

الأخبار المفبركة عبر موقع الفيسبوك وتحيز خوارزميات الذكاء الاصطناعي

حدود نشاط المستخدم



د. نور الهدى عبادة

د. نور الهدى عبادة

الأخبار المفبركة عبر موقع الفيسبوك وتحيز خوارزميات
الذكاء الاصطناعي: حدود نشاط المستخدم



عنوان الكتاب:

الأخبار المفبركة عبر موقع الفيسبوك وتحيز خوارزميات الذكاء الاصطناعي: حدود نشاط المستخدم

المؤلف: د. نورالهدى عبادة

القياس: 24×16 سم

الطبعة: 01

الترقيم الدولي:

ISBN 978-9969-13-019-5

الإيداع القانوني: أبريل 2026

حقوق النشر محفوظة للمؤلف

الناشر:

دار بصمة علمية

ورقلة - وسط المدينة - الجزائر

شارع الأمير عبد القادر الطابق الثالث مكتب رقم 01 و 02

الفاكس: 029761587

الهاتف: 0698829618- 0561216454- 06 60 62 59 29

البريد الإلكتروني: dar.bsma.ouargla@gmail.com

Web Site: <https://dar.basmailmiya.dz>

الأفكار الواردة في الكتاب لا تعبر إلا عن آراء صاحبها

الإهداء

إلى شهداء غزة الأبطال

إلى كل أحرار العالم

الذين وقفوا في وجه الظلم

وحاربوه ولو بالكلمة

وذلك أضعف الإيمان

فهرس المحتويات

- كلمة البروفيسور عليّ قسايسية

مقدمة.....11

الفصل الأول: الأخبار المفبركة

1. تعريف الأخبار المفبركة.....19

2. الأخبار المفبركة والمفاهيم المشابهة.....24

3. أسباب انتشار الأخبار المفبركة.....30

4. الآليات المتاحة لمحاربة الأخبار المفبركة.....51

1. الآلية القانونية51

2. تكريس حق الجمهور في الحصول على المعلومات كآلية لمحاربة

الأخبار المفبركة.....53

3. اعتماد تطبيقات مساعدة على اكتشاف الأخبار المفبركة.....54

4. دور المؤسسات الصحفية في محاربة الأخبار المفبركة.....55

5. أهمية دور المستخدم في محاربة الأخبار المفبركة.....56

الفصل الثاني: الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته

I- الذكاء الاصطناعي.....75

1. تعريف الذكاء الاصطناعي.....75

2. مميزات الذكاء الاصطناعي.....84

3. مبادئ الذكاء الاصطناعي.....85

4. أنواع الذكاء الاصطناعي.....86

II- الخوارزميات Algorithms.....91

1. تعريف الخوارزمية92

2. شروط الخوارزمية.....93

3. أنواع الخوارزميات.....94

4. طرق كتابة الخوارزمية.....95

الفصل الثالث: حدود نشاط المستخدم في ظل انتشار الأخبار المفبركة عبر

موقع الفيسبوك وتحيز خوارزميات الذكاء الاصطناعي (الجانب التحليلي)

1. حدود نشاط المستخدم في ظل انتشار الأخبار المفبركة98

2. حدود نشاط المستخدم في ظل تحيز خوارزميات الذكاء

الاصطناعي.....99

108.....	3. معالجة تحليلية للقضايا الثلاث محل الدراسة
108.....	1. القضية الأولى:
111.....	2. القضية الثانية:
115.....	3. القضية الثالثة:
122.....	الخلاصة العامة
126.....	قائمة المراجع

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
78	مكونات الذكاء الاصطناعي	01
79	أبرز محطات تطوير قدرات الذكاء الاصطناعي	02
83	أبرز نماذج الذكاء الاصطناعي التوليدي	03

تقديم

من الجمهور إلى المستخدم، العديد من أساتذة علوم الإعلام والاتصال، طلبتي السابقين في جامعة الجزائر وزملاء لهم من جامعات وطنية أخرى، يستشيرونني ويطلبون مني نصائح وتوجيهات وأحياناً مساهمة في نشاطاتهم وأعمالهم البحثية الموجهة للنشر، رغم أنني غادرت الجامعة منذ سنوات وأكاد انقطع عن متابعة تطور البحث العلمي في مجال تخصصي .

الدكتورة نور الهدى عبادة، واحدة من طلبتي السابقين الطموحين النشطين ابنت إلا أن أبصم على كتابها هذا الموسم ب'الأخبار المفبركة عبر موقع الفيسبوك وتحيز خوارزميات الذكاء الاصطناعي مع التركيز على حدود قدرات المستخدم. ولأن جوهر هذا المؤلف يستهدف إسقاط مقارنة الاستخدامات والإشباع على مستخدم موقع الفيسبوك باعتباره امتداداً مستقبلي لجمهور (Audience) وسائل الإعلام القديمة (Old Media)، مجال الدراسة الإعلامية التي كان لي شرف الإشراف على التكوين فيها على مستوى الماستر والدكتوراه لأكثر من عشر دفعات .

الواقع أن دراسات مستخدمي (User Studies) الوسائط الجديدة (New Media) وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي، لا سيما موقع الفيسبوك، لا زالت تعتمد في كليتها على المقاربات النظرية والمنهجية لدراسات جمهور وسائل الاعلام الجماهيرية رغم الاختلافات الشكلية والفروقات الجوهرية في بيئتي الاتصال الجماهيري والاتصال الرقمي. وقد مكّني الاطلاع على محتويات الكتاب من إدراك مدى اتساع الفجوة العميقة التي أحدثتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة ليس فقط في بيئات الاتصال، ولكن أيضاً في دراسات وبحوث الظواهر المرتبطة بالاستخدام الحصري للوسائط البديلة. ويبدو جلياً من خلال ما يتضمنه هذا المؤلف العلمي أن المؤلف، تولى من موقعها كباحثة جامعية، أهمية مؤرخة للإشكالات المتولدة عن الاستخدام الكثيف لواحدة من أهم شبكات التواصل الاجتماعي، موقع الفيسبوك الذي يبدو أنه يتحول تدريجياً لوسيلة جماهيرية بديلة للصحافة الجماهيرية الموجهة لمجموعات اجتماعية متواضعة انفعالية ذات مستويات ثقافية مختلفة، تفتقد للعقلانية، مما يسهل تغذيتها بمحتويات مغلوبة ومزيفة وتوجيهها الوجهة التي يستهدفها المتلاعبون بالعقول ومما يؤكد جمهرة الفيسبوك

ووسائل جديدة أخرى واسعة الانتشار للذكاء الاصطناعي وتحيز الخوارزميات التي تتحكم فيه وصعوبة تجاوزها بالنسبة لجمهور المستخدمين لهذا الموقع .

إنّ فكرة هذا الكتاب الجوهرية التي تندرج ضمن المحاولات النظرية لسلوكيات المستخدم في الفضاء الرقمي، تستند إبيستومولوجياً للتراث النظري وتحاول إسقاط وتكييف المقاربات المنهجية المعاصرة للطفرة التكنولوجية وتداعياتها المستقبلية .

من هنا ينظر هذا المؤلف إلى مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي، ليس كفاعل نشط كما ساد الاعتقاد طويلاً، ولكن كمستقبل سلبي أمام سرعة انتشار الأخبار المفبركة وقوة الخوارزميات المتحيزة .

البيروفيسور عليّ قسايسية

مقدمة

أدت الوسائط الاتصالية الجديدة إلى إحداث تمظهرات جديد لأنماط إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، حيث أصبح الانتقال من "الجميع وإلى الجميع" السمة البارزة لهذه المنظومة. فبظهور موقع الفيسبوك مثلاً تحطمت الرقابة والحدود التي فرضتها سابقاً وسائل الإعلام التقليدية، كما تمكّن مستخدموه من صناعة المضامين الإعلامية ومناقشتها والتعليق عليها وإعادة نشرها على نطاق واسع وفق ما تقتضيه خصوصية الوسيلة. وفي ظل اختلاف الغرض من استخدام الموقع بات التنافس ينصب أيضاً على لفت الانتباه لما يتم الترويج له، ويختلف الهدف من ذلك في كثير من الأحيان بين تحقيق مكاسب مادية أو إشباع هوس الإعجابات والمشاهدات أو البحث عن الشهرة أو زيادة عدد المتابعين أو خدمة لمصالح جهات معينة، كل هذا على حساب التحلي بالدقة والالتزام بمعايير الحقيقة. مما جعل التمييز بين المعلومات الموثوقة والأخبار المفبركة أو الشائعات أمراً في غاية الصعوبة وهو ما أدى إلى انتشار معلومات مضخمة أو منقوصة أو خارج سياقها الأصلي أو حتى مفبركة .

ومع تزايد سهولة إنتاج المحتوى وتوزيعه، بات الاحتيا ل المعلوماتي، والأخبار المفبركة، والشائعات من أبرز سمات البيئة الرقمية اليوم، كما لعبت ظاهرة المصادر المجهولة والأسماء المستعارة دورًا كبيرًا في تقويض القواعد الأخلاقية والضوابط الاجتماعية بسبب الإفلات من الرقابة والمحاسبة، مما فتح المجال لترويج الشائعات والدعاية بأشكالها المختلفة. حيث كانت العملية الإعلامية تتسم بالتنظيم العمودي، مع إعطاء حراس البوابة السيطرة على نقاط استراتيجية في سلسلة إنتاج المحتوى الإعلامي مما يضمن صحة المعلومات المقدمة للجمهور، وبالنظر إلى غياب هذا الدور الرقابي المحوري، أوكلت سلطة اتخاذ القرارات المتعلقة بإنتاج المحتوى وتحديد عناصره وإدارته للمستخدم الذي تحول بدوره بفضل خصوصية البيئة الرقمية إلى منتج للمضامين الإعلامية، ومرسل ومستقبل لها والمتفاعل معها أيضا. كما أصبح هو مالك الوسيلة ما يضمن له التحكم في العملية الاتصالية بأكملها. وهو ما أنتج نموذجا تواصليا أفقيا اتاح بيئة خصبة لتصنيع الأخبار والوقائع، إلى جانب امكانية فبركة البيانات وتزييف الأحداث وإعادة تركيب سياقاتها. مما يؤدي حتما إلى تضليل المستخدم وحجب الحقائق عنه. كما تساهم خوارزميات

الذكاء الاصطناعي في ذلك بالنظر إلى خاصية الفرز وتعتمد عرض مضامين محددة واخفاء أخرى مما يحجب على المستخدمين الوجه الآخر للحقيقة ويبقيهم حبيسي فقاعات مُحددة تُعبّر عن وجهة نظر واحدة. ما قد يجعل المستخدم يتفاعل معها ويشاركها قبل حتى التحقق من صحتها. (وهو ما سنوضحه بالتفصيل على مستوى المحور الأخير للدراسة).

إنّ هذه المعلومات المفبركة التي تنتشر بوتيرة أسرع بفضل خوارزميات الذكاء الاصطناعي كما سبق الذكر تطرح اشكالا مهما شكل هاجسا علميا لنا بصفتنا باحثين في التخصص دفعنا إلى التساؤل عن حدود نشاط هذا المستخدم ودرجة وعيه وقدرته على الاختيار وفق ما تقتضيه فروض نظرية الاستخدامات والاشباكات.

تهدف الدراسة الحالية إلى فهم آليات عمل الأخبار المفبركة وخوارزميات الذكاء الاصطناعي ومسارات عملها، كما تسعى إلى فهم استراتيجية حصار قرارات المستخدم واختياراته من خلال تقديم ثلاثة نماذج للتحليل قصد اختبار وعيه ونشاطه الإيجابي وقدرته على الاختيار بين البدائل المطروحة من خلال مناقشة

جملة من التساؤلات العلمية التي تبحث في طبيعة العلاقة بين موقع الفيسبوك بصفته ساحة مفتوحة لانتشار كل أنواع الأخبار بما فيها المفبركة Fake News ودور خوارزميات الذكاء الاصطناعي في بروزها وكذلك دور المستخدم في مشاركتها وتداولها لحظة نزولها مباشرة.

كل هذا أحالنا إلى التساؤل عن حدود نشاط المستخدم وقوة وعيه وتأثيره هوفي الوسيلة الإعلامية في اختبار لصحة الفروض التي انطلقت منها نظرية الاستخدامات و الاشباعات في اثباتها لنشاط الجمهور وقدرته على التمييز واختيار المضمون الإعلامي بطريقة واعية بما يتناسب واهتماماته والمنفعة التي يروجها - ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟

إنّ الهاجس العلمي المرتبط بالسّعي إلى تقصي طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة الثلاث أحالنا إلى طرح رؤية نقدية لنشاط المستخدم المطلق والتساؤل العلمي الذي وجه أذهاننا إلى اشكالية التأثير مرة أخرى؟ والتي تؤمن بقوة الوسيلة الإعلامية (خوارزميات الذكاء الاصطناعي) أو مضمون الرسالة (الأخبار المفبركة) في مقابل هشاشة دور الجمهور المستخدم؟

يحق لنا أن نتساءل هنا من الذي يختار ويقرر؟ هل هو المستخدم أم فواعل أخرى أقوى منه على غرار طبيعة الوسيلة المفتوحة أم قوة الرسالة أم خوارزميات الذكاء الاصطناعي المتحيزة؟؟

وانطلاقاً من كل ما سبق نطرح التساؤل المركزي التالي :

ما هي حدود نشاط مستخدمو موقع الفيسبوك في ظل انتشار الأخبار المفبركة

وخوارزميات الذكاء الاصطناعي؟؟

وللإجابة على هذا التساؤل المركزي قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما طبيعة الأخبار المفبركة ؟
- ما طبيعة خوارزميات الذكاء الاصطناعي ؟
- كيف يؤثر انتشار الأخبار المفبركة عبر موقع الفيسبوك على وعي ونشاط المستخدم؟
- كيف تؤثر خوارزميات الذكاء الاصطناعي عبر موقع الفيسبوك على خيارات المستخدم ورغباته؟

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية وعمق طرح موضوعها الذي يبحث في احياء اشكالية بحث عميقة وعريقة عادت لتتموضع مرة أخرى في ظل بيئة رقمية أصبحت تُشكل فضاء واسعاً لانتشار الأخبار المفبركة ومشاركتها في ظرف قياسي، كما تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال الإضاءة على دور خوارزميات الذكاء الاصطناعي وعلاقتها بانتشار الأخبار المفبركة وحدود نشاط المستخدم.

أهداف الدراسة:

- التعمق في فهم طبيعة الأخبار المفبركة.
- التعمق في فهم طبيعة خوارزميات الذكاء الاصطناعي .
- البحث عن علاقة انتشار الأخبار المفبركة عبر موقع الفيسبوك بوعي ونشاط المستخدم.
- تقصي طبيعة العلاقة بين خوارزميات الذكاء الاصطناعي عبر موقع الفيسبوك وخيارات المستخدم ورغبته.

نوع الدراسة

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث التحليلية، وهي أسلوب يدمج بين الجانب النظري المكتبي والتحليلي. وتنطلق من ما هو مُسجل في المصادر أو المراجع التي يُعاد فيها طرح القضايا العلمية المختلفة من وجهة نظر معينة ثم يقوم الباحث بإعادة طرح الموضوع من عدة زوايا أخرى مما يجعله يحمل وجهات نظر مختلفة قد تميل إلى التشابه أو التعارض بالنظر إلى تغير المعطيات واختلاف اهتمامات الباحثين الجدد أو تغير الظروف المحيطة.

الفصل الأول الأخبار المفبركة

- تعريف الأخبار المفبركة.
- الأخبار المفبركة والمفاهيم المشابهة لها.
- أسباب انتشار الأخبار المفبركة .
- مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بانتشار
الأخبار المفبركة.
- الآليات المتاحة لمحاربة الأخبار المفبركة.

1. تعريف الأخبار المفبركة

حظي مصطلح Fake news بأهمية بالغة تحديدا منذ سنة 2016، تزامنا مع الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة، بسبب نشر وتداول أخبار مشكوك في صحتها عبر بعض المواقع الإلكترونية والصحف. فقد وجّه الرئيس الأمريكي دونالد ترامب كلماته في ندوة صحفية إلى أحد الصحفيين بالقول: "أنتم أخبار مفبركة" رافضا الإجابة عن سؤاله.¹ وبالتالي فقد استخدمت لأول مرة من قبل Donald Tramb لوصف خصومه والصحف التي تتعرض له بالنقد، لينتشر المصطلح ابتداء من سنة 2017 ويبلغ ذروته سنة 2018.²

كان ذلك الموقف كفيلا يجعل المصطلح ينتشر بشكل واسع بين السياسيين والإعلاميين ثم الأكاديميين على الصعيد العالمي.

برزت بعد ذلك كتابات وتحليلات حول: "الأخبار المفبركة" ووضعت لها عدة تعريفات. تشير إحداها إلى أنها تعبر عن: "معلومات مُضَلَّلَة وخادعة تختلق عمدا، بقصد خداع الطرف

¹ - عبد المجيد رمضان، "حق الوصول إلى المعلومة كآلية لمحاربة الأخبار الزائفة أثناء الأزمات"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 09، العدد 04، 2020، ص 186-187.

² - حورية شريط، "الأخبار الكاذبة ... مفهوم جديد أوجه جديد للدعاية والتضليل الإعلامي"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 06، العدد 04، ديسمبر 2022، ص 403.

الأخروحيته على تصديق الأكاذيب والتشكيك في الحقائق، تنشر عبر الأنترنت وتنقل إلى وسائل الإعلام تدريجيا، لتحقيق عدة أهداف كأن تكون سياسية أو اجتماعية أو غيرها، والتأثير في الرأي العام المحلي أو الدولي أو كلاهما".¹

عُرِّفت الأخبار المفبركة أيضا بأنها "قصص إخبارية كاذبة غالبا ما تكون ذات طبيعة مثيرة، تمّ إنشاؤها ليتم نشرها أو توزيعها على نطاق واسع لغرض توليد الإيرادات، أو الترويج لشخصية عامة أو حركة سياسية أو شركة أو تشويه سمعتها".²

كما عرّفها آخرون على أنها تلك الأخبار المختلقة عمدا يتم نشرها بقصد خداع طرف آخر، تحت على تصديق الأكاذيب أو التشكيك في الحقائق التي يمكن اثباتها".³

¹ - عبد المجيد رمضان، مرجع سابق، ص 186-187.

² - زهية يسعد، "الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين: دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03-العدد 01- جوان 2020، ص 125.

³ - منصر نصر الدين، "جريمة نشر الأخبار الكاذبة الماسة بالنظام العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة، المجلد 07-العدد 01 2022. ص 192-193 .

أما شبكة الصحافة الأخلاقية فقد عرّفت الأخبار المفبركة بأنها خبر يتم تزيفه بشكل مقصود ثم يتم نشره بهدف خداع الناس وحثهم على تصديقه والتشكيك في الحقائق المثبتة بالأدلة.¹

يشير هذا التعريف أن الأخبار المفبركة لا مجال للصدفة فيها فهي فعل مقصود يرافقه منذ البداية هدف الخداع والتشكيك في الحقائق المثبتة.

يعتبر قاموس "كامبردج" الأخبار المفبركة "قصص كاذبة تُحوّل إلى أخبار تنتشر عبر الإنترنت أو وسائل الإعلام المختلفة. غالبًا ما يكون الهدف منها التأثير على الآراء السياسية، أو قد تكون مجرد محتوى هزلي بغرض التسلية."²

الأخبار المفبركة وفق هذا التعريف تبدأ على شكل قصص كاذبة ثم تتحول إلى أخبار تنتشر بشكل واسع عبر مختلف الوسائط الاتصالية وتكون إما بغرض التأثير على الآراء السياسية، كما قد تكون غير مقصودة هدفها مجرد التسلية.

¹ - بركة وفاق حافظ، "مضامين الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها وآليات التحقق منها دراسة تحليلية ميدانية"، مجلة "أريد" الدولية لدراسات الإعلام وعلوم الاتصال، المجلد 2، العدد 3. 2021، ص 95-96.

² - زهية يسعد، مرجع سابق، ص 125.

