

توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في تحليل المعلومات المزيفة والتحقق منها

المدرس لبنى قاسم محمد

المدرس المساعد رسل عبد الكريم باشخ

قسم المعلومات وتقنيات المعرفة / كلية الآداب / جامعة البصرة

المستخلص

يهدف البحث إلى دراسة توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في تحليل المعلومات المزيفة والتحقق منها، وللوصول إلى الهدف المطلوب تم اختيار تطبيق (التقنية من اجل السلام) حيث يستخدم هذا التطبيق آليات متعددة في التحقق من المعلومات المزيفة سواء كانت هذه المعلومة تأخذ شكل النص، أو الصورة، أو مقاطع الفيديو، أو التسجيلات الصوتية. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، واداه تحليل المضمون، و تم الاعتماد على استمارة تحليل المضمون حيث تم تحليل عينة من تطبيق المزيفة التي تم إخضاعها للدراسة حددت بالمدة من (٢٠٢٥/١/١) ولغاية (٢٠٢٥/٣/٣١) وتمثل مجتمع البحث بالمنشورات التي بلغ عددها (١٧٦) خبر مزيف تم التحقق منه على تطبيق (التقنية من اجل السلام). وبعد البحث والتقصي تم الوصول الى النتائج التي تتمثل بتركيز تطبيق (التقنية من اجل السلام) على التحقق من المعلومات ذات الطابع السياسي والطابع الديني، كما ان التطبيق يستخدم أكثر من الية في التحقق ويوثق خطواته بالمصادر مما يعزز مصداقيته. ويوصي البحث الى ادراج مادة التحقق من المعلومات في مناهج كليات واقسام الاعلام والمعلومات وتقنيات المعرفة، وضرورة التعاون بين المؤسسات الإعلامية والعاملين على التطبيقات المتخصصة في مجال تدقيق الحقائق لضمان تداول معلومات دقيقة.

تاريخ القبول: ٢٠٢٦/٠٣/٢٤

تاريخ الاستلام: ٢٠٢٦/٠٢/٠١

المقدمة

في ظل التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، شهد العالم سرعة في تداول المعلومات عبر وسائل الإعلام الرقمية، لا سيما منصات التواصل الاجتماعي، ومع التدفق الهائل برزت المعلومات المزيفة كمسكلة إعلامية ومجتمعية خطيرة، تهدد وعي الأفراد واستقرار المجتمع، وقد برزت جهود متعددة في مجال التحقق من المعلومات، كان من أبرزها المواقع الإلكترونية ومنصات التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهاتف المحمول كوسائل تقنية حديثة تساهم في رصد وتصحيح المعلومات المزيفة، ومن بينها تطبيق (التقنية من أجل السلام) العراقي، الذي أصبح مثلاً على هذا التوجه الرقمي في مكافحة التضليل الإعلامي.

حيث ان الانتشار الواسع للهواتف المحمولة وسهولة استخدامها، مما يجعلها وسيلة أساسية للحصول على المعلومات والأخبار، وإزاء هذه الخاصية، يصبح وصول المستخدم إلى معلومات صحيحة ومدعمة بالمصادر بشكل مباشر وفوري عبر الإشعارات التي تقدمها تطبيقات الهاتف المحمول المتخصصة في التحقق من المعلومات، أمراً بالغ الأهمية، وقد لفتت هذه الإمكانية الفريدة انتباه الباحثين، مما أثار لديهم تساؤلات جوهرية حول الكيفية المثلى لتوظيف هذه التطبيقات في التحقق من المعلومات المزيفة.

تم تقسيم البحث الى ثلاث مباحث تناول المبحث الأول الدراسة المنهجية وتناول المبحث الثاني الدراسة النظرية وتناول المبحث الثالث الدراسة التحليلية.

أولاً: مشكلة البحث

تتحدد مشكلة البحث بتساؤل رئيس وهو ما الكيفية التي يتم بها توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في تحليل المعلومات المزيفة والتحقق منها؟ ويندرج منه مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ١- ما هي طبيعة المعلومات المزيفة على تطبيق الهاتف المحمول؟
- ٢- ما المجال الجغرافي للمعلومات الزائفة على تطبيق الهاتف المحمول؟
- ٣- ما هو شكل المعلومات المزيفة على تطبيق الهاتف المحمول؟
- ٤- ما هو مصدر المعلومة الزائفة على تطبيق الهاتف المحمول؟
- ٥- ما هي طريقة عرض المعلومات المزيفة على تطبيق الهاتف المحمول؟
- ٦- هل نجح التطبيق في توثيق المصادر المستخدمة في التحقق من المعلومات المزيفة؟
- ٧- ما هو القالب الذي توضع فيه المادة المتحقق منها؟
- ٨- ما نوع التزيف على تطبيق الهاتف المحمول؟
- ٩- ما هو الهدف من نشر المعلومات المزيفة؟

١٠- ما هي اليه التحقق من المعلومات التي يستخدمها التطبيق ؟

ثانياً: أهمية البحث

تتجلى أهمية هذا البحث في تسليط الضوء على الدور المهم لتطبيقات الهاتف المحمول في التحقق من المعلومات المزيفة، وأهمية للجمهور المستخدم للتمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف ولا سيما في ظل الانتشار الواسع للاخبار الزائفة على منصات التواصل الاجتماعي.

ثالثاً: أهداف البحث

يهدف البحث معرفة الكيفية التي يتم بها توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في تحليل المعلومات المزيفة والتحقق منها إضافة الى الأهداف التالية:

- ١- رصد طبيعة المعلومة الزائفة التي تم التحقق منها.
- ٢- معرفة المجال الجغرافي للمعلومات الزائفة المتحقق منها.
- ٣- معرفة شكل المعلومة الزائفة التي تم التحقق منها.
- ٤- الكشف عن مصادر المعلومات المزيفة التي تم التحقق منها.
- ٥- معرفة طريقة عرض المعلومات المزيفة.
- ٦- معرفة كيفية توثيق المصادر المستخدمة في التحقق من المعلومات المزيفة.
- ٧- الكشف عن القالب الذي توضع فيه المادة المتحقق منها.
- ٨- معرفة نوع التزيف في المعلومات المتحقق منها.
- ٩- الكشف عن الهدف من نشر المعلومات المزيفة.
- ١٠- تحديد آليات التحقق من المعلومات المزيفة.

رابعاً: حدود البحث :

تم تحديد حدود البحث ومجالاته بما يأتي:

- ١- المجال المكاني: وهي الحدود المكانية التي يدور في إطارها البحث، والتي تتمثل بتطبيق الهاتف المحمول، وقد تم اختيار تطبيق عراقي وهو (التقنية من اجل السلام) كنموذج يتوفر فيه إلى حد كبير السمات العامة.
- ٢- المجال الزمني: ويتمثل بالمدة الزمنية المحددة للتحليل، وقد تم تحديدها بالمدة من (٢٠٢٥/١/١) ولغاية (٢٠٢٥/٣/٣١) وهي مدة كافية للحصول على مؤشرات واضحة لمعرفة كيفية توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في تحليل المعلومات المزيفة والتحقق منها.
- ٣- المجال الموضوعي: ويتمثل بالمعلومات المزيفة على تطبيق الهاتف المحمول.

خامساً: منهج البحث

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي، الذي يعد المنهج الأكثر تناسباً مع طبيعة هذا البحث حيث تم مسح البيانات والمعلومات المتعلقة بموضوع البحث، وحصرت منشورات المعلومات المزيفة في تطبيق (التقنية من اجل السلام) أثناء المدة الزمنية المحددة من ٢٠٢٥/١/١م ولغاية ٢٠٢٥/٣/٣١م، واختيار عينة البحث بطريقة الحصر الشامل وإخضاعها للتحليل بعد تصنيفها وتبويبها، كما تم اعتماد أداه تحليل المضمون في إخضاع منشورات المعلومات المزيفة في تطبيق (التقنية من اجل السلام)، بعد وتصنيفها، وتبويبها، وتحليلها، وبما يحقق أهداف البحث.

