

❏ على الرغم من فقدان الميزة النسبية الكبيرة المتمثلة في احتكار وكالات الأنباء لوصف "المصدر الأول والوحيد للأخبار" على مدى قرن ونصف القرن، وتنازلها عنه مضطرة لشركات التقنية الكبرى، إلا أنها لم تفقد الكثير جراء هذه المنافسة الشرسة وذلك بفضل ميزة الموثوقية التي اكتسبتها وكالات الأنباء بفضل الآلية المتكاملة التي تتبعها للتحقق من الأخبار



فابريس فريس رئيس مجلس الإدارة الرئيس التنفيذي لوكالة الصحافة الفرنسية

❏ تمر وكالات الأنباء بفترة إعادة تعريف وتحديد مدى أهمية القيم والمميزات التي تتمتع بها خططهم ويفكرون قبل طلب المال مقابل المحتوى.. وبالتالي يجب عليهم أن يكونوا متأكدين أن تلك القيم التي يتم تقديمها نافعة للجمهور



فريق العمل



ثقة الجمهور في الأخبار الرقمية

2019 Reuters Digital News Report finds that trust in the media continues to fall

With 71 per cent of UK audiences turning away from the news because of Brexit overload, news organisations are redefining their values and approaches to audiences to rebuild relationships

Posted: 13 June 2019 By: **Jacob Granger**



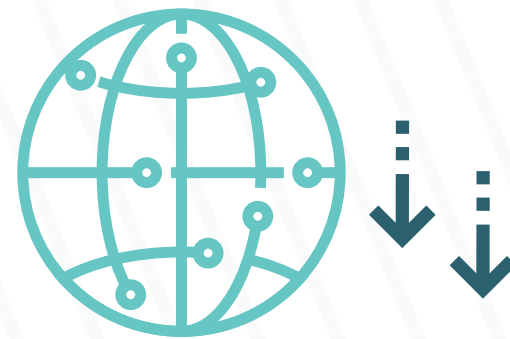
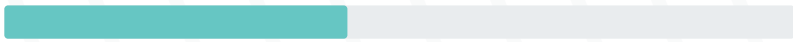
Credit: RISJ Digital News Report screenshot

نشرت وكالة رويترز "Reuters" تقرير كتبه جيكوب غارنر "Jacob Granger"، يونيو 2019، أشار فيه أن وكالات الأنباء تعيد تعريف وصياغة قيمها وتناولها للأخبار، وهذا من أجل إعادة بناء علاقتها بالجمهور بعد الانحدار الشديد في الثقة بينهما وبين الجمهور. أكد التقرير على ضرورة دمج مميزات العالم الرقمي – مثل السرعة في النشر والوصول للجمهور الصحيح- مع منتجات تمكّنك من بناء صلات أكثر عمقاً مع جمهورك، وهذا سيصبح اتجاهًا شهيرًا في السنوات القليلة القادمة. وفيما يلي أبرز ما تضمنه التقرير حول ثقة الجمهور في الأخبار الرقمية.



41%

من جمهور الولايات المتحدة يتأكدون من صحة المعلومات بتفقد أكثر من مصدر للمعلومة



55%

من الدول المشمولة في التقرير يقلقهم الأخبار المضللة



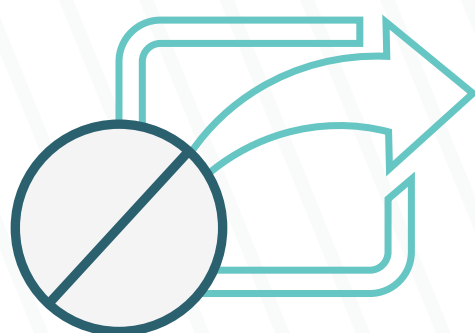
24%

من الجماهير معترضين عن المصادر الأقل دقة



40%

من سكان المملكة المتحدة لا يثقون بالأخبار الرقمية



29%

لم يشاركوا الأخبار لعدم التأكد من مصداقيتها



26%

من مصادر الجمهور الإخبارية مصادر موثقة



The Guardian

هناك زيادة في الوعي بالمشاكل الموجودة؛
لكن هناك شكوك

آنا بايتسون، صحفية في الجارديان

کیف نحصل علی محتوی رقمی موثوق؟



استخدامات التطبيقات في متابعة الأخبار الرقمية

اشارت وكالة رويترز في تقريرها الثامن "الاتجاهات المؤثرة في عادات استهلاك الجمهور للأخبار في السوق الرقمي" ويغطي التقرير 38 دولة في أوروبا والأمريكيتين وآسيا وأفريقيا. وفيما يلي أبرز المؤشرات في استخدام التطبيقات لمتابعة الأخبار الرقمية

