

كيف تخرب الأخبار الزائفة الاقتصاد؟

كتبه جوناثان مارسيانو | 17 يناير، 2020



ترجمة وتحرير نون بوست

تواجه قطاعات متنوعة من الاقتصاد مشاكل قد تكبدها خسائر كبيرة جزاء الجهات الفاعلة السيئة التي تنشر الأخبار الزائفة على الإنترنت، ففي دراسة أجرتها شركة الأمن السيبراني "شيك"، ومدرسة ميريك للأعمال بجامعة بالتيكور، وقع الكشف عن الخسائر الاقتصادية الكاملة الناجمة عن الأخبار الكاذبة. فيما يلي عشرة قطاعات تواجه خسائر قريبة ومدمرة من وباء الأخبار الزائفة.

1. أخبار وهمية مخيفة عن سوق الأسهم

تسببت أخبار زائفة عن سوق الأوراق المالية في إلحاق أضرار جسيمة بأسواق الأسهم العالمية، كان آخرها في سنة 2019، عندما حُذعت منافذ الأخبار بخطاب يُزعم أنه صادر عن لاري فينك، الرئيس التنفيذي لشركة بلاك روك للاستثمار، مما أدى إلى تقلبات تقدر بمئات الملايين من الدولارات. في حالة أخرى، تراجعت الأسهم بمقدار 341 مليار دولار في حادث واحد. بناءً على تحليل لجميع الحالات الماضية التي تنطوي على أخبار وهمية تسببت في ضرر لأسواق الأوراق المالية العالمية، كان هناك خطر خسارة محتملة تصل إلى 0.05 بالمئة من قيمة سوق الأوراق المالية بسبب الأخبار الزائفة، وكنتيجة

2. أخبار كاذبة حول الصحة

ارتفعت تكلفة علاج الأوبئة الصحية، خاصة للأفراد الذين لم يتلقوا اللقاحات، بسبب التقارير الإخبارية الزائفة التي تنتشر بسرعة تُضاهي سرعة انتشار الأمراض. في الحقيقة، حلت مجلة العلوم “نيتشر” 14 مليون تغريدة، ووجدت حسابات مزيفة مسؤولة عن لعب “دور غير متناسق في نشر مقالات عن الصحة من مصادر ذات مصداقية ضعيفة”.

حسب رئيس هيئة الخدمات الصحية الوطنية في المملكة المتحدة، سيمون ستيفنز، فإن الأخبار الزائفة لنهاضي اللقاحات على وسائل التواصل الاجتماعي “تسببت في زيادة حالات الحصبة في البلاد بثلاثة أضعاف”. ونتيجة لذلك، أصبحت التكاليف الاقتصادية هائلة، إذ أن الأمراض التي يمكن الوقاية منها بين البالغين، مثل الحصبة، تكلف الولايات المتحدة وحدها حوالي تسعة مليارات دولار في السنة.

3. السياسة

في مجال الإنفاق الانتخابي، سيقع إنفاق ما لا يقل عن 200 مليون دولار على الأخبار الزائفة في الولايات المتحدة وحدها في سنة 2020، وقد وجدت دراسة أُجريت من قبل جامعة برنستون حول استهلاك الأخبار الزائفة خلال حملة الولايات المتحدة سنة 2016 أن المقالات الخاطئة شكلت 2.6 بالمئة من جميع مقالات الأخبار المطبوعة خلال حملة سنة 2016.

لنفترض أن مستويات الأخبار الزائفة قد انخفضت قليلاً إلى حوالي 2 بالمئة من إجمالي الأخبار السياسية، واستناداً إلى الإنفاق المتوقع البالغ 10 مليارات دولار في الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2020: يمكننا أن نفترض بشكل متحفظ أنه سيقع إنفاق 200 مليون دولار لترويج ونشر الأخبار الزائفة في الدورة الانتخابية المقبلة.

4. الإعلانات المبددة

تعاين أكبر العلامات التجارية في العالم من هذه المعضلة أيضاً، حيث عُرضت إعلاناتها على الإنترنت إلى جانب المحتوى التحريضي والمزيف الذي لا تؤيده، نتيجة لذلك، تُهدر أموال الشركات على الإعلانات من خلال ظهور علامتها التجارية في أماكن لا ترغب فيها، وقد وجد “مؤشر المعلومات التضليلية

العالي” أن ما لا يقل عن 235 مليون دولار من العائدات يقع تحقيقها سنويًا من الإعلانات التي تُعرض على مواقع الويب المتطرفة والمضللة، والتي تُدعم جزئيًا من قبل أكثر الشركات شهرة في العالم.

في أماكن أخرى، عُرضت إعلانات العلامات التجارية الكبرى إلى جانب أخبار علاج السرطان المزيفة، إلى جانب كون ذلك مجرد إهدار للمال، فإنه من المضر أيضًا أن تظهر الإعلانات إلى جانب الكراهية أو المعلومات الخاطئة.