سادساً: التعريفات الإجرائية

التحقق: التأكد من صحة المعلومات والاطلاع المنشورة عبر المنصات المختلفة.
المعلومات المزيفة: هي كل معلومة يتم نشرها وتكون زائفة بشكل كلي أو جزئي.
توظيف: هو الكيفية التي يتم من خلالها استخدام شيء معين.

تطبيق الهاتف المحمول: برنامج يتم تحميله من برامج إلكترونية مثل App Store و Google Play مصمم للعمل على الأجهزة الذكية.
التقنية من اجل السلام: هي مؤسسة غير ربحية مسجلة في العراق، وأخرى مسجلة في هولندا، تُعنى بمكافحة المعلومات المزيفة والمعلومات المضللة، وتعزيز السلام والاستقرار في منطقة الشرق الأوسط، وخصوصاً في العراق.

إجراءات البحث

تم أتباع عدد من الخطوات والإجراءات في تحليل منشورات تطبيق المزيفة التي نشرت في تطبيق (التقنية من اجل السلام)) وعلى النحو الآتي:

الخطوة الأولى: إجراء التحليل التمهيدي: قبل تصميم الاستمارة تم اجراء دراسة اولية استطلاعية عن تطبيق (التقنية من اجل السلام)، ثم اجري بعد ذلك تحليلاً أولياً على عينة صغيرة من منشورات المعلومات المزيفة المتحقق منها، لغرض معرفة وحدات وفئات التحليل التي سيتم استخدامها أساساً لعملية تحليل المضمون، وذلك عن طريق اختيار عينة عشوائية بسيطة من المعلومات المتحقق منها تمثلت (٢٠%) من المادة التي جرى اختيارها بطريقة الأسبوع الصناعي في التطبيق المعني والبالغ عددها (١٧٦) خبر متحقق منه، إذ بلغ مجموع المعلومات المتحقق منها للتحليل التمهيدي (٢٧) خبر مزيف متحقق منه، وقد ساعد هذا التحليل على تحديد وحدات وفئات العد والقياس وبناء استمارة التحليل وجدولة الفئات بشكلها التمهيدي.

الخطوة الثانية: تحديد وحدات التحليل:

يذهب الباحثون و الخبراء إلى ان هناك خمس وحدات رئيسة لتحليل المضمون تتمثل بوحدة الكلمة، وحدة الفكرة أو الموضوع، وحدة الشخصية، وحدة مقاييس الزمن والمساحة، وحدة المفردة (الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية)^(١)

وقد اعتمد البحث على وحدة المفردة (الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية)؛ و(وحدة مقياس الزمن والمساحة)، لأنهما الأنسب لموضوع البحث الذي ركز على تحليل كل مفردة من منشورات المعلومات المزيفة المتحقق منها بشكل مستقل للإجابة على تساؤلات البحث وتحقيق أهدافه.

وتم اعتماد وحدة المفردة (الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية)، كوحدة للسياق بعدها وحدات كاملة تعبر عن المحتوى (الخبر المزيف المتحقق منه) وتفيد في التحديد الدقيق لمعاني وحدات التسجيل التي يتم عليها العد والقياس، فيما تم اتخاذ الفكرة داخل المفردة (كوحدة للتسجيل) والتي تعد افضل وحدة للقياس والعد لموضوع البحث وتعطي نتائج جيدة لتحقيق أهداف البحث.

الخطوة الثالثة: تحديد فئات التحليل:

تم تصنيف فئات التحليل وتوظيف تطبيقات الهاتف المحمول في تحليل المعلومات المزيفة والتحقق منها الى محورين، محور ماذا قيل حيث تضمن (٤) فئات رئيسية و(٢٠) فئة فرعية، ومحور كيف قيل والتي تضمنت (٦) فئات رئيسية و (٢٧) فئة فرعية، من المدة (٢٠٢٥/١/١م) ولغاية (٢٠٢٥/٣/٣١م)، وقد بلغت أعداد المنشورات المختارة على وفق الحصر الشامل للتحليل (١٧٦) منشور متحقق منه في تطبيق (التقنية من اجل السلام).

الخطوة الرابعة: جدولة الفئات وتحليلها وتفسيرها: تم وضع تعريف اجرائي لكل فئة من الفئات التي ظهرت في أثناء التحليل بشكل يوضح المعنى المراد لها، وذلك ما تقتضيه طبيعة تحليل المضمون، فضلاً عن أن هذه المعاني تصف الأسلوب والوسائل طبقاً لما وردت في المحتوى الاتصالي، قبل وضعها في جداول محددة كما موضح في الملحق رقم (١) لحساب تكرارها ونسبها المئوية والمراتب التي وقعت فيها، ومن ثم القيام بعملية تفسير الجداول وتحليلها واستخراج النتائج، وفيما يأتي تعريف بفئات التحليل (ماذا قيل) و(كيف قيل):

أولاً: وحدة التحليل: سيتم اعتماد الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية كوحدة تحليل وفي هذه الدراسة سيتم اعتماد المنشور وكل ما يرتبط به كوحدة تحليل.

ثانياً: فئات التحليل وهي كما يأتي :

أولاً: فئات المضمون ماذا قيل؟

١- فئة طبيعة المعلومات المزيفة: وتدرس هذه الفئة أنواع موضوعات المعلومات المزيفة وتنقسم إلى :

١/١ معلومات سياسية: هي اخبار زائفة ذات الموضوعات السياسية.

١/٢ معلومات اقتصادية: هي اخبار زائفة ذات الموضوعات الاقتصادية.

- ١/٣ معلومات أمنية: هي اخبار زائفة ذات الموضوعات الأمنية.
- ١/٤ معلومات رياضية: وهي اخبار زائفة ذات الموضوعات الرياضية.
- ١/٥ معلومات دينية: وهي اخبار زائفة ذات الموضوعات الدينية.
- ١/٦ معلومات فنية: وهي اخبار زائفة ذات الموضوعات الفنية.
- ١/٧ معلومات ساخرة: وهي اخبار زائفة ذات الموضوعات الساخرة.
- ١/٨ معلومات صحية: وهي اخبار زائفة ذات الموضوعات الصحية.
- ١/٩ معلومات اجتماعية: أي نوع من المعلومات المزيفة التي لم يتم ذكرها في البنود الأخرى يندرج ضمن هذه الفئة.
- ٢- فئة مصادر المعلومات المزيفة:- وتدرس هذه الفئة مصادر المعلومات المزيفة وتنقسم إلى:
- ٢/١ مواقع التواصل الاجتماعي: وتدرس هذه الفئة المعلومات المزيفة التي يكون مصدرها مواقع التواصل الاجتماعي.
- ٢/٢ وسائل إعلام: وتدرس هذه الفئة المعلومات المزيفة التي يكون مصدرها وسائل إعلامية.
- ٢/٣ برامج المراسلات: وتدرس هذه الفئة المعلومات المزيفة التي يكون مصدرها برامج المراسلات.
- ٣- فئة النطاق الجغرافي: وتدرس هذه الفئة النطاق الجغرافي للأخبار الزائفة وتنقسم إلى:
- ٣/١ محلية عراقية: وتدرس هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي يتم التحقق منها ذات البعد المحلي.
- ٣/٢ زائفة عربية: وتدرس هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي يتم التحقق منها ذات البعد العربي.
- ٣/٣ عالمية: وتدرس هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي يتم التحقق منها ذات البعد العالمي.
- ٤- آليات التحقق: وتدرس هذه الفئة آليات التحقق من المعلومات المزيفة وتنقسم إلى:
- ٤/١ التحليل المحتوى. بالبحث العكسي: وتدرس هذه الفئة جميع المعلومات التي يتم التحقق منها بالبحث العكسي.
- ٤/٢ التواصل المباشر: وتدرس هذه الفئة جميع المعلومات التي يتم التحقق منها بواسطة الاتصال المباشر بالشخص.

