أثر مبادرات التحقق الرقمي في تعزيز الوعي الجماهيري بمخاطر التضليل الإعلامي: دراسة حالة لصفحة (التقنية من أجل السلام) على الفيس بوك للفترة من ٢٩-٦-٢٠٢٥ ولغاية ٢٠-٩-٢٠٢٥

عباس عبد الحسين سالم

المستخلص:

جاءت هذه الدراسة للبحث في الدور الذي تؤديه مؤسسة التقنية من أجل السلام بوصفها التجربة الأولى في العراق المتخصصة في رصد الأخبار الزائفة وتفنيد الشائعات التي تهدف إلى تضليل الرأي العام وإرباك الاستقرار الأمني والسياسي والاجتماعي، وانطلقت الدراسة من فرضية أن الاستخدام المتزايد لمواقع التواصل الاجتماعي يسهم في تضخيم ظاهرة الشائعات، وتحويلها إلى أداة فاعلة في إنتاج الفوضى وإعادة تشكيل الوعي الجمعي على أسس غير موضوعية، إذ استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي موظفاً أداتي الملاحظة بالمشاركة وتحليل المضمون–الكيفي والكمي، حيث جرت معالجة عينة البحث المكونة من (٢٠٠) عينة عبر الصفحة للفترة من ٢٩–٦–٢٠٢٥ ولغاية ٢٠–٩–٢٠٢٥، عن طريق جداول التحليل التي تم بناؤها وفق محاور فئات التحليل، وتوصلت الدراسة الى نتائج اهمها: أن المؤسسة تمثل فاعلًا أساسياً في توعية وتحصين الجمهور ضد حملات التضليل، إذ تركزت غالبية الشائعات على قضايا سياسية موجهة لإثارة الخوف والكراهية، صادرة عن صفحات عامة أو مجهولة المصدر، بما يؤكد الحاجة إلى منصات تحقق متخصصة لتعزيز الأمن المعلوماتي والمجتمعي.

الكلمات المفتاحية: التحقق الرقمي، الوعي الجماهيري، التضليل الإعلامي، التقنية من أجل السلام، فيس بوك .

The Impact of Digital Verification Initiatives on Enhancing Public Awareness of Disinformation Risks: A Case Study of the (Tech for Peace) Facebook Page from June 29, 2025, to September 20, 2025

Abbas Abdul Hussein Salem

Abstract

This study investigates the role of the Tech for Peace initiative as the first Iraqi experience specialized in monitoring fabricated news and debunking rumors aimed

at misleading public opinion and destabilizing security, politics, and social order. The research is grounded in the assumption that the growing use of social media platforms contributes to amplifying the phenomenon of rumors, transforming them into an effective tool for generating disorder and reshaping collective awareness on non-objective grounds. The researcher adopted the descriptive-analytical method, employing both participant observation and qualitative–quantitative content analysis. A research sample comprising 570 posts published on the Tech 4 Peace Facebook page between January 29, 2025, and September 20, 2025, was analyzed through content-analysis grids structured around predefined categories. The findings indicate that the initiative functions as a pivotal actor in raising public awareness and safeguarding audiences against disinformation campaigns. Most rumors were politically oriented, designed to incite fear and hatred, and disseminated by public or anonymous pages—underscoring the necessity of specialized fact-checking platforms to strengthen informational and societal security.

Keywords: Digital Fact-Checking, Public Awareness, Media Disinformation, Tech for Peace, Facebook

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

المقدمة

تحتل منصات التواصل الاجتماعي مكانة بارزة في بنية المجتمعات المعاصرة، إذ برزت كأدوات محورية للتفاعل الاجتماعي ومصادر أساسية للحصول على المعلومات والأخبار، وفي سياق هذا التحول الرقمي، يتزايد الاعتماد المجتمعي على الفضاء الإلكتروني في الحصول على الاخبار حول الاحداث الآنية الساخنة، مما جعل منها بيئة خصبة لانتشار أخبار زائفة، تشكل تهديداً لاستقرار المجتمعات وسلامتها الفكرية، ومن أبرز هذه التحديات ظاهرة التضليل الإعلامي (Misinformation) ونشر الأخبار الزائفة (Disinformation)، والتي تم توظيفها كأدوات استراتيجية لتزييف الوعي والتلاعب بالرأي العام.

تعد البيئة الرقمية، وبالخصوص منصات التواصل الاجتماعي، نظاماً إيكولوجياً خصباً لتداول المعلومات والشائعات على نطاق واسع، حيث يتم توظيف قوالب خبرية متعددة وتقنيات متقدمة لتغيير الحقائق وتوجيهها. وغالباً ما تقف وراء هذه الممارسات جهات منظمة، تُعرف بـ "الجيوش الإلكترونية"، تتخصص في شن حملات دعائية وحروب نفسية ممنهجة لتحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية محددة، وتتصاعد خطورة هذه الأنشطة بشكل خاص في فترات الأزمات، والنزاعات السياسية، والاستحقاقات الانتخابية.

إن الانتشار الممنهج والسريع للمحتوى المضلل يؤدي إلى تداعيات خطيرة، أبرزها انعدام الثقة بين الجمهور والمؤسسات الإعلامية التقليدية والرقمية على حد سواء، هذه الأزمة في الثقة تخلق حالة من الشك المعرفي لدى المتلقي، حيث تتلاشى قدرته على التمييز بين المصادر الموثوقة والمحتوى الزائف.

وفي ظل هذه التحديات، تبرز أهمية دراسة المبادرات المتخصصة في التحقق الرقمي ودورها في مواجهة التضليل الإعلامي، ومن هذا المنطلق، تسعى هذه الدراسة إلى تحليل الدور الذي تؤديه منصة (التقنية من أجل السلام) كنموذج فاعل في كشف الأخبار الزائفة ضمن الفضاء الرقمي العراقي، حيث يهدف البحث إلى قياس أثر أنشطة هذه المنصة في تعزيز الوعي الجماهيري بمخاطر المحتوى المضلل، وآليات التحقق من المعلومات، وتنمية مهارات التفكير النقدي لدى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في العراق، كما تستمد الدراسة أهميتها من الحاجة الملحة لفهم وتقييم فعالية استراتيجيات مكافحة التضليل في سياق اجتماعي وسياسي يتسم بالتعقيد والحساسية.

منهجية البحث:

أولاً: مشكلة البحث

مشكلة البحث هي موقف إشكالي أو تساؤل محوري يستدعي الفحص والتحليل المنهجي، وتتجسد في الحاجة إلى تفسير ظاهرة معينة، أو فهم أبعادها وسياقاتها، أو بناء العلاقات السببية بين مكوناتها المختلفة، ويتم ذلك عبر صياغة المشكلة ضمن نسق علمي متكامل يمهد لدراسة علمية رصينة قادرة على إنتاج معرفة جديدة (١).