يُقصد بالأخبار المفبركة أيضا، تلك "الأخبار التي لا يمكن أن توجد أدلة كافية لدعمها، أو تأتي من مصادر مشكوك في مصداقيتها".¹

كما عُرِّفت الأخبار المفبركة على أنها معلومات مغلوبة منتشرة عن قصد على شكل أخبار يمكن استخدامها كدعاية وتنتشر عبر وسائل الإعلام الإخبارية ووسائل التواصل الاجتماعي. فهي فعل مُخطط له لخداع جمهور معين، وقد تتضمن حقائق يدرك مؤلفها أنها غير صحيحة، أو إنكار حقائق يعرف أنها صحيحة.²

أما دراسة جامعة "بورنماوث" في المملكة المتحدة فتعرّف الأخبار المفبركة بأنها نوع من العلاقات العامة التي تُبرز تحيزًا مبالغًا تجاه حقائق معينة مع إخفاء حقائق أخرى. هذا التعريف لا يربط الأخبار المفبركة بالكذب المباشر، بل يعيد أصلها إلى ممارسات تعتمد على التحيز وحبس المعلومات، مما يجعل التضليل هو جوهر هذه الأخبار. فهي الانتشار المتعمد للتضليل،

1- عبد المجيد رمضان، مرجع سابق، ص 186-187.

2- منصر نصر الدين، مرجع سابق، ص 192-193.

سواء كان ذلك عبر وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.¹

أمّا دليل الباحثين الصادر عن جامعة ميتشجان فقد عرّف الأخبار المفبركة بأنها تلك الأخبار التي لا تركز على أية حقائق أو مصادر أو اقتباسات، ذلك أنه يوجد فرقاً واضحاً بين الأخبار الخاطئة وتلك المضللة. حيث يعتبر الدليل الأخبار الخاطئة بأنها معلومات غير صحيحة أو غير دقيقة انتشرت دون نية التضليل بينما الأخبار المزيفة يتم انشاؤها بنية التخليط وبالتالي يستهدف نشرها التأثير في الرأي العام وإخفاء الحقائق.²

الملاحظ في هذه التعريفات، على الرغم من اختلافها، أنها تتشارك في ثلاثة أبعاد أساسية. الأول هو النية المتعمدة التي تكمن خلف مختلف الأخبار المفبركة. والثاني هو عنصر الكذب الذي يتسم به محتوى هذه الأخبار. والثالث وهو المصدر غير الموثوق. ويكمن الفرق بين الأخبار الكاذبة والأخبار الخاطئة في أن الأخيرة عادة ما تحتوي على أخطاء غير مقصودة، حيث يعتقد

¹ - نبيل لحمر، "الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على اتجاهات الرأي العام، دراسة في المفهوم والعلاقة والأهداف"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 07، العدد 02، 2020، ص 582.

² - زهية يسعد، مرجع سابق، ص 125.

ناشرها أنها صحيحة، فتُنشر عن عدم معرفة بعدم صحتها، ومن دون قصد الضرر ودون وجود نوايا تلاعبية أو خبيثة. بينما تُعد الأخبار المفبركة عملاً متعمداً يهدف إلى التضليل.

2. الأخبار المفبركة والمفاهيم المشابهة لها

هناك الكثير من المصطلحات والمسميات التي تبدو وكأنها مرادفات للأخبار المفبركة نود في هذا المقام توضيحها وضبطها والحقيقة أن المحتويات أنواع، صُنّفت حسب درجة نية المرسل أو القارئ بالاتصال في التضليل والخداع وهي:¹

1. المحتوى المفبرك: هو محتوى غير صحيح كلياً يكون

مختلقاً بشكل كامل أو شبه كامل.

2. المحتوى المزور: يتم نشر محتويات عن طريق انتحال

هوية المصادر الحقيقية .

3. المحتوى المضلل: يعتمد على توجيه المعلومات بشكل يوحي أو

يوجه الاتهامات ضد فرد أو جهة أو قضية. وهي معلومات يتم

نشرها بهدف الإضرار والإساءة، وغالباً ما تُستخدم للإشارة إلى

¹ - زهية يسعد، مرجع سابق، ص 126.

المحاولات الموجهة والمخطط لها بدقة للتلاعب بالأشخاص من خلال تقديم بيانات مضللة باستخدام وسائل مثل القرصنة أو الإضرار بسمعة الأفراد ومصالحهم.

4. المحتوى المتلاعب به: يتم التلاعب به عن طريق التركيب أو القص أو غيرها من عمليات التعديل بهدف الخداع.

5. السياق المزيف: وضع معلومات صحيحة ولكن في إطار وسياق مزيف.

6. الربط المزيف: يتم وضع عناوين وصور لا علاقة لها بالمحتوى.

7. التهمك والسخرية: قد لا تُلحق الضرر لكنها قد تؤدي إلى تضليل الرأي العام.

8. المعلومات الضارة: وهي معلومات حقيقية تُنشر بهدف إلحاق الضرر بالسمعة، أو التسبب بالخسائر أو أنها تؤدي إلى نتائج سلبية.

كما تتنوع المفاهيم المشابهة للأخبار المفبركة تبعاً لأهدافها وطبيعتها ويمكن تلخيص أبرز أنواعها على النحو التالي:¹

➤ أنواع الأخبار المفبركة حسب أهدافها

أولاً: الأخبار المزيفة

تهدف هذه النوعية من الأخبار بشكل رئيسي إلى تضليل القارئ ونشر معلومات غير دقيقة دون التحري عن صحتها، في محاولة للتأثير المباشر على آرائه أو توجيه نظراته تجاه قضية معينة. وهي معلومات تُنشر بهدف تضليل الرأي العام، حيث تتعلق بأخبار يتم تداولها بقصد خداع المتلقي عمداً. تُصنع هذه الأخبار الزائفة انطلاقاً من معطيات غير موجودة في الواقع، كما قد تستند - أحياناً إلى أحداث حقيقية، لكن يتم تحريفها أو التلاعب بها لتغيير محتواها ويكون الهدف من هذه الأخبار خداع المتلقي أو تضليله باستخدام أساليب صياغة الأخبار الحقيقية .

¹ - أمينة بصافة، هشام شيتور، خوارزميات تضليل الجمهور المستخدم للمنصات الرقمية في ظل انتشار الأخبار المزيفة، الدار الجزائرية للكتاب زموري، الجزائر، 2025، ص 212.

ثانيًا: تزوير المصادر:

يتبع هذا الأسلوب بعض الصحف والمواقع الإعلانية، حيث تسعى لإعادة تفسير الصور أو المواقف بشكل يختلف تمامًا عن الغرض الحقيقي منها. كثيرًا ما يكون الهدف وراء هذا النوع هو التشهير، إثارة الشائعات، أو خلق فضيحة تستهدف أفرادًا أو جهات معينة.

ثالثًا: التلاعب بالعناوين

العناوين المضللة تُعتبر من أكثر الوسائل فاعلية وهو أسلوب معروف يعتمد عليه مروجي الأخبار المفبركة لتنتشر بسرعة، إذ تستغل عدم قدرة العديد من القراء على استكمال قراءة كامل المقال أو الغوص في التفاصيل الدقيقة بسبب ضيق الوقت أو ضعف التركيز. ويُعد التلاعب بالعناوين وفبركة البلاغات الرسمية وتزييف مقاطع الفيديو ونشر التسجيلات الصوتية من أبرز الأساليب التي تعتمد عليها الأخبار المفبركة لتحقيق أهداف متنوعة. و غالبًا ما يكون الهدف الأساسي هو التأثير على الرأي العام بغرض استمالته أو توجيهه أو تشكيكه من خلال معالجة المعلومات التي تمّ اختيارها بعناية والتلاعب بمعانيها.

رابعًا: أخبار الإنترنت

هذه الفئة تكون مُخصصة لمنصات التواصل الاجتماعي، حيث يتم نشر أخبار تهدف بالدرجة الأولى إلى جذب نسب مشاهدة مرتفعة مما يجعلها "ترند"، أو لتحقيق أعلى معدلات متابعة لقنوات معينة بغية الحصول على مردود مالي وزيادة قاعدة الجمهور المتابع .

خامسًا: المصادر غير الموثوقة

الأخبار المفبركة يمكن أن تنتشر من خلال مواقع متخصصة في نقل الشائعات والتأويلات المتعلقة مثلاً بالوسط الفني أو السياسي، تعتمد هذه المواقع عادة على صور عفوية للمشاهير تلتقطها عدسات الصحفيين، ثم تُصوغ حولها قصص مبنية على تخمينات أو استنتاجات غير دقيقة، مستغلة شهرة الشخصيات المستهدفة لجذب الاهتمام.

➤ أنواع الأخبار المفبركة حسب طبيعتها يمكن تصنيفها إلى

خمسة أشكال رئيسية، يتم توضيحها على النحو التالي:¹

¹ - أمينة بصفة، هشام شيتور، مرجع سابق، ص 216.

1. الأخبار المضللة

تعتمد على تقديم عناوين جذابة قد تبدو مثيرة للانتباه لكنها لا تتوافق مع محتوى المقال بشكل كامل، ومع ذلك، غالبًا ما تحتوي على جزء بسيط من الحقيقة.

2. الأخبار المتحيزة

يتم من خلالها تناول الوقائع الحقيقية ولكن من زاوية تخدم مصالح أو أجندات محددة، مما يجعلها تمثل وجهة نظر طرف معين بدلاً من تقديم محتوى موضوعي.

3. العناوين المثيرة

تركز هذه الأخبار على جذب الانتباه وإثارة فضول القارئ عن طريق استخدام عناوين صادمة أو مثيرة دون أن يكون المحتوى بنفس المستوى من الأهمية الذي يوحي به العنوان.

4. الأخبار الساخرة والكوميديّة

تهدف إلى نقد ظواهر معينة بأسلوب فكاهي وترفيهي، لكنها تحمل خطرًا عندما يتم تداولها على أنها أخبار جادة بسبب عدم إدراك القارئ لطبيعة الموقع الذي نشرها.

3. أسباب انتشار الأخبار المفبركة

الملاحظ هو أن انتشار الأخبار المفبركة بات سريعاً، خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بصفة عامة وموقع الفيسبوك بصفة خاصة باعتباره نموذجاً لهذه الدراسة، ذلك أن هذه المواقع تفتقر في كثير من الأحيان إلى مصادر موثوقة كما تتيح للمستخدمين المساهمة في صياغة المحتوى دون قيود واضحة هذه المحتويات قد تكون مضحمة، متحيزة، أو خالية من الصحة بشكل كامل، ويتم ترويجها إما لدعم جهات مُحددة أو لتشويه صورة أطراف أخرى، كما يمكن أن تكون بغرض التسلية أو إثارة الجدل، وغالباً ما تأتي من مصادر غير رسمية.

تعتبر فترات الأزمات والتهديدات التي تواجهها الدول بيئة مواتية لنمو وانتشار الأخبار المفبركة بالنظر إلى ما تتميز به من شح للمعلومات من مصدرها الرسمي، وهو ما أكدته البروفيسور الصادق الحمامي الذي رأى أن تداعيات جائحة كورونا مثلت تحدياً جديداً، ذلك أن هذه الأزمات كانت كاشفة لأزمات وإشكاليات قديمة وهيكلية، مثل انهيار بيئة الأخبار وانتشار الأخبار المفبركة لسببين: يتعلق السبب الأول بانهيار المؤسسات التي كان

يقع على عاتقها مسؤولية نشر الأخبار، إضافة إلى تسارع وتيرة الأحداث بشكل يصعب ضبطه ناهيك عن الميزة الفجائية التي تختص بها، وما يغذي انتشارها أكثر هو تطور العامل التكنولوجي وسيطرة المنصات الاجتماعية على توزيع المعلومات وعلى الإعلام الرقمي¹. كما تلعب خوارزميات الذكاء الاصطناعي دوراً مهماً في فبركة الأخبار وإنتاجها وتعزيز انتشارها وزيادة التفاعل معها. وهو ما سنتطرق إليه بالتفصيل في الفصل الأخير.

تتنوع أسباب ودوافع انتشار الأخبار المفبركة مع تنوع مروجيها، والأهداف المرجوة من نشرها، بالإضافة إلى الوسائل المستخدمة في إنتاجها والجهات التي تستفيد منها. ومن بين أسبابها نجد:

1. الدوافع السياسية

تُنتشر الأخبار المفبركة لتحقيق أهداف سياسية، مركزة على تشويه سمعة شخصيات سياسية أو قادة نظام معين، بما في ذلك الرؤساء والوزراء والولاة، وغالباً ما تخدم هذه الأخبار

¹ - عمار السمر، "بيئة الصحافة الإلكترونية العربية سياقات التطور وتحدياته"، مجلة قلمون، العدد الثالث والعشرون، أبريل 2023، ص 209.

مصالح جهات مُحدّدة تسعى للتأثير على تفكير المواطنين، وتغيير مواقفهم واتجاهاتهم حول قضايا معينة.¹

يعتبر مصطلح الأخبار المفبركة مصطلح خطير جدا من الناحية السياسية، لأنه يفسح المجال لاستخدامه كسلاح لتشويه الخصوم السياسيين. يُمكن أن يؤثر التضليل السياسي بشكل مباشر على قرارات المواطنين خلال الحملات الانتخابية، كما يمكن أن يغير مجريات عمليات التصويت. ويُشكل الخبر السياسي المفبرك تهديداً حقيقياً للديمقراطية، إذ يُسهم في خلق حالة من الاستقطاب عبر نشر معلومات مضللة تتعلق بالمرشحين أو إجراءات الانتخابات أو نسب المشاركة، هذا الأمر يؤثر على تفكير الناخب، مما يؤدي إلى تغيير توجهاته وآرائه إزاء قضية أو أيديولوجيا معينة، كما قد يكون الهدف منه تقويض القيم الاجتماعية والدينية الراسخة ونشر الشكوك فيها لتحقيق مصالح وأغراض سياسية محددة.

وقد قدّم كل من Hossein Derakhshan وWardle Claire عن مؤسسة First Draff (مؤسسة غير ربحية تصمم اهم المنصات الصحفية) تقريراً لمجلس أوروبا

1- عبد المجيد رمضان، مرجع سابق، ص 186-187.

حول الأخبار الكاذبة جاء فيه: "بدأ استعمال مصطلح الأخبار الكاذبة من طرف السياسيين لوصف التغطية الإخبارية التي لا تتوافق مع توجهاتهم، ليصبح المصطلح بهذه الطريقة أداة يستطيع بواسطتها الأقوياء قمع الصحافة المستقلة وتقييدها وتقويضها وتجاوزها".¹

2. الدوافع الايديولوجية

غالبًا ما تقوم بعض المؤسسات أو الأفراد بإنتاج أخبار مفبركة أو مختلقة بهدف الترويج لأفكار معينة أو دعم شخصيات محددة، كما يتم استخدام هذه الأخبار للتشويه سمعة أشخاص آخرين أو لغرض السخرية اللاذعة والهجاء السياسي أو الترويج للدعايات الإعلامية، بهدف استهداف الروح المعنوية للخصم من خلال التركيز على القيم الفكرية والأيديولوجية والدين، وضرب التماسك والترابط بين أفراد المجتمع الواحد لأغراض غير نبيلة.²

¹ - حورية شريط، مرجع سابق، ص 409.

² - عبد المجيد رمضان، مرجع سابق، ص 186-187.

3. الدوافع المادية

أصبحت معظم مواقع التواصل الاجتماعي تعتمد على نظام مكافآت مخصص للمستخدمين الذين يحققون أعلى نسبة من المشاهدات، مما يؤدي إلى زيادة عدد الزيارات. وتلتقي هنا مصالح المنصات الرقمية مع مصالح المستخدمين النشطين الذين يتمكنون من جذب المشاهدات من خلال المحتوى الذي يقومون بإنشائه أو إعادة نشره من مصادر أخرى. في ظل هذه الآلية الرقمية، يتحصل مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي على عائدات مادية بناءً على عدد الزوار الذين يجذبونهم إلى صفحاتهم ومن أجل زيادة الإيرادات المالية التي تضمنها لهم هذه المواقع يلجأ بعضهم إلى نشر معلومات مضللة بهدف لفت انتباه الجمهور بأي وسيلة ممكنة. ذلك أن القصص المزيفة التي تنتشر على نطاق واسع تعود بعائدات مالية كبيرة على منتجي المحتوى نتيجة إيرادات الإعلانات التجارية التي ترتبط عادة بنسب المشاهدات وعدد المشاركات وعدد النقرات.¹

¹ - زهية يسعد، مرجع سابق، ص 125.

كشف تقرير صادر عن مؤشر التضليل العالمي أن المبلغ الذي تصرفه الشركات المصنعة للعلامات التجارية لتمويل مواقع الأخبار المفبركة بلغ 235 مليون دولار. وفي تقرير خاص بموضوع التضليل الإعلامي حول وباء كورونا السابق، يوضح المؤشر أن شركات الإعلانات مولت 56 موقعاً ناطقاً باللغة الأسبانية لنشر الأخبار الزائفة سنة 2021، بمبلغ يصل إلى 12 مليون دولار، وتُقر العديد من الدراسات أنّ رقعة الأخبار المفبركة لها فرص أكبر في الاتساع، وبسرعة وكثافة أكبر في مواقع التواصل الاجتماعي من الأخبار المؤكدة والمدعومة بمصادر موثوقة.¹

4. مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في انتشار الأخبار المفبركة

من أبرز مميزات الإنترنت هو أنها أتاحت إمكانية النشر على نطاق واسع، حيث يمكن أن يصل مدى انتشار المحتوى إلى الملايين في ذات اللحظة، كما تجاوزت الحدود الجغرافية والقيود القانونية، مما جعل المحتوى الإعلامي المفبرك يصل بسهولة إلى الجماهير المنتشرة في مختلف أنحاء العالم، ذلك أنّ سهولة تداول هذا المحتوى وإعادة مشاركته يساهم حتماً في توسيع نطاق

¹- S. Vosoughi, D. Roy, S. Aral, **The spread of true and false news.** Science Published 9 March 2018, Science 359, 1146 (2018), online <http://www.sciencemag.org/content/359/6380/1146/suppl/DC1>

انتشاره ليصل إلى جماهير أكبر، فلم يعد النشر الواسع مقتصرًا على وسائل الإعلام والاتصال التقليدية. ذلك أنَّ المواقع الإلكترونية وبعض منصات التواصل الاجتماعي قد تحقق انتشارا يفوق ما توفره وسائل الإعلام التقليدية. بل إن وسائل الإعلام نفسها أصبحت تعتمد في كثير من الأحيان على مواقع التواصل الاجتماعي لزيادة نطاق وصولها إلى مختلف الجماهير المنتشرة عبر مناطق مختلفة من العالم.¹

تنتشر الأخبار المفبركة والشائعات بسرعة كبيرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بين المستخدمين خاصة في ظل توفر عائدات مالية ترتبط بمعدلات المشاهدة المرتبطة هي الأخرى بعدد النقرات على المحتويات، فقد أثبتت نتائج دراسة أجرتها جامعة كولومبيا عام 2015، أنَّ عددا كبيرا من مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تضليل الجمهور من أجل حصد المزيد من الزيارات والمشاهدات لموقعها.²

¹ - نصر الدين بوزيان، "الأخبار الكاذبة، الذباب الإلكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية ومساعي المواجهة"، مجلة أكاديميا للدراسات السياسية، المجلد 06، العدد 05، 2021، ص 33 .

² - زهية يسعد، مرجع سابق، ص 129.

أجرت مؤسسة ميريديث Meredith الأمريكية للإعلام استطلاعاً للرأي عام 2017 توصل إلى نتيجة مفادها أنّ 27 % من جمهور المحتوى الإعلامي اعتبروا أن مواقع التواصل الاجتماعي مسؤولة عن انتشار الأخبار المبركة مقابل 12 % منهم للمحطات التلفزيونية و6 % فقط لوسائل الإعلام المطبوعة.¹

من هذا المنطلق يرى بعض الباحثين أن انتشار الأخبار المبركة يرتبط بشكل أساسي بما يمكن وصفه بالتحول الجذري الذي شهدته المجتمعات الحديثة، والذي تزامن مع ظهور الإنترنت. فقد أدّت هذه التقنية إلى تطوير فضاءات تواصلية جديدة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي، التي ساهمت بشكل كبير في انتشار هذه الظاهرة لعدة أسباب، أبرزها ما يلي: ²

أولاً: دور المشاركين في صناعة المضامين الإعلامية

ساهمت الإنترنت بشكل عام، ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل خاص، في بروز فواعل جديدة تشارك في تشكيل المحتوى

¹ - زهية يسعد، مرجع سابق، ص 128.

² - نصر الدين بوزيان، مرجع سابق، ص 32.

