

OPEN ACCESS

Submitted: 24/7/2020

Accepted: 22/8/2020

## الحماية الجنائية من التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية في ضوء السياسة الجنائية التشريعية - دراسة مقارنة مع التشريع المصري والقطري والفرنسي

ياسر محمد اللمعي

أستاذ القانون الجنائي المشارك، كلية الحقوق جامعة طنطا بمصر؛ وكلية الشرطة بقطر

yasser-ellamey@hotmail.com

### ملخص

تعتبر الدعاية والإعلانات والمعلومات المضللة والكاذبة أساساً لظاهرة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية مما يجعلها من أكثر التهديدات التي تضع النظم الديمقراطية في خطر، ولا سيما في ظل انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبرامج التراسل الفوري والاعتماد عليها كمصدر للمعلومات والأخبار. كل هذا يثير العديد من الإشكاليات القانونية حول دور السياسة التشريعية الجنائية في الحد من صور هذه التهديدات على العملية الانتخابية من تشويه لسمعة السياسيين، وتوجيه الناخبين في اتجاه انتخابي معين نتيجة لهذه المعلومات الخاطئة المتحصلة من التضليل الإعلامي أثناء هذه الحملات الانتخابية، مما يشكك في مصداقية عملية التصويت ونتائج الانتخابات. حيث أن الانتخابات هي الآلية التي يتحقق من خلالها وبواسطتها تداول السلطة السياسية، والرقابة الشعبية لجمهور الناخبين عن طريق الصناديق الانتخابية، فلا ديمقراطية بدون انتخابات حرة ونزيهة وشفافة، ولا انتخابات حرة ونزيهة بدون إعلام يسمح بالتعددية وحرية تداول المعلومات الصحيحة غير المضللة أو الزائفة خاصة أثناء فترة الحملات الانتخابية التي تشكل خلالها توجهات وسلوكيات جمهور الناخبين.

**الكلمات المفتاحية:** التضليل الإعلامي، الحملات الانتخابية، الأخبار الكاذبة، التضليل الإلكتروني،

الحماية الجنائية

للاقتباس: اللمعي، ياسر. "الحماية الجنائية من التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية في ضوء السياسة الجنائية التشريعية - دراسة مقارنة مع التشريع المصري والقطري والفرنسي"، المجلة الدولية للقانون، المجلد التاسع، العدد الثالث، 2020، العدد الخاص بمؤتمر "القانون والإعلام: الآفاق والتحديات"

<https://doi.org/10.29117/irl.2020.0126>

© 2020، اللمعي، الجهة المرخص لها: دار نشر جامعة قطر. تم نشر هذه المقالة البحثية وفقاً لشرط Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0). تسمح هذه الرخصة بالاستخدام غير التجاري، وينبغي نسبة العمل إلى صاحبه، مع بيان أي تعديلات عليه. كما تتيح حرية نسخ، وتوزيع، ونقل العمل بأي شكل من الأشكال، أو بأية وسيلة، ومزجه وتحويله والبناء عليه، طالما يُنسب العمل الأصلي إلى المؤلف.

## Criminal protection from disinformation during electoral campaigns in light of the legislative criminal policy - A comparative study with Egyptian, Qatari and French legislations

Yasser Mohamed Ellamey

Associate Professor of Criminal Law, Faculty of Law, Tanta University, Egypt - Qatar Police College  
yasser-ellamey@hotmail.com

### Abstract

Propaganda, advertisements, misleading and false information are considered a ground for media misinformation during election campaigns. In fact, it is one of the most serious threats that puts democratic systems at risk, especially in light of the widespread use of social networking sites and instant messaging programs, in addition to considering them as a source of information and news. This raises several legal issues regarding the criminal control of these threats to the electoral process. Such threats include defamation of politicians, and directing voters in a particular electoral direction because of this misinformation obtained from media during election campaigns, which questions the reliability of the whole voting process and election results. Elections is the mechanism through which political power is transferred, and popular control of the electorate is achieved through electoral funds. Hence, there is no democracy without free, fair, and transparent elections, and no free and fair elections without media. The latter should allow pluralism and freedom to circulate correct information that is not misleading or false, especially at the time of electoral campaigns during which the attitudes and behaviors of the electorate are shaped.

**Keywords:** Media misinformation; Election campaigns; False news; Electronic misinformation; Criminal Politics

Cite this article as: Ellamey M.Y., "Criminal protection from disinformation during electoral campaigns in light of the legislative criminal policy - A comparative study with Egyptian, Qatari and French legislations" *International Review of Law*, Volume 9, Issue 3, 2020, Special Issue on the conference of "Law and Media: Horizons and Challenges".

<https://doi.org/10.29117/irl.2020.0126>

© 2020, Ellamey, licensee QU Press. This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0), which permits non-commercial use of the material, appropriate credit, and indication if changes in the material were made. You can copy and redistribute the material in any medium or format as well as remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited.

عرف الإنسان الإعلام منذ عهد سحيق، حيث تحركت لديه غريزة حب الاستطلاع منذ وجد على الأرض في جماعة، فأخذ يشبع هذه الغريزة بالرواية الشفهية، ثم عرف النقش على الحجارة فانتقل من الرواية الشفهية إلى الرواية المكتوبة، فعرف المصري القديم الكتابة على ورق البردي، ثم مع ظهور اختراع آلة الطباعة بدأ عصر انتشار إعلام الصحافة المطبوعة<sup>1</sup>، وكانت أول صحيفة صدرت في مصر سنة 1813 وكان يطلق عليها جورنال الخديوي ثم سميت بالوقائع المصرية عام (1828)<sup>2</sup>. ثم انتقلنا بعد ذلك إلى الإعلام المسموع عن طريق الراديو، ثم الإعلام المرئي عن طريق التلفزيون كل ذلك يمثل الإعلام التقليدي. ولكن مع ظهور الإنترنت ظهر ما يطلق عليه بالإعلام الإلكتروني الذي يعتمد على المواقع الإخبارية عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي وبرامج التراسل الفوري وغيرها من الأدوات الحديثة الإلكترونية التي تتطور بسرعة كبيرة.

ويتضح من ذلك أن وسائل الإعلام سواء التقليدية منها أو الحديثة تعد مصدرًا مهمًا من مصادر الوعي السياسي، فهي تنمي الثقافة السياسية المتعلقة بالقضايا محل الشأن السياسي أو الأحزاب والمؤسسات والأنظمة السياسية في المجتمعات وبرايمها السياسي، من خلال اهتمامها ومتابعتها بالأخبار والمعلومات المتعلقة بالشأن السياسي<sup>3</sup>. كما تعمل وسائل الإعلام على زيادة المعرفة السياسية لدى الأفراد والتأثير فيهم وتشجيعهم على المشاركة الفاعلة في العملية السياسية، وخاصة التأثير في توجهات الناخبين أثناء الحملات الانتخابية.

### أهمية الموضوع:

تعتبر الدعاية والإعلانات والمعلومات المضللة والكاذبة أثناء الحملات الانتخابية من أكثر التهديدات التي تضع النظم الديمقراطية في خطر، ولا سيما في ظل انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وسرعة الإنترنت الفائقه. كل ذلك يثير لدى السلطات الأمنية والقانونية الرعب من خطورة هذه التهديدات على الحملات الانتخابية من تشويه لسمعة السياسيين، وتوجيه الناخبين في اتجاه انتخابي معين نتيجة لهذه المعلومات الخاطئة المتحصلة من التضليل الإعلامي أثناء هذه الحملات الانتخابية، مما يشكك في مصداقية عملية التصويت ونتائج الانتخابات. فمما لاشك فيه أن الانتخابات هي الآلية التي يتحقق من خلالها وبواسطتها تداول السلطة السياسية، والرقابة الشعبية لجمهور الناخبين عن طريق الصناديق الانتخابية<sup>4</sup>، فلا ديمقراطية بدون انتخابات حرة ونزيهة وشفافة، ولا انتخابات حرة ونزيهة بدون إعلام يسمح بالتعددية وحرية تداول المعلومات الصحيحة غير المضللة أو الزائفة

1 محمد ناصر بن عباس، موجز تاريخ الصحافة، مطابع مؤسسة الجزيرة، الرياض، 1971، ص 20؛ حسن الحسن، الإعلام والدولة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 1965، ص 14.

2 عبد اللطيف حمزة، قصة الصحافة العربية في مصر، الطبعة الثانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985، ص 43.

3 محمد البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1997، ص 137.

4 عثمان تاملة، موقف القاضي الإداري من المناورات التدليسية في المادة الانتخابية، مجلة القانون والأعمال، جامعة الحسن الأول، كلية الحقوق، سطات، المغرب، 2019، ص 1-2.

خاصة أثناء فترة الحملات الانتخابية التي يتشكل خلالها توجهات وسلوكيات جمهور الناخبين.

### إشكاليات الدراسة:

يشير هذا الموضوع العديد من التساؤلات القانونية تتناولها هذه الدراسة، وذلك على النحو التالي:

- 1 - هل هناك اتفاق على تعريف محدد للمصطلحات التالية: الإعلام، الانتخاب، التضليل الإعلامي؟
- 2 - ما هي أشكال وأهداف التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية؟
- 3 - هل هناك أدوات تشريعية كافية للتعامل مع التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية وخاصة الصور الحديثة من التضليل الإعلامي الإلكترونية والتضليل الإعلامي بواسطة الذكاء الاصطناعي؟
- 4 - هل هناك عقوبات تحقق الردعين العام والخاص لمن يقوم بالتضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية؟
- 5 - ما مدى مسؤولية مشغلي منصات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي عن التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية؟
- 6 - المكافحة الجنائية للإعلانات السياسية الممولة على مواقع التواصل الاجتماعي؟

### منهجية الدراسة:

سوف نتناول موضوع الدراسة المتعلق بالحماية الجنائية من التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية في ضوء السياسة الجنائية التشريعية من خلال المنهج المقارن الوصفي والتحليلي، ففي المنهج التحليلي سوف أعمل على تحليل النصوص القانونية التي وردت في التشريع المصري والقطري والفرنسي وتحليل المفاهيم المتعلقة بموضوع الدراسة من الإعلام والتضليل الانتخابي، وتحليل صور وأركان جرائم ظاهرة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية ومدى ملاءمة الجزء الجنائي المنصوص عليه لمواجهة هذه الظاهرة الإجرامية. وبالنسبة إلى المنهج الوصفي فسوف أعمل على إعطاء وصف دقيق لموضوعات الدراسة وهي الانتخاب، والتضليل الإعلامي، والحملات الانتخابية سواء كانت بالطرق التقليدية أو بالطرق الإلكترونية، وموقف التشريعات التي تناولت الحماية الجنائية من هذه الظاهرة الإجرامية سواء تم ذلك عن طريق اللجوء إلى القواعد العامة الموجودة في التشريعات العقابية أو باللجوء إلى قواعد خاصة عقابية لمواجهة هذه الظاهرة الإجرامية. أما بالنسبة إلى المنهج المقارن فسوف أعمل على إجراء المقارنة ما بين التشريع المصري وبعض التشريعات العربية التشريع القطري كمثال على ذلك باعتبارهما من التشريعات التي تتناول مواجهة هذه الظاهرة الإجرامية من خلال القواعد العامة في التشريعات العقابية دون النص على قانون خاص، أما بالنسبة إلى المقارنة مع التشريع الفرنسي فيرجع سبب اختياره باعتباره من التشريعات اللاتينية التي أصدرت قانوناً خاصاً لمواجهة هذه الظاهرة الإجرامية. وفي النهاية سنقدم في خاتمة الدراسة بناء على ذلك مجموعة من التوصيات التي تهدف لتوفير الحماية الجنائية لجمهور الناخبين من كافة صور التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية من أجل انتخابات ديمقراطية نزيهة.

## خطة الدراسة:

تنقسم الدراسة إلى مبحثين، في المبحث الأول نتناول تحديد ماهية التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية، وفي المبحث الثاني نستعرض تحديد دور السياسة الجنائية في مواجهة صور التجريم لظاهرة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.

### المبحث الأول: ماهية التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية

سوف نستعرض في هذا المبحث تعريف التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية في المطلب الأول من حيث المفهوم اللغوي والاصطلاحي والقانوني، ثم نوضح في المطلب الثاني أشكال وأهداف التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.

#### المطلب الأول: تعريف التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية

نتناول في هذا المطلب الرد على الإشكالية الأولى التي تتعلق بضبط المصطلحات القانونية المتعلقة بموضوع الدراسة، ففي الفرع الأول نستعرض تعريف الإعلام، وفي الفرع الثاني نحدد مفهوم التضليل، وذلك لكي نصل في النهاية إلى تحديد مفهوم واضح ودقيق للتضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.

#### الفرع الأول: تعريف الإعلام

يقصد بالإعلام "التبليغ أو الإبلاغ أي التواصل (Communication)، وكلمة الإعلام تعني أساساً توصيل الأخبار وتقديم المعلومات. ويتضح من ذلك أن عملية توصيل الأخبار جوهرها بالأساس وجود رسالة إعلامية (أخبار- معلومات- أفكار- آراء) تنتقل في اتجاه واحد من الشخص المرسل إلى الشخص المستقبل، كذلك تشمل أيضاً إشارات أو أصوات، وكل ما يمكن تلقيه أو اختزاله من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة إليه".<sup>5</sup> كل ذلك في ضوء الإلتزام بتقديم معلومات صحيحة ودقيقة وصادقة للناس، وكذلك الحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم، وتكوين آرائهم عن كل ما يهمهم من الأمور<sup>6</sup> سواء كانت اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية أو دينية ... الخ.

وقد اختلف الفقه في تعريف الإعلام فذهب جانب من الفقه إلى تعريف الإعلام من حيث الوسيلة والهدف "بأنه كافة أوجه النشاط الاتصالي التي تستهدف تزويد الجمهور بالحقائق والأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة عن القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف. مما يؤدي إلى تكوين الوعي والمعرفة والإحاطة الشاملة لدى كافة أفراد المجتمع، وبما يساهم في تنوير الرأي العام في الوقائع والموضوعات

5 جون بيتر، مقدمة في الاتصال الجماهيري، مركز الكتاب الأردني، الأردن، 1977، ص 366، 368، 417.

6 جون مارتين، نظم الإعلام المقارنة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1991، ص 127-128.

بينما ذهب جانب آخر من الفقه إلى تعريف الإعلام " بأنه الإخبار بالحقائق والمعلومات الصادقة من أجل اتخاذ موقف معين"<sup>8</sup>. ويتضح من هذا التعريف أن الإعلام يقوم بالأساس على مجموعة من المبادئ والمعايير وهي على النحو التالي:

- 1 - الالتزام بدقة الأخبار؛
- 2 - الالتزام بالوضوح والصراحة والشفافية؛
- 3 - الالتزام بمعايير الصدق والأمانة<sup>9</sup> في عرض ونقل الأخبار والمعلومات؛
- 4 - أن يكون الهدف هو التنوير والتثقيف ونشر المعلومات الصحيحة والصادقة التي تهدف إلى الوصول إلى عقول أفراد المجتمع وتعمل على رفع مستواهم، وتشجعهم على العمل والتعاون من أجل تحقيق المصلحة العامة للدولة.

أما بالنسبة إلى موقف المشرع من تعريف الإعلام، فنجد أن المشرع المصري قد نص في المادة الأولى من القانون رقم 180 لسنة 2018 بشأن تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام<sup>10</sup> على تعريف الإعلام المسموع أو المرئي أو الإلكتروني بأنه "كل بث إذاعي وتلفزيوني أو إلكتروني يصل إلى الجمهور، أو فئات معينة منه، بإشارات أو صور أو أصوات أو رسومات أو كتابات، لا تتسم بطابع المراسلات الخاصة، بواسطة أي وسيلة من الوسائل السلكية واللاسلكية وغيرها من التقنيات الحديثة، أو أي وسيلة من وسائل البث والنقل الإذاعية والتلفزيونية والإلكترونية وغيرها، ويصدر عن أشخاص طبيعية أو اعتبارية عامة أو خاصة، ووفقا للقواعد والإجراءات المنظمة لللائحة التنفيذية لهذا القانون".

أما بالنسبة إلى موقف المشرع القطري فعلى عكس المشرع المصري لم ينص على تعريف الإعلام في القانون رقم 8 لسنة 1979 بشأن المطبوعات والنشر، ولا في المرسوم بقانون رقم 16 لسنة 1993 بشأن تنظيم ممارسة أنشطة الدعاية والإعلان والعلاقات العامة والإنتاج الفني والمصنفات الفنية، بل ترك ذلك لاجتهاد الفقه. ولكن يوجد الآن أمام مجلس الشورى القطري مشروع قانون بتنظيم الصحافة والمطبوعات والنشر والأنشطة الإعلامية والفنون<sup>11</sup> يضع تعريفا للإعلام، وذلك لتلافي الانتقادات الموجودة في التشريع القديم الذي أصبح لا يتلاءم مع متغيرات العصر الحديث. وكذلك سار المشرع الفرنسي على نهج أغلب التشريعات فلم ينص على تعريف للإعلام

7 رأفت رمضان، المسؤولية الجنائية عن أعمال وسائل الإعلام، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2011، ص 17.

8 على الباز، الإعلام والإعلام الأمني، مع دراسات تطبيقية مقارنة للدول العربية، ط 1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، 2001، ص 16.

9 إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجمهور، ط 3، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1984، ص 12؛ سليمان صالح، الجرائم الإعلامية والصحفية، ط 2، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2005، ص 240.

10 انظر: المادة الأولى من القانون المصري الجديد رقم 180 لسنة 2018 بشأن تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، المنشور في الجريدة الرسمية العدد 34 مكرر (هـ)، السنة الحادية والستون، 27 أغسطس 2018.

11 انظر مشروع قانون تنظيم الصحافة والمطبوعات والنشر والأنشطة الإعلامية والفنون القطري، الذي يحتوي على 74 مادة موزعة على 12 فصلاً، ويتضمن تنظيم قواعد الإعلام وتعريفه، كذلك تم إضافة أحكام تتعلق بالنشر والتداول الإلكتروني في مشروع القانون الجديد.

في قانون الصحافة الصادر في 29 يوليو 1881 بشأن حرية الصحافة والمعدل في آخر تعديلاته في 4 سبتمبر 2011. أما بالنسبة إلى تعريف الإعلام الحديث فيقصد به كل أنواع الإعلام الإلكتروني الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي عن طريق الوسائل الإلكترونية، فهناك حالتان تميزان الحديث عن القديم، الحالة الأولى تتمثل في الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الحديث، والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على دمج النص والصورة والفيديو والصوت، واستخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الانتاج والعرض، أما الحالة الثانية فتتمثل في التفاعلية، فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه، وهي أهم سماته<sup>12</sup>. وبناءً على ما سبق نستطيع القول بأن الإعلام الحديث ينقسم إلى أربعة أنواع:

**النوع الأول: الإعلام القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها المختلفة.**

**النوع الثاني: الإعلام القائم على استخدام أجهزة المحمول والأجهزة الإلكترونية الأخرى.**

**النوع الثالث: الإعلام القائم على استخدام منصة الوسائل الإعلامية التقليدية مثل الراديو والتلفزيون، التي أضيفت لها ميزات التفاعلية والرقمية.**

**النوع الرابع: الإعلام القائم على استخدام منصة الكمبيوتر في حين يتم تداوله شبكيًا أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الأسطوانات الضوئية<sup>13</sup>.**

ويتضح مما سبق أن الإعلام يشكل إحدى وظائف الاتصال الأساسية وهي على النحو التالي: الإعلام، والتعليم، والترفيه. وبناءً على ذلك يمكننا القول بأنه لا يمكن أن يوجد اتصال دون إعلام، ولا يمكن أن يوجد إعلام بدون اتصال. وذلك لأن الإعلام يسعى في الأساس إلى إزالة الجهل والغموض والشك لدي الشخص مستقبل هذه الرسالة الإعلامية<sup>14</sup>، وبالرغم من ذلك يقوم الإعلام في حالات أخرى استثنائية بالتضليل والتشويه للحقائق مثل الحالة محل الدراسة المتمثلة في التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.

## **الفرع الثاني: مفهوم التضليل الإعلامي**

### **أولاً: المفهوم اللغوي لكلمة التضليل**

- في اللغة العربية "تقترن كلمة التضليل في المعجم بالشر والباطل. والضلال والضلالة، ضد الهدى والرشاد<sup>15</sup>. والأصل في الضلالة الغيبة، أي أن التضليل في اللغة هو إخفاء الحقيقة، وعدم التوجيه السديد<sup>16</sup>. ويعني جعل الآخر ينحرف عن الطريق الصحيح، أو خداعه أي جعله ضالاً".

12 عباس صادق، الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، القاهرة، 2008، ص 22.

13 أحمد أبو زيد، الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية، دراسة حالة الحملة الانتخابية للرئيس الأمريكي باراك أوباما، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2013، ص 6-7.

14 عبد الله سنومي، الاتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات العامة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، عمان، 1999.

15 أبو الفضل جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، م 9، ط 3، دار صادر، بيروت، 2004، ص 57-58.

16 الفيومي، أحمد بن محمد بن علي المقرئ، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، مادة: ضلل، 9/2، 10، دار الفكر، بيروت.