وتعد ظاهرة انتشار الشائعات وتداولها السريع عبر منصات التواصل الاجتماعي إحدى التحديات البارزة التي تواجه المجتمعات المعاصرة، وتتجاوز تداعيات هذه الظاهرة مجرد التأثير على الرأي العام، لتشمل جوانب متعددة من الحياة المجتمعية، كالأمن، والاستقرار السياسي والاقتصادي، فضلاً عن الأبعاد الاجتماعية والنفسية، وقد أدى هذا الواقع إلى استغلال جهات معينة لترويج هذه الظاهرة من خلال بث الأخبار المضللة، والتي تعرف أحياناً بـ(الذباب الإلكتروني)، بهدف تحقيق مصالح خاصة أو أجندات معينة.

وفي ظل هذا المشهد، تبرز الحاجة الملحة إلى تحليل وتقييم دور المؤسسات الفاعلة التي تسعى لمكافحة هذه الظاهرة، فالشائعات، خاصة تلك الممنهجة، تُشكل تهديداً مباشراً للنسيج الاجتماعي ومؤسساته، وتُساهم في تغذية النعرات الطائفية والعرقية، وتعميق حالة الانقسام المجتمعي، وفي خضم هذه الأحداث، برزت مبادرة عراقية مستقلة، مُمثلة بصفحة (التقنية من أجل السلام)، لتتصدى بمسؤولية لهذا الكم الهائل من المعلومات المضللة من خلال التحقق والكشف عنها.

ثانياً: أسئلة البحث

انطلقت هذه الدراسة من تساؤل رئيسي: ما هو الدور الذي تضطلع به صفحة (التقنية من أجل السلام) في مواجهة الشائعات عبر منصة فيسبوك؟

الأسئلة الفرعية: وتفرع من السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية، التي تسعى إلى تقديم فهم أعمق لهذه الظاهرة وهي كالآتي:

١- ما طبيعة وأنواع الأخبار الكاذبة التي قامت الصفحة بالتحقق منها؟
٢- ما طبيعة الموضوعات التي تناولتها الأخبار الكاذبة وتأثيرها على الجمهور؟
٣- ما هي الأساليب التي اعتمدتها الصفحة في الكشف عن الأخبار المضللة والرد عليها؟

ثالثاً: أهمية البحث

تنبثق أهمية هذه الدراسة في كونها تتصدى لظاهرة الأخبار الكاذبة والمضللة التي تمثل تهديداً متزايداً في الفضاء الرقمي، وبالخصوص على منصات التواصل الاجتماعي، إذ تسعى إلى تقديم إسهاماً نظرياً من خلال تحليلها للآليات والوسائل التي يتم استخدامها في مواجهة الشائعات الإلكترونية، مما يعزز فهمنا للممارسات المتبعة في هذا المجال، كما توفر إطاراً مفاهيمي يمكن الاستفادة منه في أبحاث لاحقة، ويمهد الطريق أمام دراسات أعمق وأكثر شمولية حول استراتيجيات مكافحة المعلومات المضللة، وكيفية بناء وعي اجتماعي فعال لدى الجمهور، كما إن هذه الدراسة تمثل أهمية من الناحية التطبيقية في تسليطها الضوء على الدور المحوري الذي تؤديه منصات مثل (التقنية من أجل السلام) ودورها في التصدي لهذه الظاهرة، فهي تحلل الآليات المنهجية التي تتبناها هذه المنصة في التحقق من المحتوى، وكشف الأخبار الزائفة، والوصول إلى شريحة واسعة من الجمهور، كما أن الدراسة الحالية تقدم مجموعة من التوصيات العملية، والتي تمكن المؤسسات الأخرى من الاستفادة منها في تطوير استراتيجياتها الخاصة في مواجهة الأخبار الزائفة والشائعات الالكترونية.

رابعاً: أهداف البحث

تسعى الدراسة في مضانها إلى تحقيق عدد من الأهداف من أبرزها التعرف على طرق نشر الدعاية والاخبار الزائفة في شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الغالبية الساحقة من افراد المجتمع، التي تحاول التأثير فيهم وفي قناعاتهم وميولاتهم، سيما بعد ظهور التطورات التقنية المستخدمة في الأساليب الدعائية الجديدة والتي يصعب على الفرد الاعتيادي اكتشاف زيفها، سيما التي تستخدم في الدعايات الانتخابية المزائفة والتسقيط السياسي، كما تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف البحثية المترابطة، التي تهدف إلى تقديم فهم شامل لدور المؤسسات المستقلة في مكافحة الشائعات، وتتمثل أبرز هذه الأهداف فيما يلي:

١- **الكشف عن طبيعة ومحتوى الشائعات:** تهدف الدراسة إلى تحديد أنواع وموضوعات الأخبار الكاذبة التي قامت صفحة (التقنية من أجل السلام) بالتحقق منها وتفنيدها.
٢- **تحليل أساليب الكشف عن المعلومات المضللة والرد عليها:** تعمل الدراسة على تقصي الآليات المنهجية التي اعتمدتها الصفحة في الكشف عن المعلومات المضللة، والأساليب التي استخدمتها للرد عليها.

٣- **تقييم استراتيجيات التوعية:** تهدف الدراسة إلى تحليل الاستراتيجيات التي اتبعتها الصفحة لزيادة تفاعل الجمهور وتوعيته بمخاطر الأخبار الكاذبة.

خامساً: منهج البحث

منهج البحث هو الطريقة التي يتبعها الباحث للوصول إلى الحقيقة من خلال مجموعة من الادوات البحثية والقواعد التي يتوصل بها إلى نتيجة معينة، فهو الطريق الأقصر لإكتشاف وتحليل الظواهر الغامضة وتوضيح الحقائق بشكل دقيق، فهو يمثل عمليات تحليل وتنظيم المبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجه البحث العلمي بالشكل الصحيح (٢).

كما وظف الباحث منشورات صفحة التقنية من اجل السلام التي تناولت موضوعات الأخبار الكاذبة والمضللة، وطرق تشخيصها وتحديد كيفية محاربتها والأساليب والطرق التي تم استعمالها، كما تم استخدام أداة الملاحظة والمشاهدة لمعرفة ظاهرة معينة تستدعي التعرف أو التمييز، وتسجيل المعلومات عنها أولا بأول، والاستعانة بأساليب الدراسة لطبيعة تلك الظاهرة بغية تحقيق أفضل النتائج (٣).

سادساً: حدود البحث

حدود البحث: هي الحدود التي يتحرك في ضمنها الباحث، وتمثل مجموعة المتغيرات الاجتماعية والموضوعية والمكانية والزمانية المحيطة بعناصر البحث(٤).

