

آليات التحقق من الأخبار الكاذبة والصور المزيفة في غرفة الأخبار "مقاربة نظرية"  
**Fake news verification mechanisms and fake images in newsroom**  
**"theoretical approach"**

د/ بدر الدين داسة\*<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جامعة محمد بوقرة - بومرداس - [dassach@yahoo.fr](mailto:dassach@yahoo.fr)

تاريخ القبول: 2023/12/14

تاريخ الاستلام: 2023/11/14

**ملخص:** يشهد عالم الإعلام و التكنولوجيا الحديثة ظواهر ارتبطت بعمليات التحرير و التصوير و أيضا بأخر التكنولوجيات التقنية التي تساهم في صناعة المحتوى المكتوب او المصور أو السمعي البصري الفيديوي، و مع هذا التطور و بظهور وسائط التواصل الاجتماعي زادت بعض المظاهر تفاقما و أصبح لها صناعاتها و أهداف مبتغاة من وراءها تصب كلها لغايات غير سليمة، فظهرت الأخبار الكاذبة و الصور المزيفة و الفيديوهات الملفقة، مما جعل المختصين يدقون ناقوس الخطر لما لهذه الظواهر من تأثير على عالم الإعلام و الصحافة و مصداقيتها بالإضافة إلى استهدافها بشكل ممنهج لإفراغها من محتواها لتصبح معول هدم عوض أدوات بناء و ترقية للأبعاد الإنسانية و احتياجاتها، فالإعلام و الصحافة أصبحت تواجه هذا الخطر و بخاصة مع وسائل التواصل الاجتماعي التي أصبحت تهدد المهن المتخصصة في الصحافة و تهدم مصداقيات البناءات الإخبارية و المراسلات الميدانية و النقل المباشر في كثير من الأحيان، لنضع في هذه المقاربة البحثية النظرية آليات تساهم في التحري و تفادي الأخبار الكاذبة بأكل أنواعها في غمرة العمل الصحفي و التحقق من الصور المزيفة و كيف يتم ذلك .

**الكلمات المفتاحية:** الأخبار الكاذبة ، الصور المزيفة، وسائل الإتصال الاجتماعي، غرفة الأخبار ، الصحفيين و الإعلاميين.

**Abstract:** The world of modern media and technology is witnessing phenomena associated with editing and photography techniques as well as with the latest technology that contributes to the manufacture of written, photographic or audio-visual video content, With this development and with the emergence of social media, some manifestations have been exacerbated, with their makers and goals all intended for improper ends. False news, fake photos and fabricated videos have emerged, causing specialists to raise the alarm because of the impact on the media and the press and its credibility, as well as targeting those who empty it of its content to become a picker rather than a tool for building and upgrading human dimensions and needs. media and journalism are facing this threat, especially with social media, which are threatening journalistic professions and often destroying the credibility of news structures, field correspondence and direct transmission, Let's put into this theoretical research approach mechanisms that contribute to investigating and avoiding fake news by eating its kind in the midst of journalistic work.

**Keywords:** Fake news, fake photos, social media, newsroom, journalists and media people..

\* المؤلف المراسل.

## مقدمة:

تزداد صعوبة تحري الأخبار و المعلومات الحقيقية عن الأخرى المغلوطة و المزيفة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيات الحديثة و الخدمات الرقمية بأجيالها المختلفة, فغرفة الأخبار أضافت إلى مهامها التقليدية و الكلاسيكية مهمة التحقيق في الأخبار و الأنباء الواردة إليها من عدة مصادر و على رأسها فضاءات التواصل الاجتماعي التي تتسم بالسرعة في النشر المفتوح، ومع التنامي الكبير للأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي وحتى بعض وسائل الإعلام التقليدية، ازداد اهتمام الصحفيين في غرف الأخبار والأكاديميين والباحثين في مجال الإعلام حول مجال التحقق من المعلومات، من خلال تكوين فرق متخصصة في هذا المجال وإصدار ونشر مؤلفات وكتب حول موضوع محاربة الأخبار الزائفة والتأكد من المعلومات، مما يدعو للسائل عن أليات التعرف على الأخبار الكاذبة المغلوطة المضللة و الصور المزيفة، لنطرح السؤال التالي : ماهي أليات التعرف على الأخبار الكاذبة و المضللة و الصور المزيفة، ووفقا لهذا السؤال يمكن ان نتقدم في ظل محددات مفاهيم المصطلحات عن إمكانية وجود أليات من تطبيقات و مواقع الكترونية تمكن من إكتشاف و التحقق من الأخبار و الصور المزيفة.

فالأخبار الكاذبة الملفة يمكن أن تكون عملية مشاركة الأخبار الكاذبة ماثلة لعملية أخذ الكلمة في الأماكن العامة والتي غالبا ما تحتوي خطابا سياسيا وتشكل جزءا من ديناميكيات التسييس، وتجمد أيضا رؤية للعالم والمجتمع الذي يلتزم به مستخدمو الأنترنت هذا الشكل الجديد للتحديث علنا أو أخذ الكلمة في الفضاء العام سيكون شائعا بشكل خاص بين فئات السكان الذين يشعرون أنهم مستبعدون من الفضاء الإعلامي و النقاش العام ( Taib 2010 ) بعبارة أخرى تعتبر ظاهرة الأخبار الكاذبة في الوقت الراهن من المؤشرات الجديدة لما يمكن أن تكون ظاهرة قديمة وهي أزمة الثقة السياسية في الديمقراطية العربية كمناسبة و تجسيد والتي تتخذ شكل عدم القبول و حتى الرفض السياسي و الفكري والاعلامي من قبل هئات اجتماعية هي في تزايد مضطرد و متصاعد.

في الوقت الحالي لم يبق الصحفيون مجرد مجرد متفرجين يشاهدون أخبار جليديا متناميا من التضليل و المغالطة، بل إنهم يجدون أنفسهم في عمق عملية الإنجبار و معرضين للإنجراف معه مما يدل على التالي :

- 1- الصحافة في مواجهة مستمرة لخطر التمييع و خطر الطمس بسبب الأصوات النشاز
- 2- يواجه الصحفيون خطر التعرض للتلاعب من قبل الجهات الفاعلة التي تحالف أخلاقيات العلاقات العامة عبر محاولة تضليل أو افساد الصحفيين لنشر معلومات غير صحيحة و مضللة .
- 3- يعتبر المرسلون الصحفيون ناقلون و رواة أخبار و يجتهدون لأجل تقديم الحقيقة كما هي ، بما في ذلك " الحقائق المزعجة" يمكنهم أن يجدوا أنفسهم هدفا للأكاذيب و الشائعات و الخداع المختلق لتخويفهم و تشويه سمعتهم و مهنتهم، خاصة عندما تهدد الصحافة بالكشف عن أولئك الذين يأمرهم أو يقومون بالتشويه الحقيقة للتضليل.

كما يجب على الصحفيين إدراك أنه رغم أن الساحة الرئيسية للتضليل و تشويه الحقائق هي وسائط التواصل الاجتماعي إلا ان الجهات الفاعلة المتنفذة في الوقت الحاضر تعمل على الإستفادة من مخاوف الأخبار المزيفة لقمع وسائل الإعلام التي تنقل الحقيقة و تتمتع بالمصداقية في محتواه الإخباري ، و في سياق التضليل و تشويه المعلومات التي نشهدها اليوم فإن الخطر الأكبر ليس في القيود التنظيمية غير مبررة على الصحافة ، و انما هو أن يأتي يوم تتحول فيه الجماهير و وسائل الإعلام من متابع مصدق إلى كافر ناكر بكل محتويات

الإعلامية بما في ذلك ما تنشره الصحافة و تذييعه و تنقل أو تبثه ، ليصدق الناس حينها المحتوى الذي تدعمه شبكاتهم الإجتماعية الموافق لمشاعرهم و رغباتهم و ليس مع عقولهم و المنطق السليم و الحقيقة الصادقة.

أخذت ظاهرة الأخبار الكاذبة في ظل الانتشار المتزايد و الواسع لأجيال مختلفة تتطور من الأنترنت بما فيها مواقع التواصل الإجتماعي أبعادا علمية فكبيرة هي الدول التي تشتكي من الظاهرة و تحاول مجاهاتها لما تثيره من بلبلة و إشاعات حيث ان الإشاعة هي أصلا على تملك خاصية الإنتشار السريعة حسب الوسائط المستخدمة كما يضاف إليها اجيال و سرعة تدفق الأنترنت على حوامل متعددة من تكنولوجيا فتكون نتائجها مضره بالدول و المجتمعات في مختلف الأصعدة .

