

الأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على اتجاهات الرأي العام

Fake News on social media and its impact on public opinion trends

بن صالح صورية¹

Bensalah Soria

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، Soria.bensalah27@gmail.com

Doi: 10.53283/2157-007-002-007

تاريخ الاستلام: 2025/05/15 تاريخ القبول: 2025/06/07 تاريخ النشر: 2025/06/30

ملخص: يتناول المقال إحاطة بمفاهيم أساسية حول "الأخبار الكاذبة" والسياقات المعرفية والإعلامية

التي تحيل المفاهيم إلى متغيرات ومعطيات في حقل الاتصال والإعلام، المجال الذي تستخدم فيه الوسائل والمنصات لنشر الأخبار، إذ تستوجب ضمن ما يطرحه المقال "ظاهرة" الأخبار الكاذبة "الإحاطة بالمفهوم وأبعاده وتحديد مظهراته في بيئة إعلامية رقمية تتسارع فيها عملية النشر والبت ويعتبر فيها الاستقطاب الجماهيري أحد العناصر المشكلة للمشهد الاتصالي والإعلامي في بيئته الجديدة. ثم يعرج المقال إلى "التقنيات الحديثة" وانتشار "الأخبار الكاذبة" من خلال الوسائط الاتصالية والإعلامية وخاصة التفاعل والاستقطاب والتأثير الذي يمكن أن تحققه هذه الأخبار عبر "البوتات Bots وخوارزميات" في مواقع التواصل الاجتماعي التي تسهم في نشر هذه الأخبار، وت مارس "الأخبار الكاذبة" تأثيرات على الجمهور يمكن قياسها كميًا من خلال الدراسات المتخصصة ويشكل "التضليل الإعلامي" والتأثير على "الرأي العام" أحد مخرجات الظاهرة وإسقاطاتها في حقل الإعلام، مما يستوجب التعرف على آليات الضبط والتأطير الأخلاقي والقانوني ومسؤولية المؤسسات الإعلامية في مواجهة هذه "الظاهرة".

كلمات مفتاحية (05 كلمات فقط): الاخبار الكاذبة، مواقع التواصل الاجتماعي، الرأي العام.

Abstract:

¹ - بيانات المرسِل: بن صالح صورية: ، جامعة مستغانم البلد: الجزائر، البريد الإلكتروني:

Soria.bensalah27@gmail.com

This article offers a comprehensive overview of the fundamental concepts related to “fake news” and the epistemological and media-related contexts that transform these concepts into variables and data within the field of communication and media. It explores the mechanisms through which various platforms and tools are used to disseminate news content. In this regard, the phenomenon of “fake news” requires careful examination of its definition, dimensions, and manifestations within a rapidly evolving digital media environment—an environment marked by accelerated publishing and broadcasting processes, and in which public polarization through news becomes a central element shaping the contemporary media and communication landscape. The article further delves into how modern technologies facilitate the spread of fake news through media and communication platforms, particularly by leveraging interactivity, audience polarization, and influence. These effects are often amplified by the use of bots and algorithms on social media, which play a significant role in the propagation of such content. Fake news exerts measurable effects on audiences, as evidenced by quantitative studies. One of the major implications of this phenomenon is media disinformation and its influence on public opinion—outcomes that underscore the necessity of developing mechanisms for ethical and legal regulation, as well as emphasizing the responsibility of media institutions in addressing this growing challenge.

Keywords : Fake News, Social media, Public opinion.

مقدمة

شكل ظهور مواقع التواصل الاجتماعي والحاجة المستمرة للتزود بالمعلومات والحصول على الأخبار إشكاليات هامة في المجال الإعلامي خاصة في بيئة الاتصال الرقمية التي يتم ضمن منصاتها تداول "المعلومات" بكثافة ولعل ما يصطلح عليه بظاهرة "الأخبار الكاذبة" تشكل احد ابرز تحديات المشهد الاتصالي والإعلامي المتسارع فخاصية الذكاء والمرونة، والسرعة في نقل المعلومات في منصات التواصل الاجتماعي واعتمادية "الجمهور" والمؤسسات على الفضاء الرقمي استدعى الانتباه إلى خطورة "الأخبار الكاذبة" التي يمكن أن تشكل خطرا متزايدا على توجهات "الرأي العام".

إن الملاحظ ضمن نهج " المنصات الإعلامية " البحث عن أرقام التفاعلات المرتفعة عبر " الأخبار الساخنة " ونشرها دون التحقق منها وفي خضم هذا التوجه انتشرت أشكال "التضليل والتزييف الإعلامي" وان من ابرز الأدوات التي يتم اعتمادها في نشر الأخبار الزائفة هي التلاعب بالعناوين وتغيير المحتوى وتحديد قالب معين لإخراج المضمون وكل هذا دون التحقق من موثوقية " المصادر " تشكل الأخبار الكاذبة والمغلوبة تحديا أمام النسق الاجتماعي والإعلامي كونها ظاهرة تستهدف الرأي العام وتوجه الأخبار وتبني حشد اتجاه قضايا وأحداث مما يستدعي مسارات تأطير أخلاقي وقانوني للتعاطي مع الظاهرة بتأثيراتها على النظام الاجتماعي والإعلامي وهو محل بحوث ودراسات راهنة في حقل الاتصال والإعلام .

1- نبذة مفاهيمية عن الأخبار الكاذبة:

هي معلومات كاذبة غالبا ما تكون مثيرة تنشر تحت ستار التقارير الإخبارية، كان المصطلح يستخدم لتحديد الأخبار الساخرة ولكن أصبح تداول المعلومات الكاذبة تحت ستار التقارير الإخبارية عملا خطيرا.