٤/٣ فحص المحتوى عبر أدوات رقمية: وتدرس هذه الفئة جميع المعلومات التي يتم التحقق منها عبر فحص المحتوى عبر أدوات رقمية.

٤/٤ تدقيق المحتوى يدويا: وتدرس هذه الفئة جميع المعلومات التي تتم التحقق منها عبر تدقيق المحتوى يدويا من قبل فريق التدقيق.

ثانيا: الفئات الخاصة بالشكل كيف قيل؟

١- فئة شكل المعلومة: وتدرس هذه الفئة جميع أشكال المعلومة الزائفة التي تم التحقق منها وتشمل:

١/١ مقاطع الفيديو: وتدرس هذه الفئة جميع المعلومات التي تكون على شكل مقاطع فيديو.

١/٢ صورة: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي تكون على شكل صورة.

١/٣ نص: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي تكون على شكل نص اخباري.

١/٤ وثيقة: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي تكون على شكل وثيقة.

١/٥ رابط: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي تكون على شكل رابط.

١/٦ مقطع صوت: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي تكون على شكل مقطع صوت.

٢- طريقة عرض المعلومة المزيفة: وتشمل هذه الفئة الطريقة التي يعرض بها التطبيق المعلومة المزيفة وتشمل:

٢/١ عرض المعلومة المزيفة مع التصحيح: وتشمل هذه الفئة عرض جميع المعلومات المزيفة مع التصحيح.

٢/٢ عرض المعلومات الصحيحة وتأكيداها: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات الصحيحة التي يتم الاستفسار منها من قبل الجمهور للتأكد منها ويقوم الفريق بالتحقق منها بأثبات صحتها.

٣- روابط التحقق من المعلومات المزيفة: وتشمل هذه الفئة جميع الروابط التي يتم استخدامها في التحقق من المعلومات المزيفة.

٣/١ روابط توثق المصادر الصحيحة والمزيفة: وتشمل هذه الفئة جميع المصادر الصحيحة والمزيفة التي يستخدمها الموقع للتحقق من المعلومات.

٣/٢ روابط توثق المصادر الصحيحة فقط: وتشمل هذه الفئة جميع المصادر الصحيحة فقط التي يستخدمه الموقع للتحقق من المعلومات.

٤- قالب التحرير: وتشمل هذه الفئة القالب الذي تحرر به المعلومات المتحقق منها وتشمل:

٤/١ صورة رئيسية مع رابط إحالة خارجية: وتشمل هذه الفئة جميع الصور لرئيسية مع رابط إحالة خارجية.

٤/٢ صورة رئيسية مع نص مع رابط إحالة خارجي مع مربع نص: وتشمل هذه الفئة جميع الصور الرئيسية مع رابط إحالة خارجية مع مربع نص.

٤/٣ صورة رئيسية مع نص مع رابط إحالة خارجي مع مربع نص مع صور داخلية: وتشمل هذه الفئة جميع الصور لرئيسية مع رابط إحالة خارجية مع مربع نص مع صور داخلية.

٥- نوع التزييف: وتشمل هذه الفئة جميع أنواع التزييف للمحتوى المنشور.

٥/١ محتوى زائف كلياً: وتشمل هذه الفئة جميع المحتوى الذي يكون نوعه زائف كلياً.

٥/٢ محتوى زائف جزئياً: وتشمل هذه الفئة جميع المحتوى الذي يكون نوعه زائف جزئياً.

٥/٣ محتوى خارج السياق: وتشمل هذه الفئة جميع المحتوى الذي يكون نوعه خارج السياق.

٥/٤ محتوى مفبرك: وتشمل هذه الفئة جميع المحتوى الذي يكون نوعه مفبرك.

٥/٥ محتوى ساخر يفهم خطأً: وتشمل هذه الفئة جميع المحتوى الذي يكون نوعه ساخر ويفهم خطأً.

٥/٦ انتحال هوية: وتشمل هذه الفئة جميع المحتوى الذي يكون نوعه انتحال هوية.

٥/٧ محتوى صحيح: وتشمل هذه الفئة جميع المحتوى الذي يكون نوعه صحيح.

٦- الهدف من نشر المعلومات المزيفة: وتشمل هذه الفئة الهدف وراء النشر لجميع المعلومات المزيفة وتشمل:

٦/١ تضليل الرأي العام: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي يكون الهدف منها تضليل الرأي العام.

٦/٢ إثارة الفتنة والانقسام بين فئات المجتمع: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي يكون الهدف منها إثارة الفتنة والانقسام بين فئات المجتمع.

٦/٣ إثارة العواطف والخوف والغضب من اجل التفاعل: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي يكون الهدف منها إثارة العواطف والخوف والغضب من اجل التفاعل.

٦/٤ تشويه سمعة أفراد أو مؤسسات: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي يكون الهدف منها تشويه سمعة أفراد أو مؤسسات

٦/٥ جذب التفاعل من اجل عائد مادي: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي يكون الهدف منها جذب التفاعل من اجل عائد مادي.

٦/٦ الإساءة لشخص أو جهة معينة: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي يكون الهدف منها الإساءة لشخص أو جهة معينة.

٦/٧ التسلية والسخرية: وتشمل هذه الفئة جميع المعلومات المزيفة التي يكون الهدف منها التسلية والسخرية.

الخطوة الخامسة: إجراءات الصديق والثبات، بعد التعريف تم اعداد استمارة تضم الفئات جميعاً تمهيداً لإرسالها إلى الخبراء والمحكمين:

١- صدق التحليل: ولغرض تحقيق ذلك تم اختيار وحدة التحليل المناسبة والفئة التي تتلاءم مع طبيعة البحث، كما تم تحديد الفئات الرئيسية والفرعية وتعريفها تعريفاً دقيقاً وتضمينها في استمارة التحليل، وبعد عرض الاستمارة على عدد من (المحكمين والخبراء)^(*)، والموافقة عليها تم اعتمادها مع الأخذ بما وضع من ملاحظات وتصويبات

٢- ثبات التحليل: قام الباحثان بالعمل بشكل منفصل بأجراء التحليل على المضمون نفسه باستخدام فئات ووحدات التحليل نفسها و تم التوصيل إلى نتائج نفسها هذا يعني بأننا قد حصلنا على تحقيق الثبات.

ثامنا: الدراسات السابقة

خالد حامد أبو قوطية ٢٠٢١ (٢)

خالد حامد أبو قوطية، "توظيف المرصد الفلسطيني الإلكترونية في التحقق من المعلومات المزيفة: دراسة تحليلية مقارنة"، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية- مجلد ٢٩، العدد ٤-٢٠٢١.

هدفت الدراسة الكشف عن كيفية توظيف المرصد الفلسطيني الإلكترونية في التحقق من المعلومات المزيفة المنتشرة في الفضاء الإعلامي الفلسطيني، وتندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، واعتمدت على منهج المسح ومنهج دراسة

العلاقات المتبادلة واستخدمت أداة تحليل المضمون والمقارنة المنهجية بين آلية عمل مرصد كاشف، ومرصد تيقن، وهما يمثلان عينة الدراسة بأسلوب المسح الشامل للمرصد الفلسطينية الإلكترونية.