- أما في اللغة الفرنسية فيقصد بالتضليل (La désinformation)، ففي مايو 1980 اعتمدت الأكاديمية الفرنسية في معجم اللغة الفرنسية تعريف كلمة التضليل بأنها عملية ظرفية أو متواصلة تهدف إلى استخدام جميع الوسائل من أجل إيقاع الآخر في الخطأ، وهي أيضا تشمل المؤامرة والتخريب في صفوف الآخرين من الخصوم من أجل إضعافهم<sup>17</sup>. وقد ذهب الفقيه الفرنسي فرانسوا جيرري إلى القول "بأن الإعلام والإخبار في أحد وجوهه هو تنزيل جمالية المفكر في عالم الفوضى والجهل والظلام. أما التضليل فهو توجيه العقل البشري إلى عهود سابقة وإلى تشويه بدائي من أجل إحياء حالة التنافر في العالم، وبالتالي يرى أن التضليل نشأ مع الإعلام وظل حركة دائمة تتطور أساليبها بحسب تقنيات الاتصال المتوافرة"<sup>18</sup>. وفي المعجم السياسي الصغير والصادر في عام 1978 تم تعريف التضليل في المجال السياسي بأنه هو الخبر الكاذب الموجه الذي يقدم على أنه حقيقة، وذلك بهدف توريث الرأي العام في الخطأ في المجال السياسي<sup>19</sup>.

### ثانياً: المفهوم الاصطلاحي للتضليل (Manipulation):

"هو التأثير في شخص أو هيئة أو جماعة بطريقة تنطوي على التمويه أو التلاعب"<sup>20</sup>. والتضليل الإعلامي يقتضي صرف انتباه الأشخاص عن عنصر الحقيقة في موضوع معين<sup>21</sup>، وتعتمد إخفاؤها عنهم بإختلاق واقع غير حقيقي أو زائف عن طريق إنكار وجوده أصلاً باستمرار، فحتى يكون التضليل الإعلامي ناجحاً لا بد أن يشعر المصلون بأن الأشياء هي على ما هي عليه من الوجهة الطبيعية والحتمية، أي أن هذه هي الحقيقة والواقع بالرغم من زيف هذه الحقيقة.

وتأكيداً على أهمية وضع تعريف للتضليل الإعلامي لمواجهة هذه الظاهرة، فقد تبني تقرير أخلاقيات العمل الصحفي في الصحافة المكتوبة التونسية<sup>22</sup> تعريف التضليل بأنه اختلاق للأخبار والعناوين الكاذبة والمخادعة والإعلان المقنع وتوجيه اتهامات دون سند والتحقيق والتجريح والخطاب العنيف والتشهير ثم التلميع أو العكس، وعدم الإنصاف في قضايا خلافية بعرض وجهة نظر واحدة، وعدم تكذيب الأخبار الزائفة أو المخادعة أو التملص في نشر الردود على تلك الأخبار.

أما بالنسبة إلى التضليل من خلال الصورة أو الفيديو المضلل فقد حددت المنصة الإلكترونية لشركة يوتيوب

17 غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ترجمة هاشم صالح، ط 1، دار الساقي، القاهرة، 1991.

18 فرانسوا جيرريه، قاموس التضليل الإعلامي، ارمان كولان، باريس، 2011، ص 352.

François Géré, *Dictionnaire de la désinformation*, éd., Arman Colin, Paris, 2011, p. 352.

19 Larousse *Petit dictionnaire français*, French edition, éd, Larousse, Paris, 1978.

20 هيرت شيللر، "المتلاعبون بالعقول"، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، العدد 106، مارس 1999، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، ص 5.

21 مجد الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، ط 1، دار المناهج، عان، 2006، ص 43.

22 انظر: تقرير أخلاقيات العمل الصحفي في الصحافة المكتوبة، الذي أصدرته النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، تونس، يناير 2014، وثائق هامة مختلفة عن أعمال التضليل في الصحافة التونسية تم رصدها خلال الأشهر التسعة الأولى من سنة 2013.

البيانات الوصفية للصورة أو الفيديو المضلل بأنه جميع المعلومات غير الصحيحة أو الزائفة التي تضاف إلى الفيديو، بحيث تتضمن هذه البيانات عنوان الفيديو والوصف والعلامات والتعليقات التوضيحية والصورة المصغرة. بحيث تتيح تلك البيانات الوصفية إضافة معلومات سياقية إلى الفيديوهات، أي التلاعب بخوارزميات البحث أو تضليلها<sup>23</sup>. وتسمى منصة يوتيوب إلى طرح ميزة جديدة للتحقق من المحتوى عبر موقعها على شبكة الإنترنت، وذلك لمكافحة المعلومات المضللة والأخبار المزيفة في خدمة مشاركة الفيديو من خلال إنشاء مربعات معلومات (مثل تنبيه خداعي، ومزيف) للتحقق من الحقائق عندما يبحث المستخدم عن موضوع عرضه للتضليل الإعلامي، وتحذير المستخدم من الوقوع في شباك المعلومات الخاطئة والمزيفة.

ونستطيع القول في النهاية بأنه يقصد بالتضليل الإعلامي وفقاً للمفهوم العام: الكذب والتشويه والخداع وإخفاء الحقائق للتأثير في اتجاهات الرأي العام من خلال تضليلهم بطرق يستخدم فيها أحدث أساليب التسويق الدعائي السياسي وتقنيات التعامل النفسي مع الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة أو ما يطلق عليه وسائل الإعلام الحديثة التي انتشرت مؤخراً<sup>24</sup> مثل مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك والتويتر والانستجرام وغيرها من الوسائل الحديثة الأخرى. هذا بالنسبة إلى التعريف الموضوعي لجريمة التضليل الإعلامي<sup>25</sup>، أما بالنسبة إلى التعريف الإجرائي للتضليل الإعلامي فيقصد به أنه عملية دعوة للإقناع مدعومة بمجموعة حجج منطقية لخدمة أهداف محددة للسيطرة على تفكير وسلوكيات المتلقي عن طريق الخداع والكذب والتزييف وإثارة الخوف والرعب بما يؤدي في النهاية إلى تغيير سلوكياته في اتجاه معين يصب لمصلحة المضلل الإعلامي.

### ثالثاً: المفهوم اللغوي والقانوني للتضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية

في البداية نجد أن لجنة إثراء اللغة الفرنسية ونتيجة لانتشار وسائل الإعلام على شبكة الإنترنت وكذلك على مواقع التواصل الاجتماعي<sup>26</sup>، وإزدياد الأخبار المزيفة التي تشير إلى مجموعة من العمليات التي تسهم في التضليل العام، وفي سبيل إيجاد مرادف في اللغة الفرنسية عندما يتعلق الأمر بتسمية المعلومات المزيفة أو المضللة أو المتحيزه عمداً على سبيل المثال لصالح حزب سياسي معين مقابل آخر، أو تشويه سمعة شخص أو شركة، أو نشر المعلومات المتناقضة من أجل التضليل في الانتخابات. وبالتالي توصي لجنة إثراء اللغة الفرنسية باستعمال مصطلح المعلومات المضللة (information fallacieuse) بدلاً من استخدام مصطلح المعلومات المزورة أو الزائفة أو الكاذبة (fake news) باعتباره مصطلحاً أنجلوسكسوني غير دقيق. لا سيما أنه في الإطار القانوني، يتم استخدام هذا المصطلح،

23 انظر: سياسات مكافحة الخداع والممارسات المضللة والمحتوى غير المرغوب لشركة يوتيوب. [www.youtube.com](http://www.youtube.com). تاريخ الزيارة 2019/12/20.

24 حميدة سميسم، الحرب النفسية والرأي العام، ط 1، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2005، ص 194.

25 ذياب الطائي، التضليل الإعلامي من صناعة الخبر إلى صناعة السينما، دار الينابيع، دمشق، 2011، ص 55.

26 Recommandation du 4 octobre 2018 sur les équivalents français à donner à l'expression fake news (NOR : CTNR1826048K) (JO, 4 octobre 2018).

ووفقا للمصطلحات الواردة في قانون عام 1881 المتعلق بحرية الصحافة وكذلك في القانون الانتخابي أو قانون العقوبات أو القانون النقدي، المعلومات المضللة بدلاً من أخبار مزيفة، بالإضافة إلى استخدام مصطلح معلومات خاطئة أو الأخبار الكاذبة.

وفي محاولة لضبط مصطلح التضليل الإعلامي، ترى اللجنة البريطانية للرقمنة والثقافة والإعلام والرياضة في مجلس العموم البريطاني في التقرير الصادر في 19 فبراير 2019، على أنه من الصعب الاتفاق على وضع تعريف محدد للتضليل الإعلامي أو الأخبار الكاذبة، ولكن يمكن وضع صور وتطبيقات لهذه المعلومات المضللة على النحو التالي<sup>27</sup>:

- 1 - المحتوى الملفق، أي المحتوى المزيف تمامًا.
- 2 - التلاعب في المعلومات، أي تشويه المعلومات أو الصور الحقيقية، على سبيل المثال عنوان رئيسي أكثر إثارة لا يعبر عن ما يتم نشره.
- 3 - محتوى يشمل انتحال صفة المصادر الحقيقية، على سبيل المثال استخدام العلامة التجارية لوكالة أنباء ما على أنها مصدر الخبر على خلاف الحقيقة.
- 4 - محتوى مضلل، باستخدام معلومات مضللة على أنها حقيقة، مثال على ذلك استخدام التعليق على خبر على أنه حقيقة.
- 5 - سياق اتصال خاطئ، محتوى حقيقي واقعي يتم مشاركته مع معلومات سياقية خاطئة، على سبيل المثال عندما لا يعكس عنوان مقال المحتوى.
- 6 - المحاكاة الساخرة والهجاء، تقديم المعلومات الكاذبة في صورة السخرية والدعابة على أنها صحيحة، مما يؤدي إلى خداع الجمهور.

ولكن المشرع الفرنسي في 22 ديسمبر 2018 أصدر تشريعاً جديداً خاصاً لمواجهة هذه الظاهرة الإجرامية على عكس المشرع المصري والقطري الذي تصدى لهذه الظاهرة من خلال القواعد العامة فقط، وقد نص المشرع الفرنسي على تعريف التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية في المادة الأولى من قانون مكافحة التلاعب بالمعلومات رقم 1202 لسنة 2018 الصادر في 22 ديسمبر 2018 على أنه "يقصد بالتضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية كل إدعاء غير دقيق أو مضلل أو غير حقيقي يتم نشره خلال الأشهر الثلاثة التي تسبق اليوم الأول من شهر الانتخابات العامة وحتى تاريخ الإقتراع، ولكن بشرط أن يتم هذا السلوك بقصد تعديل مصداقية التصويت القادم عن عمد، سواء تم النشر بطريقة مصطنعة أو آلية من خلال وسائل الاتصالات عبر الإنترنت"<sup>28</sup>.

27 A. Roadmap, Fake News, NATO Strategic Centre for Strategic Communications ·Riga and King's Center for Strategic Communications (KCSE), January 2018.

28 Loi N°2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information, JORF n°0297 du 23 décembre 2018 texte n°2, <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2018/12/22/MICX1808389L/jo/texte>.

ومن الملاحظ أن التضليل الإعلامي من خلال التلاعب في المعلومات يتم في الغالب الأعم من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإخبارية عبر الإنترنت، أو وسائل الإعلام التقليدية من الإذاعة والتلفزيون. ولكن المشرع اشترط لقيام السلوك الإجرامي المكون لجريمة التضليل الإعلامي أن يقع هذا السلوك خلال فترة محددة وهي الثلاثة أشهر التي تسبق اليوم الأول من شهر الانتخابات.

ويتضح مما سبق أن التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية يشمل المعلومات الخاطئة والتضليل المعلوماتي، حيث يشترك كل منهما في تغييب الحقيقة ومخالفة الواقع عن جمهور الناخبين، فالتضليل المعلوماتي ينطوي على خداع متعمد لجمهور المتابعين من الناخبين<sup>29</sup>، وبناءً على ذلك فقد ذهب بعض الفقه إلى تعريف التضليل المعلوماتي أثناء الحملات الانتخابية بأنه نشر أو تأكيد معلومات كاذبة أو مغلوبة بصورة متعمدة، بهدف خداع وإرباك المتابعين من جمهور الناخبين<sup>30</sup>. أما بالنسبة إلى وجه الاختلاف بين التضليل المعلوماتي والمعلومات الخاطئة فيرجع إلى أن التضليل المعلوماتي يقوم بالأساس على توافرية مسبقة خلف ممارسات التضليل تهدف إلى التلاعب بإدراك ووعي جمهور الناخبين من أجل تغيير سلوك واختيار هؤلاء الناخبين وتوجيههم نحو مرشح أو حزب سياسي معين، وذلك على خلاف المعلومات الخاطئة أو الكاذبة.

ويأتي تعريف المشرع الفرنسي تماشيًا مع ما سار عليه مشرع الاتحاد الأوروبي فقد عرّف التضليل الإعلامي<sup>31</sup> بأنه المعلومات الخاطئة – أي معلومات كاذبة أو مضللة يمكن إثباتها، ويتم إنشاؤها وعرضها ونشرها لتحقيق مكاسب اقتصادية أو خداع الجمهور عمدًا – لتشويه النقاش العام وتقويض ثقة المواطنين في المؤسسات ووسائل الإعلام، مما يزعزع استقرار النظم الديمقراطية في نتائج الانتخابات.

ومما سبق نستطيع القول إن الفاعل لجرائم التضليل الإعلامي يطلق عليه المضلل أي من يقوم بالسلوك الإجرامي المكون لجرائم التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية من تلاعب أو نشر أو بث أو توزيع أو دعاية للمعلومات والبيانات الكاذبة أو إخفاء أو تزييف للمعلومات والبيانات الصحيحة عن طريق وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة والإلكترونية، أما الشخص المجني عليه فيطلق عليه الشخص المضلل إعلاميًا أي من تم هذا السلوك الإجرامي من أجل إيهامه على وجه غير صحيح وتوجيهه نحو سلوك معين أثناء الحملات الانتخابية وبالتالي التأثير على نتائج العملية الانتخابية.

#### رابعاً: مفهوم المصطلحات التي ترتبط بمحور الدراسة

بعد أن استعرضنا تعريف التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية، لا بد من أن نتناول بالتحديد مفهوم

29 Don Fallis, What is disinformation? Library Trends, Vol. 63, No. 3, 2015, pp.401 - 426.

30 James H. Fetzer, Disinformation: The use of false information, Minds and machines, Vol. 14, no 2, 1, 1982, pp. 231 - 240.

31 انظر: المفوضية الأوروبية، أسئلة وأجوبة حول ما يقوم به الاتحاد الأوروبي من إجراءات ضد المعلومات المضللة، صحيفة الوقائع، بروكسل، 5 ديسمبر 2018.

مصطلح الأخبار الكاذبة، وكذلك عرض مفهوم مدة الحملة الانتخابية سواء كانت تقليدية أو إلكترونية، وفي النهاية نضع تعريفاً واضحاً لعملية الإقتراع وذلك لارتباط هذه المصطلحات بمحور الدراسة الذي يتناول التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.

فيقصد بمصطلح الأخبار الكاذبة الأخبار التي لا تطابق الحقيقة كلها أو في جزء منها، سواء تم ذلك عن طريق الحذف أو الإضافة أو التزوير أو غير ذلك من الوسائل الأخرى التي تخالف الحقيقة. وتتحقق جريمة نشر الأخبار الكاذبة عن طريق تعمد الشخص الطبيعي أو الاعتباري نشر أو إعلان أخبار أو بيانات أو معلومات أو إشاعات كاذبة أو أوراق مصنعة أو مزورة أو منسوبة كذباً إلى الغير قبل أن يتحقق من صحتها، مما يؤدي إلى الأضرار بالسلم العام أو إثارة الفرع بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة للبلاد. ولا يشترط أن تكون الأخبار الكاذبة معاصرة، بل قد يكون خبراً قديماً، ولكن المهم أن تكون الأخبار غير معلومة للجمهور قبل النشر، وقدمها مرتكب الجريمة على أنها حقيقة ثابتة ومطابقة للواقع. فالأخبار في حقيقة الأمر يفترض أنها إعلام الغير بأمر غير معلوم لديه<sup>32</sup>، وبالتالي فإن التعليق على الأخبار الصحيحة بملاحظات غير صحيحة لا يعتبر نشرًا لأخبار كاذبة، وإنما نوع آخر من أنواع التضليل الإعلامي.

بالإضافة إلى ذلك لا يشترط كذب الوقائع برمتها في الأخبار الكاذبة، بل يكفي أن يكون الخبر فيه كذباً جزئياً أو شوه الحقائق أو أضاف إليها أموراً صفتها جنائية أو تم إغفال ذكر بعض أمور يجب ذكرها<sup>33</sup>. ويترك تقدير كذب الخبر من عدمه إلى تقدير محكمة الموضوع<sup>34</sup> وفق سلطتها التقديرية، بمعنى أن المحكمة لا تتقيد في ذلك بحكم البراءة أو بصدور أمر الحفظ لثبوت كذب الخبر من جهة<sup>35</sup>، ولا تتقيد بعجز الصحفي عن إثبات الوقائع المبلغ عنها للقطع بكذب الخبر من جهة أخرى<sup>36</sup>.

أما بالنسبة إلى مفهوم مدة الحملة الانتخابية فيقصد بأنها "تلك الفترة الزمنية التي يحددها المشرع بغرض تقديم وعرض برامج المرشحين والأحزاب في الانتخابات على جمهور الناخبين. أي أنها مجموعة من الأنشطة السياسية التي تشمل الاجتماعات والخطب والمسيرات والاستعراضات وغيرها من المناسبات والفعاليات المنظمة"<sup>37</sup>، واستخدام وسائل الإعلام والصحافة من أجل إطلاع جمهور الناخبين على هذه البرامج السياسية للمرشحين

32 طارق سرور، جرائم النشر والإعلام، الطبعة الثالثة، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008، ص 472.

33 محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، جلسة 10 يناير 1944، طعن رقم 16، س 14 ق، جلسة 10 مايو 1955، طعن 106، س 25 ق.

34 محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، جلسة 14 مارس 1955، طعن رقم 2057، س 24 ق.، الطعن رقم 151 لسنة 26 ق، جلسة 30 ديسمبر 1958، س 9، ص 1126، الطعن رقم 21819 لسنة 85 ق، جلسة 3 ديسمبر 2015.

35 محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، جلسة 6 يونية 1938، طعن رقم 167، س 8 ق.

36 محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، جلسة 8 يناير 1945، طعن رقم 1594، س 24 ق.

37 مؤلف جماعي، ترجمة نتالي سليمان، المصطلحات الانتخابية، الطبعة الأولى، منشورات المعهد الديمقراطي للشئون الدولية، المغرب، 2009؛ د. نور الدين رحو، القضاء الدستوري ورقابته على الانتخابات الانتخابية التشريعية المباشرة، رسالة ماجستير في القانون العام، جامعة محمد الأول، وجدة، المغرب، 2013، ص 79.

وضمان تصويتهم أثناء العملية الانتخابية لصالح مرشحهم في الانتخابات.

وبالنسبة إلى الحملة الانتخابية الإلكترونية فيتم فيها توظيف تقنية المعلومات والاتصالات في دعم الحملة الانتخابية للمرشح، من خلال إنشاء مواقع إلكترونية للدعاية الانتخابية للمرشح، أو من خلال قوائم البريد الإلكترونية التي تلعب دورًا في إيصال رسالة حملة المرشح للناخبين<sup>38</sup>. فالغرض الرئيسي من الحملة الانتخابية هو توصيل رسالة مقنعة لجمهور الناخبين المستهدفين في وقت محدد، سواء تم ذلك من خلال وسائل الإعلام التقليدية أو الإلكترونية، بحيث تقوم الحملة الانتخابية بتحديد الأهداف ووضع السياسات وإجراءات تنفيذها وإعداد الميزانيات التقديرية والمدد الزمنية بما يساعد على تحقيق أهداف المرشح بالفوز في العملية الانتخابية<sup>39</sup>، عن طريق استغلال المواقع الإلكترونية لوسائل التواصل الاجتماعي وبرامج الرسائل الفورية والمواقع الأخبارية الإلكترونية. أما بالنسبة إلى الاقتراع فيقصد به أن يدلي الناخب بصوته في الانتخابات أو الاستفتاءات عن طريق التصويت حيث يعبر فيها عن رأيه السياسي فيمن يمثله في المجالس البرلمانية أو المحلية أو الرئاسية أو في موضوع سياسي ما عن طريق الاستفتاء، سواء تم ذلك بطريقة كتابية أو إلكترونية. وتأكيدًا على ذلك فقد نص الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر في عام 1948 في المادة 21 منه على "أن لكل شخص حق المشاركة في إدارة الشؤون العامة لبلده إما مباشرة أو بواسطة ممثلين يختارون بحرية، وأن إرادة الشعب هي مصدر سلطة الحكومة، ويعبر عن هذه الإرادة بانتخابات نزيهة دورية تجري على أساس الاقتراع السري، وعلى قدم المساواة بين الجميع أو حسب أي إجراء مماثل يضمن حرية التصويت"<sup>40</sup>. بالإضافة إلى ذلك فقد نصت المادة 25 من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية على أنه "يجق لكل مواطن أن يشارك في إدارة الشؤون العامة إما مباشرة أو بواسطة ممثلين يختارون بحرية، وأن ينتخب في انتخابات نزيهة تجري دورياً بالاقتراع العام وعلى قدم المساواة بين الناخبين وبالتصويت السري، تضمن التعبير الحر عن إرادة الناخبين"<sup>41</sup>.

### المطلب الثاني: أشكال وأهداف التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية

سوف نستعرض في هذا المطلب أولاً: أشكال التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية في الفرع الأول، ثم نوضح أهداف التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية في الفرع الثاني.