وما يميز الأخبار الكاذبة عن التقارير الإخبارية الكاذبة هو نية الخداع، حيث أشار العديد من الباحثين أن النقاش العام حول الأخبار الكاذبة غالبا ما يشمل التضليل والمعلومات الخاطئة والمعلومات المغلوطة. ويشير مصطلح "التضليل" إلى المعلومات الكاذبة التي تصنع لإلحاق الضرر بشخص أو فئة اجتماعية أو منظمة بينما "المعلومات المضللة" هي مجرد معلومات كاذبة ولكنها لا تهدف إلى الإضرار. يستخدم مصطلح "المعلومات المضللة" أيضا للإشارة إلى المعلومات الكاذبة بشكل عام¹

في سنة 2017 وقع الاختيار على كلمة **الأخبار الكاذبة** ككلمة السنة لقاموس **كولينز الانجليزي** واستطاع **فرشلس** والعديد من الباحثين التمييز بين نوعين من الأخبار الخاطئة:

Misinformation وتعبر عن المعلومات الخاطئة التي يتم نشرها دون معرفة أنها خاطئة

Disinformation وتشير إلى الأخبار المغلوطة التي يتم نشرها بنية الكذب و تزييف الحقائق و غالبا ما يكون لها غرض أو هدف معين تسعى لتحقيقه²

عرفت جريدة **New York Time** الاخبار المغلوطة انها نوع من الصحافة الصفراء و التي تندرج ضمن اهم اشكال الدعاية و التضليل الإعلامي و تكون متعمدة سواء عبر وسائل الإعلام التقليدية الصحفية الإذاعة و التلفزيون أو عبر منصات النشر الالكتروني و تشير الأخبار الزائفة إلى الأخبار الغير سوية و التي لها غاية الخداع و نشر الأكاذيب و دفع الجمهور إلى تصديقها و تشير أيضا إلى التهويل و المبالغة في صناعة الخبر ونشره بهدف تضليل الرأي العام. مفهوم الأخبار المغلوطة موجود منذ القدم ولكن المصطلح ظهر حديثا سنة 2016 وتعتبر رئيسة تحرير جريدة **The Guardian** كاترين فاينر **Viner Katharine** أول من استعملت مصطلح **Fake News** بعد قرار انسحاب بريطانيا من الاتحاد الأوروبي وصعود الرئيس السابق "دونالد ترامب" الرئاسة الولايات المتحدة الأمريكية حيث ساهم في انتشار مصطلح الاخبار الكاذبة فقد سجلت في عامه الاول كرئيس أكثر من 196 تغريدة عبر مواقع التواصل الاجتماعي صنفت ضمن الاخبار المزيفة³

2- التقنيات الحديثة ودورها في انتشار الأخبار الكاذبة

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات المعلومات الرقمية بيئة خصبة لانتشار الأخبار الكاذبة وتداولها بين الجمهور المتفاعل عبر هذه المنصات وذلك بسبب الخصائص التي تنفرد بها شبكات النشر عبر الانترنت. وتساهم سلسلة المعلومات التي يتم نشرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق أقصى درجات الإقناع.

كما تعتبر الأساليب البسيطة السهلة التي تحمل طابع ساخرا أو فكاهيا نقديا ك " الميمز " وسيلة مريحة لتغليف المعلومات بغرض توزيعها , فهي سهلة الفهم , خالية من التعقيد, ملائمة للتمرير السريع, ومليئة بالنكات التي تعزز شعور الانتماء للمجتمع. أيضا ساهمت البرمجيات الآلية المعروفة باسم "البوتات" **Bots** والتي تم تصميمها لتنفيذ مهام تلقائية دون تدخل بشري في نشر المعلومات المضللة على نطاق واسع, نظراً لقدرةها الكبيرة على خداع خوارزميات التصنيف من خلال المبالغة في أهمية الخبر⁴.

السرعة في نشر المعلومة :

مصطلح **الخوارزميات** يشير إلى اسم عالم الرياضيات محمد بن موسى الخوارزمي، وهي جملة الخطوات المنظمة والمترتبة ترتيبا منطقيا تستخدم لبلوغ أهداف معينة ولها القدرة على تنظيم البيانات والتحكم في

المحتوى الذي ينتجه أو يستقبله المستخدمين وهو ما يسمى بإدارة المحتوى من خلال ابتكار خوارزميات لكل محتوى مهما كان شكله أو مضمونه⁵

مصمموا أنظمة الخوارزميات لهم القدرة على التحكم في المحتوى الموجه للمستخدمين عبر منصات التواصل الاجتماعي وضبط وتعديل المضمون وتوجيه الأفكار والجمهور وفق الأهداف التي يسعون إلى تحقيقها. حيث تتلاعب الخوارزميات خاصة أثناء فترة الأزمات في المعلومات عن طريق توجيه المضمون أو تعديله أو حذفه والتحكم في انتشاره لصالح فئة دون أخرى لتصبح وسيلة للتحكم في اتجاهات الجمهور والسيطرة على اختياراته. شهدت فترة المقاومة الفلسطينية بعد السابع من أكتوبر سنة 2023 عدة تجاوزات عبر شبكات التواصل الاجتماعي حيث تم حظر آلاف الصفحات المساندة للقضية الفلسطينية وإلغاء حسابات العديد من المراسلين و الإعلاميين العرب وحظر كل الفيديوهات والمنشورات بحجة أنها منشورات مثيرة للبلبله والرأي العام و حاملة لأخبار مغلوطة وتم توجيه أنظمة الخوارزميات للحد من نشر كل الأخبار و المنشورات المساندة للمقاومة الفلسطينية⁶

الرقابة: بالرغم من السياسيات التي تنتهجها مواقع التواصل الاجتماعي في الحد من التجاوزات عبر منصاتها وضبط قوانين وقيم للنشر يصعب مراقبة كل المنشورات نظرا لسرعة التداول والانتشار الواسع بفعل خوارزميات منصات النشر التي تسمح بإعادة النشر دون التحقق من صدق المعلومات مما جعل منها فضاء مناسباً لتزييف الحقائق ونشر الشائعات وممارسة الابتزاز الالكتروني.