وقد بينت نتائج الدراسة اهتمام المرصد الفلسطينية في التحقق من المعلومات المزيفة بالكامل أو بشكل جزئي والتي تنوعت موضوعاتها في مختلف المجالات الصحية والسياسية والعسكرية والاجتماعية، وأن المرصد الفلسطينية تنتهج نفس المنهجية في الكشف عن مصادر المعلومات المزيفة، وأيضاً تتفق المرصد الفلسطينية في آليات التحقق من المعلومات المزيفة كونها تهتم بنشر الخبر المضلل وتصحيحه في نفس الوقت. في حين استخدمت جميع أساليب العرض التحريري للأخبار الزائفة، واحتلت الصور الفوتوغرافية مقدمة أنواع الوسائط المتعددة التي استخدمتها في عرض المعلومات المزيفة التي تحققت منها.

مي عبد الغني ٢٠٢٠^(٣)

مي عبد الغني، "توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من المعلومات المزيفة: موقع فيس بوك نموذجاً دراسة تحليلية مقارنة"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية- المجلد ١٢، العدد ١٢-٢٠٢٠.

وضحت هذه الدراسة كيفية توظيف مواقع التواصل في التحقق من المعلومات المزيفة، وذلك عبر تحليل عينة لصفحات مواقع التواصل عبر موقع فيس بوك والتي تعنى بالتحقق من المعلومات الزائفة، استخدمت منهج التحليل النوعي الانتوغرافي لوثائق الدراسة الدراسة بأسلوب التحليل الكيفي.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: تصدر المعلومات الكاذبة اهتمام صفحات التحقق من المعلومات المزيفة وتنوع موضوعات المعلومات المزيفة التي تم التحقق منها ونطاقها الجغرافي والتباين في آليات التحقق وأشكال واتجاه التفاعل من قبل مستخدمين تلك الصفحات.

شيرين محمد كدراني ٢٠٢٠^(٤)

شيرين محمد كدراني، منهجية التحقق من المعلومات المزيفة المتعلقة بجائحة (كوفيد-١٩) في مواقع تدقيق الحقائق العربية دراسة تحليلية، مجلة عرب ميديا اند سوسايتي، العدد ١٢-٢٠٢١.

استهدفت الدراسة رصد منهجية التحقق من المعلومات المزيفة المتعلقة بجائحة (كوفيد-١٩) في مواقع تدقيق الحقائق العربية، بالتطبيق على موقعي (فتبينوا) الأردني و(ده بجد) المصري المستقلين، اعتماداً على تحليل المضمون الكيفي

لسياسات عمل الموقعين، بجانب التحليل النصي والمرئي لكل المقالات والمعلومات المزيفة المتعلقة بالجائحة، المنشورة في الموقعين خلال الفترة من ٣١ ديسمبر ٢٠١٩م حتى ٣١ أكتوبر ٢٠٢٠م.

وقد خلصت الدراسة إلى بروز نمط صحفي جديد في البيئة الرقمية أشبه ما يكون بالصحافة الاستقصائية يقوم عليه فاعلون جدد من خارج الوسط الصحفي، الذين يمارسون دورًا تطوعيًا، يحاكي دور حراس البوابات التقليدي؛ وذلك عبر تدقيق المعلومات المتداولة على شبكة الإنترنت فكانوا بمثابة جماعات ضغط أجبرت كثيرًا من المؤسسات والأفراد على تصحيح المعلومات والاعتذار. فقد نجحت تلك المواقع في رصد وتفنيد المعلومات المزيفة المتعلقة بالجائحة، التي انطلق أغلبها من نظرية المؤامرة، وانتشرت بشكل رئيس عبر الشبكات الاجتماعية، وغلب عليها الطابعان السياسي والعلمي، بجانب المعلومات الاقتصادية والتكنولوجية والدينية والاجتماعية والخرافات.

التعقيب على الدراسات السابقة

تركيز على التحقق من المعلومات المزيفة تتفق الدراسات الثلاث في جوهرها على أهمية موضوع التحقق من المعلومات المزيفة في البيئة الرقمية والإعلامية حيث درست المعلومات المزيفة على المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لم تتطرق أي من الدراسات السابقة إلى التحقق من المعلومات المزيفة على تطبيق الهاتف المحمول وهو ما تناوله هذه الدراسة بالتحليل والتفسير.

المبحث الثاني: الدراسة النظرية

يشهد العالم ارتفاعاً غير مسبوق في سرعة انتشار المعلومات المزيفة، وهو ما دفع بعض المؤسسات والدول إلى اتخاذ عدة خطوات بغية مواجهه الانتشار السريع للأخبار المزيفة، ومن أبرز آليات مواجهة المعلومات المزيفة: تشريع بعض القوانين الرادعة وطرح تطبيقات حديثة من قبل إدارات بعض المواقع كالإجراءات التي اتخذتها كل من إدارة موقع فيس بوك وتويتر ويوتيوب وبعض المبادرات من الاعلام التقليدي المرتبطة بالتحقق من المعلومات المزيفة، كما برزت العديد من المبادرات المجتمعية والرسمية لاستخدام صفحات مواقع التواصل الاجتماعي تعنى برصد المعلومات المزيفة والتحقق منها واخيراً ظهور تطبيقات الهاتف المحمول المرتبطة بالمواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي المعنية برصد المعلومات المزيفة.^(٥)

تشير المعلومات المزيفة، في جوهرها، إلى المحتوى الكاذب أو المضلل الذي يتنكر في صورة أخبار مشروعة، وغالبًا ما يتم تضخيمه من خلال وصول وسائل التواصل الاجتماعي والإنترنت أضافت Deepfakes، وهي صور أو مقاطع فيديو أو ملفات

صوتية تم إنشاؤها بواسطة الذكاء الاصطناعي والتي تستبدل بشكل مقنع تشابه شخص ما أو صوته بأخرى، طبقة معقدة إلى تعريف المعلومات المزيفة وأنواعها.^(٦)

اما الهاتف المحمول هو عبارة عن جهاز كمبيوتر محمول مدمج ومصنع داخل الهاتف المحمول بشاشة عرض وبرامج تقنية ذكية لإدارة المعلومات الشخصية حيث يعتبر من الأجهزة التي تحمل نظام تشغيل يسمح بتشغيل برامج الحاسوب المختلفة مثل تصفح الويب والبريد الإلكتروني والموسيقى والصور والتطبيقات بمختلف أنواعها ووظائفها، أما بالنسبة لتطبيق الهاتف المحمول هو عبارة عن برنامج يتم تحميله بواسطة الهاتف عبر متاجر الإلكترونيات.^(٧)

يسلط البحث الضوء على الدور المهم لتطبيقات الهاتف المحمول في التحقق من المعلومات المزيفة، إضافة إلى أهميته للمستخدمين للتمييز بين المحتوى الحقيقي والمزيف، حيث يسلط الضوء على تطبيق عراقي يُعد الأول والوحيد من نوعه محلياً في هذا المجال، مما يمنحه خصوصية وواقعية ميدانية عالية، ويجعله نموذجاً رائداً في استخدام التقنية لخدمة الحقيقة وتعزيز ثقافة التحقق، ومعرفة عمل المؤسسات الإعلامية المحلية التي تعتمد تطبيق على الهاتف المحمول لاسيما فيما يتعلق بمعرفة الأساليب المتبعة في التحقق من المعلومات المزيفة بشكل يخلق نوعاً من التقليد والمحاكاة لأليات وطرق التحقق الذي تعتمده تطبيق (التقنية من اجل السلام).

