



INSTAGRAM!



CONTACT

التربية على وسائل الإعلام
والمعلومة عبر الإنترنت
في السياق الانتخابي



DL



TWITTER!



MARKETING

COMMUNICATION

FACEBOOK!



WORLDWIDE!

2023



المؤلف

كريم بوزويقة، د. في الأنثروبولوجيا، باحث وخبير اتصال، مستشار لدى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تونس.

تنسيق المشروع

رزان مسّاد، خبيرة في الشمولية والانتخابات لدى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تونس.
لطفي بلال، خبير في الانتخابات لدى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تونس.

لجنة الصياغة والمراجعة

المحرر الرئيسي: هناء بن فضل، خبيرة في النوع الاجتماعي والإدماج، مستشارة لدى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تونس.
رزان مسّاد، خبيرة في الانتخابات لدى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تونس.

تصميم الجرافيك

إيناس الجزيري، مصممة لدى برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تونس.

رسومات توضيحية

نادية ذهب

الترجمة

فريد رحال

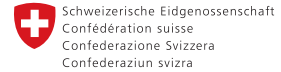
برنامج الأمم المتحدة الإنمائي

مشروع المساعدة الانتخابية في تونس II

يعمل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بصفتها الوكالة الأممية المتخصصة في المسائل التنموية في نحو 170 بلدا وإقليما للمساعدة في القضاء على الفقر والحد من عدم المساواة. ويساعد برنامج الأمم المتحدة الإنمائي البلدان على تطوير السياسات، ومهارات القيادة، وإقامة الشراكات، والقدرات المؤسسية، وبناء القدرة على الصمود من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة. يتركز عملنا في ثلاثة مجالات عمل رئيسية، هي: التنمية المستدامة، والحكم الديمقراطي وبناء السلام، والقدرة على الصمود تجاه تغير المناخ والكوارث.

www.undp.org

بدعم من:



Direction du développement
et de la coopération DDC

تنويه: الأفكار والآراء المُعرب عنها في هذه الحقيبة التعليمية هي أفكار وآراء المؤلف، ولا تعكس بالضرورة وجهة نظر برنامج الأمم المتحدة الإنمائي أو شركائه.

التربية على وسائل الإعلام والمعلومة عبر الإنترنت في السياق الانتخابي

حقيبة تعليمية
2023



شكر وتقدير

نعبر عن امتناننا العميق للشباب والشابات الذين/اللاتي جاؤوا. جئن من جميع أنحاء تونس ورافقونا. رافقنا، بصبر وتفان، في صياغة هذه الحقبة التعليمية. نوجه شكرنا خاصةً إلى شباب وشابات شبكة المكونين والمكونات في التربية على وسائل الإعلام والمعلومة عبر الإنترنت.

كانت أفكاركم كن وآرائكم. كن قيمة جداً في مسعانا لتكليف الحقبة التعليمية وفقاً لاحتياجات الشباب والشابات. وفرتم لنا الفرصة لفهم أعمق للتوقعات والتحديات التي يواجهها الشباب والشابات على تنوعهم، وأخذها بعين الاعتبار في الحقبة التعليمية.

لقد أنرتم طريقنا ومكثتمونا من خلال أفكاركم المبتكرة وتعليقاتكم الملائمة، من تحسين الحقبة التعليمية بشكل كبير. نحن ممتنون لكم. كن وسعداء أن هذه الفرصة سنحت لنا للعمل معكم. كن جميعاً.

مع جزيل الشكر لـ:

| | | | |
|----------------|-----------------|--------------|---------------|
| أحمد الزباني | حمزة صامتي | محمد جوادي | وفاء حسني |
| أكرم قروي | حاتم زيد | محمد النفاتي | وسيم حمادي |
| عليه الأنقليز | هبة مديوني | نفيسة رحال | وفاق المحواشي |
| أماني الهمامي | هدى بن عون | رانية شعابي | يقين المبروك |
| أماني الخروبي | اسكندر زريقه | صبري كشبوري | ياسمين ادريس |
| بلقيس بوتريه | جيهان المبروك | صادق راشدي | يوسف الجملي |
| ضحى قاسمي | خلود بالحاج يحي | سماح بوغنيمي | يوسف النقاضي |
| فراس المريبيعي | لؤي التومي | سوار بولاهمي | |
| فراس ناصفي | مروى المحرزي | تيسير عباس | |
| حمزة بوبكري | محمد صالح حمدون | توفيق رتيمي | |

فهرس المحتويات

| | | | |
|---|----|-------|--|
| ■ | 6 | _____ | مقدمة |
| ■ | 6 | _____ | 1. سياق تصميم الحقبة التعليمية |
| ■ | 7 | _____ | 2. أهداف الحقبة التعليمية |
| ■ | 8 | _____ | 3. المعرفة والمهارات المكتسبة من خلال هذه الحقبة التعليمية |
| ■ | 9 | _____ | 4. المستهدفون/المستهدفات من الحقبة التعليمية |
| ■ | 9 | _____ | 5. كيف تستخدم هذه الحقبة التعليمية؟ |
| ■ | 10 | _____ | أدوات معارف |
| ■ | 10 | _____ | 1. ما هي المعلومة؟ |
| ■ | 14 | _____ | 2. ما هو الخبر الزائف؟ |
| ■ | 24 | _____ | 3. تكنولوجيا الإقناع |
| ■ | 28 | _____ | 4. نظرية المؤامرة على شبكة الإنترنت |
| ■ | 34 | _____ | 5. التحيزات المعرفية |
| ■ | 42 | _____ | 6. خطاب الكراهية على شبكة الإنترنت |
| ■ | 48 | _____ | 7. التلاعب السياسي عبر الإنترنت |
| ■ | 52 | _____ | 8. غرف الصدى والفقاعات المعرفية والتطرف الخوارزمي |
| ■ | 58 | _____ | 9. الدعاية السياسية دقيقة الاستهداف والبيانات الشخصية |
| | | _____ | 10. الدعاية الشعبوية الزائفة: الحقيقي من الزائف في الحركات الاجتماعية على شبكة |
| ■ | 64 | _____ | الإنترنت وفي الممارسة النضالية |
| ■ | 68 | _____ | 11. أخلاقيات الاتصال السياسي عبر الإنترنت |
| ■ | 72 | _____ | 12. الحقوق الرقمية ومعوقات التمتع بها |
| ■ | 82 | _____ | حلول التمارين |

المقدمة

1. سياق تصميم الحقبة التعليمية

خُصّصت الدراسات التي أجريت في إطار مشروع المساعدة الانتخابية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي في تونس حول "تأثير رقمنة الاتصال السياسي على المشاركة السياسية للشباب في تونس"¹ وحول "تأثير الدعاية السياسية عبر الإنترنت خلال فترة الانتخابات على توجيه الناخبين في تونس"² فضلا عن أعمال فريق العمل بشأن تقييم الإطار القانوني للحملات الانتخابية في تونس³، إلى الحاجة إلى الشروع في إصلاحات تشريعية تسمح بتكييف الإطار المنظم للاتصال السياسي في تونس مع السياق الانتخابي.

وينبغي أن تهدف إعادة صياغة النصوص إلى تحقيق قدر أكبر من الإنصاف ومزيد تعزيز النزاهة والشفافية في الانتخابات وجعل مواجهة المخاطر الجديدة لرقمنة الاتصالات السياسية ممكنة، وهي المخاطر التي تتمثل في التطرف الخوارزمي، والفقاعات المعرفية محكمة الإغلاق والمضرة بالنقاش العام، والتلاعب الواسع النطاق من خلال الحملات المنظمة ونشر الأخبار المزيفة، وغيرها.

وتخلص الدراسات المذكورة أعلاه، بالتوازي مع الإصلاحات التشريعية، إلى ضرورة تعزيز السياسات العامة المتعلقة بالمسؤولية المدنية من خلال استراتيجية وطنية للتربية على وسائل الإعلام والمعلومة عبر الإنترنت.

وتمرّ هذه الاستراتيجية عبر تعبئة العديد من الجهات المعنية: السلط العمومية، ومنظمات المجتمع المدني، ووسائل الإعلام العامة والجمعياتية والخاصة.

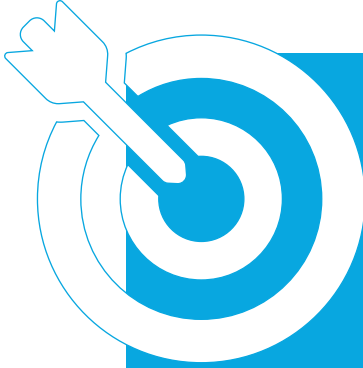
وتخلص الدراسات كذلك إلى جدوى دعم الاستراتيجية الوطنية للتربية على وسائل الإعلام والمعلومة عبر الإنترنت من خلال تطوير وتعزيز الأدوات المناسبة لذلك في السياق الانتخابي.

1. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي "تأثير رقمنة الاتصالات السياسية على المشاركة السياسية للشباب في تونس" (بالفرنسية).
<https://www.undp.org/fr/tunisia/publications/impact-de-la-digitalisation-de-la-communication-politique-sur-la-participation-politique-des-jeunes-en-tunisie>

2. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي "تأثير الإشهار السياسي عبر الإنترنت خلال فترة الانتخابات على توجيه الناخبين". (بالفرنسية).
https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/tn/undp_publicite_politique_fr.pdf

3. التقرير النهائي لأعمال الورشة المتعلقة بتقييم الإطار القانوني للحملات الانتخابية في تونس، مشروع المساعدة الانتخابية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي في تونس 2020 (نُشر باللغة العربية).

<https://www.undp.org/fr/tunisia/publications/rapport-final-de-latelier-d%C3%A9valuation-du-cadre-juridique-des-campagnes-%C3%A9lectorales-en-tunisie>



2. أهداف هذه الحقبة التعليمية

في السياق الانتخابي، يحتاج المواطنون.ات إلى المعارف الأساسية حول وظائف الوسائط الرقمية وناشري المعلومات الآخرين على الإنترنت وكيفية تقييمهم من أجل الاستفادة الكاملة من حق التصويت بطريقة مستنيرة. من هنا يأتي دور التربية على وسائل الإعلام والمعلومة في الإجابة على عدة أسئلة تتعلق بالإشكال الذي نحن بصدد العمل عليه:

- كيف يمكن البحث والتقييم النقدي والاستخدام والمساهمة في إنشاء محتوى المعلومات على الإنترنت بشكل فعال في سياق انتخابي؟
- ما هي القضايا المتعلقة بالأخلاقيات التي يثيرها الولوج واستخدام المعلومات عبر الإنترنت في سياق انتخابي؟
- كيف تتفاعل مع المعلومات السياسية المنشورة على الإنترنت لتعزيز المسار الديمقراطي؟
- كيف يتم تحفيز المشاركة الفعالة للشباب.ات في المسار الديمقراطي؟

ومجمل القول، يمكن أن تساهم التربية على وسائل الإعلام والمعلومة عبر الإنترنت في السياق الانتخابي في تحصين المواطنين والمواطنات ضد حملات التضليل الإعلامي والتطرف من خلال اكتساب مجموعة من المهارات والمعارف المحددة مسبقاً.

تهدف هذه الحقبة التعليمية حول التربية على وسائل الإعلام والمعلومة في السياق الانتخابي إلى تحفيز التحليل والتقييم النقدي لدى الناخبين والناخبات الشبان.ات وتمكينهم/ تمكينهن من آليات البحث عن المحتويات الإعلامية الرقمية، واستعمالها، ونشرها، وإنشائها. سيمكّنهم/يمكّنهن ذلك من التعرف، بشكل أفضل، على حقوقهم في مجال حرية التعبير على شبكة الإنترنت أو خارجها، ومن فهم الطريقة التي يمكنهم/ يمكنهن بواسطتها مكافحة التضليل الإعلامي والتلاعب وخطاب الكراهية والتطرف السياسي على شبكة الإنترنت. وسيساعد هذا أيضاً في دعم حرية التعبير والحوار والنقاش.

3. المعارف والمهارات المكتسبة من مجموعة الأدوات هذه

تُركز هذه الحقيبة على المعرفة والمهارات المفيدة والضرورية للناخبين والناخبات المستقبلين/المستقبلات والناخبين الشباب.ات لتطوير حسهم النقدي عند تعاملهم مع محتويات اعلامية سياسية عبر الإنترنت.

تغطي هذه المعارف والمهارات النقاط الثماني التالية:

1 تحديد وتقييم مصادر المعلومات على الإنترنت

2 كشف المعلومات الزائفة عبر الإنترنت بأشكالها المختلفة: مقالات وصور ومقاطع فيديو

3 التعرف على الأساليب التأميرية على الإنترنت

4 اكتشاف خطاب الكراهية على الإنترنت وكيفية حماية أنفسنا منه

5 فهم العمليات النفسية المستعملة في التلاعب السياسي عبر الإنترنت

6 حماية المعطيات الشخصية

7 النماذج الاقتصادية لوسائل الاعلام الرقمية وتأثيرها على الحياة السياسية

8 أخلاقيات إنتاج المحتوى السياسي عبر الإنترنت

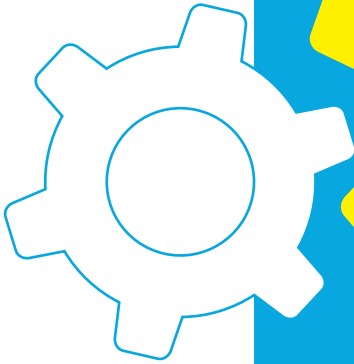


4. المستهدفون/المستهدفات من هذه الحقيبة التعليمية

المدرّبون والمدرّبات المعنيون/المعنيات المتدخلون والمتدخلات في تربية وتحسيس الناخبين والناخبات الشباب (18 - 35 سنة) والناخبين والناخبات المستقبلين (14 - 18 سنة).

5. كيف تُستخدم هذه الحقيبة التعليمية؟

يمكن استخدام هذه الحقيبة أثناء الندوات أو ورشات العمل التي يقودها المرّبون والمرّبات أو المدرّبون والمدرّبات. تحتوي كذلك على ورقات معارف تُطور المصطلحات والمفاهيم الأساسية المتعلقة بالتربية على وسائل الإعلام والمعلومة عبر الإنترنت في السياق الانتخابي. كما تدعو كل ورقة المستخدم/المستخدمة إلى تطوير معارفه/معارفها الخاصة بهذا الموضوع، مع تخصيص لمشاركة هذه المعارف من خلال تقنيات وأمثلة خاصة بالسياق التعليمي، بالإضافة إلى تقديم تمارين في نهاية كل ورقة تسمح للمستخدمين/ات باختبار معارفهم/معارفهن.





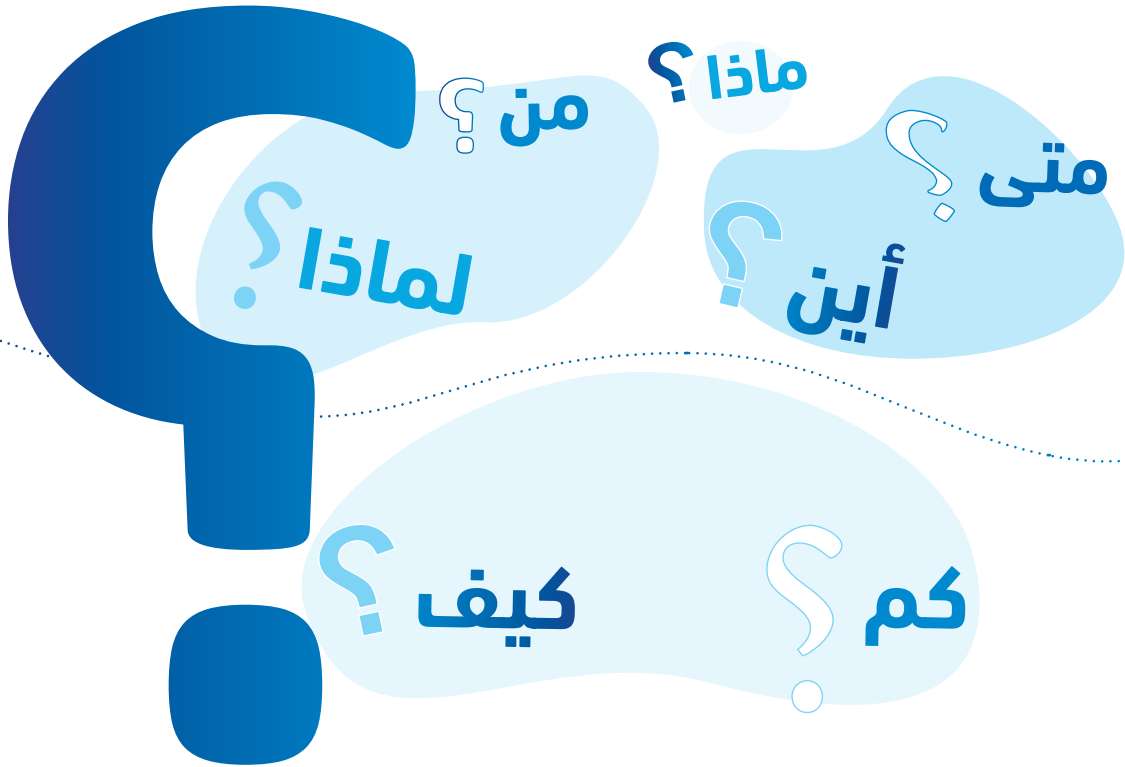
1. ما المعلومة؟

يمكن لكلمة "معلومة" أن يكون لها دلالات مختلفة:

- في المعنى الشائع، عملية الإعلام، والاستعلام، والإخبار عن حدث ما، أو البحث عنه.
- والمعلومة، بالمعنى الإعلامي، خبر أو إفادة أو وثيقة حول شيء ما، أو شخص ما، يتم إخبار الجمهور بها عن طريق مقال صحفي، على سبيل المثال.
- وإذا أرجعناها إلى الفضاء العام، وإلى حقوق المواطنين والمواطنين، يمكن للمعلومة أن تكتسي معاني أكثر دقة مثلما يقترح ذلك الفيلسوف هنري مالر (Henri Maler) والصحفي ماتياس رايmond (Mathias Raymond): "يرتكز الحق في المعلومة على قاعدة واحدة، المعلومة ملك عام ينبغي أن يكون متاحا للجميع، وألا يستثنى أي مجال من مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. إن ممارسة هذا الحق لا تتمثل فقط في الحق في الحصول على المعلومات، ولكن أيضا في حق الإعلام الذي يطالب به الصحفيون/الصحفيات"¹.

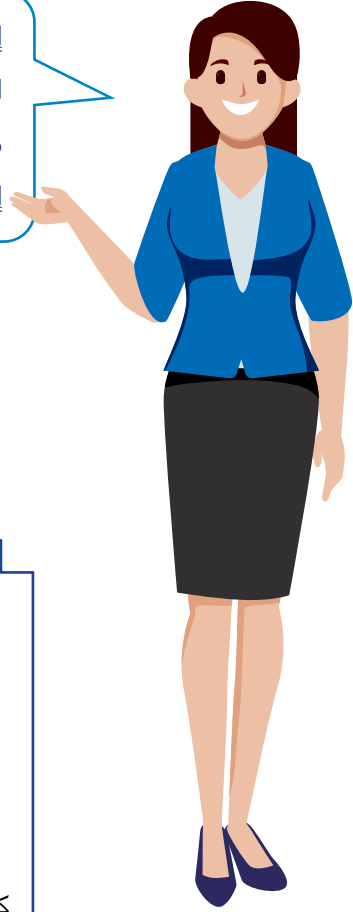
من الناحية العملية، تتكون المعلومات من 5 عناصر أساسية تجيب على الأسئلة المستوحاة من "استجواب كنتيليا (Quintilien)": الزمان والمكان والحدث والشخص والدوافع والوسائل والطريقة.

العناصر الخمسة الأساسية المكونة للمعلومة

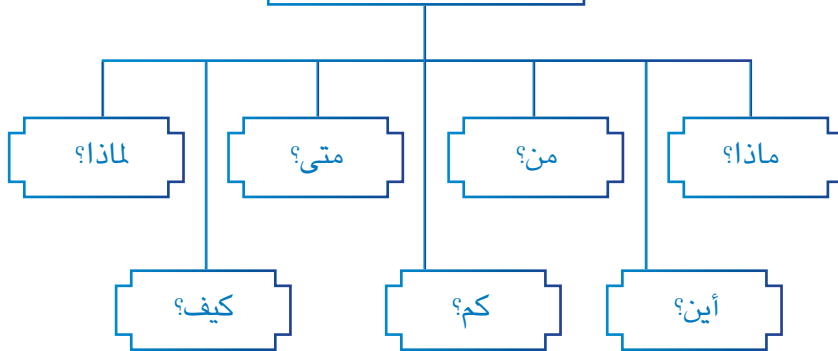


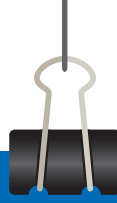
1. هنري مالر وماتياس ريمون، "وسائل الإعلام والتعبئة الاجتماعية"، سيليس، باريس، 2007.

إذا كان أحد العناصر الأساسية مفقودًا، فيمكننا التساؤل عن طبيعة المحتوى الذي نتعامل معه: هل يتعلق الأمر بمعلومة أم بشيء آخر؟ إشاعة، مزحة، أخبار زائفة؟



كان "كنتيليا" خطيبا ومرثيا لاتينيا كبيرا يُعالج أيّ موضوع من خلال الأسئلة السبعة التالية:





تمرين 1: ما المعلومة؟

أحياناً نجد صعوبة في معرفة الفرق بين المعلومة والإشاعة أو القصة المُختلقة أو الرأي. على عكس الشائعات والآراء، المعلومة هي حقيقة تم التثبت من صحتها.

سؤال:

دعنا نرى ما إذا كان بإمكانك تحديد العناصر الستة الأساسية التي تشكل المعلومة الانتخابية التالية:

بيان صحفي صادر عن هيئة الانتخابات

انتخابات 2019: بيان حول تسجيل الناخبين

تُعلم الهيئة العليا المستقلة للانتخابات عموم المواطنين بأنها ستبدأ اعتباراً من 10 أفريل 2019 حملة تسجيل موسعة للانتخابات التشريعية والرئاسية لسنة 2019 لتشجيع أكبر عدد من التونسيين المقيمين في تونس وفي الخارج غير المسجلين على السجل.

الموعد النهائي للتسجيل في الانتخابات التشريعية لعام 2019 سيكون 22 ماي 2019 ولانتخابات الرئاسية في 4 جويلية 2019.

