

الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي – بين التلاعب و  
الانتهاكات

Fake news on social media - Between Manipulation and Violations

إعداد

أ.د/ فريحة محمد كريم  
Prof. Dr. Friha Mohamed Karim  
جامعة باجي مختار-عنابة

Doi: 10.21608/jinfo.2022.229728

قبول النشر: ١٢ / ٣ / ٢٠٢٢  
استلام البحث: ٢٥ / ٢ / ٢٠٢٢

كريم ، فريحة محمد (٢٠٢٢). الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي –  
بين التلاعب و الانتهاكات . المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات،  
المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب ، مصر، ٣ (٧) ، ٦٩ – ٨٤.

## الأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي – بين التلاعب و الانتهاكات

## المستخلص :

بدا واضحا، أن المجتمع لم يعد يثق فيما تنقله وسائل الإعلام بمختلف أشكالها، حتى تجاوز الأمر إلى المصادر الرسمية نفسها، فالإعلام الذي أصبح يتغذى من الإشاعة وأصبح تابعا بشكل من الأشكال لشبكات التواصل الاجتماعي التي لم تعد لها أي مصداقية وأصبح كلامها مجرد "اشاعات"، لذا علم اجتماع الشائعات يعلمنا أن الأفراد الذين يشاركون المعلومات لا يؤمنون بها بالضرورة ؛ رغم التزامهم بالرؤية العالمية، ومع ذلك، فإن ما يميز ظاهرة "الأخبار المزيفة" بالإضافة إلى صناعتها من أجل توليد إيرادات إعلانية على الشبكات الاجتماعية، هو استخدامها لأغراض الدعاية السياسية، ففي الولايات المتحدة كما في فرنسا، تقوم شبكات منظمة تقع غالباً في أقصى اليمين من الطيف السياسي، بتعميم معلومات كاذبة تغذي خطاباً سياسياً مناهضاً للنظام وكرهية الأجانب. إن هؤلاء الصحفيون الذين يتحققون من المعلومات المتداولة على الشبكات الاجتماعية، يكافحون من أجل جعل أصواتهم مسموعة ليثبتوا أن الخبر كاذب، لكن إنكارهم سيكون له تأثير ضئيل على تداوله في النهاية، لذا فإن ما يهم بالنسبة لأولئك الذين يشاركونه هو صدق محتواه، والمفارقة أنه وبعد مرور زمن كانت فيه المعلومة شبه منعدمة، جاء ما سمي بـ"زمن الانفجار المعلوماتي"، بنتائج عكسية تماما، وأصبح كثير من الصحفيين لا يلتزمون بأي أخلاقيات للمهنة، ولم يعد كثير منهم يفرق بين الخبر والإشاعة وحتى الدعاية، فاختلطت المفاهيم وأصبحت المعلومة الصحيحة هي الضحية الأولى في هذه اللعبة. إذا كانت هذه المعلومات المزيفة ناجحة للغاية، يمكن مشاركتها عشرات أو حتى مئات الآلاف من المرات على الشبكات الاجتماعية، فذلك لأنها تعبر عن عدم الثقة في السياسة والإعلام، وبهذا المعنى، يمكن فهم "الأخبار المزيفة" على أنها وسيلة للسخط العادي لجزء متزايد من السكان. و لتعرض العديد من المستخدمين للضرر جراء الأخبار المزيفة و الوهمية، ستركز هذه الورقة البحثية على دراسة تأثير "الأخبار المزيفة" المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للدعاية الإلكترونية، و عن الانتشار السياسي للأخبار الكاذبة .

**الكلمات المفتاحية:** أخبار مزيفة، دعاية، وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلام السيبراني.

**Abstract:**

It seemed clear that society no longer trusted what the media transmitted in its various forms, until it passed the matter to the official sources themselves. The media, which has become nourished by the rumor and has become a form of social media, has no longer any credibility and its words have become merely "newspaper words".

Sociology of rumor teaches us that the people who share it do not necessarily believe in it; however, they adhere to the global vision, however, what distinguishes the phenomenon of "fake news", in addition to manufacturing its production in order to generate advertising revenue on social networks, is its use for political advertising purposes. In the United States as in France, organized networks, mostly located on the far right of the political spectrum, by spreading false information fueling anti-regime political discourse and xenophobia. This is also the reason why truth checkers, these journalists who check out information circulating on social networks, struggle to make their voices heard to prove that the news is false, but their denial will ultimately have little effect on its circulation, so what matters to those who They share it is the sincerity of its content, and the irony is that after a time when information was almost nonexistent, the so-called "information explosion time" came with completely opposite results, and many journalists did not adhere to any ethics of the profession, and many of them no longer differentiate between news, rumors and even propaganda. Concepts became mixed up Correct information is the first victim in this game. If this misinformation is so successful that tens or even hundreds of thousands of times can be shared on social networks, it is because it expresses a lack of confidence in politics and the media, and in this sense, "fake news" can be understood as a means of the normal discontent of an increasing portion of the population. This research paper will focus on studying the impact of "fake news" spread through

social media as a means of electronic advertising, and on the political spread of false news? Does "fake news" believe who distribute it.