وأبرزت القضية الفلسطينية قدرة الخوارزميات على إدارة المحتوى من خلال التضييقات التي مارستها منصات التواصل الاجتماعي حيث تم برمجة تطبيقات الإنستغرام والفيسبوك أليا لإزالة المحتوى المساند للقضية ولجأ الناشطين المناصرين إلى تخفيض تقييم الفيسبوك. ونظرا لقدراتها على التحكم في أي محتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي فان لها القدرة على إدارة المحتوى السيئ و السلبي و المساهمة في نشره دون رقابة من خلال برمجة الخوارزميات لتقبل شكل هذا المحتوى حتى ولو كان منافي لسياسات النشر في المنصات و غالبا ما يكون ذلك لأهداف معينة.⁷

ظهور صحافة المواطن:

ساهمت شبكات الانترنت بظهور أشكال جديدة من الإعلام مثل صحافة المواطن وأتاحت الفرصة للجمهور بصناعة المحتوى والسماح بنشره عبر منصات التواصل الاجتماعي دون التحقق من صدق المعلومات أو مصدرها مما ساهم في تنامي انتشار الأخبار المغلوطة والشائعات وسرعة نقلها. وقد أشار الدكتور نصر الدين بوزيان في مقال له نشر في مجلة أكاديميا للدراسات السياسية بعنوان الأخبار الكاذبة ، الذباب الالكتروني وتزييف الوعي : سبل الوقاية ومساعي المواجهة إلى حادثة مؤسسة CNN التي أتاحت عبر موقعها الرسمي فرصة للجمهور بالمشاركة في صناعة الأخبار من خلال منصة أطلقت عليها اسم **Ireporte** حيث قام احد المدونين بنشر خبر كاذب عبر المنصة مفاده تعرض مدير شركة "ابل Apple" ستيف جوبز لوعكة صحية حرجة مما أدى إلى انخفاض أسهم الشركة والتي لم ترتفع إلا بعد نشر تكذيب للخبر عبر مؤسستها الإعلامية الخبر⁸، على غرار ما نشاهده كثيرا عبر مواقع التواصل الاجتماعي من تداول الأخبار الكاذبة بنية التضليل وتوجيه الرأي العام .

3- التضليل الجماهيري و تأثير الأخبار الكاذبة على الرأي العام:

تستهدف الأخبار الكاذبة بشكل أساسي الرأي العام من خلال السيطرة على مصدر المعلومات الصحيحة أو عن طريق نشر الأخبار الزائفة و المفبركة و دعمها لتصل إلى اكبر شريحة من الجمهور و يعتبر ذلك من أشكال صناعة البروباغندا أو الإشاعة التي لها أغراض سياسة في الغالب⁹ يلجأ اليوم في عصر التكنولوجيا الكثير من المؤثرين في مختلف المجالات السياسية والثقافية والاجتماعية وغيرها إلى نشر أخبار مزيفة عن ظواهر أو أحداث ضد جهات معينة تحت غطاء المؤامرة غالبا ما يصدق الجمهور أنها مؤامرات مدبرة أهدافها واضحة المعالم و يلجأ صناع المحتوى إلى ذلك لتضليل الرأي العام وتكوين حشد وتوجيهه لتصديق هذه الأخبار الكاذبة أو لإلحاق الضرر بشخص أو بجماعة معينة. وضع قاموس أكسفورد الإنجليزي تعريف لمصطلح نظرية المؤامرة عام 1997 وهي النظرية التي تتوقع ان حدوث ظواهر معينة يكون نتيجة لمؤامرة مبنية على أطراف لهم مصالح مشتركة سرية يدبرها متآمرون ذو نفوذ وقوة ويصعب الوصول إلى تعريف جامع ودقيق لنظرية المؤامرة فيرى العديد من الباحثين أنها تعبر عن تلك الأحداث السرية والتي يسعى صناعها لإخفائها عن الجمهور اعتبر الباحث في المؤامرات ريتشارد هوفستاتر نظريات المؤامرة أسلوبا للتفسير. يعبر عن أهم الموضوعات الاستعارية والأفكار

والتعبيرات المجازية التي تشكل مجتمعات المؤامرة¹⁰ ويميل الجمهور لتتبع هذا النوع من الأخبار التي تندرج تحت غطاء نظريات المؤامرة و يسعون لاكتشاف الأحداث بدافع الفضول وحب المعرفة دون التأكد من صدق المعلومات أو المصدر. فملتقى تستحوذ على اهتمامه الأخبار التي تقع ضمن الغموض والإثارة.

