



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY

الإعلام الجديد

Lecture 4

PRL 613

ماجستير العلاقات العامة

Prepared by
Dr. Hala Elalfy Fawzy

www.midocean.ae

Chapter

04

أهمية التحقق من المحتوى قبل النشر وتجنب الشائعات



نتناول في هذا الفصل:

- ✓ مفهوم الشائعة.
- ✓ خصائص الشائعة المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد.
- ✓ تأثير الشائعة على أداء المؤسسات والصورة الذهنية الخاصة بها.
- ✓ آليات التصدي للشائعة عبر وسائل الإعلام الجديد.
- ✓ وسائل وأدوات التحقق من الشائعات والمعلومات المضللة.

مفهوم الشائعة Rumor

- الخبر مخلوق لا أساس له من الصحة، وتكون من خلال سرد خبر يحتوي على قدر ضئيل من الحقيقة، وتستهدف التأثير على فكر الفرد وانفعالاته بصورة قد تدفعه لإضافة كلام إلى الشائعة.
- وهي: رواية مصطنعة عن شخص أو جماعة يتم تداولها شفهيًا أو إعلاميًا، وتُطرح لكي يصدقها الجمهور، دون أن تتضمن أي مصادر أو أدلة، فيما يشتمل بعضها على نواة من الحقيقة، إلا أن معظمها مخلوق، وتتنوع دوافعها ما بين السياسية والنفسية والاجتماعية أو الاقتصادية، أما أهدافها ففي الغالب سلبية، وتعرض أثناء تداولها للتحريف، ويكون معدل التحريف بالإضافة أكثر من التحريف بالنقصان.



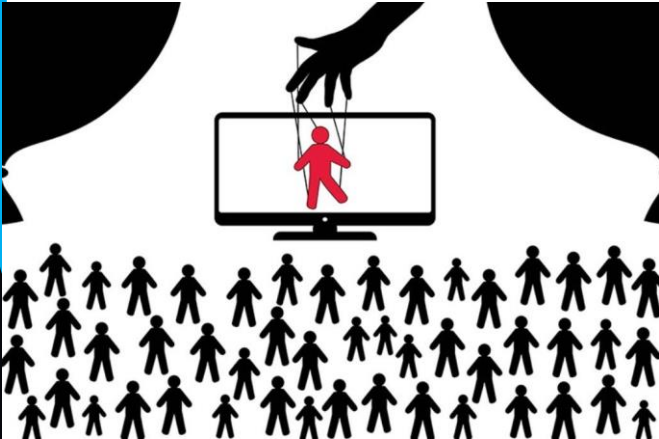
المفاهيم وثيقة الصلة بالشائعة

Chapter

04

التضليل الإعلامي Media Misinformation

- وهو التلاعب بالرأي العام، عبر التلاعب بأفكار الأفراد ووعيهم، من خلال معلومات قد تكون صحيحة أو غير صحيحة، فالتضليل لا يكون من خلال تقديم معلومة كاذبة، وإنما من خلال استخدام المعلومة لإقناع الأفراد بصحة فكرة كاذبة، أو العكس.
- كذلك يمكن تعريفه على أنه: ظاهرة تتجاوز مصطلح "الأخبار الزائفة"؛ حيث تمس جوانب المجتمع كافة، من السياسة والتعليم والأعمال والإعلام إلى النقاش العام، من خلال نشر معلومات صحيحة غير أنها تكون في توقيت يجعل المتلقي ينخدع بها، وبذلك، فإن التضليل استعمال تقنيات الإعلام وتوظيفها من أجل استقرار خطأ، أو إخفاء واقعة أو إبرازها بشكل خاطئ.



تابع المفاهيم وثيقة الصلة بالشائعة

Chapter

04



• الأخبار الكاذبة Fake News

- هي أخبار مضللة ومفبركة تماماً، يتم إنشاؤها عمداً للتضليل ونشر المعلومات الخاطئة. غالباً ما تكون ذات مظهر إخباري موثوق لخداع القراء.
- في عام 2017 اختار قاموس كولينز كلمة Fake News ككلمة العام، وعرفها كـ "معلومات كاذبة وغالباً مثيرة، يتم نشرها تحت ستار التقارير الإخبارية"، اختار كولينز الكلمة بعد زيادة استخدامها بنسبة 365 %
- عن العام الأسبق وتمت إعادة طرحها سياسياً بواسطة دونالد ترامب.

تابع المفاهيم وثيقة الصلة بالشائعة

Chapter

04

• الأخبار المفبركة Fabricated News

- هي أخبار تحتوي على معلومات كاذبة أو مضللة، لكنها لا تكون مفبركة بالكامل. قد تحتوي على بعض الحقائق مع معلومات خاطئة أخرى.