في التقرير الصادر عن المفوضية الأوروبية لسنة 2018 بعنوان " مكافحة التضليل على النت مقارنة أوروبية" يتطرق إلى التعرض الواسع للمواطنين الأوروبيين المضللة و الخاطئة التي " تلغم" الثقة في المؤسسات و في وسائل الإعلام التقليدية و اعتبر ان مكافحة الأخبار و المعلومات الخاطئة و المضللة من أهم التحديات ليس كمارسات فردية و جماهيرية بل كمارسات لدول، ففي الشأن يشير التقرير إلى طلب المجلس الأوروبي من الممثلة العليا لوضع مخطط عمل ضد حملات التضليل الروسية .

في الولايات المتحدة الأمريكية يبدو ان الأمر أكثر تعقيدا فبناء عن المجلة الصادرة عن معهد الجزيرة للإعلام نقلا عن صحيفة " واشنطن بوست" فإن الأخبار الكاذبة جزء من يوميات المواطنين التي تتجاوز الممارسات المجهولة المصدر و المستخدمين العاديين، بحيث أحصت 10 الاف كذبة لرئيس الولايات المتحدة الأمريكية على مدار 827 يوما و بمعدل 23 كذبو او معلومة مضللة في اليوم معتبرة أن أهم تحد هو مجابهة الخلايا و الإمتدادات الألكترونية التي تقف ورائها سواء الدول { الإفتتاحية 2019 ص12} أو اي شكل من المنظمات الحكومية و غير الحكومية، خصوصا في ظل حجم و سرعة مشاطرة الأخبار الكاذبة، فالإحصائيات تشير انه خلال انتخابات 2016 هناك 115 كذبة مساندة لترامب تم مشاطرتها 30 مليون مرة { Ahib,2018,p8} فما ينشره عبر حسابه على " تويتر" من الاف التغريدات تفوق الصحف الإخبارية الكبرى في الولايات المتحدة الأمريكية {هردووو 2018 ص18}.

في ظل هذه المعطيات نطرح الإشكالية التالية : مامدى توافر أليات ناجعة للتحقق من الأخبار الكاذبة و الصور المزيفة في المحتوى الصحفي ؟

لنطرح من خلال هذه الإشكالية التساؤلات التالية :

ماهية الأخبار الكاذبة و أنواعها ؟

ما هي الأليات المناسبة للتحقق من الأخبار الكاذبة ؟

ماهية الصورة المزيفة و انواعها ؟

ماهي الأليات الممكنة للتحقق من الصور المفبركة ؟

## 1- الأخبار الكاذبة

عرفها الباحثان ألكوت و جينقز كو " بأنها مقالات إخبارية و وضعت لتكون كاذبة عن قصد و يمكن أن تظلل القراء {Turcilo ,Mladen,p07}

و في تعريف اخر الاخبار الكاذبة هي معلومات يمكن أن تكون في شكل فيديو او سورة ، أو مقطع صوتي ، خاطئة و مضللة يتم الترويج لها بهدف خداع الجمهور المتلقى ، و جعل هذا الأخير يعتمد على أنها مصادر موثوق فيها و بصحتها { حيوي، 2020، ص08 }

كما عرفت أيضا أنها نوع من الأخبار غير مهنية و غير حقيقة و قد اتصفت بعدم صدقها، و عادة ما يتم اعتبار هذه الأخبار قصصا شبيهة بالأخبار، لا ترمي الي تحقيق الأعلام أو التشقيق، بل يتم إعدادها للتجاوب مع القصص التي يتصورها الجمهور حول كل ما يحيط به، و المتاجرة بها و تحقيق سهولة نشرها عبر الشبكات الاجتماعية {Humphry,2016,p131}

الأخبار الكاذبة هي قصة تستهدف وصف الأحداث في العالم الواقعي من خلال محاكاة تقارير وسائل الإعلام التقليدية و لكن يكون مقدوموها على علم بخطأ ما تتضمنه من المعلومات و يكون نشرها لهدفين: الأول لإعادة الإرسال على نطاق واسع في حين يتحدد الهدف الثاني في خداع بعض المستخدمين { Rini ;2017 p45 }

تعرف الأخبار الكاذبة على أنها معلومات كاذبة أو متحيزة تنشرها وسائل الاعلام لاحداث نقاش عام وهو ما يجعلها تشبه أشكال سابقة من التضليل مثل الدعاية صحيح أن الأخبار الكاذبة ترتبط بالمنصات الرقمية و الوسائط الاجتماعية. إلا أنها تتشارك في الكثير من السمات والخصائص مع الدعاية باعتبارها محتوى مضلل و غير دقيق يروج الأهداف سياسية حزبية ويهدف إلى إثارة ردود أفعال عاطفية، ويتكرر عبر عدة مصادر مع تضخيمه من خلال الاتصال و من المفارقات أن يميل الانتشار غير المسبوق للأخبار الكاذبة إلى إثارة نفس المخاوف التي ارتبطت منذ وقت طويل بالدعاية الكلاسيكية، و عليه يجب ان عملية التحقق من المعطيات و المعلومات و مكافحة الأخبار المغلوطة عملية متكاملة، ولا يجب أن تبقى منفردة المحاولة ، فالدكتورة نهي بلعيد دعت جميع الفاعلين داخل المجتمع لإنجاح التحدي على اعتباره من ضمن المسؤوليات الاجتماعية وليس فقط صحفية، ولا بد من عملية تشاركية بين الصحفي والمواطن وكل المؤسسات والهيئات الفاعلة في المجتمع. وفي ظل مواجهة الصحفيين لتحديات متعددة كثيرة داخل غرف الأخبار أمام مسألة التحقق من صحة المحتوى الإعلامي المنشور على المواقع الإخبارية و المتداولة عبر منصات مواقع التواصل الاجتماعي، ففي البيئات الرقمية تنتشر و تكثر الشائعات والأخبار المغشوشة المغلوطة وعليه يستوجب و يتطلب من الصحفيين اسلوعي إلى معرفة طرق وآليات التحقق من الأخبار المزيفة والصور والفيديوهات المفبركة لإنجاز عملهم بمهنية أكثر وكفاءة أعلى، وتعطي منصات الإعلام الاجتماعي فرصة "لمجموعات صغيرة مسلحة بالمعرفة الفنية أو الاجتماعية أو السياسية توزيع كميات كبيرة من المعلومات المضللة أو الأخبار المزيفة".

## 2- الأخبار المغلوطة والمصطلحات المرتبطة

يوجد الكثير من المصطلحات المرتبطة والتي تبدو كأنها مرادفات للأخبار الزائفة المغلوطة و لا بد من توضيحها و ضبطها من أجل الحقيقة فالمحتويات سبعة أنواع صنفت وفقا لدرجة نية المرسل أو القائم على عملية الإتصال في التضليل و الخداع و المراوغة في كل منها و هي : { الفتاح، 2018 }

