



USAID
من الشعب الأمريكي



Internews

دليل صوت للدراية الإعلامية والمعلوماتية لمؤسسات المجتمع المدني



ما هي الدّراية الإعلامية والمعلوماتية

ظهر مفهوم «الدّراية الإعلامية» بشكّله الحديث في منتصف القرن الماضي استجابةً للتطور الكبير في مجال الإعلام المتمثل في انتشار وسائل الإعلام المرئية والرقمية؛ إذ اقترح الخبراء هذا المصطلح للتعبير عن وسيلة تعليمية بالدرجة الأولى يُثَقَّف من خلالها الجمهور بشأن التعامل مع وسائل الإعلام ومحتواها الإعلامي.

تتعامل الخبراء مع «الدّراية الإعلامية» على أنها «خطُّ الدفاع الأول» لحماية الجمهور من المخاطر المحتملة للإعلام، وتعزيز قدرته، ولا سيما الأطفال والشباب، على كشف «الرسائل المضلّة» فيه؛ إذ أدخِلَت الدّراية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية في مستويات التعليم الأساسي والثانوي والجامعي في عددٍ من الولايات الأمريكية وكذلك في بعض الدول الأوروبية².

ومع دخولنا العالمَ الرّقميّ منذ تسعينيّات القرن الماضي وتطوُّر تكنولوجيا الاتصال ونقل المعلومات، برزت الحاجة إلى تطوير مفهوم «الدّراية الإعلامية» ليشمل التحديات الجديدة التي أوجدها نقلُ المعلومات في العصر الرّقمي، إذ ظهر نمطٌ جديدٌ في نقل المعلومات وقنواتها وإنشائها، وزاد تدقّق المعلومات بطريقة لم نكن نعرفها من قبل، وتبعاً لذلك وصلت قدرتنا على إنشاء المعلومات والبيانات وإرسالها واستقبالها ومشاركتها وتبادلها إلى مستوى لم يكن يتخيّله أحد.

هذا الواقع يجعل امتلاكنا مهاراتٍ تمكّننا من التعامل مع المعلومات والتكنولوجيا والوسائل الإخبارية الحديثة بشكل صحي أمراً أساسياً يتيح لنا الوصول إلى المعلومات والتعبير عن ذواتنا والتعلم والمشاركة والإبداع والحوار والتبادل الثقافي بشكل فعال وآمن.

أما المفهوم الحديث لـ«الدّراية الإعلامية والمعلوماتية»، فقد أوجدته منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (يونسكو)، وينصّ على:

2 Lederer, L. (2022). What are Other Countries Doing in Media Education
<https://www.medialit.org/reading-room/what-are-other-countries-doing-media-education>

«الدَّراية الإعلامية والمعلوماتية»: هي المهارات الأساسية التي تتيح الوصول إلى المعرفة والمعلومات وتحليلها وتقييمها واستخدامها وإنتاجها ونقلها بطريقة إبداعية وقانونية وأخلاقية تحترم حقوق الإنسان».



وبناءً على ذلك، فإنَّ الدَّراية الإعلامية والمعلوماتية هي مجموعة من المهارات التي يمكن اكتسابها عن طريق اتِّباع بعض الخطوات والممارسات التي تساعدنا على تحسين قدرتنا على التعامل مع الإعلام والمعلومات بشكل صحي.

عناصر الدَّراية الإعلامية والمعلوماتية

يشير مصطلح³ «الدَّراية الإعلامية والمعلوماتية» إلى ثلاثة مجالاتٍ منفصلة عن بعضها بعضاً، هي: الدَّراية الإعلامية، والدَّراية المعلوماتية، وكذلك الدَّراية الرقمية. إلّا أن المختصين ضمّوها معاً في هذا المصطلح الذي يجمع العناصر ذات العلاقة بالمعلومات ووسائل الإعلام والتّقنيّات الرّقمية.

الدَّراية الرقمية

القدرة على استخدام التكنولوجيا الرّقمية بشكل فعال وآمن، ويشمل هذا المفهوم المهارات المتعلقة بالتعامل مع الأجهزة الرقمية والبرامج والتطبيقات، وفهم أساسيات تصفُّح شبكة الإنترنت والتواصل الاجتماعي وحماية الخصوصية والأمان الرقمي.

الدَّراية الإعلامية

القدرة على فهم المحتوى الإعلامي وتحليله واستخدامه وتقييمه وتوجيهه، وفهم كيفية عمل وسائل الإعلام المختلفة وتأثيرها في الجمهور والمجتمع. ويتضمن هذا المفهوم القدرة على تحليل الرسائل الإعلامية والتعرف إلى الدّعاية وخطاب الكراهية وتمييزها، والقدرة على التحقق من صحة الأخبار.

الدَّراية المعلوماتية

القدرة على العثور على المعلومات المطلوبة وتقييمها وتحليلها واستخدامها بشكل فعال وأخلاقي. ويتضمن هذا المفهوم المهارات المتعلقة بالبحث عبر شبكة الإنترنت، واستخدام قواعد البيانات، والتمييز بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة، وتقييم صحة المعلومات.

عناصر الدَّراية الإعلامية والمعلوماتية⁴

3 UNESCO. (2023). Media and Information Literacy. <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>

3 منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (يونسكو)، 2023، الدَّراية الإعلامية والمعلوماتية للمواطنين. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384981>

4 منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (يونسكو)، 2023، الدَّراية الإعلامية والمعلوماتية للمواطنين. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf000038498>

مهارات الدّراية الإعلامية والمعلوماتية

التواصل

التقييم

الإنتاج

التحليل

الوصول

لقد أصبح امتلاك الوصول بشكل فعال إلى المعلومات في عصرنا من المهارات الرئيسية، إلا أنّ الوصول للمعلومات بحد ذاته ليس كافياً؛ فالجودة والدقة والموثوقية من العوامل الأساسية التي تُحدد قيمة المعلومات التي نحصل عليها.

ضمن هذه الوحدة، سنركز على «الوصول» إلى المعلومات بوصفه جزءاً حيوياً من مهارات الدّراية الإعلامية والمعلوماتية، وسنستعرض الأدوات والأساليب التي تُمكن الأفراد من الوصول إلى المعلومات الصحيحة، وكيفية التمييز بين المعلومات الموثوقة وغير الموثوقة بشكل عام وفي السياق الإعلامي تحديداً، وهو ما يُكسب الأفراد القدرة على التفاعل مع العالم الرقمي بشكل أكثر فاعلية ووعياً.

المعلومات وأهميتها

في اللغة العربية⁵ يُشتقّ مصطلح «المعلومات» من الفعل «عَلِمَ»، وترجع «المعلومات» في أصل معناها إلى كلمة «مَعْلَم»، وهو «الأثر الذي يُستدلّ به على الطريق».

والمعلومات جزء أساسي من جميع نواحي حياتنا؛ فمن خلالها نصل إلى المعرفة حول ما يحدث حولنا، وهي القوة التي تمكّننا من التعامل مع الواقع وفهم الظواهر الحياتية وحل المشكلات التي قد تعترضنا، كما أنها مُهمّة في اتخاذ قراراتنا وفي البحث العلمي والخطط التنموية.

أما التعريف العام لـ «المعلومات» فينص على أنها «مجموعة من الحقائق والبيانات المتعلقة بأيّ موضوع، تهدف إلى تعزيز معرفة الإنسان وفهمه للعالم من حوله، وتشمل معرفةً حول الأماكن، والأشياء، والأحداث». ومن ثمّ، يمكن تعريف المعلومات بأنها: «أيّ معرفة جرى الحصول عليها من خلال البحث، أو القراءة، أو الاتصال، أو أي وسائل أخرى لاكتساب المعرفة والحصول عليها»⁶.

5 عظيمي، أ. (2014). المعلومات وأهميتها للمجتمع.

6 عظيمي، أ. (2014). المعلومات وأهميتها للمجتمع.

<https://shorturl.at/abdkX>

<https://shorturl.at/abdkX>

أهمية المعلومات

تكتسب المعلومات أهميتها من كونها:

1. تمثل العنصر الأساسي في اتخاذ القرارات الفعالة وحل المشكلات بفاعلية.
2. تجعل الناس على اطلاع على ما يحدث حولهم في جميع المجالات؛ الاجتماعية والثقافية والسياسية والرياضية، وتسهم في تشكيل آرائهم حول القضايا المهمة بالنسبة لهم.
3. ذات أهمية كبيرة في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والإدارية والثقافية والصحية والحقوقية.
4. تسهم في نقل الخبرات ومشاركتها مع الآخرين، وتمكّن الأفراد من حل المشكلات والاستفادة من الخبرات المتاحة.
5. تؤدي دوراً حيوياً في إثراء البحث العلمي وتطور العلوم والتكنولوجيا.

إننا نعيش اليوم فيما يُطلق عليه «زمن المعلومات»، وهذا يُظهر أهمية المعلومات ومركزيتها في حياتنا اليومية؛ فقد أصبحت العمود الفقري للتقدم والتطور في المجالات المختلفة. وقد سهّل توقُّر شبكة الإنترنت وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي وصولنا إلى المعلومات بسرعة غير مسبوقة. لكن مع هذا الكمّ الهائل من المعلومات، أصبح من الضروري أن نتقن فنّ فحص المعلومات ومهارات تدقيقها وتقييم مدى موثوقيتها؛ فكلّما كنا أكثر قدرة على الوصول إلى معلومات أدقّ، كنا أكثر قدرة على اتخاذ قرارات أفضل.

لذا؛ تمثّل المعلوماتُ القوةَ الدافعة للتطور البشري، فهي تُمكن الأمم والأفراد من التقدم وتحقيق الابتكار في المجالات المختلفة، وتؤدي دوراً حيوياً في تشكيل الرأي العام واتخاذ القرارات السياسية والاقتصادية.

الوصول إلى المعلومات

«لكل إنسان حقٌّ في حرية التعبير. ويشمل هذا الحقُّ حرّيته في التماسِ مختلفِ ضروب المعلومات والأفكار وتلقّيها ونقلها إلى الآخرين دونما اعتبار للحدود، سواء على شكل مكتوب أو مطبوع أو في قالب فني أو بأيّ وسيلة أخرى يختارها».

المادة (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان

يُعدّ الوصول إلى المعلومات حقاً أساسياً يمنح الأفراد والمجتمعات حرية الوصول إلى المعرفة والمحتوى الإعلامي بشكل فعال وفي الوقت المناسب وباللغة المناسبة، وهي في الوقت نفسه مهارة أساسية لتمكين الأفراد من الحصول على المعرفة والمعلومات الموثوقة المناسبة لاحتياجاتهم الشخصية أو المهنية.