والتقنية من اجل السلام هي مؤسسة غير ربحية مسجلة بالعراق وهناك ومؤسسة اخرى مسجلة في هولندا، فريقها متطوعون قادرين على التحقق من المعلومات في ثمان لغات مختلفة (العربية والإنجليزية والفرنسية والهولندية والتركية والكردية والتركمانية والفارسية)، و هم خبراء في مجالات مختلفة ، مثل (السياسة ، والإعلام ، والدين ، والطب ، والتكنولوجيا ، وعلم الفلك ، والكيمياء ، والعلوم ، وغيرها الكثير)، تعمل (التقنية من اجل السلام) على التركيز على الحقوق الرقمية والأمن الرقمي ومكافحة التضليل والمعلومات الخاطئة بدأت بمكافحة المعلومات الخاطئة والمضللة في العراق، مما أدى إلى إنشاء منصة لتدقيق الحقائق ذات انتشار واسع في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وخارجها وتم قامت بتطوير تطبيق هاتف محمول خاص بتدقيق الحقائق.^(٨)

أعضاء فريق (التقنية من اجل السلام) من داخل وخارج العراق لا يعملون بشكل مشابه في البحث على ذات التحقيق او خبر معين، فقد استقطبت (التقنية من اجل السلام) العديد من الأعضاء حسب اختصاص معين او مكانة الشخص وقدرته على الوصول للمعلومات الدقيقة للاستفادة منها بالحصول على معلومات أوسع.

المبحث الثالث: الدراسة التحليلية

عرض وتفسير نتائج الدراسة التحليلية توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في تحليل المعلومات المزيفة والتحقق منها:

تم تصنيف فئات التحليل توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في تحليل المعلومات المزيفة والتحقق منها الى محورين، محور ماذا قيل حيث تضمن (٤) فئات رئيسية و(٢٠) فئة فرعية، ومحور كيف قيل والتي تضمنت (٦) فئات رئيسية و (٢٧) فئة فرعية، من المدة (٢٠٢٥/١/١م) ولغاية (٢٠٢٥/٣/٣١م)، وقد بلغت أعداد المنشورات المختارة على وفق الحصر الشامل وخضعت للتحليل (١٧٦) منشور متحقق منه في تطبيق (التقنية من اجل السلام)، وفيما يلي عرض وتفسير نتائج التحليل.

أولاً: فئات ماذا قيل وتشمل الفئات الرئيسية توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في تحليل المعلومات المزيفة والتحقق منها في تطبيق (التقنية من اجل السلام) والتي تشتمل على فئات فرعية:

١- طبيعة الخبر

يوضح الجدول رقم (١) الخاص بطبيعة المعلومات، بأن فئة المعلومات ذات الطابع السياسي قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١٠٥)، ونسبة مئوية (٥٩,٦٥%)، وحصلت فئة المعلومات ذات الطابع الديني على المرتبة الثانية بتكرار (١٨)، ونسبة مئوية (٢٢,١٠%)، وحصلت المعلومات ذات الطابع الأمني على المرتبة الثالثة بتكرار (١٢)، ونسبة مئوية (٦,٨١%)، وحصلت المعلومات ذات الطابع الاجتماعي على المرتبة الرابعة بتكرار (١١)، ونسبة مئوية (٦,٢٥%)، وحصلت المعلومات ذات الطابع الفني على المرتبة الخامسة بتكرار (٨)، ونسبة مئوية (٤,٥٤%)، وحصلت المعلومات ذات الطابع الساخر على المرتبة السادسة بتكرار (٧)، ونسبة مئوية (٣,٩٧%)، وحصلت المعلومات ذات الطابع الرياضي على المرتبة السابعة بتكرار (٦) وتكرار (٣,٤٠%)، وحصلت المعلومات ذات الطابع الاقتصادي على المرتبة الثامنة بتكرار (٤)، ونسبة مئوية (٢,٢٧%)، وحصلت فئة المعلومات ذات الطابع الصحي على المرتبة التاسعة بتكرار (٣)، ونسبة مئوية (١,٧٠%)، أما فئة المعلومات ذات الطابع التكنولوجي فقد حصلت على المرتبة العاشرة والأخيرة بتكرار (٢)، ونسبة مئوية (١,١٣%).

ومما سبق يتضح ان فئة المعلومات ذات الطابع السياسي، والطابع الديني هي الأكثر تكرار من بقية الفئات من حيث طبيعة المعلومات التي يتم التحقق من قبل فريق تطبيق (التقنية من اجل السلام)

جدول (١) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية طبيعة المعلومة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الاولى	%٥٩,٦٥	١٠٥	سياسي	١
الثانية	%١٠,٢٢	١٨	ديني	٢

الثالثة	٦,٨١%	١٢	امني	٣
الرابعة	٦,٢٥%	١١	الاجتماعي	٤
الخامسة	٤,٥٤%	٨	فني	٥
السادسة	٣,٩٧%	٧	ساخر	٦
السابعة	٣,٤٠%	٦	رياضي	٧
الثامنة	٢,٢٧%	٤	اقتصادي	٨
التاسعة	١,٧٠%	٣	صحي	٩
العاشر	١,١٣%	٢	تكنولوجي	١٠
	١٠٠%	١٧٦	المجموع	

٢- مصادر المعلومة الزائفة

يوضح الجدول رقم (٢) الخاص بمصدر المعلومة المزيفة بأن فئة مواقع التواصل الاجتماعي قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١٤٩)، ونسبة مئوية (٨٤,٦٦%) وتنوعت ما بين معلومات زائفة ينشرها أشخاص عاديون ومشاهير ومدونات عامة على مواقع التواصل الاجتماعي، كما ورد في المنشور: (ما حقيقة خبر الاعتداء على منزل اللاعب الراحل احمد راضي في عمان؟)^(٩)

وحصلت فئة وسائل الإعلام على المرتبة الثانية بتكرار (٢١)، ونسبة مئوية (١١,٩٣%)، وهي عبارة عن معلومات مزيفة تنشرها وسائل إعلامية عبر مواقعها الرسمية كما ورد في المنشور: (ما حقيقة اعلان المجمع الفقهي العراقي عن ان يوم غد الاحد هو اول ايام عيد الفطر المبارك؟)^(١٠) وحصلت فئة برامج المراسلات على المرتبة الثالثة والأخيرة بتكرار (٦)، ونسبة مئوية (٣,٤١%)، حيث تنتشر عليها معلومات على شكل روابط وهمية يتم تداولها بين المستخدمين لأهداف احتيالية تتضمن سرقة معلومات الشخصية أو نشر برمجيات خبيثة كما ورد في المنشور: (ما حقيقة إهداء شركات الاتصال رصيد مجاني بقيمة ١٠٠,٠٠٠ ألف دينار بمناسبة السنة الجديدة ٢٠٢٥؟)^(١١)

ومما سبق يتضح ان فئة مواقع التواصل الاجتماعي بأشكالها المتنوعة تُعد البيئة الأكثر خصوبة لانتشار المعلومات المزيفة.

جدول (٢) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسة مصادر المعلومة المزيفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	٨٤,٦٦%	١٤٩	مواقع التواصل الاجتماعي	١
الثانية	١١,٩٣%	٢١	وسائل الإعلام	٢
الثالثة	٣,٤١%	٦	برامج المراسلات	٣
	١٠٠%	١٧٦	المجموع	

٣- المجال الجغرافي

يوضح الجدول رقم (٣) الخاص بالمجال الجغرافي بأن فئة المجال المحلي العراقي قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١١٩)، ونسبة مئوية (٦٧,٦١%)، وحصلت فئة المجال العربي على المرتبة الثانية بتكرار (٣٧)، ونسبة مئوية (٢١,٠٢%)، وحصلت فئة المجال العالمي على المرتبة الثالثة والأخيرة بتكرار (٢٠)، ونسبة مئوية (١١,٣٦%).

ومما سبق يتضح ان فئة المجال الجغرافي العراقي المحلي هي الفئة الأكثر تكرار بين الفئات الأخرى كون التطبيق عراقي فيأتي تركيزه في هذا المجال.