الإعلامي خاصة من خلال ما يُطلق عليه صحافة المواطن بأشكالها المتعددة، ففي بعض الحالات تظهر مساهمات ايجابية للجمهور المستخدم عبر مواقع إلكترونية تابعة لصحف أو مؤسسات إعلامية وتوفر مساحات تفاعلية وتشاركية غير أنه يمكن أن تُستغل هذه المساحات لنشر الأخبار المفبركة والمعلومات المضللة، كما حدث في بعض الحالات التي شهدتها منصات معروفة. على غرار موقع CNN حيث استغل أحد المستخدمين منصة **I report** لبث خبر كاذب سنة 2008 مفاده نقل شركة Apple " ستيف جوبز" إلى المستشفى في حالة حرجة، الأمر الذي أدى إلى انخفاض اسهم الشركة سريعا بتسع نقاط في البورصة، وبمجرد حذف الخبر عادت الأسهم إلى موضعها.¹

ثانيا: طبيعة الأخبار المفبركة

تشير العديد من الدراسات إلى أن الأخبار المفبركة تنتشر بشكل أسرع وأوسع من الأخبار الحقيقية، فقد أظهرت دراسة أجريت على منصة تويتر أن التغريدات الحقيقية استغرقت وقتاً أطول بمعدل ستة أضعاف مقارنة بالتغريدات المفبركة للوصول

¹ - نصر الدين بوزيان، مرجع سابق، ص 32.

إلى نفس مستوى الانتشار. وتتشابه هذه النتائج مع دراسة أخرى أعدها باحثون من معهد "ماساتشوستس" للتكنولوجيا حيث بينت أن حوالي ثلاثة ملايين شخص قاموا بإعادة تغريد قصص إخبارية غير صحيحة أكثر من 4.5 مليون مرة، وخلص الباحثون إلى أن المحتويات المفبركة سواء كانت نصوصاً أو مقاطع فيديو أو صوراً لديها فرصة انتشار تزيد بنسبة 70% مقارنة بالأخبار الحقيقية، ويرجع ذلك إلى انتشارها الواسع وسرعة تداولها بين الأفراد، حيث تركز الأخبار المفبركة بشكل كبير غالباً على الشخصيات البارزة والمثيرة للجدل، بالإضافة إلى تسليطها الضوء على المواضيع التي تستحوذ على اهتمام الأفراد كونها تقدم للجمهور ما يرغب في سماعه، ذلك أنّ الأفراد يميلون بطبيعتهم إلى تصديق ما يتوافق مع اعتقاداتهم ورغباتهم، وهو ما يُعرف في علم النفس بـ "الانحياز التأكيد"، ويعني ميل الأفراد لتأكيد توجهاتهم وأفكارهم القائمة.¹

كما أظهرت بعض الدراسات في مجال الاتصال أن الآراء والمواقف والتوجهات والأحكام وحتى المعارف السابقة، تلعب دوراً

¹ - نصر الدين بوزيان، مرجع سابق، ص 38.

حاسماً في عملية استقبال الرسائل الاتصالية وتعتمد في ذلك على العديد من أساليب الفهم والتفسير التي توظف تقنيات و خدع تهدف إلى الإقناع عن طريق تعزيز القبول بالمعلومات وحتى الكذب لتحقيق أهداف إعلامية أو تسويقية ويتم توظيف هذه التقنيات مثلاً في صناعة السينما والتلفزيون، حيث تُملأ الأفلام بالخدع البصرية والحركية والصوتية، مما يجعل المتلقي أكثر انخداعاً بما يراه أو يسمعه و تشير بعض الدراسات إلى أن الأفراد غالباً ما يميلون إلى رؤية الحقائق كما يرغبون، فقط لتأكيد ما يرغبون في تصديقه. 1

ثالثاً: صعوبة المراقبة

مع الكم الهائل من المحتويات التي تُنشر وتُشارك يوميًا، يُصبح من الصعب مراقبة ومتابعة كل ما يتم نشره وتداوله في البيئة الافتراضية بالنظر إلى ما تختص به من مميزات وعلى رأسها أنها تشكل فضاء مفتوحاً للجميع وعلى الجميع، ومع هذا الوضع، يجدها مروجو الأخبار المفبركة والإشاعات بيئة خصبة لنشر التحريف والتزييف دون رادع واضح ، فنادرًا ما تتم ملاحقة

¹ - نصر الدين بوزيان، مرجع سابق، ص 38.

ومعاقبة أصحاب هذه الممارسات، لأسباب قد تتعلق بازدياد المطالب المرتبطة بحرية التعبير، إلى جانب التحديات المتعلقة بالتحقق من صحة المعلومات والوقت والجهد والموارد اللازمة لذلك، إضافة إلى المبادرات الفردية غير المحدودة للنشر. تتضاعف خطورة صعوبة المراقبة عندما يتعلق الأمر بأمن الدول خاصة بالتحديد عندما يتعلق الأمر بالجهات الخفية الداخلية والخارجية التي تعمل على إدارة حملات منظمة تخدم أهدافاً جيوسياسية أو أمنية أو اقتصادية، ويبرز هذا جلياً مثلاً في السياق الذي شهدته المنطقة العربية منذ عام 2010، فيما عُرف بأحداث الربيع العربي، حيث لعبت البيئة الرقمية كما هو معروف دوراً محورياً في هذه التحولات.

تنتشر الأخبار المفبركة بنسبة كبيرة عبر موقع الفيسبوك خاصة، والذي يستخدمه عدد كبير جداً من المستخدمين وتداول فيه كميات أكبر من المعلومات والأخبار.¹

الفيسبوك هو موقع إلكتروني مجاني للتواصل الاجتماعي تديره شركة "ميتا" والتي كانت تُعرف سابقاً باسم "فيسبوك" يعود

¹ - نصر الدين بوزيان، مرجع سابق، ص 37.

اسم الموقع إلى دليل الصور الذي كانت تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة لأعضاء هيئة التدريس والطلاب الجدد، حيث يتضمن دليلاً يشمل وصفاً لأعضاء الجامعة بهدف تسهيل التعرف عليهم. تُعتبر هذه الطريقة تقليداً شائعاً في الجامعات الأمريكية والأوروبية سابقاً لتعزيز التواصل والتعارف بين الأفراد.

يُعدّ موقع فيسبوك من أبرز منصات التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشاراً، حيث لا يقتصر دوره على كونه فضاءً للتواصل والتفاعل بين الأفراد فقط، بل أصبح منصة تقنية متعددة الاستخدامات تُمكن أي شخص من القيام بما يرغب بكل سهولة. يتطلب الانضمام إلى الموقع امتلاك المستخدم مهارات أساسية في التعامل مع الإنترنت، مما يُسهل عليه عملية الدخول. ومع كون التسجيل على المنصة مجانياً ومتاحاً للجميع، فإن إنشاء حساب جديد لا يستغرق سوى خطوات بسيطة تقتصر على توفير بريد إلكتروني أو رقم هاتف حيّز الخدمة. بعدها يحصل المستخدم مباشرة على رابط أو رمز تفعيل يُتيح له إتمام الاشتراك. كما يوفر فيسبوك خاصية إرسال الدعوات للتواصل مع الأصدقاء الحاليين

أو التعرف على أشخاص جدد من خلال خاصية الضغط على زر
إضافة صديق " أو Add as Friends.

سنة 2006 شكلت مرحلة مفصلية في تاريخ تزايد عدد مستخدمي موقع
فيسبوك، حيث قام الموقع بإزالة شرط امتلاك حساب بريد إلكتروني صادر عن
مدرسة أو شركة كضرورة للتسجيل. هذا القرار فتح الباب أمام أي شخص يمتلك
عنوان بريد إلكتروني صالح ويرغب في الانضمام إلى المنصة بفضل هذا التغيير،
ارتفع عدد المستخدمين من 12 مليون في ديسمبر 2006 إلى أكثر من 40 مليون مع
بداية عام 2007.¹

يُعرف قاموس الإعلام والاتصال Dictionary of Media and
communications موقع الفاييسبوك أنه: " أنه منصة للتواصل الاجتماعي
تأسست في عام 2004 تتيح هذه المنصة للمستخدمين إنشاء الصفحات
الشخصية، وقد بدأت في الأصل كخدمة موجهة لطلاب الجامعات وأعضاء هيئة
التدريس والموظفين، لكنها تطورت لاحقًا لتشمل جميع الأفراد."²

¹- عوكي أوليغ، فاييسبوك للجميع، الدار العربية للعلوم، الطبعة الأولى، بيروت، 2010، ص 14.

² - Marcel, Danesi, Dictionary of Media and communications, M.E. Sharpe Armonk, New York. 2009,p117.

يُعرف أيضا موقع الفيسبوك على أنه: "منصة على الإنترنت تتيح للمستخدمين فرصة تكوين صداقات جديدة، التواصل مع زملاء الدراسة من مختلف أنحاء العالم، والانضمام إلى مجموعات متنوعة عبر الشبكة.¹

1. علاقة موقع الفيسبوك بانتشار الأخبار المفبركة

لموقع الفيسبوك دور في انتشار الأخبار المفبركة انطلاقا من مميزاته والخدمات التي يتيحها .

أ- علاقة موقع الفيسبوك بانتشار الأخبار المفبركة بناء على مميزاته

يختص الموقع بجملة من المميزات التي قد تكون سببا رئيسيا في انتشار الأخبار المفبركة عبره، نذكر منها:²

- يسمح الموقع للمستخدم بالتحكم في محتوى صفحته بشكل كامل، حيث يمكن لصاحب الحساب فرض قيود على بعض الأنشطة، مثل حجب منشورات معينة عن أصدقاء محددين، بالإضافة إلى قدرته على رفض طلبات الصداقة بسهولة .

¹- محمد الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ ، دار وهج للحياة والنشر والتوزيع، الرياض، 2010، ص 218.

²- علي ليلة، تأثير الفيسبوك على الثقافة الاجتماعية والسياسية للشباب، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني (دون مكان)، 2009، ص 6-8.

- يوفر الموقع التفاعل بين مستخدميه حيث يمثل بيئة ديناميكية تسهم في تواصل واستمرار العلاقات، مع إمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل .
- تتميز خاصية الدوام في الفيسبوك ببقاء المعلومات المتعلقة بصفحة المستخدم لفترة طويلة قد تصل إلى ستة أشهر، مما يمنح المستخدمين فرصة للاطلاع على محتويات سابقة .
- أصبح نسخ الأفكار والمحتوى أمراً يسيراً، حيث يُمكن نقل صورة أو تعليق أو مقال من صفحة إلى أخرى من دون إجراء تغييرات على الشكل الأساسي .
- يوفر موقع الفيسبوك ميزة المستخدم غير المرئي، وهو ما يجعله مختلفاً عن التفاعل الواقعي .
- التعبير في موقع الفيسبوك يمتاز بالتححرر من القيود حيال القضايا التي لا تتعارض مع مصلحة مالكه، مما يُتيح المجال للتفاعل بحرية مع القضايا الأخرى.
- ساهم موقع الفيسبوك في كسر الحواجز التي تعيق إرسال الرسائل، سواء كانت هذه الحواجز جغرافية، سياسية أو حتى دينية .

- يوفر الموقع خيار التضمن الذي يسمح بإرفاق روابط وصفحات أخرى ضمن الموقع نفسه، مما يسهّل الربط بين المواقع والتوسع في المحتوى الرقمي .
- يدعم الإقناع عبر إرفاق أدلة واضحة مثل الروابط والصور والفيديوهات التي تُعزز قوة الرسالة المقدمة .
- يتيح موقع الفيسبوك تشارك المعلومات بشكل فوري ومحدث دائماً، مما يُبقي المستخدمين على معرفة مستمرة بتطورات الموقع والأحداث الجارية، مع إمكانية مشاركة المعلومات بين الأصدقاء لحظة حدوثها.
- المساهمة والمشاركة: فتح موقع الفيسبوك باباً واسعاً أمام المستخدمين للمشاركة بأرائهم وتعليقاتهم حول موضوعات وقضايا متنوعة، مما جعله بيئة افتراضية تُشجع على التعاون ونقل وجهات النظر المتعددة. هنا نؤكد مرة أخرى أن المضامين التي تتعارض مع مصلحة مالك الوسيلة يتم حذفها مباشرة وبالتالي تبقى حرية المستخدم مقيدة.
- التجمع: يوفر موقع الفيسبوك مساحة لإنشاء مجتمعات افتراضية تجمع مستخدمي من أنحاء العالم بناءً على

اهتمامات مشتركة ووحدات تفاعلية تشترك فيها هذه الفئات.

- العالمية: حيث يمتد نطاق تغطيته ليشمل جميع دول العالم دون تمييز بينها .

- سرعة الأداء: السرعة في طلب المعلومات والرد على رسائل المستخدمين وكذا إرسال كل ما هو جديد للمستخدم.

- الوسائط المتعددة مثل الصور الفوتوغرافية والفيديو، الموسيقى، والصوتيات، بالإضافة إلى العروض وغيرها، أصبحت متاحة بسهولة عبر الموقع، حيث يُمكن للمستخدم الجمع بين أكثر من نوع من الوسائط في الوقت نفسه.

كل هذه المميزات تساهم بدورها في انتشار الأخبار المفبركة بالنظر إلى إمكانية انتشارها على نطاق واسع ذلك أن الموقع يمثل فضاء مفتوحا على العالم اضافة إلى غياب الرقابة وإمكانية التخفي وراء هوية مستعارة أو النشر بصفة مجهول الهوية، وكذلك سهولة مشاركتها بين المستخدمين وفي المجموعات وسهولة التعليق عليها مما يساهم في بروزها أكثر، دون أن ننسى أهمية العامل المادي بالنسبة لأصحاب الصفحات الكبيرة الأمر الذي

يجعلهم يركزون عليها في غالب الأحيان وبالتالي تعتمد ابرازها بشكل جذاب من أجل تحقيق أكبر قدر من النقرات والمشاهدات.

ب. علاقة موقع الفيسبوك بانتشار الأخبار المفبركة بناء على خدماته

يتيح موقع الفيسبوك جملة من الخدمات التي قد يكون لها دورا أساسيا في انتشار الأخبار المفبركة، نذكر منها :¹

1- المجموعات Groups: يتم الانضمام إلى أي مجموعة بكبسة زر وفيها يتداول أصحاب الاهتمام المشترك أهم المواضيع والمعلومات في شتى المجالات كما يُمكن مشاركة الأخبار والمعلومات المتداولة مع مجموعات أخرى ذات الاهتمام المشترك أو حتى المتشابه.

2- الصفحة الرئيسية Home : يمكن خلالها الاطلاع على مختلف منشورات الأصدقاء والصفحات المتابعة من قبل المستخدم كما يُمكن مشاركة كل المعلومات والأخبار بما

¹- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، الطبعة الأولى، مدونة شمس النهضة السودان ، 2010، ص 16.

فيها المفبركة بسهولة ويسر وأيضا التفاعل معها بالإعجاب

أو التعليق مما يزيد من ظهورها وتوسعها أكثر.

3- التعليقات: وهي خاصية تسمح للمستخدم بإبداء رأيه حول

خبر أو قصة ما وكلما كان التفاعل أكبر كلما ساهم ذلك في

ظهور المنشور لأكثر عدد ممكن من المستخدمين.

4- الإشارة: Tags : هذه الخاصية تسمح للمستخدم بالإشارة

إلى كل من يرغب في رؤية المنشور من أصدقاء أو صفحات

يتابعها قصد المساهمة في نشره على نطاق واسع.

5- الإعجاب: Like: هذه الخاصية تتيح للمستخدم تقييم ما

يراه من محتويات من خلال التفاعل معها بالإعجاب أو

الضحك أو البكاء ..

6- خاصية wall أو لوحة الحائط: مساحة مُخصصة في

صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم يكتب أو يُنزل فيها

ما يشاء كما يتحكم هو في ادارتها بشكل كلي. كما يمكن

أيضا للأصدقاء الكتابة على حائط مستخدم آخر، ما

سمح هو بذلك في إعداداته.

7- خاصية الصور photos وخاصية الفيديو Video قد يكون

الخبر المفبرك كما سبق الذكر على شكل نص مكتوب أو

تسجيل صوتي أو فيديو أو حتى صورة وبالتالي فإن الموقع من خلال هذه الخاصية يساهم في انتشار الأخبار المفبركة بمختلف أشكالها .

8- خاصية الإعلانMarket place: التي مكنت المشتركين فيه من الإعلان عن أي منتج يرغبون في إعلانه أو البحث عن أي سلعة يرغبون في شرائها وهذه الخدمة تُتيح للمستخدمين نشر إعلاناتهم مجاناً. كما توجد علاقة وطيدة بين انتشار الأخبار المفبركة والبعد المادي وفق ما تمت الإشارة إليه سابقاً.

ما يمكن قوله في الأخير وانطلاقاً من كل ما سبق أنّ مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت تشكل اليوم مصدراً رئيسياً للمعلومات والأخبار والمعرفة، مما يعكس تحولاً كبيراً في مصدرها ومن يمتلكها وكيفية الحصول عليها ومن يقوم بنشرها حيث كانت هذه المعلومات حكراً على بعض الأوساط المتخصصة. هذا التطور أتاح للمستخدم العديد من الخيارات التي تُسهّل عليه الوصول إلى احتياجاته الإعلامية بشكل يفوق ما كان عليه الأمر سابقاً، كما أصبحت هذه المنصات بيئة مناسبة لممارسة الإعلام

سواء من جانب المؤسسات الإعلامية أو الأفراد ، ومع ذلك فقد أبرز هذا التطور أيضاً العديد من التحديات السلبية التي يجب تكريس مختلف الجهود قصد التصدي لها وضبطها ومن ثمّ التحكم فيها، وهو ما سنتطرق إليه بالتفصيل في العنصر الموالي.

2. الآليات المتاحة لمحاربة الأخبار المفبركة

تحول موقع الفيسبوك كما سبق الذّكر إلى ساحة خصبة لانتشار الأخبار المفبركة والمعلومات المضللة التي تستدعي ضرورة تكاثف مختلف الجهود للتصدي لها باعتبارها تشكل ظاهرة سلبية تداعياتها خطيرة على الأفراد ومؤسسات الدولة، وفيما يلي نعرض أهم الآليات المهمة التي يمكن أن تسهم في محاربة هذه الظاهرة.

1. الآلية القانونية لمحاربة الأخبار المفبركة

يسهم بث الأخبار المفبركة حتماً في إلحاق أضرار بالمصلحة العامة ومؤسسات الدولة، كما يسهم في خلق جو من الاحتقان والقلق والفرع لدى المواطنين خاصة في ظل الأزمات، وفي ظل وجود فراغ فيما يتعلق بمعاقبة ناشري مثل هذه الأخبار كان المشرع أمام حتمية وضع نص قانوني يعاقب المروجين للأخبار

المفبركة والتي من شأنها أن تمس بالنظام العام. وتتحقق ذلك من خلال ما نصّ عليه القانون الجزائري ، الفصل السادس مكرر ضمن الباب الأول من الكتاب الثالث من الجزء الثاني باب بعنوان نشر وترويج أخبار أو أنباء كاذبة تمس بالنظام والأمن العموميين، وتضمن هذا الفصل مادة وحيدة رقم 169 مكرر نصت على أنه : " يعاقب بالحبس من سنة إلى ثلاث سنوات وبغرامة من 100.000 دج إلى 300.000 دج، كل من ينشر أو يروج عمدا بأي وسيلة كانت أخبارا أو أنباء كاذبة أو مغرضة بين الجمهور يكون من شأنها المساس بالأمن العمومي أو النظام العام وتضاعف العقوبة في حالة العودة".¹

يُشترط في جريمة نشر الأخبار الكاذبة عناصر بناء الركن المادي وهي الفعل والنتيجة وعالقة السببية بينهما. فالفعل الاجرامي هو كل تصرف جرمه القانون سواء ايجابيا أم سلبيا كالترك والامتناع ما لم يرد نص على خلاف ذلك ، والفعل الاجرامي في جريمة نشر الأخبار الكاذبة هو النشاط الذي يصدر عن الإنسان مطلقا سواء

¹ - القانون رقم 20-60 المؤرخ في 28 أفريل 2020 ، المعدل والمتمم لقانون رقم 66-156 المتعلق بقانون العقوبات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، عدد 25 لسنة 2020.

وقع باليد على هيئة قول أو صوت أو نحو ذلك، أو هو نشاط يقوم به الفاعل ويتمثل في نشر أخبار أو أنباء كاذبة أو مغرضة بين الجمهور، ويكون من شأنها المساس بالنظام العام.¹

2. تكريس حق الجمهور في الحصول على المعلومات كآلية

لمحاربة الأخبار المفبركة

يساعد حق الوصول إلى المعلومات في فهم الواقع، ويُمكن المواطن من تقييم أداء الحكومات والمسؤولين ويعزز قدراتهم على كشف حالات الفساد، ما يسمح باكتساب أدوات التحليل المنطقي والتفسير الدقيق للأمور. الأمر الذي يؤدي إلى الحدّ من الأخبار المفبركة أو تمييزها عن الصحيحة في حال انتشارها.