ركز المفكر **نعوم تشومسكي** في بحوثه على الدعاية الإعلامية وصناعة القبول من خلال فهم كيفية تأثير السلطة والضوابط الاجتماعية على تقبل الأفراد للمعلومات المزيفة حتى لو كانت غير متوافقة مع وجهات نظرهم حيث وضحت **نظرية صناعة الإذعان** كيف يتلقى الجمهور الأخبار ويعيدون نشرها دون التأكد من صحتها فقط من اجل الشعور بالانتماء للإعلام يسعى لتكوين فكرة معينة لدى الجمهور من خلال تعديل وصنع الأخبار وفقا لسياسة الوسيلة والذي يعد نوعا من التضليل ونشر للأخبار المغلوطة مثلما يحدث عمدا في وقت الأزمات

نظرية تصنيع الإذعان أو ما عرف ب صناعة الموافقة ل**نعوم تشومسكي** و**هيرمان** هي من اهم الاتجاهات النقدية التي تتمحور فرضيتها الاساسية حول تفسير كيف يتم صناعة الرأي العام والتلاعب بتوجهات الجمهور عن طريق تسخير وسائل الاعلام من قبل الحكومة او المؤسسات ذات النفوذ للتأثير على الرأي العام والتحكم في اراء المتلقي وتفترض النظرية ان وسائل الاعلام هي اداة للطبقة الحاكمة او اصحاب القوة للسيطرة على الجمهور.

وتستخدم وسائل الإعلام في صناعة الإذعان عدة أساليب لإثارة الجمهور واستمالته للموافقة على الرأي الذي تعرضه كالاتتماد على القصص التي تحتوي على السرد والتركيز على نشرات اخبار مقتضبة وقوية ومثيرة تهدف الى احداث تأثيرات نفسية بالغة عند المتلقي لينقاد خلف وجهة النظر التي تعبر عنها وتعتمد وسائل الاعلام خاصة على الدعاية لتشكيل الرأي العام والتأثير على معتقدات وتمثلات الجمهور ومواقفه اتجاه قضايا معينة لتصنع شعور الخوف وعدم الامان وتشويه سمعة أو صورة اشخاص أو جماعات.¹¹

نشر **أوس الغول** مدرب في الخطابة **بطل الخطاب العالمي لعام 2018** تغريدة عبر حسابه في منصة الانستغرام. تحدث من خلالها عن كشف نظرية صناعة الإذعان كيف ينقل الإعلام الواقع إلى الجمهور و مساهمته في صناعة قناعة جماعية تخدم الأقوياء و أشار إلى مجزرة إسرائيل في جنوب لبنان سنة

2006 التي راح ضحيتها أكثر من 50 مدني معظمهم اطفال وقد كانت تغطية الوسائل الاعلامية الكبرى للمجزرة غير متوقعة نشرت وسيلة إعلامية الخبر تحت عنوان إسرائيل تقول : "خطأ غير مقصود CNN" تنقل الخبر برواية إسرائيل وعدم في نشر صور الحادثة والتي كانت مروعة , و قد أشار الباحث في تغريدته عن ما إن كان هذا التوجه الإعلامي بعد مجزرة 2006 مصادفة أم صناعة إذعان ؟ تظهر فعالية إقناع الجمهور في صناعة معلومات كاذبة و تكرارها لتترسخ في ذهن المتلقي ويستهدف صناع الدعاية الجمهور البسيط البدائي يقدم له جملة من الأخبار البسيطة و تكرارها إلى ما لا نهاية حيث يدعمون الكذبة الكبيرة بمجموعة من الحقائق الصغيرة و بما أن الجمهور بسيط فانه يصدق الخبر الكاذب لان تكرار الأخبار و الشعارات يحدث تأثيرات جوهرية في الرأي العام يقول غيللر " لا يوجد شيء اسهل من ان تبقي الناس منقادين , انني اريهم فقط ملصقا دعائيا رائعا لافتا للنظر تراهم يقفزون من شدة الحماسة " مثل " دعاية المؤامرة السوفياتية ضد الشعب الألماني و أوروبا " ¹²

4- تجاوزات النشر الالكتروني:

يلتبس على الكثير التفريق بين الأخبار الخاطئة و التضليل فالأولى هي المعلومات التي يتم نشرها باعتقاد أنها صحيحة أما التضليل فهو تعمد نشر أخبار زائفة غير حقيقية لها نية الأذية و إثارة البلبلة والرأي العام و لها أهداف معينة لإلحاق الضرر بأشخاص بعينهم ¹³.

ساهم الإعلام الرقمي في إبراز أشكال جديدة من الأخبار المضللة خاصة في فترة الأزمات والحروب والانتخابات تتخذ شكل القصص والأخبار المزيفة التي تستميل الجمهور عاطفا عن طريق مؤثرات نفسية وانتقادات وكذب صريح اتجاه مجموعات مقصودة مثلا الأحزاب السياسية والمرشحين للانتخابات. تظهر خلال هذه الفترات روبوتات عبر منصات التواصل الاجتماعي تعمل على نشر وتوزيع الأخبار الكاذبة عن طريق إنشاء حسابات مزيفة تكون مهمتها نشر أخبار كاذبة ومتطرفة بهدف حشد الجمهور وتضليل الرأي العام على سبيل المثال، اضطر فايسبوك إلى تعليق حوالي 30 ألف حساب روج لأخبار كاذبة خلال الانتخابات الفرنسية 2012 كما أثارت حملة ترابم الانتخابية في الولايات الأمريكية الكثير من البلبلة و انتشار الأخبار المضللة كانت الانتخابات في إفريقيا أيضا ساحة خصبة لتداول الأخبار الكاذبة مثلا في انتخابات مالايو تم تداول تنبؤات بفوز مترشح المعارضة ساولوس شيلما مما أدى إلى إثارة البلبلة والتي كانت لها القدرة على تغيير آراء الناخبين أو التسبب في عنف انتخابي. ¹⁴

كما أثار منشور نشر عبر منصة الفايسبوك في مجموعة خاصة بأخبار التربية و التعليم سنة 2017 في دولة نيجيريا البلبلة و الفوضى و غضب عارم وسط أولياء التلاميذ مفاده أن الجيش يقوم بتلقيح الأطفال بالمدارس بلقاح قاتل توفي على أثره العديد من التلاميذ ما إن انتشر الخبر حتى توجه الأولياء الى المدارس وقاموا بسحب أطفالهم ومنعهم من اخذ اللقاح , الحادثة سببت الكثير من البلبلة والفوضى في الوسط التربوي والإعلامي وبالرغم من التكديزات التي نشرها قطاع التربية والجيش والاعلام غير ان صدى الخبر وسرعة تداوله والاثارة التي حدثت على اثر ذلك جعلت الاولياء يرفضون اخذ اولادهم للقاح .