**Key words:** fake news, publicity, social media, cyber media

### تقديم:

من الملفت أنه في زمن تعددت فيه وسائل الإعلام، اقتصررت هذه التعددية في الشكل فقط، ليبقى المضمون نفسه، فالعشرات من الجرائد الورقية والقنوات التلفزيونية، تتغذى من مصدر واحد هو "الفيسبوك"، وغابت ادنى معايير الكتابة الصحفية المتعارف عليها، والنتيجة أن المواطن لم يعد يثق في أي جهة، بما فيها الجهات الرسمية، التي وصلت إلى حالة من التخبط لم تشهداها في أسوأ الظروف التي عاشتها في وقت سابق.

أشار عالم الاجتماع الإيطالي إدواردو نوفيلي من جامعة "روما 3" إلى أن عدداً من وسائل الإعلام تباطأت في العمل في بداية الأزمة، وكتب في دراسة بعنوان "إنفومود" تتعلق بما نشرته 257 وسيلة إعلام أوروبية على موقع "فيسبوك" جرت بين ١٠ جانفي و 14 مارس أن "الصحف تأثرت إلى حد كبير بحكوماتها الوطنية التي قللت، في ألمانيا وفرنسا وبريطانيا، من خطورة الأزمة المقبلة"، وعبر عن أسفه لأن وسائل الإعلام هذه "لم تقم بدورها"، ونقلت بعضها أخباراً مضللة، مثل "ديلي ميل" في بريطانيا التي أوردت فكرة أن الفيروس النقطه شخص تناول حساء خفاش في الصين، وهذه المعلومات تناقلتها صحف عديدة تعيش على أخبار الإثارة.

على الرغم من أن مصطلح "الأخبار المزيفة" موجود حديثاً، لكنه لفت الانتباه العالمي عندما اعتبر العديد من المحللين الانتصار المثير لدونالد ترامب في الرئاسة الأمريكية ٢٠١٦ كنتيجة لتأثير عدد كبير من الأخبار المزيفة الممولة لترامب، التي انتشرت على عدد من وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية المزيفة، وفقاً لدراسة جامعة ستانفورد، تلقت المواقع الإخبارية ووسائل التواصل الاجتماعي ١٥٩ مليون زيارة خلال شهر الانتخابات الأمريكية 2016. (<https://www.brookings.edu/ar/research>)

في البداية، عندما ظهر مصطلح "الأخبار المزيفة"، كان الناس عادة ينظرون إليها على أنها اجتماعية، من خلال منشورات إعلامية لقصة لا تصدق في الواقع، فالأخبار المزيفة على وسائل التواصل الاجتماعي ليست مجرد مشاركة تم الإعجاب بها أو اتباعها، بل هي تقنية للدعاية لتأثيرها المهيمن عبر الإنترنت على مساحة كبيرة من مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، فمصطلح "الأخبار المزيفة" حديث لكن الوسيلة المستخدمة، أي وسائل التواصل الاجتماعي، هي فقط الجديدة فقد كانت ممارسة نشر الدعاية موجودة من عدة قرون، ومع ذلك، وسائل الإعلام الاجتماعية هي أحدث وسيلة اتصالات لنشر الأكاذيب والمعلومات الخاطئة في قطاعات مختلفة مثل العسكرية، السياسية، التجارية، الثقافية، التعليمية والدينية، وفي الواقع فإن تزايد انتشار "الأخبار المزيفة" على وسائل

التواصل الاجتماعي صناعة مربحة، ذات آثار صادمة على عدد كبير من الجمهور في أجزاء مختلفة من العالم.

في الوقت الحاضر، لم يقتصر تأثير الأخبار المزيفة على العالم الغربي فحسب، بل اتسع الى دول العالم الثالث بما في ذلك الهند بحصتها الهائلة من تداول الأخبار على الشبكات الاجتماعية عبر منصات إعلامية.

قسم من خبراء الإنترنت يعتقدون أن تغير الألفية الجديدة دفعت القراء إلى تصديق هذه المعلومات والتعليق عليها ومشاركتها واتباعها لتناسب أيديولوجياتهم وتصوراتهم.

إن مقولة خبير لجنة مكافحة وباء كورونا بالصين "إذا اردت ان تجف الارضية فعليك بخلق الصبور"، مؤشر جديد لظاهرة أقدم وأعمق، وهي أزمة الثقة السياسية التي تؤثر على معظم الديمقراطيات الغربية، فعندما ننظر إلى محتوى الأخبار المزيفة، نرى أن الضرائب وسوء إدارة الأموال العامة موضوعات متكررة، تتحدث عن الشعور بالظلم الذي يشعر به جزء كبير من السكان، وبالتالي، فإن هذه "الأخبار المزيفة" تعبر عن عدم الرضا الشعبي، الذي يعتمد بالتأكيد على عناصر خيالية، ولكنه يقوم على شعور حقيقي بعدم الثقة.

#### أولاً: مراجعة أدبيات الأخبار المزيفة:

منذ انتخاب دونالد ترامب عام ٢٠١٦، انفجر مصطلح الأخبار المزيفة، فقد استخدم ترامب مصطلح "مزيف" أكثر من ٤٠٠ مرة، وفي الغالب لمعالجة من ينتقده في وسائل الإعلام الإخباري، ووفقاً للدراسة يقول أربعة من كل عشرة جمهوريين إن كل القصص التي تصورها سياسياً فريداً أو جماعياً في نطاق سلبي يجب اعتبارها أخباراً زائفة.