57%



من استخدام تطبيقات Facebook للحصول على الأخبار

84%



من الجمهور يستخدم تطبيقات Facebook لمتابعة الأخبار

53%



من مستخدمي Whatsapp في البرازيل يثقون في أخبار التطبيق

16%



من الجمهور يعتبرون تطبيق WhatsApp مصدرا للمعلومات

4%



من مستخدمي Whatsapp في الولايات المتحدة يثقون في أخبار التطبيق

BBC

Whatsapp بيئة خصبة لانتشار الأخبار الخاطئة، وبعض الناشرين يسعون لتحسين هذه المنصة من خلال محاربة المعلومات الخاطئة والعثور على جمهور جديد

ناجا نايلسن المدير الرقمي لأخبار BBC

الإنفاق على الأخبار الرقمية



ما زال الإنفاق على الأخبار الرقمية موضع جدل بالنسبة للجمهور الذي يتجه نحو مصادر الأخبار ذات السمعة الحسنة نتيجةً لزيادة الثقافة الإعلامية التي صنعتها الشكوك حول المصداقية، فالجماهير ليست مستعدة بعد لإنفاق المال للحصول على الأخبار، ومع تشابه طرق إنفاق غالبية وسائل الإعلام في الإنفاق على (العنصر البشري، والتكنولوجيا، والمحتوى، والنشر)، فإنها قد تتباين في طرق الحصول على مداخلها (الإعلانات، والمبيعات المباشرة وعبر الاشتراكات والدعم).