وتتنوّع المعلومات بتنوّع محتواها وهدفها وحجمها، وتصنّف وفقاً للموضوعات التي تتناولها، وفي إطار الدّراية الإعلامية والمعلوماتية فإنها تقسم تبعاً للوسيلة التي تُستخدم لنقلها كما يلي:



وتُصنّف المعلومات في هذا السياق من حيث الصحة والمصادقية إلى الأنواع التالية:

1. المعلومات الموثوقة	2. المعلومات المضلّة	3. المعلومات الخاطئة
هي المعلومات التي تستند إلى الحقائق الدقيقة والأدلة العلمية والمصادر ذات المصادقية؛ إذ يجري التأكد من مصداقيتها قبل نشرها واعتمادها، وتُقدّم بطريقة موضوعية وغير متحيزة.	هي المعلومات التي تحتوي على بعض الحقائق، لكن يُتعمّد تقديمها بطريقة تشوّه الحقائق الأصلية أو توجّه الجمهور إلى استنتاجات خاطئة.	هي المعلومات التي تكون غير صحيحة أو غير دقيقة، لكنها لا تهدف إلى خداع الجمهور.

يُقصد بـ«الوصول إلى المعلومات» في عصرنا الرقمي، القدرة على العثور على المعلومات المطلوبة في الوقت المناسب ومن المصادر الموثوقة؛ فرغم أن المعلومات أصبحت أكثر توفراً من أي وقت مضى، فإن تحديات الوصول ما تزال قائمة، ونواجه جميعاً عقبات كبيرة في الوصول إلى المعلومات الدقيقة والموثوقة.

لذلك؛ من الضروري التمييز بين الوصول البسيط إلى المعلومات والوصول الفعال إليها؛ ففي شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام يُقدّم لنا بحرٌّ من المعلومات، لكن ليس كل ما هو متاح يتمتع بالدقة أو الصحة. وتبدأ مهارة الوصول بتحديد الحاجة الأساسية لتلك المعلومات، ثم البحث الموجه للعثور على المعلومات الصحيحة والموثوقة.

طرق الوصول إلى المعلومات

شهدت مصادر المعلومات تنوعاً كبيراً مع تطور التكنولوجيا والتقنيات الرقمية، وأصبح لدينا مجموعة واسعة من المصادر التي تقدّم المعلومات، بدءاً من وسائل الإعلام عبر القنوات التلفزيونية والإذاعات والصحف وصولاً إلى شبكة الإنترنت التي تُعدّ اليوم أحد أهم مصادر المعلومات التي عرفت الإنسانية وأكبرها. إنّ تنوّع هذه المصادر يوفّر للأفراد إمكانية الوصول إلى معلومات مختلفة؛ الأمر الذي يسهم في تعزيز فهمهم وثقافتهم وتوسيع آفاقهم.

وهناك طرق عدّة يمكن للفرد الوصول من خلالها إلى المعلومات؛ إذ تعتمد الطريقة المناسبة على نوع المعلومات التي يبحث عنها والأدوات المتوفرة لديه.

وسائل الإعلام

كانت وسائل الإعلام -وما تزال- جزءاً أساسياً من حياتنا ومصدراً أساسياً للمعلومات منذ تطورها بشكل كبير في القرن الماضي؛ إذ تلعب هذه الوسائل دوراً مهمّاً في تشكيل أفكارنا وسلوكنا، وتؤثر حتى في الثقافة العامة للمجتمعات⁷ من خلال نشر الأخبار والمعلومات حول القضايا المختلفة وتوجيه انتباه الجمهور للموضوعات التي تستحق الاهتمام؛ الأمر الذي يسهم في تشكيل الرأي العام حول مسائل سياسية واجتماعية واقتصادية، ويؤثر في عملية صنع القرار والتغيير الاجتماعي.

7 University of Minnesota. (2016). Understanding Media and Culture: An Introduction to Mass Communication <https://www.palomar.edu/users/lpayn/115/GC115-Understanding-Media-and-Culture-An-Introduction-to-Mass-Communication.pdf>



ليس هناك مفهوم واحد للإعلام، ولكن يمكن اختصار دوره بأنه: نقل المعلومات بشكل موضوعي من مرسل إلى مستقبل بهدف إحداث تأثير وإع في عقل الفرد بطريقة تمكّنه من تشكيل رأي مستند إلى الحقائق المقدّمة.



السينما

تُستخدم لعرض أفلام سينمائية وأفلام وثائقية وأفلام رسوم متحركة.



الصحف والمجلات

وسائل إعلام مطبوعة تنشر الأخبار والمقالات والتحقيقات والإعلانات.



المحطات الإذاعية

وسائل إعلامية صوتية تنقل المعلومات والبرامج عبر الموجات الإذاعية، وتشمل: الأخبار، والمحاضرات، والموسيقى، والبرامج الترفيهية.



القنوات التلفزيونية

وسائل إعلامية بصرية وسمعية تعرض برامج مختلفة تتضمن: الأخبار، والبرامج الترفيهية، والمسلسلات، والبرامج الوثائقية.

أمثلة على مصادر المعلومات من خلال وسائل الإعلام

بفضل وسائل الإعلام، يمكنك بسهولة أن تعرف كثيراً عن أيّ حدث يقع في أيّ مكان عبر الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية والترفيهية التي تُعرضنا لأفكار وآراء ومنظورات مختلفة وجديدة علينا، وهو ما يوفر لنا فهماً أوسع للثقافات المختلفة وللقضايا والأحداث على تنوعها، ويجعلنا أكثر تعاطفاً وفهماً، ويرفع مستوى وعينا ودرجة معرفتنا بالعالم من حولنا.

زيادة التعاطف مع الآخرين عن طريق نقل القصص الإنسانية لفئات اجتماعية واقتصادية متنوعة.

توسيع الفهم للثقافات والقضايا والأحداث في المجالات المختلفة.



التعرُّض لأفكار جديدة عن طريق عرض وجهات نظر متباينة تجاه الأحداث

زيادة المعرفة والوعي بما يحدث حولنا عن طريق نقل الأحداث المحلية والعالمية.

فوائد الإعلام

على سبيل المثال؛ أسهمت الأفلام الوثائقية حول التغير المناخي في التثقيف بخطورة هذا الموضوع؛ الأمر الذي أسهم في خلق حالة وعي عالمي بضرورة التحرك واتخاذ إجراءات فردية وجماعية لمواجهة المشكلة. وفي الأردن -والوطن العربي- أسهم الإعلام في دفع عجلة التنمية في المجالين الاقتصادي والاجتماعي وسواهما.



الترفيه والثقافة

تعدّ وسائل الإعلام وسائل رئيسة للوصول إلى المحتوى الترفيهي من خلال البرامج التلفزيونية والأفلام والمسلسلات والموسيقى والفنون.



توعية الجمهور

يؤدي الإعلام دوراً محورياً في توعية الجمهور بالقضايا التنموية، إذ يسهم -على سبيل المثال- في نشر المعرفة حول الوقاية من الأمراض وتحسين السلوك الصحي وحماية البيئة.



الدعاية والإعلان

تُستخدم وسائل الإعلام للدعاية والإعلان للشركات والمنتجات والخدمات؛ الأمر الذي يسهم في دعم الاقتصاد والتجارة.



تعزيز حرية التعبير

الممارسة الإعلامية من أهم ممارسات حرية التعبير؛ إذ تتيح وسائل الإعلام للأفراد والجمهور التعبير عن آرائهم ومشاركة وجهات نظرهم بحرية.

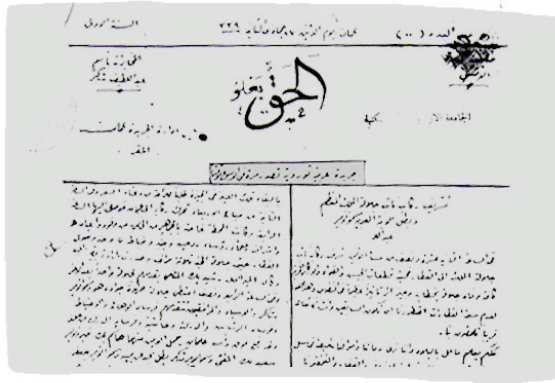


نقل المعلومات والأخبار

الوظيفة الأساسية للإعلام هي نقل الأخبار والمعلومات من مصادرها إلى الجمهور؛ الأمر الذي يساعدنا في الاطلاع على الأحداث المحلية والعالمية، سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية.

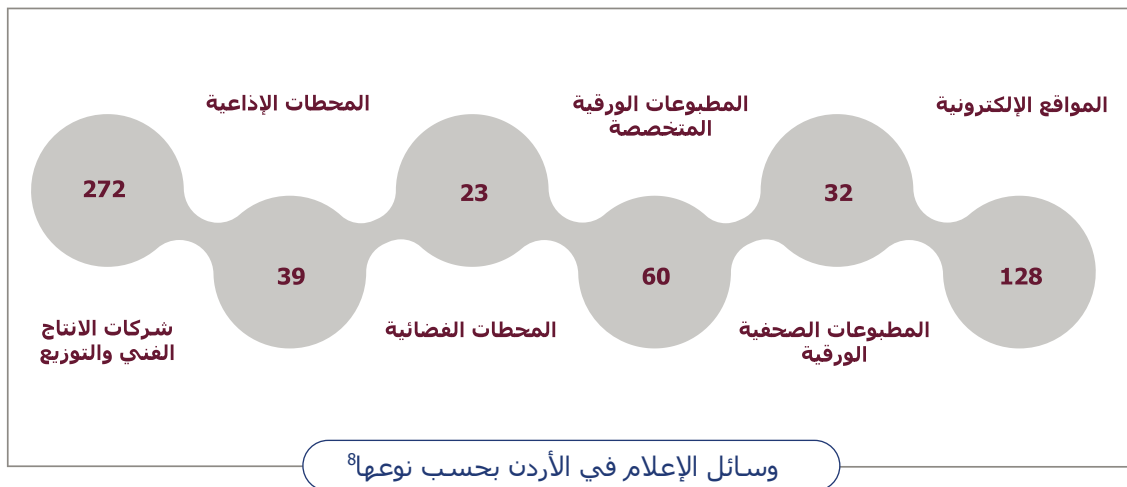
الوظائف الأساسية للإعلام

وسائل الإعلام في الأردن



بدأت وسائل الإعلام في الأردن عبر الصحف المطبوعة وتحديدًا «**الحق يعلو**» بالتزامن مع تأسيس الإمارة عام 1921، ثم سرعان ما ظهرت صحف أخرى وتوالى صدورها، لا سيما الصحف الحزبية. وفي عام 1948 أسست الإذاعة الأردنية التي كانت أول وسيلة إعلام رسمية بعد استقلال المملكة، وفي عام 1968 بدأ بث التلفزيون الأردني.

ومنذ ذلك الحين شهد الأردن ازدياداً في عدد وسائل الإعلام العاملة، وتسارع ذلك مع ثورة التكنولوجيا وانتشار شبكة الإنترنت ليصل عددها إلى 280 وسيلة إعلام و272 شركة إنتاج فني وإعلامي⁸.



وتتنوع ملكية وسائل الإعلام في الأردن ما بين ملكية عامة وملكية خاصة؛ إذ تمتلك العديد من المؤسسات الحكومية والتعليمية والأمنية وسائل إعلام تابعة لها تعمل وفقاً لرؤاها وبما يتناسب مع أهدافها، وفي المقابل هناك الإعلام المملوك لأفراد

8 هيئة الإعلام. (2023). الموقع الإلكتروني.