- 1-2- المحتوى الملقق او المفبرك : هو محتوى غير صحيح كليا يكون مختلفا بشكل كامل أو شبه كامل .
- 2-2- المحتوى المزور المغلوط : يتم نشر محتويات عن طريق انتحال هوية المصادر الحقيقية.
- 3-2- المحتوى المضلل و المشوه : يعتمد على توجيه المعلومات بشكل يوحي أو يوجه الإتهامات ضد فرد أو جهة أو قضية. ا
- 4-2-4- المحتوى المعدل فيه: يتم التلاعب به عن طريق التركيب أو القص أو غيرها من عمليات التعديل بهدف الخداع.
- 5-2- السياق المخالف و المزيف : وضع معلومات صحيحة و لكن في إطار و سياق مزيف.
- 6-2- الربط المغلوط و المزور: يتم وضع عناوين و صور لا علاقة لها بالمحتوى.
- 7-2- محتوى النقيض أو التهكم و السخرية : قد لا تتسبب في ضرر لكنها قد تؤدي إلى تضليل الرأي العام.
- و يصنفها بعض الباحثين على أساس أسلوب عرض و تقديم المادة و المحتوى الإعلامي و الصحفي و هي مقسمة كالتالي :
- 8-2- أسلوب التضليل : يعتمد هذا الأسلوب على نشر معلومات حقيقية وواقعية لكن القصد منها إثارة الفوضى أو زعزعة الاستقرار و الأمن العمومي ف بمنطقة أو كيان معين كأن يقوم ناشر الخبر بنقل حادثة وقعت حقيقة في دولة معينة و إيهام الناس أنها وقعت في بلدهم أو عن طريق إيهام حادث يقع الآن في حين أنه قد وقع في وقت سابق.
- 9-2- أسلوب متحيز : يعتمد على طبائع الإنسان، كون أن الإنسان بطبعه يميل إلى ما يتوافق مع معتقداته و وجهات نظره فتجده ينحاز إلى تلك الأخبار المزيفة بقصد أو بدونه، هذا ما يؤدي إلى بعض وسائل الإعلام إلى استغلال تلك النقطة و نشر أكاذيب و معلومات خاطئة تحظى بشعبية بين القراء لأنها تتوافق مع أفكارهم و ميولاتهم {رفعت, 2019}
- 10-2- أسلوب الربط الخاطي: يعتمد على نشر مواضيع تحت عناوين مغلوبة و كاذبة، بمعنى أنه لا يوجد أي صلة بين الموضوع و العنوان و تهدف هذه المواضيع الكاذبة في الغالب إلى تحقيق أهداف محددة كرفع نسب المشاهدة أو تفاعل الجمهور أو تحقيق أهداف تجارية { لحر, 2020, 583}
- 11-2- أسلوب التلاعب بالمحتوى: يتم عن طريق التلاعب بمحتوى المواضيع المنشورة إما بالتركيب أو القص أو التعديل بهدف خداع القارئ و إيهامه بجدية وواقعية المواضيع المنشورة { يسعد، 126}
- 12-2- أسلوب الأخبار الملققة : يدفع هذا الأسلوب بالقارئ إلى تبني أفكار مغلوبة لا أساس لها من الصحة، كي يصعب في المستقبل تغير تلك الصورة لذا القراء إيمانا منهم ان المعلومات التي لديهم صحيحة و بعيدة كل البعد أن تكون خاطئة.
- 13-2- أسلوب السخرية: يقوم على تسليط واقعة أو حدث بطريقة ساخرة، فبمجرد نشرها على نطاق واسع خارج الإطار الذي وضعت فيه تخدع الجمهور و المتلقين { رفعت 1}

### 3-دوافع صناعة الأخبار الكاذبة

ارتبطت دوافع صناعة الأخبار الكاذبة بدافعين اثنين الأكثر أهمية و الأبرز في اتخاذ نهمج الأخبار الكاذبة و هما :

**3-1- الدافع المادي:** إن القصص الخبرية الغير صحيحة، المشوشة و المزيفة التي تنتشر على نطاق واسع تعود بمردود مالي كبير و معتبر على صناع المحتوى لما يوفره و يحققه من إيرادات إعلانية و اشهارية تجارية و التي ترتبط في الغالب بنسب المشاهدة والمتابعين و أيضا عدد المشاركات و النقرات.

**3-2- الدافع ذو الطابع الإيديولوجي الفكري:** توفر العديد من المؤسسات أو الأفراد مادة محتوي إخباري مزيفة أو حتى وهمية من أجل الترويج لأفكار و إيديولوجيات معينة أو لأشخاص هم محط دعم منهم ، كما أنها تستغل و تستخدم أيضا لتشويه سمعة أشخاص آخرين أو حتى من أجل المحاكاة الساخرة للمعارضين الفكريين أو الهجاء السياسي و الدعاية الإخبارية { Tandoc.Lim et ling,2017}.

و في سياق مغاير يرى ميشال ميلر أن بعض " الأخبار التي يروج لها على أنها مزيفة " هي في الأمر الواقع حقيقية و صادقة و أن مصطلح الأخبار المزيفة تم اختطافه و توظيفه من قبل بعض السياسين الذين يوظفون المصطلح لألصاقه ببعض الأخبار و القصص الإخبارية لبعض وسائل الإعلام التي يعاكسون توجهاتها او يكرهونها، كما ايضا قد يستغلها و يوظفها اطراف في السلطة في ذات السياق ، لكن لا يمكن القول يان قصة اخبارية " مشوهة أو مزيفة" أو الحقائق التي جاءت بما غير صحيحة لمجرد أن شخصا لم يقتنع بما لأن الواقع أثبت أن معظم الأخبار التي تم وصفها بأنها " مزيفة" أو غير صحيحة من قبل أشخاص من جهة معينة مثلا من دوائر السلطة هي ليست مزيفة أو مغلوبة على الإطلاق لذلك فإن أقوى الأشخاص في العالم لا يمكنه جعل قصة إخبارية حقيقية إلى مزيفة بمجرد قول ذلك و لكن يمكنه تشويه مصدر الأخبار في أذهان متابعيه و المتأثرين فكريا و ايديولوجيا به { Miller,2019}.

**3-3- الأزمات و الأحداث السياسية:** تعتبر فترة الأزمات التي قد يمر بها أي مجتمع الأرض الخصبه لإنتشار ظاهرة الأخبار الكاذبة، فهي على ذلك أفضل بيئة تتزعر فيها هذه الأخبار و تنمو فيها الشائعات، مثل ما حدث خلال الأزمة الصحية العالمية كوفيد 19 و مخلفاته من الإصابات و الوفيات { خيرون 2020 }

**3-4- العرقية و خطاب الكراهية:** في كثير من الأحيان تهدف الأخبار الكاذبة إلى زعزعة الأمن القومي و خلق فوضى في الدول، فتكون مواقع التواصل مسرح العديد من الأخبار الكاذبة المزيفة لنشر الكراهية ضد عرق أو طوائف معينة، كما أن شأن تلك الأخبار نسف قيم التسامح و تقويض الصفوف في المجتمع و تشتيته.

#### 4- وسائل الإتصال الإجتماعي والأخبار غير صحيحة والمزيفة

زايد الحديث عن مصطلح الأخبار الكاذبة في الإنتخابات الأمريكية لسنة 2016 و خطاب الرئيس الأمريكي الفائز حينها دونالد ترامب، حين أشار إلى أن وسائل الإعلام نشرت خلال الحملة الإنتخابية في سباق الرئاسيات الكثير من الأخبار غير صادقة والكاذبة، والتي ساهمت في تضليل الناخب الأمريكي الأمر الذي فتح الباب لمؤسسات استطلاعات الرأي و المقالات الصحفية و منها مؤسسة ميريديث الأمريكية للأعلام عام 2017 الذي جاء في تقريرها و استطلاعها نتيجة مفادها أن 27 بالمئة من جمهور المحتوى الإعلامي إعتبروا أن وسائل التواصل الإجتماعي مسؤولة عن انتشار الأخبار الكاذبة مقابل 12 بالمئة منهم اتهم المحطات التلفزيونية و 6 بالمئة فقط لوسائل الإعلام المطبوعة { Moat,2017} و يعد سبب انتشار الإشاعات و الأخبار المضللة عبر وسائل التواصل الإجتماعي لسرعة انتشارها عبر نطاق واسع بين الجماهير المستخدمة لهذه الوسائط خاصة في ظل العائدات المالية التي ترتبط بمعدلات المشاهدة

المرتبطة هي الأخرى بعدد النقرات على تلك المحتويات و المواد المنشورة ، كما أثبتته نتائج دراسة بجامعة كولومبيا الأمريكية 2015 التي أكدت على أن عددا كبيرا من وسائل الإعلام الجديدة ساهم في تضليل الجمهور من أجل حصد المزيد من الزيارات و المشاهدات لموقعها {Funke,2018 }

ان التحدي الحالي الذي يواجهه مستخدمو وسائل الإتصال الإجتماعي لا يقتصر فقط على تأثير الأخبار المزيفة و لكن المساهمة في عدم المساهمة في انتشارها بين الأصدقاء و العائلة و الرفاق، لأن المستخدم المسؤول يسعى إلى التحقق والتأكد من واقعية و مصداقية الأخبار قدر الإمكان و المستطاع و من ثمة تجنب نشر المعلومات المشكوك فيها، غير أن الواقع يثبت أن غالبية الأشخاص الذين يشاركون القصص الخبرية عبر وسيلة التواصل الإجتماعي الفيسبوك لا يقرؤون تلك القصص حتى النهاية قبل مشاركتها و نشرها بل يكتفون في الغالب بقراءة العنوان لوحده ليقوموا بعدها مباشرة بنشر المحتوى و القصة دون التحقق والإطلاع و قراءة اي شيء او جزء منه أو كله بما يسهم في التحقق من المحتوى و مدى صحقته و حقيقته {Miller 2019}.