#### الفرع الأول: أشكال التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية

تتنوع أشكال وصور التضليل الإعلامي خاصة المتعلقة بمحل الدراسة، وهي التضليل الإعلامي أثناء الحملات

38 محمد منير حجاب، إدارة الحملات الانتخابية، طريقك للفوز في الانتخابات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 30.

39 المرجع نفسه، ص 30.

40 انظر الفقرتين الأولى والثالثة من المادة 21 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، الصادر بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 217، ألف (د-3)، بتاريخ 10 ديسمبر 1948.

41 انظر: الفقرتين (أ، ب) من المادة 25 من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، الصادر بموجب قرار الجمعية العامة للأمم المتحدة رقم 2200، ألف (د-21)، بتاريخ 16 ديسمبر 1966، ودخل حيز النفاذ في 23 مارس 1976، وفقاً لاحكام المادة 49.

الانتخابية، وهذا ما سوف نتناوله بالشرح على النحو التالي:

أولاً: التضليل الإعلامي الانتخابي المنهج: ويتم عن طريق الخلط المنهج بين الحقيقة والأكاذيب، ويتم ذلك من خلال إظهار الزيف والأكاذيب في صورة حقيقة خاصة بالنسبة إلى البيانات والمعلومات المتعلقة بالمجال السياسي الخاص بالانتخابات. أي يتم التلاعب بالمعلومات والأخبار وترتيب الحقائق، بحيث تعطي انطباعات ومعاني معينة، بشكل يتم تفسيرها بطريقة معينة يخالف ما هو موجود على الواقع.

ثانياً: التضليل الإعلامي الانتخابي بالإخفاء: ويقع عن طريق كتمان الحقائق عن الجمهور، أي كتمان أو إخفاء الحقائق والمعلومات والبيانات الصحيحة عن جمهور الناخبين مما يؤدي إلى انتشار المعلومات والبيانات المضللة أو الزائفة. وكمثال على ذلك التركيز في تناول الإعلام على حقيقة ما وإغفال الحقائق الأخرى عن طريق إنتقاء بعض الكلمات والحقائق والاقتراسات وتجاهل باقي المصادر والحقائق الأخرى<sup>42</sup>، مما يؤدي إلى ظهور اختلاف بين الرسالة التي أرسلت إلى الشخص المتلقى والرسالة التي استقبلها. كذلك التضليل الإعلامي عن طريق التلاعب في صياغة الخبر السياسي المتعلق بالانتخابات لغوياً أو عن طريق حذف بعض العبارات أو تقديم بعضها على البعض الآخر على نحو يبدو عفويًا<sup>43</sup>، بحيث لا ينتبه إليه المتلقي غير المختص، وهذا يتم بواسطة القنوات التلفزيونية وكذلك الصحف ووسائل الإعلام الإلكترونية من أجل التأثير على جمهور الناخبين وتغيير سلوكياتهم في اتجاه معين يصب في مصلحة المٌضلّل.

ثالثاً: التضليل الإعلامي الانتخابي العلمي: ويتم عن طريق الاستعانة بعلم النفس وفنون التصوير والصوتيات لإثارة انتباه جمهور الناخبين، والتأثير على اتجاهاته السلوكية والفكرية، ومن ثم تغيير وتوجيه سلوكه الخاص والعام، ومثل هذا الأسلوب شائع الاستخدام في الحملات الانتخابية. وهذا ما يطلق عليه التضليل الإعلامي السياسي بالموتاج الذي يستخدم بطريقة ممنهجة من أجل التوظيف السياسي من خلال تزيف الوعي الجمعي. فالصورة والحقيقة يحذف منها ويضاف إليها عن طريق تركيب صورة للواقع تبرز صورة خلاف الواقع، وهذه الصورة المركبة أو المصطنعة يتم توظيفها في الحملات الانتخابية، وكذلك الكلمات التي تدبلج وتضاف إليها التحليلات والتعليقات التي يتم اختلاقتها من أجل أن تؤثر على اتجاهات جمهور الناخبين، وبالتالي على صدق نتائج عملية الاقتراع. كذلك استخدام الإحصائيات واستطلاعات الرأي غير الحقيقية والمزيفة من أجل التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية، عن طريق ذكر إحصائيات واستطلاعات لم يكن لها وجود، أو أن الإحصائيات والاستطلاعات كانت حافلة بالأخطاء الإجرائية والمهنية التي تؤدي إلى عدم صحة النتائج، أو تم التلاعب بطريقة عرض نتائج الاستطلاعات والإحصائيات بشكل مخادع، مما يؤثر في النهاية على قناعات جمهور الناخبين ويؤدي

42 V., H.M SWEENEY, Twenty - five ways to suppress truth: the rules of disinformation, includes the eight traits of disinformation list, U.S.A, 1997.

43 ذياب الطائي، التضليل الإعلامي من صناعة الخبر إلى صناعة السينما، المرجع السابق، 2011، ص 56-57.

إلى تضليلهم أثناء عملية التصويت الانتخابي.

وكمثال على ذلك التضليل الإعلامي الذي تعرضت له الحملة الانتخابية لجون كيري المرشح للرئاسة الأمريكية في عام 2004، وذلك عندما نشر نقاد الويب المحافظون والعديد من الصحف صورة فوتوغرافية مركبة لجون كيري مع جين فوندا، وقد تبين بعد ذلك أن هذه الصورة قد تم التلاعب فيها عن طريق اصطناع صورة مزيفة على خلاف الحقيقة من أجل تضليل الناخبين<sup>44</sup>، مما أدى إلى أن الكثير من الأشخاص فقدوا الثقة في المرشح للانتخابات الرئاسية الأمريكية، مما يعتبر دليلاً واضحاً على مدى سهولة التلاعب بجمهور الناخبين عن طريق التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية بواسطة التلاعب في حقيقة الصورة أو الفيديو.

رابعاً: التضليل الإعلامي الانتخابي الفني: يتم هذا النوع من التضليل الإعلامي بواسطة الدعاية السوداء أثناء فترة الحملات الانتخابية، التي تعتمد بالأساس على السخرية من المرشحين الآخرين في العملية الانتخابية، والنكتة، والتكرار للشائعات والمعلومات غير الصحيحة، واستخدام أساليب التضخيم والتهويل والتعظيم واختلاق الأكاذيب وغيرها من الصور الأخرى. مما يتسبب في اضطراب ذهني ونفسي لدى جمهور الناخبين، ودفعهم إلى تبني اتجاه أو موقف سياسي معين على خلاف الحقيقة أثناء عملية التصويت الانتخابي. ومن أكثر الأمثلة على ذلك استخدام التضليل الإعلامي الفني للكاريكاتور السياسي الذي يتعامل معه جمهور الناخبين على أنه طرفة وتسلية، بينما هو في الواقع رأي وموقف ورسالة مؤثرة، تجمع في فن التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية بين الكلمة والصورة. مثال على ذلك الموقع الفرنسي "Le Gorafi" على موقع التواصل الاجتماعي تويتر الذي انطلق خلال الانتخابات الرئاسية الفرنسية عام 2012، بحيث كان خطابه يتأسس على السخرية والترويج للأخبار الكاذبة من أجل التضليل الإعلامي للمستخدمين لموقع التواصل الاجتماعي تويتر<sup>45</sup> وبالتالي التأثير عليهم أثناء عملية التصويت الانتخابي في الانتخابات الرئاسية الفرنسية التي أجريت في عام 2012.

خامساً: التضليل الإعلامي الانتخابي من خلال الإشاعة: حيث يقصد بالإشاعة "رواية لخبر مختلق لا أساس له في الواقع، أو هي المبالغة في سرد خبر يحتوي في جزء منه ضئيل على الحقيقة، بقصد التأثير النفسي في الرأي العام بوسيلة من وسائل الإعلام المختلفة"<sup>46</sup>. وبناء على ذلك تعد الإشاعات شكلاً من أشكال التضليل الإعلامي التي يتم استخدامها أثناء الحملات الانتخابية، يتم من خلالها ترويح ونشر الأخبار والمعلومات الكاذبة بقصد الإضرار والتشهير بسمعة المرشحين الآخرين، وبالتالي التأثير على جمهور الناخبين ودفعهم للتصويت في اتجاه معين على خلاف الحقيقة والواقع.

سادساً: التضليل الإعلامي الإلكتروني أثناء الحملات الانتخابية: يتم التضليل الإعلامي الإلكتروني أثناء

44 أدان جيلمور، الإعلام أساس الصحافة - من الجميع ومن أجل الجميع، ترجمة: نيفين نور الدين، الدار الدولية للاستشارات الثقافية، القاهرة، 2010، ص 238.

45 Emilie Narquin, La désinformation, un phénomène amplifié par le web, Le Monde Numeriques, 1 février 2017.

46 محمد بن دغش القحطاني، الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع، الطبعة الأولى، دار طويق، الرياض، 1997، ص 12.

الحملات الانتخابية من خلال العديد من الصور وهي على النحو التالي:

- أ. استخدام مواقع وصفحات مماثلة للصفحات الإعلامية الإلكترونية الحقيقية، ثم يتم بعد ذلك نسخ نفس مواصفات ومظهر الصفحة الحقيقية، التي تتمتع بسمعة وثقة أفراد المجتمع، مما يؤدي إلى خلق حالة من البلبلة والخلط في ذهن المتابعين الإلكترونيين وخاصة جمهور الناخبين.
- ب. إنشاء تحالفات مع صفحات الأخبار الوهمية والمضللة لدعم بعضها البعض، وبالتالي اكتساب المصداقية بين أفراد المجتمع.
- ج. التغرير بالجمهور عن طريق الخداع في عمل صفحات مزيفة ومضللة على زيادة نسبة متابعيها لتحقيق أكبر معدل من المعجبين، لتضمن بذلك ثقة المتابعين باعتبار أن عددا كبيرا من الأشخاص يتابعها.
- د. استخدام الذكاء الاصطناعي في إنشاء مواقع وحسابات وهمية على مواقع التواصل الاجتماعي تعمل بطريقة آليه ومصطنعة في نشر الأخبار المزيفة والمضللة بعدد كبير من أجل تشويه المعلومات والبيانات، وبالتالي دفع سلوك أفراد المجتمع في اتجاه معين في عملية التصويت الانتخابي.

#### الفرع الثاني: أهداف التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية

مما لاشك فيه أن الغرض الأساسي من الإعلام هو تزويد الجمهور بالمعلومات والحقائق والأخبار التي تهمهم بصفة مستمرة، بناء على ذلك يمكن التحكم في إعداد وتوجيه الرأي العام، لا سيما فيما يتعلق بالقضايا التي تخص برامج الانتخابات السياسية<sup>47</sup>، وبالتالي التأثير بشكل سلبي في نتائج العملية الانتخابية عن طريق التضليل الإعلامي. يثبت الأخبار الكاذبة أو المزيفة<sup>48</sup>. وبناء على ذلك نستطيع القول إن التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية له العديد من الأهداف وهي على النحو التالي:

أولاً: حجب المعلومات والأخبار الصحيحة من أجل تضليل جمهور الناخبين أثناء الحملات الانتخابية. فمما لاشك فيه أن وسائل الإعلام المختلفة هي المسؤولة الأولى عن صياغة عقول جمهور الناخبين، لتسير مع فكر ورؤية هذا الاتجاه أو ذاك من المرشحين السياسيين، لذا ينبغي أن يكون جمهور الناخبين على علم بحقيقة وجود تضليل إعلامي أثناء الحملات الانتخابية، لأنه يقتضي واقعا غير حقيقيٍّ وزائفٍ يتمثل في الإنكار المستمر لوجوده أصلا<sup>49</sup>. وبالتالي فإن عملية التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية تهدف لتشويه وتزييف الواقع بحيث لا

47 أحسن رابحي، الإطار القانوني لحرية الإعلام في ظل التشريع الجزائري، دراسة مقارنة، كلية القانون، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، بدون تاريخ نشر، ص 159.

48 Von PLAUEEN, Le droit de l'information en France : la presse, le citoyen et le juge, thèse de doctorat en droit, université de Lyon 2, 2004, P.57 et s.

49 هريوت، مرجع سابق، ص 20.

تظهر الحقيقة كما هي<sup>50</sup>، عن طريق حجب المعلومات والأخبار الصحيحة وخلط الأفكار والبيانات التي تمثل تهديداً لمن يسعى إلى ارتكاب التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.

ثانياً: نشر وإذاعة وتوزيع المعلومات والبيانات والأخبار الكاذبة والمزيفة من أجل التشهير وإساءة السمعة بالمنافسين الآخرين في العملية الانتخابية. حيث إن وظيفة الإعلام تفرض مجموعة من الالتزامات على وسائل الإعلام أثناء الحملات الانتخابية منها القيام بواجباتها بصدق وأمانة، وموضوعية وتوازن، وشمول ودقة، وعدم إساءة استخدام سلطة الإعلام في الإساءة إلى سمعة المنافسين الآخرين في العملية الانتخابية وذلك لوجود صراع مصالح بين المنافسين. وبالتالي في حالة نشر أو إذاعة أو توزيع معلومات أو أخبار كاذبة أو مزيفة، من أجل تضليل جمهور الناخبين في عملية الاقتراع الانتخابي، يجب على المشرع التدخل لمواجهة هذه الظاهرة الإجرامية لما لها من خطورة على مصداقية نتائج الانتخابات.

ثالثاً: التأثير على سلوك أفراد الناخبين عن طريق إحداث اضطراب ذهني ونفسي<sup>51</sup>، مما يؤثر في قدرتهم على التصويت والاختيار بين المرشحين في العملية الانتخابية مما يشكك في مصداقية نتائج التصويت الانتخابي. ويقصد بالسلوك الانتخابي "كل أشكال التصرف أو الأفعال وردود الأفعال التي يظهرها المواطن في موعد انتخابي معين، نتيجة تأثيره أو عدم تأثيره بمجموعة من العوامل والمتغيرات النفسية، والاجتماعية، البيئية السياسية، التنظيمية، الحضارية والاقتصادية"<sup>52</sup>. وتطبيقاً على ذلك تمت دراسة نتائج الانتخابات للمجلس التشريعي في هونج كونج في عام 2011 و2012 على التوالي وكذلك في عامي 2015 و2016 على التوالي، وقد كشفت هذه الدراسة أن التغطية الإعلامية تؤثر في سلوك الناخبين وقراراتهم، وأن وسائل الإعلام خلال حملات التغطية وما تم استخدامه من الصور والبيانات والمعلومات دفعت إما لتحسين صورة المرشحين أو تشويهها عند جمهور الناخبين، مما يشكل معه خطورة على مصداقية العملية الانتخابية. بالإضافة إلى ذلك فقد ركزت الدراسة على قدرة الأطراف على إدارة الكيفية التي يتم فيها تصوير المرشحين في وسائل الإعلام المختلفة، وكيف لهذه المعلومات والبيانات المقدمة لجمهور الناخبين أن تصنع فرقاً في كسب الانتخابات، ويتضح من هذه الدراسة أن هناك علاقة بين وسائل الإعلام والتأثير على العمل السياسي وخاصة نتائج الانتخابية وذلك على النحو التالي<sup>53</sup>:

أ . من حيث التحول الديمقراطي: لوسائل الإعلام دور كبير في رفع الوعي السياسي لدى الجماهير، وخاصة في

50 أرامي يونس، تحليل لغة الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي المكتوب، ط 1، دار المعزز، بيروت، 2012، ص 82.

51 إيمان بركة، الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير في الفقه المقارن، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الإسلامية، غزة، 2008، ص 43، 44.

52 مجذوب عبدالمؤمن، "السلوك الانتخابي في الجزائر، دراسة في المفهوم، الأنماط، والفواعل"، موجود على الربط التالي:

www.bouhania.com/news.php?action=view&id=49. تاريخ الزيارة 2019 / 12 / 1.

53 V., P. Bernard, P.K. AU, M. Plaisent & J.M.H. Chiang, How party politics and media communication affect election results in Hong Kong, 2014: forecasting party strategies in the 2015 district Council and 2016 legislative Council elections, Academic journal research.

ظل انتشار وسائل الإعلام الإلكترونية، الذي أدى إلى تحويل الفضاء الإلكتروني إلى ساحة مفتوحة للحوار مما يفضي إلى حرية التعبير عن الآراء والديمقراطية.

ب . من ناحية أخرى تعزيز مشاركة الجماهير في العملية الانتخابية: حيث تلعب وسائل الإعلام الآن دورًا كبيرًا في تعزيز إقبال جمهور الناخبين على المشاركة في التصويت الانتخابي عن طريق تخفيف تكاليف الوصول للمعلومات التي تلعب دورًا في أخذ قرار التصويت والمشاركة في العملية الانتخابية.

رابعاً: صرف اهتمام جمهور الناخبين عن القضايا الأساسية والهامة<sup>54</sup>، عن طريق التهميش والتعتيم الإعلامي عن الأخبار والمعلومات والبيانات المتعلقة بالقضايا الجوهرية أثناء الحملات الانتخابية. فمما لاشك فيه أن التغيرات الجيوسياسية في العالم وتقدم التكنولوجيا بطريقة غير مسبوقة وسرعة انتقال ونشر المعلومات، كل ذلك أدى إلى خلق مساحات واسعة للأفراد والمؤسسات للتضليل الإعلامي عن طريق التلاعب بالمعلومات وتشكيلها بما يخدم مصالحها<sup>55</sup>. وفي نفس الوقت لم يكن الرأي العام والنخب السياسية والثقافية مستعدة لمواجهة هذه التغيرات، مما دفع هيئات الدعاية التابعة للدولة للتدخل في محاولة منها لسد هذا الفراغ.

ولذلك ظهر مصطلح توظيف المعلومات كأسلحة أو ما يُطلق عليه حرب المعلومات والبيانات، أي أن الدول والمؤسسات وبعض الأشخاص أصبح بمقدورهم أداء أدوار تؤثر في تغيير الإدراك والسلوكيات العامة للأزمات والقضايا بما يتوافق مع مصالحهم الخاصة المسبقة. فيمكن عن طريق وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، تشويه الحقائق والدفاع عن مواقف غير قابلة للدفاع عنها<sup>56</sup>، بصورة استباقية وإبداعية موجهة تتجاوز بمراحل قدرات الدعاية في دولة ألمانيا النازية بقيادة هتلر أو دولة الاتحاد السوفيتي سابقاً في التأثير على الأفراد والجماهير.

ولعل أبرز مثال على التضليل المعلوماتي ما تم استخدامه في الحملة الدعائية للانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 2016، حيث قامت الحملة الدعائية للرئيس الأمريكي دونالد ترامب بالترويج المتعمد لمعلومات زائفة ومختلقة عن الواقع<sup>57</sup>، من أجل التأثير على الناخبين ودفعهم إلى التصويت لصالح المرشح للانتخابات الرئاسية الأمريكية ترامب. حيث إن الوظيفة الأساسية للأخبار الكاذبة أو المضللة تكمن في التضليل والتلاعب المتعمد بالرأي العام من طرف وسيلة من وسائل الإعلام، وذلك من أجل تحقيق مصلحة ما، سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية أو دينية ... الخ.

54 هاني الرضا وآخرون، الرأي العام والإعلام والدعاية، الطبعة الأولى، المؤسسة الجامعية، بيروت، 1998، ص 210.

55 Kenneth WEINSTEIN, Countering Disinformation with information: defeating adversary propaganda to win heart and minds, Hampton Roads international security quarterly, Jan 01, 2016, p. 101.

56 Kenneth WEINSTEIN, Op. Cit, p. 101.

57 Arthur Goldhammer, Can truth survive trump? Democracy Journal, 2016, accessible at: www.goo.gl/ndPXi0.

مشار إليه في بحث: نور سليمان، مابعد الحقيقة، سياسات التضليل المتعمد في عصر الإعلام الرقمي، المرجع السابق، ص 43-44.

## المبحث الثاني: دور السياسة الجنائية في مواجهة صور التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية

بادئ ذي بدء لا بد أن نوضح أن استخدام الأخبار الزائفة والكاذبة في التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية له تاريخ طويل يسبق ظهور مواقع الإنترنت والتواصل الاجتماعي. فخلال العام 1522 وفي أثناء الانتخابات البابوية قام الشاعر بييترو أريتانو بكتابة أوراق فيها سونيات لاذعة بحق كل المرشحين باستثناء مجموعة من الأشخاص الذين كان يدعمهم آل مديشي، وكان يتم تعليقها على نصب تمثال نصفي يعرف بـ "الباسكوينو" وذلك بالقرب من ساحة نافونا في روما. وبناء على ذلك فقد أطلق عليها اسم "الباسكوندي" لاحقاً؛ لتعبر عن ظاهرة التضليل الإعلامي التقليدي أثناء الحملات الانتخابية، التي تتمثل في استخدام أوراق مكتوبة باليد تحمل أخباراً زائفة وغير حقيقية ضد الشخصيات المعروفة. وقد تطور هذا الأسلوب (الباسكوندي) في فرنسا خلال القرن السابع عشر إلى ما يطلق عليه "بالكانارد". ويعتبر نوعاً من المنشورات المطبوعة التي سيطرت على صناعة الأخبار الكاذبة والزائفة في شوارع باريس لمدة قرنين على الأقل، بحيث يتم سرد قصص وأخبار ملفقة ضد المشاهير والسياسيين ورسوم لإثارة اهتمام العامة من الجمهور ضدهم<sup>58</sup>. أي أن التضليل الإعلامي بالصورة التقليدية أثناء الحملات الانتخابية كانت وسيلة لتضليل الناخبين والتأثير على سلوكياتهم الانتخابية في العصور القديمة، وهي كذلك في العصر الحديث عن طريق التضليل الإعلامي الإلكتروني للناخبين عبر وسائل التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت، مما يدفع السياسة الجنائية التشريعية إلى التدخل من أجل مواجهة هذه الظاهرة الإجرامية.