مع العلم أنه يمكن للتونسيين المقيمين بالخارج التسجيل في التراب التونسي أو في الخارج في مكاتب التسجيل الموجودة في مقراتنا الدبلوماسية والقنصلية لبلد الإقامة أو من خلال الموقع الإلكتروني المخصص لذلك.

2. ما هو الخبر الزائف؟



الأخبار الزائفة هي ظاهرة اكتسبت زخماً في السنوات الأخيرة. على الإنترنت، الأخبار الزائفة هي **قصص مزيفة تبدو وكأنها أخبار حقيقية** ويتم نشرها على الإنترنت أو من خلال وسائل الإعلام الأخرى وتُنشأ بشكل عام للتأثير على الآراء السياسية أو على سبيل المزاح¹. وتثير هذه الظاهرة قلق الناخبين والناخبات. في الواقع، وفقاً لتقرير الأخبار الرقمية (Digital News Report) لسنة 2019، يشعر 55% من الأشخاص بالقلق بشأن عدم قدرتهم على تحديد ما إذا كانت المعلومات المنشورة على الإنترنت صحيحة أم خاطئة.

تغطي الأخبار الكاذبة 3 ظواهر مميزة على الأقل: معلومات مضللة ومعلومات مغالطة ومعلومات مُشوَّشة والتي يمكن أن تعبر عن نفسها خلال الاتصال السياسي والانتخابي في الأشكال التالية:



كلما وُلد المحتوى ردوداً فعل أكبر، زاد انتشارها إلى عدد أوسع من الناخبين والناخبات.

دفع هذا الواقع بعض منتجي المحتوى إلى إنتاج أخبار مزيفة للتلاعب بمستخدمي الإنترنت وجعلهم يتفاعلون مع معلومات مُضللة، حتى أن هناك شركات متخصصة في النشر المنظم لمعلومات كاذبة مقابل أجر للترويج لأجندة سياسية ما. أثرت هذه الشركات على الأحداث السياسية الكبرى، مثل استفتاء خروج المملكة المتحدة من الاتحاد الأوروبي، البركسيت³ (brexit)، والانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016 والانتخابات التونسية لعام 2019 التي نفذت خلالها إحدى الشركات عملية تضليل كبرى لصالح مرشح معين من خلال ما عُرف بـ «عملية قرطاج».

1. معجم كامبريدج الإلكتروني

<https://dictionary.cambridge.org/fr/dictionnaire/anglais/fake-news>

2. تقرير إخباري رقمي، جامعة أكسفورد 2019

<https://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/overview-key-findings-2019/>

3. "البركسيت" هو الاسم الذي يطلق على خروج المملكة المتحدة من الاتحاد الأوروبي. إنها إدغام لكلمتين "بريطانيا العظمى" و"الخروج". في 23 جوان 2016، أجرت المملكة المتحدة استفتاء على إلغاء عضويتها في الاتحاد الأوروبي. كان السؤال المطروح على الناخبين هو: "هل يجب أن تظل المملكة المتحدة عضواً في الاتحاد الأوروبي أم أن تغادره؟" 89%، 51 من الناخبين صوتوا للخروج من الاتحاد الأوروبي.

لمعرفة المزيد، اتبع الروابط التالية:

عملية قرطاج: كيف قامت شركة تونسية بعمليات تأثير في الانتخابات الرئاسية الافريقية

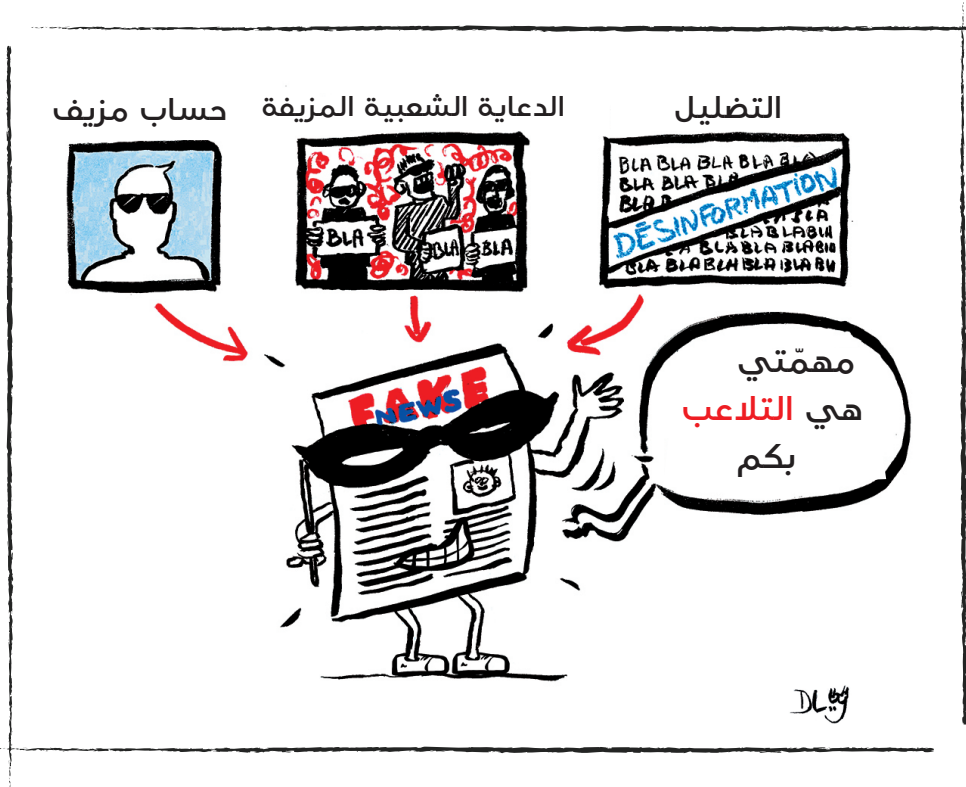
<https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/>

أفريقيا: عملية تأثير انتخابي واسعة النطاق تم تفكيكها من طرف فيسبوك في تونس

<https://information.tv5monde.com/afrique/afrique-une-vaste-operation-d-influence-electorale-demantee-lee-par-facebook-en-tunisie-362539>



كمواطنين ومواطنات مطلعين ومطلعات، يجب علينا تطوير ردود الفعل الصحيحة لتجنب التلاعب بنا. لتحقيق هذه الغاية، يجب أن نطور حسًا نقديا تجاه مصادر المعلومات عبر الإنترنت لنستطيع تقييم موثوقيتها.



التمرين عدد 2: "الأخبار الزائفة"، ما المقصود حقا بهذه العبارة؟

شهدت السنوات الأخيرة تعميم مفهوم "الأخبار الزائفة"، ولكن هل نعرف حقًا كل الظواهر التي تختفي وراء هذه العبارة؟

سؤال 1:

هل تعرف الفرق بين التضليل
والمُغالطة والتشويش؟



اختر/اختراري من بين المقترحات التالية المصطلح الأكثر
انطباقًا على (الأخبار الكاذبة):



- أ - التضليل
ب - المُغالطة
ج - التشويش



سؤال 2:

حاول بي أن تجدي التعريف الصحيح لكل ظاهرة

التضليل

المغالطة

التشويش

يتعلّق الأمر بمعلومة (نصّ، صورة، فيديو) تمّ الانزياح بها عن سياقها لخداع الناخبين/ الناخبات

تتعلّى من خلال اعتماد تقنيات في الإتصال تهدف إلى خداع الناخبين/الناخبات بطريقة مقصودة

عملية تتمثّل في إغراق الناخب/الناخبة في كمّ من المعلومات قليلة الفائدة تصرفه. ا عن الرهانات الحقيقية للانتخابات

التمرين عدد 3: محاربة الأخبار السياسية الزائفة: أتعرف على صفحات الفيسبوك المزيفة

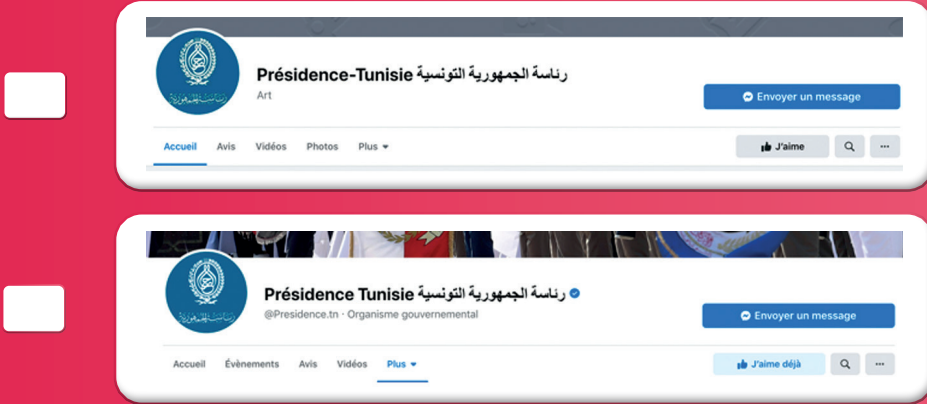
مع وجود أكثر من 65 مليون صفحة نشطة على فيسبوك، ليس من السهل دائماً التمييز بين الصفحة الأصلية والصفحة المزيفة.

لنكتشف معاً ما إذا كان بإمكانك بي معرفة الفرق بين الصفحات الحقيقية والمزيفة!



السؤال:

أي من هاتين الصفحتين هي الصفحة الحقيقية لرئاسة الجمهورية التونسية؟



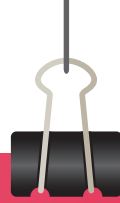
التمرين عدد 4: أعدد الصور التي تم التلاعب بها على الإنترنت



دعونا نكتشف ما إذا كنت قادرا/قادرة على التعرف على الصور المفبركة

الصور هي أداة رائعة للإعلام والتواصل، لكن يمكنها أن تكون كذلك أدوات خطيرة تُستعمل للتضليل، خاصة أثناء الفترات الانتخابية.

اكتشف البحث العلمي تمييزا مهما بين التأثيرات الناتجة عن المحتوى النصي بالمقارنة مع الرسائل المرئية، فالصور قادرة على إدخال الناخبين/الناخبات في مسار عاطفي، بينما يدعوهم النص إلى مسار فكري أكثر منطقية وعقلانية.



السؤال:

أي من الصورتين التاليتين مزيفة؟



التمرين عدد 5: التشويش في المواقع الإلكترونية الإعلامية

التشويش ليست ظاهرة حصرية لمنصات الويب الاجتماعية فقد تنشر بعض وسائل الإعلام والمواقع الإخبارية أيضاً معلومات خاطئة عن طريق الخطأ أو عن قصد.

دعونا نرى معا كيف
نستطيع تحديد مقال يروج
لمعلومات خاطئة



جزء 1

تم نشر هذه المعلومة من خلال العديد من المقالات على مواقع الكترونية اعلامية مثل هذه:



صورة 1



صورة 2

السؤال:

برأيك، هل أن المعلومة صحيحة أم لا؟

- نعم .
- لا .

هل تتذكرين هذه المعلومة التي تعود إلى 21 أوت 2020؟

Espace Manager Accueil Actualités Politique Economie - Chroniques Social Interviews

Gravissime : découverte d'un plan d'empoisonnement du président de la République

Publié le 21 Août, 2020 - 09:50

Facebook Twitter Google+



Le journal Achourouk a révélé dans son édition de ce vendredi 21 Août qu'un plan pour l'empoisonnement du président de la République Kais Saïed a été découvert. Ce plan concocté par un homme d'affaires « jouissant d'une certaine protection », consistait à mettre du poison dans le pain acquis par les services de la présidence auprès d'une boulangerie sise au Lac 2.

Cet homme d'affaires impliqué selon le quotidien dans des tentatives d'enlèvement et d'assassinat condamné à un an et deux mois de prison, a tenté de soudoyer un ouvrier travaillant au sein de la boulangerie en lui promettant une récompense de 20 mille dinars.

لقراءة المقال كاملاً يمكنك الضغط على الرابط التالي:



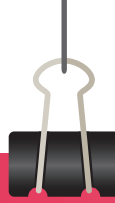
[تسميم رئيس الجمهورية](#)

السؤال:

برأيك، هل أن المعلومة صحيحة أم لا؟

• نعم

• لا



التمرين عدد 6: أعدد الحسابات المزيفة والروبوتات

سواء أكانت متأتية من روبوتات أو تم إنشاؤها لانتحال هوية شخصية سياسية أو إعلامية، فإن الحسابات المزيفة هي أدوات تضليل خطيرة للغاية. ففي عام 2020، كانت أجهزة الروبوت وراء تدفق المعلومات فاق نصف نسبة الاستخدام. وقد أثبتت عديد الدراسات أن برامج الروبوتات تنفذ مختلف أنواع الإجراءات على مواقع الواب في جميع أنحاء العالم.

هذه الظاهرة ليست بالجديدة، لكنها أصبحت حاضرة أكثر فأكثر في الحياة السياسية للديمقراطيات. وعلى الرغم من وجود روبوتات مهمتها محايدة نسبياً، مثل روبوتات محررات البحث التي تستكشف الواب بشكل دائم لفهرسة صفحات المواقع وتمكيننا من الوصول إليها من خلال إجراء عمليات بحث، فنصف الروبوتات التي تعمل على الإنترنت ضارة.

من بين الروبوتات المخادعة، هناك "مزارع النقر التلقائي". تتمثل مهمة هذه البرامج في الاتصال بالمواقع لزيادة نسبة جمهورها بشكل مصطنع. وتتأثر منصات الواب الاجتماعية، بدورها، بمشكلة الروبوتات والحسابات المزيفة.

السؤال:

كم عدد الحسابات المزيفة التي حذفها فيسبوك في الربع الأول من عام 2018؟

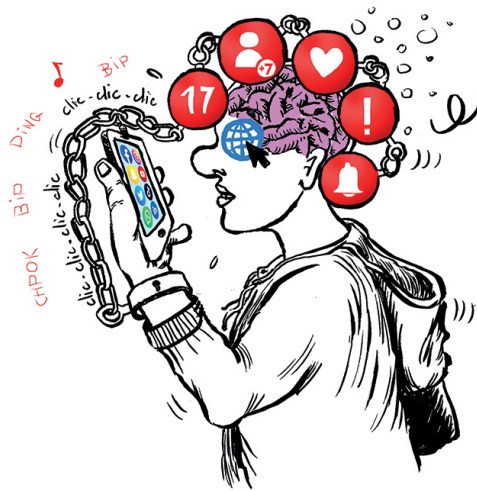
دعنا نرى إن كانت لديك فكرة عن هذه الظاهرة



- أ - 5.83 مليون
- ب - 58.3 مليون
- ج - 583 مليون

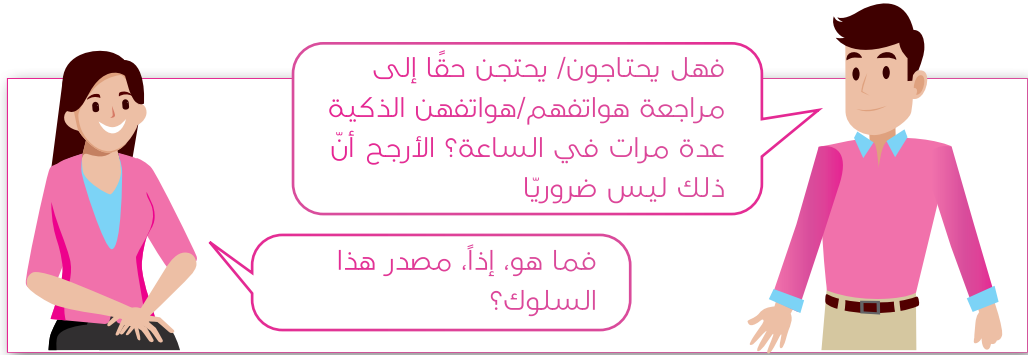
3. تكنولوجيا الإقناع

تكنولوجيا الإقناع



التكنولوجيات الرقمية + أساليب الإقناع
= إدمان / تلاعب / تأييد

وفقاً لبعض الدراسات التي أجريت في المملكة المتحدة، يراجع مستخدمو الهواتف الذكية، في المتوسط، هواتفهم أكثر من 220 مرة في اليوم¹.



في الواقع، إنّ بعض منصّات الواب الاجتماعيّة، إضافة إلى بعض التطبيقات والمواقع الإلكترونيّة، مصمّمة بطريقة تشجّعنا على مراجعتها طول الوقت، وهو ما يجعل منا رهائنًا، كما وضح ذلك «تريستان هاريس»، المهندس السابق في «غوغل»: «نحن نجعل الناس مدمنين بالاستفادة من هشاشتهم النفسية». بهذا المعنى، يصبح استعمال هذه الآليات التي تلجأ إليها منصّات الواب الاجتماعيّة ضربًا من ضروب استخدام التكنولوجيا لتعديل السلوك البشري.

ان استخدام التكنولوجيا لتعديل السلوك البشري هي دراسة للطريقة التي يتمّ بها استعمال الآلات لإقناع مستخدمي/مستخدمات الإنترنت بتغيير مواقفهم/مواقفن أو سلوكياتهم/سلوكياتهن، ولفخاخ «تكنولوجيا الإقناع» تلك. أشهر المنصات مثل فيسبوك ويوتيوب وأنستغرام وتيك توك تستخدم التكنولوجيا لتعديل السلوك البشري لجذب انتباه المستخدمين/المستخدمات وإبقائهم/إبقاءهن أمام الشاشة، لأنه كلما زاد الوقت الذي يقضونه على المنصات، زاد ربحهم. في الواقع، على الرغم من كونها مجانية، فإن هذه المنصات تحقق ربحًا من خلال الإعلانات ومن خلال استثمار بيانات المستخدمين/المستخدمات الشخصية مع المعلنين.

لمعرفة المزيد، اتبع الروابط التالية:

قدم هذا الموظف السابق في غوغل اتجاهًا لقطاع يتهمه بتأسيس "اقتصاد الاهتمام"

https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/04/24/tristan-harris-l-homme-qui-veut-empêcher-la-tech-de-degrader-l-humain_5454443_3234.html



1. بيانات استخدام الهواتف الذكية في المملكة المتحدة 2014.
www.tecmart.co.uk/smartphone-usage-data-uk-2014/

ترستان هاريس و «المعضلة الاجتماعية»: أفكار كبرى لإصلاح عللنا على منصات التواصل

<https://www.forbes.com/sites/dbloom/2020/10/07/tristan-harris-and-the-social-dilemma-big-ideas-to-fix-our-social-media-ills/>

الأطفال وإدمان الهواتف الذكية والحقيقة خلف فيلم « Screened Out »

<https://www.thetimes.co.uk/article/children-smartphone-addiction-and-the-truth-behind-screened-out-sb0gnhdvd>



كيف تجذب المنصات انتباه المستخدمين والمستخدمات؟

الاستهداف السلوكي
الذي يضبط باستمرار
المحتوى المقدم في
متصفح الأخبار

التشغيل التلقائي
لقاطع الفيديو

إشعارات صوتية
من الهواتف
الذكية

الإشعارات
باللون الأحمر

بالفعل، كلما زاد الوقت الذي يقضيه المستخدمون والمستخدمات على المنصات زادت قدرة الخوارزميات (البرامج المعلوماتية) على رسم ملامحهم/ملاصحتهم النفسية: أذواقهم/أذواقهن وأشياءهم/أشياءهن المفضلة، وعاداتهم/عاداتهن. فكل سلوكياتهم/سلوكياتهن، وكل معطياتهم/معطياتهن الشخصية يتم تسجيلها وتحليلها من قبل المنصات لغايات تجارية وسياسية. سنرى هذا بمزيد من التفصيل في ورقة المعارف عدد 9 «الدعاية السياسية دقيقة الاستهداف والبيانات الشخصية».

لمعرفة المزيد، اتبع الروابط التالية:

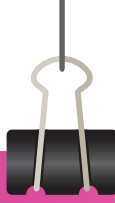
هل أنت مستعدة؟ هذه كل البيانات التي تملكها عنك فيسبوك وجوجل

[Are you ready? Here is all the data Facebook and Google](https://www.la-croix.com/Economie/Economie-et-entreprises/Facebook-Google-geants-vente-donnees-personnelles-2019-12-29-1201068909)

فيسبوك وغوغل عمالقة بيع البيانات الشخصية

<https://www.la-croix.com/Economie/Economie-et-entreprises/Facebook-Google-geants-vente-donnees-personnelles-2019-12-29-1201068909>





التمرين عدد 7: استخدام التكنولوجيا لتعديل السلوك البشري

إنّ تطبيقات الشبكات الاجتماعية قد تمّ إعدادها، على مستوى التصميم والخوارزميات (برامج الكمبيوتر) لجذب انتباه المستخدمين والمستخدمات، وإطالة الوقت الذي يقضونه/ يقضيه في استخدامها.

سؤال 1:

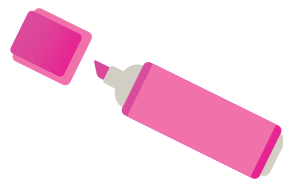
برأيك، لماذا تحاول المنصات مضاعفة الوقت الذي نقضيه أمام الشاشات؟

- أ - لأنه كلما زاد الوقت الذي نقضيه على المنصات، زاد اطلاعنا على المحتويات المعروضة في هذا الفضاء.
- ب - لأنه كلما زاد الوقت الذي نقضيه على المنصات، أصبحنا أكثر سعادة.
- ج - لأنه كلما زاد الوقت الذي نقضيه على المنصات، زادت الأموال التي تكسبها.

سؤال 2:

كيف تجني شركات مثل فيسبوك (مالك انستغرام) وغوغل (مالكة يوتيوب) المال؟

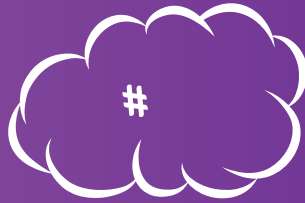
- أ - إنها لا تكسب المال، فالخدمات مجانية!
- ب - من خلال الإعلان (المنشورات الدعائية)
- ج - من خلال الإعلان واستثمار بياناتنا الشخصية لدى المعلنين



4. نظريّة المؤامرة على شبكة الإنترنت



#@\$



نظرية المؤامرة

يرتكز الخيال التأمري على المواجهة بين «الخير»¹ و«الشر»²، وتوؤل نظريات المؤامرة صفحات كاملة من تاريخ البشرية على أنها نتيجة لتدخل قوى الظلام التي تعمل بأساليب خفية لتحقيق غايات لا يمكن الاعتراف بها مثل «السيطرة على العالم».



