

تويتر منصة مهمة لنشر الروايات الإيجابية عن المسلمين

الحقائق على تويتر ساهمت في تقويض نشر الأخبار المزيفة وخطابات الكراهية



قصص حقيقية انتقلت إلى تويتر

كان لديهم عدد أقل من المتابعين ويتابعون عدداً أقل من الناس، وكانوا أقل نشاطاً على تويتر، وكان يتم التحقق منهم بوتيرة أقل بصورة ملحوظة وكانوا موجودين على تويتر منذ وقت أقصر.

ورغم ذلك لا يمكن إنكار جهود منصة تويتر والمنصات الاجتماعية الأخرى، والإجراءات التي اتخذتها لاحقا للحد من انتشار الأخبار الكاذبة، إذ تم حذف الكثير من الحسابات الوهمية وتفعيل آليات نداء اصطناعي للتحقق من هذه الأخبار المزيفة. صحيح أن هذه الإجراءات لن تكون كافية بالقضاء على هذه الأخبار الكاذبة، لكنها قد تساهم في الحد منها، والتقليل من مدى انتشارها.

فرضية الطرافة التي تفترض أن الناس يشركون هذه الأخبار لأنها تثير الاستغراب أكثر من الأخبار الحقيقية، وقال التقرير إن الأخبار الكاذبة تحفز على الرد على تويتر والتعبير عن الدهشة والخوف أو الاستمزاز. أما الأخبار الحقيقية فإنها تثير مشاعر الحزن والتعجب والفرح والثقة.

وخلصت الدراسة كذلك إلى أن كمية الأخبار الكاذبة على تويتر في ازدياد، وتميل إلى الزيادة خلال الأحداث الرئيسية مثل الانتخابات الرئاسية الأميركية في 2012 و2016، ومع ذلك فإن مروجي هذه الأخبار لا يبدو أن لديهم أعدادا كبيرة من المتابعين؛ إذ تبين في الواقع أن من يروجون الأخبار الكاذبة

بإعادة تغريد هذه القصص الإخبارية غير الصحيحة أكثر من 4.5 ملايين مرة. واعتمد الباحثون على ست منظمات مستقلة للتحقق من المعلومات، لتحديد كذب أو صحة الخبر، وذكر التقرير الذي أعده باحثون من معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا أن الأخبار الكاذبة تحظى بفرصة الانتشار 70 بالمئة أكثر من الأخبار الحقيقية، وتستغرق الأخبار الصحيحة مدة أطول بست مرات للوصول إلى 1500 شخص مقارنة مع القصص الكاذبة للوصول إلى العدد نفسه، واقتصرت الدراسات السابقة حول الموضوع على حالات دراسية أو عينات أصغر.

وشرح الباحثون أن القصص الكاذبة تنتشر أسرع على أساس

وتستند هذه الدراسة إلى حدث أثار انتباه وسائل الإعلام الكبرى وتمت تغطيته بشكل واسع، لكن في حوادث أخرى لا يتم تسليط الضوء الكافي عليها، تبدو الأخبار المزيفة والشائعات أكثر إثارة لاهتمام الجمهور، الذي يميل إلى الغرابة والطرافة وما يناسب معتقده حتى لو لم يكن حقيقياً.

وبحسب دراسة سابقة، أكد باحثون أن الأخبار الكاذبة تنتشر أسرع من الأخبار الحقيقية، موضحين أنه خلافاً للرأي السائد فإن الناس هم الذين ينشرون هذه الأخبار إلى حد كبير، وليس الروبوتات، بحسب تقرير نشرته مجلة "ساينس" العلمية يتناول نحو 126 ألف موضوع على تويتر من 2006 إلى 2017، وقام ثلاثة ملايين شخص

كشفت دراسة حديثة رصدت التغريدات على تويتر في أعقاب حريق غرينفيل في لندن أن الغالبية العظمى من الروايات التي انتشرت أظهرت الموقف الإيجابي للمسلمين، ووصفتهم بأنهم قاموا بدور المنقذ أثناء الحريق وبعده. وهذا يثير الاهتمام لأنه يتحدى المفاهيم السائدة حول النظر والحكم على المسلمين في المملكة المتحدة في أعقاب الهجمات الإرهابية.

لندن - على عكس ما هو شائع، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي أن تقوم بدور فاعل في مواجهة الأخبار المزيفة والشائعات التي تعتبر الوقود المغذي للكراهية، وبحسب دراسة جديدة قامت بتحليل البعض من التغريدات في أعقاب حريق برج غرينفيل السكني في لندن الذي يقطنه خليط اثني من البريطانيين.

وجاءت الدراسة في وقت لا يزال فيه النقاش على أشده حول دور مواقع التواصل الاجتماعي، مثل شركة تويتر، في نشر أخبار مزيفة على منصات، وقد تلقت الكثير من الانتقادات بسبب تقاعسها عن وقف انتشار هذه الأخبار. لكن هذه الدراسة الجديدة تظهر أن الجهود المنسقة يمكنها التغلب على الأخبار المزيفة والتأكد من نشر الحقيقة بشكل أسرع، ما قد يبعث المنصات الاجتماعية على الارتياح وتفنيس الصعده بعد سنوات من الإزعاج في هذا الشأن.