<http://www.mc.gov.jo/Pages/viewpage?pageID=36>

9 هيئة الإعلام. (2023). الموقع الإلكتروني.

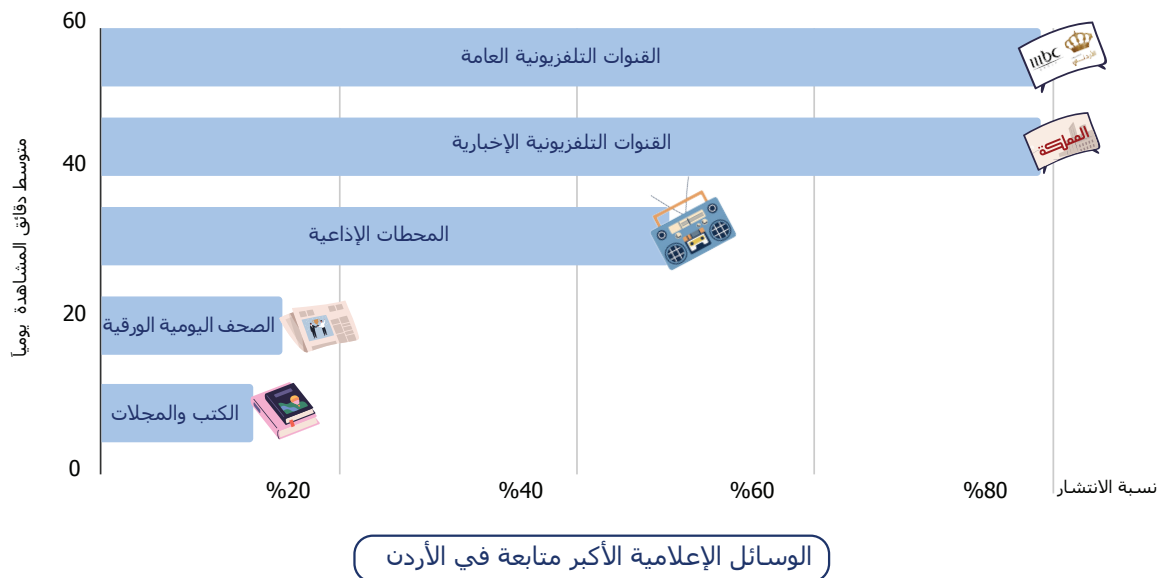
<http://www.mc.gov.jo/Pages/viewpage?pageID=36>

ويتمثل في الإعلام الخاص الذي يهدف بشكل أساسي إلى تحقيق الربح. وثمة تصنيف آخر لوسائل الإعلام على أساس الملكية، هو «وسائل الإعلام المجتمعية»، ويُقصد بها وسائل الإعلام صغيرة الحجم التي تنشأ لخدمة مجتمعات محلية محددة لا تصل وسائل الإعلام لها أو أنها تغطي قضاياها بطريقة ضعيفة، وتهدف هذه الوسائل إلى سد هذه الفجوات وسواها عبر تقديم المعلومات والتغطيات حول القضايا ذات الأولوية وبشكل لا يهدف إلى الربح المالي.

عرض لبعض وسائل الإعلام الأردنية بحسب طبيعة ملكيتها

ملكية خاصة أو مجتمعية				ملكية عامة			
							

وفيما يتعلق بالجمهور الأردني، يمكن تصنيفه ودراسته تبعاً للمصادر الإعلامية التي يمكن لكل فرد متابعتها بحسب الوسائل المتوفرة لديه؛ إذ يميل بعض الأفراد إلى متابعة القنوات التلفزيونية، بينما يفضل آخرون متابعة المحطات الإذاعية.



إلى جانب الآثار الإيجابية للإعلام، يمكن أن يكون له آثارٌ سلبية أيضاً، لعل أهمّها قدرته على التأثير في تشكيل آرائنا ومعتقداتنا؛ إذ يمكن أن تقودنا بعض وسائل الإعلام إلى تصديق المعلومات المضلّة؛ الأمر الذي يؤدي إلى انتشار أفكار ضارّة وأيديولوجيات خطيرة، فقد تتلاعب بعض وسائل الإعلام في الرأي العام من خلال تأطير القصص بطريقة لا تخدم سوى مصالحها وأهدافها.



علاوة على ذلك، يمكن أن يؤدي الاستهلاك المفرط لوسائل الإعلام إلى تراجع الاهتمام والتفاعل¹⁰؛ إذ تشير دراسات اجتماعية كثيرة إلى أن تعرّضنا لمشاهد العنف والقتل قد يؤدي في النهاية إلى تطبيع مجتمعي مع هذه الممارسات، لأنها تصبح اعتيادية لدى المتلقي؛ الأمر الذي يجعلهم أكثر عرضة للانخراط في السلوك العدواني، خاصة لدى الأطفال والشباب.

وعندما نتحدث عن الإعلام، فإننا لا نعني فقط «نشرات الأخبار» والمعلومات التي ننشرها؛ فالإعلانات -مثلاً- يمكن لها أن تخلق صورة غير واقعية عن الجمال والنجاح، تؤثر بشكل مباشر على سلوكنا وتؤدي إلى القلق وتدني احترام الذات، وذلك حين

¹⁰ Potter, W. J. (2013). What Is a Media Effect?

https://www.sagepub.com/sites/default/files/upm-binaries/45690_Chapter_2.pdf

مثال:

لنأخذ مثلاً من حدث سياسي، مثل انتخابات رئاسية في بلد ما. في هذا السياق، يمكن للإعلام أن يؤثر في تفكير الجمهور واتخاذ القرارات عبر التفكيرين السريع والبطيء.

- التأثير في التفكير السريع:

+ يمكن للإعلام أن يتأثر في التفكير السريع للجمهور عبر تغطية أحداث الحملة الانتخابية والمرشحين بشكل مثير للانفعال.

+ قد تسلط الأخبار الضوء على المعلومات السلبية المتعلقة ببعض المرشحين والتحليلات السريعة حول أدائهم وخلفياتهم. هذا يمكن أن يؤثر في تفكير الناخبين بشكل سريع ويؤدي إلى تكوين انطباعات سريعة حول المرشحين.

- التأثير في التفكير البطيء:

+ يمكن للإعلام أن يؤثر في التفكير البطيء للجمهور من خلال تقديم تحليلات وتقارير شاملة عن المرشحين وبرامجهم الانتخابية.

+ يمكن للإعلام أن يقدم تفاصيل محددة حول خطط المرشحين للنمو الاقتصادي والسياسة الخارجية والمواقف السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة. ومن ثم، يمكن للجمهور التفكير بشكل أكثر عمقاً وتحليل المرشحين بطريقة معتدلة وأكثر منطقية.

هذا المثال يوضح أن الإعلام يمكن أن يؤثر في تشكيل تفكير الجمهور حول الانتخابات والمرشحين.

يمكن لطريقة التغطية والتحليلات التي يقدمها الإعلام أن تؤثر في كيفية استيعاب الجمهور للمعلومات واتخاذ القرارات بشأن التصويت.

ومن ثم، يؤدي الإعلام دوراً مهماً في تشكيل الرأي العام ونهج السياسات العامة.

التقاطعات بين دور مؤسسات المجتمع المدني ووسائل الإعلام

تُعَدّ وسائل الإعلام سلطةً رابعة في المجتمعات الديمقراطية؛ إذ تكرّس الرقابة الشعبية وتساعد في تدفق المعلومات، وهي -من ثم- شريكٌ أساسي لمؤسسات المجتمع المدني؛ إذ يُسهم الإعلام بشكل كبير في دعم وتعزيز أهدافها وأنشطتها، كما أن هناك تقاطعات أساسية بين وظيفتي الإعلام والمجتمع المدني يمكن تلخيصها في ما يلي:

لقد غيّرت مواقع التواصل الاجتماعي الطريقة التي نتواصل بها ونستهلك من خلالها المعلومات ونفاعل بها مع العالم من حولنا؛ إذ تتمتع هذه المواقع بالعديد من الجوانب الإيجابية، مثل: تسهيل التواصل، وإنشاء روابط اجتماعية، واستهلاك محتوى ترفيهي، ومتابعة كل ما نهتم به أو نحب من أفراد ومؤسسات. ومن خلالها يمكن للأفراد والشركات ترويج الأعمال وبناء شبكات احترافية، والأهم أنها سهّلت المشاركة والتعبير عن الآراء؛ الأمر الذي يمكن من التفاعل الثقافي وتبادل المعرفة.



ووصل عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الأردن¹¹ إلى 6.61 ملايين مستخدم حتى بداية عام 2023، أي ما يقارب 58% من عدد السكان. ويستخدم الأردنيون مواقع التواصل الاجتماعي بطريقة مكثفة؛ إذ يقضي 52% من الأردنيين حوالي 3 ساعات يومياً¹² على مواقع التواصل الاجتماعي، علماً بأن المعدل العالمي هو ساعتان و31 دقيقة.¹³

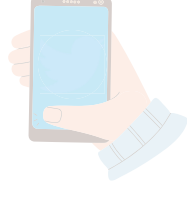
¹¹ DataReportal. (2023). Digital 2023: Jordan.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-jordan?rq=jordan>

¹² مرصد الحياة. (2022). «قياس مستوى معرفة الأردنيين/ات بخطاب الكراهية والمعلومات المضللة والرائفة على منصات التواصل الاجتماعي». https://drive.google.com/file/d/1WGHZ9cq9V1NzZ_HbU6Q3QKpE9zVn4xTb/view

¹³ DataReportal. (2023). Digital 2023 April global statshot report.
<https://datareportal.com/reports/digital-2023-april-global-statshot>



%4.4
يملكون حساباً
على لينكد إن



%14.7.7
يملكون حساباً
على تويتر



%33.7
يملكون حساباً
على سناب شات



%37.1
يملكون حساباً
على انستغرام

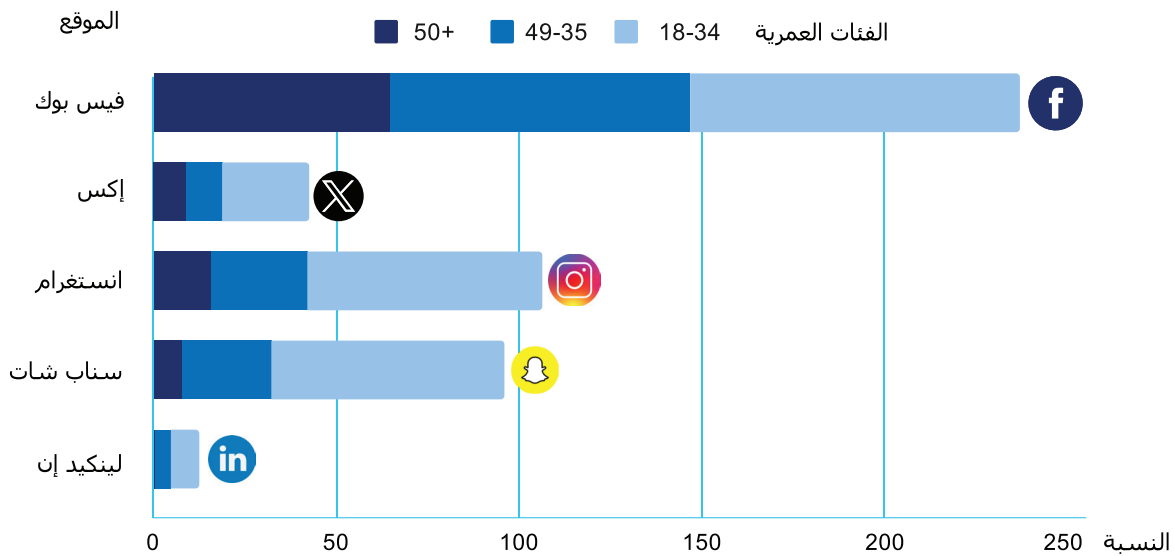


%79.5
يملكون حساباً
على فيس بوك

انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الأردن

انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في الأردن¹⁴

ورغم أن الشباب هم الأكثر استخداماً لمواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام، إلا أن هذه المواقع انتشرت ووجدت طريقها إلى كل الفئات والأعمار، وأصبح معظم الأفراد يمتلكون حسابات على المنصات المختلفة، مع الإشارة إلى أن موقع «فيسبوك» هو الأكثر انتشاراً في المجتمع الأردني بشكل عام.