كيفية التعرف على نظرية المؤامرة

قد تُظهر هذه النظريات واحدة أو أكثر من السمات التالية:

1. نظريات المؤامرة لها قبل كل شيء **وظيفة تفسيرية**. إنها تهدف إلى توضيح ما يبدو للوهلة الأولى أنه يستعصي على الفهم.
2. في كثير من الأحيان لا تحدد نظريات المؤامرة صراحةً المسؤولين عن المؤامرة وتحدث عن «**قوى الظلام**».
3. نظريات المؤامرة **تنكر عنصر الصدفة** والتعبير النموذجي لمنظيرهم يُعبر عنه بالصيغة التالية: «ليس من قبيل الصدفة أن...»
4. كل نظرية مؤامرة تقوم على فكرة أن **الواقع هو شيء مختلف تمامًا عما يراه عامة الناس**.
5. غالبًا ما يُستخدم موضوع «**المظهر الزائف / الخادع**» لوصف شخصية المتآمريين/المتآمرات، وفقا لأنصار نظرية المؤامرة. ومن المؤكد، أن المتآمريين/المتآمرات هم/هن من خارج دائرة أولئك الذين يتمّ التلاعب بهم، لكنهم يعملون بينهم.
6. تستند معظم نظريات المؤامرة ضمناً إلى فكرة وجود **نظام طبيعي سنائي المؤامرة لتتطّل عليه أو لتعطله**. ويتعلق الأمر، من منظور العناية الإلهية، بتفسير سبب هزيمة الخير، ولماذا يبدو، في الظاهر، أن قوى الشرّ تحبط مقاصد العناية الإلهية.

1. رافاييل جوسيت، رودي ريتششتات وإيمانويل طيب، نظريات المؤامرة 2.0
<https://doi.org/10.4000/quaderni.1146>

2. مجلس أوروبا، ما هي نظريات المؤامرة؟ لماذا يزدهرون؟
<https://www.searchenginejournal.com/facebook-ranking-algorithms/394934/#close>

المؤامرة والإنترنت

يسمح تطوير التكنولوجيات الحديثة، ولا سيّما منصّات الواب الاجتماعيّة، نشر الخطابات المعادية للعلم والمعادية للخطاب الرسميّ للساسّة ولوسائل الإعلام¹. فالمواقع والصفحات والحسابات المتآمرة تنقل، أحياناً، معلومات مزيفة وروايات مؤامرات لأغراض سياسيّة وإيديولوجيّة. إن نجاح نظريات المؤامرة «يعني، مع ذلك، [تأثير] المعتقدات المسبقة، وجاذبية النظريات النقدية المتحيزة وانتصار الشك في المجتمع»².

هذا الانجذاب للنظريات المنحازة يُفسر جزئياً **بالتلاعب العاطفي** الذي يُمارس على مستخدمي ومستخدمات الإنترنت. فعقول البشر مهيأة لهذا النوع من التلاعب العاطفي. فقبل مئات الآلاف من السنين، كان الإنسان العاقل (Homo Sapiens) يعيش في عالم شاعت فيه المؤامرات. كان خطر التعرض للقتل على أيدي القبائل المعادية أعلى بكثير مما هو عليه اليوم. وكان للعقلاء (Sapiens) الذين يحسنون رصد المؤامرات فرصة أكثر من غيرهم للبقاء على قيد الحياة. لقد تكيفت عقولنا لتكون بالمرصاد للمؤامرات المعادية³. هذه السمّة التي عزّزها التطور تضرّ أحياناً بحسّنا النقديّ من خلال آليات يطلق عليها علم النفس المعرفيّ «التحيّزات المعرفيّة». سنتعرض للتحيزات المعرفية في ورقة المعارف عدد 5 بعنوان «التحيّزات المعرفيّة».

لمعرفة المزيد، اتبع الروابط التالية:

ج وفان برويجن، الشك يجعلنا بشر

<https://aeon.co/essays/how-conspiracy-theories-evolved-from-our-drive-for-survival>

مجلس أوروبا، ما هي نظريات المؤامرة؟ لماذا يزدهرون؟

<https://www.searchenginejournal.com/facebook-ranking-algorithms/394934/#close>

آلان دي بينويست، علم النفس المتعلق بالمؤامرة

http://www.afhalifax.ca/magazine/wp-content/sciences/CO2/psychologie_du_conspirationnisme.pdf

رافاييل جوسيت، رودى ريتششتات وإيمانويل طيب ، نظريات المؤامرة 2.0

<https://doi.org/10.4000/quaderni.1146>



1. رافاييل جوسيت، رودى ريتششتات وإيمانويل طيب، نظريات المؤامرة 2.0
<https://doi.org/10.4000/quaderni.1146>

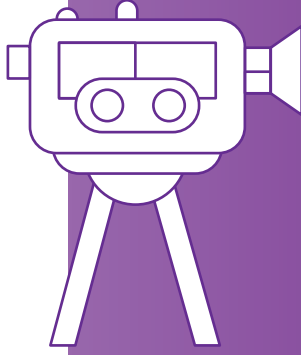
2. المرجع السابق

3. JW Van Prooijen الشك يجعلنا بشر
<https://aeon.co/essays/how-conspiracy-theories-evolved-from-our-drive-for-survival>

التمرين عدد 8: المؤامرة عبر الإنترنت

تكشف الدراسات الحديثة أن عدد المواطنين والمواطنات الذين يؤمنون بنظريات المؤامرة لا ينفك يتزايد. ويفسر دور منصات الواب الاجتماعية وبعض المواقع الإلكترونية في نشر الأخبار المزيفة إلى حد كبير الشعبية المتزايدة لنظريات المؤامرة. وقد أدت جائحة كوفيد 19 إلى تفاقم هذه الظاهرة.

لمعرفة المزيد عن نظريات المؤامرة يمكنك مشاهدة الفيديوهات التالية:



أجهزة فك التشفير: نظريات المؤامرة تكتسب أرضية
<https://www.youtube.com/watch?v=ekVxkCCV10E>

الأصول المتعددة لنظرية المؤامرة

https://www.youtube.com/watch?v=88_C-fogY40

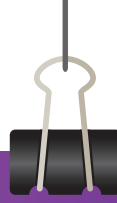
ولكن قبل أن نذهب إلى
 أبعد من ذلك، دعنا نرى
 ما إذا كنت تعرف ما هي
 «نظرية المؤامرة»



سؤال 1:

نظرية المؤامرة هي:

- أ - أطروحة تدعي أن مجموعة غامضة تتلاعب بالعالم وهي مسؤولة عن أحداث مهمة معينة مثل التلاعب بالانتخابات أو الهجمات الإرهابية أو الأوبئة.
- ب - مؤامرة دولية.
- ج - أطروحة تؤكد أن الأرض مسطحة.



كيف نستطيع تحديد
نظريات المؤامرة؟
هل بوسعك التعرف عليها؟



سؤال 2:

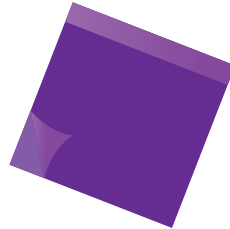
غالبًا ما تستند نظرية المؤامرة إلى:

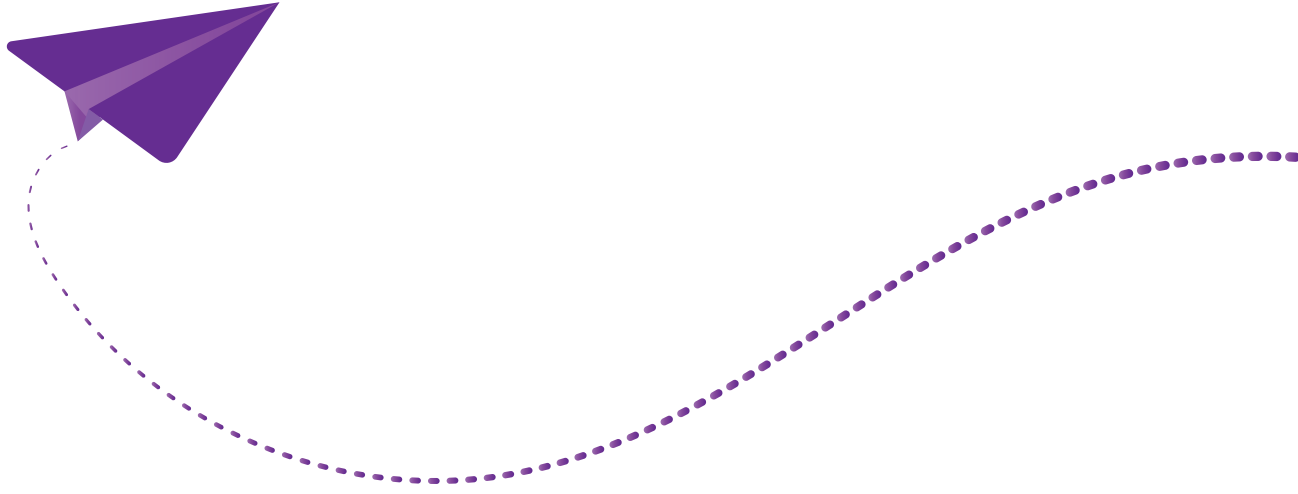
أ - مجموعة غامضة تريد السيطرة على العالم دون تقديم أي دليل.

ب - تُعرض الصدف على أنها أحداث مرتبطة بالأسباب.

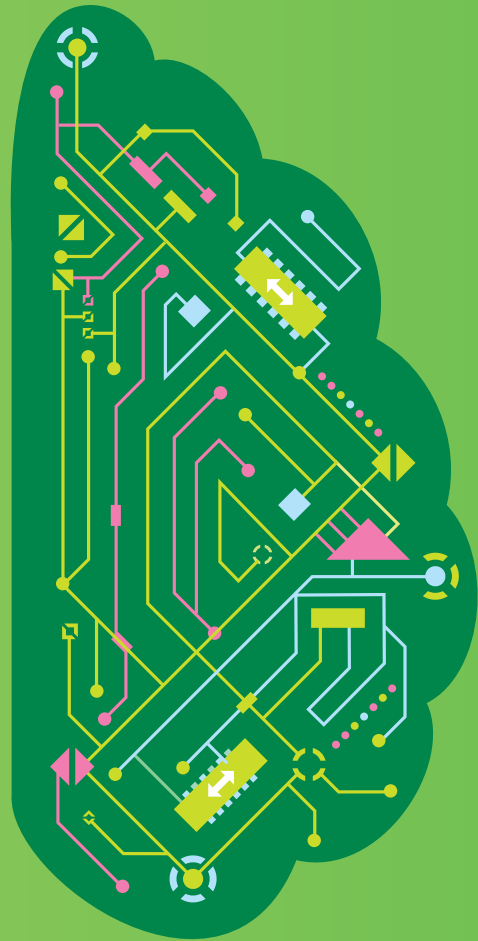
ج - فكرة أن غياب الدليل هو دليل في حد ذاته.

د - يُقدم التفصيل على أنه دليل لا يقبل الجدل.





5. التحيزات المعرفية



التحيز المعرفي والتفكير الحدسي

عقلنا قابل للتأثر، وبعض الآليات التي تعمل في ذهننا، دون علم منا، هي المسؤولة عن قابلية التأثر هذه. ويطلق علم النفس الإدراكي مصطلح «التحيزات المعرفية» للتعبير عن أنماط التفكير المنطقية بشكل خاطئ وتؤدي إلى أحكام مغلوطة. يتعلق الأمر باختصارات فكرية من صنع دماغنا والتي، على الرغم من أنها تساعدنا في تقييم الموقف بسرعة، إلا أنها تنطوي على تشويه للواقع وتشويه لحكمنا.

الأفراد مقتنعون بضرورة التفكير بعقلانية. ومع ذلك، فإن البحث في طريقتهم في اتخاذ الخيارات، لا سيما الانتخابية منها، يظهر عكس ذلك. في الواقع، غالبًا ما يكون معظم الأفراد ضحايا لتفكيرهم الحدسي الذي يعتمد على التحيزات المعرفية.

من بين التحيزات المعرفية التي تؤثر على تصورنا للحياة السياسية ما يلي:

- **تحيز تأثير الحقيقة الوهمية:** يحدث عندما يخلط الناس بين تكرار معلومة وبين الحقيقة. يمكن أن يفضي تكرار المعلومة إلى اعتبارها حقيقية. قد ينتهي الأمر بالمعلومات المتكررة إلى أن يُنظر إليها على أنها صحيحة.
- **تأثير الهالة:** يحدث عندما نحكم على شخص ما بشكل إيجابي أو سلبي بناء على انطباع أولي عنه. على سبيل المثال، يمكننا أن نحكم بشكل إيجابي على رياضي عظيم أو رياضية معروفة، أو ممثل أو ممثلة مشهورة، أو مقدم/مقدمة برامج تلفزيونية لطيفة، يتمتعون جميعهم بصفات حقيقية مثل كونهم مؤهلين للعمل كسياسيين، على الرغم من أن الانطباع الإيجابي الذي نحمله عنهم لا يتعلق على الإطلاق بصفاتهم السياسية المحتملة.
- **تحيز التأطير:** يحدث عندما تؤثر طريقة تقديم المعلومات على النتيجة التي نستخلصها منها. على سبيل المثال، يمكن أن يكون لدينا تصور إيجابي أو سلبي يقدم لنا نفس المعلومات مستوحاة من استطلاع بطريقتين مختلفتين اعتمادًا على ما إذا كنا نريد أن يكون التصور إيجابيًا أو غير إيجابي.

موقف غير مؤيد

"4 من كل 10 مواطنين/
مواطنين، ما يقارب نصف
الشعب، لا يثقون/ يتقن
في الحكومة"

موقف مؤيد

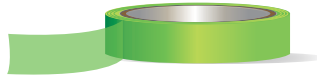
"6 من كل 10
مواطنین/مواطنات
يثقون/ يتقن في
الحكومة"


- **التحيّز التأكديّ:** يحدث عندما نعتقد أنّ المعلومة صحيحة لمجرّد أنها تؤكّد انطباعاتنا ونرفض أيّ رأيٍ مخالفٍ. على سبيل المثال، إذا شعرنا أن دولة أجنبية تتآمر ضد بلدنا، فسنكون أكثر تقبلاً للمحتويات التأمريّة.
- **مبدأ الالتزام والاتساق:** إنه تحيّز معرفي يتمثل في أن الناس يميلون إلى أن يظل سلوكهم متسقاً مع الصورة التي يروجون لها. على سبيل المثال، عندما نلتزم علنا على منصات الواب الاجتماعيّة بتأييد شخصيّة سياسيّة أو حزب، فمن العسير أن نتراجع. فنحن نميل إلى الحفاظ على دعمنا (أو رفضنا) حتى لا نظهر أن موقفنا غير متسق.
- **تحيّز التفكير الثنائيّ:** يحدث عندما نتصور المعلومات، بما في ذلك المعلومات السياسيّة، بطريقة مُستقطبة بدون ملاحظة الفروق الدقيقة، كما هو الحال عندما نسمع على سبيل المثال: "جميع الأحزاب السياسيّة متطابقة"، "لقد فشلت الديمقراطيّة، الديمقراطيّة ليست من شيماننا"، كانت الأوضاع سابقاً أفضل" في حين أن الواقع ليس أبيضاً بالكامل أو على العكس من ذلك ليس أسوداً بالكامل.



كيف تتعامل مع التحيّز المعرفي؟

لا يمكن أن نتجنب تفكيرنا الحدسي. ففي الواقع، هو مفيد لنا بشكل يومي. ومع ذلك، يمكننا تقليل تأثير التحيّزات المعرفية على خياراتنا السياسيّة والانتخابية من خلال النصائح التالية:



1. إظهار التواضع الفكري: أثبت الباحثان «تينيل بوتر» (Tenelle Porter) و«كارينا شومان» (Karina Schumann) أنه يظهار التواضع الفكري، لدينا فرصة أفضل لنكون أكثر اطلاعاً. 

2. إباطة أنفسنا بأشخاص لا يفكرون مثلنا ونرى في ذلك الاختلاف فرصة لنثري طريقتنا في التفكير.

3. تحقيق التوازن في طريقة استهلاكنا للمعلومة السياسيّة عبر الإنترنت من خلال الالتقاء بالفاعلين/الفاعلات في الحياة السياسية في الحياة الواقعية فلا شيء يضاوي التجربة المباشرة دون وسطاء.

4. التفاعل بشكل نقدي مع المحتوى السياسي ذي التأثير العاطفي القوي.

5. الحديث عن التحيزات المعرفية لمحيطنا لتحسيس عائلتنا وأصدقائنا وصديقاتنا.

لمعرفة المزيد، اتبع الرابط التالي:

التواضع الفكري والانفتاح على الرأي المعارض

<https://thedecisionlab.com/biases>



التمرين عدد 9: الدماغ يمارس حيله معنا!

هل سبق لك أن صدّقت أو شاركت أخبارًا مزيفة على فيسبوك أو تويتر؟



بالفعل، لقد وقعنا جميعًا في فخ الأخبار الزائفة على الأقل مرة واحدة في حياتنا!

لقد رأينا مسؤولية الخوارزميات التي تقدم لنا، كأولوية، محتوى يسعى إلى إثارة مشاعر قوية فينا، بغض النظر عن صحة المعلومات الواردة في هذا المحتوى.



هل هناك أسباب أخرى وراء تصديقنا للأخبار الكاذبة؟ دعونا نرى ما إذا كان يمكنك تخمين السبب!

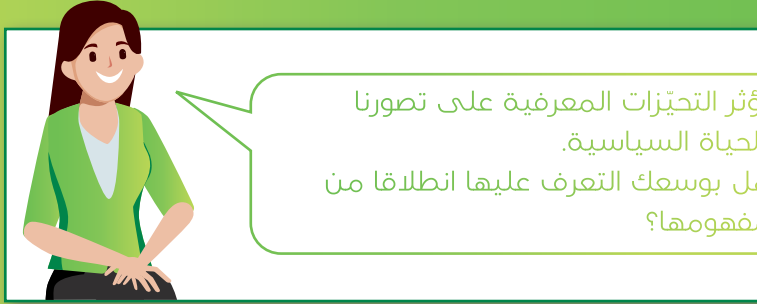
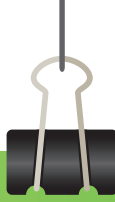
سؤال 1:

أي من الإجابات التالية مسؤول أيضًا عن سبب تصديقنا للأخبار الزائفة؟

أ - وزارة تكنولوجيا الاتصال.

ب - إن عقولنا مهيأة لتصديق الأخبار الكاذبة.

ج - وسائل الإعلام الكلاسيكية التي تلتقط الأخبار الكاذبة دون التحقق منها.



تؤثر التحيزات المعرفية على تصورنا للحياة السياسية. هل بوسعك التعرف عليها انطلاقاً من مفهومها؟

سؤال 2:

يحدث تحييز أثر الحقيقة الوهمية:

- أ - عندما نشعر بإحساس إيجابي تجاه شخصية سياسية باعتباره عنصراً مألوفاً.
- ب - عندما نحكم على شخص ما بشكل إيجابي على أساس صفة إيجابية نعرفها عنه، سواء كانت مرتبطة بصفاته السياسية أم لا.
- ج - عندما يجعلنا التعرض المتكرر لمعلومات خاطئة نعتقد أن المعلومات صحيحة بالفعل.

سؤال 3:

تحييز التأطير يحدث:

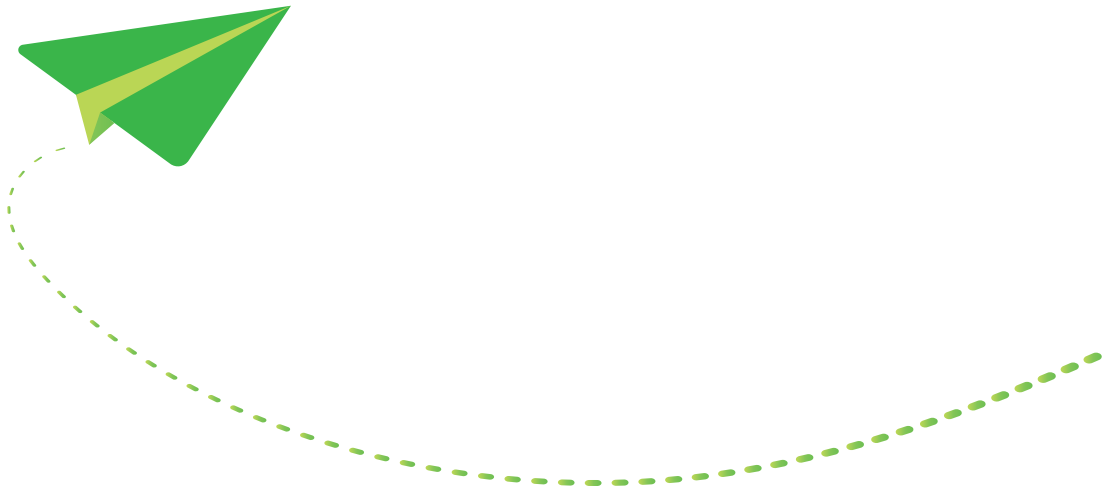
- أ - عندما تؤثر طريقة تقديم المعلومات على النتيجة التي نتوصل إليها.
- ب - عندما ندرك المعلومات بطريقة إيجابية بسبب التعرض المتكرر لتلك المعلومات.
- ج - عندما ندرك المعلومات المقدمة في القائمة بطريقة إيجابية لأنها على رأس القائمة.

سؤال 4:

يحدث التحيز التأكيدي:

- أ - عندما نعتقد أن المعلومات صحيحة فقط لأنها تؤكد انطباعاتنا.
- ب - عندما نُصِرُ على إبداء رأي خاطئ علناً حتى لا نعطي الانطباع بعدم التناسق.
- ج - عندما ندرك المعلومات السياسية بطريقة مستقطبة وبدون فروق دقيقة.





6. خطاب الكراهية على شبكة الإنترنت



خطاب الكراهية

كل تحريض على الكراهية على أساس الآراء السياسية أو الأصول الإقليمية أو لون البشرة أو الانتماءات الدينية أو الجنس أو المهنة لشخص أو مجموعة من الناس الذي يشكل تحريضا على التمييز أو العداة أو العنف هو خطاب كراهية. يتعرض ضحايا هذا النوع من الخطابات للاعتداء أو الإهانة أو الإذلال. في بعض الحالات المتطرفة، يتم استهداف هؤلاء في إطار أعمال عنف مثل دعوات القتل.