وتمثلت حدود البحث كالاتي:

١-الحدود الموضوعية: اقتصرت الحدود الموضوعية، في رصد الاخبار المنشورة في صفحة (التقنية من أجل السلام) على منصة فيس بوك.

٢-الحدود المكانية: وتتمثل بصفحة (التقنية من أجل السلام) على الفيس بوك

٣-الحدود الزمانية: تم تحديد الفترة الزمنية لحصر عينة الدراسة من ٢٠٢٥/٦/٢٩ ولغاية ٢٠٢٥/٩/٢٠.

سابعاً: عينة البحث

عينة البحث: العينة هي عبارة عن جزء مشتق من مجتمع الدراسة، وتتشابه مع المجتمع الكلي للدراسة في الخصائص والصفات العامة (٥)، وهي تتمثل بعدد محدود من المفردات يتعامل معها الباحث منهجياً (٦)، كما ويمثل مجتمع البحث مجموعة من العناصر والمفردات المشكلة للظاهرة قيد الدراسة، فهو يشمل الفئات والوحدات التي تقع ضمن إطار تعميمات البحث ونتائجه(٧)

ويمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة مجموعة الإعلانات والمواد الإعلامية المنشورة في صفحة (التقنية من أجل السلام) في صفحة الفيس بوك، حيث استخدم الباحث أسلوب التسلسل الزمني والحصر الشامل للمواد التي

تم نشرها خلال الفترة من ٢٠٢٥/٦/٢٩ ولغاية ٢٠٢٥/٩/٢٠، والتي بلغت (٢٠٠) منشور التي سيتم استخدامها في عملية التحليل الكمي للدراسة.

ثامناً: أداة البحث

استخدم الباحث اداة تحليل المضمون في هذه الدراسة المتمثلة بالجداول الاحصائية، حيث أن هذه الدراسة تنتمي إلى حقل البحوث الوصفية (Descriptive Research)، التي تهدف إلى رصد وتوصيف سمات ظاهرة معينة أو مجتمع محدد، وقياس معدل تكرار حدوثها بدقة وموضوعية(٨)، حيث يعد تحليل المضمون أحد الأساليب البحثية شائعة الاستعمال في الدراسات الإعلامية، ويعتمد هذا الأسلوب على جداول التحليل كأداة لجمع البيانات(٩)، كما استخدم الباحث الوحدة الموضوعية للمواد المنشورة لتحليلها كوحدات كاملة(١٠)

تاسعاً: إجراءات الصدق والثبات لأداة الدراسة

أولاً: التحقق من صدق الأداة

اعتمدت هذه الدراسة على الصدق الظاهري (Face Validity) كإجراء رئيسي للتحقق من صلاحية أداة الدراسة (استمارة التحليل)، وتم تحقيق ذلك من خلال عرض الاستمارة على لجنة تحكيم من أساتذة متخصصين في مجال الإعلام، وذلك بهدف التأكد من مدى ملائمة الفقرات لأهداف الدراسة وأسئلتها ووضوح صياغة فقرلاتها، وخلوها من أي غموض قد يؤدي إلى الالتباس في التفسير.

وقد اعتمد الباحث نسبة اتفاق تبلغ (75 %) كحد أدنى لقبول صلاحية الفقرة، بينما تم استبعاد الفقرات التي لم تتجاوز نسبة الاتفاق عليها (54 %) وقد تم تعديل وحذف بعض الفقرات بناءً على ملاحظات وآراء المحكمين، مما أدى إلى الوصول إلى صيغة نهائية حظيت بنسبة موافقة (80%) فأكثر من أعضاء لجنة التحكيم.

ثانياً: التحقق من ثبات الأداة

لضمان ثبات أداة الدراسة، تم استخدام معادلة هولستي(Holsti's formula) ، وهي إحدى الطرق الشائعة لقياس نسبة الاتفاق بين المحللين، إذ يتم حساب هذه النسبة من خلال المعادلة التالية :

معادلة هولستي HOLSTI لإيجاد الثبات بين المحللين. إذ إن

R= معامل الثبات

(١c،٢) = عدد الفئات التي اتفق عليها المحللان.

١C = عدد الفئات التي توصل إليها المحلل الأول

٢C = عدد الفئات التي توصل إليها المحلل الثاني .

وتم تطبيق هذه المعادلة لقياس نسبة التوافق بين آراء المحكمين حول فقرات استمارة التحليل، مما يؤكد على موثوقية الأداة واستقرارها في قياس المفاهيم البحثية.

عاشراً: الدراسات السابقة

١-دراسة صفاء علي جبار(١١)، ٢٠٢٥: (دور الإعلام الرقمي في توعية الجمهور العراقي بمخاطر وجرائم الأمن السيبراني)، تهدف الدراسة: إلى قياس مدى تأثير الإعلام الرقمي في زيادة الوعي بالجرائم الإلكترونية، باستخدام منهج المسح على عينة من ٤٠٠ فرد من مستخدمي المنصات الرقمية، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي هي المصدر الأول الذي يعتمد عليه الجمهور للتعرف على هذه المخاطر، كما أكدت الدراسة على الدور الإيجابي للإعلام الرقمي في توفير المعلومات حول التهديدات السيبرانية والوقاية منها، مما أسهم في زيادة ثقة الجمهور بالمعلومات المنشورة وتعزيز وعيهم بالأمن السيبراني.

٢-دراسة، مصطفى عباس جبار الساعدي(١٢)، (٢٠٢٢م): (دور مؤسسة التقنية من اجل السلام في مواجهة الدعاية الانتخابية المزيفة لتشرين ٢٠٢١م عبر موقع فيس بوك)، تهدف الدراسة: إلى الكشف عن دور مؤسسة (التقنية من أجل السلام) في مواجهة الدعايات الانتخابية المزيفة، خلال الانتخابات التشريعية لعام ٢٠٢١م، وجاءت أهمية الدراسة للبحث في دور هذه المنصة في رصد الأخبار الزائفة، حيث تعد المؤسسة الأولى من نوعها في العراق، المتخصصة في مجال كشف الاخبار الزائفة، وتصنف الدراسة ضمن البحوث الكمية، حيث اعتمدت على منهج المسح الميداني باستخدام أداة الاستبيان، وتطبيقها على عينة البحث البالغ عددها (٤٨٣) مبحوثاً، من متابعي صفحة المؤسسة على فيسبوك، واستخدم الباحث برنامج تحليل البيانات الإحصائية (spss) واختبارات (كاي سكوير)، في تحليل البيانات واختبار الفرضيات، للتحقق من نتائج البحث، وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج: أهمها أن للمؤسسة دور إيجابي في الكشف عن الدعايات الانتخابية المزيفة وتوعية الناخبين وتثقيفهم، كما عملت المؤسسة على مساعدة الناخب في اختيار المرشح المناسب وزيادة مشاركة الناخبين في الانتخابات.