ويرى بعض الباحثين أن مفهوم الحق في الوصول إلى المعلومة يتميز بمجموعة من السمات، أهمها:²

1. أنّ هذا المفهوم ديمقراطي مطلق، لا يمكن أن يتقلص أو يتسع وفقاً لأطر النسبية للأنظمة السياسية المختلفة أو

الثقافات المتباينة.

¹ - نصر الدين منصر، مرجع سابق، ص 203.

2- عبد المجيد رمضان، مرجع سابق، ص 183.

2. أن الحق في الوصول إلى المعلومة يمتد إلى كافة المواطنين

في المجتمع دون تفرقة أو تحيز.

3. أن ممارسة هذا الحق ينطوي على أسلوبين الأول مباشر

يمارسه الفرد بالتقرب من مصادر المعلومات واستقائها

مباشرة والاطلاع عليها، والثاني غير مباشر يمارسه الفرد من

خلال تلقيه للمعلومات من وسائل الإعلام والوسائط

المختلفة.

3. اعتماد وسائل وتطبيقات مساعدة على اكتشاف الأخبار

المفبركة

تقتضي المواجهة الإعلامية والإلكترونية للأخبار المفبركة

التركيز على العمل الصحفي الميداني والاستقصائي، فهو وسيلة

فعّالة للتأكد من صحة الأخبار واثباتها . وقد سُجّلت تجارب

ناجحة لبعض الدول ومؤسساتها الصحفية في هذا المجال على

غرار **LeMonde** التي أنشأت في فيفري 2017 برنامجا عُرف باسم

DECODEX الذي يساعد على تمييز المعلومات الصحيحة من

الزائفة ويحدد مدى الوثوق بالمواقع التي تبث تلك الأخبار، كما أطلقت صحيفة Libération صفحة Check News لذات المهمة.¹

4. دور المؤسسات الصحفية في التحقق من الأخبار

المفبركة عبر مواقع التواصل الاجتماعي

يقع على عاتق المؤسسات الإعلامية دور كبير فيما يتعلق بالتحقق من الأخبار قبل نشرها للجمهور، ذلك أنّ هذه الأخيرة غالباً ما تمتزج بأخبار كاذبة أو مضللة أو مفبركة خاصة تلك التي تُداول عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومن أجل التصدي للأخبار المفبركة يجب على المؤسسات الإعلامية التحلي ب:²

- التركيز على الضوابط المهنية والأخلاقية المعمول بها في الممارسة الإعلامية.
- الاعتماد على مصادر متعددة واحترام الخصوصية الفردية والجماعية.

¹ - عبد المجيد رمضان، مرجع سابق، ص 191.

² - المرجع نفسه، ص 192.

- مناهضة العنف والامتناع عن إعادة نشر كل ما يחדش الحياء والأخلاق العامة.
- الحرص على المصداقية وعدم الانحياز بالامتناع عن نقل تصريحات متحيزة سياسيا أو دينيا.
- التوازن في عرض آراء جميع أطراف القضية.
- الامتناع عن نشر المحتوى الترويجي لجهة أو لشركة أو منتجات محددة.
- نسبة المشاهدة والفوز بالسبق الصحفي، يجب أن لا يكون على حساب الالتزام بالمعايير المهنية.

5. أهمية دور المستخدم في محاربة الأخبار المفبركة

إنّ التحدي الآن الذي يواجهه مستخدمو موقع الفيسبوك ليس فقط تجنب التأثير بالأخبار المفبركة ولكن أيضا عدم نشرها بين الأصدقاء والعائلة، ذلك أنّ المستخدم المسؤول هو الذي يحرص على التأكد من واقعية الأخبار قدر الإمكان وتجنب نشر المعلومات المشكوك فيها. غير أنّ الواقع أثبت أنّ غالبية الأشخاص الذين يشاركون الأخبار عبر موقع الفيسبوك لا يقرؤونها كاملة قبل نشرها، بل إنّ أغلبهم يقرأون العنوان فقط ثم ينشرون المحتوى

دون قراءة أي شيء منه.¹ الأمر الذي جعلنا نطرح التساؤل مرة أخرى حول نشاط هذا المستخدم ووعيه وحدود قدرته على استخدام الوسيلة الإعلامية كمنطلق أساسي لنظرية الاستخدامات والاشباعات التي ارتكزت على مجموعة من المبادئ الأساسية الأخرى على غرار: مبدأ الاهتمام الانتقائي، الإدراك الانتقائي، التذكر الانتقائي، والتصرف الانتقائي.² وكلها تؤكد على قدرة الجمهور في انتقاء الرسائل الإعلامية والمضامين الأكثر توافقاً مع احتياجاته ورغباته، إضافة إلى الوسيلة الأكثر ملاءمة لتحقيق تلك الإشباعات.³

إنّ محاولة الوصول إلى إجابة علمية لهذا التساؤل يحيلنا أولاً إلى ضرورة التعمق في فهم طبيعة المستخدم وفعل الاستخدام من الناحية النظرية، ثم اخضاع كل الفروض السابقة للتحليل والاسقاط على أرض الواقع من خلال الشق التطبيقي لهذا الكتاب ضمن الفصل التطبيقي للدراسة.

¹ - زهية يسعد، مرجع سابق، ص 129.

² - خضور أديب ، دور الإعلام في مكافحة المخدرات، الطبعة الأولى دار الأيام، الجزائر، 1999، ص 09.

³ - حسن مكاوي عماد وليلى حسن، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية القاهرة. 2002، ص 239.

يشير مصطلح "الاستخدام" إلى تعريفات تربط بين العامل التكنولوجي والعامل الاجتماعي مما يعكس الطريقة التي يتفاعل بها الأفراد مع تقنيات الاتصال، من خلال التركيز على تفاعل الفرد مع الوسيلة، وهي الفكرة التي تم تأكيدها من قبل "بلومر" Blumer وشرحها أكثر حيث اعتقد أن الأفراد وفي سلوكهم تجاه الأشياء يرتبطون بالمعنى الذي تحمله إليهم، كما أن معنى هذه الأشياء يتأتى وينطلق من التفاعل الاجتماعي مع الآخرين. وهي نفس الفكرة التي أشار لها كل من (ماد 1977 Mead) (بياج 1968 piaget) (بيغوسكي 1971 Bygosky) ذلك أن المعنى يتولد ما بين الأنا والآخر والشيء المادي (التكنولوجيا).¹

وبذلك فتفاعل الفرد يكون مع الوسيلة (الشيء المادي) ومع ذاته ومع المستخدمين الآخرين. كما أجمعت أغلب التيارات البحثية أن مفهوم الاستخدام "يُحيل إلى استخدامات اجتماعية usages sociaux للأدوات التقنية، وهو ما أكدته الباحثة (لاكروا LaCroix) في التعريف الذي قدمه للاستخدامات الاجتماعية

¹ Philippe Breton, Serge Proulx, **usage des technologies de l'information et de la communication a l'aube du xx eme siècle**, Edition la decouvert, 2002,p255.

والتي وصفها بأنها عبارة عن أنماط استخدام تتجلى بشكل منتظم، حيث أصبح جزءاً لا يتجزأ من الروتين اليومي للمستخدم، وتترسخ ضمن السياق الثقافي السائد. فالاستخدام يشير إلى العلاقة التفاعلية بين التكنولوجيا والمجتمع، وهي علاقة تتضح من خلال التأثير المتبادل الذي تمارسه التقنية على البيئة الاجتماعية والثقافية المحيطة.¹

تجدر الإشارة إلى أن مفهوم الاستخدام قد شهد اختلافاً في معناه بناءً على مرحلتين زمنيةتين مختلفتين:²

ركّز المفهوم في الفترة ما بين 1980-2000 على الفرد وعلى استخدامه للأداة، ومن هنا عرّف (ميشال دو سرتو Michel De Certeau) الاستخدام بأنه (عمليات استعمال أو إعادة استعمال). كما اعتبر Meadel et proulx الحديث عن مفهوم الاستخدام هو الدخول في تساؤل اجتماعي تقليدي وتسلط الضوء على الفرد.

أما في الألفية الأخيرة 2000 فقد أجريت تعديلات في الأدبيات السوسيولوجية لتعريف "الاستخدام" الذي توسع لعوامل نفسية

¹- La Croix, Jean-Guy, « **Entrez dans l'univers merveilleux de Vidéoway** », dans **de la télématique aux autoroutes électronique**, le grand projet reconduit, presses Universitaires de Grenoble, 1994, P137.

² - Philippe Breton, Serge Proulx, **Op.Cite**, p117.

ومعرفية واجتماعية، حيث عُرف على أنه: "ظاهرة مُركبة تتمرّج بعمل مجموعة وسائط تجمع بين العوامل الإنسانية و السيورورات التقنية".

يرتبط مفهوم الاستخدام حسب كل (Serge Broulx et Philipe) بسلسلة من المراحل التي تبدأ بالتبني، ثم الاستخدام، وصولاً إلى التملك يُعبّر التبني عادةً عن عملية الشراء والاستهلاك كمقدمة أولى بينما يشير الاستخدام إلى التعامل المباشر والبسيط مع التقنية أو الأداة. أمّا التملك فيمثل المرحلة النهائية لهذه الرحلة حيث يتحقق الامتلاك الكامل للوسيلة أو التقنية.¹

أمّا الباحث الجزائري عبد الوهاب بوخنوفة فيعتقد أن مفهوم الاستخدام يتطلب أولاً إتاحة التقنية أو الوسيلة بشكل مادي، أي أن تكون متوفرة وجاهزة للاستعمال، وبعد ذلك تأتي العوامل الاجتماعية والفردية التي تسهم إما في تعزيز هذا الاستخدام أو في وضع العقبات أمامه.²

بعد ذلك أصبح موضوع الاستخدام محوراً للبحث في مجال علوم الإعلام والاتصال، حيث أُجريت العديد من الدراسات

¹ - عبد الوهاب بوخنوفة، المدرسة، التلميذ، المعلم، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر3، الجزائر. 2007، ص50.

² - المرجع نفسه، ص50.

المرتبطة به والتي جذبت اهتمام تيارات بحثية مُتعدّدة مثل
سوسيولوجيا الاستخدامات ونظرية الاستخدامات والإشباعات .

رُكّز تيّار سوسيولوجيا الاستخدامات على تحليل العلاقة
المتداخلة بين الجوانب الاجتماعية والتقنية، أي تلك التفاعلات
التي تنشأ بين الأفراد والأدوات التقنية في أشكالها الملموسة. وقد
أسهمت الدراسات المتعلقة باستخدام وسائل الإعلام
وتكنولوجيات الاتصال في إحداث تغيير جذري بمسار البحث،
يشبه التحول الذي شهدته دراسات وسائل الإعلام الجماهيري
خلال خمسينيات القرن الماضي، حيث انتقل التركيز البحثي من
دراسة التقنيات نفسها إلى دراسة الاستخدامات واهتمامات
المستخدمين.¹

قدّمت مساهمة "ميشال دوسرتو" Michéle de Certeau إطارًا نظريًا ومنهجيًا
فريدًا لفهم واستيعاب موضوع الاستخدام، حيث ركّز على مفهوم "البريكولاج
Bricolage"، وتعني إعادة تشكيل وتوظيف الوسائل المتاحة بما يتناسب مع سياق
المستخدم، ذلك أنّ الوسيلة غالبًا ما تكون غير واعية بثقافة الفرد أو المجتمع

¹ - سامية مهدي، المصطلح في علوم الإعلام والاتصال: قراءة في مفاهيم التلقي، التأويل، الاستخدام،
أشغال الملتقى الوطني الأول الموسوم بـ وسائط الاتصال بين الاستعمال والاستخدام جامعة الجزائر3،
يومي 10-11 ديسمبر 2014، ص189.

الذي تخاطبه إلا أنَّ المستخدم يتدخل لتكييفها بالشكل الذي يجعلها جزءاً متكاملًا من نسيج ثقافته ومجتمعه.¹

كما أن طرق تفاعل أفراد المجتمع مع تكنولوجيات الاتصال المعاصرة تُعتبر امتدادًا لتفاعلهم مع تكنولوجيات أخرى سابقة فعلى سبيل المثال، ينظر البعض إلى استخدام الإنترنت باعتباره جزءًا مما يُسمى بـ "ثقافة الشاشة" *la culture de l'écran* التي تشمل التفاعل عبر شاشات متعددة مثل شاشة التلفزيون شاشة الصراف الآلي، شاشة الهاتف المحمول...، هذا التنوع في أنماط الشاشات يساهم في تشكيل مفهوم ثقافة الشاشة، وبالتالي لفهم كيفية استخدام الجيل الثاني للإنترنت، الذي هو أصلا الجيل الذي نشأ وترعرع على التعامل مع شاشة التلفزيون، ينبغي دراسة هذا الاستخدام ضمن الإطار الأوسع لهذه الثقافة.² أما فيما يتعلق بفكرة نشاط المستخدم فتشير الباحثة "جوزيان جوري" إلى أن المستخدم يتحكم في التقنية من حيث منطقتها وطريقة

¹ - Philippe Breton, Serge Proulx ,Op.Cite,P258.

² - Klaus, Bruhn Jensen, **Cinq traditions à la recherche du public**, Traduit de l'anglais par Eric Macé, et Daniel Dayan, n°11-12,1992,P282.

استخدامها، بفضل تمتعه بدرجة عالية من النشاط والتفاعل
والقدرة على اتخاذ القرارات.¹

وفي ظل نشاط المستخدم، يقترح "دومنيك بوليير" Boulier Dommenique أن للمستخدم أربعة أبعاد، حيث نجد:
المستخدم المستهلك، وهو الذي يتلقى رسائل وسائل الإعلام بشكل
أساسي دون أن يكون له دور فاعل في إنتاجها. ونجد أيضاً
المستهلك المُصدر، وهو الذي يتعدى مرحلة التلقي ليقوم بتقديم
آرائه ومشاركته مُسهماً بذلك في تشكيل الرأي العام. كما نجد
المستخدم الذي يُنظر إليه كشخص في الوطن، يتميز بمبادراته
المحلية، حيث يتحرك ضمن إطار الساحة الوطنية ليترك بصمته.
وأخيراً المستخدم المواطن، وهو الذي يحمل منظوراً اجتماعياً
وسياسياً ويعبر عن مجموعة من القيم و التمثلات المدنية
المرتبطة بالمواطنة.²

أما بالنسبة لنظرية الاستخدامات والاشباع فقد
تمحورت الرؤية الخاصة بها حول الإجابة عن سؤال محوري:

¹ - Hélène, Bourdaloie , **Retour sur quelques notions-clé de la sociologies des usages**,2002,P02.

² -Dominique, Boullier, **Construire le téléspectateur: récepteur, consommateur ou citoyen?**, Rennes, Edition: pogée, 1994,pp 68-74.

كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟ بناءً على ذلك وجه الباحثون تركيزهم على ما يفعله الجمهور بوسائل الإعلام بدلاً من دراسة تأثير الإعلام عليهم فقط.¹

تبتعد نظرية "الاستخدامات والإشباعات" في طرحها عن الفكرة التقليدية التي ترى أن التعرض لوسائل الإعلام يؤدي إلى تأثيرات فورية ومتساوية على الجمهور، وهو تحول مدفوع بحدثين رئيسيين:²

تمحور الحدث الأول حول بدء إجراء الأبحاث الإمبريقية على نطاق واسع، مما أظهر نتائج تتعارض مع نظرية "الرصاص السحرية" التي كانت تفترض تأثيراً مباشراً وقوياً من وسائل الإعلام أما الحدث الثاني فتمثل في توصّل علماء الاجتماع وعلم النفس إلى نتائج تُبرز أن ميول الأفراد ورغباتهم تختلف وفقاً لخصائصهم الشخصية والاجتماعية، وهو ما مهّد الطريق أمام نظرية

¹ - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، دار عالم الكتب القاهرة، 2004، ص273.

² - جون ميرال و رالف لوينشتاين، الإعلام وسيلة ورسالة، ترجمة ساعد خضر العرابي الحارثي، دار المريخ، السعودية، 1989، ص165.

الاستخدامات والإشباع، التي ركزت على الجمهور باعتباره فاعلاً محورياً وسيدا في اختيار المحتوى الإعلامي الذي يناسبه.¹

ارتكزت نظرية الاستخدامات والإشباع على افتراضين رئيسيين فيما يتعلق بالجمهور ثم المستخدم . الافتراض الأول يتعلق بفكرة الجمهور النشط: ويتحدد نشاطه وفق هذا الافتراض من خمسة أبعاد رئيسية . الأول قدرته على الانتقاء، يقوم الجمهور باختيار الوسائل الإعلامية والمحتوى الذي يتلاءم مع احتياجاته واهتماماته بشكل يعكس تفضيلاته الشخصية². البعد الثاني يركز على الاستغراق، والذي يظهر في تفاعله العميق مع المحتوى الإعلامي سواء كان ذلك على المستوى الإدراكي التأثيري أو السلوكي، ويتأثر هذا التفاعل بدرجة ارتباط الفرد بالشخصيات التلفزيونية أو المحتوى. أما البعد المتعلق بالإيجابية فيشير إلى المشاركة الفعالة عبر المناقشات والتعليقات حول المحتوى الإعلامي الذي يتعرض له. ويشير البعد المتعلق بالانتفاع إلى اختيار الجمهور للمحتوى الذي يلبي حاجاته ودوافعه

¹ - فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، الطبعة الأولى، دار الفكر دمشق، 2002، ص 147.

² - عبد الحكم عادلي مرزوق، الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباع الطبعة الأولى، دار الفجر مصر، 2004، ص 115-116.

الشخصية ويمنحه قيمة مضافة تُشبع توقعاته. وصولاً إلى البعد الأخير والمتعلق بمحدودية تأثير وسائل الإعلام، ذلك أنَّ الجمهور يُعتبر نشطاً وقادراً على اتخاذ قرارات مبنية على تجارب سابقة مع الوسائل المختلفة، وبالتالي يختار بدقة الوسيلة والمضمون الذي يحقق حاجاته ويجذب اهتمامه.¹

مفهوم الجمهور النشط يشير أيضاً إلى الأفراد الذين يسعون بوعي وإيجابية إلى اختيار الوسيلة الإعلامية والمحتوى الذي يلبي احتياجاتهم، مما يدل على أن لديهم أهدافاً محددة يسعون لتحقيقها، فعملية استخدام أي وسيلة إعلامية تعد بحد ذاتها عملية نشطة، حيث تتطلب خطوات ونشاط من الجمهور على غرار مثلاً: تشغيل جهاز التلفزيون والجلوس أمامه واختيار قنوات محددة دون غيرها ومتابعة ما يُعرض على الشاشة بدرجات مختلفة من الانتباه... كل هذه الخطوات تُبرز مستويات النشاط لدى الجمهور. هذا التفاعل النشط مع وسائل الإعلام يمكن أن يسهم في تعزيز أو تقليل أو تعديل درجة الإشباع التي يحصل

¹ - أمانى فهدى، "دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية"، المجلة المصرية لبحوث

الإعلام، العدد الثاني، القاهرة، 1997، ص 121.

عليها الأفراد من استخدامهم لها، بالإضافة إلى التأثيرات الناتجة عن هذا الاستخدام.¹

بناءً على ذلك يرى الباحثون في مجال الاستخدمات والإشباع أن الجمهور يتمتع بالإيجابية والنشاط، وليس مجرد مستقبل سلبى أو ضحية للتأثير الإعلامي. وتحدد أبعاد إيجابية الجمهور "Audience Activity" في:²

- إيجابية الجمهور بمعنى القدرة على الانتقاء و الاختيار
Audience Activity as selectivity وتمثل في اختياره لرسائل وبرامج إعلامية معينة، ويمتد مفهوم الانتقائية ليشمل كل من الإدراك والتذكر الانتقائي.
- إيجابية الجمهور بمعنى النفعية Audience Activity as utilitarianism فجمهور وسائل الإعلام لا يختار فقط ما يتعرض له من وسائل، ولكنه يختار فضلاً عن ذلك المضمون الذي يحقق له إشباع حاجاته.

¹- James G, Webster, **The Audience Journal of Broadcasting & Electronic Media**, v 42 N.2 spring, 1998, P20-21.

²- محمد الأمين لعليجي، جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية: محاولة لفهم مسار النشاط، أشغال الملتقى الوطني الأول الموسوم بـ وسائل الاتصال بين الاستعمال والاستخدام، جامعة الجزائر 3 يومي: 10-11 ديسمبر 2014، ص119.

- إيجابية الجمهور بمعنى العمدية Audienc Activity as intentionality : ذلك أن استخدام وسائل الإعلام مدفوع بحاجات سابقة لدى الأفراد هذه الحاجات والدوافع مصدرها خصائصهم الفردية والاجتماعية والبيئة.