خطاب الكراهية على الإنترنت

منصات الواب الاجتماعية هي مساحات تروج لخطاب يحث على الكراهية. وفقاً لليونسكو، تكشف هذه الظاهرة "بوضوح أن التكنولوجيات تنطوي على قدرة على التغيير مثل ما هو الحال بالنسبة لشبكة الإنترنت فهي، في الآن ذاته، مصدر لإمكانات جديدة ومشاكل جديدة، الأمر الذي يتطلب الحفاظ على توازن دقيق بين الحقوق والمبادئ الأساسية، ولا سيما حرية التعبير والدفاع عن كرامة الإنسان".¹

هناك عدة أسباب تفسر ظهور وانتشار خطاب الكراهية والتمييز عبر الإنترنت فيصبح من الضروري إذا مواجهتها من أجل حماية أنفسنا ومجتمعنا وديمقراطيتنا! وفقاً لمقرر الأمم المتحدة الخاص المعني بحرية الرأي والتعبير، فإن "الكراهية عبر الإنترنت ليست أقل ضرراً مجرد أنها مرتبطة بالعالم الافتراضي. على العكس من ذلك، بحكم سرعة انتشارها عبر الإنترنت وسعة نطاقها، يمكن أن تضر على ضرر جسيم خارج شبكة الإنترنت، وهي تهدف دائماً تقريباً إلى إسكات الآخرين".²

الوقاية من خطاب الكراهية

إن التصرف بمسؤولية تجاه أنفسنا والآخرين لا يعني بالضرورة أن نصبح "كارهين/كارهات للتكنولوجيا"، ولكنه يتطلب استخدام أدوات الشبكة مع الوعي الكامل بالعواقب الشخصية والسياسية والاجتماعية التي تنطوي عليها.

أحياناً، لا تكفي حماية نفسك من خطاب الكراهية عبر الإنترنت. في حالات معينة، يجب أن تَمُرَّ إلى مرحلة الفعل. فيما يلي بعض الإجراءات التي يمكننا اتخاذها إذا كنا ضحايا أو شهوداً على أي شكل من أشكال خطاب الكراهية:

1. مواجهة خطاب الكراهية على الإنترنت، اليونسكو، 2015.

2. أخبار الأمم المتحدة، خطاب الكراهية عبر الإنترنت: فشل الحكومات والشركات، 2019.

1 لا تقع بي في فخ الرد بالمثل، بطريقة عدوانية أو مؤذية، فهذا لن يؤدي إلا إلى مزيد تأجيج خطاب الكراهية.

2 أجب/أجيبني بشكل واضح واصفا/واصفة المحتوى بأنه من قبيل: «إثارة النعرات الجهوية» أو «عنصريا»، أو «إنه يمثل تمييزا على أساس الجنس»، أو «أنه ازدراء أيديولوجي»، إلخ.

3 التقط بي صور للشاشة مع التواريخ والوصلات URL (الرابط في شريط الارتباط) التي يمكن استخدامها كدليل.

4 لا تُجب/تجيبني على رسائل الكراهية التي تردك على الخاص.

5 حظري المستخدمين/المستخدمات الذين يستخدمون خطابا يُحُض على الكراهية.

6 قُم بالإبلاغ عن الملفات الشخصية والمجموعات والصفحات للمشرفين أو المسؤولين عن المنصات والمواقع الإلكترونية.

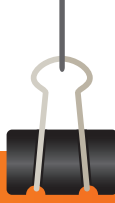
7 وثّق بي الاعتداء الذي يحدث على الإنترنت بالاستعانة بعدل إشهاد وقدم بي شكوى إلى السلطات العامة في أقرب الأجل.

8 اطلب المساعدة من الأشخاص المرجعيين (المعلمون، الأولياء، إلخ).

9 قُم/قومي بتحسيس المحيط الذي تعيش/تعيشين فيه.

لمعرفة المزيد، اتبع الرابط التالي:
[اليونسكو ، مكافحة خطاب الكراهية على الإنترنت](#)





التمرين عدد 10: خطاب الكراهية والتمييز عبر الإنترنت: كيف أستطيع حماية نفسي؟

سؤال 1:

برأيك، لماذا تشجع منصات الواب الاجتماعية التمييز وخطاب الكراهية؟

- أ - لأنها تروج للكبت والإحباط نظرا لانعدام المواجهة المباشرة بين الناس.
- ب - لأن الكثير من الناس يجهلون حدود الخطاب البغيض والتمييزي.
- ج - لأن مستخدمي/مستخدمات الإنترنت، في كثير من الأحيان، لا يعرفون كيف يتفاعلون مع خطاب الكراهية.
- د - بسبب الشعور بعدم المسؤولية عندما يتأتى خطاب الكراهية من حشد من الناس على الإنترنت.
- هـ - لأن خوارزميات منصات التواصل تعزز الاحتقان الاجتماعي.



هل تعرف حقًا ما هو خطاب
الكراهية عبر الإنترنت؟

سؤال 2:

هل تعرف حقاً ما هو خطاب الكراهية عبر الإنترنت؟

- أ - كل دعوة إلى الكراهية على أساس قومي أو عنصري أو ديني، والتي تشكل تحريضاً على التمييز أو العداوة أو العنف.
- ب - قاعدة أو إجراء أو تدبير ملموس يُقر صراحة عدم المساواة في المعاملة.
- ج - عدد لا بأس به من الرسائل أو التعليقات الخاصة العدوانية أو التي تهدد أو تمس من كرامة الإنسان.

سؤال 3:

برأيك، كيف نحمي أنفسنا من التمييز وخطاب الكراهية؟

- أ - من خلال تجنب نشر بياناتنا الخاصة على الإنترنت وخاصة على منصات الواب الاجتماعية.
- ب - تجنب مشاركة آرائنا بان دفاع أو بدون تفكير.
- ج - التعامل باحترام مع الآخرين وتجنب العدوانية.
- د - عن طريق حذف جميع حساباتنا على منصات الواب الاجتماعية.





MANIPULATION

7. القلاعب

السياسي عبر
الإنترنت

يمكن التأثير على رؤية الناخبين/الناخبات لمسألة سياسية وإقناعهم من خلال طرق مختلفة يُلخّصها الجدول الآتي. وأحيانا لا ينتصر في الجدل من يمتلك الموقف الصحيح، بل من يُتقن استعمال الحيل والمغالطات.

| الهدف | الأدوات | الطريقة |
|---|--|---|
|  إقناع المحاور أو المحاورة |  الحُجج |  الاقناع |
| الحصول على فائدة من المحاور أو المحاورة | خُدع عاطفية | الإغراء |
| مغالطة أو توجيه محاور أو محاورة حول واقع ما | خُدع شبه منطقية | التلاعب |

إنَّ **الحجّة استدلال** يهدف إلى إثبات أو دحض رأي، وهي تستند إلى الوقائع، والوقائع لا تقبل الدحض. تستدعي الحجّة المنطق والعقل. و**الخدعة** حيلة للإقناع حين لا تتوفر لنا حجج. إنها تلاعب بالواقع يستعمل العاطفة.

يجب على المواطنين/المواطنيات الذين يريدون تجنب التلاعب بهم أن يحسنوا التفريق بين الحجج والحيل حتى لا يتم خداعهم. أكد الفيلسوف "أ. شوبنهاور" أنه يجب على المرء أن يعرف الخدع غير النزيهة لمعرفة كيفية التعامل معها¹.

فيما يلي قائمة لبعض الخدع التي عددها شوبنهاور. ستمكّن معرفتها من تجنب التلاعب بنا عبر الإنترنت:

- **حجّة الشعبوية**: هي خدعة توشي بأن قولاً ما صحيح لأنّ عدداً هاماً من الأشخاص يعتبرونه صحيحاً.

1. أ. شوبنهاور، فن أن تكون على حق على الدوام، 1864

- **التهجّم على الشخص:** في هذه الحالة، فإنّ الشخص هو الذي يتعرّض إلى التهجّم لا حُجّة. ويمكن للتهجّم المقصود أن يتعلّق بجوانب عديدة تخصّ شخصه مثل طبعه أو جنسيّته أو علاقاته بالموضوع المعنيّ أو سنّه.
- **الإلهاء:** عندما يدرك شخص أنّه يقول أشياء خاطئة فينحرف بالموضوع نحو موضوع آخر مختلف تمام الاختلاف، وكأنّ لذلك الموضوع الآخر علاقة بالنقاش.
- **التعميم المفرط:** يتمثّل في استخلاص نتيجة عامّة انطلاقاً من تجربة أو عيّنة محدودة بدل اعتماد حجة قويّة أو حجة مقنعة لدعم قول ليس دائماً صحيحاً.



التمرين عدد 11: الإقناع أو التلاعب: كيف تُميز بينهما؟

السؤال:

هل يمكنك التعرف على أي حيل مما يلي؟

- أ - الاعتداء على خصمه السياسي انطلاقاً من طريقة لباسه.
- ب - الاعتماد على الإحصائيات الوطنية لتبرير قرار سياسي.
- ج - التركيز على شكل السؤال لتجنب الإجابة عليه.



8. غرف الصدى والفقاعات المعرفية والتطرّف الخوارزمي



الخوارزميات التنبؤية

تسعى منصات الشبكات الاجتماعية إلى جذب اهتمام المستخدمين/المستخدمات وإبقائهم أكثر وقت ممكن أمام الشاشات. في هذا الصدد يؤكد "م. هاستنغز" (M. Hastings) رئيس موقع البث الشهير، نيتفليكس (Netflix): "هل تعلمون، فكروا في الأمر، عندما تشاهدون برنامجاً من برامج نيتفليكس وتصبحون مدمنين عليه، تظلون مستيقظين إلى وقت متأخر من الليل... نحن نتنافس مع النوم...". وقد أعلن "هاستنغز" (M. Hastings) عن إنشاء تقنية جديدة قادرة على تقليص نوم مستعملي/مستعملات شبكة الإنترنت حتى يستهلكوا/يستهلكن المزيد من المحتوى على المنصة!

من أجل جذب انتباه مستخدمي/مستخدمات الإنترنت وإبقائهم/إبقائهن على الشاشات لأطول فترة ممكنة، تعمل منصات الواب الاجتماعية وفقاً لخوارزميات الكمبيوتر التي تحدد المحتوى الذي من المرجح أن يجذب انتباههم/انتباههن من خلال تحفيزهم/تحفيزهن، بداية بإثارة **المشاعر السلبية**، مثل الخوف أو الغضب أو الازدراء أو الاشمئزاز، بعد ذلك **المشاعر الإيجابية**، مثل عامل المفاجأة والفرح.

تحلل الخوارزميات بصمت كل إجراء يقوم به المستخدمون والمستخدمات: الإعجابات، المشاركات، التعليقات، الكلمات الرئيسية التي تم البحث عنها أو عمليات الشراء عبر الإنترنت. تقوم أيضاً بتحليل العادات بحسب فترات اليوم أو عندما تقوم المستخدم.ة بإبطاء سرعة تمرير ما تعرضه الشاشة لعرض صورة ما مثلاً.

من كل هذه البيانات، تشتق الخوارزميات **ملامح نفسية** وتقوم **بتحليلات تنبؤية**، بمعنى أنه يمكنها التنبؤ بردود فعل كل مستخدم.ة بطريقة مخصصة وفقاً للمحتوى الذي سيُقدم له.ا.

وبالتالي، **لا يمكن اعتبار الخوارزميات برامج كمبيوتر محايدة**، فلها أيضاً عواقب سياسية كبيرة فهي تشارك، من بين أمور أخرى، في خلق "غرف الصدى".

معرفة المزيد، اتبع الروابط التالية:

تدقيق مسارات التطرف على موقع يوتيوب
<https://arxiv.org/abs/1908.08313>



كان كالب كاين طالباً جامعياً ترك الجملة ليجت من اتجاه. التفت إلى موقع يوتيوب

<https://www.nytimes.com/interactive/2019/06/08/technology/youtube-radical.html>

تحليل كمي لترويج يوتيوب لفيدوهات المؤامرة (بالنظر إلى مدة الفيديوهات)
<https://farid.berkeley.edu/downloads/publications/arxiv20.pdf>

"ذيرتيوب": أداة لفهم كيفية عمل خوارزمية يوتيوب
<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1721350/theirtube-algorithme-youtube-recommandations-comprendre-conspirationnisme-theorie-complot-radicalisation>

إليك كيف يمكن ليوتيوب أن يجعلك متأمراً
<https://ici.radio-canada.ca/nouvelle/1087664/voici-comment-youtube-pourrait-vous-rendre-conspirationniste>

1. يصرح، ريد هاستينغز، الرئيس التنفيذي لنتفليكس إن أكبر منافس لشركته هو النوم.

غرف الصدى والفقاعات المعرفية والتطرّف الخوارزمي

غرف الصدى هي عبارة عن **حلقة خوارزمية مفرغة** تعرضنا في المقام الأول لمحتوى يعزز معتقداتنا السياسية حتى عندما تكون مبنية على أخطاء في التفكير أو الإدراك الانفعالي الوهمي¹.

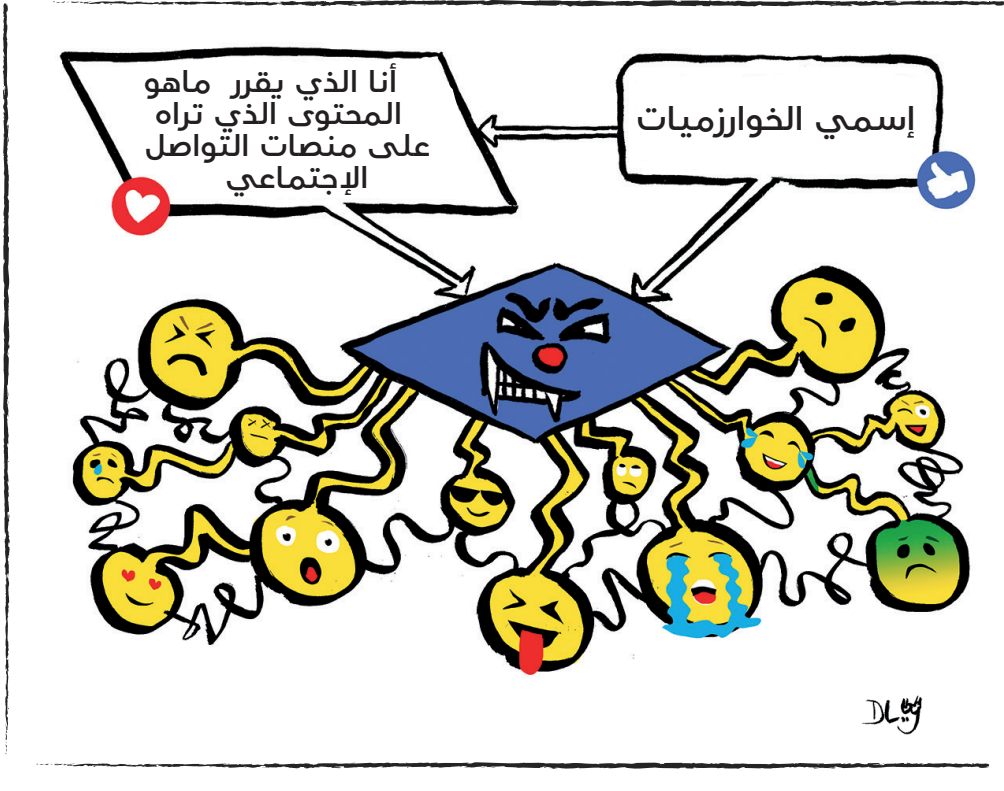
يحتاج المواطنون/ المواطنات، في ظلّ الديمقراطية، إلى تطوير حسّ سياسيّ نقديّ وأن يتحدّوا معتقداتهم السياسيّة عن طريق مقارنة وجهات نظر مختلفة، وذلك بغاية تشكيل رأي مُستنير. كوننا معرّضين/ معرّضات إلى محتوى يعزّز معتقداتنا السياسيّة، فحسب، له مضاعفات خطيرة على النقاش العام².

ولغرف الصدى دورها عواقب على مآلات الديمقراطيات فهي تساهم في خلق **فقاعات إعلامية سياسية** أو جماعات «فيما بيننا». وهي **مجموعات رأي تزداد استقطابا وانقسامًا أوجدتها الخوارزميات** من خلال آليات غرف الصدى تلك. هذه الفقاعات لا تساهم في المواجهة بين الأفكار والبرامج السياسية، وهي المواجهة الضرورية للحياة الديمقراطية. بل على العكس من ذلك، فإنّها تعزل المواطنين/المواطنات عن بعضهم/بعضهنّ البعض في زوايا مغلقة، كما لو أنّهم/أنّهنّ يعيشون/يعشن في عوالم موازية، ولهذا نتحدث عن **التطرّف الخوارزمي**.

1. أنجيليك غوزلان، "فيسبوك: من المجتمع الافتراضي إلى الكراهية" في تويك 1/2013 (رقم 122)، ص. 121 إلى 134

2. نيكولاس فاندريبيست، "المؤسسات الديمقراطية: تأثير الشبكات الاجتماعية أثناء الانتخابات الرئاسية" في الدفاع السبراني، 2018، ص.

الصفحات 181 إلى 188

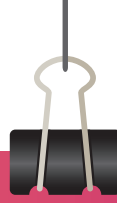


لمعرفة المزيد، اتبع الروابط التالية:

تدقيق مسارات التطرف على موقع يوتيوب

<https://cerclesdescommunicants.com/2018/04/03/radicalisation-politique-communication-politique-numerique-reseaux-sociaux/>





التمرين عدد 12: غرف الصدى، الفقاعات المعرفية والتطرف الخوارزمي

سؤال 1:

من برأيك يقوم باختيار المحتوى الذي يظهر في ملف الأخبار الخاص بك؟

- أ - إنه المحتوى الأكثر شيوعاً الذي يظهر أولاً في ملف الأخبار الخاص بك.
- ب - إنه المحتوى الذي يشاركه أصدقاؤك، في الحياة الواقعية، والذي يظهر أولاً في ملف الأخبار الخاص بك.
- ج - إن الخوارزميات هي التي تختار المحتوى الذي من المرجح أن يلفت انتباهك عن طريق إثارة مشاعرك، والتي غالباً ما تكون سلبية.

هل لديك فكرة عن النتائج
السياسية للخوارزميات
التنبؤية؟



سؤال 2:

ما هي ظاهرة غرفة الصدى؟

- أ - إنها حقيقة أن الخوارزميات تعرضنا في الأولوية للمحتوى الذي يعزز معتقداتنا السياسية.
- ب - إنها الأعطال في ملف أخباري التي تتسبب في ظهور نفس المنشور عدة مرات على التوالي.
- ج - إنها الأجهزة التي تستمع إلى محادثاتنا عبر الإنترنت دون علمنا.



سؤال 3:

ماهي الفقاعات المعرفية؟

- أ - هي فقاعات المحادثة الصغيرة التي تظهر عندما يتحدث معي شخص ما.
- ب - إنها الأعطال في ملف أخباري التي تتسبب في ظهور نفس المنشور عدة مرات على التوالي.
- ج - هي مجموعات رأي سياسية متحزبة ومنقسمة بشكل متزايد تم إنشاؤها بواسطة الخوارزميات بسبب غرف الصدى.

9. الإثهار السياسي دقيق الاستهداف والبيانات الشخصية



يمكن للفاعلين/الفاعلات في الحملات الانتخابية اختيار اقتناء مساحة بثّ على منصّات الواب الاجتماعيّة لبيث رسائلهم/رسائلهن إلى عموم المواطنين/المواطنات المستخدمين/المستخدمات لهذه المنصّات أو لمجموعات المواطنين/المواطنات المستهدفين/المستهدفات بالحملة، حتّى إذا لم يكونوا مشتركين/مشاركات في حسابات الحزب وصفحاته أو في حسابات المترشح المعنيّ/المترشحة المعنيّة وصفحاته.1. وقد أصبحت هذه الممارسة متواترة أكثر فأكثر. ويشير بعض المحللين/المحللات إلى أنّ الميزانيّات التي تنفق على مختلف منصّات الاتّصالات الرقميةّ ووسائل الإعلام سوف تفوق الميزانيّات التي تنفق على الإعلانات التلفزيونيّة¹ بنهاية عام 2024.

يتميّز الاتّصال الإعلانيّ المطبوع أو الإذاعيّ أو التلفزيونيّ بتفاعل محدود، إذ لا يمكن للمتلقّي، دون أن يكون سلبيّاً، أن يتفاعل/تتفاعل إلا من خلال فرز كمّ الرسائل الموجهة إليه.1. أمّا بالنسبة إلى الاتّصال الرقميّ، فقد أتاح للبيث كما للمتلقّي، إمكانيّات أكبر للتفاعل. فبعض منصّات الواب الاجتماعيّة تقدّم صيغة إعلانات سياسيّة شديدة الخصوصيّة: الإعلانات الممولة.

يستخدم **الإعلان الممولّ** الذي يحمل الاسم التجاريّ «**منشور مدعوم**» تنسيقات محتوى مطابقة للمنشورات التي يشاركها مستخدمو/مستخدمات الإنترنت على منصّات الواب الاجتماعيّة: صور، منشورات، صور فوتوغرافيّة، رسومات، إلخ. وهذا التشابه بين المحتويات التي يشاركها مستخدمو/مستخدمات الإنترنت وتنسيق الإعلانات **يُصعب التعرّف عليها من قبل المستخدم**. ولا يمكن التعرّف على الطبيعة الدعائيّة للمنشورات المعنيّة إلا من خلال إشارات خفيّة. وبعبارة أخرى، فإنّها تسعى إلى أن تلتبس بالمحتوى الكلاسيكيّ ممّا يثير تساؤلات حول شفافيّة هذه الممارسة الإشهاريّة.

ولا توجد، في هذه المرحلة، أدلّة علميّة تثبت نجاعة هذه الإعلانات في الترويج لقوّة سياسيّة. ومع ذلك، فقد ثبت أنّ الحملات السلبيّة، التي تنتقد أو تشوّه خصماً سياسيّاً، والتي تلجأ إلى **الإعلانات الممولة دقيقة الأهداف، أي الإعلانات التي تستهدف بشكل دقيق للغاية الناخبات والناخبين** حسب سنّهم أو مكان إقامتهم أو مهنتهم مثلاً، تشكل تحديّاً حقيقيّاً للديموقراطيّة.