5- مخاطر تداول الأخبار المضللة

إنّ نشر وتداول الاخبار المضللة مهما كانت اشكالها يؤدي إلى نشر القلق والتوتر والاضطراب والذعر والكراهية لدى الجمهور وتسعى في الغالب الى:

افتعال الازمات: عن طريق صنع اخبار مزيفة والتحريض على اعمال التخريب والعنف

اثارة الرعب والفوضى: تهدف الاخبار المزيفة الى اثاره الفوضى والرعب والتضليل بهدف السيطرة على الجمهور وإخضاعه

غسل الادمغة: وهي أسلوب لتغيير قناعات الأفراد ومزاجهم النفسي يتم توجيه الجمهور من خلال أساليب إقناعية يتبعها صناع الأخبار لخدمة مصالح الوسيلة الاعلامية أو مصالح أخرى تعتمد على أساليب التأثير والضغط النفسي لبرمجة عقول ونفسية الجمهور انطلاقا من تقديم جو من الشكوك والضبابية وهو عملية للسيطرة على الرأي العام وتغيير اتجاهات الجمهور من خلال صناعة ونشر الإشاعة والأخبار المزيفة .¹⁵

نشر موقع **You Gov** دراسة استطلاعية حول انتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثبتت أن 54% من المستخدمين يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار و أشارت الدراسة أن نسبة 24 % من هؤلاء المستخدمين هم من يستطيعون التمييز بين المعلومات الصحيحة و المفبركة تشير الدراسة إلى خطورة انتشار الأخبار الزائفة و قوة تأثيرها على الجمهور خاصة في فترة الازمات¹⁶ سنة 2017 نشرت شركة التحليلات "جمب شوت" تقريراً عن المواقع التي تساهم في انتشار الأخبار الكاذبة والمفبركة وجاء في التقرير ان المواقع الوهمية عبر شبكات التواصل الاجتماعي

الفايسبوك تحصل على 70 % من الزيارة أو ولوج المستخدمين الى المواقع مقارنة بالمواقع الاخبارية الرسمية الكبرى التي تحصلت على نسبة اقل 30 % من عدد الزيارات. وبخصوص ذلك أشار موقع الفايسبوك إلى تفعيل تقنيات جديدة للتحقق من صحة الاخبار المنشورة ومنع تداول الاخبار المغلوطة وامكانية الجمهور التبليغ عن المواقع المزيفة والأخبار الغير حقيقية.

تعرضت شركة الفايسبوك للعديد من الانتقادات والاثمات فيما يخص السماح بتداول اخبار مزيفة والمساهمة في نشر الاخبار دون التأكد من الحقائق.¹⁷

6- دور وسائل الإعلام في الحد من انتشار الأخبار الكاذبة

نص الاعلان العالمي لحقوق الانسان على حق المواطنين في الحصول على المعلومة وهو ما سمي بـ " حق الاطلاع " وقد كفلت ذلك المواثيق الدولية الخاصة بالحقوق المدنية، ولكن هذا لا ينفي وجود قوانين و ضوابط تنظم عملية النشر و الاطلاع و تخضع المتلقي لبعض القيود المحددة بنصوص قانونية و تشريعات¹⁸ أصبح من الضروري تفعيل آليات وأساليب من اجل التصدي لظاهرة انتشار الأخبار الكاذبة في البيئة الرقمية والسعي لتوفير المعلومات الدقيقة والصادقة من المصادر الموثوقة وقفا لأخلاقيات الصحافة التي تكفلها كل التشريعات والقوانين الدولية والالتزام بالمسؤولية في نشر الاخبار وتصحيح الاخطاء التي تحدث وإيصال المعلومة الحقيقية مهما كانت فوظيفة الاعلام البحث عن الالتزام بالصدق والمهنية في نقلها الى الجمهور. والتصدي لكل الهويات الافتراضية التي تسعى الى زعزعة المنظومة الاعلامية والسيطرة على الخورزميات للحد من نشر المعلومات المغلوطة عبر منصات التواصل الالكتروني وتعزيز المسؤولية الاجتماعية والقيمية لنشر المعلومات المزيفة.

بادرت شركة الفايسبوك على غرار العديد من المؤسسات الاخرى بمحاولات للحد من نشر

الأخبار المزيفة عن طريق: 1- تخفيض الحوافز الاقتصادية للنشر في البيئة الرقمية.

2- القضاء على الفجوات الرقمية

3- منع نشر الإعلانات السلبية

4- مبادرات لتعزيز الصدق و الموضوعية في نشر المعلومات من قبل المستخدم¹⁹

في ظل هذا التطور الذي عرفته بيئة المعلومات وسرعة الحصول على الاخبار ونقلها والتقنيات المستحدثة في المزج بين الحقيقة والتزييف أصبح من الصعب تصنيف البيانات لمعرفة صدقها من عدمه وقد ظهرت عدة جهود للتأكد من مصدر المعلومة وصدقها كمصدر التحري " بوليتي فاكت " الذي صنف

الأخبار لأنواع: False خاطئة - True صحيحة - Half True نصف صحيح - False

Mostly غالبية خاطئ - Pants On Fire كاذب مستحيل تصديقه

ولا تشير الأخبار الكاذبة إلى المعلومات المغلوطة فقط بل ايضا برامج السخرية و الهزل خاصة السياسية منها وتؤكد هذه التقنيات على اهمية التأكد من صدق المعلومات في العمل الصحفي خاصة في بيئة الإعلام الرقمية التي يتواجد فيها كم هائل من المعلومات و التي تفرض تنقلها عن طريق الخوارزميات دون التأكد من مصدرها او صدقها²⁰.