### 5- خصائص الأخبار الكاذبة :

تتصف الأخبار الكاذبة بمجموعة خصائص تميزها عن باقي الأخبار يمكن حصرها في الخصائص التالية :

- 1- تتضمن الأخبار الكاذبة معلومات غير صحيحة قد تستخدم كستار لإخفاء حقيقة معينة و تكوين صورة وهمية بعيدة عن الواقع بهدف تحقيق مصالح الجهات المصدرة لها { الجبور،2010،ص266}
- 2-سهولة التداول و سرعة الإنتشار بين الأفراد، خاصة في ظل الظروف الإستثنائية التي تفرض حالة من الترقب و التطلع للحصول على المعلومات المتعلقة بالأزمة التي يعيشونها فيزداد حجم تناقل الأخبار و المعلومات دون العمل على التأكد من صدقها، خاصة مع توفر و تعميم استخدام الوسائل التكنولوجية المساعدة على ذلك، من ألواح إلكترونية و هواتف ذكية مبروطة بشبكة الإنترنت، و التي تشكل الوسائل الأساسية للتواصل بين الأفراد عبر مختلف الوسائط و الفضاءات الألكترونية و بتكلفة مادية منخفضة { بدر، 1977،ص194}
- 3-اعتماد صانعي الأخبار الكاذبة و الشائعات على عناصر الإثارة و التسويق لجذب انتباه الأفراد و إرضاء فضولهم في الحصول على المعلومات المطلوبة من خلال استخدام عناوين مثيرة و جذابة للجمهور و أحيانا اعتماد تقنية فبركة الصور و الفيديوهات و التسجيلات الصوتية التي تخدم الهدف من بث هاته الشائعات بالإضافة لإعتماد أسلوب التلميح و الغموض الذي يفتح باب التأويل و التشكيك و إثارة الفضول لدى المتلقين لها و الذي يساعد بشكل كبير في تناقلها بين الأفراد و في أحيان كثيرة يتم استخدام عبارات تحدى المتلقين بإضفاء مصداقية صورية على الشائعات التي يتم نشرها تجعلهم يصدقونها، كالإشارة في البداية الخبر بأنه رسمي أو صادر عن جهات مختصة أو من مصادر مطلعة و مؤكدة أو أنها أخبار حصرية.
- 4- تكون عادة مصادر الشائعات الجهات المجهولة أو حسابات وهمية غير معروفة على شبكة الإنترنت مما يصعب عملية التصدي لها و متابعة المسؤولين عن نشرها قضائيا.

5-المعلومات الواردة في الأخبار الكاذبة تتغير باستمرار أثناء تداولها بين الأفراد، حيث تتضخم و تتمحور نتيجة إضافة أو تعديل يمس محتواها الأصلي فكل متلقى يدلي بدلوه فيضيف أو يحذف أو يحرف ما يريد خاصة إذا اتصفت هاته الأخبار بالغموض.

6-لكي تنتقل الشائعة و يتم تداولها بين الناس يشترط توافرها على شرطين أولهما تعلقا بموضوع ذي أهمية بالغة بالنسبة للأفراد و أما الشرط الثاني أن تتسم بجانب من الغموض الذي ينشأ إما من انعدام المعلومات أو قلتها أو تضاربها أو عدم الثقة في مصادرها و الأمر الذي يدفع بالأفراد للبحث عن أي مصدر كان بهدف الحصول علىالمعلومات التي يريدونها { لحر، 2022،ص289}

قمنا باستخلاص مجموعة من الخصائص للأخبار الكاذبة جمعناها في ثلاث عناصر أساسية، ولقد شكل كتاب Badouard Romain J Les fake news menacent-elles le debar public مرجعية للكثير من الباحثين لتحديد أهم خصائص الأخبار الكاذبة وقد حاولنا استعراض بعض من آرائه فيما ارتبط بخصائص الأخبار الكاذبة

### 5-1-التلاعب بالأخبار الأغراض سياسية

تكمن أولى هذه الخصائص في الاستعمال المتكرر للأخبار الكاذبة في المشهد السياسي في الولايات المتحدة كما في أوروبا يستخدم الأفراد أو الشبكات المنظمة التي تنتمي في الغالب أقصى اليمين الأخبار الكاذبة للإساءة إلى خصومهم واتخذت هذه الممارسة شكلا غير مسبوق في الانتخابات الرئاسية الأمريكية بدأت الظاهرة مع ما عرف ب Pizzagate و هي إشاعة انطلقت من تغريدة عبر تويتر حول تورط John Podesta مدير الحملة الانتخابية ل Hillary Clinton في شبكة للتجارة الجنسية للأطفال و انتشرت الإشاعة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في أكتوبر 2016 رغم تكذيبها من طرف وسائل الاعلام الجماهيرية الأمريكية وموقع Politifact وهو أحد أقدم المواقع الالكترونية الأمريكية وكانت أحد أسباب خسارة HillaryClinton.

### 5-2- السوق المالي للأخبار الكاذبة :

قد يكون الهدف من الأخبار الكاذبة هو توليد أكبر عدد ممكن من الإعلانات بالاعتماد على النموذج الاقتصادي للشبكات الاجتماعية فقد بلغت منصة فايس بوك في معظم إيراداتها التي بلغت 16 مليار دولار، (onamback 2022) من بيع المساحات الإشهارية على الروابط الاخبارية المستعملة وتكمن فويها الحقيقية فيما تقدمه للمعلمين من معلومات وفقا للجمهور المستهدف بناء على خصائصهم الديموغرافية العمر و الجنس.

### 5-3- من الحرب العسكرية إلى الحرب الاعلامية

قدمت التكنولوجيا امكانات مذهلة للدعاية عبر الأنترنت فلقد أصبحت الأرضيات الرقمية ومواقع التواصل الاجتماعي مسرحا جديدا لفرض الهيمنة في المجال الدولي "أعملى المشهد الاتصال الجديد مكانة جديدة للدعاية والتضليل الاعلامي من قبل مختلف الجهات الفاعلة في الأزمات فالحرب الاعلامية اليوم قد تعني حروب تضليلية بعدما تطورت في العشر سنوات الأخيرة الاستراتيجيات الاتصالية للدول التي أصبحت. تعتمد على سرد القصص الكاذبة وجماعات الضغط والصحفيين والمدونين (Canancy 2018) أدى هجوم الكتروني مخطط خلال قرصنة مجموعة من المواقع الاعلامية إلى اندلاع أزمة الخليج في 2017 بالاعتماد أيضا على وسائل الإعلام التقليدية ذات النفوذ الواسع في المنطقة، وهو ما أدى حسب الباحثين إلى تشكيل نموذج معلوماتية الصراع.

## 6- خطوات التأكد من الأخبار و المعلومات الزائفة

في الشق التوعوي هناك العديد من الحلول المقدمة كمقترحات المقترحة على الأفراد، فزيادة على حثهم على تتبع المعلومات الرسمية من مصادرها، طورت عدد من المؤسسات الحكومية و غير الحكومية بعض الحلول التقنية التي تقوم على تخصيص مواقع للتحقق من الأخبار و المعلومات، فضلا على وضع عدد من البروتوكولات الوقائية و استعمال وسائل و تقنيات التقطة من قبل المؤسسات و المنظمات قصد السماح بتتبع الأخبار المغلوطة و دحضها في الوقت المناسب {Visibrain.com,2019,pp14-15} و من النصائح والخطوات التي يجب اتباعها و اتخاذها للتأكد من الأخبار و المعلومات المغلوطة والحد من انتشار الزائف منها مع ابراز النصائح فيما ارتبط بالمحتوى المكتوب التالي:

- 1- وجب العمل على التحقق و التأكد من صحة الخبر .
  - 2- الإستعانة بما تم نشره عبر مواقع اخبارية أخرى و ما نشر بخصوص الخبر و التأكد و التثبت من مدى صدقيته و حقيقته .
  - 3- التأكد من العنوان الإلكتروني الناقل للمعلومات و الأخبار المراد التحقق منها .
  - 4- التأكد و البحث في تاريخ النشر للمعلومات و المقال .
  - 5- البحث عن هوية و صاحب المقال او المعلومات الإخبارية المنشورة .
  - 6- الإستعانة بوسائل الإعلام الأخرى في التحقق و التأكد من صحة الخبر و التأكد من وجوده .
  - 7- التحقق و التأكد من المصادر الأساسية التي تم الإعتماد عليها في كتابة و تحرير الخبر .
  - 8- يمكن التحقق و التأكد من مصداقية المادة المصورة المرافقة و المصاحبة للخبر .
  - 9- وجب التحلي بالشمولية في قراءة المقالات بشكل كامل لأن اغلب القراء لا يطالعون المحتوى الكامل للمقالات و يكتفون بالمقدمات و الملخصات.
  - 10- وجب على الصحفي أن يبحث في محتوى المقابلات عن المعلومات المنشورة خاصة اذا ما كانت تشير إلى أقوال شخص خلال حوار الإعلام كما يمكن الإتصال بالشخص للتحقق من أي أمر ينسب اليه .
  - 11- ضرورة التأكد ما إذا كان لصاحب المقال مصلحة من الإلتشار الواسع للخبر .  
و بخصوص المادة المصورة المرافقة للأخبار فيجب للتأكد منها أن يقوم الصحفي بمايلي :
  - 1- معرفة صاحب أو مصدر المادة المصورة .
  - 2- التحقق من أن المادة المصورة هي اصل ما يتم الزعم بأنها تظهر أو انها في الحقيقة مفبركة .
  - 3- العمل على الحصول على رخصة و تصريح من صاحب المادة المصورة قبل استخدامها أو اعتماد المادة المصورة من مواقع لديها رخصة المشاع الإبداعي .
- و بخصوص المحتوى و المادة السمعية البصرية لابد من التحقق ممايلي :
- 1- وجب التحقق من صاحب الحساب الذي نشر المادة و المحتوى السمعي البصري من فيديوهات .
  - 2- البحث و تحديد تاريخ إنشاء هذا الحساب الذي نشر المادة السمعية البصرية .