تابع المفاهيم وثيقة الصلة بالشائعة

Chapter

04

• الأخبار السلبية Negative News

- هي الأخبار التي تركز بشكل أساسي على الجوانب السلبية للأحداث والقضايا. تميل لنشر مشاعر الخوف والقلق والغضب، وغالباً ما تفتقر إلى التوازن في عرض وجهات النظر المختلفة.



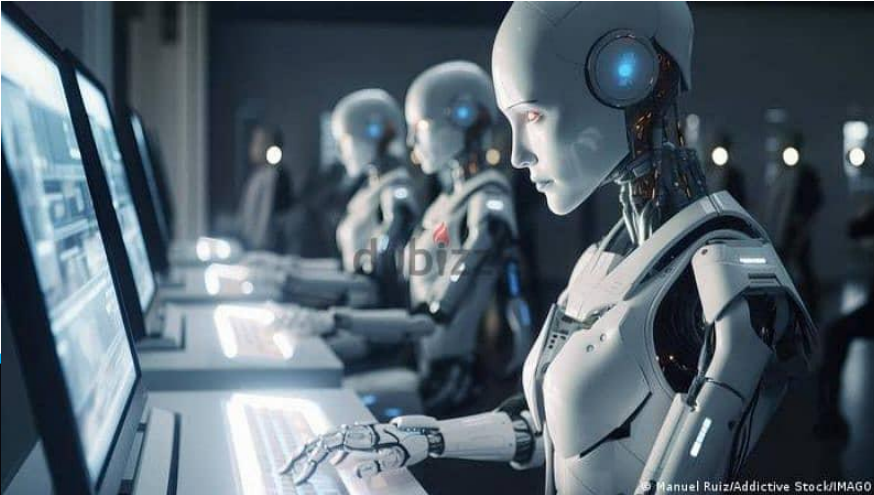
تابع المفاهيم وثيقة الصلة بالشائعة

Chapter

04

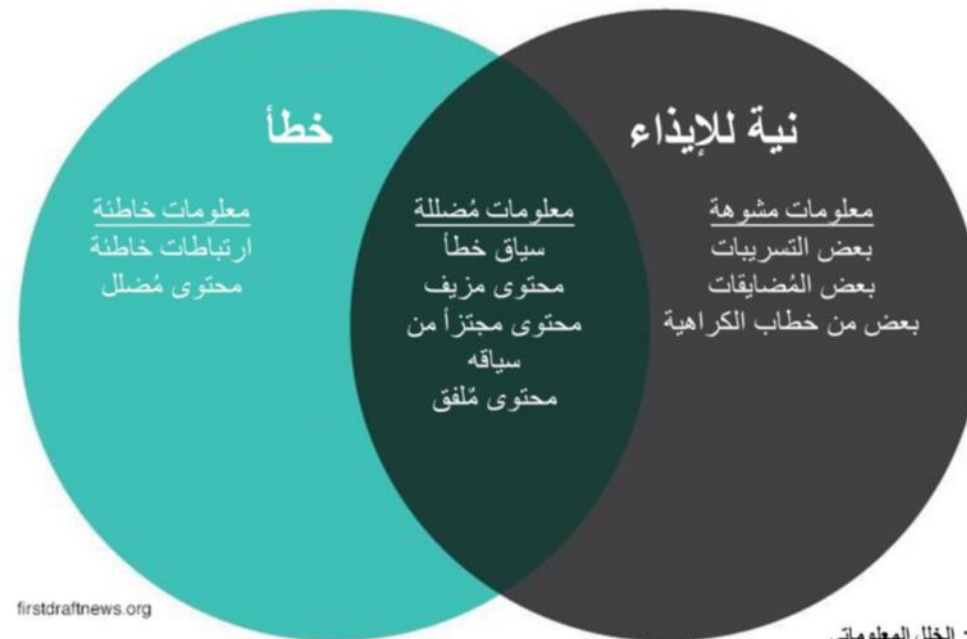
الخلل المعلوماتي Information distortion

- هو مفهوم يشير إلى أي انحراف أو تشويه في عملية نقل المعلومات أو تبادلها. قد يحدث خلل المعلومات نتيجة لعدة أسباب، بما في ذلك الأخطاء البشرية، وعدم وضوح الرسائل، وعوامل التشويش، وعدم كفاية وسائل الاتصال، وعوامل تقنية أخرى.
- يمكن أن يتسبب خلل المعلومات في تشويه أو فهم غير صحيح للمعلومات، مما يؤدي إلى تكوين أفكار خاطئة أو اتخاذ قرارات غير صحيحة. وفي بعض الأحيان، يمكن أن يؤدي خلل المعلومات إلى فقدان المعلومات بشكل كامل أو جزئي.