٣-دراسة، مي عبد الغني (١٣)، ٢٠٢٠م: (توظيف مواقع التواصل الإجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجا-دراسة تحليلية مقارنة)

تهدف الدراسة إلى رصد الأخبار الزائفة التي جرى التحقق منها، وتحديد الموضوعات التي تناولتها، والكشف عن مصادرها، فضلاً عن الوقوف على آليات التحقق المتبعة، والنطاق الجغرافي لتلك الأخبار، كما هدفت إلى دراسة أساليب العرض التحريري للمنشورات في صفحات التحقق من الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي، والكشف عن أنواع الروابط المصاحبة لها، ورصد أشكال الوسائط المتعددة المستخدمة، إضافة إلى تحليل أشكال التفاعل واتجاهاته مع تلك المنشورات.

واعتمدت الدراسة على المنهج النوعي الإثنوغرافي لتحليل الوثائق، وهو منهج يسعى إلى الكشف عن العلاقات النظرية الكامنة في الوثيقة من خلال أسلوبها وبنيتها وإيقاعها، وقد استخدم الباحث جداول تحليل المضمون وتقسيم فئات البحث إلى محاور للإجابة عن أسئلة الدراسة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها: تصدر الأخبار الكاذبة اهتمام صفحات التحقق، وتنوع موضوعات الأخبار الزائفة التي جرى التحقق منها، وشملت المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها، كما كشفت الدراسة عن استخدام الوسائط المتعددة في النصوص والصور الثابتة دون التوسع في الوسائط التفاعلية الأخرى، واعتماد أسلوب عرض المنشورات على دمج قوالب الصياغة التحريرية المختلفة.

أحد عشر: أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

أولاً: أوجه التشابه

تتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة (صفاء علي جبار، مصطفى عباس جبار، ومي عبد الغني) في تناولها ظاهرة الأخبار الكاذبة والمضللة كإشكالية بحثية رئيسية، إذ أن جميع هذه الدراسات تقر بأهمية الإعلام الرقمي ومنصات التواصل الاجتماعي كمجال حيوي لانتشار هذه الظاهرة، ودورها المتزايد في تشكيل الرأي العام، كما أن هذه الدراسة تشترك مع الدراسات السابقة في هدف أساسي، وهو الكشف عن آليات وطرق نشر المعلومات الزائفة، وأهمية التحقق من المحتوى كخطوة أساسية في مواجهتها.

ثانياً: أوجه الاختلاف

تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة، في كونها تركز على دراسة حالة مؤسسية محددة، وهي صفحة (التقنية من أجل السلام)، مما يمنحها عمقاً تحليلياً لا يتوفر في الدراسات الأخرى وعلى النحو الآتي:

- الاختلاف مع دراسة صفاء علي جبار: تركز دراسة (صفاء علي جبار) على الوعي العام بالأمن السيبراني بشكل أوسع، بينما تهتم الدراسة الحالية بالتركيز على آليات التوعية ومكافحة الشائعات من خلال كيان محدد، مما يمنحها خصوصية في تناولها للظاهرة.
- الاختلاف مع دراسة (مصطفى عباس جبار الساعدي): رغم أن هذه الدراسة تتناول نفس المؤسسة (التقنية من أجل السلام)، إلا أنها تركز بشكل خاص على فترة زمنية محددة وموضوع محدد وهو الانتخابات التشريعية ٢٠٢١، في حين أن الدراسة الحالية تتناول الدور العام للصفحة بشكل أوسع، مما يسمح بتحليل استراتيجيات طويلة المدى ومتنوعة.
- الاختلاف مع دراسة (مي عبد الغني): تتسم دراسة مي عبد الغني، بالطابع الوصفي المقارن لصفحات التحقق بشكل عام، بينما تقدم هذه الدراسة تحليلاً تطبيقياً وعملياً لآليات عمل صفحة واحدة، وتذهب إلى أبعد من مجرد الوصف لتقييم استراتيجيات التفاعل مع الجمهور والتوعية.

إثنى عشر: التعريفات الإجرائية للمصطلحات والمفاهيم البحثية:

١- التحقق الرقمي: التحقق الرقمي (Digital Verification) هو عبارة عن مجموعة من الإجراءات والتقنيات التي يتم تطبيقها لضمان صحة ومصداقية وسلامة البيانات والمحتوى الرقمي، بالإضافة إلى توثيق هويات الأفراد أو الكيانات في الفضاء الإلكتروني.

٢- الوعي الجماهيري: الوعي الجماهيري (Public Awareness) هو حالة من الإدراك المعرفي والفهم الاجتماعي لدى قطاع واسع من الجمهور تجاه قضية أو فكرة، أو ظاهرة معينة، ويتجاوز هذا المفهوم مجرد المعرفة السطحية ليشتمل الاستيعاب العميق للأبعاد المختلفة للمواضيع، بما في ذلك أسبابها، نتائجها، وتداعياتها على الفرد والمجتمع.

٣- التضليل الإعلامي: التضليل الإعلامي (Disinformation) هو عملية اتصالية ذات أبعاد استراتيجية مقصودة، تستخدم نشر المعلومات الكاذبة، والمضللة، وتعتمد على نشر الأخبار الزائفة الخارجة عن سياقها الأصلي، عبر القنوات الإعلامية المختلفة (التقليدية والرقمية)، بهدف التأثير على تصورات وسلوكيات الجمهور، وتستند على نية الخداع، ولا تمثل خطأ غير مقصود.

٤- التقنية من أجل السلام: هي منظمة عراقية، وهي من الشركاء الموثوقين لشركة فيسبوك، ويقودها المهندس أوس السعدي الذي يعمل على تطوير المنظمة، ويرتكز عملها على التحقق من الأخبار المزيفة والأمن الرقمي، بالإضافة إلى تقديم التدريب وورش العمل للمجتمع حول مكافحة التضليل الإعلامي (١٤).

٥- الفيس بوك: (بالإنجليزية: Facebook): هو موقع ويب تديره شركة "ميتا" وهي شركة مساهمة، وأحد أشهر وسائل التواصل الاجتماعي، ويمكن تعريفه بأنه شبكة اجتماعية كبيرة، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم (١٥).

المبحث الثاني: الإطار النظري للدراسة.

أولاً: التحقق الرقمي:

التحقق الرقمي (Digital Verification) هو عملية منهجية تهدف إلى تقييم صحة ومصداقية المحتوى الرقمي، سواء كان نصاً، أو صورة، أو مقطع فيديو، أو تسجيلاً صوتياً، حيث أصبح هذا المفهوم ضرورة حتمية في ظل البيئة الإعلامية الراهنة، في ظل تساوى فرص انتشار المعلومات الموثوقة والمحتوى الزائف، إذ يهدف التحقق الرقمي إلى استعادة الثقة في الفضاء الرقمي، وحماية الأفراد والمجتمعات من مخاطر التضليل والاخبار الزائفة(١٦).