لذلك فقد ذهب الفقيه ديفيد روثكوف إلى القول "بأن ممارسات التضليل المعلوماتي والدعاية الإعلامية ليست ظاهرة جديدة، وإنما تعد من ضمن ثوابت التفاعلات السياسية"<sup>59</sup>. ففي عصر الإعلام الرقمي أصبحت ممارسات التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية أكثر انتشاراً وتطوراً في السنوات الأخيرة مقارنة بالعصور السابقة في ظل الإعلام التقليدي، مما جعل هذا السلوك الإجرامي ظاهرة إجرامية تظهر بشكل ملحوظ في المجتمع، مما يجعلها محلاً للدراسة للوقوف على سبل مكافحتها في ضوء السياسة الجنائية الحديثة. وفي هذا المبحث سوف نستعرض في المطلب الأول السياسة التشريعية الجنائية المقارنة في مواجهة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية، ثم في المطلب الثاني نوضح صور جريمة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.

### المطلب الأول: السياسة التشريعية الجنائية المقارنة في مواجهة التضليل الإعلامي أثناء

#### الحملات الانتخابية

انقسمت السياسة التشريعية الجنائية المقارنة في مواجهة ظاهرة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية إلى اتجاهين، وسوف نستعرض في الفرع الأول الاتجاه الأول من سياسة التشريعات الجنائية هو الاتجاه التقليدي في

58 ويعتقد العديد من المؤرخين أن هذه المنشورات الكاذبة والمزيفة أدت دوراً في التمهد للثورة الفرنسية، كما يعتقد بعض المؤرخين أن المقولة المشهورة عن تساؤل الملكة ماري أنطوانيت التي تم إعدامها علناً سنة 1793 "لم لا يأكل الشعب الكعك المحلى إن لم يجد الخبز!" قد يكون تليفاً من إحدى (الكانرادات) التي تمثل نوعاً من التضليل الإعلامي التقليدي الذي كان سائداً في تلك الفترة من العصر الملكي الفرنسي.

59 David J. Riphkopf, The disinformation age, Foreign Policy, N° 114, 1999, p. 82.

مواجهة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية، وفي الفرع الثاني نتناول الاتجاه الثاني من السياسة التشريعية الجنائية والاتجاه الحديث في مواجهة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.

## الفرع الأول: السياسة التشريعية الجنائية التقليدية لمواجهة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية

يعتبر الاتجاه الأول من السياسة التشريعية الجنائية في مواجهة التضليل الإعلامي هو الاتجاه التقليدي من التشريعات التي لم يصدر عنه قانون خاص لمكافحة ظاهرة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية، وإنما تناول تجريم هذه الظاهرة من خلال القواعد العامة في قانون العقوبات أو قانون الصحافة والإعلام أو قانون الانتخابات ومنها على سبيل المثال التشريع المصري والتشريع القطري والتشريع المغربي.

وسوف نستعرض هنا موقف المشرع المصري والمشرع القطري والمشرع المغربي، حيث نص المشرع المصري في المادتين 196 و197 من قانون العقوبات على أحكام المسؤولية الجنائية عن جرائم النشر والصحافة باعتبارهما من وسائل الإعلام التي تسأل عما تقوم به من أعمال<sup>60</sup> سواء تم النشر في الداخل أو الخارج. بالإضافة إلى ذلك فقد نصت المادة 17 من قانون الإعلام والمجلس الأعلى للإعلام المصري رقم 180 لسنة 2018، "على التزام الصحفي، والإعلامي، في أدائه المهني، بالمبادئ والقيم التي يتضمنها الدستور، والقانون، وميثاق شرف المهنة، والسياسة التحريرية للصحيفة، أو الوسيلة الإعلامية، وآداب المهنة وتقاليدها، وعدم انتهاك أي حق من حقوق المواطنين، والمساس بحرياتهم". وبالطبع فإن هذه الالتزامات المشار إليها في نص المادة 17 تتضمن مسؤولية الصحفي والإعلامي عن التضليل الإعلامي أثناء فترة الحملات الانتخابية، وذلك على اعتبار أن الدستور والقانون وميثاق شرف المهنة وكذلك كود القواعد الإعلامية أثناء فترة الانتخابات التي أصدرها المجلس الأعلى للإعلام تتضمن حظراً لجميع صور التضليل الإعلامي للناخبين أثناء فترة الحملات الانتخابية، وبالتالي يسأل جنائياً وتأديبياً عن مخالفة أحكام هذه النصوص.

وقد سار المشرع القطري والمغربي على نفس نهج المشرع المصري، فقد نص المشرع القطري في المادة 19 من قانون تنظيم الانتخابات العامة لمجلس الشورى رقم 9 لسنة 1970 على تجريم التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية. بالإضافة إلى النص في قانون العقوبات القطري الصادر في عام 2004 على تجريم نشر الأخبار الكاذبة، وسوف نستعرض ذلك بالتفصيل في المطلب الثاني وذلك منعا للتكرار. أما بالنسبة إلى المشرع المغربي فقد نص في المادة 90 من مدونة الانتخابات "على أنه يعاقب بالحبس من شهر إلى ثلاثة وبغرامة من 1200 إلى 5000 درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط كل شخص أقدم باستعمال أخبار زائفة أو إشاعات كاذبة أو غير ذلك من طرق التدليس على تحويل أصوات الناخبين أو دفع ناخباً أو أكثر إلى الإمساك عن التصويت".

60 انظر المادتين 196، 197 من قانون العقوبات المصري.

## الفرع الثاني: السياسة التشريعية الجنائية الحديثة في مواجهة التضليل الإعلامي أثناء

### الحملات الانتخابية

نجد أن الاتجاه الثاني من سياسة التشريعات الجنائية هو الاتجاه الحديث من التشريعات التي تضع قانوناً خاصاً لمكافحة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية. وكمثال على ذلك: المشرع الفرنسي، والمشرع الألماني. أما بالنسبة إلى موقف المشرع الفرنسي فسوف نستعرض في البداية تطور السياسة التشريعية الفرنسية لمواجهة هذه الظاهرة الإجرامية، حيث كان المشرع الفرنسي يتبنى في البداية الاتجاه الأول التقليدي من السياسة التشريعية الجنائية، التي ينص فيها على مكافحة هذه الظاهرة من خلال القواعد العامة في قانون العقوبات، وقانون حرية الصحافة الفرنسي الصادر في 29 يونيو 1881 وتعديلاته في 4 أبريل 2011، الذي نص فيه المشرع الفرنسي على أنه "يعاقب بغرامة قدرها 45.000 الف يورو كل نشر أو توزيع أو استنساخ، بأي وسيلة كانت، لأخبار كاذبة أو قصص ملفقة مزورة أو منسوبة افتراء إلى الغير، وعن سوء نية، مما أدى إلى المساس بالسلامة العامة أو كان من شأنها الإضرار بالسلامة العامة. ويعتبر التحريض على ارتكاب أعمال الشغب والعنف أثناء فترة الحملات الانتخابية من الأفعال التي تؤدي إلى الإضرار بالسلامة العامة في المجتمع بل تهدد أمنه واستقراره"<sup>61</sup>.

ولكن في نفس الوقت لا يعتبر تجريم المشرع الفرنسي لهذا السلوك الإجرامي خروجاً على حرية الرأي والتعبير المنصوص عليها في المادتين 9 و10 من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان، بل يمثل ضماناً ضرورية لأمن وسلامة المجتمع وحماية للحقوق والحريات، ومن ضمانه الحق في الانتخاب بناء على معلومات صحيحة غير كاذبة أو مزيفة. ويشترط للعقاب عن هذا التحريض أن يكون مباشراً ومحددًا وبالقدر الذي يكفي لإقناع القاضي بالسلوك الإجرامي المطلوب اتباعه وفقاً لما قضت به محكمة النقض الفرنسية<sup>62</sup>، أي يجب أن تكون الكلمات المنشورة دالة دلالة واضحة وقاطعة على معنى واحد وهو الحث على البغض الطائفي أو الكراهية أو التمييز أو على التضليل أو على ارتكاب أفعال عنف معينة.

ولخطورة هذه الظاهرة الإجرامية فقد أصدر المشرع الفرنسي في 22 ديسمبر 2018 قانوناً خاصاً لمكافحة التضليل الإعلامي أو التلاعب بالمعلومات رقم 1202 لسنة 2018، الذي يتضمن تعديلات في قانون الانتخابات الفرنسي، وقانون الحرية في الاتصال الفرنسي، وقانون الصحافة. وقد تضمن هذا القانون مجموعة من الضمانات وهي على النحو التالي:

**الضمانة الأولى:** لا يؤثر القانون على قانون حرية الصحافة الفرنسي الصادر في 1881 أو مبادئه، والضمانات التي نص عليها لحماية حرية الرأي والتعبير والنشر؛

**الضمانة الثانية:** لا ينتهك أي ضمانات للحريات الأساسية، كالحق في حرية في التعبير والرأي والحق في حماية

61 انظر المادة 23 من القانون الفرنسي الصادر في 29 يونيو 1881 عن حرية الصحافة وتعديلاته حتى 4 أبريل 2011.

62 Cass. Crim. Mars 1980, Bull. Crim. N° 74, Paris.

**الضمانة الثالثة:** إنها أكثر حماية من وضع لا يحكمه القانون، حيث تقوم البرامج بمراقبة المحتويات نفسها، دون أن تكون ملزمة بشرح معايير هذه الرقابة؛

**الضمانة الرابعة:** للتصرفات السريعة في القضايا المسموح بها فقط خلال فترة الانتخابات وبطريقة محكمة للغاية يضع القانون مجموعة من الشروط للتجريم وهي على النحو التالي:

- 1 - يجب أن تكون الأخبار الكاذبة واضحة؛
- 2 - وأن يتم نشرها بشكل كبير ومصطنع؛
- 3 - ويجب أن تؤدي إلى إزعاج السلام العام أو صدق التصويت. لذلك فإن القانون يستهدف التلاعب المعلوماتي العمدي، ولن يكون له أي تأثير على العمل الصحفي الذي قد يتكون من الكشف عن معلومات حول مسائل المصلحة العامة في أي وقت.

وبناء على قرار المجلس الدستوري الفرنسي بدستورية قانون مكافحة التلاعب بالمعلومات رقم 1202 لسنة 2018، نستطيع القول بأن المشرع الفرنسي يتطلب شروطاً ثلاثة يجب توافرها من أجل إثبات زيف المعلومة أو الأخبار من الناحية الموضوعية أي ما نطلق عليه التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية وذلك على النحو التالي:

**الشرط الأول:** أن تكون هذه المعلومات أو الأخبار مصطنعة أو آلية، أي تكون على خلاف الحقيقة بطريقة تم إعدادها سواء عن طريق الإنسان أو عن طريق الآلة أو الذكاء الاصطناعي.

**الشرط الثاني:** أن تكون مؤثرة، أي تصل إلى درجة معينة من التأثير على جمهور المتابعين أو الناخبين أي درجة ملموسة على مصداقية الاقتراع الانتخابي، عن طريق تغيير سلوك الناخبين ودفعهم إلى التصويت في اتجاه معين.

**الشرط الثالث:** أن تكون هذه المعلومات أو الأخبار المضللة قد تمت بناء على نية إجرامية مسبقة، باعتبارها من الجرائم العمدية التي تتطلب لقيامها توافر القصد الجنائي. أي يشترط لقيام هذه الجريمة إما توافر نية إجرامية مسبقة أو معاصرة للحظة ارتكاب السلوك الإجرامي، أما إذا توافرت هذه النية الإجرامية بعد ارتكاب السلوك الإجرامي فلا قيام لجريمة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.

أما بالنسبة إلى موقف المشرع الألماني فقد أصدر المشرع قانوناً جديداً يلزم شركات التواصل الاجتماعي باتخاذ مجموعة من التدابير لمواجهة التضليل الإعلامي والأخبار والمعلومات المزيفة التي تؤثر على سلوكيات جمهور المتابعين وخاصة أثناء فترة الحملات الانتخابية، وقد دخل هذا القانون الجديد حيز التنفيذ في يناير 2018.

وقد بدا جلياً مما سبق أن بث الأخبار الكاذبة والتلاعب بالمعلومات بقصد التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية يشكّل خطورة كبيرة على المجتمع، وكدليل على ذلك ما تم من محاولات بعض الجهات الإعلامية الروسية

من التأثير على نتائج الانتخابات الرئاسية الفرنسية في عام 2017، كذلك التأثير على نتائج الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام 2016، التي ما زالت محل تحقيق في الولايات المتحدة الأمريكية. وتكمن خطورة التلاعب في المعلومات وانتشار الأخبار الكاذبة في أنها تثير البلبلة في المجتمع وتؤدي إلى اضطراب في الحياة الاجتماعية بين الأفراد مما يؤثر على مناخ الحياة السياسية وخاصة مصداقية النتائج الانتخابية.

### المطلب الثاني: صور جريمة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية

سنستعرض في هذا المطلب صور جريمة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية، ففي الفرع الأول نتناول جريمة التضليل الإعلامي التقليدي أثناء الحملات الانتخابية، وفي الفرع الثاني جريمة التضليل الإعلامي الإلكتروني أثناء الحملات الانتخابية.

#### الفرع الأول: جريمة التضليل الإعلامي التقليدي أثناء الحملات الانتخابية

نستعرض في البداية صور جريمة التضليل الإعلامي التقليدي أثناء الحملات الانتخابية في التشريع المصري، وبعد ذلك في التشريع القطري تم التشريع الفرنسي، ثم في النهاية نحدد الحالات التي يمكن من خلالها الإعفاء من المسؤولية الجنائية عن التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.

#### أولاً: صور جريمة التضليل الإعلامي التقليدي أثناء الحملات الانتخابية في التشريع المصري

الصورة الأولى: إذاعة أو نشر أخبار أو بيانات أو إشاعات كاذبة أو أوراق مصطنعة أو مزورة أو منسوبة كذباً إلى الغير:

يتمثل الركن المادي لهذه الصورة في كل سلوك إجرامي يشكل إذاعة أو نشر للأخبار أو البيانات أو الإشاعات الكاذبة أو الأوراق المصطنعة أو المزورة أو المنسوبة كذباً إلى الغير، وفقاً لما نصت عليه المادة 188 من قانون العقوبات المصري، وذلك بإحدى طرق العلانية المنصوص عليها في المادة 171 من قانون العقوبات<sup>63</sup> من خلال الإذاعة أو التلفزيون أو عبر أي وسيلة أخرى من وسائل الإعلام الحديثة. ولكن يشترط المشرع المصري لقيام هذه الجريمة أن يكون من شأن هذه الأفعال أن تؤدي إلى نتيجة إجرامية معينة تتمثل في الإضرار بالسلم العام أو إثارة الفرع بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة للبلاد.

وتطبيقاً على ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية "بأن أركان جريمة نشر الأخبار الكاذبة هي كذب الخبر مع علم الناشر بهذا الكذب وتعمده نشره، وبالتالي فإن عدم استظهار الحكم القاضي بالإدانة هذه العناصر، قصور يجب لتطبيق المادة 188 من قانون العقوبات الخاصة بنشر الأخبار الكاذبة مع سوء القصد، أن يكون الخبر كاذباً ومتعمداً نشر ما هو غير صحيح. فإذا كان الحكم لم يورد شيئاً عن كذب الخبر في ذاته ولا عن علم الطاعن بكذبه

63 وطرق العلانية وفقاً لقانون العقوبات المصري والمنصوص عليها في المادة 171 هي القول أو الصياح جهراً، أو الإيحاء علناً، أو الكتابة بالرسوم أو الصور، أو الصور الشمسية، أو الرموز، أو بأية طريقة أخرى من طرق التمثيل التي تؤدي إلى جعله في حالة علنية. د. شريف كامل، جرائم الصحافة في القانون المصري، الطبعة الأولى، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994، ص 144.

فإنه يكون قاصراً لعدم استظهاره عناصر الجريمة التي دان الطاعن بها<sup>64</sup>. ويقع عبء إثبات علم المتهم بكذب الخبر الذي تم نشره على النيابة العامة بوصفها سلطة اتهام<sup>65</sup>.

الركن المعنوي لهذه الصورة: تعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي تتطلب توافر القصد الجنائي العام بعنصرية العلم والإرادة، بمعنى أن يكون الجاني على علم بأنه يقوم بارتكاب السلوك الإجرامي المكون لهذه الجريمة المتمثل في إذاعة أو نشر أخبار أو بيانات أو إشاعات كاذبة أو مزورة وأن تتجه إرادته الحرة الواعية إلى ذلك السلوك الإجرامي وإرادة النتيجة الإجرامية التي تتمثل في الإضرار بالسلم العام أو إثارة الفزع بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة للبلاد.

الصورة الثانية: نشر أو بث المؤسسة الصحفية والوسيلة الإعلامية، والموقع الإلكتروني، أي مادة أو إعلان يتعارض محتواه مع النظام العام:

يتمثل الركن المادي لهذه الصورة في كل سلوك إجرامي يشكل "نشر أو بث المؤسسة الصحفية والوسيلة الإعلامية، والموقع الإلكتروني، أي مواد أو إعلان يتعارض محتواه مع أحكام الدستور، أو يدعو إلى مخالفة القانون أو يخالف الالتزامات الواردة في ميثاق الشرف المهني، أو يخالف النظام العام أو الآداب العامة أو يجرس على التمييز أو العنف أو العنصرية أو الكراهية"، وذلك وفقاً لما نصت عليه المادة 4 من قانون تنظيم الإعلام والصحافة المصري الجديد رقم 180 لسنة 2018. ويتضح من ذلك أن الحظر عن النشر هنا هو حظر عام مما يدخل في نطاقه حظر نشر الأخبار الكاذبة أو المزيفة التي تؤدي إلى التضليل الإعلامي لجمهور الناخبين أثناء الحملات الانتخابية، سواء تم ارتكابه عن طريق مؤسسة صحفية أو وسيلة إعلامية، أو موقع إلكتروني. ويأتي ذلك في ضوء الإلتزام بما نصت عليه المادة 17 من نفس القانون التي تفرض "الإلتزام على الصحفي، والإعلامي، في أدائه المهني، بالمبادئ والقيم التي يتضمنها الدستور، والقانون، وميثاق الشرف المهني، والسياسة التحريرية للصحيفة، أو الوسيلة الإعلامية، وآداب المهنة وتقاليدها، وعدم انتهاك أي حق من حقوق المواطنين، والمساس بحرياتهم". ومما لا شك فيه أن من ضمن هذه المحظورات قيام الصحفي أو الإعلامي بارتكاب السلوك الإجرامي المتعلق بالتضليل الإعلامي خاصة أثناء الحملات الانتخابية.

الركن المعنوي لهذه الصورة: تعتبر هذه الصورة من جرائم التضليل الإعلامي من الجرائم العمدية التي تتطلب قصداً جنائياً عاماً فقط دون حاجة إلى قصد جنائي خاص. حيث يجب أن يكون مرتكب السلوك الإجرامي على علم بأنه يقوم بنشر أو بث الأخبار الكاذبة التي تؤدي إلى تضليل الجمهور، وأن إرادته الحرة الواعية الصادرة عن إدراك قد اتجهت إلى تحقيق هذه النتيجة الإجرامية.

64 نقض جنائي مصري، جلسة 20 مايو 1952، الطعن رقم 451، س 22 ق، مجموعة الخمسين عاماً في قانون العقوبات، ج 4، 1991، ص 981.

65 محمد عبد العال، حسن نية القاذف في حالتي نشر الأخبار والنقد، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003، ص 33.

الصورة الثالثة: نشر أو بث أخبار كاذبة أو التحريض على مخالفة القانون أو الدعوة إلى العنف أو الكراهية أو التمييز أو العنصرية:

يتمثل الركن المادي لهذه الصورة في كل سلوك إجرامي يشكل "نشرًا أو بثًا للأخبار الكاذبة أو التحريض على مخالفة القانون أو الدعوة إلى العنف أو الكراهية أو التمييز بين المواطنين أو الدعوة إلى العنصرية أو التعصب أو يتضمن طعنًا في أعراض الأفراد أو سبًا أو قذفًا لهم أو اتهانًا للأديان السماوية أو للعقائد الدينية"، وذلك وفقًا لما نصت عليه المادة 19 من قانون تنظيم الإعلام والصحافة المصري الجديد رقم 180 لسنة 2018 " ... واستثناءً من حكم المادة الأولى من مواد إصدار هذا القانون، يلتزم بأحكام هذه المادة كل موقع إلكتروني شخصي أو مدونة إلكترونية شخصية أو حساب إلكتروني شخصي يبلغ عدد متابعيه خمسة آلاف متابع أو أكثر. ومع عدم الإخلال بالمسؤولية القانونية المترتبة على مخالفة أحكام هذه المادة يجب على المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام اتخاذ الإجراء المناسب تجاه المخالفة وله في سبيل ذلك، وقف أو حجب الموقع أو المدونة أو الحساب المشار إليه بقرار منه".