في ٥ أكتوبر ٢٠١٣، تلقى مشاهدو قناة فوكس نيوز بقلق نقل خبر إغلاق الحكومة الفيدرالية في ذلك الوقت للعديد من المنتزهات الوطنية، وعرض مضيفو فوكس في تقريرهم صوراً لحافلة مليئة بالمحاربين القدامى في الحرب العالمية الثانية الذين حرموا من الوصول إلى متحف الحرب العالمية الثانية في البلاد، كان قدامى المحاربين غاضبين أمام النصب التذكاري المغلق، وذكرت القصة أن الحزب الجمهوري عرض على اللجنة الدفع لإبقاء الحديقة مفتوحة، أحد مضيفي البرنامج، أفاد أيضاً أن الرئيس أوباما كان أكثر تركيزاً على متحف الثقافة الإسلامية، إلى حد أنه دفع من جيبه الخاص لإبقائها مفتوحة لأولئك الذين جاءوا لمشاهدة العرض في ذلك الوقت، بدأ مضمون التقرير واضحاً بأن الجمهوريون يهتمون لقدامى المحاربين في أمريكا بينما لم يكن الرئيس أوباما كذلك، ليس فقط لا يهتم، بل فضل تمويل مركز الثقافة الإسلامية على المستوى الفيدرالي بدلاً من النصب التذكاري لأولئك الذين قاتلوا في الحرب العالمية الثانية. لذا فالمشكلة هي قصة أوباما الذي يمول شخصياً الثقافة الإسلامية الذي كان خيراً كاذباً، وكذلك خبر إغلاق الحكومة، كان في الواقع خيراً كاذباً تماماً، فلم يكن هناك تمويل للمركز الثقافي الإسلامي في الولايات المتحدة منذ عام ٢٠١٣. القصة موجودة على الإنترنت من موقع الأخبار الساخرة لقناة إخبارية تبث على

الصعيد الوطني، لذا كان من الصعب تبرير الخطأ، حيث اعتذر الصحفي الناقل للخبر بعد فترة وجيزة من الكشف عن أن القصة كانت خدعة، في حين تم حذف القصة الأصلية منذ ذلك الحين من موقع التقرير الوطني. (Stelter, B. 2018, January 17).

**ثانياً: الأخبار المزيفة مقابل التفاعل:**

حددت جامعة هارفارد أنواع الأخبار المزيفة كالاتي:

- اتصال كاذب: لا يعكس العنوان ما هو وارد في المعلومات الرئيسية؛
- سياق خاطئ: يتم عرض الأحداث الحقيقية ولكن سياقها العام بشكل عمدي مزور المحتوى الذي تتم معالجته، والذي يتم فيه تعديل الأحداث أو الصور الحقيقية لخداع المستهلك؛ أو المحاكاة الساخرة، حيث القصد هو رسم مقارنة فكاهية للأحداث الحقيقية مع توقع مفترض أن المستهلك "سيحصل على النكتة"، ومع ذلك، لا يزال من الممكن تضليل الناس بواسطة هذا المحتوى المضلل، حيث يتم استخدام المعلومات الحقيقية من أجل التلاعب برأي المستهلك تجاه شخصية أو سياسة أو حدث معين؛ تنسب فيه اقتباسات خاطئة لأناس حقيقيون بمختلف السيناريوهات.

- محتوى ملفق: تتكون المعلومة فيه من مجموع أخبار متكاملة لخداع المستهلكين. (Samuel Beckett . 2017, p 367)

تزدهر الأخبار المزيفة لأن الناس يستهلكون ويشاركون القصص المصممة بالتركيز على علاقتهم العاطفية علاوة على ذلك، فإن العرض الموضوعي للحقائق ليس بالضرورة لوقف انتشار الأخبار المزيفة إذا كان لرسالة المحتوى صدى عاطفياً مع المستهلك. (Thomas D. July 25, 2017 .)

لقد سهل الإنترنت على الناس استهلاك ما يريدون دون أن يضطروا لتحمل الأفكار التي تتعارض مع أفكارهم، فقد انخفض قراء الصحف على مدى السنوات العديدة الماضية، بينما ارتفع استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بشكل كبير، لذا يستفيد منشؤوا مواقع الأخبار المزيفة من هذه الظاهرة بشكل كبير، وفقاً لديوي، فالمواقع التي تدعي أنها ساخرة المحتوى تعمل بنشاط لإنشاء القصص التي تهدف إلى خداع الآخرين لما يصل إلى ١٠٠٠٠٠ دولار في اليوم إذا انتشرت قصة معينة، فالدراسة وجدت أن إدراك الشخص للأخبار المزيفة مرتبط بشكل مباشر بواقعية استهلاك الأخبار الحقيقية، وبعبارة أخرى، كلما قلت الأخبار الحقيقية التي يستهلكها الشخص، كلما ازداد الاعتقاد بأن الأخبار المزيفة انعكاس دقيق لأحداث اليوم. (Craig & Mattel 2004. .)