أنواع الخلل المعلوماتي

قسمت كلير ووردل (مؤسسة فيرست دراфт) الخلل المعلوماتي إلى 3 أنواع رئيسية وهي:

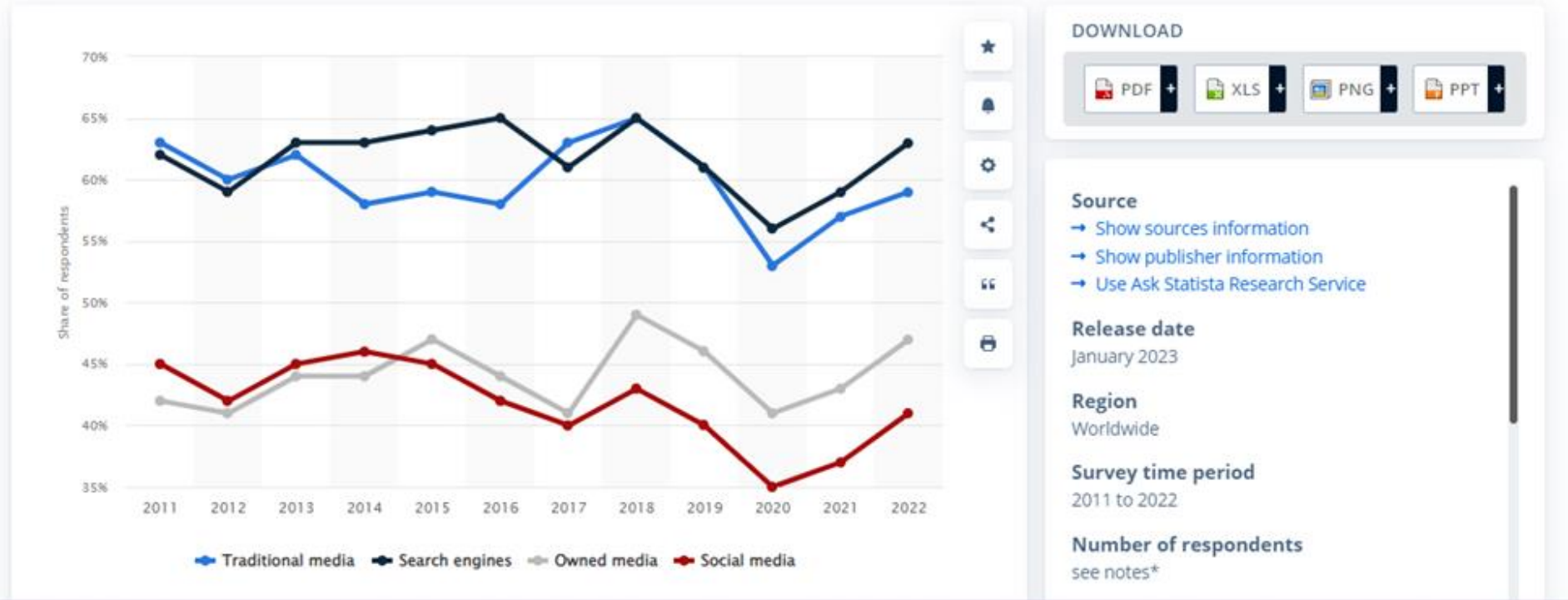


firstdraftnews.org

الشكل رقم 1: الخلل المعلوماتي

الثقة في وسائل الإعلام في الفترة من 2011 حتى 2023

Most trusted sources of general news and information worldwide from 2011 to 2022



المصدر: [STATISTA](https://www.statista.com)

خصائص الشائعة المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

- **سرعة الانتشار:** حيث يمكن أن تنتشر الشائعة بين عدد كبير من الأشخاص في وقت قصير جداً.
- **اللامركزية:** تنتشر الشائعات عبر مصادر متعددة وغير محددة دون مركز رسمي واضح.
- **عدم التحقق:** نادراً ما يتم التحقق من صحة الشائعات قبل نشرها عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
- **المبالغة والإثارة:** تميل الشائعات للمبالغة في طرح القضايا بهدف إثارة مشاعر الجمهور.
- **التفاعلية:** تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين التفاعل مع الشائعات وإعادة نشرها بسرعة.



تابع خصائص الشائعة المنتشرة عبر وسائل التواصل الاجتماعي

- **المجهولية:** يصعب تحديد المصدر الأصلي للشائعة المنتشرة عبر منصات التواصل الاجتماعي.
- **الاستمرارية:** تستمر الشائعات في الانتشار حتى بعد نفيها من مصادرها الرسمية.
- **قدرتها على اختراق حدود الدول دون رقابة:** شكّلت مواقع التواصل الاجتماعي نقلة نوعية في مجال الإعلام؛ فالدول يمكن أن تحجب بثّ قناة عبر الأقمار الصناعية، غير أنها تعجز عن هذا الأمر مع مواقع التواصل الاجتماعي؛ بل إن خطورتها تتمثل في امتلاكها قدرة على تبادل الأخبار والصور والفيديوهات والصور، بشكل مجاني وهو ما يسمح بالترويج للشائعات.