- 3- التأكد من أن طريقة وصف المادة السمعية البصرية من الفيديوهات متشابهة، بحيث تشير إلى مصدر واحد.
- 4- البحث للتأكد من أن المقاطع المصورة بما نفس الشعار عبر كافة المقاطع دونما خلل.
- 5- التأكد ما إذا كان صاحب الحساب الذي نشر المادة السمعية البصرية الفيديو، قد استعان بوسيلة اعلامية أو حساب آخر أو غيره ، أو هو محتوى سمعي بصري اصيل هو من حملة و صنعه و أعده بنفسه.
- 6- التحقق و التأكد ما إذا كانت اللغة التي ورد بها عنوان الفيديو هي نفسها المعتمدة بالفيديو المنشور.
- 7- التحقق من خلال عناوين الفيديوهات ما اذا كانت تحتوي على عبارات دالة على امتدادات الملفات من قبيل "AVI" أو "MP4".

8- يجب التحقق و التأكد ما إذا كان قد ورد في وصف الفيديو { المادة السمعية البصرية المنشورة } عبارة تدل على جهاز التصوير (Uploaded via YouTube Capture)، فتلك العبارة تفيد بأن تصويره كان باستخدام أي وسيلة {هاتف ذكي مثلاً}.

إن آلية التحقق من المعلومات هو عمل متكامل ومسؤولية اجتماعية، حيث تسمح بعض التطبيقات الإلكترونية و المواقع التحقق من المعلومات المغلوطة و المزيفة وكذا مادة الأخبار أو العكس، ومن أهم المواقع المفيدة للصحفيين في التحقق من المادة الاخبارية المنشورة عبر المواقع الإلكترونية وشبكات التواصل الإجتماعي التطبيقات التالية :

- 1- منصة AIDR و هي متخصصة في كشف الشائعات و تكذيب الإشاعات على منصة تويتر سابقا و ايكس حاليا .
- 2- منصة PeopleBrowser و تسمح بمراقبة و تجميع الاخبار وفقا لمتغير الزمان و المكان و ايضا يساعد على تصنيف و تنقية الاخبار حسب المصادقية مع قياس نفوذ و تأثير مستخدموا مواقع التواصل الإجتماعي باختلافهم.
- 3- موقع Snopes وهو يساعد على كشف الأخبار الكاذبة و المزيفة المنشورة عبر الإنترنت كما يستخدم للتحقق من المحتوى الذي ينشره المستخدمون من أنفسهم و من صنعهم..

ويقدم د. شريف درويش اللبان أستاذ تكنولوجيا الاتصال ووكيل كلية الإعلام بجامعة القاهرة، أبرز طرق التحقق من الأخبار والصور والفيديوهات المنشورة على المواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية، وهي:

- 1- لا بد من الصحفي أن يقوم بصياغة عنوان الخبر عبر محركات البحث ليتأكد من أن الخبر متداول و موجود في المواقع الأخرى، وأن يقارن و يقارب المواقع ببعضها للتأكد من أنها ضمن المواقع الأكثر استخداماً من أجل الحصول على الأخبار على موقع إيكسا وذلك حتى لا تقع في فخ الأكاذيب والشائعات.
- 2- يسمح محرك البحث الواسع الإنترنت غوغل من توفير العديد من المزايا للصحفيين و المحررين للتعرف و التمكن من المعلومات الأساسية عن الأفراد أو الأماكن و الأحداث، وذلك من خلال كتابة **define** في محرك البحث و من بعدها يكتب المحرر الصحفي الكلمة المراد البحث عنها و سيحصل على النتائج الأفضل .
- 3- يجب على الصحفيين التأكد من توفر أكثر من مصدر واحد فقط للمواد الإخبارية و ان يتعدوا عن النظرة الإيديولوجية او التعاطف مع جهات فكرية في التعامل مع الأخبار .

- 4- لا بد من القيام بالتشكيك في العناوين الرئيسية التي نراها تظهر على **timeline** في صفحات التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، لأنه في بعض الأحيان تستغل عناوين جذابة في قصص اخبارية مزيفة و كاذبة .
- 5- يجب ان يتمتع الصحفي بتفكير جيد في ارتباط بالأخبار المتداولة ما بين المستخدمين عبر منصات التواصل الاجتماعي و يتحرى مصداقيتها و يتأكد قبل أي شي قبل مشاركتها في صفحات و مواقع اخبارية التي ينتمي اليها وظيفيا و مهنيا .
- 6- تعتبر المواقع التالية : موقع **Tineye**، وموقع **izitru**، و **google images**. من أهم ابرز المواقع التي تعين الصحفي و تساعده في عملية التحقق من الصور المزيفة و المفبركة .
- 7- يمكن للصحفي التحقق و التحري عن مقاطع الفيديو المفبركة او المزيفة عن طريق الإستعانة بالموقع **Youtube Data viewer** الذي أنشأته منظمة العفو الدولية.

## 7- أليات وأساليب الكشف عن الصور المعدلة عبر الإنترنت

### أولاً : الأساليب والطرق التقليدية

#### 1- الكشف عن الأخطاء والعيوب التصميمية والبيانية و التحريرية

بداية لا بد من معرفة الغاية الهدف من البحث عن أين تقع العيوب و أين سيقع في الصورة او المادة المصورة ؟ و من ثمة الكشف بسهولة و يسر عن الحقيقة و الصواب, فلو فرضنا أن الصورة الموضوعه تمّدف الي تبين حجم و جمال العضلات في الجسم المصور إذاً فوراً أوجه نظري للعضلات وأنفحصها بشكل جيد و حينما تتكشف التعديلات و العيوب في الصورة من حيث التصميم و التعديل .

#### 2- معاينة ومتابعة الإضاءة

يعد مستحيلا لدى الكثير من المصممين إخفاء و دمج الإضاءة في الصور المعدلة بشكل جيد و هذا نظرا لتعقد وجود ووفرة صورتين بنفس الإضاءة و درجاتها الأمر الذي يجعلك تتفقد الإضاءة و تفحصها بشكل دقيق للمحاولة لإيجاد الاختلاف الكبير .

#### 3- جودة المادة المصورة

يستعين العديد من مصممي الصور المزيفة و المفبركة إلى تخفيض جودتها و التقليل منها للحيلولة دون كشف الخلل فيها نظرا للجودة الضعيفة فيها خاصة لدى تحميلها على منصات الرقمية و شبكات التواصل الاجتماعي مما يزيد من صعوبة المشاهد في التدقيق بالتفاصيل و هو خداع بمنحة فرصة التشكيك بالصورة خاصة في ظل انتشار الكاميرات العالية الجودة .

#### 4- تكرار الوحدات الصغيرة المشككة للصورة البكسيالات

لما نقوم بتكبير الصورة سنكتشف ان كل صورة انما هي عبارة عن تراكب لمجموعة من مجموعات البيكسل وفي حال كبرنا الصورة سنجد أن كل صورة تتركب من مجموعة من البكسلات التي تعطي الصورة شكلها النهائي, بينما نلاحظ ان في الصورة المزيفة و المغلوطة تتكرر البيكسلات, مما قد يكشف او يدل على تغطية شيء او التمويه لدمج الصورة بشكل متقارب فيما يتضطر إلى اضافة بيكسلات لدمج الصورة بشكل اقرب الأمر الذي يثير الريبة و الشك في اليقين .

## 5- التحليل المتوازن و المنطقي

في بعض الحالات نجد أن الصورة تحمل نوعاً من التناقض مع الواقع بمافيها القوانين و العلوم و غيرها و هي منتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي بشكل كبير مما يجعلنا بشكل منطقي مجيبين عن تساؤل كيف حدث الحادث و لماذا ؟ فقد تكون الإجابة بأن الصورة مفبركة و مزورة لتنافيها مع المنطق .