ويتضح من ذلك أن المشرع المصري في قانون تنظيم الإعلام والصحافة الجديد قد أدخل بالإضافة إلى الصحف وسائل الإعلام المختلفة التقليدية والإلكترونية، كل موقع إلكتروني شخصي أو مدونة إلكترونية شخصية أو حساب إلكتروني شخصي يبلغ عدد متابعيه خمسة آلاف متابع أو أكثر إلى نطاق تحمل المسؤولية الجنائية عن جريمة نشر أو بث الأخبار الكاذبة. كذلك فإن المشرع في هذه المادة يحيل للعقاب عن هذه الجريمة إلى القواعد العامة المنصوص عليها في المادة 188 من قانون العقوبات<sup>66</sup> وذلك بناء على ما نصت عليه المادة 19 من قانون الإعلام الجديد من أن عدم الإخلال بالمسؤولية القانونية المترتبة على مخالفة أحكام هذه المادة. بالإضافة إلى ذلك فقد أعطى المشرع الحق للمجلس الأعلى لتنظيم الإعلام، في أن يصدر قرارًا بالوقف أو الحجب للموقع الشخصي أو الحساب الشخصي أو المدونة الشخصية المخالفة لنص المادة 19 من قانون تنظيم الإعلام والصحافة كعقوبة تكميلية.

الركن المعنوي لهذه الصورة: تعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي يشترط لقيامها توافر القصد الجنائي أي أن يكون الجاني على علم بأنه يقوم بارتكاب السلوك الإجرامي المتمثل في نشر أو بث أخبار كاذبة أو ما يدعو أو يجرّس على مخالفة القانون أو إلى العنف أو الكراهية، أو ينطوي على تمييز بين المواطنين أو يدعو إلى العنصرية أو التعصب أو يتضمن طعنًا في أعراض الأفراد أو سبًا أو قذفًا لهم أو اتهانًا للأديان السماوية أو للعقائد الدينية. وأن إرادته الحرة الواعية الصادرة عن إدراكه قد اتجهت إلى تحقيق ذلك، وبالتالي لا يعتد بالإرادة غير الواعية كصغر السن أو الغيبوبة الناشئة عن سكر اضطراري، أو إرادة مشوبة بعيب الإكراه<sup>67</sup>، أو إذا توافرت حالة الضرورة.

وتطبيقًا لذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية "بأن لمحكمة النقض نفسها حق تقدير مرامي العبارات في

66 تنص المادة 188 من قانون العقوبات المصري على أن "يعاقب بالحبس مدة لا تتجاوز سنة وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيه ولا تزيد على عشرين ألف جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من نشر بسوء قصد أخبارًا أو بيانات أو إشاعات كاذبة أو أوراقًا مصطنعة أو مزورة أو منسوبة كذبًا إلى الغير، إذا كان من شأن ذلك تكدير السلم العام أو إثارة الفرع بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصلحة العامة".

67 محمود حسني، قانون العقوبات، القسم العام، ط 6، دار النهضة العربية، القاهرة، 1989، ص 183.

جرائم النشر التي يحاكم عليها الناشر؛ لأنه وإن عد ذلك في الجرائم الأخرى تدخلاً في الموضوع إلا أنه في جرائم النشر وما شابهها يأتي تدخل محكمة النقض من ناحية أن بمقتضى القانون تعديل الخطأ في التطبيق على الواقعة<sup>68</sup>. وقد فسرت محكمة النقض منحها حق تقدير مرامي العبارات في حكم لاحق على النحو التالي "متى أثبت حكم ما صادر في جريمة نشر أن المتهم نشر فعلاً العبارات التي يؤاخذ بسببها وكانت هذه العبارات هي نفس الواقعة المنسوبة إلى المتهم والمثبتة بالحكم، فلا تستطيع محكمة النقض أن تفصل فيما إذا كان قانون العقوبات يتناولها أو لا يتناولها وهل طبق عليها تطبيقاً صحيحاً أم لا - ولا تستطيع المحكمة ذلك - إلا إذا فحصتها وتعرفت على ما فيها من الدلالات اللغوية وما لها من المرامي القريبة أو البعيدة. ومن أجل ذلك فلمحكمة النقض دائماً حق فحص تلك العبارات للغرض المتقدم وتقديرها في علاقتها مع القانون التقديري الذي تراه مهما يكن رأى محكمة الموضوع في دلالتها وعلاقة هذه الدلالة بالقانون. أما القول بأن البحث في وقوع إسناد الطاعن إلى المجني عليه أو عدم وجوده هو مسألة موضوعية يفصل فيها قاضي الموضوع فصلاً نهائياً لا معقب عليه لمحكمة النقض فقول غير مقبول"<sup>69</sup>.

الصورة الرابعة: نشر أو إذاعة أقوال أو أخبار كاذبة عن موضوع الانتخاب أو الاستفتاء أو عن سلوك أحد المترشحين أو أخلاقه:

يتمثل الركن المادي لهذه الصورة في كل سلوك إجرامي يشكل "نشر أو إذاعة أقوال أو أخبار كاذبة، حيث يقوم الشخص أو الوسيلة الإعلامية أو الصحيفة بنشر أو إذاعة أقوال أو أخبار كاذبة عن موضوع الانتخاب أو الاستفتاء أو عن سلوك أحد المترشحين أو عن أخلاقه، أي أن يكون موضوع الأخبار أو الأقوال الكاذبة وغير الصحيحة هو واحد من الموضوعات المتعلقة بالعملية الانتخابية أو بالمرشحين". وذلك وفقاً لما نصت عليه الفقرة الثانية من المادة 65 من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية المصري رقم 45 لسنة (2014)<sup>70</sup>.

وتطبيقاً لذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية بأن أركان الجريمة التي نصت عليها المادة 68 من قانون الانتخاب رقم 148 لسنة 1935 الملغي ثلاثة وهي<sup>71</sup>: "1- إذاعة خبر كاذب، 2- أن يكون من شأن إذاعة الخبر الكاذب التأثير في نتيجة الانتخاب. 3- أن يكون القصد من إذاعة الخبر الكاذب التأثير في هذه النتيجة". فإذا كانت محكمة الموضوع قد أثبتت في حكمها القاضي بالبراءة أن المتهم نشر في الجريدة التي يتولى رئاسة تحريرها خبراً كاذباً هو أن استقالة الوزارة القائمة في الحكم وقت الانتخابات أصبحت قريبة الوقوع، كما أثبتت اتصال هذا الخبر بالانتخابات وأنه أذيع قبل الموعد المحدد له بيوم واحد، وأن المتهم وقت نشره كان يعبر عن آراء حزب

68 محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، جلسة 14 مارس 1932، طعن رقم 66، س 2 ق.

69 محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، جلسة 24 أبريل 1933، طعن رقم 1418، س 3 ق؛ عبد الرحيم صدقي، الإعلام والجريمة، جرائم الرأي والإعلام، ط 1، مكتبة نهضة الشرق، جامعة القاهرة، القاهرة، 198، ص 169-170.

70 انظر: المادة 65 من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية المصري رقم 45 لسنة 2014، المنشور في الجريدة الرسمية المصرية، عدد 23 (تابع) في 5 يونية 2014، ص 3.

71 محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، جلسة 27 فبراير 1939، الطعن رقم 49، س 9 ق، ص 468.

سياسي ينتمي إليه ويتبغى إبعاد الوزارة القائمة عن الحكم وقت الانتخابات، فإن نشر الخبر في هذه الظروف التي أوردها الحكم من شأنه أن يؤثر في نتيجة الانتخابات، وإذا كان الحكم مع كل ما أثبتته من ذلك قد قال إن هذا الخبر لم يكن من شأن إذاعته التأثير في الناخبين فإنه يكون قد أخطأ في تفهم معناه وحقيقة مرماه. وهذا الخطأ يخضع لرقابة محكمة النقض. وإذا كان الحكم أيضا مع ذلك قد قال بأن المتهم لم يقصد بإذاعة الخبر الذي نشره التأثير في نتيجة الانتخابات لأنه كان يرمي إلى ألا يتأثر الناخبون بوجود الوزارة القائمة في الحكم وقت الانتخابات فإنه بهذا الذي قال يكون قد أثبت على المتهم أنه بفعلته هذه قد أثر في نتيجة الانتخابات، إذا هو لا يمكن أن يجهل حقيقة أن الغرض الذي رمى إليه، والذي وقف الحكم عنده - من باب الخطأ - لا يتحقق إلا بتغيير نتيجة الانتخابات. ومتى تقرر ذلك حق العقاب لتوافر عناصر الجريمة من الوقائع الثابتة بالحكم نفسه.

الركن المعنوي لهذه الصورة: تعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي تتطلب توافر القصد الجنائي عام لدى الناشر أو الذي يذيع هذه الأقوال أو الأخبار الكاذبة المتعلقة بالانتخابات أو سلوك وأخلاق المترشحين، بمعنى أن يكون على علم بأنه يقوم بارتكاب السلوك الإجرامي المكون لجريمة نشر أقوال أو أخبار كاذبة أثناء الحملات الانتخابية وأن إرادته الحرة قد اتجهت إلى ذلك. بالإضافة إلى ذلك تتطلب هذه الجريمة توافر قصد جنائي خاص وهو نية التأثير في نتيجة الانتخاب أو الاستفتاء، بمعنى أنه يقصد من ارتكاب السلوك الإجرامي لجريمة نشر أو إذاعة أقوال أو أخبار كاذبة أثناء الحملات الانتخابية لديه نية التأثير في نتيجة عملية الاقتراع الانتخابي أو الاستفتاء. ويتضح من ذلك أن المشرع المصري يفرق ما بين جريمة التضليل الإعلامي في صورتها العامة عن جريمة التضليل الإعلامي في صورتها الخاصة أثناء الحملات الانتخابية، حيث اشترط توافر القصد الجنائي الخاص للتضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية على عكس جريمة التضليل الإعلامي العامة لم يشترط ذلك واكتفي بالقصد الجنائي العام.

#### عقوبة جريمة التضليل الإعلامي الانتخابي في التشريع المصري:

يتضح مما سبق بعد عرض صورة جريمة التضليل الإعلامي الانتخابي في التشريع المصري أن المشرع المصري يعاقب عن جريمة نشر الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحملات الانتخابية وفقا للمادة 65 من قانون تنظيم مباشرة الحقوق السياسية رقم 45 لسنة 2014، في شكل صورتين وهما على النحو التالي:

**الصورة البسيطة من العقوبة:** يعاقب بالغرامة المالية، كعقوبة أصلية بحيث لا تقل عن عشرين ألف جنيه ولا تتجاوز مائتي ألف جنيه، كل من نشر أو أذاع أقوالاً أو أخباراً كاذبة عن موضوع الانتخاب أو الاستفتاء أو عن سلوك أحد المترشحين أو عن أخلاقه مع علمه بذلك بقصد التأثير في نتيجة الانتخاب أو الاستفتاء.

**أما الصورة المشددة للعقوبة:** فقد نص المشرع المصري على تشديد العقوبة بحيث يتم مضاعفة حد الغرامة المنصوص عليها في المادة السابقة، وذلك في حالة ما إذا تم ارتكاب هذا السلوك الإجرامي المكون لجريمة نشر أو

إذاعة الأخبار الكاذبة في وقت لا يستطيع الناخبون أن يتبينوا الحقيقة فيه.

بالإضافة إلى ذلك فقد ساوى المشرع المصري في العقوبة بين المترشح المستفيد من هذه الجريمة في حالة إذا تبين علمه وموافقته على ارتكابها بعقوبة الفاعل الأصلي. وفي هذه الحالة تحكم المحكمة على المترشح بالإضافة إلى العقوبة الأصلية وهي الغرامة المالية، بعقوبة تكميلية وجوبية وهي حرمانه من الترشح للانتخابات النيابية لمدة خمس سنوات من تاريخ صيرورة الحكم نهائياً.

### ثانياً: جريمة التضليل الإعلامي التقليدي أثناء الحملات الانتخابية في التشريع القطري:

الركن المادي لهذه الجريمة: فقد نص المشرع القطري في المادة 19 من قانون تنظيم الانتخابات العامة لمجلس الشورى رقم 9 لسنة 1970 على صور السلوك الإجرامي المكون للركن المادي لهذه الجريمة على النحو التالي<sup>72</sup>:

1 - "نشر أو أذاع بين الناخبين أقوالاً كاذبة عن سلوك أحد المرشحين أو عن أخلاقه بقصد التأثير في نتيجة الانتخاب.

2 - أذاع بقصد التأثير في نتيجة الانتخاب أخباراً كاذبة.

3 - أفشى سر إلقاء ناخب بصوته بدون رضاه".

الركن المعنوي لهذه الجريمة: تعتبر هذه الجريمة من الجرائم العمدية التي تتطلب توافر قصد جنائي خاص بالإضافة إلى القصد الجنائي العام، ويتضح من ذلك أن المشرع القطري يشترط توافر قصد جنائي خاص للعقاب عن جريمة نشر أو إذاعة أقوال كاذبة عن سلوك أحد المرشحين أو أخلاقه بين الناخبين وجريمة إذاعة أخبار كاذبة وهو أن يتم ذلك بقصد التأثير في نتيجة الانتخابات أي ضرورة توافر نية خاصة وهي نية التأثير في نتيجة عملية الانتخابات. ويعاقب مرتكب هذه الجريمة بالحبس مدة لا تزيد على ثلاثة أشهر أو بالغرامة المالية التي لا تتجاوز مبلغ خمسمائة ريال.

### ثالثاً. جريمة التضليل الإعلامي التقليدي أثناء الحملات الانتخابية في التشريع الفرنسي:

في البداية نجد أن المشرع الفرنسي قد نص في القانون الصادر في 29 يونيو 1881 بشأن حرية الصحافة وتعديلاته الصادرة في 4 أبريل 2011 "على أن يعاقب بالغرامة المالية التي تبلغ 45.000 ألف يورو عن كل نشر أو توزيع أو استنساخ، بأي وسيلة كانت، لأخبار كاذبة أو قصص ملفقة مزورة أو منسوبة افتراء إلى الغير، وعن سوء نية، أدت إلى المساس بالسلامة العامة أو كان من شأنها أن تؤدي إلى ذلك". ويتضح من ذلك أن الركن المادي لهذه الجريمة يتمثل في سلوك إجرامي يشكل نشرًا أو توزيعًا أو استنساخًا لأخبار كاذبة أو ملفقة أو مزورة أو منسوبة افتراء للغير، بأي وسيلة كانت فلم يحدد المشرع الفرنسي وسيلة ارتكاب هذا السلوك الإجرامي، ويشترط لقيام الركن

72 انظر المادة 19 من قانون تنظيم الانتخابات العامة لمجلس الشورى في قطر، رقم 9 لسنة 1970، المنشور في الجريدة الرسمية عدد 5، بتاريخ 1 يناير 1970، ص 2772.

المادي لهذه الجريمة تحقق نتيجة إجرامية وهي أن يؤدي السلوك الإجرامي إلى المساس بالسلامة العامة للبلاد أو كان من شأنه أن يؤدي إلى ذلك. أما بالنسبة إلى الركن المعنوي لهذه الجريمة فهي من الجرائم العمدية التي تتطلب توافر قصد جنائي عام بعنصره العلم والإرادة، أي علم الجاني بأنه يقوم بالسلوك الإجرامي المكون للركن المادي المتمثل في نشر أو توزيع أو استنساخ أخبار كاذبة أو قصص ملفقة أو منسوبة أفتراء للغير، وأن تتجه إرادته بسوء نية إلى المساس بالسلامة العامة للبلاد.

ويثار التساؤل هنا حول مدى المسؤولية الجنائية في حالة عدم كتابة الصحفي اسمه في المقال وهل يعتبر ذكر الاسم ضمانا على التزام الصحفي بعدم الإخلال بقواعد ممارسة المهنة؟

لمواجهة الأخبار الكاذبة والمضللة نجد أن المشرع الفرنسي في المادة الثالثة من قانون الصحافة الصادر في 1881 "يلزم الصحفي بكتابة اسمه ويعتبر عدم ذكر اسم الكاتب في المقال بمثابة جريمة تعرض مدير دار النشر إلى عقوبة الغرامة المالية التي لا يزيد مقدارها عن 3750 يورو"<sup>73</sup>. على عكس ذلك نجد أن المشرع الجزائري أجاز عدم ذكر الصحفي اسمه بشكل كامل في المقال، حيث يمكن الاكتفاء بذكر الحروف الأولى لاسمه فقط، كنوع من الحماية للصحفي لا سيما بالنسبة إلى الأخبار الحساسة والخطيرة التي يمكن أن تسبب له إحراجا أو مشاكل، وذلك وفقا للمادة 38 من قانون 90 - 07 من قانون الإعلام الجزائري وهو ما يعتبر محل انتقاد للمشرع الجزائري.

ومما سبق نستطيع القول بأن تقع المسؤولية الجنائية كفاعل أصلي على عاتق الشخص الذي يدلي بتصريحات إذاعية أو تليفزيونية أو قدم كلمات أو أحاديث صحفية تشكل أخبارا كاذبة أو مزيفة أدت إلى تضليل جمهور الناخبين أثناء الحملات الانتخابية. وكذلك يسأل المذيع أو المرسل أو المعد أو الضيف باعتبارهم فاعلين أصليين في حالة ما إذا ارتكبوا السلوك الإجرامي المتمثل في إذاعة أو نشر أو بث الأخبار الكاذبة أو المزيفة وذلك متى توافر القصد الجنائي بعنصره العلم والإرادة<sup>74</sup>، بالإضافة إلى القصد الجنائي العام يشترط توافر القصد الجنائي الخاص لقيام جريمة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية وهي نية تضليل جمهور الناخبين أثناء الحملات الانتخابية مما يؤثر عليهم ويدفعهم إلى سلوك انتخابي معين بشكل يشكك في مصداقية عملية الاقتراع الانتخابي.

رابعاً: الإعفاء من المسؤولية الجنائية للشخص الطبيعي عن التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية

يعنى من المسؤولية الجنائية الإعلامي أو الصحفي عن جريمة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية، إذا ما توافرت لديه إحدى الشروط المحددة على النحو التالي:

1 - أن يعتمد الإعلامي في النشر أو البث أو التوزيع على أدلة ومستندات حقيقة دالة على ما ينشره.

73 انظر: المادة الثالثة من قانون الصحافة الفرنسي لسنة 1881، التي تم تعديلها وفقا للقانون رقم 1 لسنة 2010 الصادر في 4 يناير 2010 المادة الأولى منه.

74 خالد سلطان، المسؤولية الجنائية عن جرائم الصحافة، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة حلوان، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002، ص 320.

2 - يجب أن يستهدف الإعلامي من النشر أو البث أو التوزيع المصلحة العامة، باعتبار المصلحة العامة تعلق دائما المصالح الذاتية.

3 - وأن يراعي الإعلامي الأخلاق والآداب العامة. أي توافر حسن النية في العمل الإعلامي. بمعنى أنه قد اتخذ جميع الواجبات والاحتياطات المتاحة قبل نشر هذه الأخبار الكاذبة أو المضللة مع اعتقاده بصحة تلك الأخبار المنشورة، فلا قيام للمسؤولية الجنائية لانتفاء القصد الجنائي. وتأكيداً على ذلك فقد نص المشرع المصري في المادة 32 من قانون تنظيم الإعلام والصحافة رقم 180 لسنة 2018 على أنه "لا يُعاقب الصحفي أو الإعلامي جنائياً على الطعن في أعمال موظف عام، أو شخص ذي صفة نيابية عامة، أو مكلف بخدمة عامة بطريق النشر أو البث إلا إذا ثبت أن النشر أو البث كان بسوء نية، أو لا أساس له من الصحة، أو كان عديم الصلة بأعمال الوظيفة أو الصفة النيابية أو الخدمة العامة".

4 - أن يكون النشر أو البث أو التوزيع موضوعياً، بمعنى أن يتجنب الأخبار التي تثير الفتنة أو الصراعات الداخلية، والتشهير والسب للأشخاص، أو تشويه سمعتهم خاصة المتعلقة بموضوع الدراسة وهي السمعة السياسية للمرشحين في الانتخابات.

وتأكيداً على ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية<sup>75</sup> "بأن القانون قد أوجب في الشق الأخير من المادة 195 من قانون العقوبات إعفاء رئيس الجريدة من المسؤولية الجنائية عن الجريمة التي تتم بالنشر في الجريدة بتوافر شرطين: أحدهما أن يرشد أثناء التحقيق عن مرتكب الجريمة ويقدم كل ما لديه من المعلومات والأوراق لإثبات مسؤوليته والآخر أن يثبت أيضاً أنه لو لم يتم بالنشر لعرض نفسه لخسارة وظيفته في الجريدة أو لضرر واحد منهما فقط دون اشتراط ضرر جسيم آخر. فإذا لم يتم تحقق هذين الشرطين أو قام بتحقيق أحدهما فلا تقوم الجريمة". بالإضافة إلى ذلك فقد قضت محكمة النقض المصرية<sup>76</sup> "بأن هذا الإعفاء هو استثناء من الأصل العام الذي يقضى بمسؤولية رئيس التحرير عما ينشر في جريدته مسؤولية مفترضة، فإن عبء إثبات توفر الاستثناء في صورته يقع على كاهل المتهم، لما كان ذلك، وكان الحكم المطعون فيه قد أدرج ما دفع به الطاعن من اعفائه من المسؤولية لعدم إثباته موجب الإعفاء وتحقق شروطه - وهو ما لا يجادل فيه الطاعن في أسباب طعنه - فإن النعي على الحكم في هذا الشأن يكون في غير محله مستوجباً للرفض".

### الفرع الثاني: جريمة التضليل الإعلامي الإلكتروني أثناء الحملات الانتخابية

مما لا شك فيه أن حرية التعبير عن الرأي على مواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات الإلكترونية ومواقع الإنترنت المختلفة، قد شهدت تطوراً كبيراً بفضل هذه الوسائل الإلكترونية الحديثة التي تسمح بسرعة انتشار المعلومات ونقل البيانات. ولكن في نفس الوقت ساعد ذلك على انتشار الأخبار الكاذبة والزائفة مما أدى إلى وجود ظاهرة

75 محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، جلسة 22 مايو 1939، طعن رقم 1227 لسنة 9 ق.