**ثالثاً: تفسير نظرية الهوية الاجتماعية للأخبار المزيفة**

نظرية الهوية الاجتماعية (SIT) هي نظرية نفسية أنشأها هنري تاجفيل في أواخر السبعينيات وأوائل الثمانينيات، من خلال سلسلة من التجارب، اكتشف أن الأشخاص الذين تم وضعهم في مجموعات يميلون إلى تفضيل المجموعات التي هم فيها أعضاء. فصل مجموعة

من الطلاب الذكور في مجموعتين تعسفتين وطلب منهم اختبار طالبين - واحد من مجموعة الطلاب الأولى وواحدة من المجموعة الثانية، فوجد أنه على الرغم من التعسف والطبيعة التي لا معنى لها في اختيار المجموعات، فالطلاب دائماً يفضلون أعضاء مجموعتهم الخاصة . (Esler 2000. p, ٣٢٧)

كما لاحظ تاجفل أن الهوية الاجتماعية تزداد عند إدخال متغيرات خارج مجموعة معينة داخل المجموعة، ولاحظ كذلك أن العلاقات بين المجموعات عند إدخال امرأة جديدة في مجموعة من الرجال يترك " انطباعاً أقوى نسبياً" ؛ بمعنى أن التقييمات الإيجابية والسلبية تصبح أكثر تطرفاً في الحالة الفردية" (Tajfel, 1982, p. 5)، هذا يعني أن سلوك التفاعل الجماعي يمكن تعزيزه بإدخال متغيرات خارجية، كما يمكن أن تكون هذه المجموعات كأى مجموعة سياسية، أو مهنية، أو منظمة دينية أو حتى فرق رياضية أو علامة تجارية، فالعامل المركزي هو أن الأشخاص داخل مجموعة معينة سيهاجمون العوامل الخارجية من أجل تعزيز الارتباط الإيجابي لديهم. (Hu & Ahearne, 2010). Schillewaert).

إن الأسباب العقلانية التي قد تجعل المجموعة "أفضل" أو "أسوأ" هي الهوية الاجتماعية "ذلك الجزء من ذات الفرد مشتق من عضويته في مجموعة (أو مجموعات) اجتماعية، مع القيمة والأهمية العاطفية المرتبطة بها، المهم هو أن يجد الفرد ارتياحاً في اختياره الانضمام إلى المجموعة التي ينتمي إليها، ولأن الأفراد يريدون تبرير اختياراتهم التي هي بطبيعة الحال في صراع مع أولئك الذين لم يتخذوا نفس الخيار.

من الواضح أن الهوية الاجتماعية والميل الحزبي مرتبطان ارتباطاً وثيقاً بالبيانات من القصص الإخبارية المزيفة التي تظهر صورة الليبراليين والمحافظين، فوجد الليبراليون مصداقية أعلى بكثير في القصة المزيفة حول دونالد ترامب من نظرائهم المحافظين، ووجد المحافظون مصداقية أعلى في قصة أوباما المزيفة من الليبراليين، فتصورات القصص الحقيقية انقلبت، للإيجاد المحافظون مصداقية مع القصة الحقيقية عن ترامب أكثر مما وجده الليبراليون من مصداقية مع القصة الحقيقية عن باراك أوباما مما وجدته المحافظين، وهذا يشير إلى أن الناس أكثر حذراً من القصص الإخبارية الحقيقية من القصص المزيفة.

لقد تم الإعلان عن كلمة "أخبار وهمية"، من طرف قاموس كولينس عام ٢٠١٧ ، على أنها " أخبار خاطئة"، في كثير من الأحيان "مثيرة" ، ونشر معلومات تحت ستار التقارير الإخبارية، واستخدم مصطلح "الأخبار المزيفة" بشكل غير مسبوق خلال الانتخابات الرئاسية الأمريكية. (Collins 2017)

يعتبر مايكل رادوتزكي، أن الأخبار المزيفة هي "قصص حقيقية كاذبة إلى حد ما، لكن لها قوة هائلة (جاذبية الثقافة الشعبية)، وتستهلكها ملايين البشر". (CBS News, ٢٠١٧)

إن العناوين الرئيسية مثل "البابا يدعم ترامب" و "هيلاري باعت أسلحة لداعش" و "عميل مكتب التحقيقات الفدرالي يشتبه في تسريبات هيلاري للبريد الإلكتروني، العثور على فيروس مميث على فايسبوك، يكسب الألاف من المشاركات و إبداء الإعجاب من المتابعين، لعبت "الأخبار الوهمية" الدور الأكثر أهمية في الحملات الانتخابية للرئاسيات الأمريكية لعام ٢٠١٦، فالمواقع الإخبارية المزيفة تلقت ١٥٩ مليون زيارة خلال شهر الانتخابات الرئاسية الأمريكية ٢٠١٦، وأغلبية الأخبار المزيفة لصالح ترامب.

في الوقت الحاضر لم يقتصر تأثير الأخبار المزيفة على العالم الغربي فحسب، بل انتقل الى دول العالم الثالث بما في ذلك الهند بنصيبها العادل من تداول الأخبار الكاذبة أو معلومات مضللة عبر العديد من منصات وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع المزيفة. عندما ظهر مصطلح "الأخبار المزيفة" للعلن، كان يُنظر إليها على أنها ببساطة منشورات وسائل التواصل الاجتماعي مع قصص لا تصدق، ومع ذلك، فهو أكثر من مجرد مشاركة تم الإعجاب يتبع بنشر، بل هو تقنية قوية لنشر الدعاية الافتراضية للهيمنة و التأثير بعيد المدى .

لذا تلعب المعلومات دورًا حاسمًا في عالم البيئة السياسية والاجتماعية والاقتصادية الحالية، أكثر من أي وقت مضى، مع تزايد أهمية مجتمع المعلومات مما اقترن بسرعة تدفق البيانات المنتشرة عبر الإنترنت و استخدام المعلومات لأغراض خاطئة، بنشر معلومات كاذبة للتلاعب بالجمهور .