ثانياً: آليات التحقق الرقمي.

تعتمد عملية التحقق الرقمي على مجموعة من الآليات المتكاملة التي تعمل معاً لكشف المحتوى المضلل والزائف، ويمكن تصنيف هذه الآليات إلى ثلاثة محاور رئيسية:

١. **التحقق من المحتوى المرئي (فيديوهات وصور):** تُعد المحتويات المرئية من أكثر الأشكال شيوعًا في التضليل، ولذلك تتطلب أدوات تحليل متخصصة منها:

– **البحث العكسي عن الصور (Reverse Image Search):** من خلال تحميل صورة على محركات بحث متخصصة (مثل Google Images أو TinEye)، حيث تتيح العثور على النسخة الأصلية للصورة، وتحديد تاريخ نشرها الأول، والمواقع التي استخدمتها سابقاً، إذ يساعد هذا في كشف الصور التي يتم تداولها في سياقات غير صحيحة.

– **تحليل البيانات الوصفية (Metadata Analysis):** تحتوي الملفات الرقمية (الصور والفيديوهات) على بيانات مخفية، تُسمى "البيانات الوصفية"، التي تتضمن معلومات حول مكان وزمان التقاط الصورة، ونوع الكاميرا المستخدمة، وأي تعديلات قد تكون أجريت عليها، إذ تعد هذه البيانات دليلاً حاسماً على أصالة المحتوى.

– **الكشف عن التلاعب (Image/Video Tampering Detection):** يتم استخدام أدوات وبرامج الكترونية متقدمة للكشف عن التلاعب بالفيديوهات والصور، إذ تسمح هذه الأدوات من تحليل مستويات الإضاءة، أو اكتشاف آثار القص واللصق، أو تحديد ما إذا كان المحتوى قد تم توليده باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي (مثل تقنية Deepfake) (١٧).

٢. **التحقق من المحتوى السمعي:**

مع انتشار تقنيات توليد الأصوات عن طريق برامج الذكاء الاصطناعي، أصبح التحقق من التسجيلات الصوتية أمراً ضروريا، إذ يتم التحقق من ذلك بمجموعة من الخطوات هي:

- **تحليل الموجات الصوتية (Acoustic Analysis):** تستخدم برامج متخصصة لتحليل خصائص الصوت في التسجيل، مثل طبقة الصوت، وسرعة النطق، ونبرة الصوت، كما تتيح هذه البرامج اكتشاف أي تعديلات أو دمج لأصوات مختلفة، وهو ما يعد مؤشراً على التزييف.
- **الكشف عن تزييف الصوت بالذكاء الاصطناعي (AI Voice Detection):** تستخدم أدوات متطورة للكشف عن الأصوات التي تم توليدها أو تعديلها باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي، من خلال تحليل الأنماط غير الطبيعية في الصوت التي لا يمكن أن ينتجها الإنسان.

٣. **التحقق من الأخبار النصية:**

يرتكز هذا الجانب على مصدر وسياق نشر الأخبار، ويتم التحقق منها من خلال عدد من الأمور الإجرائية:

– **التحقق من المصادر (Source Verification):** وتعتبر هذه الخطوة الأولى والأهم، التي تتضمن تحديد جهة النشر، وهل هي موثوقة أم وهمية، وذلك من خلال التحقق من الحسابات الرسمية، والمواقع الإلكترونية، والبيانات الصحفية للمؤسسات.

- **التحقق من السياق (Contextual Verification)**: يعتمد التضليل غالباً على إخراج المعلومات من سياقها الأصلي، حيث تساهم هذه الآلية على فهم القصة الكاملة للمحتوى، وتحديد متى وأين تم نشرها لأول مرة، وما إذا كانت مرتبطة بحدث معين أم لا.
- **تحليل الشبكات (Network Analysis)**: في هذه الآلية، يتم التحقق بتتبع كيفية انتشار الخبر، وتحديد الحسابات والصفحات التي ساهمت في نشره، إذ يساعد هذا في كشف المنصات والصفحات التي تعمل على نشر المحتوى المضلل، سواء كانت حسابات وهمية أو حسابات حقيقية (١٨).

ثالثاً: تظليل الجمهور.

هي عملية إقناع الجمهور بفكرة أو خبر محدد، عبر الضغط الإعلامي المتواصل، فيصبح هذا النوع من الجمهور خاضع لمصادر تلقي المعلومات والأخبار ويحملها في ذهنه وحتى يتخذها بضاعة لتسويق الحديث اليومي، وفي بعض الأحيان يتحول إلى ضحية لوسائل الاتصال الاجتماعي التي تقوم بالدعاية الكاذبة أو المشوهة لموضوعات معينة.

وفقًا لتصنيف (سارة ترينهولم)، فإن هذا النوع من الجمهور يندرج ضمن "نموذج التأثيرات القوية"، ويتميز هذا النموذج بجمهور سلبي يفتقر إلى الحصانة المعرفية، مما يجعله عرضة للتأثر المباشر والعميق بالمحتوى الإعلامي (١٩).

رابعاً: التظليل الإعلامي.

يعتبر تركيز الاهتمام حول موضوعات معينة دون أخرى، عادة ينقل هذا الاهتمام بفعالية من وسائل الاتصال الجماهيري إلى الجمهور، بحيث يتداول تلك الموضوعات وتستغرق حيزا كبيرا من اهتمامهم حتى ولو بنظرة نقدية، ولكنها موجودة في أذهانهم ويتداولونها فيما بينهم؛ وهكذا يدفع حراس البوابات الجمهور نحو الانخراط في الموضوعات التي يريدون إقحامها في المجال الذهني للرأي العام، بهذه الطريقة، سوف يجد الجمهور نفسه معنياً بالموضوعات المطروحة في محتوى سائل الاتصال الجتماعي، وتوجيهه بطريقة خفية نحو أفكار معينة، عبر انتقاء بعناية الأشخاص الذين يتدخلون في شرح وتفسير مثل هذه الموضوعات (٢٠).

خامساً: التقنية من أجل السلام:

"التقنية من أجل السلام" هي مبادرة شبابية تطوعية تأسست في نيسان ٢٠١٦ لمواجهة التضليل الإعلامي في العراق، وتهدف إلى تعزيز الوعي المجتمعي عبر منهجية علمية تشمل تحليل المحتوى المرئي والنصي، والتحقق من الوثائق والمصادر.

يعمل الفريق، المكون من مجموعة متطوعين في أماكن مختلفة، على تصحيح المعلومات الخاطئة وتمكين الجمهور من التفكير النقدي، ورغم تحديات التمويل وغياب الدعم الرسمي، حققت المبادرة إنجازات ملموسة في كشف المحتوى المضلل وتعزيز الأمن الرقمي (٢١).