### ثانياً : الأليات والأساليب والطرق الفنية التقنية

#### 1- موقع فوتوفرانسيسس {fotoforensics}

يعتبر هذا الموقع مهم و متميز و رائع مع سهولة الإستخدام حيث يعطي حق الإختيار و التحري عن الصورة المشكوك فيها بالتحميل و تقصي في أمرها ان مزورة او معدلة أم مفبركة من خلال تحميلها من ملف على جهازك أو من خلال نسخ رابط الصورة و من ثمة الموقع يستخرج لك أصل الصورة الحقيقية ان كانت قد نشرت فيما مضى أو انها لها صور مشابهة , فالموقع يتميز بالمسح الحراري للصورة لتسهيل و كشف مناطق التلاعب في الصورة الأصلية الأمر الذي يعطي للموقع الأفضلية و الأسبقية, و يعطى الموقع مجموعة خيارات يمكن من خلالها جمع المعلومات بدقة متناهية عن الصورة .

#### 2- موقع تيناى {tineye}

يعد الموقع ممتازا يمكن من الكشف عن الصور التي تم تعديلها عبر الإنترنت كما يتيح الموقع عملية تحميل الصورة و نسخ رابطها أو تثبيت هذه الألية كأداة في متصفحك الخاص و بمجرد اختيار و تحديد الصورة المراد الكشف و التحري عنها يقدم لك الموقع كل المعلومات و التفاصيل الخاصة بالصورة من أجل ان تكتشف الحقيقة ان كانت الصورة حقيقية أصلية أم معدلة و مفبركة أو مزيفة تماما .

#### 3- موقع فورينسيكالي {Forensically}

يعطيك الموقع التفاصيل الدقيقة و الأساسية الخاصة بالصور, لذا يطلق عليه المكبر لأنه يقوم بتكبير الصور بدرجات كبيرة مما يمكنك من معرفة ادق التفاصيل و حيثياتها. والموقع يقدم لك تفاصيل تحليلية مهمة كثيرة و مجانا, و يتم هذا من خلال تحميل و رفع الصورة المراد الكشف و التحري عنها و البدء بتحليلها ان كانت مفبركة او مزورة.

#### 4- موقع فيرفيكس {verexif}

يعتبر الموقع مختصا في الكشف عن الصور و زيفها او فبركتها او تعديلها خاصة بالمونتاج و التركيب و الفوتوشوب, و بنفس الطريقة والألية في الموقع السابق تتم العملية في هذا الموقع ليعطيك الموقع تفاصيل الصورة بدقة متناهية .

#### 5- موقع نيواوكر {newocr}

يعد هذا الموقع خاص بعملية الكشف عن عمليات التزوير في الصور والملفات المصورة والصيغ المختلفة الكثيرة ومتعددة. فالموقع يمكن من تحميل المادة المصورة و الصور بأحجامها المتنوعة الذي سيتكفل فيما بعد بتبيين الحقيقة و ادراك الصورة و حقيقتها أو تعديلها .. تعتبر تقنية "البحث العكسي عن الصور" من الأليات الناجعة و السريعة قصد التأكد و معرفة أصل الصورة او المادة المصورة و هي تساعد بشكل كبير في الإطلاع عن ما إذا كانت الصورة قد تم استخدامها من قبل و أين و كيفية, و نأخذ لهذا المثال التالي لتوضيح هذه الألية فمثلا زلزال يضرب باكستان و يتسبب في وفاة الكثير من الناس فيتم نشر الصورة من قبل الأشخاص عن التدمير المترتب عن

هذا الزلزال و لكن في حالة الشك في أي صورة، يمكن حفظها على جهاز الكمبيوتر ثم تحميلها وإرسالها إلى أحد البرامج الخاصة بتقنية "البحث العكسي عن الصور" أو لصق عنوان الصورة وطلب البحث عنه لمعرفة ما إذا كانت الصورة بالفعل من المنطقة المنكوبة التي ضربها الزلزال في باكستان أم لا.

كما يمكن أن يكشف هل الصورة التقطت في ذات اليوم للزلزال أم في يوم مخالف أو قديمة تم التقاطها قبل أيام أو سنوات إلى جانب الإمكانية التعرف هل تمت التعلاعب بالصورة من خلال برامج التعديل و التغيير للصور أم لا .

## 8- أفضل مواقع خاصة بتقنية "البحث العكسي عن الصور"

هذه التقنية المناسبة للكشف عن أي تقنية مستخدمة في الصورة وفقا للبحث العكسي و هي :

**محرك "غوغل" للبحث العكسي عن الصور** : تعتبر الأداة الأكثر استخداما و شهرة في عملية البحث العكسي عن المادة المصورة و الصور ذلك لأنه يشتمل على ميزتين أساسيتين هما :

الأولى : للمحرك قاعدة بيانات ضخمة و و كبيرة فهو المحرك الأكثر استخداما من قبل مستعملي الإنترنت على مر السنين الأمر الذي يتيح وفرة كبيرة للصور و أيضا أصلها و تفاصيل مهمة للمادة المصورة في حالة البحث عنها .

ثانيا : لمحرك البحث ميزة خاصة و هي الأمكانية في التعرف على الوجوه الأمر الذي يجعل من عملية البحث عن صورة الأشخاص أكثر سهولة كما تسمح التقنية من تصنيف المواد المصور و فرزها وفقا للحجم و خصائص تميز الصور و لأجل ضبط تفاصيلها بشكل أدق.

إن محرك البحث غوغل لديك قاعدة بيانات جد ضخمة يمكننا الإستعانة بها للتحري عن المواد الصحفية و الصور المنشورة :

### 1- محركا البحث المتخصصين يانديكس و تين أي Yandex و TinEye : يعتبر محركا البحث Yandex

و TinEye بديلين جديدين للاستخدام في عملية البحث العكسي للصور في حال تفضيل عجم الإعتماد على محرك بحث واحد فقط فالمحرك البحثي Yandex يعتبر الطبعة الروسية لمحرك البحث المنافسة للمحرك غوغل مع امكانية تقديمه و اعطائه لنتائج مختلفة مرتبطة بالصورة خصوصا بروسيا, فيما محرك البحث TinEye فلديه ميزة خاصة وهي اعطاء إمكانية فرز عملية البحث وفقا للتاريخ و ترتيبها تاريخيا الأمر الذي يسهل عملية البحث و أيضا من خلال التوقيت الذي نشرت فيه الصورة و المادة المصورة عبر وسائط التواصل الإجتماعي و الأنترنت بصفة عامة وشبكاتة الإجتماعية .

### 2- تطبيق انفايد وي فيرفي InVID We Verify : وهو تطبيق يجمع ما بين مميزات و خصائص محرك البحث عن

الصورة ذات الصلة كما يمكن تحميله على المتصفح كما يضم هذا التطبيق على ميزات إضافية مميزة عندما يتعلق الأمر بالتحقق و التحري عن الصور من خلال مكبر للصورة وأيضا إمكانية تحليل البيانات الوصفية للصورة، كما يضم التطبيق أدوات خاصة بالتحري و التحقيق للتأكد هل تم التلاعب بمحتوى المادة المصورة و الصورة أم لا بصيغة التحليل الجنائي للصورة.

## 9- المواقع المجانية للتحري والتحقق من الصورة

### 1- موقع "فوتو فورنزكس" fotoforensics:

يعتبر هذا الموقع من أبرز المواقع الذي يمكننا من القيام بالتحقيق من المادة المصورة من صور ان تم التلاعب فيها ام لا او تعديلها عن طريق البرامج تحرير الصور و تعديلها لا سيما برنامج فوتوشوب للمبالغة في الحدث و تضخيمه, لذلك يتم الإستعانة بهذا الموقع للمساعدة في اكتشاف ما إذا كان قد تم التلاعب بالصورة أو العبث بمافهو يحلل الصورة و يتحرى أدلة فيها تشير إلى التلاعبات او التعديلات و يحدد المناطق في الصورة المشوهة و يوضحها بشكل جلي و يلونها بشكل مخالف للأصلية, و يعتبر هو أشهر مواقع كشف الصور المعدلة و المزورة ويعتمد على كشف التعديلات الحاصلة بواسطة الفوتوشوب على الصور من خلال إجراء تحليل لكامل الصورة عبر فحص مستوى **compression levels** أو ضغط الصور، فمستوى الضغط في الحالة العادية يكون واحد لكل أجزاء الصورة وفي حال وجود اختلاف او تغيير او عدم اتزان في مستويات الضغط لبعض الأجزاء منها فتكون الصورة قد تم تعديلها و تغييرها وما يميز مثل هذه الأدوات أنها تعتمد على خوارزميات **Noise Analysis** أو "تحليل الضوضاء" اذ يمكن في الصورة المعدلة أو التي تم التلاعب فيها تحديد الاختلاف في كثافة البكسل **Pixel density** وبشكل أوضح، عندما يتم إضافة شيء إلى الصورة أو تعديلها يكون من الصعب الحفاظ على كثافة البكسل على حقيقته و اتزانه كما كان في الصورة الأصلية كذلك يزداد "مستوى الضوضاء" عندما يتم تغيير الصورة عدة مرات، وهناك أيضا ميزة مفيدة في هذه الموقع وهي إمكانية تحليل مستوى الخطأ أو ما يطلق عليه **Error Level Analysis** إذ تمكن الخاصية من تحديد الاختلافات في معدل ضغط الصورة الخاص بنسق "جيبغ" أو **JPEG** الخاص بالصور الثابتة.