يتركز النمو في بعض البلدان الكبرى

المملكة المتحدة

9%↑↑

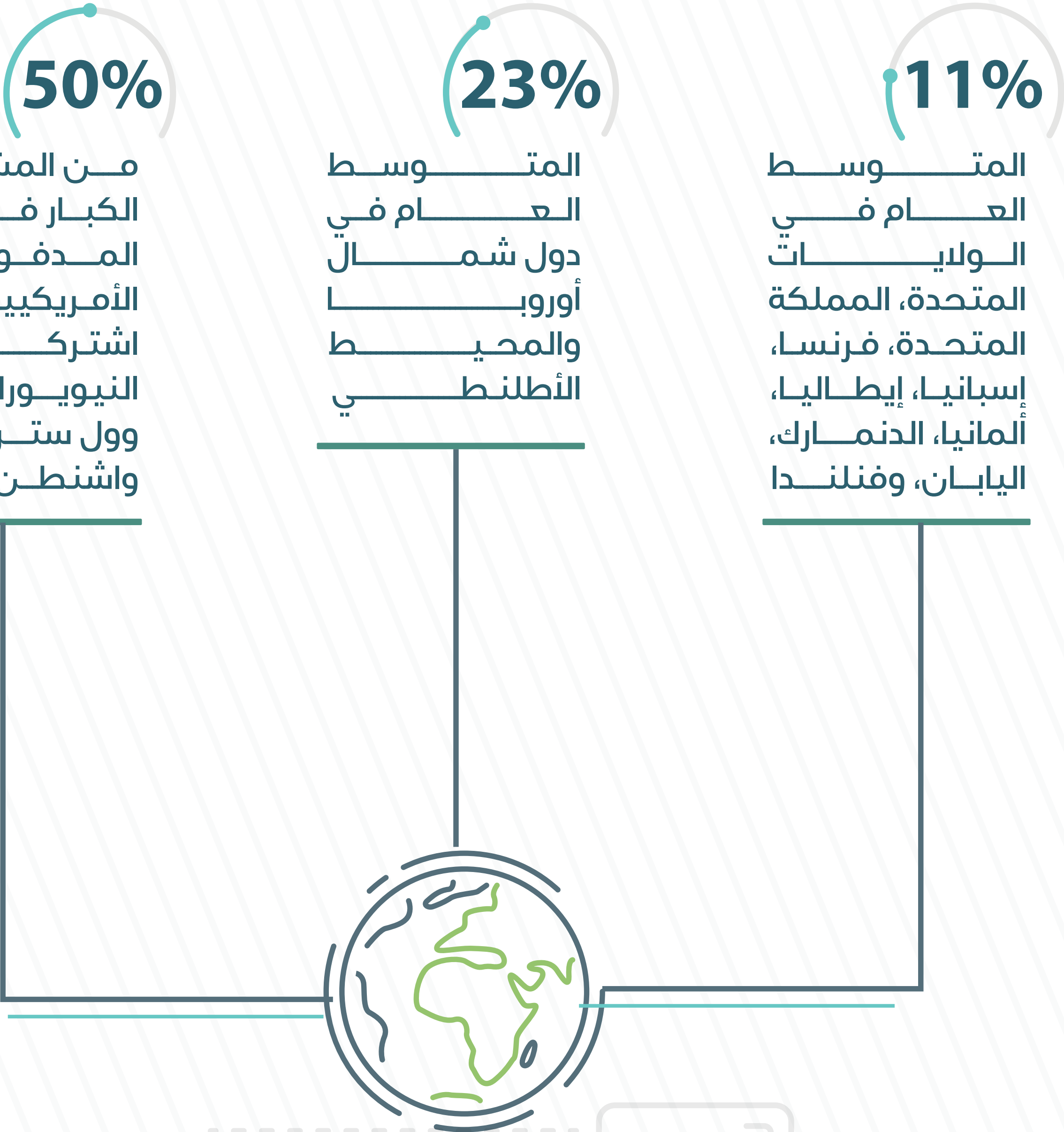
الولايات المتحدة الأمريكية

16%↑↑

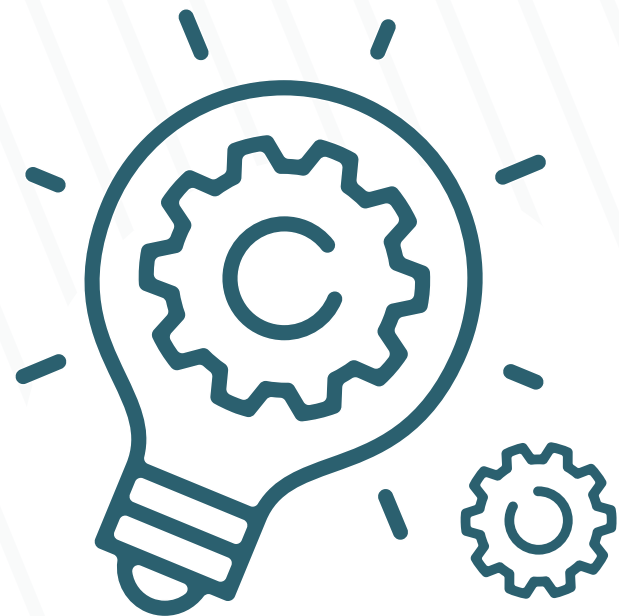
النرويج

24%↑↑

إن السمة الرئيسية لنماذج اقتصاديات الإعلام، تتمثل في خصوصية المنتج الإعلامي، وخصوصية الحاجة إلى استهلاكه؛ فالمنتج الإعلامي يمكن الحصول عليه عبر الشراء بالمال، أو مجاناً إذا وفّرتة المؤسسة الإعلامية مجاناً أو من خلال التمرير وإعادة التدوير أو إعادة الترميز والنشر.



من الحلول المقترحة لمواجهة الأخبار الكاذبة..



تقنياً :

توفير الأخبار
والمعلومات
الصحيحة
أولاً بأول



تعزيز
الصحافة
الجيدة في
المجتمع



تعزيز
أبحاث
الذكاء
الاصطناعي



بشرياً :

01 الاشتراك في
منصات الأخبار
الأكثر جدية
لتعزيز منافذ
ذات مصداقية
عالية في الأخبار

02 الابتعاد عن
المضامين
المنشورة
في حسابات
أو صفحات
مجهولة

03 التحقق
من
روابط
ومصادر
الأخبار
المنشورة

04 التأكد
من
هوية صاحب
الحساب
أو الصفحة
وتحديدها

05 تدريب
الإعلاميين
وكشف
المتلاعبين
بالعقول

06 حل
تقنية
لتقفي
أثر الأخبار
الزائفة

07 بناء
قوانين
وتشريعات
رادعة ضد
مزيفي الأخبار

08 التثقيف
والتوعية
الإعلامية

TREND