"التقنية من أجل السلام" هي منظمة غير ربحية، لها كيان مسجل في العراق وآخر في هولندا، وتتبنى رؤية استراتيجية تهدف إلى تحقيق السلام والاستقرار في منطقة الشرق الأوسط، وخاصة في العراق، من خلال كشف الأخبار الكاذبة عبر مختلف الوسائل الإعلامية، وتتولى المؤسسة مهمة بناء الوعي المجتمعي وتعزيزه عبر مجموعة من المحاور الأساسية منها:

١- بناء القدرات: توفير التدريب للمتطوعين في مجالات متعددة مثل الحقوق الرقمية، والأمن السيبراني.
٢- الابتكار التقني: استخدام التكنولوجيا الحديثة في عمليات التدقيق للكشف عن المعلومات المضللة، بهدف تعزيز الوصول إلى مصادر موثوقة.
٣- حملات التوعية: تنفيذ حملات لتعزيز حقوق الإنسان، وزيادة الوعي بالمخاطر الناجمة عن المعلومات الخاطئة (٢٢).

المبحث الثالث: الإطار العلمي للدراسة.

يتضمن هذا المبحث الإطار العملي لتحليل عينة البحث البالغ عددها ٢٠٠، حيث سيتم حساب النتائج من خلال حساب التكرار والنسبة المئوية لمحاور الدراسة.

أولاً: تحليل نتائج أنواع المحتوى المضلل

جدول رقم (١) أنواع المحتوى المضلل

تسلسل	نوع المحتوى	التكرار	النسبة المؤية	الرتبة
١	صورة	٩٠	٤٥,٠	أولى
١	فيديو	٦٥	٣٢,٥	ثانية
٣	منشور نصي	٤٠	٢٠،٠	ثالثة
4	مقطع صوتي	5	2.5	الرابعة
5	المجموع	٢٠٠	%١٠٠	

نتائج الجدول رقم (١) توضح أنماط وأنواع المحتوى المضلل الذي يتم تداولها وهي كالاتي:

- أظهرت النتائج أن الصورة هي أكثر الأنواع انتشاراً في التضليل، حيث تشكل ٤٥% من إجمالي العينات، يليه الفيديو بنسبة ٣٢,٥%، ثم جاءت المنشورات النصية في المرتبة الثالثة بنسبة ٢٠%، أما المقاطع الصوتية فجاءا بالمرتبة الرابعة وبنسبة لا يتجاوز ٢,٥% من العينات.
- تشير نتائج الجدول رقم (١) إلى أن المحتوى البصري هو الأداة الأكثر فعالية في جذب انتباه الجمهور ونشر المعلومات الخاطئة، بينما تمثلت المنشورات النصية في سياقات معينة، مثل تغيير أسماء الصفحات أو نشر الشائعات التي لا تتطلب دعماً بصرياً، فيما أشارت النتائج الى أن التظليل بواسطة المقطع الصوتي هو الأقل انتشاراً، ويرى الباحث أن السبب يعود إلى حقيقة أن تزييف المقاطع الصوتية

(بتقنيات مثل الذكاء الاصطناعي) لا يزال أقل شيوعاً أو أصعب في التداول مقارنة بالصور والفيديوهات.

ثانياً: تحليل نتائج توزيع مواضيع المحتوى المزيف.

جدول رقم (٢) تحليل النتائج بحسب مواضيع المحتوى الإعلامي

تسلسل	النوع	سياسي	اجتماعي	أمني	اقتصادي	المجموع	الرتبة
١	صورة	٤٥	٢٢	١٠	١٣	٨٥	أولى
٢	فيديو	٢٥	١٨	١٥	٧	٦٥	ثانية
٣	منشور نصي	١٥	٥	٥	١٥	٤٠	ثالثة
٤	مقطع صوتي	٦	٢	٢	–	١٠	رابعة
المجموع		٩١	٤٧	٣٢	٣٥	٢٠٠	

توضح نتائج تحليل الجدول رقم (٢) توزيع المحتوى المزيف بحسب المواضيع وهي كالاتي:

- جاءت نتائج التحليل لتوضح أن الصورة جاءت في المرتبة الأولى، وتهيمن على المواضيع السياسية والانتخابية، حيث يشكل ما يقرب من نصف إجمالي العينات (٩١ عينة)، مما يشير إلى فعاليتها في تزييف التصريحات أو الأحداث السياسية بسرعة.
- جاءت نتائج التحليل لتوضح أن الفيديو في المرتبة الثانية، مما يؤكد أن المحتوى المرئي هو الأداة المفضلة للتضليل السياسي، ويرى الباحث أنه جاء بسبب قدرة مقاطع الفيديو على إضفاء مصداقية زائفة للمنشور.
- بينت النتائج أن الصور يتم استخدامها بشكل كبير في المواضيع الاجتماعية والشخصية حيث بلغت (٢٢ عينة)، وهو ما قد يشير إلى استهداف الشخصيات العامة أو القضايا الاجتماعية بنشر صور مزيفة أو خارجة عن سياقها.
- أوضحت نتائج الجدول رقم (٢) ان مقاطع الفيديو، تم استخدامها بشكل ملحوظ في المواضيع الأمنية والعسكرية، ويذهب الباحث الى ان السبب كون مقاطع الفيديو المصورة تضفي طابعاً واقعياً على الأحداث الأمنية المفبركة، مما يزيد من تأثيرها على الجمهور.
- وكانت نتائج التحليل قد بينت أن المنشور النصي يعمل بشكل متوازن في القضايا السياسية والاقتصادية، مما يدل على استخدامه في نشر الشائعات أو الأخبار الخدمية المضللة (مثل شائعات الرواتب أو انقطاع الإنترنت).

- كشفت نتائج تحليل البيانات للجدول رقم (٢) أن المحتوى الصوتي هو الأقل انتشاراً، حيث يرى الباحث ان الامر يعود إلى الصعوبات التقنية في تزييفه.

ثالثاً: تحليل نتائج توزيع العينة بحسب أساليب التضليل.

جدول رقم(٣) أساليب التظليل

تسلسل	الفئة	التكرار	النسبة المؤية	الرتبة
١	**خبر مزيف مع صورة**	**78**	**39.0**	**أولى**
٢	**محتوى مرئي**	**٦١**	**٣٠،٥**	**ثانية**
٣	**محتوى تم توليده بالذكاء الاصطناعي**	**٢٩**	**١٤،٥**	**الثالثة**
4	**الاحتيال الرقمي**	**١٣**	**٦،٥**	**الرابعة**
٥	**تغيير الأسماء**	**١٣**	**٦،٥**	**الرابعة**
٦	**وثائق مزيفة**	**٦**	**٣،٠**	**الخامسة**
5	**المجموع**	**٢٠٠**	**%١٠٠**	

جاءت نتائج الجدول رقم (٣) الخاصة بأساليب التضليل موزعة بحسب أنواع المنشورات حيث أظهرت النتائج أن هناك تنوعاً في أساليب التضليل وهي كالاتي:

- الأخبار المزيفة مع صورة مفبركة، هو النوع الأكثر شيوعًا، حيث تشكل ٣٩% من إجمالي العينات، وجاءت بالمرتبة الأولى.