الأساليب النفسية التي يتم الاعتماد عليها للترويج للشائعات

Chapter

04

- **الادعاء والتلفيق:** عن طريق بثّ خبر لا أساس له من الصحة، وفي الغالب يُروج له من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأن هذه النوعية من الأخبار تكون بلا مصدر.
- **إثارة البلبلة:** في هذا النوع يُروج لمعلومة أو خبر حقيقي، ولكن تتم الشوشرة عليه، وفي الغالب يمارس هذا الأسلوب أيضاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال التعليقات، وبذلك يعجز الجمهور عن معرفة الحقيقة من الكذب، على الرغم من صحة المعلومة، كذلك في هذا النوع قد يُستغل حادث صغير لخلق أزمة تؤثر في نفسية جمهور الدولة المستهدفة.



تابع الأساليب النفسية التي يتم الاعتماد عليها للترويج للشائعات

Chapter

04

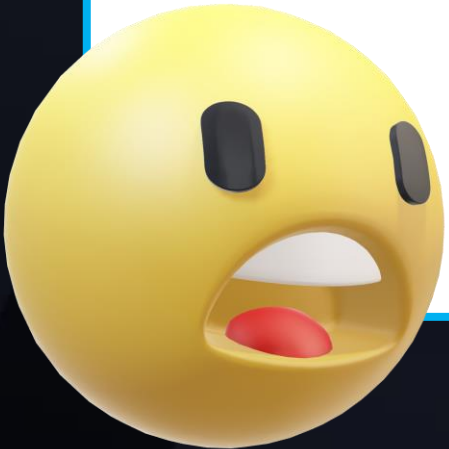
- **التخوين والتشكيك:** وهو من أهم الأساليب التي يُعتمد عليها لخلق حالة من الانقسام بين أفراد المجتمع، وفي هذا النوع تُغتال قيادات الدولة المعنية معنويًا، وهي واحدة من العمليات التي تُمارس في مصر منذ ثورة 25 يناير.
- **التجروء على الحقيقة والثوابت:** بالتركيز على كل شخص يُنظر إليه على أنه قدوة ورمز، خاصة علماء الدين ورجال السياسة والمسؤولين بمختلف أنواعهم، فيقف الشعب عاجزًا غير قادر على معرفة من يُصدّق، ومن يُكذّب، ومن يعمل من أجل مصلحة الدولة، ومن يعمل ضدها.



الأساليب الإعلامية التي يُعتمد عليها في التأثير على الرأي العام

قدّم المفكر الأمريكي "ناعوم تشومسكي" قائمة تتضمن عشر طرق يمكن من خلالها السيطرة على الشعوب والرأي العام، من بينها:

- **إستراتيجية الإلهاء:** التي تكون عن طريق تحويل انتباه الرأي العام عن بعض القضايا المجتمعية والموضوعات، عبر وابل متواصل من الإلهاءات والمعلومات التافهة، التي تمنع الرأي العام من التركيز على القضايا المجتمعية الرئيسية.
- **ابتكر المشكلات ثم قدم الحلول:** وهنا تُبتكر مشكلات أو مواقف من أجل إثارة رد فعل معين من الشعب لكي يطالب بالإجراءات التي يراود له أن يقبل بها.
- **إستراتيجية التدرج:** لكي يُقبل إجراء غير مقبول، يكفي أن يُطبق بصورة تدريجية.



تابع الأساليب الإعلامية التي يُعتمد عليها في التأثير على الرأي العام

- إستراتيجية المؤجل: التي يُعتمد عليها من أجل إكساب القرارات أو الموضوعات المكروهة القبول، بإقناع الشعب في الحاضر بأفعال معينة في المستقبل.
- مخاطبة الشعب كمجموعة من الأطفال: باستخدام خطاب وحجج ذات طابع طفولي.
- استثارة العاطفة بدلاً من الفكر: وهي تقنية كلاسيكية يُعتمد عليها لتعطيل التحليل المنطقي للأحداث، كذلك فإن استخدام المفردات العاطفية يسمح بمرور الأفكار والنزعات والسلوكيات إلى اللاوعي.
- تشجيع الشعب على استحسان الرداءة: بحيث يعتقد الفرد أنه من الجيد أن يصبح همجياً أو جاهلاً.