جدول (٣) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسة المجال الجغرافي للمعلومات المزيفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	٦٧,٦١%	١١٩	محلي عراقي	١
الثانية	٢١,٠٢%	٣٧	عربي	٢
الثالثة	١١,٣٦%	٢٠	عالمي	٣
	١٠٠%	١٧٦	المجموع	

٤- الية التحقق من المعلومات المزيفة

يوضح الجدول رقم (٤) الخاص بآلية التحقق من المعلومات المزيفة بأن فئة تحليل المحتوى بالبحث العكسي قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (٣٣٣)، ونسبة مئوية (٨٧,٦٣%)، وحصلت فئة تدقيق المحتوى يدويا على المرتبة الثانية بتكرار (٢٤)، ونسبة مئوية (٦,٣٢%)، وحصلت فئة فحص المحتوى عبر أدوات رقمية على المرتبة الثالثة بتكرار (١٣)، ونسبة مئوية (٣,٤٢%)، وحصلت فئة تواصل مباشر على المرتبة الثالثة والاخيرة بتكرار (١٠)، ونسبة مئوية (٢,٦٣%).

يتضح مما سبق تطبيق (التقنية من اجل السلام) يعتمد على البحث العكسي بشكل كبير حيث انه الفئة الأكثر تكرار بين الفئات الأخرى حيث تنوع اليه البحث العكسي في (تحليل المحتوى عبر محرك بحث كوكل، او في الحسابات الشخصية والحسابات العامة، ومواقع الالكترونية لوسائل الإعلام، ومواقع الوزارات الرسمية، والرجوع إلى منصات التحقق الأخرى أو المنصة نفسها).

إضافة الى ذلك يستخدم تطبيق (التقنية من اجل السلام) اليات أخرى المتمثلة بفئات تدقيق المحتوى يدويا مثل (ملاحظة معالم المكان وتدقيق الأخطاء الاملائية وتدقيق الوثائق، وتدقيق الحساب، وتدقيق مكونات الصورة أو محتويات الفيديو ومحتوياته) وهذا الفئة تحتاج إلى وقت وجهد أكبر إضافة الى اعتمادها على الخبرة البشرية أكثر من الآلية لعل ذلك ما يبرر حصولها على المرتبة الثانية.

كما ان تطبيق (التقنية من اجل السلام) يقوم بفحص المحتوى عبر أدوات رقمية مثل (أدوات فحص الروابط مثل virus total)، و أدوات تدقيق الصوت، و فحص الفيديو والصور مثل (hive moderation، TinEye، sightengine)، والتواصل المباشر حيث يتم الاتصال بشكل شخصي للتحقق من المعلومة المزيفة.

كما ويتضح ان تطبيق (التقنية من اجل السلام) أثناء عملية التحقق من الخبر الواحد يستخدم اكثر من اليه من بين الاليات أعلاه مما يعزز من مصداقية التحقق من المعلومات والخبار المزيفة.

جدول (٤) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسة آلية التحقق من المعلومات المزيفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الاولى	٨٧,٦٣%	٣٣٣	تحليل المحتوى بالبحث العكسي	١
الثانية	٦,٣٢%	٢٤	تدقيق المحتوى يدويا	٢

الثالثة	٣,٤٢%	١٣	فحص المحتوى عبر أدوات رقمية	٣
الرابعة	٢,٦٣%	١٠	تواصل مباشر	٤
	١٠٠%	٣٨٠	المجموع	

ثانياً: الفئات الخاصة بالشكل كيف قبل وتشمل الفئات الرئيسة توظيف تطبيقات الهاتف المحمول في تحليل المعلومات المزيفة والتحقق منها في تطبيق (التقنية من اجل السلام) والتي تشتمل على فئات فرعية:

١-شكل المعلومة المزيفة

يوضح الجدول رقم (٥) الخاص بشكل المعلومة المزيفة بأن فئة الفيديو حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (٦٤)، ونسبة مئوية (٣٦,٣٦%)، وان فئة الصورة حصلت على المرتبة الثانية بتكرار (٦١) ونسبة مئوية (٣٤,٦٦%)، وان فئة نص حصلت على المرتبة الثالثة بتكرار (٣٥) ونسبة مئوية (١٩,٨٩%)، وان فئة وثيقة حصلت على المرتبة الرابعة بتكرار (٩) ونسبة مئوية (٥,١١%)، وحصلت فئة رابط على المرتبة الخامسة والأخيرة بتكرار (٦)، ونسبة مئوية (٠,٥٧%).

يتضح مما سبق بأن أكثر أشكال المعلومات التي تم التحقق منها من قبل تطبيق (التقنية من اجل السلام) هي الفيديوهات والصور. هذا التوزيع يعكس التحول الكبير في طبيعة المعلومات المزيفة، حيث أصبحت تعتمد بشكل أكبر على الوسائط البصرية التي يسهل تزيفها رقمياً باستخدام أدوات مثل التعديل بالفوتوشوب أو تقنيات التزييف العميق (Deepfake).

من جهة أخرى يشير الجدول إلى أن النص المكتوب لم يعد الوسيط الأساسي في نشر المعلومات المضللة، بل أصبح مكتملاً للمحتوى المرئي. ومع ذلك، فإن النصوص تتطلب أدوات تحقق لغوية وذكية، مثل تحليل السياق والكشف عن التضليل المعلوماتي أو التحريف اللغوي.

أما الوثائق والروابط والمقاطع الصوتية، فنسبتها محدودة، مما قد يعكس ندرة استخدامها في التلاعب الجماهيري أو صعوبة انتشارها مقارنة بالصور والفيديوهات.

جدول (٥) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسة شكل المعلومة المزيفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	٣٦,٣٦%	٦٤	فيديو	١
الثانية	٣٤,٦٦%	٦١	صورة	٢

الثالثة	١٩,٨٩%	٣٥	نص	٣
الرابعة	٥,١١%	٩	وثيقة	٤
الخامسة	٣,٤١%	٦	رابط	٥
السادسة	٠,٥٧%	١	مقطع صوت	٦
	١٠٠%	١٧٦	المجموع	

٢- طريقة عرض المعلومة المزيفة

يوضح الجدول رقم (٦) الخاص بطريقة عرض المعلومة المزيفة بأن فئة عرض المعلومات المزيفة مع التصحيح حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١٦٤)، ونسبة مئوية (٩٣,١٨%)، بينما حصلت فئة عرض المعلومة الصحيحة وتأكيداتها على المرتبة الثانية والأخيرة بتكرار (١٢)، ونسبة مئوية (٦,٨٢%) وهي عبارة عن استفسارات ترد الي فريق الموقع يكون الجمهور غير متأكد من صحتها. يتضح مما سبق بأن فئة عرض المعلومة المزيفة مع التصحيح هي طريقة العرض الأكثر استخدام في تطبيق (التقنية من اجل السلام) حيث يعتبر توجه تعليمي وتوعوي يقلل من تكرار تداول المعلومات المزيفة.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	٩٣,١٨%	١٦٤	عرض المعلومة المزيفة مع التصحيح	١
الثانية	٦,٨٢%	١٢	عرض المعلومة الصحيحة وتأكيداتها	٢
	١٠٠%	١٧٦	المجموع	

جدول (٦) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية طريقة عرض المعلومة المزيفة

٣-روابط التحقق من المعلومة المزيفة

يوضح الجدول رقم (٧) الخاص برابط التحقق من المعلومة المزيفة بأن فئة روابط توثق المصادر الصحيحة والمزيفة حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١٦٠)، ونسبة مئوية (٩٠,٩١%)، وحصلت فئة روابط توثق المصادر الصحيحة فقط على المرتبة الثانية والأخيرة بتكرار (١٦) ونسبه مئوية (٩,٠٩%) كما ورد في (ما حقيقة مقطع الفيديو المتداول الذي يُظهر هتاف جماهير في ملعب عمان الدولي؟).^(١٢)

يتضح مما سبق بأن فئة روابط توثق المصادر الصحيحة والمزيفة هي الأكثر تكرار وهذا يدل على ان تطبيق (التقنية من اجل السلام) يعزز المعلومات التي يتم التحقق منها بكلا المصدرين الصحيح والمزيف مما يعكس حرصها على الشفافية الكاملة وتمكين المستخدم من مقارنة الأدلة بنفسه.