حسابات مواقع التواصل الاجتماعي بحسب الفئات العمرية¹⁵

¹⁴ معهد الإعلام الأردني. (2022). مؤشر الثقة بوسائل الإعلام في الأردن.

¹⁵ معهد الإعلام الأردني. (2022). مؤشر الثقة بوسائل الإعلام في الأردن.

<https://www.jmi.edu.jo/ar/file/7730/download?token=lleoargh>

<https://www.jmi.edu.jo/ar/file/7730/download?token=lleoargh>



لكن كيف تعمل هذه الخوارزميات تقنياً بحسب ما نعرف عنها؟

الخوارزميات في مواقع التواصل الاجتماعي برمجياتٌ يُفترض أن تساعد المستخدمين على الوصول إلى المحتوى الذي قد يكون مهماً بالنسبة لهم، لكن طريقة عملها قد تعزّز -للأسف- التحيزات السياسية والاقتصادية والاجتماعية للأفراد وتمنعهم من الوصول إلى وجهات النظر الأخرى حول الموضوعات.

وفيما يلي الطريقة التي تعمل فيها الخوارزميات:

أولاً: ترصد الخوارزميات تفاعل المستخدم؛ مثلاً: إذا تفاعل كثيراً مع منشورات صديق أو صفحة ذات طابع معين، فسيظهر له مزيدٌ من منشورات هذا الصديق أو تلك الصفحة في المستقبل، أو مزيدٌ من الخيارات لأفراد وصفحات تحمل الأفكار نفسها أو تناقش الموضوعات نفسها؛ الأمر الذي قد يجعل المستخدم يعتقد أن جميع من حوله يفكرون مثله.

ثانياً: تعمل الخوارزميات على رصد المحتوى الذي يتابعه المستخدم ويفضّله؛ مثلاً: إذا كان يشاهد كثيراً من مقاطع الفيديو عن قضية معينة على «يوتيوب»، فسيظهر له مزيدٌ من المقاطع حول الموضوع نفسه؛ الأمر الذي قد لا يسمح له بالوصول إلى محتوى يخالف آراءه.

ثالثاً: تعزّز الخوارزميات حضور المحتوى والمنشورات التي تحصل على تفاعل كبير (مثل: الإعجابات، والتعليقات، والمشاركات)، وفي وقت قصير بعد نشرها قد تظهر لمزيدٍ من المستخدمين.

رابعاً: تعمل الخوارزميات على رصد البيانات الشخصية للمستخدمين؛ فمثلاً: إذا كان واضحاً أنّ المستخدم يعيش في منطقة جغرافية أو بلد معين، سيظهر له المحتوى المنشور حول تلك المنطقة أو من تلك المنطقة؛ الأمر الذي قد يجعله منعزلاً عمّا يحدث في العالم، لقلة تعرضه لمحتوى مرتبط بهذه الأحداث.

2. انتشار الأخبار والمعلومات المضلّة

مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي أصبح من السهل إنشاء الأخبار المضلّة والخاطئة والمغلوطة ونشرها والوصول إلى الجمهور أوسع من أيّ وقت مضى، وما يزيد من خطورة هذا الموضوع أن نسبةً كبيرة منا تعتمد على مواقع التواصل

3. التأثيرات النفسية والإدمان

تشير الدراسات¹⁶ إلى أن الاستخدام المفرط لمواقع التواصل الاجتماعي قد يؤدي إلى زيادة الشعور بالوحدة والاكتئاب والقلق. يرجع ذلك جزئياً إلى مقارنة الأفراد أنفسهم بالآخرين؛ إذ يمكن أن يشعر الفرد بأن حياته غير مكتملة أو غير مثالية مقارنةً بما يشاهده على المنصات.

ويعدّ الضغط المرتبط بإدارة الانطباع حول الصورة الذاتية (الظهور بشكل مثالي) من أبرز التحديات التي تواجه المستخدمين؛ إذ يسعى



كثيرون لعرض أفضل ما لديهم على هذه المواقع؛ الأمر الذي يؤدي إلى تقديم صورة غير واقعية عن حياتهم، وهذا السعي المستمر للظهور بشكل مثالي قد يتسبّب في تعزيز معايير غير واقعية للنجاح والسعادة، ويمكن أن يؤدي إلى الإحباط وانخفاض الثقة بالنفس لدى المستخدمين الذين يشعرون بأنهم لا يستطيعون الوصول إلى تلك المعايير العالية.

4. إدمان مواقع التواصل الاجتماعي

تشير دراسات كثيرة إلى أنّ إدمان مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة شائعة جداً، لا سيّما في أوساط الشباب والمراهقين؛ على سبيل المثال: يعتقد 46% من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أنهم يقضون وقتاً أكثر مما يجب بتصفح تلك المواقع، ولا توجد دراسات محلية حول نسبة ظاهرة إدمان مواقع التواصل الاجتماعي وحجمها في الأردن، لكن ما نعرفه أن 52% من الأردنيين يقضون حوالي 3 ساعات يومياً بالمعدل على هذه المواقع، علماً أن المعدل العالمي هو ساعتان ونصف تقريباً.

16 Pantic, I. V. (2014). Online Social Networking and Mental Health. School of Medicine, Institute of Medical Physiology, University of Belgrade.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4183915/#:~:text=Several%20studies%20have%20indicated%20that,especially%20in%20children%20and%20adolescents>

ما المقصود بـ"إدمان مواقع التواصل الاجتماعي" (الاستخدام المفرط)؟

لا يوجد عدد محدد من الساعات يمكن القول في حال تجاوزه إن هناك «استخداماً مفرطاً» أو إدماناً على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل عام؛ لأن الاحتياجات والظروف تختلف من فرد إلى آخر، لكن هناك عدد من المؤشرات التي من شأنها أن تقدّم تصوراً عن ذلك:

1. إذا كان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يتداخل مع الالتزامات اليومية؛ كالعمل، الدراسة، أو العلاقات الشخصية.
2. إذا أصبح المستخدم يشعر بالقلق أو الضيق عندما لا يتاح له أو لا يمكنه الوصول إلى حساباته على مواقع التواصل الاجتماعي كلما أراد ذلك.
3. إذا أمضى المستخدم وقتاً طويلاً على مواقع التواصل الاجتماعي حتى على حساب نومه أو نشاطاته اليومية الأخرى.

وتؤثر الكيفية التي تُستخدم فيها مواقع التواصل الاجتماعي في تقييمنا لمسألة إدمان هذه المواقع أو الاستخدام المفرط لها؛ فقد لا تكون هناك مشكلة إذا كان الفرد يستخدمها بطريقة إيجابية حتى وإن قضى وقتاً طويلاً في ذلك؛ كما هي الحال عند التواصل مع الأصدقاء والعائلة، أو البقاء على اطلاع على الأحداث المحيطة، أو تعلم مهارات جديدة من خلال المنصات التي توفر محتوى تعليمياً، أو التواصل مع المختصين وأصحاب الخبرة في موضوعات تدرج ضمن اهتماماته.

وتعدّ الموازنة بين الحياة الشخصية والحياة العملية من العوامل الأساسية لتحقيق الرضا والتوازن النفسي، ومع تزايد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي أصبح من الضروري الآن -أكثر من أي وقت مضى- الحفاظ على هذا التوازن.

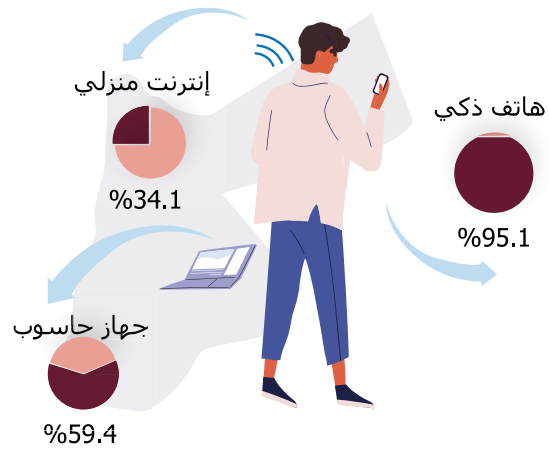
إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بشكل مفرط قد يسبّب التشبّت والشعور بالإحباط والوحدة. وبينما تقدم هذه المنصات فرصة للتواصل والتفاعل، فإنّ إساءة استخدامها قد تؤدي إلى تجاوز حدود الحياة الشخصية والاحترافية. من المهم أن نتذكر أن هذه المنصات أدوات يمكن استخدامها للتحسين وليس الهدف النهائي، وأنّ إعطاء أنفسنا فترات راحة من الشاشات عبر وضع حدود زمنية لاستخدام شبكة الإنترنت قد يساعد في تجنب الإدمان، ويسمح لنا بالاستمتاع بالحياة الواقعية وتفاصيلها الحقيقية.

تحديات الوصول إلى المعلومات على شبكة الإنترنت (الفجوة الرقمية)

أقرّ مجلس حقوق الإنسان التابع للأمم المتحدة في عام 2016 بأنّ الوصول إلى الإنترنت يعدّ حقاً أساسياً³⁸ من حقوق الإنسان، داعياً جميع الدول الأعضاء إلى توفير إمكانية الوصول إلى الشبكة العنكبوتية وتوسيعها. جاء هذا القرار ليؤكد حقّ الفئات الأكثر ضعفاً في الوصول إلى الإنترنت، وهي الفئات نفسها تقريباً التي لا تستطيع الوصول إلى المعلومات بشكل عام.