و لفهم تأثير الأخبار المزيفة يجب مهرفة ما يلي :

- فهم معنى و مفهوم الأخبار المزيفة
- فهم المكونات الأساسية لتدفق الأخبار المزيفة
- تحديد النوايا الكامنة وراء نشر الأخبار المزيفة
- دراسة تأثير الأخبار المزيفة كوسيلة لنشر الدعاية
- تقييم الإجراءات المضادة المتخذة لمنع تدفق الأخبار المزيفة.

**رابعاً: تدفقات الأخبار المزيفة:**

نمت وتطورت الإنترنت بعد تقنية الويب ٢.٠ و استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في القرن الحادي والعشرين، لكن ازدهرت فيه كذلك الخدع و الأكاذيب كوسيلة للحملات المنظمة و المعلومات المضللة للكيانات التجارية والسياسات الحكومية والأفراد والأحزاب، كوسيلة لإساءة استخدام الحق الديمقراطي في حرية التعبير، فالعديد من فرق القوات السيبرانية تدير حسابات وهمية لإخفاء هويتهم و اهتماماتهم. (Howard, P. N. )

(2003)



إن نشر الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي متاحة بسهولة إما مجانية أو مدفوعة عبر الإنترنت، بعضها مثل الإعجابات المدفوعة، المتابعين، في حين أن بعضها الآخر يقدم بعض الخدمات مثل إجراء استطلاعات الرأي على الإنترنت، سواء كانت مجانية أو مدفوعة الأجر، فإن الخدمات ذات فائدة من منصات التواصل الاجتماعي بحاجة إلى الوجود والنشاط لنشر الدعاية، مع قضاء الناس وقتاً طويلاً على مثل هذه المواقع ليتم تحديثها بالأخبار والمعلومات.

إن الدافع لنشر حملة دعائية إخبارية مزيفة، يكون ببساطة لتحقيق مكاسب مالية عبر الإعلان، وفي بعض الحالات الأخرى يختلف الربح من جنائي إلى سياسي، بغض النظر عن الدافع، فالنجاح النهائي لأي أخبار وهمية يعتمد على تأثيرها الحقيقي، ولفهم وتقييم تأثير الأخبار المزيفة تم اعتماد التالي:

- الأدوات والخدمات المستخدمة لنشر الأخبار المزيفة
  - الدافع لمستخدمي وسائل الإعلام الاجتماعية و الغرض من الخالق لنشر الرسالة.
- بشكل عام ، لوحظ أن الأدوات المستخدمة لكل حملة دعائية هي متشابهة، أتباع / معجبين مدفوع الأجر، يغري مستخدمو الوسائط الاجتماعية لإبداء الإعجاب وإعادة النشر والتعليق والمشاهدة ومشاركة الفيديوهات، فقط الاختلاف قد يكون لجودة المحتوى، بعضها منخفض أو متوسط أو مرتفع الجودة.

إذا نظرنا إلى الإحصاءات فقط بين عمالقة وسائل التواصل الاجتماعي، نجد أن هناك ما يقرب من ملياري حساب على فيسبوك و ٣٣٠ مليون حساب على تويتر، مع هذا العدد الهائل من حسابات فيسبوك و تويتر، أصحابها يقضون قدراً كبيراً من الوقت كل أسبوع، فمن المؤكد أن عدد كبير منهم يتأثر بالقصص الإخبارية المزيفة أو الحملات المضللة، دعونا نتخيل، إذا وصلت رسالة زائفة إلى أكثر من مليار شخص على الأقل في اليوم الواحد، تجني رابطة موزعي الأخبار المزيفة منها مليارات الدولارات كل يوم.

كانت مواقع التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك و قوقل والعديد من المواقع الأخرى هي الناقل لرسائل الدعاية، هذا ببساطة لأن مواقع التواصل الاجتماعي تشجع على المشاركة، و المتابعة، مما يسمح بانتشار مثل هذه الرسائل بأقل جهد، وحتى منتقدو وسائل التواصل الاجتماعي، لديهم رأي مفاده، أن مثل هذه المواقع تم تطويرها بشكل هادف و

صممت للقدرة على الإثارة، من خلال حقائق غير مؤكدة و حوادث تحاول استخلاص ردود فعل عاطفية، فوسائل التواصل الاجتماعي اتهمت أيضا بخلق "فقاعات الترشيح" ، وهي تقديم الناس الخيارات التي يفضلونها أو يميلون إلى الاتفاق معها وإخفائها. لأن غالبية الأخبار المزيفة لها دوافع سياسية يمكن استخدامها بسهولة للتلاعب، بالإضافة إلى مساهمتها السلبية في تشويه صورة شركة ما أو الاستفادة منها مالياً في سوق الأسهم حيث يلعب الرأي العام دوراً حاسماً.

كشفت صحيفة الجارديان أن بلدة صغيرة مقدونية يسكنها ٥٥٠٠٠ نسمة سجلت ما لا يقل عن ١٠٠ موقع إلكتروني مؤيد لترامب، لكن هذه الأخبار مزيفة، رغم تأثيرها على المواطنين الأمريكيين خلال الانتخابات.