76 محكمة النقض المصرية، نقض جنائي، مجموعة الأحكام، جلسة 23 يونيو 1975، س 26، ص 567.

إجرامية تتمثل في التضليل الإعلامي الإلكتروني خاصة أثناء الحملات الانتخابية، وكمثال على ذلك التضليل الإلكتروني أثناء الحملات الانتخابية الرئاسية الأمريكية في انتخابات عام 2016، وكذلك التضليل الإلكتروني أثناء الحملات الانتخابية الرئاسية الفرنسية عام (2017)<sup>77</sup>، ومن هنا ظهرت أهمية وضع حدود وضوابط قانونية تمنع انتشار هذه الظاهرة الإجرامية خاصة أثناء الحملات الانتخابية، وفرض مجموعة من الضوابط والالتزامات على مشغلي ومقدمي الخدمات على منصات الإنترنت.

أولاً: موقف التشريعات المقارنة من مواجهة جريمة التضليل الإعلامي الإلكتروني أثناء الحملات الانتخابية في البداية نجد أن الاتحاد الأوروبي لمواجهة هذه الظاهرة قد نص في المادة الأولى من الاتفاقية الأوروبية المتعلقة بالجريمة الإلكترونية، الصادرة في بودابست في 23 نوفمبر 2001 على تعريف مقدم الخدمة باعتباره أحد الأشخاص المسؤولين عن هذه الجريمة، على أنه<sup>78</sup>:

أ. أي كيان عام أو خاص يقدم لمستخدمي الخدمة الخاصة به القدرة على الاتصال عن طريق منظومة الحاسب الآلي.

ب. وأي كيان آخر يقوم بمعالجة بيانات الحاسب الآلي أو تخزينها، نيابة عن خدمة الاتصالات المذكورة أو مستخدم هذه الخدمة".

أما بالنسبة إلى موقف المشرع الفرنسي فقد سار على نهج المشرع الأوروبي ونص على تعريف مزودي الخدمة في المادة 6 من قانون الاقتصاد الرقمي CEN المعدل بمقتضى القانون رقم 444 - 2016 الصادر في 13 إبريل 2016 "على أنهم الأشخاص الطبيعيون أو الاعتباريون القائمون على توصيل خدمات الاتصال للجماهير عبر الإنترنت، وتخزين إشارات أو كتابات أو صور أو أصوات، أو رسائل من أي نوع، تصدر عن المستخدمين من تلك الخدمات"<sup>79</sup>.

وكذلك نص المشرع القطري في المادة الأولى من القانون رقم 14 لسنة 2014 بشأن مكافحة الجرائم الإلكترونية على تعريف مزود الخدمة "بأنه أي شخص طبيعي أو معنوي عام أو خاص يزود المشتركين بالخدمات للتواصل بواسطة تقنية المعلومات، أو يقوم بمعالجة تخزين المعلومات".

وقد سار المشرع المصري على نفس النهج في تعريف مزود الخدمة وذلك في نص المادة الأولى من قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات رقم 175 لسنة 2018 بأنه أي "شخص طبيعي أو اعتباري يزود المستخدمين بخدمات

77 نور سليمان، "مابعد الحقيقة، سياسات التضليل المتعمد في عصر الإعلام الرقمي"، مجلة الاتجاهات الحديثة، ع 19، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، أبوظبي، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص 43.

78 الاتفاقية الأوروبية المتعلقة بالجريمة الإلكترونية، بودابست - المجر، الصادرة في 23 نوفمبر 2001، مجموعة المعاهدات الأوروبية بمجلس أوروبا (الاتحاد الأوروبي حالياً)، برقم 185.

79 Jorf, n°0088 du 8 avril 2016, texte n°1, Loi n°2016 - 444 du 13 avril 2016 visant à renforcer la lutte contre le système prostitutionnel et à accompagner les personnes prostituées.

تقنيات المعلومات والاتصالات، ويشمل ذلك من يقوم بمعالجة أو تخزين المعلومات بذاته أو من ينوب عنه في أي من تلك الخدمات أو تقنية المعلومات<sup>80</sup>.

مما سبق نستطيع القول بأنه يقصد بالمزود للخدمة كل شخص طبيعي أو اعتباري يقدم للجمهور خدمات الاتصال العامة عبر الإنترنت، من خلال تخزين الإشارات والكتابات والصور والأصوات أو الرسائل من أي نوع من هذه الخدمات. أي أن مزود الخدمة هو أي شخص طبيعي أو اعتباري يقوم بتزويد الجمهور بخدمات المعلومات أو التواصل، بما في ذلك الاتصالات العامة عبر الإنترنت.

وبناء على ذلك نستطيع القول بأن هناك فرقا بين مزود الوصول إلى الإنترنت ومزود خدمة الإنترنت، حيث يقصد بمزود الوصول إلى الإنترنت الشركة التي تقوم بتوفير خدمة الاتصال بالإنترنت، وتختص هذه الشركات بتوفير خدمة الاتصال الهاتفي من خلال جهاز المودم، وكل عملائها هم مزودو خدمة الإنترنت. وبعض الشركات تقدم خدمة الاتصال بالإنترنت، بالإضافة إلى أجهزة أخرى مثل مودم كيبل، أو خدمة الاتصالات اللاسلكية، وتعد هذه الشركات شركات مزودة للإنترنت<sup>81</sup>. أما مزود خدمة الإنترنت فهو الشخص الذي يقدم للجمهور هذه الخدمة أي أنه هو الشخص الوسيط بين مزود الوصول إلى الإنترنت والجمهور مستخدم هذه الخدمة.

أما بالنسبة إلى تعريف رئيس تحرير الموقع الإلكتروني فقد نص المشرع المصري في المادة الأولى من القانون رقم 175 لسنة 2018 بشأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات على تعريف مدير الموقع بأنه كل "شخص مسؤول عن تنظيم أو إدارة أو متابعة الحفاظ على موقع أو أكثر على الشبكة المعلوماتية، بما في ذلك حقوق الوصول لمختلف المستخدمين على ذلك الموقع أو تصميمه، أو توليد أو تنظيم صفحاته أو محتواه أو المسؤول عنه". ويقصد بالموقع الإلكتروني "مكان إتاحة أو معالجة البيانات أو المعلومات الإلكترونية على الشبكة المعلوماتية، بطريقة غير مشروعة، بما يخالف القانون<sup>82</sup>، أو هو نطاق أو مكان افتراضي له عنوان محدد على شبكة معلوماتية"<sup>83</sup>.

ولخطورة هذا التضليل الإعلامي الإلكتروني على الانتخابات وبالتالي على العملية الديمقراطية فقد نص التقرير الصادر في 19 فبراير 2019 عن لجنة الرقمنة والثقافة والإعلام والرياضة في مجلس العموم البريطاني، على ضرورة تحرك الحكومة والأجهزة الرقابية حيال المواد المضللة التي تبثها شركات التواصل الاجتماعي، وإلا فإنها ستواجه أزمة ديمقراطية من خلال تأثير هذه المواد المضللة في الانتخابات. وقد نص التقرير على ضرورة تشديد الضوابط على شركات مواقع التواصل الاجتماعي أو فرض ضريبة جديدة عليها متهمًا هذه الشركات بالترشح من المواد

80 انظر: المادة الأولى من القانون رقم 175 لسنة 2018 بشأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات، منشور بالجريدة الرسمية عدد 32 مكرر (ج)، بتاريخ 14 أغسطس 2018.

81 عادل سقف الحيط، جرائم الدم والقدح والتحقير المرتكبة عبر الوسائط الإلكترونية، شبكة الإنترنت وشبكة الهواتف النقالة وعبر الوسائط التقليدية والآلية والمطبوعات، دراسة قانونية مقارنة، ط 2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 439.

82 انظر المادة الأولى من قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية القطري، رقم 14 لسنة 2014، الصادر في 15 سبتمبر 2014.

83 انظر المادة الأولى من قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات المصري، رقم 175 لسنة 2018، الصادر في 14 أغسطس 2018.

الإعلامية المضللة. ويذهب التقرير إلى لفت الانتباه إلى ما تقوم به هذه المواقع من توجيه آراء فتوية متشددة تستغل مخاوف الأشخاص وأحكامهم المسبقة للتأثير في سلوكهم وفي الطريقة التي يخططون للتصويت بها أثناء علمية الإقتراع الإنتخابي، مما يشكل خطرًا على الديمقراطية بصورة أكبر من الصور التقليدية للتضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية، حيث يتم استغلال المعلومات والأخبار الكاذبة والمضللة عبر الإنترنت للتأثير على نتائج التصويت في الانتخابات. وقد أضاف التقرير أن شركات مثل فيسبوك ويوتيوب لا تستطيع الاستناد وراء الادعاء التي تكرره بأنها مجرد منصة وليست ناشرة وبالتالي لا تتحمل مسؤولية المحتوى الذي ينشر على شبكاتهما. ومن بين النتائج الأخرى التي توصي بها اللجنة في التقرير ما يلي<sup>84</sup>:

1 - يجب أن تتضمن جميع مواد الحملة الانتخابية عبر الإنترنت معلومات واضحة عن المؤسسة التي تنشرها وما هي الجهات التي قامت بتمويل هذه الحملات الإعلانية، ويتم وضع كل ذلك في سجل عام للإعانات ذات الطابع السياسي.

2 - ضرورة منح اللجنة العامة للانتخابات في بريطانيا سلطة فرض غرامات أعلى بكثير من الغرامات المالية الحالية التي لا يزيد مقدارها عن 20000 جنيه استرليني في حالة انتهاك قانون الانتخابات البريطاني بشأن الإعلانات المضللة والأخبار الكاذبة والمزيفة أثناء الحملات الانتخابية.

3 - يجب النص في القانون على المسؤولية الجنائية والمدنية لشركات مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت عن المحتوى الضار وغير القانوني من إعلانات مضللة وأخبار كاذبة ومزيفة على منصاتهما.

4 - ضرورة المراجعة الشاملة لكافة وسائل الإعلام الاجتماعي وصناع الإعلان لوضع مدونة سلوك إعلامي تلتزم به هذه المؤسسات والشركات خاصة أثناء فترة الدعاية والحملات الانتخابية.

5 - وضع حد أقصى للتبرعات المالية التي يمكن للشخص أن يتبرع بها لحملة انتخابية أثناء جمع التبرعات والمساعدات للحملات الانتخابية للمرشحين. وكمثال على ذلك ما قام به أرون بانكس بالتبرع بمبلغ 8.4 مليون جنيه إسترليني من أجل حملة إجازة التصويت لبريكست وهي أكبر تبرع سياسي في التبرعات ذات الطابع السياسي في بريطانيا.

6 - توصي اللجنة في النهاية باستبدال مصطلح الأخبار المزيفة أو الكاذبة بمصطلح التضليل الإعلامي لما يتم من سلوك أثناء الحملات الانتخابية.

أما بالنسبة إلى الوضع في الولايات المتحدة الأمريكية، فنجد أن قضية استخدام شركة كامبريدج أناليتيكا للبيانات والمعلومات الشخصية لخمسين مليون حساب على الفيسبوك في الانتخابات الرئاسية الأمريكية في عام

84 A. Roadmap, Fake News, NATO Strategic Centre for Strategic Communications, Riga and King's Center for Strategic Communications (KCSE), January 2018.

2016 واستخدمها في بناء برنامج إلكتروني قوي قادر على التنبؤ والتأثير على خيارات جمهور الناخبين في عملية الاقتراع الانتخابي، واستهدفهم بالإعلانات السياسية الشخصية، دون الحصول على موافقتهم<sup>85</sup>. مما يثير الكثير من التساؤلات القانونية حول المسؤولية الجنائية لشركة كامبريدج أناليتيكا عن ذلك السلوك الإجرامي المتمثل في التضليل الإعلامي عبر الإنترنت أثناء الحملات الانتخابية؟ وكذلك ما مدى مسؤولية شركة فيسبوك في استهداف جمهور الناخبين في الانتخابات الرئاسية الأمريكية؟ وبناء على ذلك أطلق المدعي العام الأمريكي تحقيقاً حول هذه القضية. وقد ظهر جلياً مدى الحاجة إلى وجود تشريع لتنظيم الإعلانات ذات الطابع السياسي عبر الإنترنت لمكافحة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.

أما بالنسبة إلى موقف الاتحاد الأوروبي في 17 يوليو 2018، فقد قدمت مجموعة العمل الأوروبية الخاصة بمنتدى أصحاب المصلحة بشأن مكافحة المعلومات المضللة عبر الإنترنت مشروع مدونة ممارسات لمكافحة المعلومات المضللة عبر الإنترنت، وقد اشتمل على النقاط التالية:

- 1 - تحسين مستوى التدقيق بالنسبة إلى الإعلانات لمعرفة مصدر المعلومات المضللة، وكذلك تعطيل عائدات الإعلانات الخاصة بحسابات ومواقع الويب التي تنشر المعلومات المضللة.
  - 2 - ضمان شفافية الإعلان ذي الطابع السياسي والإعلانات التي تتعلق بموضوع ما زال أمام المحاكم، وذلك لتمكين جمهور المستخدمين من تحديد طبيعة المحتوى الذي يتم الترويج له.
  - 3 - ضمان سلامة وقدرة خدمات المنصات الإلكترونية في تحديد وإغلاق الحسابات المزيفة، واستخدام الآليات المناسبة لمعرفة التفاعلات والمشاركات التي تتم من خلال الروبوت الآلية.
  - 4 - حماية التعددية الإعلامية والحق في الوصول للمعلومات وتعدد الآراء وتمثيل وجهات النظر المختلفة، مع تحسين رؤية المحتوى الموثوق فيه، مما يسهل لجمهور المستخدمين اكتشاف الأخبار المضللة والإبلاغ عنها.
  - 5 - تمكين العمل المجتمعي والبحثي في مراقبة المعلومات ومكافحة المعلومات المضللة عبر الإنترنت من خلال الوصول المتوافق مع الخصوصية إلى بيانات المنصات الإلكترونية.
- وفي 5 ديسمبر 2018 اعتمدت اللجنة الأوروبية التقرير الذي يتعلق بمشروع مدونة الممارسات والإجراءات التي يجب اتخاذها في مواجهة المعلومات المضللة عبر الإنترنت وذلك لزيادة الشفافية قبل الانتخابات الأوروبية في عام 2019، بالإضافة إلى البدء في إنشاء شبكة من المدققين كإجراء وقائي لتعزيز القدرات في كشف الأخبار الكاذبة والمضللة عبر الإنترنت والتي قد تؤثر على الحملات الانتخابية.
- بالإضافة إلى ذلك، نشرت المفوضية الأوروبية في 29 يناير 2019 التقارير الأولى للموقعين على مدونة الممارسات

85 Charlie Warzel, and Lam Thuu Vo, Where does Trump get his news? Buzz Feed News, 2016, Accessible at : [www.Goo.gl/SfZ3lz](http://www.Goo.gl/SfZ3lz).

مشار إليه في بحث: نور سليمان، مابعد الحقيقة، سياسات التضليل المتعمد في عصر الإعلام الرقمي، المرجع السابق، ص 43-44.

ضد التضليل الإعلامي، وذلك لتكثيف الجهود قبل انتخابات الاتحاد الأوروبي التي تمت في 26 مايو 2019. حيث تم الاتفاق مع الشركات التي تمثل قطاع الإعلانات الإلكترونية وهي جوجل، وفيسبوك، وتويتر، وموزيلا، على ضرورة القيام بمجموعة من الممارسات لمكافحة التضليل الإعلامي وهي على النحو التالي<sup>86</sup>:

- 1 - يجب على هذه الشركات إزالة الحسابات المزيفة والحد من ظهورها على المواقع التي تعزز المعلومات الكاذبة.
- 2 - تلتزم الشركات الإلكترونية باتخاذ الإجراءات التي تعمل على ضمان الشفافية للإعلانات السياسية منذ بداية الحملات الانتخابية في جميع الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي.
- 3 - ضمان التعاون بين المنصات في الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي من خلال نقاط الاتصال في إطار نظام الإنذار السريع في الاتحاد الأوروبي لمواجهة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية.
- 4 - التزام هذه الشركات بتوفير سبل معرفة الجمهور بمن يقوم بتمويل الإعلانات ذات الطابع السياسي.
- 5 - تم إنشاء لجنة أوروبية للتقييم الشامل، وسوف تقوم هذه اللجنة بمناسبة مرور فترة 12 شهرا الأولى من التقرير الأول بمراجعة هذه الإجراءات في فبراير 2019، لبحث مدى التزام الشركات الموقعة على مدونة ممارسات مكافحة التضليل الإعلامي عبر الإنترنت، فإذا أثبتت النتائج أنها غير مرضية وغير كافية، يجوز للجنة اقتراح إجراءات أخرى، بما في ذلك الإجراءات ذات الطبيعة التنظيمية.

#### ثانياً: مكافحة الجنايات للإعلانات السياسية الممولة على مواقع التواصل الاجتماعي

بادئ ذي بدء لا بد من توضيح الفرق ما بين ترويج المنشورات السياسية الشخصية والإعلانات السياسية الممولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك على النحو التالي:

#### 1 - المنشورات الشخصية السياسية:

عند قيامك بنشر أي نوع من المنشورات على صفحتك في مواقع التواصل الاجتماعي، فإنك تستطيع ترويجه لجمهور محدد من خلال عرضه على مواقع التواصل الاجتماعي ليقوم هو بدوره بإعطاء أولوية لهذا المنشور ليظهر أمام الجمهور المستهدف، مما يساعد على زيادة معدل الوصول إلى المهتمين بنشاطك ومنها بالطبع النشاط السياسي للحملات الانتخابية. فعلى سبيل المثال يستطيع موقع شركة فيسبوك ترويج المنشور من خلال الضغط على Boost post الموجود أسفل أي منشور على صفحتك ثم القيام بتحديد الجمهور المستهدف من خلال اختيار الفئة العمرية والنطاق الجغرافي وتحديد الميزانية والمدة الزمنية لترويج المنشور.

وتتلخص مميزات ترويج المنشورات الشخصية ذات الطابع السياسي على مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية واستخدامها في الحملات الانتخابية على النحو التالي:

86 انظر: تقرير المفوضية الأوروبية، حول مدونة للممارسات الجيدة ضد التضليل الإعلامي، منشورات الاتحاد الأوروبي، بروكسل، 29 يناير 2019.

أ. توفير أساسيات الاستهداف، حيث يمكن استهداف جمهور الناخبين بناءً على الموقع الجغرافي والعمر والنوع وكذلك الاهتمامات.

ب. المساعدة على الوصول لعدد أكبر من جمهور الناخبين سواء المتابعين لصفحتك الانتخابية أو الذين لم يسمعوا عنك من قبل على مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية.

ج. سهولة التعامل مع خيارات الترويج للمنشور من خلال خطوات بسيطة غير معقدة، وسرعة للانتشار والترويج للمنشور السياسي.

## 2 - الإعلانات السياسية الممولة على مواقع التواصل الاجتماعي:

مما لا شك فيه أن مواقع التواصل الاجتماعي توفر ميزة الترويج للمحتوى من خلال منصة متخصصة تسمى مدير الإعلانات، تحتوي على مجموعة كبيرة من الأقسام والخيارات المختلفة لإنشاء الحملات الإعلانية وخاصة المتعلقة بالانتخابات. وبناءً على ذلك يمكننا تحديد أوجه الفرق بين الإعلانات السياسية الممولة والمنشورات السياسية الشخصية على مواقع التواصل الاجتماعي وذلك على النحو التالي:

أ. تعدد الأهداف بنسبة كبيرة للحملات الإعلانية الممولة مقارنة بهدف واحد للترويج للمنشورات، فمثلاً يمكن اختيار هدف زيادة مشاهدات الفيديو أو زيارة مواقع إلكترونية معينة من أجل التأثير في جمهور الناخبين.

ب. تتميز الحملات الإعلانية الممولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي بمزيد من خيارات الاستهداف المتقدمة، حيث يمكن من خلالها تحديد الجمهور المستهدف وتصنيفه إلى درجات حسب مدى ودرجة الاستجابة.

ج. وجود العديد من الخيارات أكثر لمواضع ظهور الإعلانات الممولة على عكس المنشورات.

د. توافر العديد من الخيارات لأكثر من صياغة للعناصر الإبداعية المستخدمة في الإعلانات، فعلى سبيل المثال يمكن استخدام صيغة الإعلان لتكون صورة أو فيديو أو صور مجمعة أو غيرها من الصور الأخرى.

وتأكيداً على أهمية وضع إطار قانوني للمسؤولية الجنائية عن التضليل الإعلامي الإلكتروني لموردي الخدمة على شبكة الإنترنت، فقد أصدر مجلس الدولة الفرنسي قسم التقارير والدراسات تقريراً في 2 يوليو 1998 عن الإنترنت والشبكات الرقمية<sup>87</sup>، كمحاول أولية لوضع نظام قانوني للمسؤولية الجنائية لموردي خدمات المعلومات على شبكة الإنترنت، وقد انتهى تقرير مجلس الدولة الفرنسي إلى ضرورة الإبقاء على المسؤولية الجنائية التتابعية في مجال الجرائم المتعلقة بوسائل الإعلام المختلفة والصحافة سواء تم ارتكاب هذه الجرائم باستخدام شبكة الإنترنت أو بالوسائل الإلكترونية أو باستخدام الوسائل التقليدية<sup>88</sup>، مع تطبيق الأحكام العامة في القانون الجنائي على موردي خدمات

87 Rapport du Conseil d'état, Internet et les réseaux numériques, la documentation française, 3 ème Trimestre, Paris, 1998, p. 108.