مواقع الإنترنت اليمينية المتطرفة سعت لنشر معلومات خاطئة، بينما منغ تويتر المسلمين مساحة للتعبير

وقال ريتشارد "لقد أظهرت النتائج التي توصلنا إليها أن تويتر كان منصة مهمة في نشر الروايات الإيجابية عن المسلمين أثناء الحريق وبعده، الأمر الذي ساعد على تقويض نشر الأخبار المزيفة تلقائياً وخطابات الكراهية. وتتعارض وسائل التواصل الاجتماعي دائماً مع المعرفة والأفكار الراسخة، مما يدل على أنها ليست في حد ذاتها قنوات لنشر الأخبار المزيفة وخطابات الكراهية".

وأضاف "تبين دراستنا كيف يوفر موقع تويتر للمسلمين مساحة دولية للتعبير عن أنفسهم والتأثير في النقاشات التي تلقى بثلاثها على المجتمعات الإسلامية في جميع أنحاء العالم".

وقد شملت الدراسة التي نشرت في مجلة "نيو ميديا اند سوسايتي" باحثين من جامعة سالفورد وكلية لندن للاقتصاد، قاموا بتحليل أكثر من 46 ألف تغريدة تم إرسالها في الأيام الأربعة التي أعقبت الكارثة، والتي وقعت في 14 يونيو 2017، وأودت بحياة 72 شخصاً. واشتعلت النيران حول الكتل المحيطة بالمبنى وانتشرت بسرعة عبر المبنى، عندما كان المقيمون يحاولون الخروج في نومهم. وفي الساعات التي تلت الحريق، انتشرت الروايات المختلفة

مجلس الإعلام الإماراتي يضبط الدعاية الانتخابية

بمبدأ المساواة بين المرشحين في حال استعراض البرامج الانتخابية دون تمييز أو دعم مرشح دون آخر، علاوة على التفريق بشكل واضح بين المواد الإخبارية والمواد الإعلامية المصورة أو التحريرية، بحيث يكون الجمهور على معرفة بالمواد الإعلامية المدفوعة.



رأشد خلفان النعيمي

الالتزام بالأنظمة بحق مبدأ النزاهة والمساواة بين المرشحين

وأكد النعيمي ضرورة الاستعانة بالأشخاص والمؤسسات المرخصة للعمل في مجال الدعاية والإعلان من قبل المجلس الوطني للإعلام، حيث يحظر قانون الإعلام الإلكتروني في الإمارات أن يقوم أي شخص أو مؤسسة بالترويج على أي من منصات التواصل الاجتماعي مقابل أجر، دون الحصول على ترخيص من الجهات المختصة.

وقد شمل التعميم ما يتم نشره عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تمارس نشاطاً إعلانياً تجارياً، بحيث ينطبق عليها نظام الإعلانات المعمول به في الدولة والمنشور على موقع المجلس الإلكتروني، والذي يحظر استخدام الكلمات والعبارات التي لا تتناسب مع قيم ومبادئ المجتمع الإماراتي، ولا تليق بمكانة وهيبة الدولة والمجلس الوطني الاتحادي.

أبوظبي - أصدر المجلس الوطني للإعلام في أبوظبي تعميماً يتضمن القواعد المنظمة للدعاية الانتخابية في وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي، بهدف تعزيز النزاهة والمساواة بين المرشحين، والالتزام بمعايير المحتوى الإعلامي، ودليل الإعلانات المعمول بها في البلاد.

ويتوافق التعميم مع التعليمات التنفيذية لانتخابات المجلس الوطني الاتحادي الصادرة عن اللجنة الوطنية للانتخابات.

وقال راشد خلفان النعيمي، المدير التنفيذي للشؤون الإعلامية في المجلس الوطني للإعلام، إن الغرام المرشحين ووسائل الإعلام بالقوانين والأنظمة التي تحكم تعليمات الدعاية الانتخابية يحقق مبدأ النزاهة والشفافية والمساواة بين المرشحين كافة، ومن هذا المنطلق جاءت هذه الخطوة لتكريس هذا المبدأ وضمان حصول جميع المرشحين على فرص متكافئة، في حال عرض برامجهم الانتخابية.

وتضمن التعميم ضرورة تمييز الدعاية الانتخابية المدفوعة عن المواد الإخبارية العادية، لضمان عدم قيام وسائل الإعلام بالتأثير على توجهات الناخبين لصالح أحد المرشحين دون غيره من خلال موادها الإخبارية غير المدفوعة وكذلك تنظيم طرق معرفة المواطنين بالبرامج الانتخابية لجميع المرشحين بشكل عادل.