ان انخراط الصحفيين في نشر اعمالهم الصحفية بكثافة عبر منصات التواصل الاجتماعي وبالاعتماد على تقنيات تضيف للنص مواد سمعية بصرية يعتبر من المهارات الاساسية التي يجب ان يمتلكها الصحفي في الوقت الراهن خاصة مع انتشار الصحافة الالكترونية.

وكلما امتلك الصحفيون مهارات اساسية ونوعية في نشر الاعمال الصحفية ضمن مختلف القوالب الصحفية وفرضوا ايقاعا ومشهدا نوعيا يجيد ظاهرة "الأخبار المغلوطة" و"تمنيع العمل الإعلامي" عبر النشر العشوائي الغير مدروس للأخبار وتداولها كلما وجدنا جمهورا أكثر حذرا وحيطة اتجاه ما هو غير مؤطر وغير اخلاقي وقانوني في الممارسة فالمسؤولية تقع على عاتق الصحفي أكثر من اي طرف اخر كما انها تقع على مؤسسات الضبط التي تبقى عاجزة عن التحرك للاشتغال على ملفات أولوية منها تنظيم قطاع الصحافة والاتصال خاصة في البيئة الرقمية و فرض الرقابة على النشر والسعي لتوفير تقنيات للكشف عن الأخبار المزيفة.

7- الاخبار الكاذبة المواثيق والتشريعات القانونية

دعت الأمم المتحدة خلال مؤتمر حول حرية المعلومات حكومات الدول الأعضاء إلى ضرورة اتخاذ تدابير على المستوى الوطني في حدود الإجراءات الدستورية، لمكافحة نشر التقارير الزائفة أو المشوهة التي قد تضر بالعلاقات الودية بين الدول.

وخلال مناقشة المادة 19 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية وأيضاً مشروع اتفاقية حرية المعلومات الذي لم يتم فتحه بعد حتى بعد المصادقة عليه اقترحت لجنة حقوق الإنسان اقتراحا ينص على الحق في حرية التعبير ووجوب خضوع هذا الحق لقيود النشر والتدقيق في التقارير الزائفة

والمغلوبة التي من شأنها المساس بعلاقات الدول. و قد تم عام 1950 رفض النص المتعلق بالأخبار الزائفة في لجنة الأمم المتحدة لحقوق الإنسان باعتباره أمرا لا يمكن معالجته من خلال المحاكم²¹ في الوطن العربي سنت العديد من التشريعات نصوص قانونية تحرم نشر الأخبار الزائفة حيث تشير **المادة 168** من قانون العقوبات بدولة **البحرين** إلى العقوبات المترتبة عن نشر الأخبار الكاذبة والاستخدام السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي وتم تعديل نص المادة سنة 2012 و فرض السجن لكل من يتجاوز نص المادة بمدة تزيد عن سنتين وغرامة مالية تقدر ب مئتي دينار أو أكثر²² ونص قانون الجرائم الالكترونية في **الأردن** الصادر سنة 2015 في **المادة 13** على تجريم الإشاعات والأخبار المزيفة وقد رأت منظمة **"هيومن رايتس ووتش"** أن القانون يقيد حرية الرأي و التعبير ونصت **المادة 62** من قانون **فلسطين** على العقوبة بالسجن ثلاث سنوات لكل من نشر او تداول خبرا زائفا او إشاعة بهدف زعزعة الرأي العام وإثارة البلبلة

كما تنص **المادة 188** من القانون المصري بفرض عقوبة السجن على كل من ينشر الاخبار الكاذبة عن قصد او غير قصد²³ سن **المشروع الجزائري** قوانين لتنظيم النشر الالكتروني و الحد من نشر وتداول الاخبار الكاذبة بهدف زعزعة الاستقرار والتضليل و نشر الإشاعة و إثارة الرأي العام و قد نصت **المادة 196** من قانون العقوبات **06/20** بفرض عقوبة السجن من سنة واحدة الى ثلاث سنوات لكل من ينشر أخبار غير حقيقية و غرامة مالية من 100.000 دج الى 300.000 دج²⁴.

خاتمة:

انطلاقا من المقاربة المعرفية والتي تناولت استنطاق ظاهرة اتصالية وإعلامية شكلت استقطابا واضحا في منصات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي بناء على إطار مفاهيمي ونظري محددا منهجيا وإجرائيا يوثق بمراجع ودراسات أبعاد الظاهرة وتأثيراتها على البيئة الإعلامية في شكلها الشبكي التفاعلي تبقى " الأخبار الكاذبة " ظاهرة اجتماعية تستوجب قراءة تحليلية لأبعادها وتأثيراتها على النسق الاتصالي الاجتماعي مما يمكن الباحث في هذا السياق دراسة خاصة هذا النوع من الأخبار في تشكيل "الحشد" والرأي " و"الإشاعة" وهي عناصر هامة أساسية موجودة في المشهد الاتصالي والإعلامي في بيئته الرقمية.