تابع الأساليب الإعلامية التي يُعتمد عليها في التأثير على الرأي العام

Chapter

04

كذلك قدّم عدد من الباحثين أنماط للأساليب والإستراتيجيات التي يمكن الاعتماد عليها في نشر الشائعات وممارسة التحريض الإعلامي، ومنها ما يلي:

إستراتيجية التركيز: التي يقصد بها استخدام وسائل إعلامية متعددة بغرض توصيل رسائل إلى جماهير منتشرة في مناطق جغرافية واسعة.

الإستراتيجية الديناميكية: في هذه الإستراتيجية يُركّز على عوامل إدراكية أو عاطفية من أجل التأثير على الأفراد أو الجماعات، باستخدام استمالات عاطفية، أو إثارة انفعالات الجمهور ومخاوفهم، بالتركيز على الاتجاهات والمعتقدات والنيات السلوكية لإحداث الاستجابة الإقناعية المطلوبة.

الإستراتيجية الثقافية الاجتماعية: وفي هذه الإستراتيجية تُقدم رسائل إعلامية مقنعة تحدد أو تعيد تحديد قواعد السلوك لدى الأفراد والجماعات.



تابع الأساليب الإعلامية التي يُعتمد عليها في التأثير على الرأي العام

- **إستراتيجية بناء المعاني:** وفي هذه الإستراتيجية يُركّز على دور وسائل الإعلام في تعديل المعاني والصور والرموز المحيطة بالإنسان، وإكسابها معاني جديدة، مستهدفة تحقيق الإقناع وفقاً للصورة التي تُقدّم.
- **إستراتيجية الانتقائية المتحيزة:** في هذا النوع يكون التحريض عبر إخفاء جزء من الخبر للتأثير في اتجاهات الرأي العام، ووضع رأي ذاتي داخل المحتوى الإعلامي الذي يفترض أنه يقوم على الحقائق، بما يعمل على تشويه الواقع بشكل مقصود نتيجة تأييدها طرفاً معيناً ضد آخ، واستبعاد معلومات، أو عرض معلومات غير دقيقة، لتكون المحصلة الأخيرة تقديم معلومات منقوصة وأخرى متحيزة لا تتسم بالموضوعية.



أشكال التحيز في نشر المحتوى

- أ- التحيز على مستوى الشكل: وهو يتضح من خلال حجم التركيز على القضية والمساحة الزمنية الممنوحة لها، ومعدل تكرارها، ومتابعة المستجبات التي تطرأ عليها، والتحيز من حيث الشكل يكون عبر عدة تقنيات منها:
 - التحيز في زوايا اللقطات وحجمها وترتيبها: استخدام زوايا وأحجام لقطات تضيف معاني معينة للحدث، أو عبر تصوير أماكن وشخصيات بما يتلاءم مع السياسة التحريرية والأيديولوجية الخاصة بالجهة الناشرة، كذلك فإن ترتيب اللقطات يضيف دلالة على من يظهر أولاً.
 - التحكم في الألوان والظلال لإعطاء انطباع ما، بما يعطي معنى منقوصاً أو مخالفاً.
 - استخدام الصور في غير موضعها عن عمد: وذلك عبر اختيار صورة حقيقية لشخص أو حدث ما، التقطت من زاوية معينة أو لحظة معينة؛ لإعطاء رسالة مضللة.



تابع أشكال التحيز في نشر المحتوى

Chapter

04



ب- التحيز على مستوى المضمون:

- التكتّم والإغفال: بإخفاء الحقائق والمعلومات عبر تجنب النشر أو حجب المصادر أو استبعاد بعض التفسيرات التي تلقي الضوء على أسباب الحدث.
- التهويل أو التهوين: وذلك عبر الاهتمام بحدث وإبرازه، واستخدام كلمات مبالغ فيها للإيهام بأهمية ما ورد في الخبر، على الرغم من عدم اتفاقها مع المحتوى وقيّمته، بينما التهوين يكون عبر تعمد عرض الموضوع أو القضية بصورة تقل عما تتناسب مع قيمته.
- المزج أو الخلط: ويكون في الأساس عن طريق الجمع بين الخبر والرأي والتحليل، بشكل يجعل المتلقي غير قادر على التفرقة بين الخبر والرأي.
- التركيز على أبعاد معينة في القضية وإهمال غيرها: ويُعتمد على هذا النوع لجعل قضية ما أكثر بروزاً لدى الجمهور، أو عبر عرض معلومات وبيانات ليس لها علاقة بالحدث على حساب معلومات مهمة، بما يشوّث الانتباه.

تابع أشكال التحيز في نشر المحتوى

Chapter

04

ج - التحيز على مستوى المصادر:

باختيار مصادر معينة تحت مسمى الخبراء والمحللين بما يوحي بالمهنية، بينما تستهدف في الأساس عرض جانب واحد من وجهات النظر وتخصيص مساحة أكبر له، وتقليل دور الطرف الآخر، والتركيز على الجوانب السلبية فقط لتشويه صورة الجماعات أو الأفراد التي تتعارض معها، كما يمكن استخدام مفردات قد تضيف تأثيراً معيناً يخدم أو يضر طرفاً من أطراف الصراع.