كما ركز على ضرورة التزام وسائل الإعلام الرسمية في كل إمارة

في ليبيا للوقوف ضد خطاب الكراهية، والتخريض والتضليل الذي قالت إنه "يهدد مسيرة الليبيين نحو تحقيق السلم الاجتماعي".

وتصاعد انتشار خطاب الكراهية بالتزامن مع ازدياد حدة المعارك في البلاد وانتشار الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي.

وقال المحلل الليبي عماد بادي "صحيح هناك موجة تضليل إعلامي تروج عبر الشبكات الاجتماعية، لكن السبب أيضاً يكمن في أن كل طرف استثمر الكثير للتأثير على وسائل الإعلام لتعمد الرواية التي تناسبه".

ويجعل ذلك من شبه المستحيل تمييز الخبر الصحيح عن الخبر الكاذب. وعلى مواقع التواصل الاجتماعي تحول الكثير من المستخدمين إلى خبراء عسكريين يحاولون من خلال خرائط ونوعية السلاح إثبات أن الطرف الآخر هو المسؤول عن القصف.

ويمضي البعض إلى ما هو أبعد من خلال بث رسائل كراهية أو حش على العنف وسط غياب العقاب في البلاد الغارقة في الفوضى منذ الإطاحة بنظام معمر القذافي في 2011.

ويقول متابعون إن عدم إجبار المستخدم على الكشف عن هويته على الشبكات الاجتماعية يشجع الناس على الانخراط في خطاب الكراهية وحتى التخريض على الجريمة.

وينشر كل معسكر صور مقاتلين جرحى أو قتلى أو أسرى على فيسبوك في مسعى لإثبات انتصاره.

الكراهية على مواقع التواصل تمزق النسيج الاجتماعي في ليبيا

وأجمع المشاركون في الندوة على مجموعة من المبادئ الحاكمة لأخلاقيات العمل الصحفي في ليبيا، والنشر على صفحات التواصل الاجتماعي، وخرجا بـ16 توصية تمثل مبادئ أساسية، من أجل الحد من خطاب الكراهية والتضليل الإعلامي، وترويج الشائعات.

وستلبي هذه الندوة ندوات مماثلة لتشمل كافة الفاعلين في الفضاء الإعلامي من مختلف الأطراف والمناطق الليبية ومن كافة التوجهات، في سبيل التوافق على مدونة سلوك مهني في مجال الإعلام.

وعبرت البعثة عن أملها في أن تمثل هذه الفعاليات فرصة لجميع الإعلاميين

في تعريف المشاركين بأخر تقنيات الأخبار، والاستخدام الأمثل للمنصة، علاوة على لحظة سريعة حول السياسات التي اعتمدها الشركة في ما يتعلق بمعايير المجتمع، بما فيها الإبلاغ عن الانتهاكات والمضامين التي تحض على الكراهية والعنف.

ويعتبر موقع فيسبوك الوسيلة الأولى للاطلاع على الأخبار بالنسبة إلى السكان، رغم غياب الضمانات بشأن مصداقية ما يُنشر عبره.

ويدرك طرفا النزاع أهمية مواقع التواصل الاجتماعي، ويمسك بعض مقالاتهم السلاح بيد وهاتفاً لتصوير ما يحدث باليد الأخرى.



محتوى وسائل الإعلام لا يختلف كثيراً عن مواقع التواصل

طرابلس - أكدت نائبة الممثل الخاص للأمين العام للشؤون السياسية ستيفاني وليامز، على أن "خطاب الكراهية والتخريض والشائعات والمعلومات المضللة قليلة على المحتوى السائد في وسائل التواصل الاجتماعي في ليبيا".

وأضافت في كلمة لها خلال ندوة في طرابلس، لمواجهة خطاب الكراهية والتخريض والتضليل في وسائل الإعلام، "هذا للأسف يتسبب بشكل ملحوظ في تمزق النسيج الاجتماعي في ليبيا، فكلما استمر الوضع على هذا الحال، ازداد الأمر تعقيداً أمام جهود الوساطة للتوصل إلى إيقاف إطلاق النار إيقافاً دائماً".

واجتمع على مدى يومين 30 مشاركاً من شخصيات صحافية وحقوقية، وناشطين في المجتمع المدني، وعلى شبكات التواصل الاجتماعي، وممثلين لعدد من المؤسسات الإعلامية، وأكاديميين في مجال الإعلام، لمناقشة السبل الكفيلة بالحد من استخدامات وسائل الإعلام، وشبكات التواصل الاجتماعي في الترويج للعنف وخطاب الكراهية، في ندوة تعقدها أمام جهود المتحدة للدعم في ليبيا يومي 9 و10 سبتمبر الجاري.

وتابعت وليامز قائلة "نبارك هذا العمل الهام، وندعوه ونأمل أن تتمكن قريباً من استعادة دور الإعلام كوسيلة لبناء السلام في ليبيا".

وشاركت شركة فيسبوك في إحدى الجلسات بمدخله عبر الفيديو تمثلت