### 1- موقع جيباغ سنوب "JPEGsnoop":

هو عبارة عن برنامج يقوم بفحص جميع و مل تفاصيل الصور الداخلية بدقة مع إمكانية الكشف عن مصدرها بالإضافة إلى التعديلات و التحسينات و التغييرات الحاصلة على مستوى كثافة ضغط الصورة و سمتمى السطوع و كذا الألوان, و يسمح البرنامج من جهة أخرى فحص الملفات المعدلة بالفوتوشوب و التدقيق بكافة التفاصيل التي تمس الصورة لمعرفة مدى صحتها و مصداقيتها كصورة أصلية , و يشار إلى ان ضغط الصورة يساعد و يسهم في عملية التخزين الجيد .

### 2- موقع فورانسيكالي "Forensically":

هو برنامج مجاني خاص بالكشف عن أصالة المادة المصورة و الصور المزورة و هذا من خلال تحليل مجموعة من الخصائص المرتبطة بالصور مثل **metadata** (بيانات وصف الصور) و **noise Analysis** (تحليل مستوى الضجيج) و **clone Detection** (اكتشاف الأجزاء المنسوخة) **error level analysis** (يتم مقارنة النسخة الأصلية من الصورة مع النسخة المضغوطة بهدف معرفة الفروق و اكتشافها ما بين الصور وإبراز مناطق التعديلات و التلاعب والتي تظهر بشكل مختلف عن الأصل من حيث اللون الى جانب تقنيات اكتشاف التعديلات الحاصلة على الصور المتعددة و المتنوعة في البرنامج.

3- موقع أونبيد اوتونتيكايت " **Amped Authenticate** " :

وهو موقع يوظف و يستغل كإحدى الطرق و الأليات في كشف التلاعب و التعديلات بالصور و المواد المصورة والتحقق من مصداقيتها و هذا بالكشف عن المناطق التي عدلت مع تحديد نوعية الجهاز المستخدم في عملية التقاط الصور ، ولذلك يعد و يعتبر التطبيق من أفضل وأقوى الأدوات المعتمدة من قبل المختصين و الخبراء في وكالات الاستخبارات العالمية للتحقق من المواد المصورة وهذا نظراً للتقنيات عالية الجودة المستخدمة من أجل تحليل الصور.

4- موقع شيرو " **Ghiro** " :

تصممت هذه الوسيلة و الأداة بشكل خاص للتعرف عن التعديلات و عمليات التزوير في كم هائل و كبير من الصور و هذا بالإعتماد على مبادئ هي :

أ- تحليل (**error level analysis**): أي مستوى الخطأ فكباقي الوسائل و الأدوات السالفة الذكر التي تعتمد على معطى أن الصورة بنسختها الأصلية لها مستوى واحد من الضغط الذي يسمح كافة الصورة ولكامل أجزائها فيما التعديلات او التغييرات او التزوير الذي يمس الصورة فيحدث اختلاف واضح في مستويات الضغط بداخلها، وهو ما يتم التركيز عليه بشكل أساسي في أدوات كشف التزوير.

ب- معالجة " **metadata extraction** " : و تتمثل في عملية استخراج البيانات الوصفية المتعلقة بالمادة المصورة او الصورة و قد تكون بتصنيفات مختلفة حسب مصدر الصور و المادة الأساسية لها ك ( **XMP, IPTC, EXIF** ).

ج- تحليلات **Gps Localization**: وهي عملية تعتمد أساسا على تضمين الموقع الجغرافي ضمن البيانات الوصفية للصور حين التقاطها، مما يساعد البرنامج على كشف مكان التقاط الصور او المواد المصورة بكل سهولة وفقا للبيانات الموقع المتضمنة فيها .

د- **Thumbnail consistency**: والتي تعتمد على كشف الفرق والتعديل الذي يظهر على الصورة المعدلة والذي لا يكون ظاهراً على الصورة المصغرة **thumbnail** التابعة لنفس الصورة الأصلية، وهذا ما يكشفه برنامج **ghiro**.

5- موقع ايزيترو " **Izitr** " :

يعتبر موقعا مهما ومن الأدوات الكاشفة لتزييف و تعديل المادة المصورة و الصور غير انها تعتمد على **digital camera images** أي الصور الملتقطة بالكاميرات الرقمية ، ويتم التحقق من كونها نسخة أصلية ام لا و بأنها لا تضم او بها تعديلات و تشويهاات و يعتمد مبدأ عمل هذه الأداة على أن كل كاميرا رقمية تملك طريقة معينة لضغط وخاصة بها في تشفير ووضع الشيفرة الخاصة بالصورة و بها وبالتالي يحتفظ البرنامج بقاعدة البيانات العامة و الشاملة لكاميرات مع خصائص بروتوكولاتها في التعامل مع الصور و المادة المصورة , فمن خلال البرنامج يتم التعرف على المصادقية الصور و يقدم نتيجة نهائية بنعم او لا حول الصور و اصالتها .

6- موقع تروابيك " **truepic** " :

يوظف الموقع اساساً مبدأ حفظ النسخ الأصلية من المواد المصورة كالصور التي يتم إرسالها من قبل العملاء المستخدمين لهذا التطبيق أو الموقع و يتم عقب ذلك حفظها في قاعدة بيانات شاملة تضم المعلومات و المعطيات و البيانات الأساسية للمادة المحفوظة من الصور من بينها البيانات الوصفية و الموقع الجغرافي مع الوقت الذي تمت فيه عملية التقاط المادة المصورة و كل هذه المعطيات الكفيلة دون تغيير أو ت تعديل أو تزوير المادة المصورة من الصور من قبل أي طرف آخر، كما يمكن الوثوق و تصديق الصور الناتجة عن استخدام هذا الموقع و التطبيق بشكل كلي نظراً لإعتمادها على التقنية الأكثر دقة وأماناً في حفظ التفاصيل البيانية للصور و يستخدم بنفس الطريقة بالنسبة للفيديوهات أيضاً، و هناك امكانية تجربة التطبيق بشكل مجاني للتعرف على القدرات و الإمكانيات قبل الانتقال للنسخة المدفوعة .

هناك بعض المواقع و التطبيقات المدفوعة التي تمكننا هي الأخرى من فحص الصور من خلالها :

1- موقع اماج ايديد "**Imageedited**": يسمح هذا الموقع من اختبار المادة المصورة من صور لمعرفة ان كانت المادة معدلة او مفبركة و حتى مزورة و يمكنك من التفرق بين الأصلي و الحقيقي و غيره من الصور مع كشف كل التعديلات المطبقة على المادة الأصلية على مستوى الضغط ال **pixels** وعرض **Exif data** التابعة للصورة.

2- موقع ايماج ايدونتيقي "**Imageidentify**": يستخدم هذا الموقع تقنية **wolfram technology** و هو يعمل بنفس آلية و أسلوب عمل موقع " اماج ايديد" السالف ال\كر فيما يخص المادة المصورة المزورة و المعدلة ، غير انه ما يقع عليك هو تحميل الصورة المراد تحليلها على الموقع و هذا الأخير يقوم بإجراء التحليلات اللازمة في كشف التعديلات و التغييرات على مستوى الصورة وعرض النتائج في النهاية.

3- موقع تين أي "**Tinyeye**": و هو موقع يقوم بالتحري و كشف أي تزوير أو تعديلات و تغييرات حصلت على مستوى الصورة وفقاً لآلية تتبع واقع و اماكن تواجد نماذج و نسخ المكررة و المتحورة للصورة على صفحات الإنترنت بشكل عام و شامل .