الصين ليست بعيدة عن النمو، كسوق لتوزيع الأخبار المزيفة، ( Xiezuobang أحد الوكالات المتخصصة في خدمة المحتوى وتقديم الخدمات حسب الطلب لنشر الأخبار المزيفة والإعلان المزيف، إن العائد المرتفع يشجع العديد من مطوري المحتوى ومالكي مواقع الويب والمبرمجين في جميع أنحاء العالم لإساءة استخدام تكنولوجيا الإنترنت، وخاصة وسائل شبكات التواصل الاجتماعي، لذا تم تعويم العديد من مواقع التواصل الاجتماعي ذات الأصل الصيني بنشر منشورات من قبل مستخدمين مؤثرين، يتقاضون رواتب مقابل ترويج أخبار مزيفة بناءً على طلب المستخدم، بالاعتماد على شعبيتهم، علاوة على ذلك ، مكنت التكنولوجيا قياس الآراء العامة، وتعديلها تلقائياً عبر عدد كبير من الشبكات التي تحتوي على معدل مرتفع من المشاركات في الدقيقة.

في بعض الأحيان يكون هناك أكثر من وكالة أو فريق يعمل على حملات دعائية، ففي الصين ، توجد مكاتب للدعاية على مستوى الحكومة، تركز على القضايا المحلية ، و تنسق أيضاً عبر رسائل أوسع معتمدة على القضايا السياسية المحلية التي تمت مناقشتها .

( Weiwei.ai ، 2012 )

في الواقع، إن الممارسة غير المشروعة لترويج الأخبار المزيفة ليست فقط في الصين، بل تشير التحقيقات إلى وجود مثل هذه الأنشطة لنشر الأخبار المزيفة في الولايات المتحدة وروسيا والشرق الأوسط والعديد من البلدان النامية.

إن سرعة وتيرة الخدع والأكاذيب، تثير القلق المتزايد لرجال الأعمال وسوق الأوراق المالية ودوائر التجارة، كلهم بحاجة إلى أن يكونوا متيقظين للغاية، على استعداد للمخاطر الكامنة في تغيير كيفية التعامل مع أي هجوم سيبراني وشيك بدعاية كاذبة، يجب أن يكونوا أكثر حذرًا بشأن الوسائط التي يستخدمونها ويثقون بها و يشاركونها.

على الرغم من أن خبراء الإنترنت والإعلام يقترحون وسائل معينة للتعرف وتحديد الأخبار المزيفة، لكن غالبًا ما يجذب المستخدمون إلى المعلومات الخاطئة، ومع ذلك، فالأخبار المزيفة ذات دوافع سياسية و تميل إلى التلاعب بالأعمال والأسواق، و تميل إلى إفادة أولئك الذين يروجون لها، سوف تكون الأيام القادمة ساحة معركة جديدة لوسائل الإعلام الاجتماعية في نشر الأخبار المزيفة والتأكد من البقاء على اطلاع جيد بأحدث التفاعلات.

ومع ذلك، يمكن لحركات الحقوق المدنية أن تعزز هذه النتائج بسرعة التغلب على المعلومات الكاذبة والتي تتسبب في مواقف سلبية يمكن تجنبه من خلال الخصائص التالية:

الإنصاف، الاستقلالية، الدقة، السياقية، الشفافية، حماية المصادر السرية والرؤية في بناء التقارير للثقة و المصادقية .

- **الدقة** : لا يستطيع الصحفيون دائمًا ضمان "الحقيقة" ولكن كونهم ملتزمين بأخلاقيات الحفاظ على المعلومة بشكل صحيح.
- **الاستقلالية**: يجب أن يكون الصحفيون أصواتاً مستقلة، وهذا لا يعني التصرف بشكل غير رسمي نيابة عن المصالح الرسمية، وإعلان أي شيء يشكل تضاربًا مع المصالح الوطنية.
- **الإنصاف** : الإبلاغ عن المعلومات والأحداث بشكل منفتح و بذكاء، مع توفير السياق، دون تبني وجهات النظر.
- **السرية** : الحفاظ على حماية سرية المصادر.
- **الإنسانية**: ما ينشره الصحفيون يمكن أن يضر، على سبيل المثال، إذلال سياسي فاسد، بالتعرض لحياته الخاصة. فالمصلحة العامة هي مبدأ توجيهي هنا، فالإنسانية تعني أيضًا النظر في المشاكل التي تواجه المحرومين، مثل اعتماد أسلوب الصحافة الاجتماعية الموجهة نحو العدالة.
- **المساءلة**: مؤشر على الاحتراف والصحافة الأخلاقية ؛
- **تصحيح الأخطاء** على الفور وبشكل صادق؛