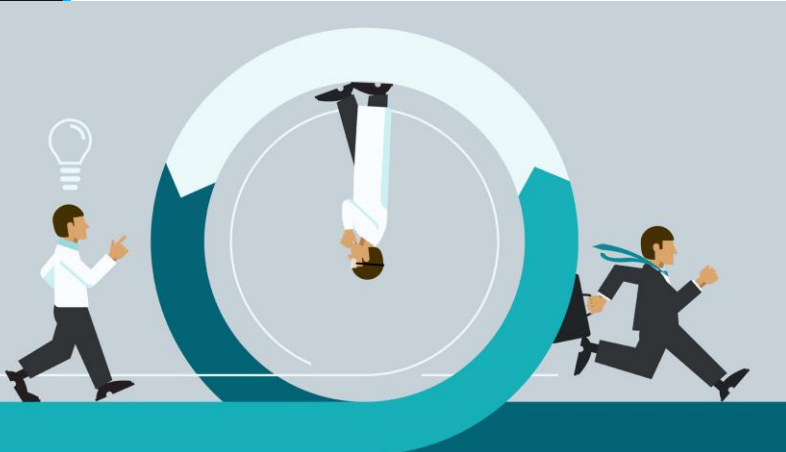
تابع أشكال التحيز في نشر المحتوى

Chapter

04

د- التحيز على المستوى اللغوي:

وذلك عبر اختيار عناوين تعتمد على المبالغة والتهويل من أجل الإثارة، أو تتضمن عناصر غير واردة في المتن، كذلك من خلال استخدام مصطلحات في سياق خاطئ، أو استخدام مصطلحات مصطنعة تعمل على ترسيخ مفهوم معين يتوافق مع مصالح صانعيه، كذلك التحيز عبر التلاعب بالأرقام، فقد يوجد تضارب في الخبر أو القضية نفسها، أو عرض أرقام بلا تفسير، أو إساءة تفسيرها بما يخدم الهدف المرجو، وفي أحيان أخرى الإغراق في استخدام الأرقام بما يعمل على تشتت الجمهور المستهدف.



تأثير الشائعة على أداء المؤسسات والصورة الذهنية الخاصة بها.

- يمكن أن تؤثر الشائعات على أداء المؤسسات وصورتها الذهنية بعدة طرق، منها:
- إحداث حالة من عدم الاستقرار والذعر لدى المتعاملين مع المؤسسة مما يؤثر سلباً على أدائها.
- التشكيك في مصداقية المؤسسة ونزاهتها، مما يضر بسمعتها ويزعزع ثقة الجمهور بها.
- تشتيت جهود المؤسسة عن أهدافها الإستراتيجية للتصدي للشائعات وتصحيح المعلومات الخاطئة.



تأثير الشائعة على أداء المؤسسات والصورة الذهنية الخاصة بها.

- إلحاق الضرر بقيمة العلامة التجارية للمؤسسة وسمعتها لدى العملاء والمستثمرين المحتملين.
- تكبد المؤسسة تكاليف مادية وبشرية إضافية للتعامل مع آثار الشائعات وتداعياتها.
- فقدان المؤسسة لبعض عملائها أو شركائها بسبب فقدان الثقة نتيجة انتشار الشائعات.
- صعوبة استعادة المؤسسة لسمعتها وثقة جمهورها بعد انتشار شائعة سلبية عنها.



مثال لشائعة عن شركة سايلو



- سايلو مصر للصناعات الغذائية أو سايلو فودز هي شركة مساهمة حكومية مصرية، تابعة لجهاز مشروعات الخدمة الوطنية للقوات المسلحة أحد أجهزة وزارة الدفاع، أنشأت سنة 2021.