88 هبة زايد، الحماية الجنائية للصفقات الإلكترونية، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة طنطا، دار الكتب القانونية، مصر، المحلة

الإنترنت بالنسبة إلى المحتوى غير المشروع، الذي لا يتعلق بجرائم الإعلام والصحافة.

بالإضافة إلى ذلك قد نص المشرع الفرنسي في قانون مكافحة التلاعب بالمعلومات رقم 1202 لسنة 2018 على تعديل المادة 7-111L من قانون الانتخابات على أن "مشغلي المنصات عبر الإنترنت وفي ضوء المصلحة العامة وقانون حماية المستخدم لهذه الخدمات في حالة ما إذا كان يتجاوز نشاطه حدًا معينًا لعدد الاتصالات على الأراضي الفرنسية، وكانت هذه المعلومات المرتبطة بتوجيه المواطنين خلال الفترة الانتخابية بما يؤثر على مصداقية التصويت، يلزم مشغلي المنصات عبر الإنترنت بمجموعة من الالتزامات وذلك على النحو التالي:

أ. تزويد المستخدم بمعلومات عادلة وواضحة وشفافة عن مايلي:

- هوية الشخص الطبيعي أو الشخص الاعتباري، اسم الشركة، والمكتب المسجل وغرض الشركة المزودة للخدمة عبر الإنترنت.

- الشخص الذي تقوم نيابة عنه حيثما أمكنذ، بالعمل لمصلحته، والذي يلتزم بالدفع والتعويض المالي مقابل الترويج للمحتوى الإخباري المتعلق بالشأن العام.

ب. تزويد المستخدم بمعلومات عادلة، وواضحة وشفافة، بشأن استخدام بياناته الشخصية في سياق الترويج لمحتوى المعلومات ذات الصلة بالشأن العام.

ج. الإعلان عن المبالغ المالية المدفوعة مقابل الترويج لمحتوى هذه المعلومات، وذلك عندما يتجاوز حدا معيناً.

د. ويتم تجميع هذه المعلومات في سجل يتم إتاحتها للجمهور بالوسائل الإلكترونية، وفي نسق مفتوح، ويتم تحديثه بانتظام خلال الفترة المذكورة في الفقرة الأولى من المادة الأولى من هذا القانون وهي الثلاثة أشهر التي تسبق اليوم الأول من شهر الانتخابات العامة وحتى تاريخ الاقتراع، كل ذلك في ضوء القواعد المنظمة لذلك والمنصوص عليها في اللائحة التنفيذية لهذا القانون.

وتطبيقاً لذلك فقد قضت محكمة باريس<sup>99</sup> بأن الإعفاء من المسؤولية لموردي الخدمة يتطلب عدة التزامات تقع على عاتق مورد الاستضافة، وهي أن يقدم المورد ما يفيد احترام الالتزامات الملقاة على عاتقه وخاصة إعلامه المستفيد بالالتزام باحترام حقوق المؤلف وملكية العلامات، واحترام الحقوق الشخصية وأن يكون له دوراً من أجل وقف الاعتداء على حق الغير.

أما بالنسبة إلى موقف المشرع القطري فقد نص في المادة 6 من قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية<sup>90</sup> في سبيل

الكبرى، 2015، ص 329-327.

89 T.G.I. Paris, 8 Juin 1998, cité in Rapport du Conseil d'état, Internet et les réseaux numériques, la documentation française, 3 ème Trimestre, Paris, 1998, p. 108.

90 انظر: المادة 6 من قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية القطري رقم 14 لسنة 2014، الصادر في 15 سبتمبر 2014، نشر في الجريدة الرسمية عدد 15، بتاريخ 2 أكتوبر 2014، ص 7.

مكافحة التضليل والأخبار الكاذبة على صورتين لهذه المكافحة وذلك على النحو التالي:

**الصورة الأولى- مكافحة التضليل والأخبار الكاذبة على المواقع الإلكترونية:** حيث عاقب "كل من قام بمجرد إنشاء أو إدارة موقع إلكتروني عن طريق الشبكة المعلوماتية، أو إحدى وسائل تقنية المعلومات، متى كان هذا الإنشاء أو الإدارة بغرض نشر أخبار غير صحيحة وبقصد تعريض سلامة الدولة، أو نظامها العام أو أمنها الداخلي أو الخارجي للخطر".

**الصورة الثانية- مكافحة الترويج أو البث أو النشر للأخبار غير صحيحة التي ترتكب بأي وسيلة أخرى:** حيث عاقب المشرع القطري "كل من يقوم بالترويج أو البث أو النشر، بأي وسيلة لتلك الأخبار غير الصحيحة بقصد تعريض سلامة الدولة، أو نظامها العام أو أمنها الداخلي أو الخارجي للخطر".

بالإضافة إلى ذلك يعاقب المشرع القطري على الشروع في جرائم التضليل الإعلامي عن طريق نشر أو بث أو توزيع الأخبار غير الصحيحة والمنصوص عليها في المادة 6 في قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية "... بالحسب مدة لا تتجاوز نصف الحد الأقصى للعقوبة المقررة للجريمة التامة، وذلك طبقاً لما نصت عليه المادة 50 من نفس القانون. وكذلك يعاقب المشرع القطري كل من اشترك بطريق الاتفاق أو التحريض أو المساعدة بذات العقوبة المقررة للفاعل الأصلي، سواء كان الفعل يشكل جنائية أو جنحة معاقب عليها بموجب أحكام قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية"<sup>91</sup>.

أما بالنسبة إلى موقف المشرع المصري فقد نص المشرع المصري في المادة 27 من قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات<sup>92</sup> "على أنه في غير الأحوال المنصوص عليها في القانون، يعاقب بالحسب مدة لا تقل عن سنتين وبغرامة لا تقل عن مائة ألف جنيه، ولا تزيد على ثلاثمائة ألف جنيه، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من أنشأ أو أدار أو استخدم موقعاً أو حساباً خاصاً على شبكة معلوماتية يهدف إلى ارتكاب جريمة معاقب عليها قانوناً". وكذلك نصت المادة 29 من نفس القانون المصري "على أن يعاقب بالحسب مدة لا تقل عن سنة، وبغرامة لا تقل عن عشرين ألف جنيه ولا تجاوز مائتي ألف جنيه، أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل مسؤول عن إدارة الموقع أو الحساب الخاص أو البريد الإلكتروني أو النظام المعلوماتي عرض أيها منها لإحدى الجرائم المنصوص عليها في القانون".

ويتضح مما سبق أن رئيس تحرير الوسائل الإعلامية الإلكترونية هو الشخص المخول له الإشراف والرقابة على ما يتم نشره من قبل وسائل الإعلام الإلكترونية، وبالتالي في مقابل هذه السلطات يجب أن يخضع لمجموعة من الالتزامات لمواجهة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية وهي على النحو التالي<sup>93</sup>:

91 انظر المادة 49 من مكافحة الجرائم الإلكترونية القطري رقم 14 لسنة 2014.

92 انظر المادة 27 من قانون مكافحة جرائم تقنية المعلومات المصري رقم 175 لسنة 2018، المنشور في الجريدة الرسمية العدد 32 مكرر (ج)، في 14 أغسطس 2018، ص 3.

93 Frédéric Pollaud - Dulian, Excepton de copie privée, RTD, N° 02 DU 15 juin 2007, p. 357 et s.

- 1 - باعتباره رئيس تحرير الوسيلة الإعلامية الإلكترونية يجب عليه متابعة ما يتم نشره ومراقبته، ومن ثم يتحمل المسؤولية الجنائية في حال ما تم نشر عبارات أو معلومات أو بيانات كاذبة أو مزيفة تشكل تضليلاً إعلامياً لجمهور الناخبين أثناء الحملات الانتخابية. حيث يفترض القانون علمه بما يتم نشره، بالإضافة إلى ذلك تقرر المسؤولية الجنائية للمدون أو الكاتب بجوار مسؤولية رئيس التحرير.
  - 2 - كذلك يلتزم مدير تحرير الوسيلة الإعلامية الإلكترونية بأن يدرج اسم موقعه، ويحدد هويته على شبكة الإنترنت لإمكانية التعرف عليه.
  - 3 - يجب على مدير التحرير في حالات النشر عن طريق الوسائل الإلكترونية، الالتزام بتوفير معلومات عن هوية كاتب المحتوى، ودور النشر.
  - 4 - يلتزم مدير تحرير الوسيلة الإعلامية الإلكترونية بأن يحدد استخدام هذا الموقع الإلكتروني، وأن يقيد استخدامه في الأغراض الثقافية، والعلمية، والاجتماعية، وعدم استخدامه في ارتكاب الجرائم وخاصة المتعلقة بالتضليل الإعلامي لجمهور الناخبين من أجل تغيير سلوكياتهم وبالتالي التأثير على عملية الاقتراع الانتخابي.
  - 5 - "يجب على رئيس التحرير أن ينشر أو يبث، دون مقابل، بناء على طلب ذوي الشأن تصحيح ما تم نشره أو بثه خلال ثلاثة أيام من ورود طلب التصحيح للمعلومات والبيانات الخاطئة التي تم نشرها على الموقع أو الوسيلة الإعلامية، أو في أول عدد يظهر من الصحيفة، أو في أول بث متصل بالموضوع من الوسيلة الإعلامية، أيهما أسبق، وبما يتفق مع مواعيد الطبع أو البث المقررة. ويقتصر التصحيح على المعلومات الخاطئة الخاصة بطلب التصحيح، ويجب أن ينشر أو يبث بطريقة الإبراز نفسها التي نشرت أو بثت بها المعلومات المطلوب تصحيحها"<sup>94</sup>.
- ونتيجة لانتشار هذا النوع من الجرائم على وسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي فقد أصدر النائب العام المصري في 28 فبراير 2018 "قراراً بتكليف مجموعة من أعضاء النيابة العامة بمتابعة وسائل الإعلام المختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي وضبط ما يبث منها ويصدر عنها عمداً من أخبار أو بيانات أو إشاعات كاذبة من شأنها تكدير الأمن العام أو إلقاء الرعب في نفوس أفراد المجتمع أو يترتب عليها إلحاق الضرر بالمصلحة العامة للدولة المصرية أو تمثل تضليلاً إعلامياً للناخبين، واتخاذ ما يلزم حيالها من إجراءات وعلى الجهات المسؤولة عن الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي وانطلاقاً من التزامها المهني ودورها الوطني إخطار النيابة العامة بكل ما يمثل خروجاً عن موثيق الإعلام والنشر"<sup>95</sup>.

### ثالثاً. التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية بواسطة الذكاء الاصطناعي

إن التطور الكبير في مجال الذكاء الاصطناعي خاصة في استخدام الذكاء الاصطناعي في معالجة اللغات

94 انظر المادة 22 من قانون تنظيم الصحافة والإعلام والمجلس الأعلى المصري، رقم 180 لسنة 2018.

95 قرار النائب العام المصري، الصادر في 28 فبراير 2018، بشأن بث ونشر الأخبار الكاذبة وغير الحقيقية في وسائل الإعلام المختلفة ومواقع التواصل الاجتماعي.

الطبيعية، يفتح الباب على مصراعيه في إنتاج مراجعات ومشورات اجتماعية وقصص إخبارية مزيفة، تكون أكثر قناعة وتأثيرًا على جمهور الناخبين. حيث أصبح بإمكان الذكاء الاصطناعي القيام بكتابة الرسائل والأخبار الكاذبة والزائفة عن طريق تطوير خوارزمية لغوية ذات أغراض عامة وتزويدها بمليارات الكلمات، تجعلها قادرة على أن تختلق تقارير إخبارية تبدو واقعية عن أي موضوع تقدمه له. كذلك يمكن للذكاء الاصطناعي تأليف روايات كاذبة، أو تغريدات كاذبة، أو تعليقات مضللة يمكن أن تتصف بأنها على درجة كبيرة من الإقناع<sup>96</sup>.

بالإضافة إلى ذلك، التفاعلات غير البشرية الخاصة ببث الرسائل الكاذبة والمزيفة تلقائيًا بواسطة روبوتات إلكترونية، تتمتع بالذكاء الاصطناعي وتعمل على التضليل الإعلامي الإلكتروني للناخبين وبالتالي التأثير على توجهاتهم الانتخابية في عملية الإقتراع الانتخابي. لذلك اقترحت المفوضية الأوروبية للاتحاد الأوروبي بخصوص مواجهة هذا النوع من التضليل الإعلامي الإلكتروني بإلزام المنصات الإلكترونية وشركات قطاع الخدمات عبر الإنترنت التي وقعت على مدونة للممارسات الجيدة على تنفيذ تدابير فاعلة وسريعة لحماية الانتخابات الأوروبية ومنها الإبلاغ عن التفاعلات غير البشرية الخاصة ببث الرسائل تلقائيًا بواسطة روبوتات إلكترونية.

حيث إن الهدف الرئيسي من خوارزميات شبكات التواصل الاجتماعي هو تعميم المحتوى الأكثر شعبية من دون التحكم على صحته، وبالتالي يتم تضخيم تأثير الأخبار الكاذبة والزائفة. وعلى سبيل المثال: في موقع يوتيوب تغطي الآلاف من مقاطع الفيديو بانتشار كبير، نظرًا لأنه يوصى بها على اعتبار أنها أكثر المحتويات شعبية، حتى ولو كانت غير صحيحة؛ مما يجعلها أكثر مشاهدة ومتابعة وهو ما يؤثر على مصداقية وسائل الإعلام التقليدية. لذلك قامت شركة جوجل بإحداث العديد من التغيرات في الخوارزميات من أجل تعزيز الصفحات التي تكتسب أهمية ومصداقية بشكل متزايد، بالإضافة إلى الحد من انتشار المحتوى الضار مثل الأخبار الكاذبة والمضللة خاصة أثناء فترة الحملات الانتخابية.

ولأهمية الإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي فقد استحدثت المشرع المغربي مجلس وطني لتكنولوجيا الإعلام والاقتصاد الرقمي<sup>97</sup>، تناط به مهمة تنسيق السياسات الوطنية الهادفة إلى تطوير تكنولوجيا الإعلام والاقتصاد الرقمي وضمان تتبعها وتقييم تنفيذها، وكذلك اقتراح التدابير الملائمة والتشريعات واللوائح التنظيمية الخاصة بالإعلام الرقمي والذكاء الاصطناعي في القطاعين العام والخاص<sup>98</sup>، ومن ضمن ذلك مواجهة صور التضليل الإعلامي سواء كان عن طريق رقمي أو عن طريق الذكاء الاصطناعي من أجل التأثير على سلوكيات الناخبين أثناء فترة الحملات الانتخابية.

96 ولخطورة هذا النوع من البرامج، قامت شركة إنفيديا (الشركة المصنعة للشرائح الإلكترونية التي تقوم عليها العديد من خوارزميات الذكاء الاصطناعي)، بوضع خطة لتجنب إساءة استخدام هذه البرامج، بحيث لا يتم إتاحة برنامج معالجة اللغات الطبيعية إلا للباحثين والعلماء، مع التزام المستخدمين بمسؤولية استخدام الكود البرمجي.

97 انظر: المادة الأولى من المرسوم المغربي رقم 2-08-444 الصادر في 21 مايو 2009، بإحداث مجلس وطني لتكنولوجيا الإعلام والاقتصاد الرقمي، والمنشور في الجريدة الرسمية بتاريخ 5744 بتاريخ 18 يونيو 2009.

98 انظر: المادتين الثانية والثالثة من المرسوم المغربي السابق.

## الخاتمة

انتهت هذه الدراسة إلى تعريف التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية بأنه كل ادعاء غير دقيق أو مضلل أو غير حقيقي يتم نشره خلال فترة الحملات الانتخابية، بقصد تعديل سلوكيات جمهور الناخبين ودفعهم للتصويت في اتجاه انتخابي معين، مما يؤثر في مصداقية العملية الانتخابية. فمما لا شك فيه أن انتشار الأخبار الكاذبة والمزيفة التي تؤدي إلى ظاهرة التضليل الإعلامي لجمهور المتابعين وخاصة الناخبين أثناء الحملات الانتخابية تفرض تحدياً على وسائل الإعلام التقليدية والإلكترونية أو ما أصبح يطلق عليه الإعلام البديل، لما لها من آثار سلبية على مهنة الإعلام والصحافة، وزعزعة لثقة الجمهور في وسائل الإعلام. وبالتالي يجب على المشرع التدخل لحماية المجتمع والحياة السياسية والديمقراطية من مخاطر هذه الجرائم في ضوء السياسة الجنائية المعاصرة. لذلك يجب وضع معايير واضحة ودقيقة تحكم عمل وسائل الإعلام والصحافة أثناء فترة الحملات الانتخابية، في ضوء مراعاة شروط السلامة المهنية للإعلام والصحافة أثناء تغطية الحملات الانتخابية.

وبناء على ما سبق طرحه في الدراسة، نقترح مجموعة من التوصيات، على النحو التالي:

أولاً: استبدال مصطلح الأخبار الزائفة أو الكاذبة بمصطلح التضليل الإعلامي لما يتم من سلوك إجرامي أثناء الحملات الانتخابية، باعتباره المصطلح الدقيق من الناحية القانونية.

ثانياً: ضرورة تعديل التشريعات الحالية في الدول العربية بحيث تسمح بحرية تداول المعلومات والبيانات الصحيحة وإمكانية الوصول إليها لجميع المواطنين، وذلك لمواجهة الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة التي تشكل ظاهرة التضليل الإعلامي خاصة أثناء الحملات الانتخابية، فالقاعدة أن أفضل سبيل لمكافحة ظاهرة التضليل الإعلامي يكون بإتاحة حرية وإمكانية تداول المعلومات والبيانات الصحيحة في ضوء ما نصت عليه المواثيق والاتفاقيات الدولية والدستور من كفالة الحق في حرية تداول المعلومات والنفوذ إليها.

ثالثاً: ضرورة وضع تشريع جنائي خاص لمواجهة التضليل الإعلامي وخاصة أثناء الحملات الانتخابية، ينص فيه على تعريف واضح لهذه الجريمة ويحدد صورها التقليدية والإلكترونية، وكذلك النص على المسؤولية الجنائية لمرتكب هذا السلوك الإجرامي، وكذلك تجريم السلوك الإجرامي السلبي للإعلاميين في حالة الامتناع عن التصدي للتضليل الذي يتم عن طريق تجاوزات الضيف في البرامج، ومنع استمرار هذه التجاوزات التي تعتبر نوعاً من أنواع التضليل الإعلامي أثناء فترة الحملات الانتخابية.

رابعاً: فرض مجموعة من الضوابط والالتزامات القانونية على شركات مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت خاصة أثناء فترة الحملات الانتخابية، من خلال النص على المسؤولية الجنائية والمدنية لشركات مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الإنترنت التي تقوم بنشر الأخبار الكاذبة والزائفة التي تعمل على تضليل الناخبين. والنص على مسؤولية رئيس تحرير الوسائل الإعلامية الإلكترونية عن التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية باعتباره الشخص المخول له الإشراف والرقابة على ما يتم نشره.

خامساً: الحاجة إلى تشريع ينظم الإعلانات ذات الطابع السياسي عبر الإنترنت لمكافحة التضليل الإعلامي أثناء الحملات الانتخابية، يتضمن قواعد تضمن شفافية الإعلانات خاصة الإعلانات ذات الطابع السياسي، كذلك ينص على مجموعة من التدابير الاحترازية لمواجهة التضليل الإعلامي مثل حظر الإعلانات السياسية المجهولة من خلال إجبار شركات التواصل الاجتماعي على الكشف عن هوية واضعي الإعلانات السياسية والجهات التي تقوم بتمويل هذه الإعلانات، والالتزام بمتطلبات ومعايير الشفافية الأساسية وإلزام وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الإلكترونية بها.

سادساً: الالتزام بتزويد المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية بمعلومات عادلة وواضحة وشفافة بشأن استخدام بياناته الشخصية في سياق الترويج لمحتوى معلومات ذات صلة بالشأن السياسي.

سابعاً: ضرورة وضع قواعد قانونية تنظم عمل الجهات والمؤسسات التي تعمل في إحصاء واستطلاعات ومعرفة توجه الرأي العام خاصة المتعلقة بمجال الدراسة وهو المجال السياسي والانتخابات والاستفتاءات، بحيث يلزم هذه الجهات والمؤسسات بالشفافية في ممارسة مهامها وكذلك ضرورة إلزامها بإعلان واضح وصريح بالجهات التي تعمل على تمويل هذه المؤسسات.

ثامناً: الحاجة إلى رفع مستوى التكوين المهني للعاملين في وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمقروءة والإلكترونية، وكذلك ضرورة التزامهم بقواعد وأخلاقيات ممارسة المهنة في ضوء مدونة السلوك للإعلاميين خاصة بمعالجة وتغطية الحملات الانتخابية، وذلك للحد من انتشار الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة التي تشكل معها ظاهرة للتضليل الإعلامي بين أفراد المجتمع، مما يؤثر بالتبعية في قدرة الناخب على تكوين عقيدة صحيحة، وبالتالي القدرة على التصويت الصحيح، مما يشكك في نتائج العملية الانتخابية وصدق نتائجها، كذلك تفعيل الرقابة الذاتية للإعلام من خلال لجنة للرصد والمتابعة لوسائل الإعلام المختلفة أثناء فترة الحملات الانتخابية وإصدار التقارير بهذا الشأن وإعلامها للإعلاميين والصحافيين وجميع من يقوم بالعمل في الحقل الإعلامي. وفي نفس الوقت اتخاذ التدابير اللازمة لحماية جميع وسائل الإعلام والصحافة وحقها في الحصول على المعلومات من أجل تمكينها من تأدية دورها المنوط بها، كذلك ضرورة توفير المناخ المناسب لوسائل الإعلام للعمل دون ضغط أو تأثير من جماعات المصالح أو الأحزاب أو مؤسسات الدولة.