- الاستماع إلى اهتمامات الجماهير والرد عليها: يمكن أن تظهر مثل هذه الممارسات في المذكرات الإرشادية للمؤسسات الإخبارية، وهيئات التنظيم الذاتي للصحافة على أساس قواعد السلوك المهني الطوعي.
  - الشفافية في الممارسة: تدعم المساءلة، وتساعد في الحفاظ على الثقة في الصحافة.
  - التعددية والتنوع في المصادر والمواد البحثية: مشاركة وسائل الإعلام، مثل الإذاعات المحلية ووسائل الإعلام الاجتماعية، ضمن أخلاق الممارسة الصحفية لتحديد التضليل والدعاية وأنواع أخرى من المحتوى الذي يقع خارج المعايير المهنية.
  - الالتزام بتعزيز المهارات الصحفية المهنية، باعتبارها بديل موثوق عن المحتوى المزيف.
  - معرفة المهارات اللازمة لإعداد غرفة الأخبار، عبر المراقبة المنتظمة والتحقق والإبلاغ عن المعلومات المضللة،
  - معرفة قيمة الشراكات بين المؤسسات الإعلامية، مدارس الصحافة، المنظمات غير الحكومية، مدققو الحقائق، المجتمعات المحلية، شركات الإنترنت.
  - ضرورة إشراك الجمهور في مصادر المعلومات الصحيحة لتفادي المعلومات المضللة أو الاستهداف من قبل جهات توجه حملات تضليل ضد الصحفيين.
- خامسا: قانون تجريم نشر المعلومات الكاذبة التي تقوض النظام العام والأمن:**
- "أخبار وهمية"، حقائق بديلة، ما بعد الحقيقة، لقد دخلت هذه المصطلحات مفرداتنا في الأشهر الأخيرة، وذلك بفضل الحملات الانتخابية و التدابير الصحية و السياسات العلمية. يدخل مشروع القانون في ضوء الوضع الاقتصادي الاستثنائي الذي يواجه البلاد بسبب انتشار وباء Covid-19 ، بمعنى أنه يهدف إلى ملء الفراغ القانوني الذي يميز إطارنا المعياري في مجال إدارة مثل هذه الأزمات لحماية السلامة والنظام والصحة العامة .

- لذا جاء مشروع القانون المعدل والمكمل لمرسوم بشأن قانون العقوبات يهدف إلى تجريم أشكال جديدة من الجريمة لديها نسب مثيرة للقلق في السنوات الأخيرة .
- وتنقسم أحكام هذا المشروع إلى ثلاثة محاور وهي:
- تجريم بعض الأعمال التي تهدد أمن الدولة والوحدة الوطنية
  - تجريم بعض الحقائق التي قد تقوض النظام
  - السلامة العامة وتجريم بعض الممارسات غير العادلة .
- وفي إشارة إلى ظهور بعض المظاهر التي تهدد التماسك الاجتماعي في السنوات الأخيرة، فإن بعض الجرائم التي ارتكبتها أشخاص تلقوا أموالاً من أطراف داخل البلاد أو خارجها كانت متورطة حسب المواد المنصوص عليها في القانون الجنائي.

هذا القانون يقترح تجريم هذه المظاهر من خلال الحكم بالسجن لمدة تتراوح بين خمس (٥) إلى سبع (٧) سنوات ، مع غرامة تتراوح بين ٥٠٠٠٠٠ إلى ٧٠٠٠٠٠ دينار جزائري، بالإضافة إلى تشديد العقوبة إذا تم تلقي الأموال في إطار جمعية أو منظمة مهما كان شكلها أو اسمها.

إذا تم ارتكاب هذه الأفعال وفقاً لخطة معدة داخل الدولة أو خارجها، فإن عقوبة السجن تتراوح بين ٥ و ١٠ سنوات مع دفع غرامة تتراوح بين ٥٠٠٠٠٠ إلى ١٠٠٠٠٠٠٠ دج، كما يعاقب مرتكب هذه الأفعال بالعقوبات المنصوص عليها للجريمة المرتكبة ، إذا أدت هذه الأفعال إلى ارتكاب جريمة، مع مصادرة الأموال والممتلكات والتبرعات والوسائل والمعدات المستخدمة لارتكاب الجريمة، بالإضافة إلى إغلاق الحساب البريدي الذي تأتي منه هذه الأموال.

**وفيما يتعلق بنص قانون تجريم نشر المعلومات الكاذبة التي تقوض النظام العام**

**والأمن.**

ينص القانون على عقوبة تتراوح من سنة (٠١) (إلى ثلاث (٠٣) سنة في السجن وغرامة تتراوح من ١٠٠٠٠٠ إلى ٣٠٠٠٠٠٠ دج، تضاعف العقوبة في حالة تكرار المخالفة.

كما ينص القانون على تجريم الحقائق التي تعرض حياة الآخرين أو سلامتهم الجسدية للخطر، وحُكم على صاحب البلاغ بالسجن لمدة تتراوح بين ستة (٠٦) أشهر وستين (٠٢) وغرامة تتراوح بين ٦٠٠٠٠٠٠ دج و ٢٠٠٠٠٠٠٠ دج، ومن المقرر زيادة العقوبة بين ثلاث (٠٣) سنوات وخمس (٠٥) سنوات بغرامة تتراوح بين ٣٠٠٠٠٠٠ إلى ٥٠٠٠٠٠٠٠ دج، إذا تم ارتكاب هذه الأفعال خلال فترات الحبس الصحي أو الكوارث الطبيعية أو البيولوجية أو التكنولوجية أو أي كارثة أخرى .

يتضمن القانون أحكاماً لزيادة العقوبات على جرائم الإهانة والعنف المرتكبة ضد الإمام ، نظراً للاعتداءات المتكررة التي يتعرضون لها أثناء ممارسة وظائفهم .لتعزيز هذه الحماية ، ينص على أنه في حالة الإذلال، تكون العقوبة بالسجن تتراوح بين عام واحد (٠١) وخمس سنوات سجن (٠٥) مع غرامة تتراوح بين ٥٠٠٠٠٠٠ إلى مليون دينار جزائري وينص القانون أيضاً على تشديد العقوبات المنصوص عليها في أعمال التدمير وتدنيس أماكن العبادة، من سنتين إلى خمس سنوات وغرامة ٢٠٠٠٠٠٠٠ إلى ٥٠٠٠٠٠٠٠ دينار جزائري.