انتشار أدوات الوصول إلى الإنترنت عالمياً



انتشار أدوات الوصول إلى الإنترنت في المجتمع الأردني¹⁷

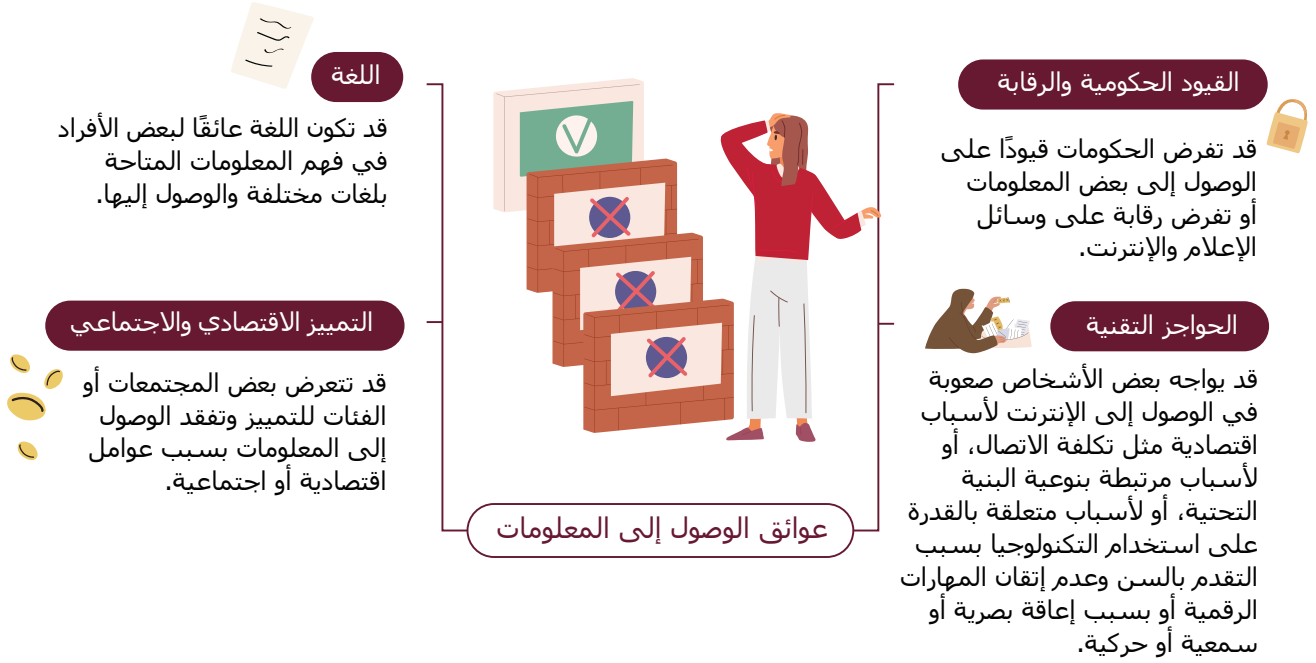
إنّ الوصول الحقيقي للمعلومة يعني أن بإمكان الجميع في كل مكان الوصول بأمان إلى المعلومات التي تهمهم محلياً وعالمياً من مصادر متنوعة وباللغة المناسبة لهم؛ إذ إنّ هناك كثيراً من العوائق التي تُفرض على الفئات الأكثر ضعفاً في المجتمعات للوصول إلى المعلومات.

17 United Nations. (2016). The promotion, protection and enjoyment of human rights on the Internet.

<https://digitallibrary.un.org/record/845728?ln=ar>

39 معهد الإعلام الأردني. (2022). مؤشر الثقة بوسائل الإعلام في الأردن.

<https://www.jmi.edu.jo/ar/file/7730/download?token=lleoargh>



وتُعزى هذه الصعوبات والعوائق إلى عوامل متعددة مثل الظروف الاقتصادية، والسياسية، والتحصيل التعليمي، والظروف الجغرافية، والتكنولوجيا المتاحة؛ إذ يجب تحسين البنية التحتية وتوفير الدعم اللازم لتمكين جميع الفئات من الوصول إلى المعلومات والمعرفة بشكل عادل ومتساوٍ.



57%



يشاهدون ما يعتقدون بأنه أخبار مضلّة على مواقع التواصل الاجتماعي.

(معهد الحياة - راصد)

في دراسة أجراها معهد الحياة - راصد¹⁸ نهاية عام 2022 ظهر أن 75% من عينة الدراسة في الأردن يشاهدون بشكل مستمر ما يعتقدون بأنها «أخبار مضلّة» على مواقع التواصل الاجتماعي، أما مؤشر الثقة بوسائل الإعلام¹⁹ الأردني الذي أطلقه معهد الإعلام الأردني عام 2022 فقد كشف أن 68% من الأردنيين يعتقدون أن مواقع التواصل الاجتماعي تسهم في نشر الأخبار المضلّة والخاطئة.

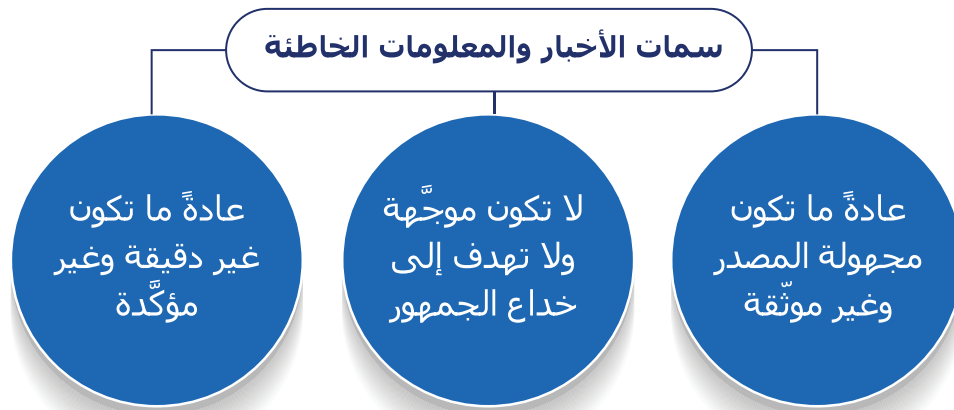
التمييز بين الأخبار والمعلومات المضلّة وتلك الخاطئة

الأخبار والمعلومات الخاطئة هي «معلومات غير دقيقة وغير صحيحة بالكامل ويعتري جزءاً منها خطأ في السياق أو المعلومة الرقمية أو المصدر أو جوانب أخرى، لكنها لا تهدف إلى إحداث ضرر بشكل متعمّد، وقد ينشرها فرد (أو جهة) لا يعرف أنها خاطئة على موقع للتواصل الاجتماعي أو عبر وسيلة إعلام، في محاولة للمساعدة».

مثلاً؛ قد تنشر وسيلة إعلام خبراً وهي غير متأكدة بنسبة عالية من دقته بسبب الاستعجال ورغبتها بالمنافسة في بثّ الخبر قبل بقية وسائل الإعلام، ثم يتبين بأن الخبر غير صحيح. أو قد يستعين كاتب صحفي بمعلومة غير مؤكدة ضمن مقالة له، ثم يتبين له بأنها معلومة غير دقيقة. أو قد ينشر أحدنا معلومة نقلها من صديق عبر مواقع التواصل الاجتماعي من دون أن يكون متأكداً من صحتها.

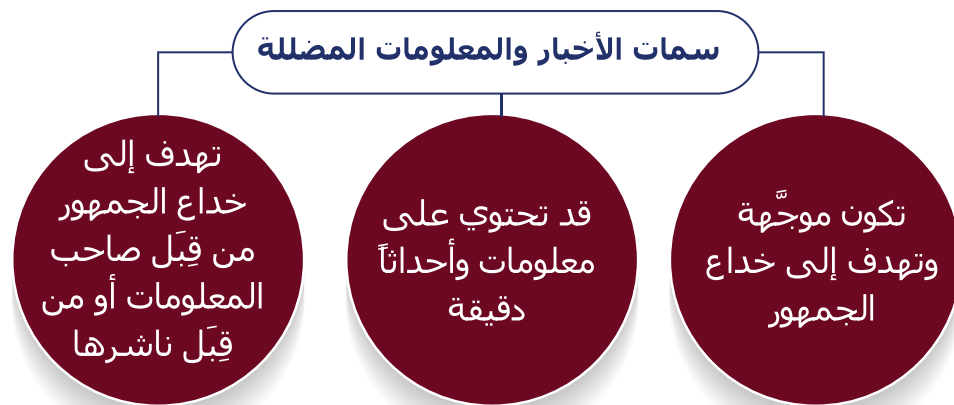
18 مركز الحياة - راصد. (2022). قياس مستوى معرفة الأردنيين/ات بخطاب الكراهية والمعلومات المضلّة والزائفة على منصات التواصل الاجتماعي.
19 معهد الإعلام الأردني. (2022). مؤشر الثقة بوسائل الإعلام في الأردن.

<https://www.jmi.edu.jo/ar/file/7730/download?token=Ileoargh>



أما الأخبار والمعلومات المضلّة فهي خاطئة بالأصل أو أنّ جزءاً منها خاطئ، لكنّ تقف خلفها جهة (أو فرد)، وتُنشرها بشكل متعمّد بهدف إحداث ضرر.

فقد يتم استخدام الأرقام والإحصاءات الحقيقية بطريقة مغلوطة عبر إخراجها من سياقها الأصلي أو تقديمها بشكل مجتزأ، كما قد يكون التضليل بالتعامل مع المعلومات بطريقة انتقائية لدعم وجهة نظر محددة، وفي بعض الحالات يكون التضليل في استخدام الحقائق بشكل جزئي، إذ يتم إخفاء معلومات معينة وتبرز معلومات أخرى لخلق تأثير معين أو لتوجيه الانتباه بعيداً عن النقاش الحقيقي.





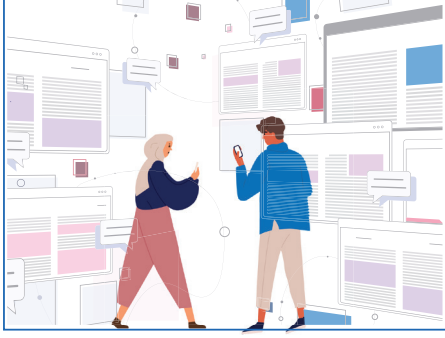
سؤال للتفكير: ماذا يحدث في حال أعاد شخصٌ أو جهةٌ تثق فيها نشر «معلومات خاطئة».. هل يعدّ ذلك تضليلاً؟

تتنوع أشكال الأخبار والمعلومات المضلّة والخاطئة ويصعب التمييز بينها بسهولة، إلّا أن منظمة «جراند فيو» المهتمة بالحريات الصحفية وضعت 10 أنواع وأشكال للأخبار والمعلومات المضلّة والخاطئة: الأمر الذي قد يساعد على تمييزها.