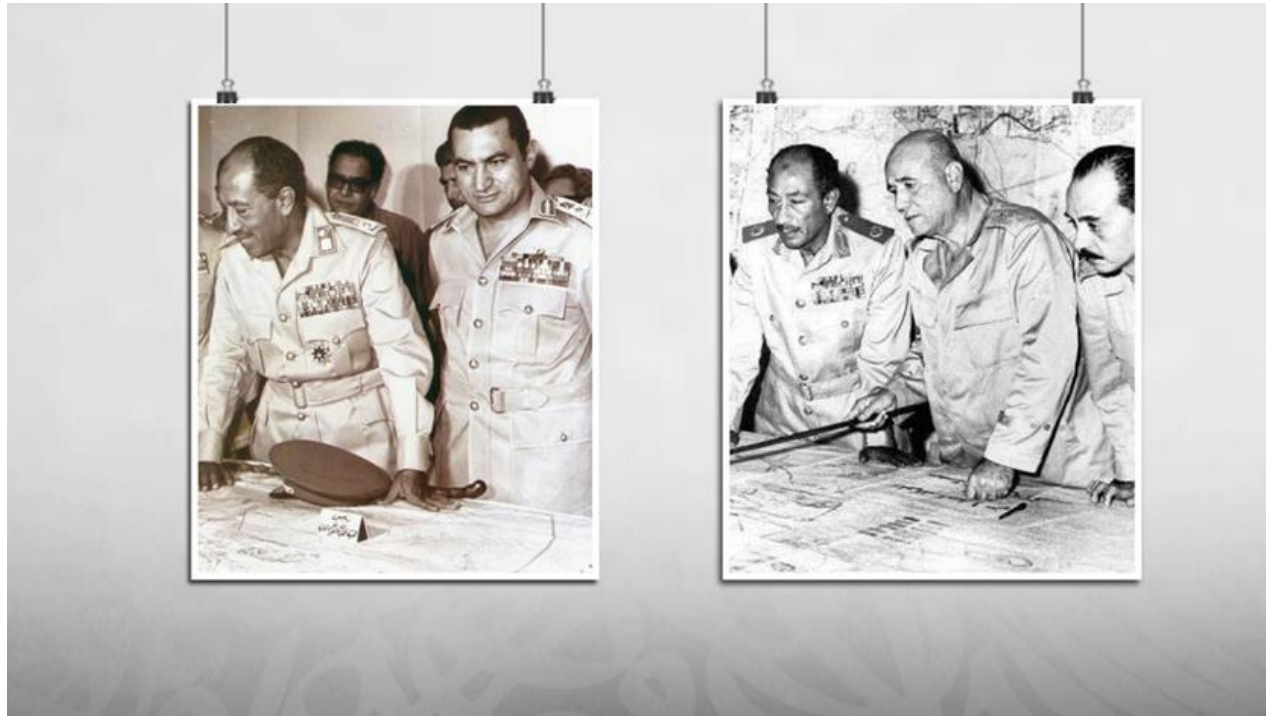
نماذج من التلاعب بالمحتوى الإعلامي



Chapter

04

نماذج من التلاعب بالمحتوى الإعلامي



نماذج من التلاعب بالمحتوى الإعلامي



اليمني علي البخيتي حين كان يتحدث باسم الحوثي
ويحاول الظهور عبر الشاشات وكأنه في قلب الحدث بصنعاء
بينما هو يختبئ في استوديو وخلفه صورة لصنعاء

نماذج من التلاعب بالمحتوى الإعلامي



المصدر: صحيفة الأيام

نماذج من التلاعب بالمحتوى الإعلامي



المصدر: قناة الجزيرة

نماذج من التلاعب بالمحتوى الإعلامي



المصدر: [Diep Nep](#)

آليات التصدي للشائعة عبر وسائل الإعلام الجديد



المصدر: اليونسكو

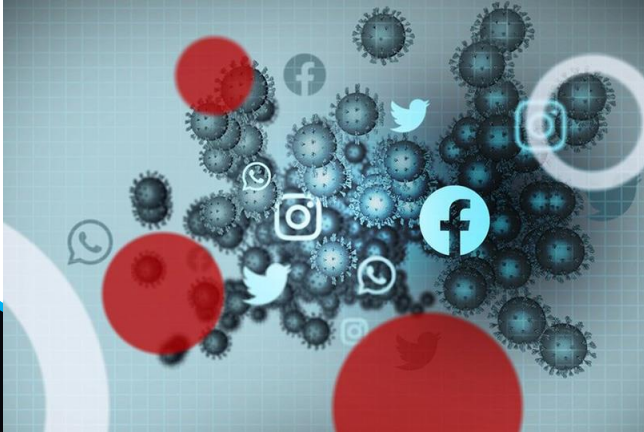
آليات التصدي للشائعة عبر وسائل الإعلام الجديد

- حتمية وضع ضوابط وإجراءات لتأمين المنصات الإلكترونية بتوظيف عدد من استراتيجيات التصدي للشائعات باستخدام برامج كشف الشائعات، مثل “Sina” و”Snope” و”Politifact” و”Weibo”، وكذلك توظيف استراتيجيات إدارة الشائعات من خلال المدخل التنظيمي والمدخل الوقائي والمدخل العلاجي.
- ضرورة توفير بيئة عمل إعلامية تتسم بالشفافية وإتاحة المعلومات من مصادرها الموثوقة.
- الاهتمام بوضع الضوابط القانونية لمواجهة الشائعات المتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، التي تتم من خلال وضع استراتيجية أمنية شاملة بمنهج متكامل لتتبع الشائعات ونشر الحقائق للجمهور، وذلك من خلال دور وسائل الإعلام في التصدي للشائعات والأجهزة الأمنية من جهة والمؤسسات التشريعية والقضاء من جهة أخرى.