جدول (٧) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسة روابط التحقق من المعلومة المزيفة

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	روابط توثق المصادر الصحيحة والمزيفة	١٦٠	٩٠,٩١%	الاولى
٢	روابط توثق المصادر الصحيحة فقط	١٦	٩,٠٩%	الثانية
	المجموع	١٧٦	١٠٠%	

٤- قالب التحرير

يوضح الجدول رقم (٨) الخاص بقالب التحرير الذي توضع فيه المادة المتحقق منها من قبل تطبيق (التقنية من اجل السلام) بأن فئة صورة رئيسة مع نص مع رابط إحالة خارجي قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١٠٥)، ونسبة مئوية (٥٩,٦٦%)، وحصلت فئة صورة رئيسة مع نص مع رابط احالة خارجي مع مربع نص مع صورة داخلية على المرتبة الثانية بتكرار (٤٠)، ونسبة مئوية (٢٢,٧٣%)، وحصلت فئة صورة رئيسة مع نص مع رابط احالة خارجي مع مربع نص على المرتبة الثالثة والأخيرة بتكرار (٣١)، ونسبة مئوية (١٧,٦١%)، يتضح مما سبق نستنتج أن غالبية محتوى التحقق في تطبيقات الهاتف المحمول يتم تقديمه بأسلوب مبسّط يتضمن صورة رئيسة ونصًا مع رابط خارجي فقط بينما تقل نسبة القوالب الأكثر تفصيلاً، ما يشير إلى تركيز التطبيق على الإيجاز.

جدول (٨) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسة الخاصة بقالب التحرير

ن	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	صورة رئيسة مع نص مع رابط احالة خارجي	١٠٥	٥٩,٦٦%	الاولى

الثانية	٢٢,٧٣%	٤٠	صورة رئيسة مع نص مع رابط احالة خارجي مع مربع نص مع صورة داخلية	٢
الثالثة	١٧,٦١%	٣١	صورة رئيسة مع نص مع رابط احالة خارجي مع مربع نص	٣
	١٠٠٪	١٧٦	المجموع	

٥- نوع التزييف

يوضح الجدول رقم (٩) الخاص بنوع التزييف ان فئة محتوى خارج السياق قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (٤٥) ونسبة مئوية (٢٥,٥٧%)، وحصلت فئة محتوى زائف كلياً على المرتبة الثانية بتكرار (٤١)، ونسبة مئوية (٢٣,٣٠%)، وحصلت فئة محتوى مفبرك على المرتبة الثالثة بتكرار (٣٨) ونسبة مئوية (٢١,٥٩%)، وحصلت فئة محتوى زائف جزئياً على المرتبة الرابعة بتكرار (٢٥)، ونسبة مئوية (١٤,٢٠%)، وحصلت فئة محتوى صحيح على المرتبة الخامسة بتكرار (١٢)، ونسبة مئوية (١٤,٢٠%)، وحصلت فئة محتوى ساخر يفهم خطأً على المرتبة السادسة بتكرار (٨)، ونسبة مئوية (٨)، ونسبة مئوية (٤,٥٥%)، وحصلت فئة انتحال هوية على المرتبة السابعة والأخيرة بتكرار (٧)، ونسبة مئوية (٣,٩٨%).

يتضح من الجدول أن أكثر أنواع التزييف شيوعاً هو المحتوى خارج السياق يليه المحتوى الزائف كلياً والمفبرك، مما يشير إلى خطر أشكال التضليل التي تخدع المتلقي.

جدول (٩) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسية نوع التزييف

ت	الفئات الفرعية	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة
١	محتوى خارج السياق	٤٥	٢٥,٥٧%	الاولى
٢	محتوى زائف كلياً	٤١	٢٣,٣٠%	الثانية
٣	محتوى مفبرك	٣٨	٢١,٥٩%	الثالثة
٤	محتوى زائف جزئياً	٢٥	١٤,٢٠%	الرابعة
٥	محتوى صحيح	١٢	٦,٨٢%	الخامسة

السادسة	٤,٥٥%	٨	محتوى ساخر يفهم خطأ	٦
السابعة	٣,٩٨%	٧	انتحال هوية	٧
	١٠٠%	١٧٦	المجموع	

٦-الهدف من نشر المعلومات المزيفة

يوضح الجدول رقم (١٠) الخاص بالهدف من نشر المعلومات المزيفة بأن فئة تظليل الرأي العام حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (٦٥)، ونسبة مئوية (٤٣,٧٥%)، وحصلت فئة إثارة العواطف والخوف الغضب من اجل التفاعل على المرتبة الثانية بتكرار(٣٧)، ونسبة مئوية (٢١,٠٢%)، وحصلت فئة تشويه سمعة أفراد او مؤسسات على المرتبة الثالثة بتكرار (٢٣)، ونسبة مئوية (١٣,٠٧%)، وحصلت فئة إشارة الفتنة والانقسام بين فئات المجتمع على المرتبة الرابعة بتكرار (٢٣)، ونسبة مئوية (١٣,٠٧%)، وحصلت فئة إثارة الفتنة والانقسام بين فئات المجتمع على المرتبة الرابعة بتكرار(١٨)، ونسبة مئوية (١٠,٢٣%)، وحصلت فئة جذب التفاعل من اجل عائد مادي على المرتبة الخامسة بتكرار (٩) ونسبة مئوية (٥,١١%)، وحصلت فئة التسلية والسخرية على المرتبة السادسة بتكرار(٧)، ونسبة مئوية (٣,٩٨%)، وحصلت فئة الاسائة لشخص أو وجهه نظر معينة على المرتبة السادسة والأخيرة بتكرار (٥)، ونسبة مئوية (٢,٨٤%).

يتضح من الجدول أن الهدف الأساسي من نشر المعلومات المزيفة هو تظليل الرأي العام يليه إثارة العواطف والخوف والغضب مما يشير إلى أن غالبية المعلومات المضللة تُستخدم كأدوات للتأثير النفسي والتلاعب الجماهيري، وهو ما يعزز الحاجة لتقنيات تحقق تُسهم في حماية الوعي الجماعي وتحقيق الاستقرار المجتمعي.

جدول (١٠) يبين الفئات الفرعية للفئة الرئيسة الهدف من نشر المعلومات المزيفة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفئات الفرعية	ت
الأولى	٤٣,٧٥%	٦٥	تظليل الرأي العام	١
الثانية	٢١,٠٢%	٣٧	إثارة العواطف والخوف الغضب من اجل التفاعل	٢

٣	تشويه سمعة أفراد او مؤسسات	٢٣	١٣,٠٧%	الثالثة
٤	إثارة الفتنة والانقسام بين فئات المجتمع	١٨	١٠,٢٣%	الرابعة
٥	جذب التفاعل من اجل عائد مادي	٩	٥,١١%	الخامسة
٦	التسلية والسخرية	٧	٣,٩٨%	السادسة
٧	الاسائة لشخص أو وجهه نظر معينة	٥	٢,٨٤%	السابعة
	المجموع	١٧٦	١٠٠%	

النتائج

- ١- المعلومات ذات الطابع السياسي قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١٠٥)، ونسبة مئوية (٥٩,٦٥%).
- ٢- البيئة الرقمية الأكثر خصوبة بالمعلومات المزيفة هي مواقع التواصل الاجتماعي قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١٤٩)، ونسبة مئوية (٨٤,٦٦%).
- ٣- التطبيق يركز على المجال المحلي العراقي فقد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١١٩)، ونسبة مئوية (٦٧,٦١%).
- ٤- الية التحقق الأكثر استخدام من قبل الموقع تحليل المحتوى بالبحث العكسي قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (٣٣٣)، ونسبة مئوية (٨٧,٦٣%).
- ٥- اكثر اشكال المعلومات المزيفة انتشارا هي الفيديو فقد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (٦٤)، ونسبة مئوية (٣٦,٣٦%).
- ٦- طريقة عرض المعلومات المزيفة مع التصحيح هي الأكثر استخدام حيث حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١٦٤)، ونسبة مئوية (٩٣,١٨%).
- ٧- التطبيق يستخدم بكثرة روابط توثق المصادر الصحيحة والمزيفة حيث حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١٦٠)، ونسبة مئوية (٩٠,٩١%).
- ٨- الصورة رئيسة مع نص مع رابط إحالة خارجي قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (١٠٥)، ونسبة مئوية (٥٩,٦٦%).
- ٩- نوع التزييف الأكثر انتشار هو محتوى خارج السياق قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (٤٥) ونسبة مئوية (٢٥,٥٧%).
- ١٠- الهدف من نشر المعلومات المزيفة هو تظليل الرأي العام حيث حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (٦٥)، ونسبة مئوية (٤٣,٧٥%).