10 أنواع للمعلومات والأخبار الخاطئة والمضلّة

الربط الكاذب العناوين الرئيسية أو المواد البصرية أو العناوين الفرعية وشرح الصور لا يتناسب مع المضمون	السياق الخاطئ عندما يُنشر محتوى حقيقي بسياق كاذب
محتوى خاضع للتلاعب عندما يجري التلاعب بمعلومات أو صور حقيقية بغرض الخداع	سخرية أو محاكاة ساخرة لا نية للتسبب بأذى ولكن يمكن أن تخدع البعض
المحتوى المضلل الاستخدام المضلل للمعلومات وتوجيهها حسب أجندة معينة	المحتوى الانتحالي عندما تُنتحل هويات مصادر حقيقية
المحتوى الملقق محتوى جديد مزور بالكامل، بهدف الخداع والتسبب بالأذى	البروباغندا عندما يُستخدم المحتوى لتوجيه المعرفة وتشكيل القيم والمواقف بما يؤيد أجندة سياسية أو فكرية معينة
المحتوى المدعوم عندما تكون الإعلانات أو العلاقات العامة متخفية في شكل محتوى تحريري	الأخطاء عندما ترتكب المؤسسات أخطاء غير مقصودة

لماذا تنتشر الأخبار والمعلومات المضلّة أو الخاطئة؟



تظهر الأخبار والمعلومات المضلّة والخطئة في الوقت الذي يكون فيه الجمهور بحاجة ملّحة للمعلومات، ويتوافق ذلك عادةً مع الأزمات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وحتى الصحية، كما هي الحال أثناء انتشار جائحة «كورونا» في العالم، حيث يشعر كثير من الناس بالقلق ويكونون بحاجة إلى مزيد من المعلومات والأجوبة على أسئلتهم الملّحة؛ الأمر الذي يجعلهم أكثر

«ضعفًا» ويزيد من احتمالية «تصديقهم» للأخبار والمعلومات المضلّة والخطئة، خاصةً إن كانت الجهات المسؤولة²⁰ -بإيئة بتقديم المعلومات، أو غير قادرة على تقديمها بطريقة مقنعة للجمهور، أو لا تمتلك القنوات والأدوات من أجل تدفق جيد للمعلومات.

هذه الحالة من الحاجة للمعلومات تخلق ما يسميه «منهج منظمة (إنترنيوز) للتعامل مع الأخبار الخطئة»²⁰ بـ«العرض والطلب»، أي أن صَغَف «عرض» المعلومات حول قضية ما، يخلق مزيداً من «الطلب» من قِبَل الجمهور، وهذا يخلق مساحة للأخبار والمعلومات المضلّة والخطئة بالظهور بسبب الاستعجال والتسرع والإلحاح للحصول على الأخبار والمعلومات، كما يدفع «أصحاب النية السيئة» للظهور وتقديم معلوماتهم المضلّة من أجل غاياتهم الشخصية أو السياسية أو الاقتصادية، لذا تؤمن «إنترنيوز» بأن توفير المعلومات الدقيقة والصحيحة من مصادرها ذات الصلة باحتياجات المجتمع يساعد على بناء وترسيخ الثقة داخل المجتمع وتعميق العلاقات داخله.

وفي دراسة أعدها معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا، وجد أن الخبر «غير الصحيح» في حال نُشر على منصة «إكس» سيصل إلى الجمهور أسرع بست مرات مما يحدث للخبر الصحيح، وأن احتمالية أن يعيد شخص ما مشاركة هذا الخبر أعلى بنسبة 70% مما يحدث للخبر الصحيح. كما أظهرت الدراسة أن الناس عادةً ما يعيدون نشر الأخبار والمعلومات المضلّة والخطئة على صفحاتهم وحساباتهم، لأنها أكثر صدمةً للجمهور وتثير اهتمامهم لأنها تُشعرهم بـ«الخوف أو الصدمة أو التفاجؤ»، فضلاً عن أنها تثير حماسة الآخرين وتدفعهم لمشاركتها أو التعليق عليها لزيادة التفاعل على تلك الصفحات أو الحسابات.

20 Internews. Disinformation: An Internews Approach.
<https://internews.org/resource/trust-analytical-framework/>



وتظهر الأخبار والمعلومات المضلّة والخاطئة بشكل يومي بين أفراد عاديّين يطرحون آمالهم ومخاوفهم وخبراتهم السابقة، فهذه الأخبار والمعلومات ليست إلا الصورة المكتوبة أو المتلفزة للشائعات، وهي الممارسة الاجتماعية القديمة التي تنتشر بين المجتمعات المتشابكة، وهو ما تحقّقه مواقع التواصل الاجتماعي، إذا يرتبط كل فرد منا بمجموعة مقربة؛ إما الأسرة، أو الأقارب، أو الزملاء بالعمل، ويكون لهذه المجموعة وجود افتراضي على أحد مواقع التواصل الاجتماعي؛ الأمر الذي يسهّل نشر تلك الأخبار أو المعلومات وزيادة انتشارها.



إننا نعيش في منطقة عُرفت تاريخياً بظروفها الاقتصادية والسياسية المعقّدة، إذ لا يمر يوم واحد تقريباً من دون أن يحدث شيء ما يلفت انتباهنا واهتمامنا، سواء على المستوى المحلي أو على المستوى الإقليمي؛ الأمر الذي يدفعنا لمتابعة الأخبار ومشاركتها بشكل مستمر.

وعلى المستوى المحلي، بينت دراسة²¹ لـ «معهد الحياة - راصد» أن الأردنيين ينشرون الأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي للأسباب والدوافع التالية:

21 مركز الحياة - راصد، (2022). قياس مستوى معرفة الأردنيين/ات بخطاب الكراهية والمعلومات المضلّة والزائفة على منصات التواصل الاجتماعي.



الحصول على مزيد من المعلومات

21% ينشرون الأخبار لأنها تساعدهم بالحصول على معلومات ذات صلة بالخبر، حيث يقومون بنشر الخبر والسؤال إن كان لدى الآخرين مزيد من المعلومات حولها.

الأسرع في النشر

10% ينشرون الأخبار حتى يكونوا من أوائل الأشخاص الذين ينشرونها بقطع النظر عن صحتها.

تعزيز العلاقات مع الآخرين

22% قالوا إن المشاركة تساعدهم على التفاعل مع الأصدقاء وتعزز علاقتهم بهم.

الشعور بالتميز

16% ينشرون الأخبار حتى يشعروا بالتميز عن غيرهم بصرف النظر عن صحتها.

الحصول على الإعجاب

5% ينشرون الأخبار للحصول على إعجابات ومشاركات من الآخرين.

مشاركة المعلومات

32% من الأردنيين ينشرون الأخبار لمشاركة المعلومات والأخبار الهامة مع دوائرهم الاجتماعية والمهنية.

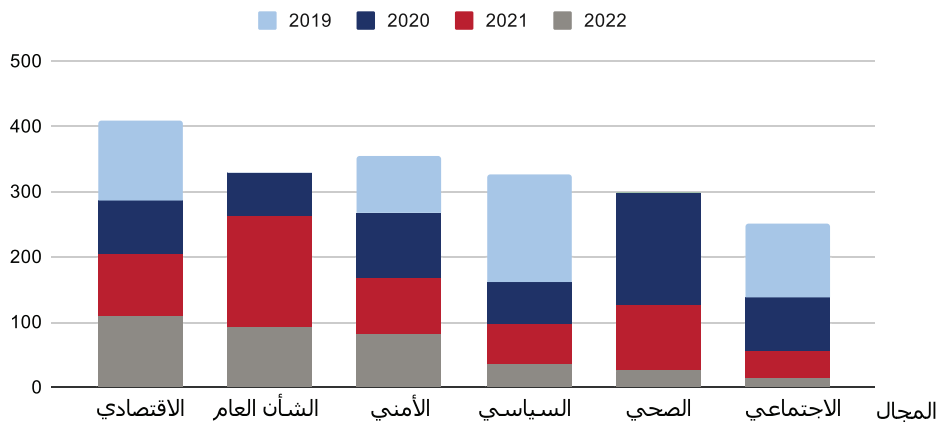
معرفة آراء الآخرين

21% ينشرون الأخبار فقط لمعرفة آراء الآخرين حولها.

التأثير بالآخرين

13% ينشرون الأخبار لشعورهم بأهمية التأثير في الآخرين.

ففي الأردن؛ رصد مرصد مصداقية الإعلام الأردني (أكيد) 362 شائعة انتشرت بين الجمهور عن طريق وسائل إعلام محلية خلال عام 2022²²، و550 شائعة انتشرت خلال عام 2021، و569 شائعة عام 2020. ويعمل المرصد بمنهجية علمية لرصد الشائعات التي يُعرّفها بأنها: «الأخبار والمعلومات غير الصحيحة، المرتبطة بشأن عام أردني، أو بمصالح أردنية، والتي وصلت إلى أكثر من خمسة آلاف شخص تقريباً، عبر وسائل الإعلام الرقمي».



توزيع الشائعات في الأردن بحسب المجالات (مرصد أكيد)

22 مرصد مصداقية الإعلام الأردني (أكيد)، تقرير رصد الشائعات في الأردن 2022.



الخبير

هو الشخص المختص الذي يملك مصداقية لدى الجمهور بسبب انتمائه لدائرة الاختصاص، رغم ذلك، قد لا يكون مجال اختصاصه يسمح له بتقديم معلومة سليمة تمامًا.

الأقارب ودائرتك المقربة

في لحظات الأزمات يشعر الناس بالهلع وهو ما يدفعهم إلى نشر أي معلومة أو خبر حتى لو تشككوا فيها.

الهزلي كثير المزاح

هو شخص لا يقصد تزييف الأخبار أو صناعتها، لكنه يتندر على الأحداث، والبعض يتداول نواته تلك على أنها حقيقية.

السياسي

المسؤول الرسمي الذي يؤخذ كلامه على محمل الجد، فقد يتضمن حديثه مبالغة أو مزاحاً.

المؤمن بنظرية المؤامرة

وهو الشخص الذي يعتقد أن أشخاص وجهات مرتبطة بأهداف ومصالح معينة هي وراء تحريك الأحداث، ويجزم بهذا الاعتقاد بشكل يجعله يكرر الخبر المضلل أو الخاطئ بثقة.

المتحایل

الذي يستخدم الواقع الحقيقي لخلق كذبة بغرض الانتفاع، مثل من ينشر صوراً مخادعة تدعو إلى التبرع لضحايا جائحة كوفيد 19، أو صناعة برامج في ظاهرها تتبع أخبار الجائحة، لكنها تتيح اختراق الحسابات الشخصية لمستخدميها.

المشاهير

لدى المشاهير مصداقية كبيرة بسبب حب جمهورهم لهم، وهو ما يجعل أي معلومة أو خبر يتداولونه مقبولاً بشكل كبير لدى جمهورهم، إلا أنهم عرضة مثلهم مثل أي فرد آخر لنشر أخبار ومعلومات مضللة إن لم تكن لديهم المعرفة الكافية في التحقق من المعلومات.

أنماط الأشخاص الذين ينشرون الأخبار والمعلومات المضللة²³

23 بي بي سي عربي، (2020). فيروس كورونا: من يصنع الأخبار الزائفة ومن ينشرها؟

<https://www.bbc.com/arabic/trending-52602639>

المواقع والصفحات الإخبارية المزيفة

هي مواقع أو صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي تحمل عادةً عنواناً إلكترونيًا قريباً من عنوان المؤسسة أو الشخصية التي يتم انتحال صفحتها الرسمية، وعادةً ما يتم اتباع نفس أسلوب الكتابة والتصميم والألوان وكل ما لا يجعلك تشك بأن هذه المواقع مزيفة ويتم من خلالها نشر أخبار ومعلومات مضللة وخاطئة.