الحملات السلبيّة على شبكة الإنترنت

هي عملية إنشاء مواقع إخباريّة مزيفة، منها ما يعود إلى عدّة سنوات، بمنطق شبيه بمنطق «الخلايا النائمة» والتي يتمّ تنشيطها في الوقت المناسب، وهي ممارسة اعتمدها بعض وكالات الاتّصال والعلاقات العامّة. وهذه الممارسة تفتتح شكلاً جديداً للدعاية يمكن اعتباره صيغة جديدة للإعلان السياسيّ (البروباجاندا) يقوم بها الأفراد والوكالات الذين ينشطون خلف المواقع الإخباريّة المزيفة، طوعاً، عبر التشهير والإساءة إلى صورة الأحزاب والمترشحين/المترشحات المنافسين لعملائهم. سنتناول «عملية قرطاج» كدراسة حالة لهذه الممارسة.

1. كريستينا هولتز باشا ، ماريون أر جست ، دليل روتليدج للإعلان السياسي ، 2017 ، ص 22

عملية قرطاج هي حملة واسعة من التضليل الإعلامي والتدخل السياسي انتهت بحذف فيسبوك لـ 446 صفحة و182 حساباً و96 مجموعة و60 مناسبة و209 حساب انستغرام. ومنفذ المشروع لحملة التضليل هذه هي وكالة الذكاء الرقمي والتأثير (UReputation) التونسية المتخصصة في «التأثير السبيراني». ويتعلق الأمر، خلف هذه التسمية المجردة، بوكالة متخصصة في العلاقات العامة والدعاية في مجالات واب المعلومات والواب الاجتماعي.

وعملياً، تتوزع استراتيجيات الإعلان الكامنة وراء العمليات، مثل «عملية قرطاج» إلى ثلاث مراحل:

1. تتمثل المرحلة الأولى في إنشاء حسابات مزيفة وصفحات مزيفة (فكاهة، رياضة، صحّة، إلخ.) ومواقع معلومات/صفحات مزيفة (مثل: أخبار مغاربية، الملاحظ الطوغولي، أخبار غينيا، مجلة إفريقيا) بغاية خداع مستعملي/مستعملات الإنترنت، وتقلد هذه المواقع الهوية البصرية والأسلوب التحريري لمواقع المعلومات والصفحات المعروفة.
2. تتمثل المرحلة الثانية في استمالة أكبر عدد ممكن من الجمهور من خلال تناول المواضيع العامة من قبل الصفحات والمجموعات ومواقع المعلومات المزيفة (فكاهة، صحّة، رياضة، سياحة).
3. تتمثل المرحلة الثالثة في بثّ محتوى سياسي يُدين المترشّح المنافس/المترشّحة المنافسة لصاحب المشروع، الذي تعمل مؤسسة الدعاية لفائدته، من خلال رعاية محتويات لكي تُنشر على نطاق واسع على فيسبوك الذي أكد أن وكالة الذكاء الرقمي والتأثير (UReputation)، على سبيل المثال، أنفقت 330.000 دولار أمريكي في عملية الدعاية (حوالي مليون دينار).

لكنّ العمل الدعائي لم يتوقّف عند هذه الممارسات. فمن أجل المزيد من التلاعب بالناخبين/الناخبات، أنشأت المؤسسة موقعا مزيفاً لتدقيق الحقائق «التحقّق من الأخبار المزيفة» (Fake News Checking)، وصفحة فيسبوك مزيفة، إضافة إلى حسابات توتير مزيفة تحمل نفس الاسم تدّعي فرز المعلومات الحقيقية من المعلومات المزيفة. والواقع أنّ هذه الوسائط كانت تنشر معلومات مواتية لأحد المترشّحين وغير مواتية لمنافسيه.

الإشهار السياسيّ دقيق الاستهداف والبيانات الشخصية

لا يخلو الاستهداف الدقيق عبر الإنترنت من خطر على الديمقراطية، فلم تعد البيانات فقط هي التي تُحلل لإنتاج الرسائل الانتخابية الملائمة للجمهور المستهدف، بل أصبحت السلوكيات هي كذلك تُحلل بهدف تعديلها.



تقوم المؤسسات بمعالجة البيانات الضخمة وتحلل السلوكيات بفضل تقنيات جمع وتحليل البيانات التي توفرها لها منصات الواب الاجتماعي، وبذلك تمكن مؤسسات أخرى متخصصة في الاتصال السياسي من تكوين ملفات الناخبين/الناخبات النفسية والتأثير على الحالة الذهنية للجماهير الانتخابية (واستهداف كل فئة منهم بشكل محدد بدعايات ممولة متناسبة مع هذا التحليل النفسي، وهذا هو الإشهار دقيق الاستهداف).

وقد أجرى فيسبوك عديد التحديثات على خوارزمياته للحد من خسارته في عدد المشتركين/المشتركات، ليضمن عدم اتصالهم بالمحتوى والأفكار التي لا تتوافق مع أنماط تفكيرهم أو نمط حياتهم. تخلق خيارات المحتوى هذه فقاعات معرفية تقسم الناخبين/الناخبات إلى مجموعات صغيرة لا تتصل ببعضها البعض. تجدر الإشارة إلى أن ذلك لا يخلو من عواقب بالنسبة إلى النقاش العام، لا سيما في تونس.

ولقد اكتشف باحثون جامعيون سويسريون وبرازيليون وأمريكيون أنّ خوارزميات بعض منصّات الواب الاجتماعيّة، ومنها يوتيوب قد تكون سببا في تطرّف المواطنين/المواطنات¹.

لمعرفة المزيد:

عملية قرطاج: كيف سیرت شركة تونسية عمليات التّأثير في انتخابات رئاسية في إفريقيا

<https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/operation-carthage-how-a-tunisian-company-conducted-influence-operations-in-african-presidential-elections/>



وزارة العدل و مكتب التحقيقات الفيدرالي يقومون بالتحقيق في كامبريدج أناليتيكا، صحيفة نيويورك تايمز

<https://www.nytimes.com/2018/05/15/us/cambridge-analytica-federal-investigation.html>

1. مانويل هورتا ريبيرو، رافائيل أوتوني، روبرت ويست، فيرجيليو إيه إف ألميدا، وفاجنر ميرا. 2020. تدقيق مسارات التطرف على موقع يوتيوب. في مؤتمر حول العدل والمساءلة والشفافية، 27 - 30 جانفي 2020

التمرين عدد 13: عندما أقوم بحماية بياناتي الشخصية، فأنا أقوم بحماية الديمقراطية

من أجل حماية الديمقراطية والعمليات الانتخابية، من الضروري حماية بياناتنا الشخصية!

لكن هل تعرف ماهي بياناتك الشخصية الموجودة على فيسبوك؟



يعرف فيسبوك إلى من تحدثت في كل لحظة من حياتك منذ التاريخ الذي قمت فيه بالتسجيل على المنصة. إنه يعرف قائمة أصدقائك، والصور ومقاطع الفيديو التي تطلع عليها، كما يعرف الأماكن التي زرتها، والمنشورات التي "أحببتها"، وجميع التعليقات التي تركتها، وما إلى ذلك.

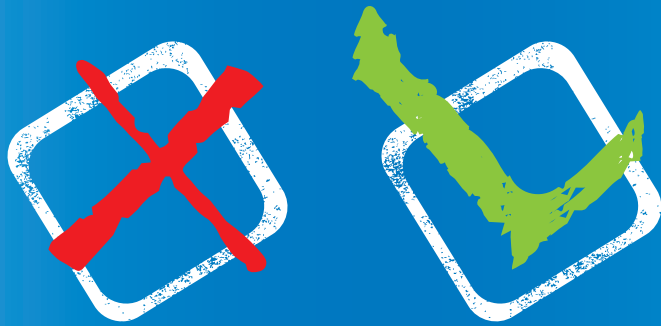


أليس ذلك مُبهرًا بالفعل؟
إن معرفة أننا نترك الكثير من البصمات الرقمية من شأنه أن يحفزنا على التفكير في خصوصيتنا الرقمية

سؤال:

هل تعرف كيفية تعديل حساب فيسبوك الخاص بك لتتمكن من حماية بياناتك الشخصية من خطر التلاعب بها؟

10. الدعاية الشعبية
الزائفة: الحقيقي من
الزائف في الحركات
الاجتماعية على شبكة
الإنترنت وفي الممارسة
النضالية



الدعاية الشعبية الزائفة

الدعاية الشعبية الزائفة أو ما يصطلح على تسميته باللغة الإنجليزية بـ «التسويق الماكر» هي حملة تشويش منظمة من قبل مجموعة سياسية أو شركة متخصصة في الدعاية ولكنها تعطي انطباعاً بأنها تمثل حركة اجتماعية عفوية. وقد لوحظت هذه الظاهرة لأول مرة في عام 1986 من قبل السناتور الأمريكي «إل إم بنتسن»¹. ويقدم «بريوك ليتس» تقريراً حول هذا الموضوع: «بينما كان السناتور يضع تشريعاً جديداً يهدف إلى الترفيه في ضريبة موظفة على المشروبات الروحية، تلقى عدداً غير مألوف من الرسائل يُزعم أنها محررة من قبل مواطنين من ولايته وكانت كل هذه الرسائل متشابهة من جميع النواحي وتميزت بمعارضة عامة لهذه الضريبة... وأتضح فيما بعد أنّ شركات صناعة الكحول هي التي حررت هذه الرسائل. من أجل طمأنة ناخبيه، أعلن «ل.م. بنستان» أنه كان قادراً على التمييز بين رسائل الدعاية الشعبية الزائفة وتلك الصادرة عن الحركات الاجتماعية الحقيقية»².



كيف تعمل استراتيجية التلاعب هذه؟

يتم تنفيذ الدعاية الشعبية السياسية الزائفة من خلال حسابات شخصية وصفحات ومجموعات مزيفة تنشئ وتشارك محتوى في شكل شهادات إيجابية زائفة تجاه القوة السياسية الراعية للحملة، أو سلبية، حيال المعارضين/المعارضات السياسيين للأولى.

من السهل نسبياً إطلاق حملة دعابة شعبية زائفة على الإنترنت. تؤكد الخبرة في المسألة، «صوفي بولاي» أن الأمر ينطلق: «بإنشاء مجموعة وهمية من المواطنين عبر الإنترنت بواسطة صفحة على فيسبوك وحساب تويتر. ونشر بعض المتابعين ثم ننشئ حسابات كامنة تعيد نشر تغريداتنا، وتضمن أن نتحول إلى اتجاه قائم الذات على الشبكات الاجتماعية، وهو ما يُمكن من إثارة اهتمام وسائل الإعلام. كما يمكن كذلك أن نوظف محتجين مزيفين. بتلك الطريقة سيكون كل شيء مهياً للإيهام بأن مواطنين حقيقيين يضعون جهوداتهم على ذمة مشروعنا»³.



لماذا تنجح استراتيجية التلاعب هذه؟

هذه الاستراتيجية تنجح لأن معظم الناس يثقون في حركات المواطنين والمواطنات لتكوين رأي سياسي، فهم يثقون، تلقائياً، في مواطنيهم ومواطناتهم أكثر من ثقتهم في مؤسسة علاقات عامة.

1. بريوك ليتس، «التسويق الماكر»، الصفحة الإلكترونية بيليكسينير. القاموس الموسوعي ونقد الجماهير <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/astrourfing/>

2. المرجع السابق.

3. صوفي بولاي، انتحال الهوية الوطنية في الفضاء العام. التسويق الماكر والتواصل والديمقراطية، جريدة جامعة كويبيك، اتصالات - علاقات عامة، 2015، ص 21.

هذه الاستراتيجية تعمل، أيضا، لدى الحكومات لأنها تميل إلى الإنصات، بعناية شديدة، إلى آراء الحشود على شبكة الإنترنت، كما تجدي نفعاً كذلك مع وسائل الإعلام التي تغطي الحركات الاجتماعية لأنها تتابع باهتمام آخر الأخبار والاتجاهات.



كيف تتعرف على الدعاية الشعبية الزائفة؟

تتشارك حملات الدعاية الشعبية الزائفة في اثنتين من السمات المشتركة التي يمكن أن «تسقط قناع العفوية»:

- **يتم نشر نفس المحتوى من قبل صفحات مختلفة وفي نفس اللحظة تقريبا**، مما يشير إلى وجود تنسيق محتمل بين مسؤولي هذه الصفحات أو أن الصفحات قد تنتمي إلى نفس المالك... وعلى سبيل المثال، تظهر الدراسة التي أجرتها الجمعية التونسية من أجل النزاهة وديمقراطية الانتخابات (عتيد) (ATIDE) والجمعية الدولية للتقرير عن الديمقراطية (DRI)، أنه خلال الحملات التشريعية والرئاسية لعام 2019، نشرت 13 شبكة من الصفحات والمجموعات محتويات سياسية متشابهة في فترات زمنية متقاربة، وهذا يشير إلى أن الناخبين والناخبات كانوا هدفا للعديد من حملات الدعاية الشعبية الزائفة. هذا وقد بلغ إجمالي المشتركين في هذه الشبكات ما بين 5 و3 ملايين مشترك.

لمزيد من المعلومات، يمكنك الاطلاع على الدراسة التالية:

رصد الدعاية الانتخابية على مواقع التواصل الاجتماعي (ص 38 إلى 48) - تونس



<https://democracy-reporting.org/wp-content/uploads/2020/02/DRI-SMM-Report-EN-Web.pdf>

- غالباً ما تكون هناك حسابات مزيفة وراء هذه الحملات، ما عليك سوى النقر فوق الملف الشخصي والتحقق مما إذا كان رابط http يطابق اسم الملف الشخصي، أو ما إذا كان الملف الشخصي حديثاً أم أنه يحتوي على أقل من 400 صديق أو إذا كانت صورة الملف الشخصي واضحة وتغطي كامل الوجه وتتعلق بشخص حقيقي.

في الختام، يمكن استخلاص أن الدعاية الشعبية الزائفة تضر بالحركات المواطنة العفوية. فبمرور الوقت، من المرجح أن يصبح الناخبون/الناخبات رُببياً ويسقطون/يسقطن في فخ المؤامرة دون معرفة ما إذا كانوا/كن يشاركون/يشاركون في حركات حقيقية أو ما إذا كانوا وكنّ موضوعاً للتلاعب بهم وبهنّ لأغراض سياسية.

لمزيد الاطلاع:



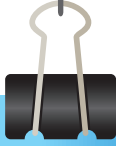
شارون بيدر ، دور «العلاقات العامة» في تصنيع ائتلافات محلية

https://www.researchgate.net/profile/Sharon-Beder/publication/238304605_Public_Relations%27_Role_in_Manufacturing_Artificial_Grass_Roots_Coalitions/links/0deec529fb5d98ae40000000/Public-Relations-Role-in-Manufacturing-Artificial-Grass-Roots-Coalitions.pdf

<https://archipel.uqam.ca/4466/1/D2286.pdf>

انتحال الهوية الوطنية في الفضاء العام. التسويق الماكر والتواصل السياسي

<https://archipel.uqam.ca/4466/1/D2286.pdf>



التمرين عدد 14: عندما أقوم بحماية بياناتي الشخصية، فأنا أقوم بحماية الديمقراطية

سؤال:

خمن ما هو التعريف الصحيح للدعاية الشعبية الزائفة!

الدعاية الشعبية الزائفة هي:

- أ - التظاهر بأنك ناشط سياسي لحزب معين وتنشر معلومات تمس من سمعته.
- ب - استخدام حساب وهمي مشابه لشخصية سياسية ما .
- ج - التشويش هو حملة تضليل تنظمها مجموعة سياسية أو شركة متخصصة في الدعاية ولكنها تعطي انطباعاً بأن الأمر يتعلق بحركة اجتماعية عفوية.

11. أخلاقيات الاتصال السياسي عبر الإنترنت



أخلاقيات الاتصال السياسي

في الوحدات السابقة، تعرضنا لتأثير انحرافات التواصل السياسي عبر الإنترنت عندما لا يحترم هذا الأخير قيم الديمقراطية. تسمى هذه القيم «الأخلاقيات الديمقراطية».

معرفة المزيد، يمكنك الاطلاع على الدراسات التالية:

أخلاقيات التواصل السياسي: حوصلة الدراسة

https://www.flsh.ulaval.ca/sites/flsh.ulaval.ca/files/flsh/communication/recherche/cahier_10_etude_communication.pdf



التحديات المنهجية والأخلاقية المرتبطة بالتحليلات واسعة النطاق

للتواصل السياسي عبر الإنترنت

https://www.researchgate.net/profile/Anders-Larsson/publication/260185604_Methodological_and_Ethical_Challenges_Associated_with_Large-scale_Analyses_of_Online_Political_Communication/links/0deec52ff9esuivez_le_lien_suivantes-Associated-with-Large-scale-Analyses-of-Online-Political-Communication.pdf

يمكن أن يتخذ الافتقار إلى الأخلاقيات في الاتصال السياسي عدة أشكال:

- يمكن أن يتخذ **الكذب السياسي** شكل الخداع أو إخفاء المعلومات أو الوعد الكاذب. تشكل هذه الظاهرة الخطأ الأخلاقي الذي غالباً ما يعاب على الخطاب السياسي. وهذا يقوض رابطة الثقة بين الناخبين/الناخبات والمسؤولين/المسؤولات المنتخبين/المنتخبات، وهو شرط إلزامي لممارسة السلطة من قبل هؤلاء. ومن المألوف أن يستخدم المؤيدون أو المتعاطفون مع مرشح أو مرشحة أو حزب سياسي الأكاذيب التي تروجها قيادة الحزب من خلال لعبة التلاعب العاطفي، وهي حيلة يُطلق عليها اسم "الدعوة إلى الولاء" والتي تدعي بأن نشر كذبة ما عبر الإنترنت يُمثل شكلاً من أشكال التعبير عن الإخلاص لتلك القيادة. في الواقع، القادة أو الاتصاليون هم الذين يستخدمون هذه الحيلة، ويظهرون بهذا السلوك عدم احترامهم للموالين لهم، وذلك من خلال محاولة التأثير عليهم بهذه الطريقة.

- **الدعاية السلبية** ظاهرة تتم ملاحظتها، بشكل خاص، خلال الحملات الانتخابية. فبدل التركيز على برنامجها الخاص أو علي خصال مترشحيها/مترشحاتها، تركز القوة السياسية على مهاجمة خصومها من المترشحين/المرشحات. وبطبيعة الحال، ليست كل الهجمات متعارضة مع الممارسة الأخلاقية للاتصال. لذلك فإن نقد السلطات العامة ممارسة ديمقراطية لا غنى عنها من أجل صالح الدول، إذا كان هؤلاء المنتقدون مهتمين بحصيلة أعمال المرشح، بنزاهته. أثناء ممارسة السلطة، أو بشكل عام، بحياته العامة.

إن **الحياة العامة لشخصية سياسية** تشمل جميع أنشطته المهنية أو أنشطته التي تؤثر على الحياة العامة أو السياسات العامة للبلد (الصحة، التعليم، إلخ). تهتم هذه المعلومات المجموعة الوطنية ويمكن أن تكون موضوعاً لانتقادات من طرف المواطنين/المواطنات.

بعض الانتقادات الأخرى لا تندرج في إطار الأخلاقيات الديمقراطية مثل:

- التهجم على دين المرشح/المرشحة أو المنطقة التي ينتمي/تنتمي إليها أو أيديولوجيته.1.
- انتقادات للحياة الأسرية للمرشح أو هواياته، التي تمثل جزءاً من حياته الخاصة.

الحياة الخاصة ليس مجرد مفهوم، فهي حق يضمنه القانون لكل مواطن/مواطنة، بما في ذلك الشخصيات العامة.

تتمثل ردود الفعل الفضلى للتواصل النضالي خلال الحملات الانتخابية فيما يلي:

1. التحقق من المصادر قبل التعليق أو مشاركة المحتوى السياسي.
2. التساؤل ما إذا كانت المعلومات التي سيتم التعليق عليها أو مشاركتها هي جزء من الحياة الخاصة أو الحياة العامة للشخص المعني بالأمر.
3. احذر من الحملات السلبية، فغالباً ما لا يكون للقائمين على الحملات السلبية سجل سياسي متماسك أو مشروع للدفاع عنه، ولهذا ينتهي بهم الأمر بالتهجم على خصومهم السياسيين.
4. إعادة تأطير النقاش حول الأفكار والبرامج السياسية عندما ينحرف عن مساره نحو انتقاد خصوصية السياسيين.



التمرين عدد 15: سلوكي كناشطة عبر الإنترنت: قضية متعلقة بالأخلاقيات

سؤال 1:

ما هي برأيك الإشكاليات التي يسببها الافتقار إلى الأخلاقيات في الاتصال السياسي عبر الإنترنت؟

- أ - الكذب
- ب - الاشهار السلبي
- ج - التلاعب بالأراء

سؤال 2:

ما هي برأيك أشكال التهجم المشروع؟

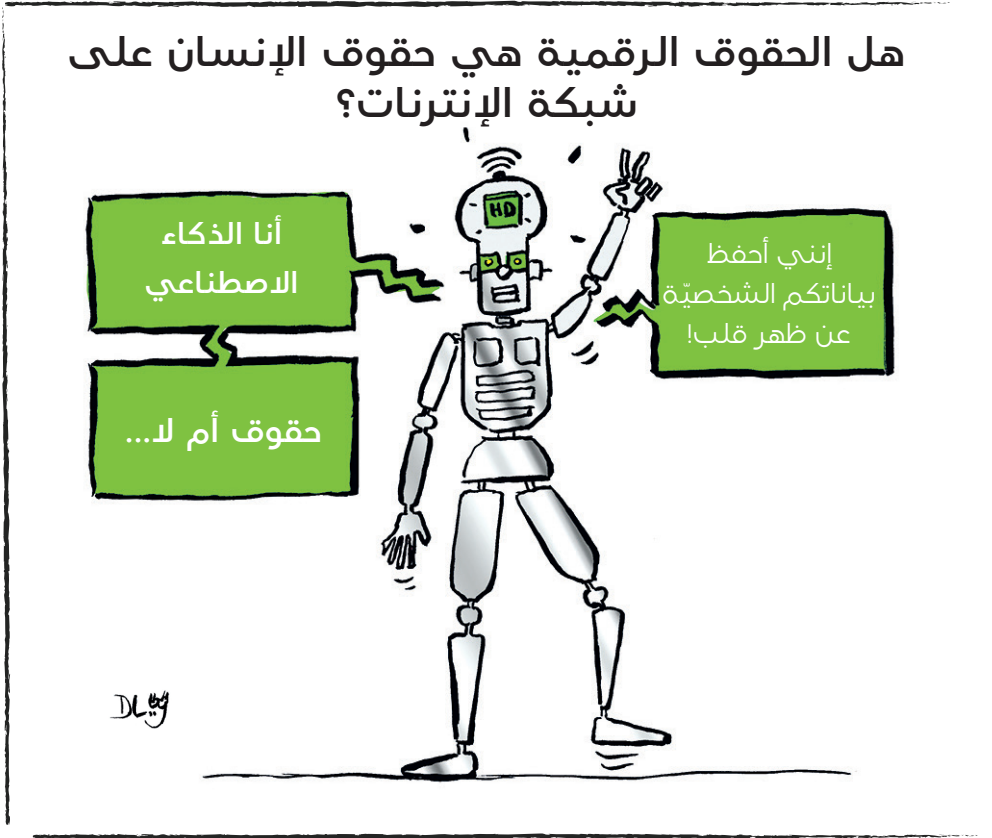
- أ - انتقادات لحصيلة انجازات مُنتخب أو مُنتخبة منتهية ولايته/ولايتها
- ب - انتقادات لسلوك مرشح أو مرشحة ما مع أبنائه/ أبنائها
- ج - التهجم على ديانة مرشح أو مرشحة ما
- د - تصوير فيديو لمرشح أو مرشحة ما وهو/وهي بصدد تناول العشاء مع عائلته/عائلتها في مطعم ويتم التعليق عليه/عليها بشكل سلبي لأنه/لأنها يتناول/تتناول مشروبا كحوليا، مروجين لكون ذلك يخالف أخلاقنا

12. الحقوق الرقمية



الحقوق الرقمية هي من حقوق الإنسان

أقر مجلس حقوق الإنسان التابع للأمم المتحدة في إحدى قراراته أنه «يجب كذلك حماية نفس الحقوق التي يتمتع بها الأشخاص خارج الإنترنت»¹. وهذا يعني أن الأمم المتحدة أوصت بتوسيع نطاق حماية حقوق الإنسان الناتجة عن مختلف الآليات والمعاهدات الدولية لتشمل الفضاء الإلكتروني. تجدر الإشارة إلى أن هذا القرار ليس ملزماً قانونياً للدول الأعضاء في الأمم المتحدة. وقد أدى انعدام إطار قانوني دولي ينظم هذه المسألة إلى قيام كل دولة بتطوير ميثاقها الخاص بالحقوق الرقمية.