الاستنتاجات

١. تركيز تطبيق (التقنية من اجل السلام)) على التحقق من المعلومات ذات الطابع السياسي، يعكس ذلك طبيعة المعلومات المزيفة الأكثر انتشار في البيئة الرقمية.
٢. يتضح ان البيئة الرقمية الأكثر خصوبة لانتشار المعلومات والاخبار المزيفة هي مواقع التواصل الاجتماعي بأشكالها المتنوعة.
٣. على الرغم من ان تطبيق (التقنية من اجل السلام)) شمل مجموعة من الدول من حيث تحققه من المعلومات المزيفة إلا ان التطبيق يركز على المعلومات ذات المجال الجغرافي العراقي كون التطبيق عراقي مما يعكس توجهاته الإعلامية والأهداف التي يرمي إلى تحقيقها والجمهور الذي يستهدفه.
٤. يستخدم تطبيق (التقنية من اجل السلام)) أثناء عملية التحقق من الخبر الواحد اكثر من اليه ويوثق خطوات التحقق بالمصادر مما يعزز من مصداقية التحقق من المعلومات والاخبار المزيفة.
٥. ان أكثر أشكال المعلومات التي تم التحقق منها من قبل تطبيق (التقنية من اجل السلام) هي الفيديوهات والصور، مما يعكس التحول الكبير في طبيعة المعلومات المزيفة حيث أصبحت تعتمد بشكل أكبر على الوسائط البصرية التي يسهل تزيفها رقمياً باستخدام أدوات مثل التعديل بالفوتوشوب أو تقنيات التزييف العميق (Deep fake) من جهة أخرى فأن النص المكتوب لم يعد الوسيط الأساسي في نشر المعلومات المضللة، بل أصبح مكماً للمحتوى المرئي، أما الوثائق والروابط والمقاطع الصوتية، فنسبتها محدودة، مما قد يعكس ندرة استخدامها في التلاعب الجماهيري أو صعوبة انتشارها مقارنة بالصور والفيديوهات.
٦. أن أكثر أنواع التزييف شيوعاً على تطبيق (التقنية من اجل السلام)) هو المحتوى خارج السياق يليه المحتوى الزائف كلياً والمفبرك، مما يشير إلى خطر أشكال التضليل التي تخدع المتلقي كما أن الهدف الأساسي من نشر المعلومات المزيفة هو تضليل الرأي العام وإثارة العواطف والخوف والغضب، وهذا يعكس ان غالبية المعلومات المزيفة تُستخدم كأدوات للتأثير النفسي والتلاعب الجماهيري، وهو ما يعزز الحاجة لتقنيات تحقق تُسهم في حماية الوعي الجماعي وتحقيق الاستقرار المجتمعي.

المقترحات

- ١- ادراج مادة التحقق من المعلومات في مناهج كليات وأقسام الاعلام والمعلومات.
- ٢- نشر ثقافة التحقق من المعلومات بين مستخدمي وسائل التواصل عبر حملات توعوية رقمية تُعزز من وعي الجمهور بخطورة المعلومات المزيفة وتشجع على استخدام أدوات التحقق.

- ٣- التعاون بين المؤسسات الإعلامية والعاملين على التطبيقات المتخصصة في مجال تدقيق الحقائق لضمان تداول معلومات دقيقة.
- ٤- ألية التحقق من المعلومات المزيفة بأن فئة تحليل المحتوى بالبحث العكسي قد حصلت على المرتبة الأولى بتكرار (٣٣٣)، ونسبة مئوية (٨٧,٦٣%)،

الهوامش

- ١- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، ط٣، (القاهرة،: عالم الكتب، ١٩٩٩م)، ص ٢٦٠ (*)
تألفت لجنة الخبراء والمحكمين الذين تم عرض الاستمارة عليهم من:
١- أ.د. علي عبد الصمد الفرهاد، جامعة البصرة
٢- أ.م.د. رشيد حميد مزيد، الجامعة التقنية الجنوبية
- ٢- خالد حامد أبو قوطية، "توظيف المراسد الفلسطينية الإلكترونية في التحقق من الأخبار الزائفة: دراسة تحليلية مقارنة"، مجلة الجامعة الإسلامية للبحوث الإنسانية- مجلد ٢٩، العدد ٤-٢٠٢١.
- ٣- مي عبد الغني، "توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجاً دراسة تحليلية مقارنة"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية- المجلد ١٢، العدد ١-٢٠٢٠.
- ٤- شيرين محمد كدواني، منهجية التحقق من الأخبار الزائفة المتعلقة بجائحة (كوفيد-١٩) في مواقع تدقيق الحقائق العربية دراسة تحليلية، مجلة عرب ميديا اند سوسايتي، العدد ١٢-٢٠٢١.
- ٥- مي عبد الغني، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجاً دراسة تحليلية مقارنة"، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية- المجلد ١٢، العدد ١-٢٠٢٠، ص ٢٧-٢٨.
- ٦- <https://www.aistudios.com/ar/tech-and-ai-explained/what-is-fake-news->
- ٧- www.britannica.com, Retrieved 16-2-2018. Edited. ,William L. Hosch, "Smartphone"
- ٨- <https://t4p.co/about/about-us?lang=ar>
- ٩- تطبيق (التقنية من اجل السلام)، تاريخ الزيارة (٢٠٢٥/٥/١م) (٥:٢٩)، ما حقيقة خير الاعتداء على منزل اللاعب الراحل احمد راضي في عمان؟
<https://t4p.co/article/2025-03-27-truth-about-attack-on-home-ahmed-radhi-in-amman>
- ١٠- تطبيق (التقنية من اجل السلام)، تاريخ الزيارة (٢٠٢٥/٥/١م) (٥:٣٠)، ما حقيقة اعلان المجمع الفقهي العراقي عن ان يوم غد الاحد هو اول ايام عيد الفطر المبارك؟
<https://t4p.co/article/2025-03-29-iraqi-fiqh-council>
- ١١- تطبيق (التقنية من اجل السلام)، تاريخ الزيارة (٢٠٢٥/٥/١م) (٥:٣٣)، ما حقيقة إهداء شركات الاتصال رصيد مجاني بقيمة ١٠٠,٠٠٠ ألف دينار بمناسبة السنة الجديدة ٢٠٢٥؟

<https://t4p.co/article/2025-01-02-truth-about-telecom-giving-free-credit>

^{١٢} -تطبيق (التقنية من اجل السلام)، تاريخ الزيارة (١/٥/٢٠٢٥ م) (٥:٢٩)، ما حقيقة مقطع الفيديو المتداول الذي يُظهر هتاف جماهير

في ملعب عمان الدولي؟

<https://t4p.co/article/2025-03-26-fans-chanting-at-amman-stadium>