على هذا النحو، تنص أحكام هذا النص على السجن لمدة تتراوح بين سنة وثلاث سنوات وغرامة من ١٠٠٠٠٠٠ إلى ٣٠٠٠٠٠٠٠ دينار جزائري لأي شخص يستخدم تزوير المستندات أو البيانات الكاذبة أو استخدام معلومات كاذبة أو غير كاملة. الاستفادة من المنح والمساعدات المالية والمادية والعينية .

ويعاقب أيضا بالسجن من سنتين إلى ثلاث سنوات وغرامة من ٢٠٠,٠٠٠ إلى ٣٠٠,٠٠٠ DA أي شخص يحول هذه الإعانات والمساعدات العامة. عقوبة السجن من سنة إلى خمس سنوات وغرامة من ١٠٠,٠٠٠ إلى ٥٠٠,٠٠٠ دينار جزائري منصوص عليها في هذا المشروع ، ضد أي مسؤول يصبح شريكا في هذه الأعمال. (وكالة الأنباء الجزائرية. 2020-04-22).

**الخلاصة:**

لحل المناقشات بطريقة عقلانية وتلقائية، على الفاعلين ترجيح الحجج كتقنية تسمح لتمثيل المناقشات الواسعة عبر الإنترنت، حيث يمكن للآلاف من أصحاب الرأي التفاعل في نفس الوقت، والمساعدة في صنع القرار عن طريق الذكاء الاصطناعي. وبالتالي نؤكد بأن القوانين هي التي تسمح للمرء بتحديد ما إذا كانت إحدى الحجج أكثر صلة من الأخرى، وهذا باعتماد الفرد الخبرة الحياتية و المهنية، ومستوى الثقة في شعبية الرأي، بالأخذ بعين الاعتبار البعد الأخلاقي. الوطني.

إن الجمع بين هذه البديهيات دون التناقض مع بعضها البعض يسمح بالوصول الى تفاعل ايجابي وحلول للمشكلات المشتركة، كما نقترح التفاعل على أساس الحالات على حدة دون تعميم، اعتماداً على طبيعة المناقشة ونوع الحجج التي سيتم تفضيلها، كأدوات لمتابعة وتحليل المناقشات الفعالة.

المراجع:

١. دراسة جامعة ستانفورد، الانتخابات الأمريكية ٢٠١٦، فحص يوم ١٠/٠٣/٢٠٢٠، الساعة ١٥.
- <https://www.brookings.edu/ar/research>
2. Stelter, B. (2018, January 17). Trump averages a 'fake' insult every day. Really. We counted. CNN Media. Retrieved August 22, 2018, from <https://money.cnn.com/2018/01/17/media/president-trump-fake-news-ount/index.html>
3. Samuel Beckett and Contemporary Art Stuttgart: 2017, p 367. (Samuel Beckett in Company), eng Bibliography. ISBN : 9783838208497.  
<https://journals.openedition.org/critiquedart/29791>
4. Thomas D. Albright: PNAS July 25, 2017 114 (30) 7758-7764; first published July 25, 2017 <https://doi.org/10.1073/pnas.1706891114>, Edited by Charles D. Gilbert, The Rockefeller University, New York, NY, and approved June 13, 2017 (received for review April 25, 2017)
5. Niemi ,Craig & Mattel : the Internet Election: Perspectives on the Web in Campaign 2004
6. Esler : Current Ornithology, 2000 Volume 17.p 327
7. Tajfel, H. Social psychology of intergroup relations. (1982). Annual Review of Psychology. 33. 1-39.
8. Ahearne . Hu & Schillewaert :Resistance to Brand Switching when a Radically New Brand is Introduced: A Social Identity Theory Perspective.2010.
9. Collins 2017 Word of the Year Shortlist.  
<https://www.collinsdictionary.com>
10. CBC news.2017 :<https://www.cbsnews.com/news/17-stories-that-defined-2017/>
11. Howard, P. N. (2003). Digitizing the Social Contract: Producing American Political Culture in the Age of New Media. The

- Communication Review, 6(3), 213–245.  
<https://doi.org/10.1080/10714420390226270>
12. Weiwei Ai :he was born on August 28, 1957 in Beijing, China. He is a director and producer, known for Human Flow (2017), The Rest (2019) and Ai Weiwei's Appeal ¥15,220,910.50 (2014).  
 من بالوقاية يتعلق ، ٢٠٢٠ سنة أبريل 28 ، الموافق رقم قانون الكراهية ومكافحتها. وخطاب التمييز
13. إجراءات جزائية جديدة لوضع مروجي الأنباء الكاذبة أمام مسؤولياتهم و سد فراغ قانوني، وكالة الأنباء الجزائرية.  
<http://www.aps.dz/ar/algerie/86444-2020-04-22-14-02-04>
14. Reporters Sans Frontieres (2018) Online Harassment of Journalists: Attack of the trolls Reporters Without Borders: [https://rsf.org/sites/default/files/rsf\\_report\\_on\\_online\\_harassment.pdf](https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf) [accessed 20/8/18].