5. المقاومة

أجبرت مئات الشركات على إنفاق موارد هامة لإنكار المعلومات الكاذبة التي نشرت ضد شركاتها، وقد توصلت شركة الأخبار الاجتماعية والتسليية “بزفيد” إلى أن القصص المزيفة الأكثر مشاهدة تضمنت قصصًا منتشرة على نطاق واسع حول أفضل الشركات العالمية، وشملت قصصا استهدفت “نايكي” (الادعاء الكاذب بأن مايكل جوردان ترك مجلسها) و”سامسونغ” (الادعاء بأنه قد وقع مقاضاة عملاق الإلكترونيات)، وكلا التقريرين المزيفين جمعا 2.2 مليون تفاعلا على فيسبوك، وهذا يتطلب تكاليف المشاركة وإدارة السمعة ووقت التنفيذ.

من أجل توضيح حجم التكاليف المتزايدة في هذا المجال، فإنه من المتوقع أن ينمو سوق إدارة/ تحليلات وسائل التواصل الاجتماعي إلى 9.54 مليار دولار بحلول سنة 2022، علما بأن إدارة السمعة تعد قطاعًا فرعيًا.

6. الإنفاق الحكومي

تتضمن التكاليف الحكومية العالمية لمواجهة الأخبار الزائفة إجراء تحقيقات متعددة (كلف تقرير مولر وحده دافعي الضرائب الأمريكيين 32 مليون دولار وفقًا لوزارة العدل) حول التشريعات الجديدة وبرامج التثقيف الإعلامي والإنفاذ ضد العناصر الخبيثة الفاعلة.

7. موارد الشرطة

لقد أدى تعامل الشرطة مع وباء الأخبار الزائفة إلى إنهاك مواردها، ففي فرنسا، تسببت احتجاجات حركة السترات الصفراء المناهضة للحكومة في تواتر “الأخبار الزائفة”، التي شوهدت حوالي 105 مليون مرة خلال خمسة أشهر من الاحتجاج. من جهتها، أغلقت شركة غوغل 210 قناة على موقع يوتيوب لأنها كانت جزءًا من محاولة “منسقة” لنشر مواد حول الاحتجاجات في هونغ كونغ، كما

ادعت الشرطة النيجيرية أن الصور والأخبار الكاذبة ساهمت في تصعيد الصراعات وتفاقمها. وقد صرح مفوض الشرطة الوطنية بالنيابة في جنوب أفريقيا، الفريق خوموتسو فالان، بأن الأخبار الزائفة لا “تتشر الذعر فحسب”، بل “تهدر وقت الشرطة ومواردها أيضًا”.

8. الإنفاق الكبير على التكنولوجيا

صرح الرئيس التنفيذي لشركة فيسبوك، مارك زوكربيرغ، بأن ميزانية الشركة المخصصة لأنظمة السلامة أكبر من إجمالي إيرادات تويتر لهذا العام، التي بلغت 3 مليارات دولار في سنة 2018، وأضاف زوكربيرغ أن فيسبوك توظف 30 ألف محترف على مستوى العالم الذي يحللون يوميًا ما يزيد عن مليوني قطعة من المحتوى. وفي استثمارات أخرى: اشترت فيسبوك “بلومزبري للذكاء الاصطناعي” وتويتر استحوذت على “فابولا للذكاء الاصطناعي”، في حين تتلقى الشركات التي تعالج هذه المشكلة تمويلًا متزايدًا في محاولة لمعالجة الأزمة.

9. الرسوم القضائية

تلقت شركة تريب أدفايزور تعويضات قدرت بـ 9300 دولار من التكاليف والأضرار الناجمة عن كتابة ملاحظات وهمية خبيثة عنها من شخص واحد، في حين ردت شركة أمازون على الأخبار الزائفة من خلال سلسلة من الدعاوى القضائية ضد مواقع الويب التي تعرض نشر مراجعات زائفة لم يتم التحقق منها، كما اتهم التحقيق الذي أجراه مولر 13 روسيًا، عمل 12 منهم في وكالة أبحاث الإنترنت، كجزء من التحقيق في الأخبار الزائفة، ومن المرجح أن تتنامى هذه النزعة الخاصة بالإنفاذ، مما يؤدي إلى ارتفاع التكاليف على الحكومات ومسؤولي التطبيق.

10. تدمير الثقة في مختلف القطاعات

تجدر الإشارة إلى أن الخسائر الاقتصادية تكون مباشرة وغير مباشرة في نفس الوقت، حيث تقلل الأخبار الزائفة من ثقة الجمهور، فقد انخفضت الثقة في وسائل الإعلام من 55 بالمئة في سنة 2015 إلى 32 بالمئة في سنة 2019، كما انخفضت الثقة في مراجعة الأقران حيث أصبحت الزائفة منها أكثر بروزًا (في المملكة المتحدة وحدها، تبين أن المراجعات على الإنترنت تؤثر على 26 مليار دولار سنويًا من إنفاق المستهلكين).

المصدر: [هاكرنون](#)