تابع آليات التصدي للشائعة عبر وسائل الإعلام الجديد

- تطبيق نماذج لتتبع سرعة انتشار الشائعات من خلال بعض المواقع الأكثر استخدامًا لدى المستخدمين مثل فيسبوك وتويتر ويوتيوب.
- استمرارية تطوير وتغيير المفاهيم والظواهر الإعلامية الجديدة التي ترتبط بالإعلام الرقمي في السنوات المقبلة، فضلا عن التطور السريع في التكنولوجيا وما ترتب على ذلك من كثافة اعتماد الجمهور على التطبيقات الجديدة.
- التركيز على الدراسات التي تهتم بقياس استخدام القوى السياسية المختلفة لمواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها في نشر الشائعات بما يخدم أهدافها وتوجهاتها في المجتمع.



وسائل وأدوات التحقق من الشائعات والمعلومات المضللة

Chapter

04

- بعض مواقع التحقق من الصور

المهام التي يقوم بها الموقع	اسم الموقع
البحث العكسي عن الصور	/https://tineye.com
	/https://images.google.com
	/https://yandex.com
التعرف على مصدر الصورة	https://sourceforge.net/projects/jpegsnoop/op
يساعد في التعرف على مدى التلاعب في الصور، ومدة التلاعب وأي مناطق قد تكون مزيفة في الصورة	/https://www.imageforensic.org



وسائل وأدوات التحقق من الشائعات والمعلومات المضللة

Chapter

04

• بعض مواقع التحقق من الفيديوهات

المهام التي يقوم بها الموقع	اسم الموقع
يقوم بعملية التحقق من الصور والفيديوهات بشكل دوري	/https://www.snopes.com
	/https://www.factcheck.org/archives
	/https://www.politifact.com
هو موقع تابع لجريدة Tampa Bay Times الأمريكية يصنف الأخبار والشائعات على مقياس من 0 إلى 5 نجوم، حيث يعد الحصول على 5 نجوم دليلاً على أن الخبر صحيح وموثوق به.	https://citizenevidence.amnestyusa.org
يتيح موقع Amnesty International's YouTube Dataviewer التحليل الأوتوماتيكي للفيديوهات وتقديم المعلومات الدقيقة حول أماكن التسجيل والأجزاء المختلفة في الفيديو.	https://ytlarge.com/youtube/video-data-viewer
يستخدم موقع YouTube DataViewer خوارزميات الذكاء الاصطناعي لتحليل الفيديوهات والتحقق من صحتها، حيث يقوم بفحص المحتوى وكشف الفيديو المعدل.	



Youtube DataViewer

This is not Morgan Freeman - A Deepfake Singularity

This is not Morgan Freeman - A Deepfake Singularity Concept and deepfake by Bob de Jong Freeman's voice is imitated by the incredibly talented Boet Schouwink A homage to the great actor. #diepnep #deepfake #ai #morganfreeman

Video ID: oxXpB9pSETo
Upload Date (YYYY/MM/DD): 2021-07-07
Upload Time (UTC): 18:00:33 (convert to local time)

Thumbnails:



reverse image search

Chapter

04



YouTube Data Viewer

YouTube Metadata, View the Statistics of the YouTube video and find out the exact day and time it was uploaded.

Let's paste the YouTube video URL.

Paste Video URL:

6 9 1 9

Enter

Video: [This is not Morgan Freeman - A Deepfake Singularity](#)

Video Uploaded Date: 2021-07-07 / 20:00:33 📍 (Africa/Cairo)

Video Category: Entertainment

Video Duration: 00:01:04

View Count: 1288287

Like Count: 14651

Comment Count: 1308

Video Tags: diepnep, deepfake, morganfreeman

Is This Video Monetized?: 💰 This video is not monetized.

Video Description: This is not Morgan Freeman - A Deepfake Singularity Concept and deepfak... [Read More](#)

Channel Id Url of the Video Owner:  [Diep_Nep](#) ↗



تعرفنا من خلال هذا الفصل على مفهوم الشائعة، والمفاهيم وثيقة الصلة بها، كما تعرفنا على خصائص الشائعة المنتشرة عبر وسائل الإعلام الجديد.

هذا إلى جانب التعرف على تأثير الشائعة على أداء المؤسسات والصورة الذهنية الخاصة بها، والوقوف على آليات التصدي للشائعة عبر وسائل الإعلام الجديد. كما استعرضنا عدد من وسائل وأدوات التحقق من الشائعات والمعلومات المضللة بصورة نظرية وعملية.





مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY
BY EVERYONE'S SMART UNIVERSITY



Thank You