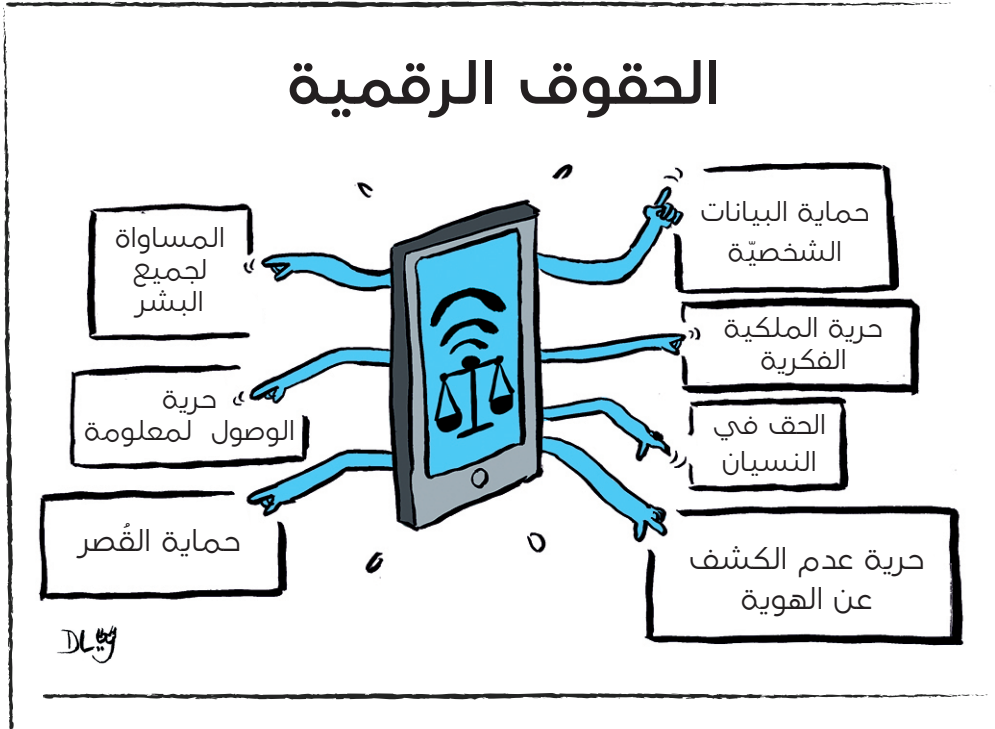


على الرغم من أن التقنيات الرقمية توفر وسائل جديدة لتسهيل التمتع بحقوق الإنسان وممارستها، إلا أنها تُستخدم أيضاً في كثير من الأحيان لانتهاكها. إن القضايا المتعلقة بحماية البيانات والخصوصية، والهوية الرقمية، واستخدام تقنيات المراقبة، والعنف عبر الإنترنت والمضايقات هي قضايا ذات أهمية بالغة خاصة بالنسبة لفعالية الضمانات التي توفرها آليات حماية حقوق الإنسان الحالية.

1. قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة: تعزيز حقوق الإنسان وحمايتها والتمتع بها على الإنترنت.
https://www.article19.org/data/files/Internet_Statement_Adopted.pdf

وفي هذا الصدد، تقول «ميشيل باشيليت» (Michelle Bachelet)، مفوضة الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان: «من المهم الآن أن تقوم الحكومات والمنصات وشركات التواصل الاجتماعي بحماية العناصر الأساسية المكونة للمجتمع الديمقراطي وسيادة القانون وجميع حقوق الإنسان على وجه السرعة عندما نكون متصلين بالإنترنت، فالرقابة والنزاهة والمساءلة هي مسائل لا غنى عنها. ففي مواجهة التقدم الرقمي، سيكون أحد أكبر التحديات التي يواجهها مجتمع حقوق الإنسان هو مساعدة الشركات على تنفيذ الإطار الدولي لحقوق الإنسان في فضاءات لا تزال غير معروفة. ويشمل ذلك وضع توجيهات واضحة بشأن مسؤوليات الشركات بالإضافة إلى التزامات الدول. في أحسن الأحوال، ستعمل الثورة الرقمية على التمكين والتواصل والإعلام وإنقاذ الأرواح. وفي أسوأها، ستضعفنا، وتبعدنا عن بعضنا البعض، وتضللنا وستسبب في خسارة الأرواح، وبإمكان حقوق الإنسان إحداث الفرق في مثل هذه المعادلة».

الفئات المختلفة للحقوق الرقمية



- **الولوج الشامل والمتساوي إلى الإنترنت**: يقر مجلس حقوق الإنسان التابع للأمم المتحدة بأن الحق في الوصول إلى الإنترنت ضروري لتكريس حرية الرأي. يجب أن يكون الناس قادرين على الوصول إلى الإنترنت بغض النظر عن الدخل أو الموقع أو الجنس أو الإعاقة. فالهدف الرئيسي هو ضمان الوصول إلى الإنترنت، وتجنب الفجوة الرقمية، والاستخدام الجيد للشبكة كصالح مشترك للبشرية جمعاء.

- **حرية التعبير والمعلومة والتواصل:** تتعرض حقوق الإنسان الأساسية للتهديد على الإنترنت عندما تحجب الحكومات مواقع الويب أو رسائل البريد الإلكتروني، وتفرض منصات الويب الاجتماعية الرقابة على المحتوى. يمكن اعتبار هذه الأعمال انتهاكا لحرية التعبير وحرية الصحافة والحق في حرية تكوين الجمعيات.
- **الخصوصية وحماية البيانات:** يتعرض الحق في الخصوصية للتهديد على الإنترنت من خلال سرقة الحسابات، والاستيلاء على البيانات الشخصية واستخدامها لتحقيق مكاسب مالية، وما إلى ذلك. يجب أن يكون للمواطنين/المواطنين الحق في مراقبة من يقوم بتخزين بياناتهم الشخصية وكيفية استخدامها، وأن يكونوا/يكن قادرين/قادرات على حذفها في أي وقت. غالبًا ما لا تواكب القوانين الوطنية التي تنظم الخصوصية في العالم الرقمي (في شكل قوانين حماية البيانات أو نقص الرقابة) التكنولوجيا وقد لا تحمي الخصوصية على الإنترنت بشكل فعال.
- **الحق في عدم الكشف عن الهوية:** تشدد مؤسسة الحدود الإلكترونية (Electronic Frontier Foundation) على «وجود عدة أسباب وراء رغبة الأفراد في استخدام اسم مستعار، فقد يكون هؤلاء قلقين بشأن التهديدات التي قد تمس من حياتهم أو سبل عيشهم، كما قد يجدون أنفسهم عرضة للانتقام السياسي أو الاقتصادي أو يرغبون في التصدي للتمييز أو استخدام اسم يسهل لفظه أو تهجته في ثقافة معينة». إن الحق في إخفاء الهوية وتشفير الاتصالات معرض للخطر بشكل خاص في البلدان التي تحظر إرسال الرسائل والاتصالات المشفرة أو التي تستعمل برنامج مراقبة عالمي مثل «بريزم» (PRISM) الذي تجمع وكالة الأمن القومي (NSA) بالولايات المتحدة بموجبه الاتصالات من بلدان مختلفة.

لمزيد من المعلومات، يمكنك قراءة هذه المقالات:

ما نحتاج لمعرفته حول بريزم (برنامج ناسا للمراقبة)

<https://www.eff.org/fr/deeplinks/2013/06/what-we-need-to-know-about-prism>



بريزم، سنودن، المراقبة: 7 أسئلة لفهم كل شيء

https://www.lemonde.fr/technologies/article/2013/07/02/prism-snowden-surveillance-de-la-nsa-tout-comprendre-en-6-etapes_3437984_651865.html

- **الحق في النسيان:** وهو الحق في حذف المعلومات الخاصة بأي شخص من قواعد البيانات والأدلة أو من الإنترنت. هذا الحق معترف به حالياً من قبل الاتحاد الأوروبي في اللائحة العامة لحماية البيانات (GDPR) على أنه «الحق في الحذف». وقد تم استخدامه بالفعل في دول أخرى مثل الأرجنتين والولايات المتحدة وكوريا الجنوبية والهند.
- **حماية القُصر:** يجب ألا تضمن الحكومات حماية الأطفال في الفضاء الإلكتروني من مخاطر مثل استغلال الأطفال في المواد الإباحية فحسب، بل يجب أن تضمن أيضاً توفير الشركات لوسائل ضمان الوصول الآمن دون التعدي على حقوق الأطفال.
- **الملكية الفكرية:** يجب ضمان الاعتراف للمؤلفين بأعمالهم الفنية أو الأدبية والحق في الحصول على أجر مقابل استخدامها، مع ضمان حرية الوصول إلى الأعمال الموجودة بالفعل في المجال العام.

المعوقات التي تحول دون التمتع بالحقوق الرقمية

تتعرض الحقوق الرقمية للتهديد والهجوم من جهات عديدة. يمكننا تحديد العقبان الرئيسية التالية:

• **تقوم الحكومات بشكل متزايد بقمع حرية الإبحار عبر الإنترنت.** فوفقاً لأحدث تقارير الخبراء، فإن حرية الإنترنت في تراجع منذ 10 سنوات¹، حيث يعيش ثلثا مستخدمي الإنترنت في جميع أنحاء العالم الآن في بلدان تخضع لشكل من أشكال الرقابة على الإنترنت. تتخذ الضوابط التي تستخدمها السلطات الوطنية لتقييد الإنترنت أشكالاً عديدة، من حجب المواقع الإلكترونية وفلترتها إلى الضغط على الشركات لإزالة المحتوى الذي تعتبره مثيراً للجدل، إلى اعتقال المواطنين الذين يشاركون أو يتفاعلون مع المنشورات على الإنترنت. يعتبر الحرمان من الوصول إلى الإنترنت مصدر قلق متزايد. أحياناً تجبر الحكومات مقدمي الخدمات على "إيقاف" خدمة الإنترنت، غالباً في الأوقات الحساسة سياسياً مثل الانتخابات أو الانقلابات، كما حدث مؤخراً في ميانمار². يُستخدم الأمن القومي أحياناً كذريعة لانتهاك الحق في الخصوصية أو حرية التعبير. بما أن البلدان في أجزاء مختلفة من العالم تشهد زيادة في الهجمات الإرهابية، فمن الواضح أن الأمن القومي أصبح قضية مهمة. ولكن، كما تمت مناقشته في المنتدى الاقتصادي العالمي، فإن «اللغز يتمثل في معرفة كيفية توفير الحماية مع الحفاظ على الأسس الأساسية لأنظمتنا الديمقراطية كحرية التعبير، وحرية التجمع وتكوين الجمعيات، وقبل كل شيء، الحق في الخصوصية»³.

• **هناك نقص في الشفافية فيما يتعلق بالشركات الخاصة التي تمتلك إلى حد كبير البنية التحتية وخدمات الإنترنت.** تتمتع هذه الشركات التجارية بوصول غير محدود إلى جميع البيانات والمعلومات المتداولة على الإنترنت مثل البيانات المصرفية، وبيانات الشرطة، والخدمات الصحية، وما إلى ذلك، ولكن غالباً ما يكون من الصعب معرفة من هم هؤلاء المالكون بالضبط، وما هي انتماءاتهم السياسية وما إذا كان يمكن الوثوق بهم فيما يتعلق باستعمال تلك البيانات.

• **تقنين البيانات غير كافٍ لحماية الخصوصية.** نظراً لأن الأشخاص يقضون على الإنترنت أوقاتاً ما فتئت تزداد، من التسوق إلى الخدمات المصرفية والتواصل الاجتماعي، فإن بياناتهم تكشف الكثير حول ما يفكرون به ويفعلونه. لذلك، يعتمد الحق في الخصوصية الآن على قوانين حماية بيانات صارمة. ومع ذلك، فإن ما يجعل التقنين أكثر تعقيداً هو أنه في عالمنا المعولم

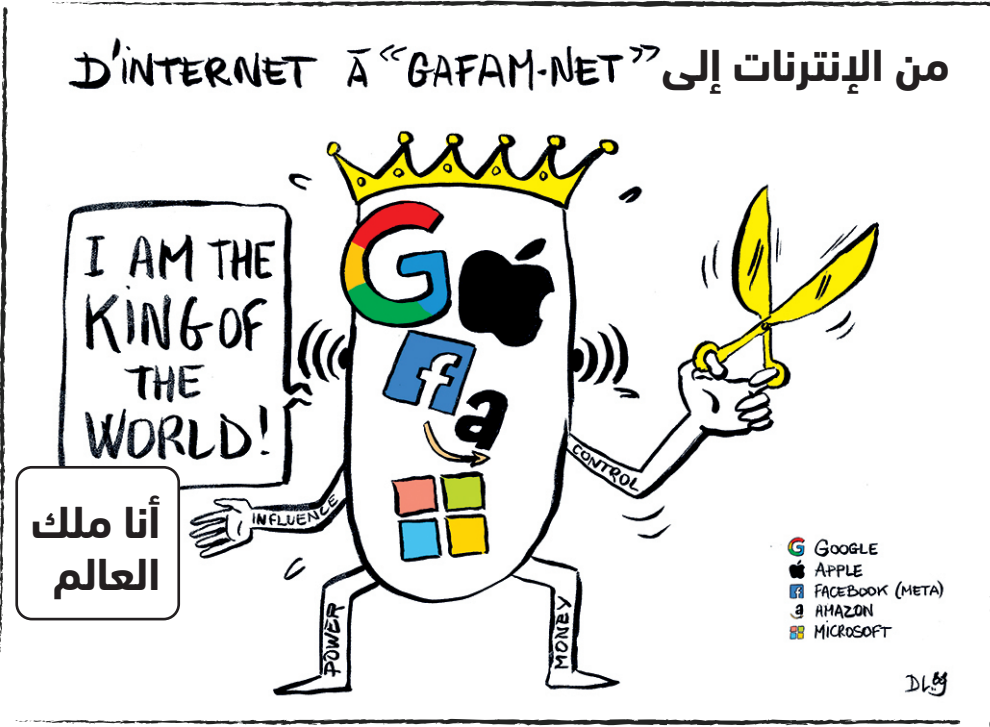
1. إسكات الرسول: تطبيقات الاتصالات و التواصل الاجتماعي تحت الضغط.
<https://freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2016>

2. ميانمار: «الانقلاب سلبنا حقوقنا»: أي شخص مرتبط بالاحتجاجات يتعرض لخطر الاعتقال، ولا أحد يعرف إلى أين سيؤخذون.
<https://iwpr.net/global-voices/myanmar-coup-has-robbed-us-our-rights>

3. هل يمكنك التمتع بالأمان والخصوصية في عصر الإنترنت؟
<https://www.weforum.org/agenda/2015/07/can-you-have-both-security-and-privacy-in-the-internet-age/>

بشكل متزايد، تتدفق كميات كبيرة من البيانات عبر الحدود. لسوء الحظ، كما يؤكد مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية: «إن نظام حماية البيانات الحالي مجزأ للغاية، مع وجود نهج تنظيمية متباينة على المستويات العالمية والإقليمية والوطنية»!

- **تتركز بعض الخدمات في أيدي عدد قليل من عمالقة التكنولوجيا** بفضل اختراهم الافتراضي الشبه كلي للمعلومات، يمكن لعمالقة التكنولوجيا مثل فيسبوك وغوغل وأمازون التأثير على الرأي العام أو التلاعب به عن طريق تغيير المعلومات التي تظهرها الخوارزميات للأفراد وأصبحت «قوة التلاعب» الجديدة أكثر تعقيداً، حيث يلعب فيسبوك دوراً مهيماً بشكل متزايد في نشر المعلومات، سواء كانت صحيحة أو خاطئة.



1. هل يمكنك التمتع بالأمان والخصوصية في عصر الإنترنت؟
<https://www.weforum.org/agenda/2015/07/can-you-have-both-security-and-privacy-in-the-internet-age/>

2. القوة الجديدة للتلاعب: يمكن لجوجل وفيسبوك التأثير على آراء المستخدمين. هذا أمر خطير.
<https://www.dw.com/en/the-new-power-of-manipulation/a-36074925>

- هناك نقص في الوضوح في تحديد المسؤول عن الأخبار المزيفة التي تغرق الإنترنت وكيفية التصرف بناءً عليها. على الرغم من أن الشائعات والمعلومات المضللة كانت منذ فترة طويلة مشكلة على الإنترنت. في أعقاب خروج بريطانيا من الاتحاد الأوروبي وانتخابات 2016 في الولايات المتحدة، تعرض عمالقة التكنولوجيا، وخاصة فيسبوك، لانتقادات كبيرة خاصة بسبب المساعدة التي قدموها في نشر الأخبار الزائفة¹.
- يوجد مجموعة من التحديات الأخرى، مثل المتصيدين عبر الإنترنت، وقوانين الجرائم الإلكترونية، والاحتفاظ الإلزامي بالبيانات، ومسألة حياد الشبكة، وعملية التتبع عبر الإنترنت، وما إلى ذلك.

1. يقول الخبراء إن فيسبوك لن يحظر منشورات الأخبار المزيفة لأنه ليس لديه حافز.
<https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/15/facebook-fake-news-us-election-trump-clinton>

التمرين عدد 16: حقوق الرقمية

سؤال 1:

هل تُعتبر الحقوق الرقمية حقوق إنسان؟

- نعم .
- لا .

سؤال 2:

أي من المقترحات التالية يتعلق بالحقوق الرقمية؟

- أ - الوصول الشامل والمتساوي إلى الإنترنت
- ب - حرية التعبير والمعلومة والتواصل
- ج - السرية وحماية البيانات الشخصية
- د - الحق في عدم الكشف عن الهوية
- ذ - الحق في النسيان
- ر - حماية القُصر
- ز - حماية الملكية الفكرية

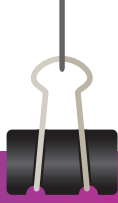


تتعرض الحقوق الرقمية للتهديد
والهجوم من جهات عديدة

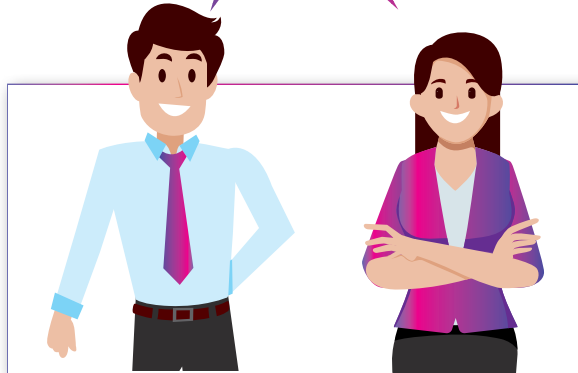
سؤال 3:

حاول من الصور التالية تخمين ما هي هذه العقوبات والتهديدات:

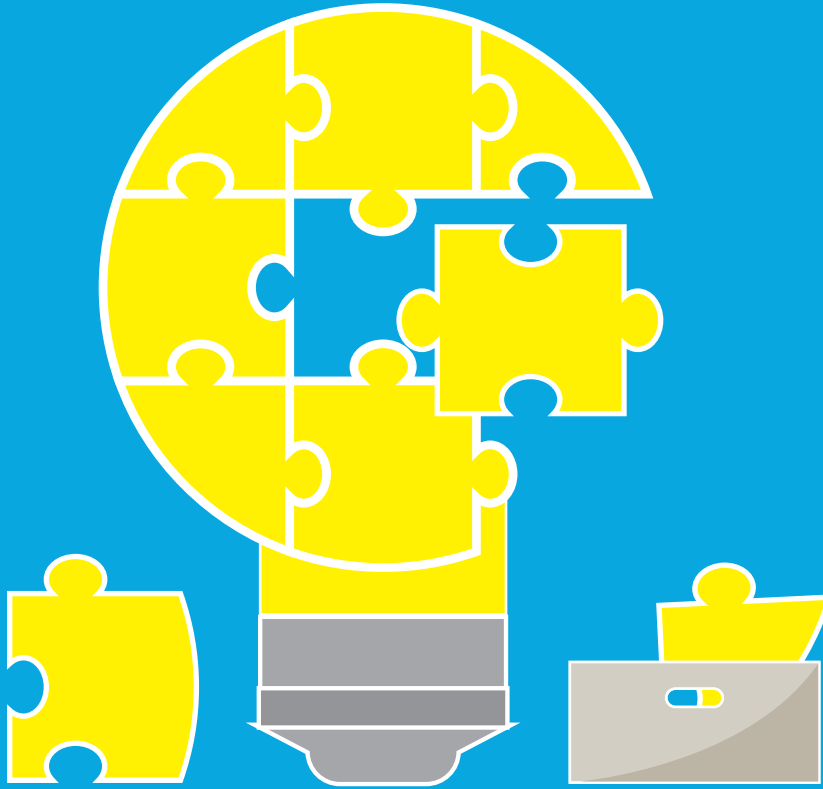




حظًا طيبًا!