تاسعاً: ضرورة العمل على إنشاء محكمة مختصة بنظر قضايا الإعلام والصحافة على غرار المحاكم المختصة، الأمر الذي يساعد في تحقيق عدالة ناجزة في قضايا الإعلام والصحافة في مواجهة النشاط المتزايد من القنوات والمواقع والبرامج الإلكترونية الإخبارية التي يكون لها تأثير على الناخبين أثناء الحملات الانتخابية، وكذلك لما لهذه القضايا من أثر على نتائج الانتخابات وبالتالي يظهر الحاجة إلى سرعة الفصل في هذه القضايا.

## المراجع

### أولاً: المراجع العربية

- ابن منظور، أبو الفضل جمال الدين، لسان العرب، م 9، ط 3، دار صادر، بيروت، 2004.
- أبوزيد، أحمد الشورى. الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية، دراسة حالة الحملة الانتخابية الرئاسية للرئيس الأمريكي باراك أوباما، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2013.
- إمام، إبراهيم. الإعلام والاتصال بالجمهير، ط 3، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1984.
- الباز، على، الإعلام والإعلام الأمني، مع دراسات تطبيقية مقارنة للدول العربية، ط 1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية، القاهرة، 2001.
- بركة، إيمان محمد سلامة. الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامية، رسالة ماجستير في الفقه المقارن، كلية الشريعة والقانون، الجامعة الإسلامية، غزة، 2008.
- البشر، محمد. مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العبيكان، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1997.
- بيتر، جون. مقدمة في الاتصال الجماهيري، مركز الكتاب الأردني، الأردن، 1977.
- تالة، عثمان. موقف القاضي الإداري من المناورات التدليسية في المادة الانتخابية، مجلة القانون والأعمال، جامعة الحسن الأول، كلية الحقوق سطات، المغرب، 2019.
- جيريه، فرانسو. قاموس التضييل الإعلامي، ارمان كولان، باريس، 2011.
- جيلمور، دان. الإعلام أساس الصحافة - من الجميع ومن أجل الجميع، ترجمة: نيفين نور الدين، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2010.
- حجاب، محمد منير. إدارة الحملات الانتخابية، طريقك للفوز في الانتخابات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- الحسن، حسن. الإعلام والدولة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، بيروت، 1965.
- حسني، محمود نجيب. قانون العقوبات، القسم العام، ط 6، دار النهضة العربية، القاهرة، 1989.
- حمزة، عبد اللطيف. قصة الصحافة العربية في مصر، ط 2، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
- الحيط، عادل عزام سقف. جرائم الدم والقدح والتحقيق المرتكبة عبر الوسائط الإلكترونية، شبكة الإنترنت وشبكة الهواتف النقالة وعبر الوسائط التقليدية والآلية والمطبوعات، دراسة قانونية مقارنة، ط 2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
- رابحي، أحسن. الإطار القانوني لحرية الإعلام في ظل التشريع الجزائري، دراسة مقارنة، كلية القانون، جامعة الشارقة، الإمارات العربية المتحدة، بدون تاريخ نشر.

رحو، نور الدين. القضاء الدستوري ورقابته على الانتخابات التشريعية المباشرة، رسالة ماجستير في القانون العام، جامعة محمد الأول، وجدة، المغرب، 2013.

الرضا، هاني وآخرون. الرأي العام والإعلام والدعاية، ط 1، المؤسسة الجامعية، بيروت، 1998.

رمضان، رأفت جوهرى. المسؤولية الجنائية عن أعمال وسائل الإعلام، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2011. زايد، هبة حسين محمد. الحماية الجنائية للصفقات الإلكترونية، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة طنطا، دار الكتب القانونية، مصر، المحلة الكبرى، 2015.

سرور، طارق. جرائم النشر والإعلام، ط 3، دار النهضة العربية، القاهرة، 2008.

سلطان، خالد رمضان عبد العال. المسؤولية الجنائية عن جرائم الصحافة، دراسة مقارنة، رسالة دكتوراه، كلية الحقوق، جامعة حلوان، دار النهضة العربية، القاهرة، 2002. سليمان، نور، "مابعد الحقيقة، سياسات التضييل المتعمد في عصر الإعلام الرقمي"، مجلة الاتجاهات الحديثة، ع 19، مركز المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، أبوطي، الإمارات العربية المتحدة، 2017.

سميسم، حميدة. الحرب النفسية والرأي العام، ط 1، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2005.

سنومي، عبد الله. الاتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات العامة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، عمان، 1999.

شيللر، هربرت، "المتلاعبون بالعقول"، ترجمة عبد السلام رضوان، سلسلة عالم المعرفة، ع 106، 1999، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1999.

صادق، عباس مصطفى. الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات، دار الشروق، القاهرة، 2008.

صالح، سليمان. الجرائم الإعلامية والصحفية، ط 2، مكتبة الفلاح، القاهرة، 2005.

صدقي، عبد الرحيم. الإعلام والجريمة، جرائم الرأي والإعلام، ط 1، مكتبة نهضة الشرق، جامعة القاهرة، 1987.

الطائي، ذياب فهد. التضييل الإعلامي من صناعة الخبر إلى صناعة السينما، دار الينابيع، دمشق، 2011.

عباس، محمد ناصر. موجز تاريخ الصحافة، مطابع مؤسسة الجزيرة، الرياض، 1971.

عبدالعال، محمد عبد اللطيف. حسن نية القاذف في حالتي نشر الأخبار والنقد، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 2003.

عبدالمؤمن، مجذوب، "السلوك لانتخابي في الجزائر"، دراسة في المفهوم، الأنماط، والفواعل، موجود على الربط التالي: [www.bouhania.com/news.php?action=view&id=49](http://www.bouhania.com/news.php?action=view&id=49)، تاريخ الزيارة: 2019/12/1.

الفيومي، أحمد بن محمد بن علي المقري. المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، مادة: ضلل، 2/9، 10،

دار الفكر، بيروت.

- القحطاني، محمد بن دغش سعيد. الإشاعة وأثرها على أمن المجتمع، الطبعة الأولى، دار طويق، الرياض، 1997.
- كامل، شريف سيد. جرائم الصحافة في القانون المصري، ط 1، دار النهضة العربية، القاهرة، 1994.
- لوبون، غوستاف. سيكولوجية الجماهير، ترجمة هاشم صالح، ط 1، دار الساقى، القاهرة، 1991.
- مارتن، جون. نظم الإعلام المقارنة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1991.
- الهاشمي، مجد هاشم. الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، 2006.
- يونس، رامي عزمي عبد الرحمن. تحليل لغة الخبر السياسي في الخطاب الإعلامي المكتوب، ط 1، دار المعتز، بيروت، 2012.

### ثانياً: المراجع الأجنبية

- ‘abd al-laṭīf Ḥamzah, Qiṣṣat al-ṣaḥāfah al-‘arabīyah fī Miṣr, (In Arabic), dār al-fikir al-‘arabī, al-Qāhirah, 1985, p.43.
- ‘abd al-‘āl, Muḥammad ‘abd al-laṭīf, Ḥusn nīyat al-qādhif fī ḥālatay nashr al-akhbār wa-al-naqd, (In Arabic), 1st ed, Dār al-Nāḥḍah al-‘arabīyah, al-Qāhirah, 2004, p.33.
- ‘abd al-Mu’min, Majdhūb, al-Sulūk al-intikhābī fī al-Jazā’ir, dirāsah fī al-mafhūm, al-anmāt, wa-al-fawā’il, (In Arabic), mawjūd ‘alā al-rabiṭ al-tālī: <www.bouhania.com/news.php?action=view&id=49> Tārīkh al-ziyārah: 2019/12/01.
- ‘abd al-‘āl Sulṭān, Khālīd Ramaḍān, al-Mas’ūlīyah al-jinā’iyah ‘an jarā’im al-ṣaḥāfah, dirāsah muqāranah, (In Arabic), risālat duktūrah, kullīyat al-ḥuqūq, Jāmi’at Ḥulwān, Dār al-Naḥḍah al-‘arabīyah, al-Qāhirah, 2002, p.320.
- Abū Zayd, Aḥmad al-Shūrī, al-I‘lām al-jadīd wa-idārat al-ḥamalāt al-intikhābīyah, dirāsah ḥālat al-ḥamlah al-intikhābīyah al-ri’āsīyah al-Amrīkīyah Bārāk Ubāmā, (In Arabic), risālat mājistir, kullīyat al-iqtisād wa-al-‘ulūm al-siyāsīyah, Jāmi’at al-Qāhirah, 2013, pp.6-7.
- Al-Bishir, Muḥammad, Muqaddimah fī al-ittiṣāl al-siyāsī, (In Arabic), Maktabat al-‘ubiykān, al-Riyāḍ, al-Mamlakah al-‘arabīyah al-Sa‘ūdīyah, 1997, p.137.
- al-Ṭā’ī, Dhiyāb Fahad, al-Taḍlīl al-i‘lāmī min ṣinā’at al-khabar ilā ṣinā’at al-sīnamā, (In Arabic), Dār al-Yanābī’, Dimashq, 2011.
- Al-Qaḥṭānī, Muḥammad bin Daghash sa’īd, al-Ishā’ah wa-atharīhā ‘alā amn al-mujtama’, (In Arabic), 1st ed, Dār Ṭuwayq, al-Riyāḍ, 1997, p.12.
- Al-Riḍā, Hānī, wa-ākharūn, al-Ra’y al-‘ām wa-al-i‘lām wa-al-di‘āyah, (In Arabic), 1st ed, al-Mu’asasah al-Jāmi’iyah, Bayrūt, 1998, p.210.
- Al-Fayūmī, Aḥmad bin Muḥammad bin ‘alī al-Muqrī, al-Miṣbāḥ al-munīr fī gharīb al-sharḥ al-kabīr lil-rāfi‘ī, (In Arabic), Mādat: ḍalal, 2/9, 10, dār al-fikr, Bayrūt.
- ‘alī al-Bāz, al-I‘lām wa-al-I‘lām al-amnī, ma’a dirāsāt taṭbīqīyah muqāranah lil-duwal al-‘arabīyah, (In Arabic), 1st ed, Maktabat wa-maṭba‘at al-Ishā’ah al-fannīyah, al-Qāhirah,

- 2001, p.16.
- Barakah, Imān Muḥammad Salāmah, al-Jarīmah al-i‘lāmīyah fī al-fiqh al-islāmī, (In Arabic), risālat mājistir fī al-fiqh al-muqāran, kullīyat al-sharī‘ah wa-al-qānūn, al-Jāmi‘ah al-Islāmīyah, Ghazzah, 2008, pp.43-44.
- Bernard, P., P.K. AU, M. Plaisent & J.M.H. Chiang, How party politics and media communication affect election results in Hong Kong, 2014 : forecasting party strategies in the 2015 district Council and 2016 legislative Council elections, Academic journal research.
- Dān Jīl Bin ‘abbās, Muḥammad Nāṣir, Mūjaz tārikh al-ṣaḥāfah, (In Arabic), Maṭābi‘ mu’asasat al-Jazīrah, al-Riyād, 1971, p.20.
- Fallis, Don, What is disinformation? Library Trends, Vol. 63, No. 3, 2015.
- Géré. François, Dictionnaire de la désinformation, éd., Arman Colin, Paris, 2011.
- Goldhammer, Arthur. Can truth survive trump? Democracy Journal, 2016, accessible at: [www.goo.gl/ndPXi0.10-12-2019](http://www.goo.gl/ndPXi0.10-12-2019)
- Fetzer J, Disinformation: The use of false information, Minds and machines, Vol. 14, no 2, 1, 1982, 231 – 240.
- Ḥasan al-Ḥasan, al-I‘lām wa-al-dawlah, (In Arabic), al-Mu’asasah al-Jāmi‘īyah lil-dirāsāt wa-al-nashr, Bayrūt, 1965, p.14.
- Hirbirt Shīllir, al-Mutalā‘ibūn bil-‘uqūl, (In Arabic), tarjamat ‘abd al-Salām Raḍwān, silsilat ‘ālam al-Ma‘rifah, al-‘adad 106, Māris 1999, al-Majlis al-Waṭanī lil-thaqāfah wa-al-funūn wa-al-ādāb, al-Kuwait, p.5.
- Ḥijāb, Muḥammad Munīr, Idārat al-ḥamalāt al-intikhābīyah ṭarīquka lil-fawzi fī al-intikhābāt, (In Arabic), Dār al-Fajr lil-nashr wa-al-tawzī‘, al-Qāhirah, 2007, p.30.
- Ḥusnī, Maḥmūd Najīb, Qānūn al-‘uqūbāt, al-qism al-‘ām, (In Arabic), 6th ed, Dār al-Nahḍah al-‘Arabīyah, al-Qāhirah, 1989, p.183.
- Imām, Ibrāhīm, al-I‘lām wa-al-ittiṣāl bil-jamāhīr, (In Arabic), 3rd ed, Maktabat al-anjlū al-Miṣrīyah, al-Qāhirah, 1984, p.12.
- Ibn al-Manzūr, Abū al-Faḍl Jamāl al-dīn, Lisān al-‘Arab, (In Arabic), al-mujallad al-tāsi’, 3rd ed, Dār Ṣādir, Bayrūt, 2004, pp.57-58.
- Jīrīh, Frānsawā, Qāmūs al-taḍlīl al-i‘lāmī, (In Arabic), Armān Kūlān, Bārīs, 2011.
- J. Rpthkopf, David, The disinformation age, Foreign Policy, No 114, 1999.
- Lūbūn, Ghustāf, saykūlūjīyat al-jamāhīr, (In Arabic), tarjamat Ṣāliḥ, Hāshim, 1st ed, Dār al-Sāqī, al-Qāhirah, 1999.
- Narquin, Emilie, La désinformation, un phénomène amplifié par le web, Le Monde Numériques, 1 février 2017.
- Jīlmūr, Dān, al-I‘lām asās al-ṣaḥāfah– min al-jamī‘ wa-min ajl al-jamī‘, (In Arabic), tarjamat Nūr al-dīn, Nīvīn, al-Dār al-Dawlīyah lil-istithmārāt al-thaqāfīyah, al-Qāhirah, 2010, p.238.
- Jun Bītīr, Muqaddimah fī al-ittiṣāl al-jamāhīrī, (In Arabic), Markaz al-Kitāb al-Urdunī, al-Urdun, 1977, pp. 366, 368, 417.
- Jun Mārtin, Nuḍum al-i‘lām al-muqāranah, (In Arabic), al-Dār al-Dawlīyah lil-nashr wa-al-

- tawzī', al-Qāhirah, 1991, pp.127-128.
- Majd Hāshim al-hāshimī, al-I'lām al-mu'āṣir wa-tiqnīyātih al-ḥadīthah, (In Arabic), Dār al-Manāhij, 'ammān, 2006, p.43.
- Muḥammad Nāṣir bin 'abbās, Mūjaz tārikh al-ṣaḥāfah, (In Arabic), Maṭābi' mu'asasat al-Jazīrah, al-Riyād, 1971, p.20.
- Nūr Sulaymān, Mā ba'd al-ḥaqīqah, siyāsāt al-taḍlīl al-muta'ammad fī 'aṣr al-i'lām al-ra-qmī, (In Arabic), majallat al-Ittijāhāt al-ḥadīthah al-'adad 19, markaz al-Mustaqbal lil-abḥāth wa-al-dirāsāt al-mutaqaddimah, Abūzabī, al-Imārāt al-'arabīyah al-muttaḥiddah, Yanāyir-Fibrāyir 2017, p.43.
- Nūr al-dīn Rahū, al-Qaḍā' al-dastūrī wa-riqābatih 'alā al-intikhābāt al-tashrī'īyah al-mubāshirah, (In Arabic), risālat mājistir fī al-qānūn al-'ām, Jāmi'at Muḥammad al-awwal, Wajdah, al-Maghrib, 2013, p.79.
- Plauen, Von, Le droit de l'information en France : La presse, le citoyen et le juge, thèse de doctorat en droit, université de Lyon 2, 2004.
- Pollaud – Dulian, Frédéric, Exception de copie privée, RTD, N° 02 DU 15 juin 2007.
- Rābhī, Aḥsan, al-Iṭār al-qānūnī li-ḥurīyat al-i'lām fī ḥal al-tashrī' al-Jazā'irī, dirāsah muqāranah, (In Arabic), kullīyat al-qānūn, Jāmi'at al-Shāriqah, al-Imārāt al-'arabīyah al-muttaḥiddah, bidūn tārikh nashr, p.159.
- Ramadān, Ra'fat Jawharī, al-Mas'ūliyah al-jinā'īyah 'an a'māl wasā'il al-i'lām, (In Arabic), 1st ed, Dār al-Nahḍah al-'arabīyah, al-Qāhirah, 2011, p.17.
- Roadmap A., Fake News: (NATO Strategic Centre for Strategic Communications, Riga and King's Center for Strategic Communications (KCSE) 2018).
- Sayyid Kāmil, Sharīf, Jara'im al-ṣaḥāfah fī al-qānūn al-Miṣrī, (In Arabic), 1st ed, Dār al-Nahḍah al-'arabīyah, al-Qahirah, 1994, p.144.
- Ṣādiq, 'abbās Muṣṭafā, al-I'lām al-jadīd, al-mafāhīm wa-al-wasā'il wa-al-taṭbīqāt, (In Arabic), Dār al-Shurūq, al-Qāhirah, 2008, p.22.
- Sanūmī, 'abd Allāh, al-Ittiṣāl fī 'aṣr al-'awlamah, al-dawr wa-al-taḥaddiyāt al-'āmmah, (In Arabic), al-Dār al-Jāmi'īyah lil-nashr wa-al-tawzī', 'ammān, 1999.
- Saqf al-Ḥiṭ, 'ādil 'azzām, Jarā'im al-dham wa-al-qadh wa-al-taḥqīr al-murtakabah 'abra al-wasā'it al-ilikturūnīyah, shabakat al-intirnit wa-shabakat al-hawātif al-naqqālah wa-'abra al-wasā'it al-taqlīdīyah wa-al-ālīyah wa-al-maṭbū'āt, dirāsah qānūnīyah muqāranah, (In Arabic), 2nd ed, Dār al-Thaqāfah lil-nashr wa-al-tawzī', 'ammān, al-Urdun, 2015, p.439.
- Sumaysim, Ḥamīdah, al-Ḥarb al-nafsīyah wa-al-ra'y al-'ām, (In Arabic), 1st ed, al-Dār al-Thaqāfīyah lil-nashr, al-Qāhirah, 2005, p.194.
- Surūr, Ṭāriq, Jarā'im al-nashr wa-al-i'lām, (In Arabic), 3rd ed, Dār al-Nahḍah al-'arabīyah, al-Qāhirah, 2008, p.472.
- Ṣidqī, 'abd al-Rahīm, al-I'lām wa-al-jarīmah, jarā'im al-ra'y wa-al-i'lām, (In Arabic), 1st ed, Maktabat Nahḍat al-sharq, jāmi'at al-Qāhirah, 1987, pp.169-170.
- Shillir Hirbirt, al-Mutalā'ibūn bil-'uqūl, (In Arabic), silsilat al-Ma'rifah, al-Kuwait, al-'adad

- 242, Māris 1999, p.20.
- Sulaymān ṣāliḥ, al-Jarā'im al-i'lāmīyah wa-al-ṣahafīyah, (In Arabic), 2nd ed, Maktabat al-falāh, al-Qāhirah, 2005, 1994, p.144.
- Sweeney, H.M, Twenty – five ways to suppress truth: the rules of disinformation, includes the 8 traits of disinformation list, U.S.A, 1997.
- Tālmah, 'uthmān, Mawqif al-qāḍī al-idārī min al-munāwarāt al-tadlīsīyah fī al-māddah al-intikhābīyah, (In Arabic), majallat al-Qānūn wa-al-a'māl, Jāmi'at al-Ḥasan al-awwal, kullīyat al-ḥuqūq Siṭṭāt, al-Maghrib, 2019, pp.1-2.
- Warzel C, and Thuu Vol, 'Where does Trump get his news?', Buzz Feed News, 2016, Accessible at: <[www. Goo.gl/SfZ3Iz](http://www.Goo.gl/SfZ3Iz)>
- Weinstein K, 'Countering Disinformation with information: defeating adversary propaganda to win heart and minds' (2016) Hampton Roads international security quarterly, 101.
- Yūnis, Rāmī 'azmī 'abd al-Raḥmān, Taḥlīl lughat al-khabar al-siyāsī fī al-khiṭāb al-i'lāmī al-maktūb, (In Arabic), 1st ed, Dār al-mu'tazz, Bayrūt, 2012, p.82.
- Zāyid, Hibah Ḥusayn Muḥammad, al-Ḥimayah al-jinā'īyah lil-ṣafaqāt al-ilikturūnīyah, dirāsah muqāranah, (In Arabic), risālat duktūrah, kullīyat al-ḥuqūq, Jāmi'at Ṭanṭā, dār al-Kutub al-Qānūnīyah, Miṣr, al-Maḥalah al-kubrā, 2015, pp.327-329.