- إيجابية الجمهور بمعنى مناعة التأثير Aduience Activity as imperviousnes to influence وخلص بعض الباحثين إلى محدودية تأثير وسائل الاتصال في التفكير والشعور والسلوك البشري، مما يؤكد فكرة صعوبة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور بالنظر إلى قدرته على المفاضلة بين عدة قنوات ومضامين إعلامية.

أما الافتراض الثاني فيتمثل في توقعات الجمهور من وسائل

الإعلام، حيث تُبرز نظرية الاستخدامات و الإشباعات أهمية دور الجمهور في تقييم وسائل الإعلام ومحتواها بناءً على توقعاتهم المسبقة، والتي تُعتبر العامل الرئيسي الذي يحدد ما إذا كانوا سيختارون التفاعل مع هذه الوسائل أم لا. تختلف تلك التوقعات من فرد لآخر، حيث تؤثر الفروق الفردية والتنوع الثقافي بشكل واضح في اختيارهم للوسيلة الإعلامية المناسبة لهم.¹

¹سهم نصار، "استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية و الإشباعات المتحققة منها"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الأول، المجلد الثالث، 2002، ص240.

يرى "وايرايبيرن" wiraybien أن تحقيق الإشباعات مرتبط بنظرية "القيمة المتوقعة" Expectancy Value Theory لإشباعات وسائل الإعلام. وفقًا لهذه النظرية، يتصرف الأفراد على أساس قناعة لديهم بأن تصرفًا معينًا سيؤدي إلى نتائج مُحدّدة، كما يقومون بتقييم هذه النتائج بدرجات متفاوتة من الأهمية، هذه التوقعات والتقييمات تُشكل دافعًا للفرد الذي يمتلك احتياجات يسعى إلى تلبيتها عبر وسائل الإعلام.¹

تُشكّل عمليتيّ التوقع والتقييم في استخدام وسائل الإعلام أساساً مهماً لفهم طبيعة المحتوى الذي يسعى الفرد للحصول عليه بغرض تلبية احتياجاته الخاصة. هذا المفهوم يتركز على أبعاد اجتماعية ونفسية، ويعكس السلوك الشخصي تجاه وسائل الإعلام نتيجة تأثير عاملين رئيسيين: الأول يتعلق بفكرة التوقع Expectancy: هو تصور الفرد أو قناعته بأن موضوعاً أو سلوكاً معيناً يتميز بخصائص محددة تساهم في تحقيق نتائج

¹ - عزه عثمان عبد العزيز، العوامل المؤثرة على استخدامات الفتيات في السعودية ومصر ولأنترنت دراسة مقارنة، أشغال المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، يومي 15-17 مارس 2009، قسم الإعلام، كلية الآداب جامعة الملك سعود، ص ص29-30.

معينة.¹ أما العامل الثاني فيتعلق بفكرة التقييم Evolution: وهو التقدير السلبي أو الايجابي للمضمون الإعلامي وعليه يرى "ويندال Windhal" أن اعتقاد الجمهور بأن وسائل الإعلام قادرة على إشباع احتياجاته فإنه يُصبح أكثر ميلا لاختيارها.²

تخلص هذه الفرضية إلى أنّ الجمهور يختار نوع المحتوى الإعلامي الذي يتفاعل معه بناءً على توقعاته المسبقة حول الوسيلة الإعلامية وطبيعة مضامينها. وبينما يؤكد العديد من الباحثين على الدور النشط للجمهور في التعامل مع وسائل الإعلام، يشيرون أيضاً إلى أن مفهوم "النشاط" بحد ذاته يعد معقداً ويحتمل عدة تفسيرات. ووفقاً لرؤية "بلومر"، يمكن أن تتضمن أنشطة الجمهور مجموعة واسعة من الأفعال والتفاعلات تبدأ العملية بوضع خطة مسبقة عن الكيفية التي سيتم بها استخدام وسائل الإعلام، أو امتلاك تصور واضح حول أهداف

¹- ليليا شاوي ، أنماط تلقي جمهور مستمعي الإذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، (2014-2015)، ص 69.

²- حسن عماد مكاوي والشريف سامي، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 2000، ص 248.

استخدامها. ثم يتم بذل جهد معرفي وإيلاء اهتمام أثناء التعامل معها عند استهلاكها. لتخضع بعدها للتأمل والمناقشة أو دمجها في أنشطة أخرى بعد التفاعل معها. يشير هذا النشاط الواعي إلى التركيز على دوافع الأفراد لاستخدام وسائل الإعلام وسلوكهم تجاه هذه الظاهرة، حيث يُعد الجمهور وفق نظرية الاستخدامات والإشباع العنصر الأساسي، ويُطلق عليه أيضًا "الجمهور العنيد"، لدوره في انتقاء ما يناسبه، واختيار الوسيلة التي تقدم المحتوى الذي يلبي احتياجاته واهتماماته.¹

أمّا على مستوى مستخدمو الأنترنت حسب هذه النظرية فقد أدت مسألة حرية المستخدم واستقلالته في الاختيار بين عدد كبير من الوسائل والرسائل إلى الحديث عن نهاية مصطلح الجمهور التقليدي Audience واستبداله بمصطلح مستخدم Users خاصة مع ظهور الجيل الثاني للإنترنت المعروف بـ "ويب 0.2" فقد أضاف هذا الجيل سمات جديدة للمستخدم، على غرار قدرته على مشاركة عدد كبير من المضامين وهو ما أضفى عليه صفة النشاط

¹ - László, Vincze, **The Bilingual Screen Ethnolinguistic Identity and Television viewing Among Three Language Minorities**, University of Helsinki Swedish School of Social Science, 2003, P30.

إضافة إلى قدرته على التفاعل مع الوسيلة الإعلامية ومع المحتوى والمستخدمين الآخرين. ناهيك عن قدرته على تقليد الأدوار حيث بات المستخدم مستقبلاً ومرسلاً في الوقت ذاته. كما أصبح المستخدم قادر على التواجد الكلي عبر الزمان والمكان، فهو بذلك عالمي الطابع، عابراً للحدود الجغرافية والسياسية. ذو وجود افتراضي فلا يشترط وجوده المادي كما في العالم الحقيقي. كما يمتاز بالتفاعل الفوري حيث يساوي زمن الإرسال مع زمن الاستقبال، كما قد يغيب عن التفاعل اللحظي أثناء الإرسال لكنه يستجيب لاحقاً من خلال الرد أو التعليق. استناداً إلى نشاط المستخدم ، ووفق نظرية الاستخدامات والإشباع، يُبرز محمد عبد الحميد أهمية تطبيق هذه الفروض في الدراسات ذات الصلة بالإنترنت، ويؤكد على أن المستخدم يمتاز بمزيج من النشاط والمشاركة في العملية الاتصالية بفضل خاصية التفاعلية كما يؤكد أن الفرد يستخدم الإنترنت بناءً على وعيه بالحاجات ومدى قدرتها على الإشباع¹.

¹ - فريد بن زايد، واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، (2009-2010)، ص 68.

وهو ما سنختبر صدقه من خلال هذه الدراسة ونطرح تساؤلات جديدة بشأنه في ظل المتغيرات الجديدة الراهنة وفي ظل بروز فواعل جديدة على مستوى البيئة الرقمية وتداول الأخبار المفبركة التي تنتشر بشكل أسرع مقارنة مع الأخبار الحقيقية، كونها تستغل مشاعر الجمهور وتثير ردود أفعال عاطفية، خاصة في ظل تنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي وتطور الوسائل التكنولوجية الحديثة التي توظف الذكاء الاصطناعي في هذه العملية مما يعطي قوة أكبر للرسالة الإعلامية التي تتحد مع خصوصية الوسيلة إضافة إلى عوامل تقنية جديدة تتعلق بخوارزميات الذكاء الاصطناعي. وهو ما يطرح فعلا إشكالية بحثية عميقة نسعى إلى مناقشتها من خلال هذه الدراسة.

فهل مازالت فكرة نشاط المستخدم قائمة ظل انتشار الأخبار

المفبركة و خوارزميات الذكاء الاصطناعي؟

الفصل الثاني: الذكاء الاصطناعي و خوارزمياته

I- الذكاء الاصطناعي

1. تعريف الذكاء الاصطناعي
2. مميزات الذكاء الاصطناعي
3. مبادئ الذكاء الاصطناعي
4. أنواع الذكاء الاصطناعي

II- الخوارزميات Algorithms

1. تعريف الخوارزمية
2. شروط الخوارزمية
3. أنواع الخوارزميات
4. طرق كتابة الخوارزمية

1. الذكاء الاصطناعي

1. تعريف الذكاء الاصطناعي

يُعنى الذكاء الاصطناعي بدراسة السلوك الذي للبشر ويسعى لتطبيق هذا السلوك على الآلات المصطنعة ويهدف إلى فهم طبيعة الذكاء البشري من خلال تطوير برامج حاسوبية قادرة على محاكاة السلوك الإنساني الذي يتميز بالذكاء¹ ، كما يركز أيضاً على قدرة هذه البرامج على تقديم حلول لمشاكل معينة، مستندة إلى مجموعة من العمليات الاستدلالية التي تم إعداده بها مسبقاً.

الذكاء الاصطناعي مصطلح واسع يغطي مجموعة متنوعة من الأساليب والتقنيات البحثية القائمة على قاعدة بيانات ضخمة. يعتمد نجاح الذكاء الاصطناعي بشكل كبير على كمية البيانات المتوفرة وجودتها، ذلك أنّ توظيف الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة بشكل مدروس يساهم في مواجهة أكبر التحديات العالمية.²

¹ - نجوى فيران ، "خوارزميات الذكاء الاصطناعي ودورها في التحليل الآلي للغة العربية على المستوى الصرفي"، مجلة دراسات معاصرة، المجلد 05، العدد 02، 2021، ص 464.

² - الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، سلسلة الذكاء الاصطناعي للتنفيذيين(1)، الذكاء الاصطناعي، الطبعة الثانية، أبريل 2024، ص 05.

فالذكاء الاصطناعي يُعتبر مجالاً علمياً يركز في تطوره وعمله على مجموعة متنوعة من العلوم، تشمل علم الحاسوب، علم النفس، الهندسة، الرياضيات، واللسانيات. يُسهم هذا التداخل في تصميم وتطوير خوارزميات وتقنيات ذكية تُطبّق في الحواسيب والروبوتات لتمكينها من امتلاك سلوك ذكي يحاكي القدرات العقلية للإنسان، مثل إدراك البيئة المحيطة والاستجابة لمثيراتها، التعلم، التخطيط، إيجاد حلول للمشكلات الجديدة، التواصل اللغوي، وإدارة المعرفة المتراكمة بشكل فعّال.¹

يعبر الذكاء الاصطناعي عن ذلك المجال من علوم الحاسب الذي يمتلك القدرة على تطوير وتصميم برامج للحواسيب تمكّنها من محاكاة الذكاء البشري، بحيث تصبح قادرة على تنفيذ مجموعة من المهام التي عادة تتطلب التفكير والفهم والاستماع والحديث وحتى الحركة بدلاً من الاعتماد على الإنسان.²

نلاحظ أن معظم التعريفات المقدمة للذكاء الاصطناعي تركز على مفهوم قدرة الآلة على التصرف بطرق مشابهة للبشر أو

¹ - نجوى فيران ، مرجع سابق، ص464.

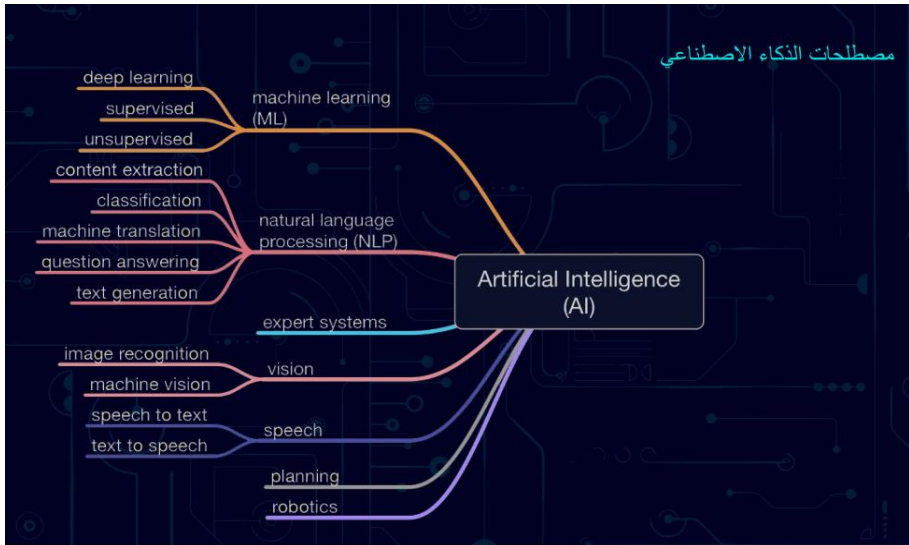
² - فوزية برسولي، سميرة عبد الصمد، "توظيف التكنولوجيا للارتقاء بجودة التعليم العالي: مدخل نظم التعلم الذكية"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد الرابع، ديسمبر 2018، ص165.

القيام بأفعال تتطلب مستوى من الذكاء البشري. وهي تعريفات محصورة في زاوية محددة ، فبالنظر إلى التطبيقات العملية المنتشرة اليوم، يمكن تعريف أنظمة الذكاء الاصطناعي بأنها أنظمة تعتمد على تقنيات تمكنها من إجراء تنبؤات، توليد محتوى، تقديم توصيات، أو اتخاذ قرارات بدرجات متفاوتة من التحكم الذاتي.¹

كما يشتمل الذكاء الاصطناعي على شبكة متشعبة من المفاهيم نوضحها من خلال الشكل الموالي:

¹ - الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، مرجع سابق، ص 08.

الشكل رقم 01: يمثل مكونات الذكاء الاصطناعي



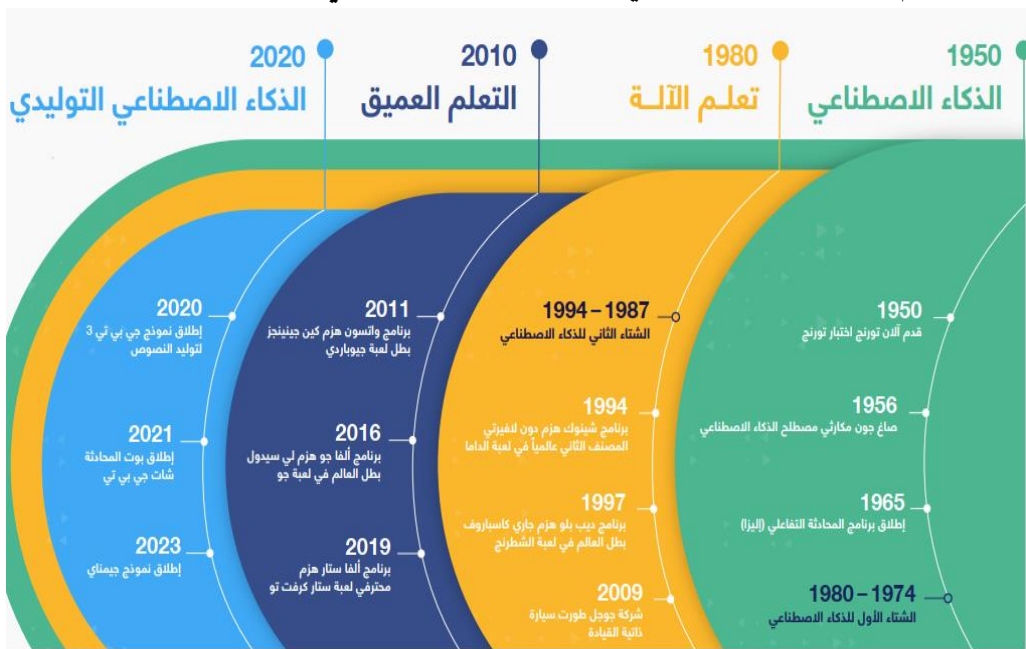
المصدر: سحاب العجمي، مقدمة بالذكاء الاصطناعي، معهد العطاء الرقمي¹

وإذا أردنا تتبع مراحل تطور الذكاء الاصطناعي يمكن القول أنّ جذوره تعود إلى بداية أربعينيات القرن الماضي حين اقترح بعض العلماء نموذجاً للخلايا العصبية الاصطناعية، وقد برز مفهوم الذكاء الاصطناعي بصفة كبيرة في بداية الخمسينيات من القرن الماضي عندما أثار العالم البريطاني (آلان تورننج Alan Turing) التساؤل حول هل الآلة قادرة على التفكير؟، ومنذ ذلك

¹ - نقلا عن:

الوقت شهد الذكاء الاصطناعي موجات من الازدهار والركود أو ما يسمى بـ.(شتاء الذكاء الاصطناعي) إلى أن وصل إلى الانتشار الواسع الذي نشهده اليوم في شتى المجالات، ويمكن تلخيص أبرز أحداث تطور قدرات الذكاء الاصطناعي في خط زمني، كما هو موضح في الشكل الموالي .

الشكل رقم 02: أبرز محطات تطوير قدرات الذكاء الاصطناعي



المصدر: الهيئة السعودية للبيانات و الذكاء الاصطناعي، مرجع سابق، ص 11.

أما المرحلتين الثانية والثالثة فتتعلقان بتعلم الآلة: ويندرج ضمنها:¹

1.1. التعلم الموجه: ويقصد به تعلم العلاقة بين المدخلات والمخرجات عن طريق مجموعة من البيانات المصنفة من قبل المستخدم.

2. التعلم غير الموجه: وينهى باستخلاص الأنماط عن طريقة مجموعة من البيانات غير مصنفة من قبل المستخدم.

3. التعلم المعزز: ويعنى بالتفاعل مع البيئة المحيطة عن طريق المحاولة والخطأ والسعي إلى تحقيق نتائج عالية.

4. التعلم العميق: هنا يتم استخدام شبكات عصبية بطبقات متعددة لمعالجة البيانات، قد يكون موجها أو غير موجه أو معزز.

إضافة إلى التعلم نجد:

- معالجة اللغات الطبيعية عن طريق:²

¹ - نورة خيري، تحليل المشاعر في منصات التواصل الاجتماعي: منهج لاستكشاف اتجاهات المستخدمين وانفعالاتهم، فصل في كتاب علمي جماعي موسوم ب: التحولات البحثية في دراسة جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة ، دار جودة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2025، ص93-94 .

² - الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، مرجع سابق، أبريل 2024، ص12.

- توليد النصوص: إنشاء نصوص مفيدة تتماشى والمتطلبات.
- الإجابة عن الأسئلة: الرد على أسئلة المستخدمين آليا.
- الترجمة الآلية: ترجمة النصوص للغات مختلفة.
- رؤية الحاسب: ويتحقق ذلك من خلال:
 - التعرف على الأشياء: من خلال الصور أو الفيديوهات.
 - التعرف على الأشخاص: عن طريق الصور أو الصوت أو الفيديوهات المسجلة.
 - معالجة الكلام، ويتم ذلك من خلال:
 - تحويل الكلام إلى نص : عن طريق التعرف على الأصوات وتحويلها إلى نصوص.
 - تحويل النص إلى كلام: عن طريق التعرف على النصوص وتحويلها إلى أصوات.
 - الروبوتات، ويظهر ذلك من خلال:
 - الروبوت الصناعي: يستخدم في المجالات الصناعية لأتمتة العمليات والتطبيقات.

- الروبوت الخدمي: يُستخدم في المجالات التجارية أو الشخصية لإنجاز مهام أو خدمات معينة.

المرحلة الرابعة والأكثر تطوراً هي الذكاء الاصطناعي التوليدي:

وهو نوع يستخدم تقنيات تعلم الآلة والشبكات العصبية العميقة للتعلم من بيانات التدريب، بهدف محاكاة قدرة الإنسان في إنشاء محتوى أصيل ومبتكر أو ما يعرف بتوليد بيانات جديدة تعكس خصائص بيانات التدريب ولا تكررهما، مثل: الأكواد البرمجية.

ويمكن تقسيم نماذج الذكاء الاصطناعي التوليدي بناءً على تنوع بيانات مدخلاتها ومخرجاتها إلى نوعين:¹

1. نماذج أحادية

وهي نماذج تعالج نوعاً واحداً من البيانات وتقوم بتوليد مخرجات من نفس نوع المدخلات، مثل النصوص المولدة من المدخلات النصية.

¹ - الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، مرجع سابق، ص 14.

2. نماذج متعددة الصيغ

وهي نماذج تعالج عدّة أنواع من البيانات ، كما تدعم مدخلات ومخرجات بصيغ متعددة، ومثال على ذلك توليد صور أو أصوات أو مقاطع فيديو بناء على مدخلات نصية أو صور. وسنعرض فيما يلي أبرز نماذج الذكاء الاصطناعي التوليدي.