تكمّن خطورة هذه المواقع في أن هناك مَنْ يتعامل معها على أنها مواقع حقيقية ويقوم بنشر أخبارها على مواقع التواصل الاجتماعي، لكن من حسن الحظ أن بالإمكان كشفها بسهولة، كما سنشرح لاحقاً.

خطاب الكراهية

لا تتوقف خطورة العصر الرقمي الذي نعيش فيه على ترويج الأخبار المضللة والخاطئة، إذ يرافق انتشار مواقع التواصل الاجتماعي تنامي ظاهرتي خطاب الكراهية والتنمّر الإلكتروني، اللذين أصبحا تحدّياً حقيقياً يؤثر في حياة الأفراد والمجتمعات، وقد تكون تكلفته باهظة جداً.



تعرّف الأمم المتحدة خطاب الكراهية بأنه «أي نوع من الاتصال بواسطة الكلام أو الكتابة أو السلوك²⁴ تُستخدم فيه لغة ازدراء أو لغة تمييزية تستهدف شخصاً أو مجموعة، بناءً على خصائص متأصلة (مثل العرق أو الدين أو النوع الاجتماعي) أو أي عامل آخر للهوية».

²⁴ UNESCO. (2023). What you need to know about hate speech.
<https://www.unesco.org/en/countering-hate-speech/need-know>

«تُخَطَّر بالقانون أيّ دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية تشكل تحريضاً على التمييز أو العداوة أو العنف».



المادة (02) من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية

وفي القانون الأردني، يُعرّف خطاب الكراهية بأنه «كل كتابة وكل خطاب أو عمل يُقصد منه أو ينتج عنه إثارة النعرات المذهبية أو العنصرية أو الحُصّ على النزاع بين الطوائف ومختلف عناصر الأمة»²⁴.

وعادةً ما يستهدف هذا الخطابُ الفئات الأكثر ضعفاً وتعرضاً للتمييز والاضطهاد في المجتمعات، إذ تقول الأمم المتحدة إن 70%²⁵ من المستهدفين بخطاب الكراهية على مواقع التواصل الاجتماعي هم من الأقليات.



وتكمن خطورة خطاب الكراهية في تعزيز التمييز والعنصرية، وانتهاك حقوق الأفراد والجماعات بالحرية والمساواة والأمن، وتعريضهم للتهديد والاستهزاء، ووضعهم تحت ضغوط نفسية هائلة، وتعرضهم للعنف المباشر والقتل؛ الأمر الذي يسهم بشكل مباشر في تهديد الأمن والسلم الاجتماعي والتعايش السلمي.

24 قانون العقوبات الأردني.

25 الأمم المتحدة، (2022)، المستهدفون بخطاب الكراهية.

أشكال خطاب الكراهية بالفضاء الرقمي

يمكن أن يختلف خطاب الكراهية في حدّته وشكله، إذ قد يكون على شكل إهانات أو دعوات مباشرة للعنف والقتل، لكنّ بصرف النظر عن الشكل الذي يتخذه، فإنّ ضرره كبير، إذ يسهم في تهميش الأفراد والمجتمعات ويهدد أمنهم ويقودهم إلى الإحجام عن المشاركة والتعبير؛ الأمر الذي يؤثر في الحيز العام والمشاركة المدنية والنقاشات العامة.

الخطاب الرمزي

تُستخدَم فيه الرموز والإيماءات والصور لنقل رسائل الكراهية والتمييز. وغالباً ما ترتبط هذه الرموز بالأيديولوجيات المتطرفة أو جماعات الكراهية.

الخطاب اللفظي

تُستخدَم فيه الكلمات المنطوقة للتعبير عن آراء تمييزية أو مهينة أو مسيئة تجاه فرد أو مجموعة معينة على أساس العرق أو الدين أو الجنس أو اللغة أو أيّ خصائص أخرى. يمكن أن يحضر الخطاب اللفظي في الخطابات العامة والمحادثات والاتصال عبر شبكة الإنترنت.



الخطاب المكتوب

يشير إلى التعبير عن الكراهية أو التمييز أو التحيز من خلال الوسائط المكتوبة مثل المقالات، والمدونات، والمنشورات على مواقع التواصل الاجتماعي، والتعليقات عبر شبكة الإنترنت.

أشكال الخطاب الكراهية في الفضاء الرقمي

الفرق بين خطاب الكراهية وحرية التعبير

حرية التعبير حقّ أساسي من حقوق الإنسان، إذ تنص المادة (19) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان على: «لكلّ شخص حقّ التمتع بحريّة الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحقّ حرّيته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقّيها ونقلها إلى الآخرين، بأيّ وسيلة ودونما اعتبار للحدود». إلا أن خطاب الكراهية لا يندرج تحت حرية التعبير والرأي، لأنه جريمة في القانون الجنائي الدولي؛ إذ يعدّ تحريضاً على «التمييز، والعداوة، والعنف»²⁶.

26 الأمم المتحدة. (1948) الإعلان العالمي لحقوق الإنسان.

<https://www.un.org/ar/about-us/universal-declaration-of-human-rights/>

مَن ينشر خطاب الكراهية؟

سهّل الفضاء الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي إنشاء خطاب الكراهية عبر شبكة الإنترنت، إذ أصبح بالإمكان مشاركته بسهولة وبتكلفة منخفضة، والأخطر أنّ من يقومون بنشره عادةً ما يكونون مجهولي الهوية عبر اتخاذ أسماء وهمية على مواقع التواصل الاجتماعي؛ الأمر الذي يصعب التعرف إليهم وملاحقتهم قضائياً.

ويمكن تصنيف المجموعات التي تنشر خطاب الكراهية إلى:

1. الجماعات المتطرفة: هي الجماعات التي تتبنى آراءً متطرفة على أساس قومي أو ديني أو وطني، وعادةً ما تزعم تفوقها بسبب انتماءاتها وتحيزاتها وما يجمع أفرادها من مزايا متخيلة. لقد سهّلت مواقع التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية وصول هذه الجماعات للجمهور ونشر آرائها التي عادةً ما تكون «عنصرية»، وقد تكون جهودها منسقة في بعض المواقف وتعمل وفق آلية منظمة.

2. الأفراد المحبّطون: يعاني بعض الأفراد من الانعزال الاجتماعي والتوتر، وقد يجدون في شبكة الإنترنت مجالاً للتعبير عن غضبهم ونقمتهم وكراهيتهم، فيتجهون إلى نشر خطاب الكراهية لتفريغ مشاعرهم السلبية أو للبحث عن تأكيد وتأييد من آخرين يشاركونهم الآراء المتشددة.

3. أصحاب المصالح السياسية: في بعض الأحيان، يمكن أن تكون هناك جهات ذات أجندات سياسية ترغب في زعزعة الاستقرار أو التأثير في الرأي العام من خلال نشر خطاب الكراهية، وقد يتخذ ذلك شكل حملات التأثير المنظمة في الفضاء الرقمي، ومن أمثلتها توظيف خطاب الكراهية ضد اللاجئين أو السياح من جنسيات وثقافات أخرى.

محاربة خطاب الكراهية

مجالات محاربة خطاب الكراهية²⁷

1. اكتساب مهارات الدّراية الإعلامية والمعلوماتية: أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير في زيادة خطاب الكراهية وسرعة انتشاره بطريقة لم نعرفها من قبل، لذا أصبح من الضروري اكتساب مهارات الدّراية الإعلامية ونشرها لرفع القدرة على تمييز المعلومات التي تحرّض على العنف ضد

²⁷ JameKolok, P. A. 5 ways to counter hate speech in the media through ethics and self-regulation. UNESCO.
<https://en.unesco.org/5-ways-to-counter-hate-speech>

الآخرين، بالإضافة إلى تعزيز وجود وسائل الإعلام الجادة التي تنقل المعلومات الدقيقة، والتي يسهم محتواها المتوازن في إظهار الحقائق والدفاع عن الفئات المستضعفة.

2. تنظيم مواقع التواصل الاجتماعي: هذا الموضوع شائك، إذ يربطه بعضهم بتقييد الحريات وخاصة حرية التعبير والصحافة، إلا أن بالإمكان تنظيم مواقع التواصل الاجتماعي من خلال أطر قانونية تحرص على الموازنة بين حريات التعبير وحماية المجتمعات والمستخدمين من مخاطر خطاب الكراهية كما تقترح منظمة اليونسكو، بالإضافة إلى إعطاء جهات مشهود لها بالحياد سلطة التبليغ السريع عن المحتوى الذي يمثل خطاب كراهية ويحرض على العنف كي تتمكن مواقع التواصل الاجتماعي من الاستجابة والتعامل مع هذا المحتوى بشكل فعال وسريع.

3. تشجيع الضحايا والشهود على الإبلاغ عن الجرائم المتعلقة بخطاب الكراهية: يبقى خطاب الكراهية غير مرئي إلى حد كبير للأسف، لأن كثيراً ممن يتعرضون له لا يعرفون آلية التبليغ عنه. ويمكن التبليغ عن هذا الخطاب بطرق عدة؛ من أبرزها تبليغ إدارة مواقع التواصل الاجتماعي أو السلطات المحلية التي عادةً ما تتخذ إجراءات قانونية بحق من ينشر مثل هذا النوع من الخطاب.

4. وضع حد للإفلات من العقاب على جرائم الكراهية: وهنا يأتي دور مؤسسات المجتمع المدني ووسائل الإعلام، إذ يمكن معالجة الإفلات من العقاب على جرائم الكراهية من خلال إنشاء وحدات للرصد والتقييم، تتولى مراقبة اتجاهات خطاب الكراهية، وإعداد التقارير وتجميعها، ولفت انتباه المؤسسات الرئيسية على المستويين المحلي والدولي، لاتخاذ إجراءات بحق من يقف خلف هذا الخطاب وحماية الفئات التي يستهدفها.

التنمر الإلكتروني

يحدث التنمر الإلكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي وفي الفضاء الرقمي عموماً، وهو شكل من أشكال العنف يهدف إلى تخويف أو إغصاب شخص ما أو إقصائه أو التقليل من شأنه، وعادةً ما يتميز بالعدوانية والتكرار، وبحسب منظمة الأمم المتحدة للطفولة²⁸ (يونيسف) فإنه عادةً ما يتخذ أحد الأشكال التالية:

- نشر الأكاذيب أو نشر صور أو مقاطع فيديو محرجة لشخص ما على مواقع التواصل الاجتماعي.
- إرسال رسائل أو صور أو مقاطع فيديو مؤذية أو مسيئة أو تهديدية عبر تطبيقات التراسل.
- انتحال شخصية شخص ما وإرسال رسائل بذيئة للآخرين نيابةً عنه أو من خلال حسابات وهمية.

ويجد البعض صعوبة بالتفريق بين «النكات والمزح» من جهة وبين التنمر من جهة أخرى، فإذا كان من الطبيعي أن يتبادل الناس المزاح في الحياة الطبيعية (واقعياً أو رقمياً)، إلا أنه يمكن أن يتحول إلى تنمر إذا شعر الشخص المستهدف بالأذى وأن المزاح ليس في مكانه، خاصة إذا كان قد طلب من الطرف الآخر التوقف عن المزاح ولم يحدث ذلك، فمن حق كل إنسان أن يعامل باحترام عبر شبكة الإنترنت وفي الحياة الواقعية على حد سواء.