- أظهرت النتائج أن المحتوى المرئي في سياق خاطئ بنسبة ٣٠,٥%، وجاء بالمرتبة الثانية، ويرى الباحث ان السبب في أن التضليل الإعلامي يعتمد بشكل أساسي على المحتوى البصري، وذلك لأن الصور والفيديوهات تعتبر أكثر تأثيراً وأسهل في الانتشار من المحتوى النصي المجرد، مما يسهل على مروجي الشائعات خداع الجمهور.

- بينت نتائج الجدول رقم (٣) ن أن المحتوى الذي تم توليده بالذكاء الاصطناعي يشكل نسبة كبيرة نسبياً حيث بلغت ١٤,٥%، وجاء بالمرتبة الثالثة، وهذا يؤكد أن تقنيات الذكاء الاصطناعي أصبحت أداة رئيسية في إنتاج المحتوى المضلل، مما يزيد من صعوبة الكشف عنها بالأساليب التقليدية.

- جاءت النتائج لتوضح ان استخدام أنواع أخرى من التضليل مثل تغيير الأسماء والأغراض والاحتيال الرقمي، يشكل نسبة أقل حيث بلغت (٦,٥% لكل منهما)، وجاءت بالمرتبة الرابعة، ويجد الباحث ان هذه الطرق هي إحدى أنواع التضليل المستخدمة الموجهة لأهداف محددة مثل تضليل المتابعين أو سرقة البيانات.

- اشارت نتائج التحليل إلى أن استخدام الوثائق المزيفة، هي الأقل شيوعاً، وجاءت بنسبة ٣%، واحتلت المرتبة الخامسة والأخيرة، مما قد يشير إلى صعوبة تزييفها بشكل مقنع.

رابعاً: تحليل نتائج آليات التحقق من الاخبار الزائفة.

جدول رقم(٤) آليات التحقق من الاخبار الزائفة

تسلسل	الفئة	التكرار	النسبة المؤية	الرتبة
١	**البحث بالكلمات المفتاحية**	٢٠٠	**100**	**أولى**
٢	**التحقق من المصادر الرسمية**	**196**	**98**	**ثانية**
٣	**البحث العكسي عن الصور والفيديوهات**	**125**	**62,5**	**ثالثة**
4	**تحليل البيانات بالوسائل التقنية**	**88**	**44**	**رابعة**
٥	**المقارنة البصرية**	**15**	**7,5**	**خامسة**

كشفت نتائج الجدول رقم (٤) الخاص بآليات التحقق من الاخبار الى الآتي:

- جاءت النتائج في ان البحث بالكلمات المفتاحية بنسبة (١٠٠%)، وبالمرتبة الأولى، فيما بينت النتائج أن التحقق من المصادر الرسمية، جاء بنسبة (٩٨%)، واحتل المرتبة الثانية، وتشير النتائج إلى أن الخطوات الأولى لكشف التضليل تعتمد بشكل رئيسي على مقارنة الخبر المتداول بالبيانات الرسمية والموثوقة المتاحة للجمهور عبر محركات البحث والمواقع الرسمية.
- أظهرت النتائج أن استخدام الأساليب المتقدمة في البحث العكسي عن الصور والفيديو، جاءت بنسبة (٦٢,٥%)، واحتلت المرتبة الثالثة، إذ أن النتائج تشير الى استخدام هذه الالية بشكل واسع، كون المحتوى المرئي يشكل نسبة كبيرة من الأخبار المضللة، وأن هذه الأداة ضرورية لكشف استخدام المحتوى، فيما إذا كان قديم أو خارج عن السياق الذي تم نشره.
- كشفت نتائج التحليل أن آلية تحليل البيانات بالوسائل التقنية، جاءت بنسبة (٤٤%)، واحتلت المرتبة الرابعة، وهو ما يشكل نصف عينات التحليل، مما يدل على أهمية الأدوات المتخصصة في كشف التزييف المتقدم، مثل التلاعب بالصور والمقاطع الصوتية والفيديو عبر الذكاء الاصطناعي.
- جاءت النتائج لتكشف أن المقارنة البصرية، تشكل نسبة (٧,٥%)، وجاءت بالمرتبة الخامسة والأخيرة، حيث أظهرت النتائج أن هذه الآلية هي الأقل استخداماً، ويرى الباحث أن السبب يعود إلى أن هذه الآلية تعتبر تكميلية ويتم استخدامها في حالات محدودة جداً، وتتطلب مستوى كبير من الخبرة.

خامساً: النتائج.

توصلت الدراسة للإجابة على الأسئلة الفرعية حول طبيعة وأنواع الأخبار المضللة ومواضيعها وأساليب التحقق منها وكانت النتائج كالآتي:

١- فيما يخص طبيعة وأنواع الأخبار المضللة، توصلت الدراسة إلى أن الخبر المزيف مع صورة مفبركة من الأنواع الأكثر شيوعاً، حيث شكلت نسبة ٣٩% من العينات.

٢- جاء المحتوى المرئي في سياق خاطئ، بالمرتبة الثانية من الأخبار المظللة، بنسبة ٣٠,٥%.

٣- كشفت الدراسة أن المحتوى الذي تم توليده بالذكاء الاصطناعي يمثل، نسبة كبيرة، حيث بلغت ١٤,٥% وجاءت بالمرتبة الثالثة، مما يؤكد تزايد استخدام هذه التقنية في التضليل.

٤- اظهرت النتائج أن الوثائق المزيفة والاحتيال الرقمي وتغيير الأسماء والأغراض، أقل استخداماً وانتشاراً.

٥- كشفت الدراسة أن القضايا السياسية والانتخابية الأكثر استهدافا، حيث بلغت نسبتها ٤٥,٥% من إجمالي العينات لمواضيع الأخبار المضللة.

٦- توصلت الدراسة إلى أن المواضيع الاجتماعية والشخصية، احتلت المرتبة الثانية، وبنسبة ٢٣,٥%، ثم تلتها المواضيع الأمنية والعسكرية بنسبة ١٦%.

٧- توصلت الدراسة إلى أن آلية البحث بالكلمات المفتاحية بلغت نسبة (١٠٠%)، وآلية التحقق من المصادر الرسمية، بنسبة (٩٨%)، حيث تعتبر هاتين الآليتين هما الأكثر استخداماً وفاعلية في عملية التحقق من الأخبار.