4- محرك غوغل العكسي لبحث عن الصورة "**Google Reverse Image Search**": وهو عبارة عن محرك بحث عكسي للبحث عن الصور و لديه امكانية البحث عن صور معينة ليتم عرض الصور المشابهة للصورة المبحوث عنها و كذا المواقع التي تعرضها أيضاً.

## 10- وجوب الحذر من تجميد الصورة أو تقنية السكرين شوت

في ظل التقنيات و الفنون المعتمدة في انظمة عمل أجهزة الإعلام الألي و امكانية التقاط الصور اصبح من الواجب و الضروري توخي الحذر عندما يتعلق الأمر ب لقطات الشاشة او تقنية سكرين شوتس **screenshots** فهي كمادة مصورة يمكن تعديلها و التلاعب بها وإخراجها عن حقيقتها و اصل السياق، ويمكن الاستدلال في ما يخص هذه الإستخدامات ما وقع شهر ديسمبر/ كانون الأول، حيث انتشرت اسكرين شوتس أو لقطة الشاشة خاصة باحد تقارير التلفزيونية نسبت لمؤسسة دوتش فيلي الألمانية تبين و يُظهر افراد متظاهرين ضد لقاحات كورونا في ألمانيا وهم يتبادلون القبلات بشكل علني للتأكيد علنا رفضهم قيود مفروضة بخصوص انتشار وباء كورونا .

وفيما ارتبط بشبكات التواصل الاجتماعي، فإن لقطة شاشة أو إسكرين شوتس لا تعتبر دليلاً قاطعاً و جازماً بأن المادة المصورة للتغريدات المنشورة هي حقيقية و موثوقة و صادقة في ظل امكانية تعديل او تغيير أي نص تريده او منشور بمعالجة سهلة عبر استخدام شيفرة المصدر أو **source code** دون الحاجة إلى استخدام أحد برامج تحرير الصور.

فيما ان صورة الشاشة أو "سكرين شوت" التي يتم تغييرها و التلاعب في محتواها لا يمكنها ان تظهر في الحساب الأصلي للضحية مع امكانية نشرها لتبدو و كأنها حقيقية رغم انها مزورة و مفبركة و معدلة مع اضافة بيانات لها على حساب أي شبكة من شبكات التواصل. {dw.com}.

### الخلاصة:

أن المتمتعين في المحتوى الإعلامي سواء عبر صفحات الصحف و الجرائد أو عبر أثير الإداعات و القنوات السمعية البصرية التلفزيونات , إلى جانب وسائط التواصل الاجتماعي فإنه يجد بان تكنولوجيات الإتصال الحديثة تعطي لوسائل الإعلام خصائصاً تبقى في الريادة كسلطة رابعة من حيث التأثير و التأثير، و يبقى البناء من التحرير إلى النشر و التوزيع أو البث متوقف على جودة و ججراً ما يقدمه الصحفيين او المراسلين أو المصادر من معلومات و معارف، غير أن الأجواء العامة التي تعيش فيها الجماهير و كذا مؤسسات الدولة تجعلهم يلجؤون إلى الأخبار المزيف و الكاذبة و المضللة و ذلك تماشياً و الأهداف المسطرة على أكثر من صعيد، و تحولت بذلك الأخبار المزيفة في ذاته إلى حرفة و مهنة تثير الكثير من التساؤلات حاولنا ان نجيب فيما ارتبط بأليات التحقق من الأخبار الكاذبة و الصور المزيفة و المتاح من المواقع و التطبيقات المخصصة لهذا الغرض في ظل تنامي استخدام الأخبار المضللة و الكاذبة و المزيفة لضرب استقرار و أمن الأفراد و الدول، حيث أتاحت أليات التحقق من الأخبار الكاذبة من الوقوف على الحقيقة الكاملة و الدقيقة للحيل المتبعة في تزوير الحقيقة إن على صعيد التحرير و الكتابة أو الصورة و الفيديو، أما في انتظار ان يتوغل الذكاء الاصطناعي في هذه الأدوار من صناعة الأخبار الكاذبة و نشرها إلى درجة ان تبدو صحيحة و حقيقية و طبيعية فهنا وحب اتخاذ الإجراءات اللازمة و الدقيقة لتفادي الإنزلاقات الإعلامية و الصحفية في بئر الذكاء الاصطناعي .

## الإحالات والمراجع :

- 1- سناء الجبور (2010)، الإعلام والرأي العام العربي والعالمي، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 2- فاطمة الزهراء عبد الفتاح (2018) أثر الأخبار الزائفة على أبعاد الثقة المجتمعية والسياسية. مجلد 76 عدد 18، بدون طبعة.
- 3- أحمد بدر (1977)، الرأي العام طبيعته و تكوينه و دوره في السياسة العامة، مكتب غريب للطباعة والنشر و التوزيع، بدون طبعة.
- 4- نبيل لخم (2020) "الأخبار الكاذبة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على إتجاه الرأي العام، دراسة في المفهوم "العلاقة والأهداف". مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة بسكرة، المجلد 07، العدد 02 .
- 5- مركز هردو. (2018)، مفهوم "الأخبار الكاذبة" - كيف يؤثر الخطاب السياسي الأمريكي على حرية الصحافة في مصر . القاهرة: مركز هردو لدعم التعبير الرقمي.
- 6- هيئة التحرير (2019)، الافتتاحية: الأخبار الكاذبة. تغريد داخل السرب. مجلة الصحافة(13).
- 7- m.DW (2021) دراسة: الأخبار الكاذبة تنتشر أسرع من الحقيقية على تويتر. تاريخ الاسترداد 02 01 من <https://p.dw.com/p/2u3KD>.
- 8- <https://www.dw.com/ar-60327313> حتى-لا-تقع-في-فخ-الصور-المفبركة-إليك-ما-ينصح-به-الخبراء-a/
- 9- Ahib, Rida et autres. FAKE NEWS : une nouvelle pratique d'influence difficilement maîtrisable. Consulté le 01/01/2021. Disponible sur : <https://www.ege.fr/sites/ege.fr/files/uploads/2018/01/rapportFAKENEWS.pdf>
- 10- BORJA PELEGERO .(--). Gengis Khan, le conquérant implacable .. Consulté le 01/01/2021. Disponible sur : [www.nationalgeographic.fr](http://www.nationalgeographic.fr) : [www.nationalgeographic.fr/histoire/Gengis-Khan-le-conquérantimplacable](http://www.nationalgeographic.fr/histoire/Gengis-Khan-le-conquérantimplacable)

- 11- COMMISSION EUROPÉENNE .(2018) .Lutter contre la désinformation en ligne: une approche européenne .COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, Bruxelles.
- 12- gouvernement.fr .(2020) .fake news: guide des questions à se poser face à une information. Consulté le 15/04/2019. Disponible sur : <https://www.gouvernement.fr/fake-news-guide-des-questions-a-se-poser-face-a-une-information>
- 13- Sun Tzu .(2008) .L'art de la guerre .Paris: Flammarion.
- 14- Humohrey joshuo, the plague of fake news and the intersection with trademark.cybaris, vol 08, N°01
- 15- Rini Regnia(2017), Fake News and partsan Epistemology. Kemediy Enstitute of Ethies journal, vol 27, N°02.
- 16- visibrain.com .(2019) .Tout savoir sur les fake news .Consulté 25/04/2020. Disponible sur : <https://www.visibrain.com/fr/data/visibrain-fake-newsguide.pdf>
- 17- Gorbach, J. (2018, may 15). Not Your Grandpa's Hoax: A Comparative History of Fake News . American journalism, 35. Récupéré sur <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/08821127.2018.1457915>
- 18- (Miller, M. (2019, July 31). My Social Media for Seniors. Consulté le 04 20,2020 sur <https://academic.safaribooksonline.com/book/web-applications-and-services/social-media/9780135913611>

- 19- Moat, M. (2017). Fake news, Real Consequences ; Impact on Consumers. Madrid: Publisethers and Advertiser.
- 20- Moore, M. (2017). Inquiry into fake news. London, Communication and Pauer, King College: Centre fir the study of Media
- 21- Geffert, A. (2018). fake news. A difinition, Informal logic(Vol 38,n01), p. p84.
- 22- Tandoc, E, Lim, Z. W & Ling, R. (2017, August). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions . Récupéré sur researchgate:  
[https://www.researchgate.net/publication/319383049\\_Defining\\_Fake\\_News\\_A  
typology\\_of\\_scholarly\\_definitions](https://www.researchgate.net/publication/319383049_Defining_Fake_News_A_typology_of_scholarly_definitions)
- 23- Pedro Joao Batista and Anabela Gradim (2020), Understanding Fake news consumption: A review, Social sciences, 09 (185).