الشكل رقم 03: يوضح أبرز نماذج الذكاء الاصطناعي التوليدي والجهة المطورة وسنة الانطلاق

النموذج	الجهة المطورة	تاريخ الإطلاق
Gemini	 Google	ديسمبر 2023م
GPT-4 Turbo	 OpenAI	نوفمبر 2023م
DALL·E 3	 OpenAI	أكتوبر 2023م
LLaMA 2	 Meta	يوليو 2023م
PaLM 2	 Google	مايو 2023م
GPT-4	 OpenAI	مارس 2023م

المصدر: الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، مرجع سابق، ص 15.

2. مميزات الذكاء الاصطناعي

تتميز البيانات الضخمة للذكاء الاصطناعي بالخصائص الأربعة

التالية:¹

1. التنوع :

ويقصد بها قاعدة بيانات ضخمة منظمة وغير منظمة وشبه منظمة يتم تجميعها من مصادر متعددة.

2. السرعة :

تشير السرعة إلى سرعة جمع البيانات وسرعة معالجتها بواسطة تكنولوجيات البيانات الضخمة لتحقيق النتائج المتوقعة.

3. الحجم :

يشير الحجم إلى الكميات الكبيرة من البيانات التي يتم استحداثها يوميا من مصادر مختلفة.

4. الانحياز :

يشير إلى الشذوذ والوضوءاء في البيانات ووسائل التواصل الاجتماعي وسجلات تفاصيل المكالمات، وأجهزة الاستشعار، واستخراج البيانات من المواقع الإلكترونية، والصور الساتلية،

¹ - الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي، مرجع سابق، ص 04.

ليست سوى عدد قليل من مصادر المعلومات الجديدة التي
يمكن استخدامها لإنتاج مزيد من البيانات عالية الجودة.

3. مبادئ الذكاء الاصطناعي

حصر "جهاد عفيفي" مبادئ الذكاء الاصطناعي في مبدئين
أساسيين هما:¹

➤ تمثيل البيانات

يعني تحديد المشكلة التي نسعى لحلها عبر تمثيل البيانات
داخل الحاسوب بهدف معالجتها، هذا الأمر يتطلب صياغة
المشكلة بطريقة ملائمة بحيث يتمكن الحاسوب من فهمها
والتعامل معها بشكل منطقي للوصول إلى الحل أو الإجراء
المطلوب.

➤ البحث

في هذه المرحلة يُستخدم التفكير لتحليل الخيارات المتاحة
أمام الحاسوب، حيث يقوم بعملية البحث وتقييم الاحتمالات
وفقًا لمعايير محددة مسبقًا أو تلك التي استنبطها ذاتيًا، وبعد

¹ - نجوى فيران، مرجع سابق، ص 464.

التقييم يتخذ الحاسوب القرار بشأن الحل الأمثل بناءً على النتائج المتوصل إليها.

4.أنواع الذكاء الاصطناعي

وانطلاقاً من هاذين المبدأين وبالنظر إلى ما يتمتع به الذكاء الاصطناعي من وظائف تم تصنيفه إلى أنواع:

أولاً:  أنواع الذكاء الاصطناعي حسب معيار

القدرة.¹

1. الذكاء الاصطناعي المحدود(الضيق)

يُعتبر هذا النوع من الذكاء الاصطناعي الأكثر شيوعاً واستخدماً في الوقت الحالي، حيث يُطلق على توظيف البرمجيات لدراسة أو إيجاد حلول لمسائل محددة وواضحة، لا يتمتع هذا النوع بالوعي الذاتي، لكنه يُظهر مستوى متقدماً من القدرات البشرية مثل حل المسائل الدقيقة والمعينة مثل السيارات ذاتية القيادة، برامج التعرف على الكلام والصور، وكذلك ألعاب على الأجهزة الذكية مثل الشطرنج.²

¹ - نجوى فيران ، مرجع سابق، ص465.

² - سالم زعموم ، مرزق فتيحة حبال، "الذكاء الاصطناعي وانعكاساته الاقتصادية على العالم"، مجلة التراث، المجلد 13، العدد04، 2023، ص41.

2. الذكاء الاصطناعي العام

يهدف هذا النوع من الذكاء الاصطناعي إلى تطوير الأنظمة التي تتمتع بالقدرة على التفكير والتخطيط بشكل مستقل وتفاعلي وبطريقة تحاكي عقل الإنسان، هذا النوع يتميز بقدرته على أداء المهام البشرية بتفكير مشابه للبشر، مما يعني تحويل الآلة إلى كيان قادر على اتخاذ القرارات بشكل ذاتي. ومع ذلك، لم يتم تحقيق أمثلة عملية لهذا النوع حتى الآن، فما تم إنجازه حتى اللحظة يقتصر على الأبحاث النظرية التي تتطلب جهوداً كبيرة لتحويلها إلى تطبيقات واقعية. و كمثال على هذا النوع نجد مثلاً استخدام طريقة الشبكات العصبية الاصطناعية، حيث تعتمد هذه الطريقة على بناء أنظمة شبكية للآلة تشبه الشبكات العصبية في جسم الإنسان بهدف محاكاة عمل دماغ الإنسان بشكل أقرب للواقع¹.

¹ - سالم زعموم ، مرزق فتيحة حبال، مرجع سابق، ص41.

3. الذكاء الاصطناعي الفائق

هذا النوع من الذكاء الاصطناعي يتفوق على مستوى ذكاء البشر حيث يتمكن من أداء المهام بكفاءة تفوق ما يمكن أن يحققه الإنسان المتخصص صاحب الخبرة العميقة.

يُعد الذكاء الاصطناعي الفائق نوعاً من الذكاء الذي يتجاوز مستوى ذكاء البشر، حيث يتميز بقدرته على أداء المهام بشكل أكثر دقة وكفاءة من الإنسان المتخصص والملم بالمعرفة. يتميز هذا النوع بمجموعة من الخصائص الأساسية التي تشمل القدرة على التعلم المستمر، التخطيط الذكي، التواصل التلقائي الفعال، واتخاذ القرارات بناءً على التحليل لدقيق للبيانات. ومع ذلك، لا يزال مفهوم الذكاء الاصطناعي الفائق حتى الآن مجرد فكرة افتراضية لم تتحقق بشكل فعلي. غير أن الوصول إلى هذا المستوى من الذكاء الاصطناعي لم يتحقق بعد بشكل واقعي، نظراً لأن الإنسان هو المسؤول عن عملية البرمجة والتطوير.¹

¹ - سالم زعموم ، مرجع سابق، ص 41.

ثانياً: أنواع الذكاء الاصطناعي حسب

معياري الآلة

نظراً لما تحقق مؤخراً من تقدم مهرفي أبحاث الذكاء الاصطناعي، أصبحت الأجهزة الواعية والذكية حقيقة ماثلة في الأفق، ونقصد بالأجهزة الواعية تلك الآلات التي تفهم الأوامر الشفوية وتميز الصور، ومن أبرز أنواع الذكاء الاصطناعي حسب هذا المعيار نجد:¹

1. الأجهزة التفاعلية

تمثل هذه الفئة أبسط أنواع الذكاء الاصطناعي، حيث تفتقر إلى القدرة على تشكيل ذكريات أو الاستفادة من تجارب الماضي لاتخاذ قرارات فورية. هذه الأجهزة تقتصر على أداء وظائف محددة، فلا تمتلك أي إدراك للعالم من حولها، مما يجعل خداعها أمراً ممكناً بسهولة.

¹ - معهد الدراسات المصرفية لدولة الكويت، إضاءات، السلسلة 13، العدد 4، مارس 2021، ص 5-6-7.

2. الذاكرة المحدودة

تشمل هذه المرحلة أجهزة تتمتع بقدرة على تحليل أحداث الماضي بشكل محدود، مثل السيارات ذاتية القيادة التي تعمل على مراقبة سرعة المركبات الأخرى واتجاهاتها. غير أنّ هذه العملية لا تحدث بشكل فوري، بل تتطلب تحديد أهداف واضحة ورصدها، كما أنّ المعلومات المستخلصة من هذه المراقبة تكون مؤقتة إذ لا يتم تخزينها كجزء دائم من خبرات الجهاز التي يمكن التعلم منها أثناء التنقل.

3. نظرية العقل

يعد تطور الأجهزة الذكية خطوة نحو محاكاة جوانب أكثر تعقيداً مثل الإدراك والفهم. هذا التطور لا يقتصر فقط على تحسين تصور الآلات للعالم المحيط، بل يتضمن دمج عناصر أكثر عمقاً مثل إدراك الأفكار والمشاعر. ووفقاً لعلم النفس يطلق على هذه المرحلة "نظرية العقل"، والتي تشير إلى أن العواطف والخواطر التي تؤثر على السلوك ليست خاصة بالبشر فقط إذ يمكن أن تنطبق أيضاً على الكائنات والأشياء.

4. الوعي بالذات

تشكل هذه المرحلة تطورًا متقدمًا للذكاء الاصطناعي، حيث تصبح الأجهزة قادرة على بناء تصورات عن ذاتها والتعرف على طبيعتها، هذا التطور يُمكن الباحثين في مجال الذكاء الاصطناعي من فهم ماهية الإدراك وصنع أجهزة تمتلكه، ما يعتبر امتدادًا مباشرًا لنظرية العقل المتعلقة بالمستوى الثالث من الذكاء الاصطناعي.

II- خوارزميات الذكاء الاصطناعي

تؤثر الخوارزميات على كثير من استخدامات المستخدمين مثل: قراءة المقالات الإخبارية، والحصول على الائتمان، واستثمار رأس المال، وبسبب كفاءتها وسرعتها، تتخذ الخوارزميات القرارات وتنفذ الإجراءات نيابة عنهم في عدّة مجالات. وعليه من الضروري التعمق أكثر في فهمها وأشكال التفاعل معها والتحييزات الخوارزمية المختلفة مثل تغذية البيانات والتأثير المتباين الخوارزمي وكذا حدود تأثير خوارزميات الذكاء الاصطناعي على قرارات المستخدمين.¹

¹ - أوشونديه أوشوبا، ووليام ويلسر الرابع، مخاطر التحيز والأخطاء في الذكاء الاصطناعي، منشورات مؤسسة RAND، 2023، ص04.

1. تعريف الخوارزمية: Algorithm

تعود تسمية الخوارزمية إلى القرن 19 م نسبة إلى العالم العربي "جعفر بن موسى الخوارزمي"، الذي برز في علوم الرياضيات والفلك، فهو أول من وضع مبادئ علم الجبر والحساب، وارتبطت الخوارزمية حالياً ببرمجة الحواسيب الإلكترونية. وتعرف الخوارزميات على أنها: "مجموعة خطوات مرتبة وواضحة وقابلة لتنفيذ عمل مُحدد له نهاية. ويشتمل تعريف الخوارزميات على عناصر أساسية وهي:¹

1. مجموعة من القوانين التي توضع لحل مسألة حسابية عن طريق اليد أو الآلة.

2- مجموعة الخطوات المنتهية لتحقيق النتيجة المطلوبة.

3- خطوات حسابية لتحويل المدخلات إلى مخرجات.

4- عمليات تجري على البيانات وتكون منظمة في صورة هياكل

وبيانات.

¹ - أمينة بصافة، هشام شيتور ، مرجع سابق، ص148.

2. شروط الخواريزمية:

يتطلب تحقيق الخواريزمية جملة من الشروط وهي:¹

- **المدخلات Input:** ويجب أن تعرض القيم التي تحتاجها كمدخلات صفر أو أكثر.
- **المخرجات Output:** تمثل النتائج الفعلية المتوقعة من تطبيقها وتكون في شكل قيمة واحدة على الأقل.
- **الوضوح Definiteness:** لابد أن تكون كل خطوة في الخواريزمية واضحة المعاني وغير غامضة، أي لابد أن تفهم من الجميع.
- **المحدودية Finiteness:** فكل خطوات الخواريزمية يمكن حلها في فترة زمنية محددة، فمثلا قسمة الرقم 10 على 03 بدقة عالية غير محدودة ولا يمكن أن يسمح بها داخل البرنامج.

¹ - فيران نجوى، مرجع سابق، ص468.

- **المحلولة Effectiveness** : لابد أن تكون كل خطوة في الخوارزمية ممكنة الحل أو الفعالية فعبارة 0/3 لا يمكن حلها أبدا.

3.أنواع الخوارزميات

يمكن حصر أنواع الخوارزميات في نوعين رئيسين هما : ¹

1. الخوارزميات الحسابية

يشير هذا النوع إلى تلك الخوارزميات التي تتعامل مع العمليات الرياضية، حيث لا يمكن اعتبار أي عملية رياضية عملية حسابية إلا إذا تضمنت تسلسلاً واضحاً في تنفيذ خطواتها، يبدأ من المدخلات وينتهي بالمخرجات أو الحل النهائي للمشكلة .

2. الخوارزميات غير الحسابية

تُعتبر من أكثر أنواع الخوارزميات استخداماً، وتشمل تلك التي تُعنى بمعالجة النصوص، تخزين المعلومات واسترجاعها، إدارة قواعد البيانات، ودعم اتخاذ القرار في مختلف مجالات

¹ - أمينة بصافة، هشام شيتور ، مرجع سابق، ص159.

الحياة على سبيل المثال، الخوارزمية التي تستخدم للتدقيق الإملائي لنص معين تُصنف كخوارزمية غير حسابية.

4. طرق كتابة الخوارزمية

يمكن صياغة الخوارزمية بطرق عديدة تتفاوت فيما بينها من حيث دقة التعبير وسهولة الفهم، وأهم هذه الطرق:¹

1. استخدام اللغة الطبيعية

يتم تنفيذ تعليمات الخوارزمية بشكل متسلسل حسب ترتيبها في نصها حيث تُعرض كخطوات محددة ومتتابعة توضح سياق التنفيذ، وتعتمد عادةً على استخدام لغة طبيعية متداولة مثل العربية أو الإنجليزية، مما يجعلها من أكثر الطرق سهولة وفعالية، خاصة عندما تكون الخطوات واضحة وتفسر نفسها بسهولة.

2. استخدام الطريقة الرمزية

تعتمد الطريقة الرمزية على قواعد مُحددة، تُستنتج من المفاهيم الرياضية وتُمثّل وفق الآليتين التاليتين:

4. لغات البرمجة المختلفة ومنها لغة ++C

¹ - نجوى فيران ، مرجع سابق، ص469.

5. الترميز الرياضي للمفاهيم ضمن الخوارزمية، أثناء تمثيلها

بالطرق المختلفة.

3. استخدام الطريقة البيانية

تمثل الخوارزمية بواسطة رسومات بيانية شائعة الاستخدام،

حيث تُبرز خطوات تنفيذها باستخدام أشكال هندسية محددة

وأسهم تربط بينها، مع إمكانية إضافة عبارات باللغة الطبيعية أو

تعبيرات رياضية لتوضيح العمليات ويُفضل اللجوء إلى هذه

الطريقة عندما تكون الخوارزمية بسيطة وقصيرة لسهولة الفهم و

التطبيق.

الفصل الثالث: حدود نشاط المستخدم في ظل انتشار الأخبار
المفبركة وتحيز خوارزميات الذكاء الاصطناعي (الجانب التحليلي
للدراصة)

1. حدود نشاط المستخدم في ظل انتشار الأخبار
المفبركة.

2. حدود نشاط المستخدم في ظل تحيز خوارزميات
الذكاء الاصطناعي.

3. معالجة تحليلية للقضايا الثلاث المختارة.

1. حدود نشاط المستخدم في ظل انتشار الأخبار المفبركة عبر موقع الفيسبوك

مع تطور تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي وانتشار استخدامها في مختلف جوانب الحياة، ازداد القلق من المخاطر الأمنية ومشكلات الخصوصية المرتبطة بهذه التكنولوجيا، ومنها التلاعب بالمعلومات حيث يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لإنشاء محتوى مفبرك ومضلل، مثل الفيديوهات المعدلة Deepfakes¹ مما يهدد الحقيقة والثقة في المحتوى الرقمي ويطرح فعلا إشكالية علمية عميقة تتعلق بحدود نشاط المستخدمين أمام تطبيقات الذكاء الاصطناعي وانتشار الأخبار المفبركة وهو ما يعيدنا إلى طرح إشكالية التأثير من جديد ماذا تفعل وسائل الإعلام في الجمهور في ظل انتشار الأخبار المفبركة وخوارزميات الذكاء الاصطناعي؟؟

فالملاحظة العلمية الدقيقة للعديد من صفحات موقع الفيسبوك أو المجموعات الافتراضية مؤخرا والتي تُعتبر الباحثة

¹ - لباب للدراسات الاستراتيجية، الذكاء الاصطناعي فرص وتحديات، مركز الجزيرة للدراسات،

نوفمبر 2023، ص 24.

عضوا فيها، أفضت إلى أنّ هذه الفضاءات الافتراضية أصبحت تنشر الكثير من المعلومات المفبركة لأغراض مُتعددة منها ما قد يتعلق بهوس الجامعات أو البحث عن عائدات مادية ومنها ما يخدم مصالح جهات معينة...، ومهما اختلفت الغاية فإن نشر هذه المعلومات ومشاركتها على نطاق واسع من قبل المستخدمين قبل التأكد من صحتها يطرح اشكالا علميا في غاية الأهمية والعمق، والأمر هنا لا يتعلق فقط بالمستخدم الجزائري بل افضت الملاحظة العلمية إلى أن المستخدمين عبر عدة دول وحيال عدة قضايا قد شاركوا فعلا في إعادة نشر معلومات لحظة نزولها قبل التحقق من صحتها وسنأخذ على سبيل المثال ثلاث قضايا من الداخل الجزائري المحدود والخارجي المفتوح.

2. حدود نشاط المستخدم في ظل تحيز خوارزميات الذكاء الاصطناعي عبر موقع الفيسبوك

من خلال ما تم التطرق إليه في المحاور السابق يُمكن القول أنه توجد علاقة مباشرة ومتكاملة بين البيانات الضخمة وخوارزميات الذكاء الاصطناعي، فالبيانات الضخمة هي المادة الخام التي يتم من خلالها تطوير خوارزميات الذكاء الاصطناعي

واختبارها وتحسينها، فلا يُمكن نشر مخرجات الذكاء الاصطناعي بنجاح دون توفر قاعدة بيانات ضخمة، كما ستظل البيانات الضخمة غير مستغلة دون الذكاء الاصطناعي.

من أجل ذلك تتزايد كميات البيانات المنتجة عالميًا بوتيرة سريعة، حيث ارتفعت من 33 زيتابايت في عام 2018 إلى حوالي 175 زيتابايت عام 2025. يعود هذا النمو الملحوظ إلى انخفاض تكاليف أجهزة الاستشعار ووسائل تخزين البيانات، إضافةً إلى التقدم المتسارع في تقنيات التحليل المتقدمة ومعالجة البيانات، بجانب تعزيز التوصيلية التي أتاحت نقل البيانات بسرعة وكفاءة أكبر بتكاليف أقل.¹

والمعروف أنَّ منصات البيانات الضخمة تسمح بجمع المعلومات في الوقت الفعلي على مستوى دقيق وتستخدم أنماط التعلم الآلي عبر طبقات متعددة من المدخلات وهو ما يُمكن من زيادة إمكانية النفاذ إلى بيانات المستخدمين وتوظيفها وإبرازها بدقة، فيمكن أن يؤدي توفر المعلومات في الوقت الفعلي إلى تقصير حلقة التغذية الراجعة بين رصد النتائج والتعلم وصياغة

¹ - الاتحاد الدولي للاتصالات (قطاع التنمية)، اتجاهات التكنولوجيات الناشئة: الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة لأغراض التنمية 4.0، 2021، ص02.

السياسات أو إبراز القضايا واتخاذ القرارات، وبالتالي زيادة سرعة ونطاق تنفيذ التغيير من قبل الجهات الفاعلة في عدة مجالات.¹

كما يمكن لخوارزميات الذكاء الاصطناعي تحديد أنماط البيانات الملاحظة وبناء نماذج توضيحية والقيام بتنبؤات بشكل أسرع وأدق من البشر.

وهنا نتساءل من الذي يقرر ماذا يريد؟؟ هل هو المستخدم من منطلق بحثه عن المحتوى الذي يشبع رغباته وميولاته أم ما

تفرضه عليه خوارزميات الذكاء الاصطناعي بما فيها (التربد)؟؟

فإذا تم تغذية نظام الذكاء الاصطناعي ببيانات متحيزة، فقد ينعكس هذا التحيز في قراراته. على سبيل المثال إذا تم تغذية الذكاء الاصطناعي ببيانات تؤيد فكرة الشذوذ الجنسي فقط، فقد يعتبرها الحقيقة الوحيدة وخلافها خاطئ.² وهو ما يؤدي بدوره إلى تقليل القدرة البشرية على التفكير النقدي، وبالتالي يقودنا إلى مشكلة عويصة وهي تقليل التنوع المعرفي، فعند اعتماد كل المستخدمين على الأدوات نفسها أو المصادر ذاتها للحصول على

¹ - الاتحاد الدولي للاتصالات (قطاع التنمية)، مرجع سابق، ص 05.