إن الاتجاهات البحثية في الاتصال والإعلام التي تلامس معرفيا الأبعاد القيمية والأخلاقية والوظيفية في الاتصال والإعلام وتتناول تبعات التطور التكنولوجي المستارع في حقل الاتصال على

"منظومة الإعلام " يمكن أن تكون مدخلا علميا هاما لاستنتاج ظاهرة " الأخبار الكاذبة " في المجتمع الإعلامي ومعرفة آثاره على نسق القيم، والممارسة وهو ما كان محل بحث وتوثيق في المقال . وانطلاقا من هذا المعطى تم الإحاطة في هذا السياق بعدد من التصورات المعرفية النظرية التي تطرقت لظاهرة " الأخبار الكاذبة " في بيئة اتصالية وإعلامية تتعدد فيها القنوات والمنصات وتتغير فيها طرائق ومهن الاتصال في تحول متسارع يأخذ منحى اجتماعي ومهني.

الإحالات:

¹ . **Rainer Greifeneder – Mariela E Jaffé – Eryb J Newman –and Norbert Schwarz** ,The **psychology** of fake news « accepting, sharing, and correcting misinformation , by Routledge Taylor & Francis Group, Oxon london new york First published 2021 p 14.

² . عقيلة مقروس، صونية عديش، دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي السياسي على صفحات الفاييسبوك المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الانسانية جامعة الجزائر المجلد 09 العدد 01 2021 ص 439

³ . عبد الكريم تفرقنت، الأخبار المغلوطة **news Fake** وعصر "ما بعد الحقيقة - طبيعتها ومكافحتها في الاعلام وفي مواقع التواصل الاجتماعي- مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية , جامعة الجزائر- المجلد 08 العدد 02 2022 . ص ص 114 -115

⁴ -**Andrei Richter** , **FAKE NEWS AND FREEDOM OF THE MEDIA J, INT’L MEDIA & ENTERTAINMENT LAW** , VOL. 8, NO. 2 p 4

⁵ . عائشة كريكت، خوارزميات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي , مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل الجزائر، المجلد 06 ، العدد 02، 2022 ص 411

⁶ . زكريا بن صغير، خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي وسر انتشار المعلومات : مواقع التواصل الاجتماعي للمقاومة والاحتلال الصهيوني خلال طوفان الأقصى نموذجا مجلة مصداقية , المدرسة العليا العسكرية للاعلام و الاتصال الجزائر , المجلد 06 العدد 02 2024 ص ص 20-21

⁷ . عائشة كريكت، خوارزميات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي - مجلة الإعلام والمجتمع , جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل الجزائر، المجلد 06، العدد 02، 2022 ص 414

- ⁸ . نصر الدين بوزيان، الأخبار الكاذبة، الذباب الالكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية ومساعي المواجهة مجلة اكاديميا للدراسات السياسية جامعة قسنطينة 03 الجزائر ، المجلد 06، العدد 05 ، 2021 ص 32
- ⁹ . أسامة الشامي، التضليل ..استراتيجية الحكومات البديلة مجلة الصحافة العدد 13 سنة 2019 ص 32
- ¹⁰ . روب براذرتون تر هاني فتحي سليمان ، عقول متشككة لماذا نصدق نظريات المؤامرة ، مؤسسة هندواي المملكة المتحدة 2021 ص ص 64-65
- ¹¹ . مسلم غالب، تشومسكي: نظرية تصنيع الإذعان ، جريدة الصباح سياسية يومية عامة تصدر عن شبكة الاعلام العراقي، عدد 11-09 -2023، <https://alsabaah.iq/86972> يوم 10:17 2025//05/04
- ¹² . فريد حاتم الشحف ، الدعاية و التضليل الإعلامي (الاساليب و الطرق) ، دار علاء الدين للنشر و التوزيع سوريا دمشق ط 1 - 2015 ص ص 45 -46
- ¹³ . شبريلن ايرنور وجولي بوسيتي تر محمود العابد ، الصحافة و الاخبار الزائفة والتضليل دليل التدريس والتدريب في مجال الصحافة ، سلسلة اليونسكو لتدريس الصحافة ، منظمة الامم المتحدة للتربية والعلم والثقافة اليونسكو 2020 ص 40
- ¹⁴ . Monika Hanley and Allen Munoriyarwa , **Fake NewsTracing the Genesis of a New Term and Old Practices** , book: Digital Roots, Historicizing Media and Communication Concepts of the Digital Age , pp 169-170-171
- ¹⁵ . هاني رضا ، رامز عمار ، الرأي العام و الاعلام و الدعاية ، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع ، ط 2 ، بيروت 2013 ص ص 222-223 .
- ¹⁶ . عبد الرزاق الدليمي، إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام ، مركز الجزيرة للدراسات 2018 ص ص 03.
- ¹⁷ . عبد الرزاق الدليمي، إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام ، مركز الجزيرة للدراسات 2018 ص ص 10 - 14

- ¹⁸. عبير مصلح , النزاهة والشفافية والمساءلة في مواجهة الفساد , مؤسسة الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة " أمان " القدس - فلسطين ط 03 , 2013. ص 90-91
- ¹⁹. صالي محمد , فضيلة تومي, عبد القادر بودريالة , ضرورة تبني نهج محو الامية الاعلامية في ظل الاخبار الكاذبة بين الضرورة والحتمية , مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية , جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر , المجلد 14 العدد 02 , 2022 و ص ص 118-119.
- ²⁰. عبد الله سالم باخرصة , الأخبار الزائفة وتصريحات السياسيين على منصات التواصل الاجتماعي ودورها في ظهور صحافة التحري في الوقائع باليمن, مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال و الإعلام عن مركز الجزيرة للدراسات العدد 01 2023 ص 114 .
- ²¹. **Andrei Richter- FAKE NEWS AND FREEDOM OF THE MEDIA J. INT'L MEDIA & ENTERTAINMENT LAW VOL. 8, NO. 2 p p 10 -11**
- ²². ملاك خليل , قوانين تجرم الصحفيين من بوابة الأخبار الكاذبة , مجلة الصحافة , معهد الجزيرة للإعلام نشرت: 2019/30/06 التصفح 2025/05/04 <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/784> 10:40
- ²³. ملاك خليل , قوانين تجرم الصحفيين من بوابة الأخبار الكاذبة , مجلة الصحافة , معهد الجزيرة للإعلام نشرت: 2019/30/06 التصفح 2025/05/04 <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/784> 10:50
- ²⁴. أمال بن حامدي , الاخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء قانون العقوبات المعدل رقم 20/06 , مجلة البحوث في الحقوق و العلوم السياسية , جامعة الجزائر , المجلد 08 , العدد 01 , 2022 ص 294