حلول التمارين



التمرين 1: ما المعلومة؟

فيما يتعلق بالبيان الصحفي الصادر عن الهيئة العليا المستقلة للانتخابات، فإن العناصر المكونة للمعلومات هي:

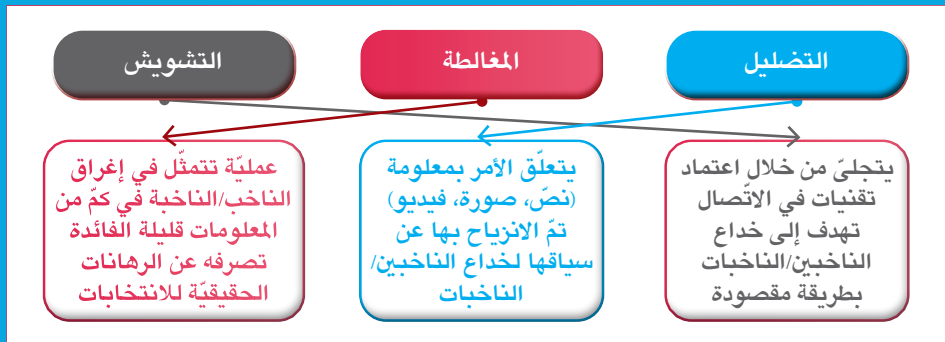
- متى؟ _____ من 10 أبريل إلى 22 ماي 2019 / 4 جويلية 2019
- أين؟ _____ في الخارج وفي تونس
- ماذا؟ _____ حملة التسجيل على القوائم الانتخابية
- من؟ _____ الناخبون التونسيون غير المسجلين على القوائم الانتخابية
- لماذا؟ _____ لتشجيع أكبر عدد من التونسيين المقيمين في تونس وفي الخارج وغير المسجلين على التسجيل
- كيف وكم؟ _____ من خلال موقع الويب المخصص والمكاتب المخصصة لذلك

التمرين 2: فعليا، ما هي الأخبار الزائفة؟

الإجابة على السؤال 1:

الإجابات أ، ب، ج، كلها صحيحة.

في الواقع، تغطي الأخبار الزائفة ما لا يقل عن 3 ظواهر: التضليل والمغالطة والتشويش.



التمرين 3: محاربة الأخبار السياسية الزائفة: أتعرف على صفحات الفيسبوك المزيفة

الصفحة 2 هي الصفحة الحقيقية لرئاسة الجمهورية!

لمساعدة المستخدمين على تمييز الصفحات الحقيقية من المزيفة، يستخدم فيسبوك شارة التحقق



تؤكد هذه الشارة صحة الصفحة لشخصية سياسية أو حزب سياسي أو وسيلة إعلامية ما، ولكن يجب أن تكون دائما حذرا/حذرة للغاية!

قد تغير بعض الصفحات، التي تروج لنفسها ظاهريا أنه تم إنشاؤها لغايات ترفيهية، اسمها لخدمة أجندة سياسية أو لتكون جزءا من حملة تضليل سياسية واسعة.


في حين أن الأمر بسيط، حيث يمكنك الاطلاع على تاريخ الصفحة لمعرفة ما إذا كانت قد غيرت اسمها مرة أو أكثر مع اقتراب الانتخابات أو بعدها كما هو الحال بالنسبة للصفحة التالية:

هل تعرف كيف تتعرف على هذه الصفحات؟




Transparence de la Page ✕




Informations de la Page pour Donald Trump ⓘ

 **Donald Trump**
Page de fan

Organisations qui gèrent cette Page ⓘ

 La personne ou le groupe responsable de cette Page n'a pas encore terminé notre processus de vérification.

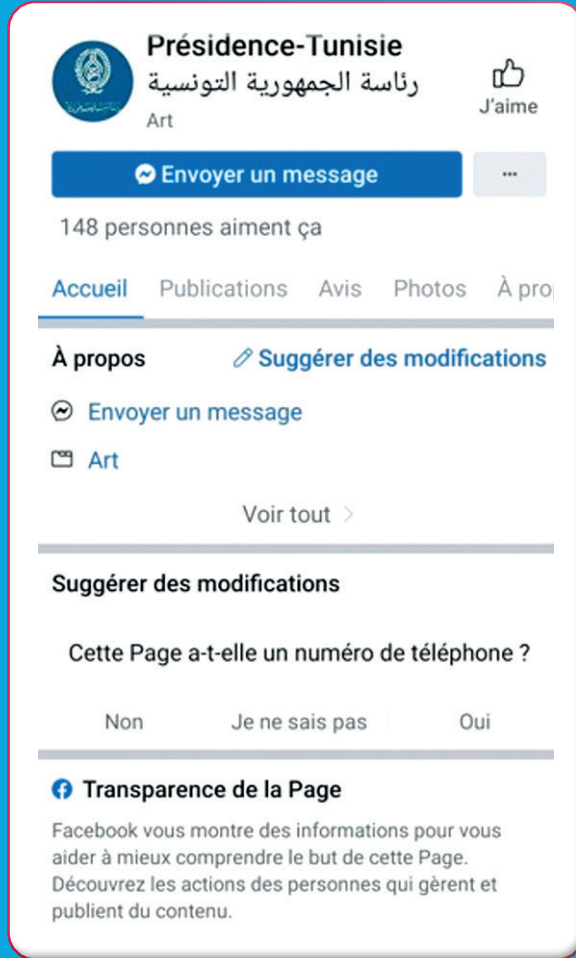
Historique de la Page ⓘ

-  **A remplacé le nom par Donald Trump**
2 novembre 2016
-  **A remplacé le nom par The Deplorables - Team Trump**
13 septembre 2016
-  **Page créée - Americans for Donald Trump**
21 août 2016



هل تعرف كيف نكتشف تاريخ الصفحة، أي تاريخ إنشائها، والأسماء المختلفة التي أعطيت لها ومن أي بلد تُدار الصفحة المعنية؟

ما عليك سوى التنقل مباشرةً أسفل قسم «حول» و«اقتراح تعديلات».



Présidence-Tunisie
رئاسة الجمهورية التونسية
Art

J'aime

Envoyer un message

148 personnes aiment ça

Accueil Publications Avis Photos À propos

À propos Suggérer des modifications

Envoyer un message

Art

Voir tout >

Suggérer des modifications

Cette Page a-t-elle un numéro de téléphone ?

Non Je ne sais pas Oui

Transparence de la Page

Facebook vous montre des informations pour vous aider à mieux comprendre le but de cette Page. Découvrez les actions des personnes qui gèrent et publient du contenu.

من المهم في بعض الأحيان التحقق من البلد الذي تتم إدارة الصفحة منه. على سبيل المثال، كانت مئات الصفحات والمجموعات والملفات الشخصية المزيفة المتخصصة في التضليل السياسي في تونس تديرها وكالة متخصصة في التضليل الإعلامي من إسرائيل.

معرفة المزيد حول هذه القضية، يمكنك قراءة المقالات التالية:

عملية قرطاج: كيف سیرت شركة تونسية عمليات التأثير في انتخابات رئاسية في إفريقيا

<https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/operation-carthage-how-a-tunisian-company-conducted-influence-operations-in-african-presidential-elections/>

من يستفيد من محتوى صفحات فيسبوك التونسية المرتبطة بإسرائيل؟

<https://inkyfada.com/fr/2019/06/03/tunisie-facebook-israel/>



التمرين 4: أحد الصور التي تم التلاعب بها على الإنترنت

الصورة 1 هي الخاطئة. في الواقع، إنها صورة مركبة تظهر والدي الرئيس السابق للولايات المتحدة، دونالد ترامب، وهم يرتدون زي «كو كلوكس كلان»، وهي جمعية بيض سرية إرهابية عنصرية.

الصورة الحقيقية هي التالية:



تم تغيير الملابس التي كان يرتديها والدا ترامب باستخدام برامج تعديل الصور.

ليس من السهل دائماً التمييز بين الصورة الحقيقية والصورة المنقحة، ولكن من خلال النظر عن كثب إلى الصورة، يمكننا العثور على العناصر التي تخبرنا ما إذا كانت الصورة قد تم تنقيحها أم لا.



على سبيل المثال، إذا ألقينا نظرة فاحصة على الزاوية اليمنى العليا من هذه الصورة عند طوق والد ترامب، نلاحظ وجود تناقض، مما يشير إلى أن هذه الصورة قد تم تعديلها بالفعل على الرغم من أن الصورة 2 هي صورة ثابتة من مقطع فيديو لحدث وقع بالفعل، إلا أنها مع ذلك جزء من عملية تضليل.

عرض برنامج «بيازا بوليتا» المذاع على قناة تي في 7 الإيطالية صوراً تم تصويرها خلال مظاهرة لحزب سياسي (حزب التحرير) عام 2012 وكأنها صور مظاهرة لتنظيم داعش الإرهابي عام 2015.

لمعرفة المزيد حول عملية التلاعب هذه، يمكنك الرجوع إلى المقال التالي:

فيديو: كيف تتلاعب قناة LA7 بصور تظاهرة لـ "داعش" في تونس

<https://www.tuniscope.com/article/63366/culture/tv/la7-880311>



إذا كان من السهل التلاعب بالصور المتداولة على الإنترنت، فكيف يمكننا التحقق منها؟



واحدة من أكثر الطرق فعالية هي القيام ببحث عكسي عن الصور الذي يعيدها إلى أصلها. أعد المختصون في راديو كندا مقطع فيديو يساعدنا في تحديد مصدر الصورة.

https://www.youtube.com/watch?v=MbYpYymaHyU&feature=emb_title

تمرين 5: التضليل في مواقع الويب الإخبارية

الجزء 1

عكس ما يظهر، فإن المعلومة خاطئة



هناك مواقع لتقصي الحقائق يمكنها أن تبلغنا بصحة مقال أو ريبورتاج، فمن المفيد أن نتشاور في حال ساورتنا الشكوك، خاصة عندما يتعلق الأمر بالعملية الانتخابية.

موقع: www.tunisiachecknews.com

وتحت إشراف الهيئة العليا المستقلة للاتصال السمعي البصري (HAICA) وبمساعدة الصحفيين من وسائل الإعلام العامة، هو موقع متخصص على وجه التحديد في الكشف عن الأخبار الكاذبة حول العملية الانتخابية.

الجزء 2

تبين أن المعلومة خاطئة. وقد تم تكذيبها من طرف رئاسة الجمهورية. كان نزاعاً تافهًا بين مخبزين مُتتافسين.

معرفة المزيد حول هذا المثال، يمكنك قراءة المقال التالي:

«تونس، تسميم الرئيس: خلاف بين مخبزين»

<https://directinfo.webmanagercenter.com/2020/08/21/tunisie-empoisonnement-du-president-un-conflit-entre-deux-boulangeries/>



كان من اليسير تحديد مصداقية هذه المعلومة. ولم يذكر المقال في جريدة «الشروق»، مثل ما هو الحال بالنسبة للمقال الذي نُشر على موقع «إسباس مانجر»، مصدر المعلومة. كما لم يكلف مُحررو هذه الصحف أنفسهم عناء الرجوع إلى الجهات الصحفية مرجع النظر لدى المؤسسة المعنية بالمعلومة التي تم الترويج لها.

بشكل عام، وقبل افتراض صحة تقرير أو مقال ومشاركته والمساهمة، رغماً عنا، في مسار تضليلي، يمكننا أن نطرح على أنفسنا الأسئلة التالية:

ما هي طبيعة الموقع؟

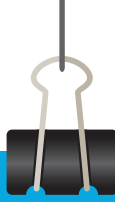
- هل يتعلق الأمر بمدونة شخصية أم موقع مرتبط بوسائل إعلام معروفة أم موقع نجهل مالكة و/أو مُحرره أو محرّته؟

من هو محرر/محررة هذه المعلومة؟

- هل تم تحديد تعريفه/تعريفها بالاسم أو فقط بالأحرف الأولى أم أن المقال غير موقع؟
- هل هو/هي خبير/خبيرة معترف به/بها في هذا الاختصاص المعني؟

ما هي نية المُحرر/المحررة؟

- هل يستعرض المُحرر/المحررة وقائع مثبتة أم أنه/أنها يعبر/تعبر عن رأي؟



ما هو مصدر المعلومات؟

مصادر المعلومات ضرورية لتقييم مصداقيتها فالمعلومات التي ليس لها مصدر واضح حتى لو ادعت أنها متأتية من مصدر رسمي ليس لها مصداقية.

هل تم نشر المعلومة في وسائل إعلام أخرى؟

- من المهم جداً العمل على تقاطع المصادر. بداية، يسمح لك ذلك بمعرفة ما إذا كانت المعلومات موجودة على مواقع أخرى، فكلما زاد عدد المواقع التي تنشر تلك المعلومة، وكانت تتمتع بسُمعة أفضل، زاد احتمال صحة هذه الأخيرة. بعد ذلك، يتيح لنا إلقاء نظرة على مصادر أخرى للمعلومة معرفة كيف تم معالجة هذه الأخيرة.

لأي تاريخ تعود المعلومة؟

- من المهم جداً معرفة وقت حدوث الوقائع التي أتى عليها المقال، فبعض المعلومات الخاطئة تستند إلى حقائق وصور حقيقية ولكنها أخرجت من سياقها.

هل تقدم المعلومة تفاصيل غير متسقة؟

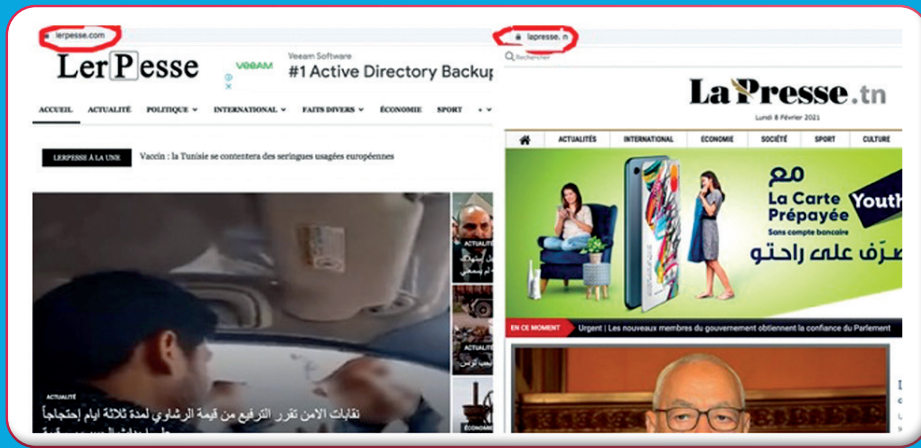
- عندما لا تتوافق الصورة مع التسمية التوضيحية المصاحبة لها، يجب أن يشير ذلك حذرنا تجاه صحة المعلومات التي تدعي أنها توضحها.

بماذا تُنبئنا التعليقات؟

- تكشف التعليقات أحياناً المعلومات المضللة المنقولة في المحتوى الذي تم مشاركته عبر الإنترنت. لذا من المفيد في بعض الأحيان الاطلاع عليها.

بعض ردود الفعل الأساسية لتجنب التعرض للخداع:

1. انظر دائماً إلى عنوان الرابط (URL) الخاص بالمقالات للتحقق مما إذا كان مصدره وسائط موثوقة أم لا. أحياناً، يخلط مستخدمو الإنترنت بين المواقع الساخرة والمواقع الإعلامية بسبب التشابه بين هذه المواقع والمواقع الإعلامية الحقيقية كما تبينه الأمثلة التالية:



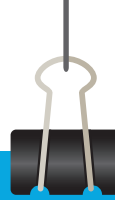
2. إنكُن منتبهين/منتبهات إلى تواريخ نشر المقالات: إذا لم يكن هناك إشارة للتاريخ، فهناك ثمة خطأ ما!

3. إنكُن حذرين/حذرات تجاه الصور: إذا لم تكن الصور بجودة جيدة، فثمة خطأ ما!

التمرين 6: أعدد الحسابات المزيفة والروبوتات

الإجابة الصحيحة هي 583 مليون.





كم عدد الملفات الشخصية المزيفة التي حذفها فيسبوك في الربع الأول من عام 2018؟

خلال الربع الأول من عام 2018، أزال فيسبوك من منصته فعلياً أكثر من 25 مليون محتوى يحث على الكراهية ورسائل غير مرغوب فيها (spams) وغير ذلك من المحتويات المماثلة، بالإضافة إلى 583 مليون حساب مزيف أنشئ في جميع أنحاء العالم.

لمعرفة المزيد، يمكنك قراءة هذه المقالات:

الفيسبوك يحدد حملة التأثير السياسي النشط باستخدام حسابات مزيفة

<https://www.nytimes.com/2018/07/31/us/politics/facebook-political-campaign-midterms.html>



لماذا لا تستطيع شبكات التواصل الاجتماعية إيقاف الحسابات المزيفة؟
<https://www.nytimes.com/2020/12/08/technology/why-cant-the-social-networks-stop-fake-accounts.html>

مارك زوكربيرج: فايسبوك ينفق على الأمن و السلامة أكثر من كامل أرباح تويتر لمدة عام
<https://www.cnbc.com/2019/05/23/facebook-fake-account-takedowns-doubled-q4-2018-vs-q1-2019.html>

يكشف فايسبوك عن مقدار المحتوى والحسابات المزيفة التي تم حذفها منذ بداية العام
<https://www.numerama.com/tech/373712-facebook-devoile-combien-de-contenus-et-de-faux-comptes-ont-ete-supprimes-depuis-le-debut-de-lannee.html>

تتخصص بعض الشركات في إنشاء حسابات وهمية. التي يمكنها، عند الطلب، أن تخدم أجندة سياسية من خلال حملة دعم مُفتعلة لشخصية سياسية أو العكس تماماً، من خلال حملة تضليل وتشهير بشخصية سياسية معادية لعميل هذه الشركات. لذلك من المهم جداً معرفة كيفية التعرف على هذه الملفات الشخصية المزيفة.

تسمح لنا ردود أفعال معينة بحماية أنفسنا من هذه الملفات الشخصية المزيفة:

1. لا تتحدث مع حسابات لا تحمل هوية واضحة، ففي بعض الأحيان، نتلقى دعوات من أشخاص مجهولين. إذا كان الملف الشخصي لديه عدد قليل من الأصدقاء أو لا يوجد

أصدقاء مشتركون معنا أو إذا كان لديه عدد قليل جداً من الأصدقاء (أقل من 400). هناك احتمال كبير أن يكون الحساب مزيفاً. في المتوسط، الملف الشخصي المزيف على الفيسبوك لديه 338 صديقاً.

لمزيد من المعلومات، يمكنك قراءة هذه المقالات:

أهم 7 علامات تدل أن حساب الفيسبوك مزيف

<https://apokerplayer.medium.com/top-7-signs-a-facebook-account-is-fake-1eb942591887>



الفيسبوك من خلال 20 رقما ذات دلالات كبيرة

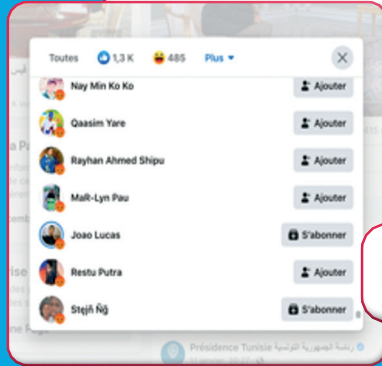
<https://www.journaldemontreal.com/2018/04/12/facebook-en-20-chiffres>

2. إذا كان الملف الشخصي يتعلق بشخص مشهور أو شخص يدعي أنه مسؤول ذي شأن، ولا يحمل شارة المصادقة، فمن المحتمل أنه حساب مزيف.
3. إذا تم إنشاء الملف الشخصي منذ وقت وجيز، فهناك احتمال كبير أن يكون هو بدوره ملفاً شخصياً مزيفاً.
4. من أكثر الطرق فعالية للتحقق مما إذا كنت تتعامل مع حساب مزيف هو التحقق من عنوان الرابط (URL) الخاص به، فإذا تبين أن الاسم مختلف عن اسم الملف الشخصي، فمن المرجح أن يكون حساباً مزيفاً.



يمكن أيضاً استخدام الحسابات المزيفة بغاية تحقيق رؤية أبرز وإعطاء انطباع بالشعبية المنشور أنتجته شخصية سياسية أو، على العكس من ذلك، تشويه سمعة منشور شاركته شخصية أخرى.

دعنا نرى ما إذا كان يمكنك ملاحظة ما هو غير مألوف في ردود الفعل التالية:



في الواقع، ردود الأفعال الساخطة تتأني من حسابات فيسبوكية تعود، على ما يبدو، إلى مواطنين/مواطنات ينتمون إلى دول أجنبية.



في الواقع، هذه حسابات مزيفة تديرها روبوتات تتمثل مهمتها، في هذا المثال، إعطاء الانطباع بأن المواطنين والمواطنات التونسيات غير راضين عن لقاء بين الشخصيتين السياسيتين الموجودتين في الفيديو.

بشكل عام، هناك طريقة سهلة للغاية لمعرفة ما إذا كانت ردود الفعل على المنشور حقيقية أم لا. ما عليك سوى النقر على ردود الفعل وتصفح قائمة الحسابات التي تفاعلت.

تمرين 7: استخدام التكنولوجيا لتعديل السلوك البشري

الإجابة على السؤال 1

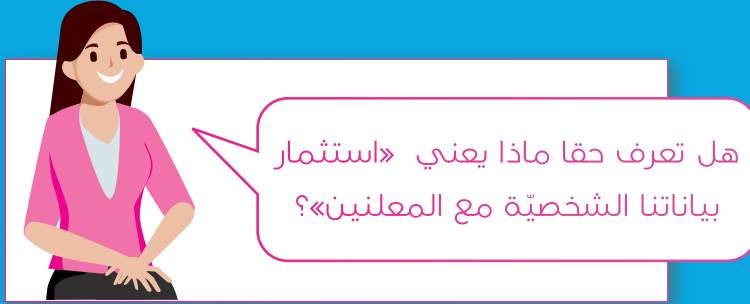
الإجابة الصحيحة هي "ج".

نعم، تسعى المنصات إلى إبقائنا أكبر قدر ممكن من الوقت أمام الشاشات، لأنه كلما زاد الوقت الذي نقضيه على المنصات، زادت أرباحها.