² - لباب للدراسات الاستراتيجية، مرجع سابق، ص 24.

المعلومات يفضي ذلك حتماً إلى تقليل التنوع في المعرفة والآراء، وكذلك تقليل الوعي الجماعي، وهو ما سيؤثر حتماً على الطريقة التي يرى بها المستخدمون القضايا وطريقة التفاعل معها، ما ينعكس بشكل غير مباشر على القيم والمعايير التي يتبنونها بناءً على المعلومات والأفكار التي يقدمها لهم الذكاء الاصطناعي .

يستخدم الذكاء الاصطناعي أيضاً خوارزمياته لتحليل وتتبع سلوكيات المستخدمين واستغلالها لأغراض تسويقية أو سياسية أو غير ذلك، وهذا قد يؤدي إلى التأثير في آرائهم وسلوكياتهم الشرائية أو الانتخابية، كما حدث في الانتخابات الأمريكية وفضيحة شركة كامبريدج (أناليتيكا) المشهورة، إن استخدام البيانات بطريقة غير أخلاقية من خلال جمعها وتحليلها دون علم أو موافقة المستخدمين يُشكل تهديداً للخصوصية والحريات الفردية، كما أن اعتماد الذكاء الاصطناعي على تجميع مجموعات البيانات الضخمة قد يطرح إشكالية جديدة، تتعلق بالتمييز ضد الأفراد. فمثلاً عادةً ما يقل وصول الأشخاص ذوي الدخل والتعليم المنخفضين إلى المحتوى الرقمي أو مساهمتهم في إنتاجه مقارنةً بالمستخدمين من الطبقة الوسطى الأكثر تعليماً، مما يؤدي

إلى تعميق الفجوة الرقمية. وإذا اعتمد صناع السياسات بشكل حصري على تحليل البيانات الضخمة، فقد يكونون عرضة لتجاهل القضايا التي تهم الفئات منخفضة الدخل والأقليات التي تعاني من نقص التمثيل.¹

وهو ما يطرح تساؤلات حول حدود قدرة المستخدم على التحكم في الوسيلة في ظل تحكم خوارزمي دقيق بقواعد البيانات، وكذا قدرته على اختيار وتمييز المحتويات الإعلامية بدقة وموضوعية من وجهة نظره هو وليس وفق ما تفرضه عليه الخوارزمية المتحيزة.

تبين وفق تقرير نشره الاتحاد الدولي للاتصالات ITU حول اتجاهات التكنولوجيا الناشئة لعام 2021 بعنوان الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة لأغراض التنمية 4.0 جنيف تحت الرخصة IGO 3.0 BY-NC-SA CC أن العديد من الخوارزميات تحتوي على تحيزات متأصلة قد تسبب توجهاً خاطئاً للمستخدمين. تقوم أنظمة الذكاء الاصطناعي بتعزيز البيانات التي

¹ - الاتحاد الدولي للاتصالات (قطاع التنمية)، مرجع سابق، ص 20.

تمت برمجتها عليها، مما قد يتضمن التحيزات العنصرية أو الجنسية. حتى في حالة تصميم خوارزمية بشكل جيد، فإن قراراتها تعتمد على مدخلات مستمدة من واقع غير متوازن ومليء بالتحيزات. نتيجة لذلك قد تخطئ هذه الأنظمة في اتخاذ الأحكام عند مواجهة مواقف أو سيناريوهات غير مألوفة. إضافة إلى ذلك تتسم العديد من أنظمة الذكاء الاصطناعي بالغموض حيث يصعب على البشر فهم كيفية اتخاذ القرارات أو أسبابها مما يجعل تقصي الأخطاء وتحليل الأداء تحديًا كبيرًا. كما أن شركات القطاع الخاص المطورة لهذه الأنظمة غالبًا ما ترفض الإفصاح عن الشيفرات البرمجية لإجراء التدقيق اللازم، بحجة أنها تعتبر ملكية فكرية، مما يعزز غياب الشفافية في هذا المجال.

وفيما يلي سنعرض أهم مظاهر تحيز خوارزميات الذكاء الاصطناعي في البيئة الرقمية مما يؤثر على نشاط ووعي المستخدم وقدرته على التمييز بدقة وموضوعية:¹

¹ - الاتحاد الدولي للاتصالات (قطاع التنمية)، مرجع سابق، ص 20.

1. تحيز خوارزميات الذكاء الاصطناعي في الأحكام الجنائية بحق

الأشخاص الملونين

في سنة 2016 قامت شركة propublica بتحليل نظام مطور تجارياً يتنبأ باحتمالية إعادة ارتكاب المجرمين للجريمة، واستحدث النظام لمساعدة القضاة في اتخاذ قرارات أفضل لإصدار الأحكام، وتبين أنه متحيز ضد الأشخاص الملونين مما تسبب في تغييط الرأي العام.

2. تحيز التعرف على الوجه

ثبت وفق ذات التقرير أن خوارزميات التعرف على الوجه متحيزة عند كشف جنس الأفراد، وكانت أنظمة الذكاء الاصطناعي هذه قادرة على كشف جنس الرجال البيض بدقة أكبر مقارنة مع الرجال ذوي البشرة الداكنة. كما حدث نفس الشيء مع خوارزمية التوظيف والتعيين في منصة Amazon حيث تحيزت الخوارزمية لصالح المرشحين الذكور على حساب الإناث ، هذه الأخيرة تم تدريبها باستخدام بيانات جمعت على مدى فترة عشر سنوات وجاءت في معظمها من مرشحين ذكور.

3. التحيز الديمغرافي

يمكن أن تتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي التحيز في هذا الجانب أيضا فعلى سبيل المثال، عندما تصدر البيانات من مستخدم واحد فقط أو من مستخدمين ينتمون إلى مجموعة اجتماعية معينة، فهذا سيؤدي حتما إلى انحراف البيانات التي تغذي نظام الذكاء الاصطناعي نحو فئة ديمغرافية معينة.¹ وهو ما سيعبر عن احتياجات هذه الفئة من المستخدمين فقط والتي بدورها ستطفو على السطح وتُفهم على أنها احتياج عام لكنها في الحقيقة غير دقيقة ولا تُعبر عن الجميع مما يؤدي إلى تضليل الرأي العام بوصفها احتياج عام وتتم مشاركتها على نطاق واسع قبل التحقق منها أو فهم مصدرها (وهو ما سنوضحه لاحقا من خلال أمثلة حية متبوعة بأدلة). وبذلك يجب أن يكون لجميع المستخدمين الحق في فهم كيفية استخدام بياناتهم، كما يجب أن تكون خوارزميات الذكاء الاصطناعي مفتوحة للتفتيش وقراراتها قابلة للتفسير والنقد.

¹ - الاتحاد الدولي للاتصالات (قطاع التنمية)، مرجع سابق، ص 20.

جاء في التقرير السابق الذكر أيضاً نقطة في غاية الأهمية مفادها أنه ينبغي أن يكون الذكاء الاصطناعي متنوعاً وشاملاً للجميع، على اعتبار أنه عدد قليل فقط من شركات التكنولوجيا والمختبرات الجامعية المرموقة تمثل الجهة المسؤولة عن تطور معظم أنظمة الذكاء الاصطناعي على نطاق واسع، ويميل المطورون إلى أن يكونوا من البيض والأثرياء وذوي التوجهات التقنية ومن الذكور. وبما أن الذكاء الاصطناعي ليس محايداً وأن التكنولوجيات نتاج السياق الذي تنشأ فيه، فإن هذه الأنظمة كثيراً ما تفشل في تلبية احتياجات المجتمعات الأخرى. وعليه يجب أن تُركّز تطبيقات الذكاء الاصطناعي على الشمول والعدالة وأن تعطي الأولوية للفرق متعددة التخصصات والمتنوعة. من هذا المنطلق يجب التأكد من تنوع المصادر المستخدمة في تدريب الأنظمة وتقديم وسائل للتحقق من صحة المعلومات، وضمان الشفافية في طريقة عمل النظام وزيادة الوعي بين المستخدمين بشأن هذه المخاطر.¹

¹ - لباب للدراسات الاستراتيجية، مرجع سابق، ص 24.

4. معالجة تحليلية للقضايا الثلاث المختارة

يهدف معالجة افتراض ما تم التطرق إليه سابقا وهو علاقة انتشار الأخبار المفبركة بحدود نشاط المستخدم الذي نفترض أنه لم يعد على درجة عالية من النشاط والوعي والقدرة على الاختيار والتمييز والتحكم في الوسيلة الإعلامية - كما أشارت إلى ذلك نظرية الاستخدامات والأشباع- في ظل تطبيقات الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته (جانب تقني) وفي ظل أيضا انتشار الأخبار المفبركة على نطاق واسع (قوة الرسالة).

1. القضية الأولى

من أبرز الأخبار المفبركة التي عرفت رواجاً كبيراً في الجزائر والتي وقع اختيار الباحثة عليها ما تم تداوله عبر صفحات ومجموعات محددة في موقع الفيسبوك تهتم بكل ما يخص مشروع سكنات (عدل) أين قام عدد كبير من المستخدمين بإعادة نشرها قبل التأكد من صحتها، وهي معلومات وصفت من قبل الجهات الرسمية بالمفبركة والمغلوبة ما اضطر الوكالة الوطنية لتطوير السكن وتحسينه (عدل) إلى إصدار بيانات تكذيبية عبر

صفحتها الرسمية على موقع الفيسبوك¹ أكثر من مرة لهذه الأخبار مع الإشارة إلى حقها في المساءلة القانونية لمالكي هذه الصفحات أو المجموعات.

كما حذرت الوكالة الوطنية لتحسين السكن وتطويره "عدل" المستخدمين من انتشار أخبار مفبركة فيما يتعلق ببرنامج سكنات عدل3، تزعم تحديد أسعار سكنات عدل 3 وتوقيت دفع القسط الأول.

الوكالة عبر صفحتها الرسمية نفت بشكل قاطع هذه الأخبار واعتبرت الهدف منها هو إثارة الفوضى وزرع الشك بين المكتتبين .

وعرضت الوكالة نماذج من المنشورات "المغلوبة" التي تم تداولها عبر بعض الصفحات، مثل الادعاء المتعلق باستقبال كافة طعون المرفوضين يوم الثلاثاء وأوضح أن هذه المعلومات لا أساس لها من الصحة.

¹ -<https://www.facebook.com/>

دعت الوكالة مستخدمو موقع الفيسبوك إلى تجنب الانسياق وراء المحتويات غير الدقيقة واللجوء فقط للمنصات الموثوقة للحصول على المعلومات الصحيحة .

دعت الوكالة جميع المنخرطين من مستخدمي الموقع إلى اعتماد موقعها الرسمي أو صفحتها الرسمية كمصدر رسمي للحصول على الأخبار والإعلانات المتعلقة بملفات السكن، الطعون، وبرامج الإنجاز. وشددت على أن كل المستجدات تُنشر بشكل دوري عبر قنواتها الرسمية لضمان الشفافية والوضوح .



يُتّضح من خلال الصور المرفقة وما تما التطرق إليه أعلاه أن فكرة نشاط ووعي المستخدم بشكل مطلق وقطعي يجب إعادة النظر فيها، ذلك أن هذا الأخير لا يختار دائما المحتويات الإعلامية بوعي كامل بل قد تُفرض عليه من قبل فواعل جديدة لم تكن موجودة سابقا منها ما هو متعلق بالجانب التقني (التطور التقني في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته) ومنها ما يتعلق بالمضمون المتكرر والجذاب الأخبار المفبركة.

2. القضية الثانية

الحادثة العالمية الشهيرة الأولى التي سنتناولها هي قصة المدربة "جيسكا" وحوث الاوركا الذي افترسها؟

في الآونة الأخيرة، انتشرت عبر وسائل التواصل الاجتماعي مقاطع فيديو لحادثة مروعة تُفترس فيها مدربة الحيتان، "جيسكا رادكليف"، من طرف حوت "أوركا" خلال عرض مباشر داخل حديقة بحرية.

هذا المحتوى أثار موجة واسعة من الذعر والقلق بين المستخدمين الذين تداولوا الفيديو على نطاق واسع لكن بعد أن أجرى موقع "مسبار"، المتخصص في

التحقق من الأخبار ومكافحة الإشاعات، تحقيقًا حول صحة هذا الفيديو، تبين أنه مفبرك تمامًا. إذ تم تصميمه باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، لا سيما عبر أدوات مثل "VEO" التي تشتهر بتوليد مقاطع الفيديو والمحتوى الرقمي.¹

تحليل الفيديو كشف العديد من الأدلة التي تشير إلى تزيفه،

وهذه المؤشرات هي:

- المظهر غير الطبيعي للامح وجه المدرية: حيث بدت غير متناظرة وغير متناسقة بما يتعارض مع الشكل المعتاد للبشر.

- الحوت: ظهر بمظهر أقرب إلى الرسوم الكرتونية، تميز بألوان ناعمة وتفاصيل سطحية للجلد، وهي سمات تشير بوضوح إلى النماذج التوليدية المصممة بالذكاء الاصطناعي.

- وجوه الجمهور في الخلفية: اتسمت بتشوهات وتعبيرات غير طبيعية، ما يعزز فكرة أن العمل رقمي بالكامل.

إضافة إلى ذلك، لم يتم العثور على أي تقارير إخبارية أو بيانات رسمية بشأن وقوع حادثة مشابهة، كما لا توجد سجلات

¹ -<https://www.alaraby.com/news/%D8%AD%D9%88%D8%AA>

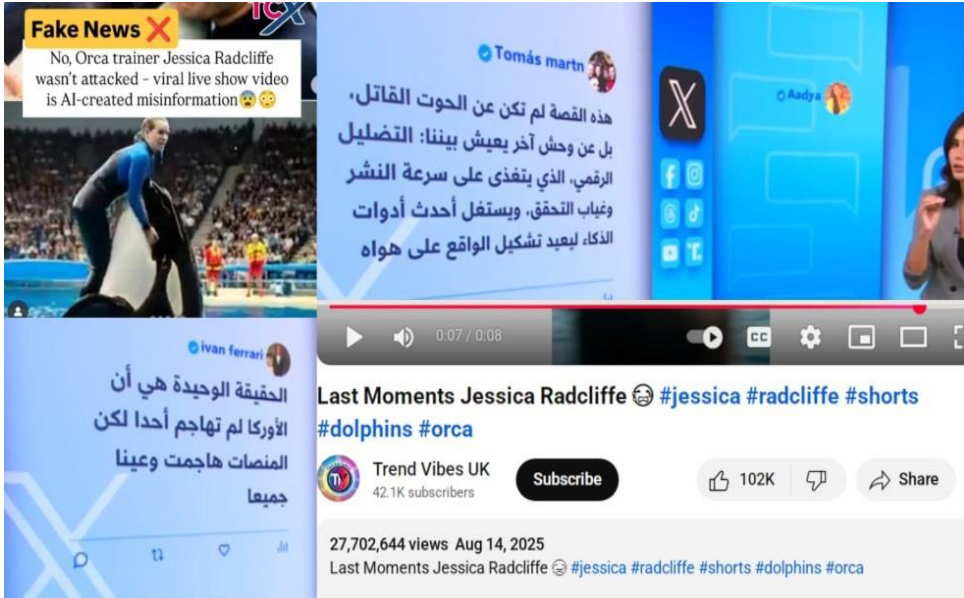
تشير إلى وجود مدرسة باسم "جيسكا رادكليف". وبالنظر إلى هذه النقاط، يتضح أن الفيديو والرواية المرتبطة به هما إلا تضليل تعتمد على تقنيات حديثة لخداع الجمهور.

وهو ما يطرح فعلا تساؤلا بخصوص حدود نشاط المستخدم
ووعيه وقدرته على التحكم في الوسيلة الإعلامية في ظل انتشار
الأخبار المفتركة وتوظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي
وخوارزمياته بشكل يصعب على المستخدم العادي تمييزه.



يمكن التحقق من المحتوى من خلال زيارة الروابط التالية:
https://www.facebook.com/watch/?ref=search&v=771406572186270&external_log_id=47de5cad-deba-451b-8675-fe1b974af3a8&q=%D8%AC%D8%B3%D9%83%D8%A7%20%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%88%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%A7%D8%AA%D9%84
[-https://www.facebook.com/reel/2007133860030869](https://www.facebook.com/reel/2007133860030869)
[-https://www.youtube.com/live/U8lQVV6PM4s](https://www.youtube.com/live/U8lQVV6PM4s)

[-https://www.youtube.com/watch?v=swB3Sv15IdA](https://www.youtube.com/watch?v=swB3Sv15IdA)



لنتأمل معا الصورة الأخيرة من منظور علمي تحليلي وليس إعلامي في 14 أوت 2025 الفيديو حقق 27,702,644 مشاهدة وأكثر من 102 ألف إعجاب و42,1 ألف منخرط في القناة في ظرف قياسي جدا (يوم واحد)، وهو ما يؤكد فعلا سرعة انتشار الأخبار المفبركة التي عملت مع خوارزميات الذكاء الاصطناعي على تضليل عدد كبير جدا من المستخدمين لنبقى نتساءل مرة أخرى من منظور علمي بحث عن حدود نشاط الجمهور وقدرته هو على التأثير في الوسيلة الإعلامية واختيار المضمون الإعلامي

الذي يعبر حقا عن رغباته واحتياجاته هو دون ضغط

الخواريزمية أي دون أي تأثير من الوسيلة أو المحتوى (الترند)؟؟

القضية الثالثة

حادثة مقتل "تشارلي كيرك"

في العاشر من سبتمبر 2025، شهدت جامعة "يوتا فالي" حادثة صادمة هزت الأوساط الأميركية، حيث تم إطلاق النار على الناشط المحافظ البارز "تشارلي كيرك"، مما أسفر عن مقتله على الفور الحدث لم يقتصر على كونه جريمة، بل تحوّل إلى محور نقاش واسع في السياسة والإعلام، خاصة نظراً للإقبال الهائل على تغطيته عبر منصات التواصل الاجتماعي والإعلام التقليدي، مما أظهر تحديات جديدة أمام الصحافة ومصادقيتها¹.

حرص موقع "بانتربست" على تناول أبعاد القضية في مقال بارز بعد الجريمة، حيث أشار إلى الجوانب المقلقة التي صاحبت الحادثة، وأكد المقال أن المشكلة لم تكن فقط في اغتيال كيرك

¹ -<https://www.aljazeera.net/media/2025/9/20>

نفسه، بل في تبعاته، إذ سرعان ما انتشرت على موقع الفيسبوك تعليقات غاضبة وتنديدات واسعة، كما ظهر موقع إلكتروني تحت مسمى "قتلة تشارلي" ينشر أسماء مشتبه بهم دون أدلة واضحة مما أدى إلى تضليل المستخدمين وإشعال النقاشات الساخنة.

هذا النشر العشوائي للأسماء والالتهامات على منصات مثل فيسبوك ساهم بشكل كبير في بث الأخبار المفبركة وانتشارها بطريقة هستيرية خلال الساعات الأولى من وقوع الحادثة. الموقف أثار تساؤلات جدية حول مدى مسؤولية ووعي المستخدمين في التعامل مع محتوى منصات التواصل الاجتماعي، خاصة خلال الأزمات. وفي سياق التغطية الإعلامية، ذكرت صحيفة نيويورك تايمز أن مقاطع الفيديو المتعلقة بالحادثة قد حصدت أكثر من 11 مليون مشاهدة خلال ساعتين فقط من إعلان الخبر.¹

هذا الأمر يعكس قوة التأثير الإعلامي لتلك المنصات، لكنه أيضاً يعيد إثارة الجدل بشأن دقتها وموثوقيتها.

من جهة أخرى، الكاتبة السورية "لبنى مرعي" علّقت على هذه الظاهرة بربطها بأحداث سابقة، مثل عملية "طوفان الأقصى" في

¹ -<https://www.aljazeera.net/media/2025/9/11>

7 أكتوبر 2023، عندما أصبحت مواقع التواصل أداة للاحتجاجات ونشر محتوى قديم بشكل مفرط. هذه الحالات تبرز كيف يمكن لهذه المنصات أن تكون مسرحاً للتوتر وتأجيج الأوضاع بدل تهدئتها.