قائمة المصادر والمراجع:

- عقيلة مقروس , صونية عبيش , دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي السياسي على صفحات الفايسبوك المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية و الانسانية جامعة الجزائر المجلد 09 العدد 01 2021 .
- عبد الكريم تفرقنيت , الأخبار المغلوطة **news Fake** وعصر "ما بعد الحقيقة" - طبيعتها ومكافحتها في الاعلام وفي مواقع التواصل الاجتماعي - مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والانسانية , جامعة الجزائر - المجلد 08 العدد 02 2022 .
- عائشة كريكت , خوارزميات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات محتوى مواقع التواصل الاجتماعي, مجلة الإعلام والمجتمع , جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل الجزائر , المجلد 06 , العدد 02 , 2022 .
- زكريا بن صغير , خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي وسر انتشار المعلومات : مواقع التواصل الاجتماعي للمقاومة والاحتلال الصهيوني خلال طوفان الاقصى نموذجا مجلة مصداقية , المدرسة العليا العسكرية للاعلام و الاتصال الجزائر , المجلد 06 العدد 02 2024 .
- نصر الدين بوزيان, الأخبار الكاذبة، الذباب الالكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية ومساعي المواجهة مجلة أكاديميا للدراسات السياسية جامعة قسنطينة 03 الجزائر, المجلد 06, العدد 05 , 2021 .
- أسامة الشامي , التضليل ..استراتيجية الحكومات البديلة مجلة الصحافة العدد 13 ، 2019 .
- روب براذرتون تر هاني فتحي سليمان , عقول متشككة لماذا نصدق نظريات المؤامرة , مؤسسة هنداوي المملكة المتحدة 2021 .
- مسلم غالب , تشومسكي: نظرية تصنيع الإذعان , جريدة الصباح سياسية يومية عامة تصدر عن شبكة الاعلام العراقي , عدد 09-11-2023 , <https://alsabaah.iq/86972> يوم 2025//05/04

- فريد حاتم الشحف, الدعاية و التضليل الإعلامي (الاساليب و الطرق), دار علاء الدين للنشر والتوزيع سوريا دمشق ط 1 – 2015 .
- شيريلن ايزنور و جولي بوسيتي تر: محمود العابد الصحافة والاخبار الزائفة والتضليل دليل التدريس والتدريب في مجال الصحافة. سلسلة اليونسكو لتدريس الصحافة , منظمة الامم المتحدة للتربية و العلم و الثقافة اليونسكو 2020 .
- هاني رضا , رامز عمار , الرأي العام و الاعلام و الدعاية , مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و النشر و التوزيع , ط 2 , بيروت 2013 .
- عبد الرزاق الدليمي, إشكاليات الأخبار المفبركة وتأثيرها في تشكيل الرأي العام , مركز الجزيرة للدراسات 2018.
- عبير مصلح , النزاهة والشفافية والمساءلة في مواجهة الفساد , مؤسسة الائتلاف من أجل النزاهة والمساءلة " أمان " القدس – فلسطين ط 03 , 2013.
- صالي محمد , فضيلة تومي, عبد القادر بودريالة , ضرورة تبني نهج محو الامية الاعلامية في ظل الاخبار الكاذبة بين الضرورة والحتمية , مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية , جامعة قاصدي مرباح ورقلة الجزائر , المجلد 14 العدد 02 , 2022 .
- عبد الله سالم باخرصة , الأخبار الزائفة وتصريحات السياسيين على منصات التواصل الاجتماعي ودورها في ظهور صحافة التحري في الوقائع باليمن, مجلة الجزيرة لدراسات الاتصال و الإعلام عن مركز الجزيرة للدراسات العدد 01 2023 .
- ملاك خليل , قوانين تجرّم الصحفيين من بوابة الأخبار الكاذبة , مجلة الصحافة , معهد الجزيرة للإعلام نشرت: 2019/30/06 <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/784>
- أمال بن حامدي , الاخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي على ضوء قانون العقوبات المعدل رقم 20/06 , مجلة البحوث في الحقوق و العلوم السياسية , جامعة الجزائر , المجلد 08 , العدد 01 , 2022 .
- **Rainer Greifeneder & Mariela E Jaffé & Eryb J Newman –and Norbert Schwarz ,The psychology of fake news « accepting, sharing, and**

correcting misinformation , by Routledge Taylor & Francis Group, Oxon london new york First published 2021.

- **Andrei Richter** , FAKE NEWS AND FREEDOM OF THE MEDIA J, INT'L MEDIA & ENTERTAINMENT LAW , VOL. 8, NO. 2.
- **Monika Hanley & Allen Munoriyarwa** , Fake NewsTracing the Genesis of a New Term and Old Practices , book: Digital Roots, Historicizing Media and Communication Concepts of the Digital Ag.