آثار التنمر الإلكتروني:

تكمّن خطورة التنمر في الآثار النفسية التي تترتب على من يتعرضون له، سواء كانوا من كبار السن أو من الأطفال، والتي تتنوع أشكالها ودرجة حدّتها. وتالياً أهم آثار التنمر الإلكتروني:

1. ضغوط نفسية:²⁹ يعاني من يتعرض للتنمر الإلكتروني ضغوطاً نفسية كبيرة، فبحسب دراسة أُعِدَّت عام 2019 شملت 80 مشاركاً تعرضوا للتنمر الإلكتروني بأشكال مختلفة، أكد 35% منهم أنهم شعروا بالاكتئاب بعد التعرض للتنمر، و23% راودتهم أفكار انتحارية، و21% أصبحوا يفتقرون إلى الثقة بالنفس.

²⁸ UNICEF. (2023). Cyberbullying: What is it and how to stop it. <https://www.unicef.org/end-violence/how-to-stop-cyberbullying>

²⁹ Farhangpour, P., Maluleke, C., & Mutshaeni, H. N. (2019). Emotional and academic effects of cyberbullying on students in a rural high school in the Limpopo province, South Africa. South African Journal of Information Management. <https://go.gale.com/ps/i.do?p=AONE&u=googlescholar&id=GALE%7CA591440876&v=2.1&it=r&sid=AONE&asid=be1fb3d3>

تقييم الأخبار والمعلومات

يُقصد بتقييم الأخبار والمعلومات: تحليل المعلومات لتحديد مدى دقتها وموثوقيتها، بهدف التمييز بين المعلومات الدقيقة والمضللة.

ويُعَدّ تقييم الأخبار والمعلومات عملية ذهنية تعتمد على التفكير النقدي وعلى مجموعة من الخطوات والنصائح التي من خلالها نستطيع أن نصل إلى حكم أكثر دقة على مصداقية المعلومات في السياق الإعلامي.

«التفكير النقدي»

أصبح «التفكير النقدي» مصطلحاً مألوفاً اليوم في مختلف المجالات التي تحتاج إلى تعزيز القدرة على فهم الأمور بصورة أعمق ومعالجة التعقيدات وإجراء التحليل الشامل للأمور؛ مما يساهم في اتخاذ قرارات أكثر دقة في الغالب.



ويعرّف «التفكير النقدي» بأنه: «عملية ذهنية تشمل تحليل الأفكار والمعلومات بعمق، وتقييمها بناءً على المنطق والأدلة المتاحة، وصياغة استنتاجات مدروسة ومنطقية»³⁰. وبشكل عام، إنه تفكير يتسم بالتحليل الدقيق والاستنتاج المنطقي، مع القدرة على التمييز بين الحقائق والافتراضات والتخمينات والآراء الشخصية.



30 ع. ع. س. الشمري، ه. م. آل رشيد (2021). التفكير الناقد. حائل: جامعة حائل.

أما التفكير النقدي في سياق الدّراية الإعلامية والمعلوماتية فيُقصد به «القدرة على تقييم الأخبار والمعلومات بموضوعية، وتحديد المغالطات المنطقية فيها، واستخلاص استنتاجات معقولة، وذلك من خلال الفحص المستمر للافتراضات والأفكار التي تُطرح علينا، ومحاولة النظر إليها من وجهات نظر مختلفة، وتقييم الأدلة للوصول إلى نتائج أفضل»³¹.

«التفكير مثل أي مهنة أو مهارة؛ لا يمكن أن نتقنها من دون تدريب وتطوير مستمرين».

ليندا إيلدر، عالمة نفس أمريكية

ويهدف «التفكير النقدي» في سياق الدّراية الإعلامية إلى زيادة قدرتنا على تكوين الآراء بالاعتماد على مجموعة واسعة من المصادر، والتفكير بشكل معمق في القضايا المعقدة؛ ما يجعلنا أكثر قدرة على مواجهة الصور النمطية ومحاولات التلاعب بتفكيرنا. كما يساعد هذا النمط من التفكير على تعميق فهمنا للواقع بأبعاده الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وعلاقات القوة في المجتمع، ويمكّننا من تقييم المعلومات وتفسيرها في سبيل صياغة الحجج أو التوصل لحلول المشكلات بصورة منطقية وقابلة للتنفيذ.

«التفكير النقدي لا يعني أن نتجاهل أو نستبعد كل شيء، بل يعني أن نحاول التمييز بين الادعاءات المدعّمة بالحقائق والادعاءات غير المدعّمة».

دانيال ج. ليفيتن، عالم نفس أمريكي

المقصود بـ«التفكير النقدي» أن نسأل الأسئلة الصحيحة حول الأخبار والمعلومات؛ ما يمكّننا في النهاية من أن نحللها بعمق بعيداً عن الانسياق وراء ما يظهر منها للوهلة الأولى؛ أي أنّ التفكير النقديّ يساعدنا على التحليل قبل الاستنتاج، وهو

31 . UNESCO , (2023). الدّراية الإعلامية للمواطنين.

<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000384981>

ما سيكون له أثر كبير في سلوكنا؛ ليس في التعامل فقط مع الأخبار والمعلومات المضلّة والزائفة، بل أيضاً في أسلوب حياتنا بصورة عامة.

ويمكن تطبيق خطوات «التفكير النقدي» في التعامل مع المعلومات عبر المرور بمجموعة من المراحل، هي: تحليل الأفكار، وتقييم الأدلة، والوصول إلى استنتاج منطقي، والتمييز بين الحقائق والآراء، وحل المشكلات، والتواصل.

مثال: تغطية وسائل الإعلام لقضية تلوث مصانع الزرقاء وأثرها في المجتمع المحلي



مراحل «التفكير النقدي»

كما يمكننا تطبيق ما يُعرَف بالأسئلة الصحفية الخمسة، وهي الأسئلة التي يجب أن يجيبَ كلُّ خبر صحفي عنها:

من؟ (Who)	ماذا؟ (What)	متى؟ (When)	أين؟ (Where)	لماذا؟ (Why)
مَن الذي يتعلق به الحدث أو القصة؟	ما الحدث أو القصة؟ ما الذي حدث بالضبط؟	متى وقع الحدث أو القصة؟ في أيّ توقيت وتاريخ؟	أين وقع الحدث أو القصة؟ في أيّ مكان أو موقع؟	لماذا وقع الحدث أو القصة؟ لماذا حدث هذا الشيء؟

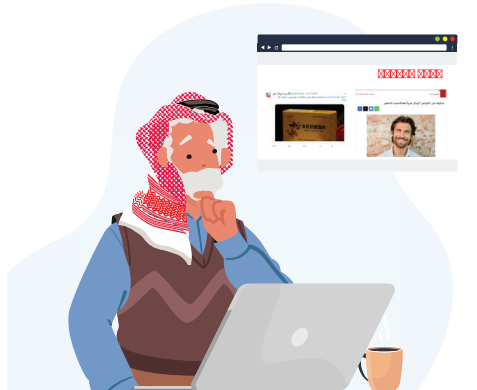
فحص وتقييم الأخبار والمعلومات

إن التفكير النقدي في النهاية مهارة ذهنية ليس ثمة طريقة محددة لاكتسابها، لكنها تحتاج -مثل أيّ مهارة في الحياة- تدريباً مستمراً إلى أن يصل المرء إلى مرحلة الإتقان. وفي ما يلي مجموعة من الخطوات التي يستطيع متّبعها أن يخطو خطوات جيدة في تدريبه ويغيّر الطريقة التي يفكر بها ويتعامل وفقها مع الأخبار والمعلومات، وهي خطوات سهلة التطبيق وتساعد في تحديد مدى جدارة القصة الخبرية أو المعلومات بالثقة.

التحقق من المصدر

ننظر إلى مصدر الخبر؛ من الذي نشره؛ فردٌ، أم مؤسسة، أم صفحة لا تمثل وسيلة إعلام على مواقع التواصل الاجتماعي؟ هل هذا المصدر جدير بالثقة ويحظى بسمعة جيدة في نشر الأخبار والمعلومات الموثوقة، أم إنه مجرد موقع على شبكة الإنترنت لم تسمع به من قبل؟

تكتسب المؤسسات الإخبارية والعاملون فيها السمعة الحسنّة من احترام قواعد العمل الصحفي المبنية على الموضوعية والتوازن والدقة في نقل الأخبار والمعلومات، ومن خلال الاحترافية في ممارسة العمل الصحفي وطريقة نشر الأخبار والمعلومات.



1. خطوات التحقق من المصادر

أولاً: نقيّم تصميم الموقع أو الصفحة

إذا كان الانطباع الأوّل مهمّاً في حياتنا وبسببه تُحكّم علاقاتنا واختياراتنا، فإنّه أكثر أهمية في سياق العمل الصحفي ويمكن الاعتماد عليه في تقييم مصادر الخبر، لا سيّما إذا كانت

مجرد مواقع موجودة على شبكة الإنترنت؛ فالمواقع الإخبارية المحترفة عادةً ما يقوم عليها فريق تقني متخصص يعمل على تصميمها بطريقة تمنح المتصفح تجربة قراءة سهلة وممتعة، أما المواقع المزيفة أو غير الجديرة بالثقة فغالباً ما تكون غير متقنة (من حيث التصميم والعرض والتقنيات الفنية) وتحتوي على كثير من الإعلانات المزعجة، وتستخدم صوراً معدلة أو مسروقة. يجب أن نسأل أنفسنا دائماً: هل يبدو تصميم الموقع احترافياً؟ وهل المقال أو مقطع الفيديو أو المحتوى منشور بجودة عالية؟ إن كانت الإجابة «لا»، فإن ذلك يعزز شكوكنا بأن هذا المصدر غير جدير بالثقة غالباً.

ثانياً: نتحقق من الرابط

تنتحل بعض الجهات التي تحاول نشر أخبار ومعلومات مضللة وخاطئة عناوين إنترنت (URLs) أو روابط غريبة تنتهي مثلاً بـ com.co، أو تنتحل عناوين مؤسسات إخبارية معروفة من خلال تغيير حرف من العنوان المعروف للمؤسسة؛ مثلاً: almamlakatv.com.co. فإذا وجدنا أن الخبر منشور على موقع كهذا، فإن هذا الموقع غير جدير بالثقة.

أما على مواقع التواصل الاجتماعي، فإن انتحال أسماء وسائل الإعلام المعروفة يكون من خلال استخدام شعارها وتصميمها ودرجات الألوان التي تستخدمها مع تغييرات يسيرة بالرباط التابع لها، وعادةً ما يسهل التعرف إلى مثل هذه الصفحات لأنها تكون غير موثقة وضعيفة.



تتابع فقط الصفحات الموثقة على مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للمؤسسات الإعلامية أو الشخصيات العاملة في مجال الإعلام المعروفة بسمعتها الجيدة في نشر الأخبار، التي عادةً ما تكون إشارة توثيق بجانب اسمها.