الإجابة على السؤال 2

الإجابة الصحيحة هي "ب".

في الواقع، من خلال الإشهار وتحقيق عائدات من استعمال بياناتنا الشخصية لدى المعلنين، تجني منصات الويب الاجتماعية الأموال. وكلما زاد الوقت الذي نقضيه على هذه المنصات، زاد احتمال تعرضنا للحملات الإشهارية.



كلما زاد الوقت الذي نقضيه على المنصة، زادت خوارزميات النظام الأساسي التي ستتمكن من تتبع ملفنا النفسي وأذواقنا وتفضيلاتنا وعاداتنا وكل ما نقوم به وكل سلوكياتنا. وجميع بياناتنا الشخصية يتم تسجيلها وتحليلها بواسطة المنصات للسماح للمعلنين باستهدافنا.

تمرين 8: المؤامرة عبر الإنترنت

الإجابة على السؤال 1

الإجابة الصحيحة هي "أ"، بالفعل! فنظرية المؤامرة أطروحة تؤكد أن مجموعة غامضة تتلاعب بالعالم وهي مسؤولة عن أحداث مهمة معينة مثل التلاعب بالانتخابات أو الهجمات الإرهابية أو الأوبئة.

لمعرفة المزيد حول نظريات المؤامرة الأكثر شيوعاً في العالم وفي فرنسا، يمكنك الرجوع إلى المقالات التالية:

أهم نظريات المؤامرة حول العالم

<https://freshstudentliving.co.uk/2020/11/18/top-conspiracy-theories/>



تزايد شعبية "نظريات المؤامرة" في فرنسا

<https://www.lanouvellerepublique.fr/a-la-une/les-theories-du-complot-de-plus-en-plus-populaires-en-france>

لمعرفة المزيد حول شعبية المؤامرة، يمكنك قراءة الاستطلاعات التالية:

مجلس أوروبي، ما هي "نظريات المؤامرة"؟ ولم تصلح؟

<https://www.searchenginejournal.com/facebook-ranking-algorithms/394934/#close>



دراسة حول "نظريات المؤامرة"

https://jean-jaures.org/sites/default/files/redac/commun/productions/2019/0206/presentation_complot.pdf

الإجابة على السؤال 2

كل الإجابات «أ» و«ب» و«ج» و«د» صحيحة!
في الواقع، غالبًا ما يستخدم أصحاب نظرية المؤامرة نفس المخططات للتأثير علينا.

تمرين 9: الدماغ يمارس حيله معنا!

الإجابة على السؤال 1

الإجابة الصحيحة هي «ب».

في الواقع، دماغنا يمارس حيله علينا!

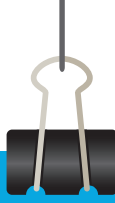
دماغنا قابل للتأثر، وبعض العمليات التي تحدث في ذهننا، دون علم منا، هي المسؤولة عن قابلية التأثر هذه وتُعرف باسم «التحيزات المعرفية».

الإجابة على سؤال 2

الإجابة الصحيحة هي «ج».

يحدث تحيز تأثير الحقيقة الوهمي عندما يخلط الناس بين تكرار المعلومات والحقيقة. تشير الإجابة «أ» و«ب» إلى تحيزين معرفيين شائعين آخرين.

عندما نحكم على شخص ما بشكل إيجابي على أساس سمة إيجابية معروفة لا علاقة لها بصفاته السياسية، فإن هذا يسمى «تأثير الهالة». يتمتع رياضي أو رياضية عظيمة، أو ممثل أو ممثلة مشهورة، أو منشط أو منشطة تلفزيونية لطيفة، أو صديق مخلص بصفات حقيقية، لكنهم ليسوا بالضرورة سياسيين أو سياسيات أكفاء.



عندما ينتابنا شعور إيجابي تجاه شخصية سياسية لرؤيتنا لعنصر مألوف فنحن تحت تأثير «تحيز القرب الاجتماعي». تدرج بعض الاستراتيجيات الانتخابية أسماء أحياء بعينها في الخطب بغاية خلق صلة قرب بين المترشحين/المترشحات والناخبين/الناخبات المستهدفين.

الإجابة على سؤال 3

الإجابة الصحيحة هي «أ».

يحدث تحيز التأطير عندما تؤثر طريقة تقديم المعلومات على النتيجة التي نستخلصها منها.

عندما نتصور المعلومة بطريقة إيجابية بسبب التعرض المتكرر لتلك المعلومات، فإن هذا التحيز يسمى «تأثير التعرض المحض».

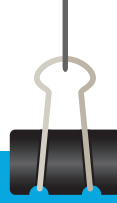
عندما نتلقى معلومة مقدّمة في شكل قائمة بطريقة إيجابية لأنها على رأس القائمة، يسمى ذلك «تأثير الموقف المتسلسل».

الإجابة على سؤال 4

الإجابة الصحيحة هي «أ».

عندما نعتقد أن المعلومة صحيحة فقط لكونها تؤكد انطباعاتنا ونرفض أي فكرة تناقضها، فنحن تحت تأثير «التحيز التأكيدى».

عندما نتقبل المعلومات السياسية بطريقة استقطابية دون فوارق دقيقة، فالأمر يتعلق بتشوه معرفي لـ«التفكير الثنائي».



تمرين 10: خطاب الكراهية والتمييز عبر الإنترنت: كيف يمكنني حماية نفسي؟

الإجابة على السؤال 1

الإجابات أ، ب، ج، د، هـ كلها صحيحة!

بالفعل! هناك عدة أسباب تفسر ظهور وانتشار خطاب الكراهية والتمييز عبر الإنترنت فيصبح من الضروري مواجهة كل سبب من أسبابه من أجل حماية أنفسنا ومجتمعنا وديمقراطيتنا!

الإجابة على السؤال 2

الإجابة الصحيحة هي "أ".

بالفعل، أي دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية تشكل تحريضاً على التمييز أو العداوة أو العنف تمثل خطاب كراهية.

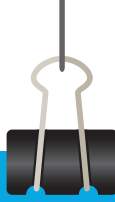
عندما تنص قاعدة أو تدبير أو إجراء ملموس صراحة على معاملة تمييزية غير متكافئة، فإن الأمر يتعلق بالتمييز.

عندما يتم نشر عدد أكبر أو أقل من الرسائل أو التعليقات الخاصة العدوانية أو التي تهدد كرامة الإنسان أو تؤثر عليها على الإنترنت، فإنها تسمى تحرشاً عبر الإنترنت.

الإجابة على السؤال 3

الإجابات الصحيحة هي أ، ب، ج.

إن التصرف بمسؤولية تجاه أنفسنا والآخرين لا يعني بالضرورة أنه يجب علينا حذف حساباتنا على فيسبوك وتويتر وانستغرام وتيك توك وما إلى ذلك أو أن نتوقف عن مشاهدة مقاطع الفيديو على اليوتيوب أو «ديلي موشن».



تمرين 11: الإقناع أو التلاعب: كيف تُميز بينهما؟

الإجابة

الإجابات الصحيحة هي «أ» و«ج». يتعلق الأمر بالفعل بحيل!

تمرين 12: غرف الصدى، الفقاعات المعرفية والتطرف الخوارزمي

الإجابة على السؤال 1

الإجابة الصحيحة هي «ج».

في الواقع، تختار الخوارزميات المحتوى الذي لديه أفضل فرصة لجذب انتباه مستخدمي الإنترنت من خلال إثارة المشاعر السلبية فيهم مثل الخوف أو الغضب أو الازدراء أو الإشمئزاز.

هل تشعر/تشعرين بأنه يتم التلاعب بك/بك؟ بالفعل، الخوارزميات ليست برامج كمبيوتر محايدة، فلها أيضًا عواقب سياسية كبيرة!

الإجابة على السؤال 2

الإجابة الصحيحة هي «أ».

في الواقع، غرف الصدى عبارة عن حلقة مفرغة خوارزمية تعرضنا في المقام الأول لمحتوى يعزز معتقداتنا السياسية.

الإجابة على السؤال 3

الإجابة الصحيحة «ج».

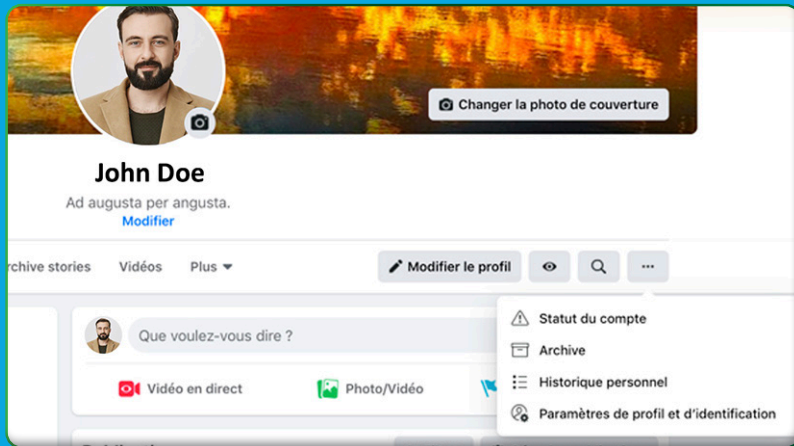
إن الفقاعات المعرفية هي مجموعات رأي تزداد استقطابا وانقسامًا أوجدتها الخوارزميات من خلال آليات غرف الصدى.

التمرين 13: أحمي بياناتي الشخصية، أحمي الديمقراطية

الإجابة

فيما يلي بعض النصائح لحماية بياناتك الشخصية من التلاعب.

1. انقر فوق «إعدادات الملف الشخصي والتعريف/الحساب» (Paramètres profil et identification)



2. «في الملف الشخصي وتحديد الهوية»، يمكنك اختيار من يمكنه رؤية منشوراتك ومشاركتها، من يمكنه الإشارة إليك في منشور ومراجعة المنشورات التي تمت الإشارة إليك فيها.

Paramètres

- Général
- Sécurité et connexion
- Vos informations Facebook
- Confidentialité
- Reconnaissance faciale
- Profil et identification**
- Publications publiques
- Blocage
- Localisation
- Langue et région
- Stories
- Notifications
- Mobile

Profil et identification

| Voir et partager | Qui peut publier sur votre profil ? | Amis | Modifier |
|------------------|--|------|------------------|
| | Qui peut voir ce que d'autres personnes publient sur votre profil ? | Amis | Modifier |
| | Autoriser les autres à partager vos publications dans leurs stories ? | Oui | Modifier |
| | Masquer les commentaires contenant certains mots sur votre profil | Non | Modifier |
| Identification | Qui peut voir les publications dans lesquelles vous êtes identifié sur votre profil ? | Amis | Modifier |
| | Lorsque quelqu'un vous identifie sur une publication, quelles personnes voudriez-vous ajouter à l'audience pour leur permettre d'y avoir accès ? | Amis | Modifier |
| Examen | Examiner les publications dans lesquelles vous êtes identifié avant qu'elles n'apparaissent sur votre journal ? | Oui | Modifier |
| | Examiner ce que d'autres peuvent voir de votre profil | | Voir en tant que |
| | Examiner les identifications que d'autres personnes ajoutent à vos publications avant qu'elles n'apparaissent sur Facebook ? | Non | Modifier |

3. في «الخصوصية»، يمكنك اختيار من يمكنه رؤية قائمة أصدقائك، ورؤية رقم هاتفك، وعنوان بريدك الإلكتروني، وما إلى ذلك.

Paramètres

- Général
- Sécurité et connexion
- Vos informations Facebook
- Confidentialité
- Reconnaissance faciale
- Profil et identification
- Publications publiques
- Blocage
- Localisation
- Langue et région
- Stories
- Notifications
- Mobile
- Applications et sites web
- Jeux instantanés
- Intégrations professionnelles
- Publicités
- Paiement des pubs

Paramètres et outils de confidentialité

Raccourcis de confidentialité

Vérifiez certains paramètres importants
Passez en revue rapidement quelques paramètres importants pour vous assurer que vous partagez bien avec les personnes souhaitées.

Gérez votre profil
Accédez à votre profil pour modifier vos informations de confidentialité, par exemple qui peut voir votre date d'anniversaire ou vos relations.

En savoir plus sur Privacy Basics
Trouvez des réponses à des questions courantes grâce à ce guide interactif.

| Votre activité | Qui peut voir vos futures publications ? | Public | Modifier |
|---|--|---------------|---|
| | Examinez toutes les publications et tous les contenus dans lesquels vous êtes identifié(e) | | Utiliser l'historique personnel |
| | Limitez l'audience des publications que vous avez ouvertes aux amis de vos amis ou au public ? | | Limiter l'audience des anciennes publications |
| | Qui peut voir les personnes, Pages et listes que vous suivez ? | Public | Modifier |
| Comment les autres peuvent vous trouver et vous contacter | Qui peut vous envoyer des invitations ? | Tout le monde | Modifier |
| | Qui peut voir votre liste d'amis ? | Public | Modifier |
| | Qui peut vous trouver à l'aide de l'adresse e-mail que vous avez fournie ? | Tout le monde | Modifier |
| | Qui peut vous trouver à l'aide du numéro de téléphone que vous avez fourni ? | Tout le monde | Modifier |
| | Voulez-vous que les moteurs de recherche en dehors de Facebook | Oui | Modifier |

4. في «التعرف على ملامح الوجه»، يمكنك اختيار عدم قيام فيسبوك بالتعرف على ما إذا كنت تظهر في صور أو مقاطع فيديو.

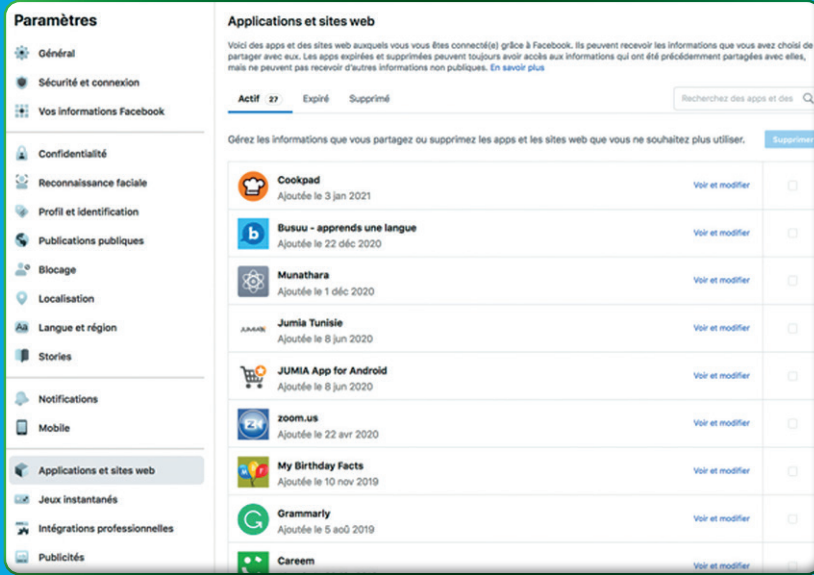


5. في خاصية «تحديد الموقع»، يمكنك اختيار تعطيل هذه الخاصية على أجهزتك المحمولة.

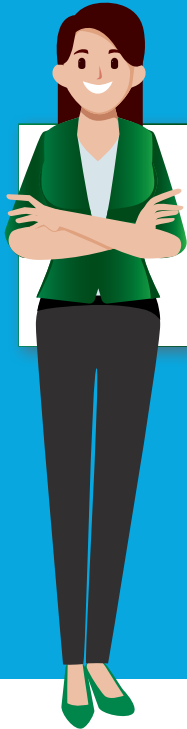
بالفعل، فيسبوك يعرف إلى أين تذهب وحتى الأشخاص الذين تقابلهم في المقهى، لذلك يعرض عليك «طلبات صداقة»



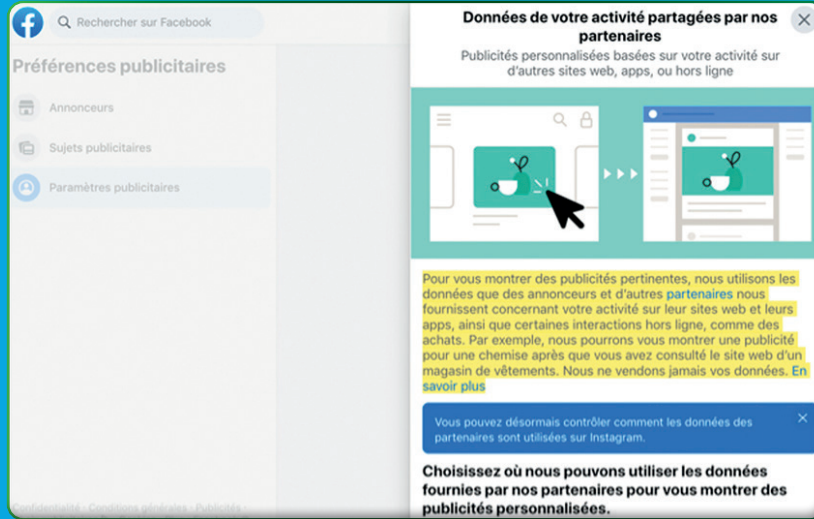
6. في خاصية «تطبيقات ومواقع الويب»، يمكنك اختيار تعطيل ولوج أطراف أخرى إلى بياناتك الخاصة.



7. في «إعلان»، ثم في «إعدادات الإعلان»، يمكن أن تُحد من الإعلانات المخصصة عن طريق تعطيل استهداف الإعلانات.



بالفعل! إذا أعجبك منشور ما أو أعجب معظم أصدقائك على فيسبوك بصفحة علامة تجارية للأحذية أو شاهدت مقطع فيديو، فسيتم استخدام كل هذه البيانات لإنشاء «ملفك الإعلاني»



8. لمعرفة المزيد، يمكنك الاستعلام باستعمال المساعد التفاعلي لفيسبوك

<https://www.facebook.com/about/basics>

تمرين 14: أتعرف على حملات التضليل المنظمة

الإجابة

الإجابات الصحيحة هي «ج». الدعاية الشعبية الزائفة هي حملة تضليل إعلامي تنظمها مجموعة سياسية أو شركة متخصصة في الدعاية ولكنها تعطي انطباعاً بأنها حركة اجتماعية تلقائية.

تمرين 15: سلوكي كناشط عبر الإنترنت: قضية متعلقة بالأخلاقيات

الإجابة على السؤال 1

الإجابات الصحيحة هي «أ»، «ب»، «ج».

الإجابة على السؤال 2

الإجابة الصحيحة هي «أ».

وحدها المعلومات المتعلقة بالحياة العامة للشخصية السياسية هي التي تخص العموم، وقد تكون عرضة للنقد من قبل المواطنين. على العكس من ذلك، فإن المعلومات المتعلقة بالحياة الأسرية والهوايات لسياسي ما تخص حياته الخاصة.

تمرين 16: حول الحقوق الرقمية

الإجابة على السؤال 1

الإجابة الصحيحة هي «أ».

تنطبق حقوق الإنسان على الإنترنت وخارجها.

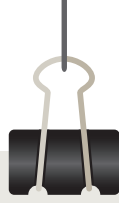
الإجابة على السؤال 2

الإجابات أ، ب، ج، د، هـ، و، ز، كلها صحيحة.

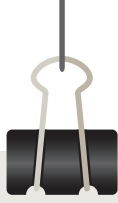
في الواقع، كل إجابة تتعلق بواحدة من الحقوق الرقمية!

الإجابة على السؤال 3

- الصورة 1: بعض الحكومات
- الصورة 2: بعض عمالقة الإنترنت
- الصورة 3: الثغرات التنظيمية
- الصورة 4: التشويش



A large, light gray rectangular area containing horizontal white lines, serving as a writing space.



A large, light gray rectangular area containing horizontal white lines, serving as a space for writing or notes.



الانتخابات كما جاءت في الإعلان العالمي لحقوق الإنسان

البند 21، الفقرة 3

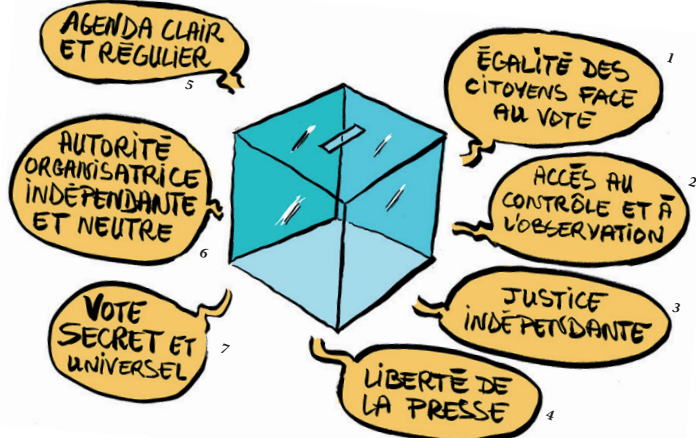


DLG

إرادة الشعب هي مناط سلطة الحكم، ويجب أن تتجلى هذه الإرادة من خلال انتخابات نزيهة تُجرى دوريًا بالاقتراع العام وعلى قدم المساواة بين الناخبين وبالتصويت السري أو بإجراء مكافئ من حيث ضمان حرية التصويت.

1. المساواة بين المواطنين في التصويت
2. الحق في ملاحظة الانتخابات
3. عدالة مستقلة
4. حرية الصحافة
5. دورية الانتخابات
6. إدارة انتخابية مستقلة ومحادية
7. التصويت السري وحق الاقتراع العام

المعايير الدولية للانتخابات الديمقراطية



DLG



GROUPS



GROWTH!



CONTACT

FACEBOOK!



INSTAGRAM!



WORLDWIDE!



MARKETING



TWITTER!



COMMUNICATION



برنامج الأمم المتحدة الإنمائي
مشروع المساعدة الانتخابية في تونس II



يعمل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي بصفته الوكالة الأممية المتخصصة في المسائل التنموية في نحو 170 بلدا وإقليما للمساعدة في القضاء على الفقر والحد من عدم المساواة. ويساعد برنامج الأمم المتحدة الإنمائي البلدان على تطوير السياسات، ومهارات القيادة، وإقامة الشراكات، والقدرات المؤسسية، وبناء القدرة على الصمود من أجل تحقيق أهداف التنمية المستدامة. يتركز عملنا في ثلاثة مجالات عمل رئيسية، هي: التنمية المستدامة، والحكم الديمقراطي وبناء السلام، والقدرة على الصمود تجاه تغير المناخ والكوارث.

www.undp.org

بدعم من:



Financé par
l'Union européenne



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Direction du développement
et de la coopération DDC