في المقابل أظهرت وسائل الإعلام التقليدية حرصاً أكبر على اعتماد الحيطة والحذر خلال تغطيتها لحادثة مقتل كيرك، فقد تفادت التسرع بنشر معلومات غير مؤكدة، خصوصاً فيما يتعلق بمطاردة المشتبه بهم وتضارب الروايات الأولية على المنصات. هذا النهج يؤكد أهمية الالتزام بالمعايير المهنية في ظل تأثير الإعلام الرقمي¹

في الوقت الذي كانت فيه الجهات الأمنية تتحقق من هوية مطلق النار، بدأت تنتشر عبر موقع الفيسبوك معلومات مضللة، من ضمنها خبر اعتقال رجل مسن تبين لاحقاً أنه بريء وأن تلك الأخبار لا أساس لها من الصحة. نأخذ على سبيل المثال هذا النموذج من الأخبار المضبوكة.

¹ - <https://www.aljazeera.net/politics/2025/9/25>

← Post



Ahmad Hasan ✓

@binaasorya

...

السلطات الأمريكية تعتقل مُسنًا مسلحًا بعد إطلاقه النار وإصابته للناشط "تشارلي كيرك"، المؤيد لـ"إسرائيل" والداعم لترامب، خلال إلقاء كلمة في جامعة أمريكية.
تشارلي كيرك: الداعم لترامب والمؤيد للكيان
مواليد 1993.



والحقيقة هي أنه في 12 سبتمبر 2025، أعلنت السلطات الأمريكية عن إلقاء القبض على المتهم الرئيسي في قضية إطلاق النار التي استهدفت الناشط اليميني "تشارلي كيرك"، وذلك بعد مطاردة دامت يومين. وخلال مؤتمر صحفي، صرّح حاكم ولاية

(يوتا) "سبنسر كوكس"، أن المشتبه به يُدعى "تايلر روبنسون" و يبلغ من العمر 22 عامًا. وجاء الكشف عن تفاصيل عملية الاعتقال بعد أن أعلن الرئيس الأمريكي "دونالد ترامب" عنها بنفسه.¹ وتم نشر الخبر الرسمي على الصفحات الرسمية لعدة قنوات إخبارية عبر موقع الفيسبوك على غرار مثلاً قناة العربية والفيديو موثق في هذا الرابط.²



في خضم كل ذلك وبغرض مقارنة الأمر من زاوية علمية بحثية وليس إعلامية وفق ما تقتضيه إشكالية الدراسة التي تسعى في هذه الجزئية بالتحديد إلى تقصي العلاقة بين انتشار الأخبار

¹ - <https://www.aljazeera.net/news/2025/9/13>

² - <https://www.facebook.com/reel/1141624784077111>

المفبركة عبر موقع الفيسبوك وحدود نشاط ووعي المستخدم كمنطلق أساسي ساد لفترة طويلة وتبنته نظرية الاستخدامات والاشباع نسعى الى اعادة النظر فيه وكشف حدوده من خلال أداتي الملاحظة العلمية والتحليل .

يتطلب نشاط المستخدم وتحكمه في الوسيلة الإعلامية التحقق من الأخبار قبل نشرها، وتحقيق التوازن الدقيق بين السرعة والمصداقية. ذلك أن النشاط الحقيقي لا يكمن في جمع المعلومات، بل في تمييز الحقائق عن الشائعات، خاصة أن معظم الأخبار المتداولة عبر البيئة الرقمية يوصف بعضها بالشائعات ويوصف بعضها الآخر بالمفبرك. ويبرز دور المستخدم النشط بقوة من خلال العمل على التحقق من مصداقية المعلومات لمواجهة التضليل الرقمي، وفهم الغايات الكامنة وراء كل ما يُنشر.

ما يمكن قوله في الأخير هو أن كل الأمثلة السابقة الذكر والمطروحة كقضايا للتحليل كشفت عن هشاشة فكرة نشاط الجمهور وتحكمه في الوسيلة الإعلامية بالمفهوم المطلق ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟؟ ذلك أنه يصعب على المؤسسات الإعلامية كشف الحقائق بسهولة في ظل بيئة رقمية مفتوحة

وواسعة تتميز بالسرعة والسعي لتحقيق سبق الصحفي وانتشار
الأخبار المفبركة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته ناهيك
عن المستخدمين بصفتهم أشخاص منعزلين وليس مؤسسات
إعلامية.

الخلاصة العامة

انطلقت هذه الدراسة من افتراض يفضي بمحدودية نشاط المستخدم في ظل بيئة رقمية ممثلة في موقع الفيسبوك مفتوحة وواسعة تنتشر فيها المعلومات على نطاق واسع جدا وتساهم انحيازات خوارزميات الذكاء الاصطناعي بعدة أشكال في التضليل والتغليب أين يصعب على هذا الأخير (المستخدم) التمييز بين ما هو حقيقي وما هو مفبرك ما يؤثر بدوره على قناعاته واختياراته، الأمر الذي يفرض حتمية إعادة النظر في نشاطه ووعيه المطلق وتحكمه في الوسيلة الإعلامية سواء من الناحية التقنية (تطور تطبيقات الذكاء الاصطناعي وخوارزمياته) أو من ناحية قوة الرسالة الإعلامية (الأخبار المفبركة وما تتميز به من سرعة انتشار).

بعد تقصي العلاقة بين متغيرات الدراسة الأخبار المفبركة وخوارزميات الذكاء الاصطناعي ومستخدم موقع الفيسبوك وانطلاقا من تحليلنا لثلاث قضايا أساسية كانت بمثابة مؤشرات على ضرورة بروز دراسات جديدة تعيد النظر في فكرة نشاط المستخدم المطلقة التي ركزت عليها نظرية الاستخدامات والاشباع سابقا واعتبرتها منطلقا لدراستها وبناءها المعرفي.

فكيف يمكننا التأكد من أن الخوارزميات لا تنتهك حقوق
المستخدم الأساسية من الخصوصية وسرية البيانات إلى حرية
الاختيار وحرية الضمير؟ هل يمكن ضمان حرية الاختيار عندما
تكون رغباته محسوبة وموجهة؟ وكيف يمكننا ضمان حيادية
الصور النمطية الاجتماعية والثقافية في برامج الذكاء الاصطناعي
لا سيما ما تعلق ببرمجة القيم؟ وبواسطة من تبرمج؟ ووفق
مصالح من تتحدد؟ كيف يمكننا الحديث عن نشاط ووعي
المستخدمين عندما تكون اختياراتهم مؤتمتة بالكامل؟ أي أنها لا
تُعبّر عن رغباتهم ودوافعهم الحقيقية بقدر ما تعبّر عن مخرجات
التقنية المبرمجة؟ وكيف يمكننا ضمان نزاهة مخرجات بيانات
الذكاء الاصطناعي في ظل الخوارزميات؟ إنّ الإجابة على هذه
الأسئلة أحالنا إلى تبنى رؤية نقدية لافتراض نشاط الجمهور
ووعيه المطلق واختياره الموضوعي للمضامين الإعلامية بطريقة
تُعبّر حقا عن حاجاته ورغباته، في ظل بيئة رقمية تتداخل فيها
فواعل خفية يتعذر على بعض الدول المتخلفة فهمها ناهيك عن
المستخدم العادي .

إنَّ الفكرة الرئيسية التي انطلقنا منها في التحليل والتي قدمنا الشواهد عليها قد تتغير إذا تم تعزيز البيئة المحيطة عبر تحسين الخوارزميات واتخاذ إجراءات عادلة وصارمة. فمثلاً يُمكن الحد من التحيز في بيانات تطبيقات الذكاء الاصطناعي من خلال وضع آليات واضحة تجعل النظام قابلاً للمساءلة أمام المطورين والمصممين الذين يعملون على تصميمه وتطويره وتطبيقه. كما يجب أن تتضمن هذه الأنظمة خصائص تتيح للمستخدمين الاعتراض على القرارات المؤتمتة التي تصدر عنها، وهو ما يعزز الشفافية .

كما يجب أن تُقدم هذه الأنظمة للمستخدمين ضمانات والتزامات بخصوص بياناتهم وحماية حقوقهم الفكرية، من خلال تقديم شروحات مبسطة بشأن الطريقة التي تستند إليها قرارات الذكاء الاصطناعي، بحيث تكون مفهومة وفقاً لمستوى التكنولوجيا المتاحة لهم.

كما ينبغي احترام خصوصية المستخدمين من خلال جمع الحد الأدنى الضروري فقط من بياناتهم الشخصية، وضمان أعلى مستويات الأمن وحوكمة البيانات لحمايتها، دون استخدام أي

تقنيات مراقبة بشكل ينتهك المعايير المتعلقة بالخصوصية وحقوق الأفراد.

لضمان عدم انتهاك الذكاء الاصطناعي لخيارات المستخدمين وتعتمد تضليلهم، مثل المساهمة في نشر الأخبار المفبركة، ذلك أن الهدف الأساسي من هذه الأنظمة يجب أن يكون تقديم خدمات ومعلومات ذات قيمة، بعيداً عن أي شكل من أشكال الخداع أو التلاعب أو التحيز لجهات معينة.

فإذا تحققت كل العوامل المحيطة بالبيئة الرقمية بما فيها موقع الفيسبوك قد يتطلب الأمر إعادة النظر مرة أخرى في فكرة محدودية نشاط المستخدم ضمن بيئة رقمية واسعة وغير مؤتمتة ومنحازة، لنتمكن من هذا المنطلق الجديد من التوصل إلى نتائج دقيقة وموضوعية تفصل الجدل حول ايجابية أو سلبية المستخدم.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

1. الكتب

- التحولات البحثية في دراسة جمهور وسائل الإعلام ومستخدمي الوسائط الجديدة: مُطارحات معرفية وأسس علمية ، كتاب جماعي علمي ، عن فرقة البحث التكويني الوسائط الاتصالية ودورها في تعزيز ثقافة المواطنة في الجزائر، دار جودة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2025.

- بصفة أمينة، شيتور هشام، خوارزميات تضليل الجمهور المستخدم للمنصات الرقمية في ظل انتشار الأخبار المزيفة، الدار الجزائرية للكتاب زموري، الجزائر، 2025.

جون ميرال/ رالف لوينشتاين، الإعلام وسيلة ورسالة، ترجمة ساعد خضر العرابي الحارثي، دار المريخ، السعودية ، 1989.

- حسن عماد مكاوي والشريف سامي، نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، مصر، 2000.

- خضور أديب، دور الإعلام في مكافحة المخدرات، دار الأيام، الجزائر، الطبعة الأولى، 1999.

- عادلي مرزوق عبد الحكم، الإعلانات الصحفية: دراسة في الاستخدامات والإشباع الطبع الأولى، دار الفجر مصر، 2004.

- علي ليلة، تأثير الفايسبوك على الثقافة الاجتماعية والسياسية للشباب، المركز العربي لأبحاث الفضاء الإلكتروني (دون مكان)، 2009.

- عوكي أوليغ، فايسبوك للجميع، الدار العربية للعلوم، بيروت، الطبعة الأولى، 2010.

- محمد الحضيف، كيف تؤثر وسائل الإعلام؟ ، دار وهج للحياة والنشر والتوزيع، الرياض، 2010.

- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، دار عالم الكتب القاهرة، 2004.

- مكاوي حسن عماد وليلى حسن، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية القاهرة، 2002.

- مهنا فريال، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، الطبعة الأولى، دار الفكر دمشق، 2002.

- وائل مبارك خضر فضل الله، أثر الفيسبوك على المجتمع، مدونة شمس النهضة السودان ، الطبعة الأولى، 2010.

2. المقالات العلمية

- برسولب فوزية، سميرة عبد الصمد، "توظيف التكنولوجيا للارتقاء بجودة التعليم العالي: مدخل نظم التعلم الذكية"، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، العدد الرابع، ديسمبر 2018.

- بركة وفاق حافظ، "مضامين الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي وسبل مواجهتها وآليات التحقق منها دراسة تحليلية ميدانية"، مجلة "أريد" الدولية لدراسات الإعلام وعلوم الاتصال، المجلد 2، العدد 3، 2021.

- بوزيان نصر الدين، الأخبار الكاذبة، الذباب الإلكتروني وتزييف الوعي: سبل الوقاية ومساعي المواجهة، مجلة أكاديميا للدراسات السياسية، المجلد 06، العدد 05، 2021.

- دواحي كريم، سحنون نصيرة، "آليات مكافحة الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 07، العدد الأول، 2023.

- زعموم سالم، مرزق فتيحة حبالى، "الذكاء الاصطناعي وانعكاساته الاقتصادية على العالم"، مجلة التراث، المجلد 13، العدد 04، 2023.

- شريط حورية، الأخبار الكاذبة ... مفهوم جديد أوجه جديد للدعاية والتضليل الإعلامي، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 06، العدد 04، ديسمبر 2022.

- عبد المجيد رمضان، حق الوصول إلى المعلومة كآلية لمحاربة الأخبار الزائفة أثناء الأزمات، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 09، العدد 04، 2020.

- عمار السمر، "بيئة الصحافة الإلكترونية العربية سياقات التطور وتحدياته"، مجلة قلمون، العدد الثالث والعشرون، افريل 2023.

- فهمي أماني، "دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني، القاهرة، 1997.

- فهمي أماني، "دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية"، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني، القاهرة، 1997.

- فيران نجوى، "خوارزميات الذكاء الاصطناعي ودورها في التحليل الآلي للغة العربية على المستوى الصرفي"، مجلة دراسات معاصرة، المجلد 05، العدد 02، 2021.

- لحمر نبيل، "الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على اتجاهات الرأي العام، دراسة في المفهوم والعلاقة والأهداف"، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 07، العدد 02، 2020.

- منصر نصر الدين، جريمة نشر الأخبار الكاذبة الماسة بالنظام العام عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة حقوق الإنسان والحريات العامة، المجلد 07-العدد 01، 2022.

- نصار سهام، "استخدامات المرأة المصرية للمجلات النسائية و الإشباعات المتحققة منها"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الأول، المجلد الثالث، 2002.

- يسعد زهية، "الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين: دراسة ميدانية خلال أزمة كورونا"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03-العدد 01- جوان 2020.

3. الأطروحات ومذكرات التخرج

- بن زايد فريد، واقع استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في الصحافة المكتوبة بالجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، (2009-2010).

- بوخنوفة عبد الوهاب، المدرسة، التلميذ، المعلم، وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2007.

- شاوي، ليليا، أنماط تلقي جمهور مستمعي الإذاعة المحلية لبرامج الهوية الثقافية، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر3، الجزائر، (2014-2015).

4- التقارير

- الاتحاد الدولي للاتصالات (قطاع التنمية)، اتجاهات التكنولوجيات الناشئة: الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة لأغراض التنمية 4.0، 2021.

- أوشونديه أوشوبا، ووليام ويلسر الرابع، مخاطر التحيز والأخطاء في الذكاء الاصطناعي، منشورات مؤسسة RAND، 2023.

- لباب للدراسات الاستراتيجية.(نوفمبر 2023)، الذكاء الاصطناعي فرص وتحديات، مركز الجزيرة للدراسات.

5- سلسلة

- الهيئة السعودية للبيانات والذكاء الاصطناعي ، سلسلة الذكاء الاصطناعي للتنفيذيين(1)، الذكاء الاصطناعي، الطبعة الثانية، 2024.

- معهد الدراسات المصرفية لدولة الكويت، إضاءات، السلسلة13، العدد4، مارس 2021.

6- الجريدة الرسمية

- القانون رقم 20-60 المؤرخ في 28 افريل 2020 ، المعدل والمتمم لقانون رقم 66-156 المتعلق بقانون العقوبات، الجريدة الرسمية، عدد 25 لسنة 2020.

7 - أشغال المؤتمرات

- عزّه عثمان عبد العزيز، العوامل المؤثرة على استخدامات الفتيات في السعودية ومصر وللأنترنت دراسة مقارنة أشغال المؤتمر الدولي الأول لتقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، قسم الإعلام، كلية الآداب جامعة الملك سعود، ص ص 29-30، يومي 15-17 مارس 2009.

- لعليجي محمد الأمين، جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية: محاولة لفهم مسار النشاط، أشغال الملتقى الوطني الأول الموسوم بـ وسائل الاتصال بين الاستعمال والاستخدام، جامعة الجزائر3، يومي: 10-11 ديسمبر 2014.

- مهدي سامية، المصطلح في علوم الإعلام والاتصال: قراءة في مفاهيم التلقي، التأويل، الاستخدام، أشغال الملتقى الوطني الأول الموسوم بـ وسائل الاتصال بين الاستعمال والاستخدام، جامعة الجزائر3، يومي 10-11 ديسمبر 2014،

8. مواقع الانترنت:

- <https://www.alaraby.com/news/%D8%AD%D9%88%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D8%B1%D9%83%D8%A7-%D9%8A%D9%82%D8%AA%D9%84-%>

<https://www.aljazeera.net/media/2025/9/20/%D9%86%D9%8A%D9%88%D9%8A%D9%88%D8%B1%D9%83-%D8%AA%D8%A7%D9%8A%D9%85%D8%B2-%D8%AA%D9%83%D8%B4%D9%81-%D9%83%D9%88%D8%A7%D9%84%D9%8A%D8%B3-%D8%AA%D8%BA%D8%B7%D9%8A%D8%AA%D9%87%D8%A7-%>

<https://www.aljazeera.net/media/2025/9/11/%D9%87%D9%84-%D8%A3%D8%B7%D8%A7%D8%AD%D8%AA-%D8%B3%D8%B1%D8%B9%D8%A9-%>

%D8%A7%D9%86%D8%AA%D8%B4%D8%A7%D8%B1-
%D9%81%D9%8A%D8%AF%D9%8A%D9%88-
%D8%A7%D8%BA%D8%AA%D9%8A%D8%A7%D9%84

-ttps://www.facebook.com/DGAADL

https://www.idareact.org-

-ttps://www.facebook.com/DGAADL

-https://www.stj-sy.org

-https://www.idareact.org

https://www.idareact.org-

- (https://www.stj-sy.org

-https://www.idareact.org.

-https://www.stj-sy.org

9. المراجع الأجنبية

- Hélène, Bourdeloie, **Retour sur quelques notions-clé de la sociologies des usages**, 2002.

- La Croix, Jean-Guy, « **Entrez dans l'univers merveilleux de Vidéoway**», dans **de la télématique aux autoroutes électronique**, le grand projet reconduit, presses Universitaires de Grenoble ,19994.

-Marcel, Danesi, Dictionary of Media and communications, M.E. Sharpe Armonk, New York, 2009.

- Philippe Breton, Serge Proulx, usage des technologies de l'information et de la communication a l'aube du xx eme siècle,

Edition la decouvert. **des TIC: le cas des cédéroms de musée**, France,2002.

-Dominique, Boullier, **Construire le téléspectateur: récepteur, consommateur ou citoyen?**,Rennes, Edition: pogée,1994.

-James G, Webster, **The Audience** Journal of Broadcasting & Electronic Media, v 42 N.2 spring,1998.

-James G, Webster, **The Audience Journal of Broadcasting & Electronic Media**, v 42 N.2 spring,1998.

-Klaus, Bruhn Jensen,**Cinq traditions à la recherche du public**, Traduit de l'anglais par Eric Macé, et Daniel Dayan, n^o11-12,1992.

-László, Vincze, **The Bilingual Screen Ethnolinguistic Identity and Television viewing Among Three Language Minorities**, University of Helsinki Swedish School of Social Science,2003.

هذا الكتاب

ينطلق هذا المؤلف العلمي من إشكالية بحث عميقة تنهنا إليها بصفتنا باحثين في التخصص، تتعلق بافتراض وجود علاقة واضحة بين استخدام موقع الفيسبوك وانتشار الأخبار المفبركة وخوارزميات الذكاء الاصطناعي التي تضع المستخدم في فقاعات مُحددة فتعزله بذلك عن وجهات نظر أخرى للحقيقة، ما قد يجعله يتفاعل معها ويشاركها حتى قبل التحقق من صحتها.

الأمر الذي أحالنا إلى تقديم قراءة نقدية دقيقة تُعيد النظر في حدود نشاطه وإيجابيته وكذا قدرته على التمييز والاختيار الواعي.

لا ينظر هذا المؤلف العلمي إلى المستخدمين دائماً ، كفاعلين نشطين كما ساد الاعتقاد طويلاً، بل كمستقبلين سلبيين أمام سرعة انتشار الأخبار المفبركة وقوة الخوارزميات المتحيزة .

الكلمات المفتاحية: الأخبار المفبركة، موقع الفيسبوك، الاستخدام، الخوارزميات، الذكاء الاصطناعي



ISBN : 978-9969-13-019-5



9 789969 130195