٨- جاءت النتائج ليؤكد أن البحث العكسي عن الصور ومقاطع الفيديو، بنسبة ٦٢,٥% ، وتحليل البيانات بالوسائل التقنية بنسبة ٤٤%.

سادساً: الاستنتاجات.

بناءً على النتائج التي تم التوصل إليها، يمكن استخلاص الاستنتاجات الرئيسية التالية:

١- أثبتت الدراسة أن مؤسسة التقنية من أجل السلام، تلعب دوراً فاعلاً في توعية وتحصين الجمهور ضد حملات التضليل الإعلامي.

٢- الاخبار المزيفة والمظللة تستهدف بشكل أساسي القضايا السياسية، وذلك بهدف إثارة الكراهية وإحداث الانقسام مجتمعي.

٣- الحاجة الملحة إلى وجود منصات تحقق متخصصة لتعزيز الأمن المعلوماتي والمجتمعي، في ظل انتشار الشائعات التي تصدر عن صفحات وهمية أو مجهولة المصدر.

٤- استخدام المحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي يشير إلى أن مروجي الشائعات يتبنون تقنيات متقدمة يصعب على الفرد العادي اكتشافها.

سابعاً: التوصيات.

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة من نتائج واستنتاجات، يوصي الباحث بعدد من التوصيات الآتية:

١- تتبنى المؤسسات الرسمية والجهات المعنية، دعم المبادرات المستقلة، مثل التقنية من أجل السلام، وذلك لضمان استمرار عملها، وفعاليتها في مكافحة التضليل الإعلامي.

٢- العمل على إطلاق حملات توعية مستمرة لزيادة الوعي بمخاطر الأخبار الزائفة، مع التركيز على أهمية التحقق من المصادر قبل مشاركة أي معلومات.

٣- توفير دورات تدريبية، للصحفيين والناشطين في مؤسسات المجتمع المدني، والجمهور لتعليمهم كيفية استخدام أدوات التحقق المتقدمة، خاصة فيما يتعلق بالمحتوى المولد بالذكاء الاصطناعي.

٤- يوصى الباحث بضرورة تعزيز التعاون بين الجهات الحكومية، ومنصات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك لمواجهة الصفحات والحسابات التي يتم استخدامها لنشر الأخبار الكاذبة والمظللة، وخاصة التي تعمل تحت أسماء مستعارة أو بأساليب ممنهجة

ثامناً: قائمة المصادر.

(١)سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، القاهرة، غالم الكتب، ١٩٩٩م، ص٢٦٠.
(٢)محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة، عالم الكتب، ٢٠٠٠م، ص٧٠.
(٣)محمد محمد قاسم، المدخل الى مناهج البحث العلمي، بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر، (١٩٩٨م)، ص٦٨.
(٤)هشام سيد عبد الحميد، البحث العلمي بين مشكلات المنهجية وعدم صدق النتائج، مصر، مجلة الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد الثالث، جامعة الفيوم العدد السادس، ١٩٩٠م. (صص٤٩-٥١)
(٥)عبد المعطي محمد عساف وآخرون، التطورات المنهجية وعملية البحث العلمي، الأردن، دار وسائل للنشر والتوزيع، (٢٠٠٢م)، ص١٧٥.
(٦)محمد عبد الحميد، مصدر سابق، ص١٣٣.
(٧)عبد الله عبد الرحمن الكندري، محمد أحمد عبد الدايم، المنهجية العلمية في البحوث التربوية والاجتماعية، الكويت، مؤسسة الابتكار للنشر والتوزيع، بلا تاريخ، ص٩٤
(٨)شيماء ذو الفقار زغيب، مناهج البحث والاستخدامات الإحصائية في الدراسات الإعلامية، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٩م، ص١٢٣.

(٩)شيماء ذو الفقار زغيب، مصدر سابق، ص١٣٧.

(١٠)كامل حسون القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، بغداد، مركز حمورابي للبحوث والدراسات الإستراتيجية، ٢٠١٢م، ص١٢٣.

(١١)صفاء علي جبار، ٢٠٢٥، دور الإعلام الرقمي في توعية الجمهور العراقي بمخاطر وجرائم الأمن السيبراني، مجلة واسط للعلوم الإنسانية، ٢٠٢٥، مجلد ٢١، العدد٢

(١٢)مصطفى عباس جبار الساعدي، (٢٠٢٢)، دور مؤسسة التقنية من اجل السلام في مواجهة الدعاية الانتخابية المزيفة لتشرين ٢٠٢١م عبر موقع فيس بوك، رسالة ماجستير، مجلة الدراسات المستدامة، السنة الرابعة، المجلد الرابع، العدد الثالث، ملحق (٢) ٢٠٢٢م.

(١٣)مي عبد الغني، توظيف مواقع التواصل الإجتماعي في التحقق من الأخبار الزائفة: موقع فيس بوك نموذجا–دراسة تحليلية مقارنة، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، القاهرة، مصر، العدد الثاني عشر، ابريل ٢٠٢٠م.

(١٤) الموقع الرسمي (للتقنية من أجل السلام) تاريخ الزيارة ٢٢ سبتمبر ٢٠٢٥ https://t.co/about/about-us٤

(١٥) وكيبيديا – الموسوعة الحرة تاريخ الزيارة ٢١سبتمبر ٢٠٢٤، https://ar.wikipedia.org/wiki/%D٨٣%٩D%٨٨%٩D%٨A%٨D%٣B%٨A%D٨%٩D%٨١%٩

(١٦) مروة الفرني الزهري، تأثير استخدام تقنيات التحقق في المنصات الرقمية على ممارسة المهنية للقائم بالاتصال–دراسة ميدانية، مصر، المجلة المصرية لبحوث الاتصال والإعلام الرقمي، جامعة سوهاج، كلية الآداب، المجلد الخامس، العدد الخامس، يناير ٢٠٢٥.

(١٧) مروة الفرني الزهري، مصدر سابق.

(١٨) حياة بلوضاح، سماح بن إبراهيم، استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي (التزييف العميق) في الفبركة الإعلامية، رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة قاصدي مرباح، ٢٠٢١.

(١٩) Trenholm, S. (2001). *Thinking Through Communication: An Introduction to the Study of Human Communication*. 3rd ed. Boston: Allyn and Bacon, pp. 301–303.

(٢٠) روبرت شيالديني، التأثير ووسائل الإقناع، مصر، ترجمة سعد جلال، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٨، ص ص. ٣٧ –٤٠.

(٢١) نهلة نجاح عبدالله العنزي، توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التصدي للشائعات، بغداد، مجلة الجامعة العراقية، العدد٣/٤٢، ٢٠١٨.

(٢٢) الموقع الرسمي (للتقنية من أجل السلام) تاريخ الزيارة ٢٤ سبتمبر ٢٠٢٥ https://t.co/about/about-us٤