

حالات دراسية في الإعلام الرقمي

المحاضرة الرابعة

DGM321

إعداد
د. أسامة احمد

بعنوان

التضليل الإعلامي الأهداف والأساليب

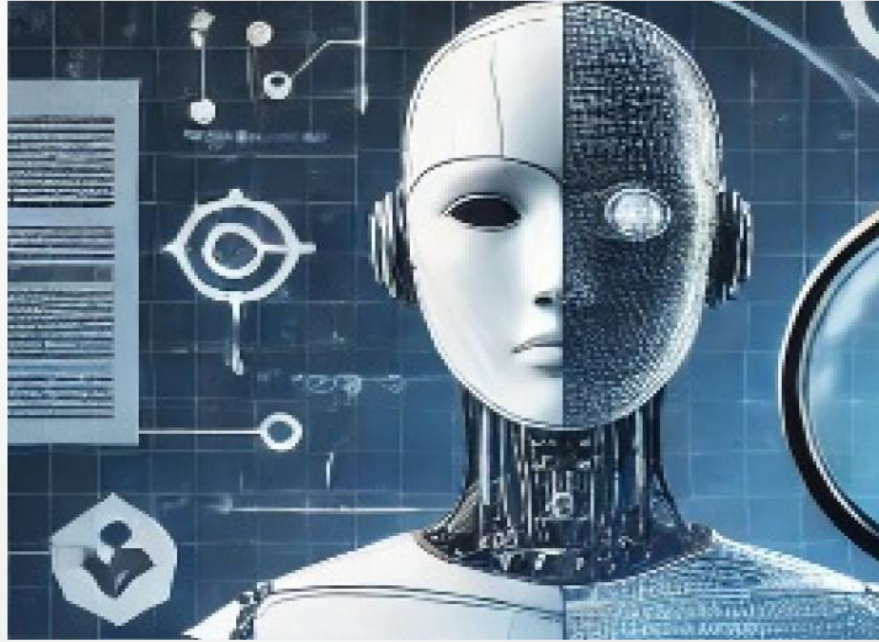
DGM321

Lecture
4

محتويات المحاضرة

1. مفهوم التضليل الإعلامي
2. أهمية دراسة التضليل الإعلامي
3. أهداف التضليل الإعلامي
4. أشكال التضليل الاعلامي
5. استخدامات التضليل الإعلامي
6. آثار التضليل الإعلامي
7. أنواع التضليل الإعلامي
8. كيف نواجه التضليل الإعلامي
9. مثال للتضليل الاعلامي





مقدمة

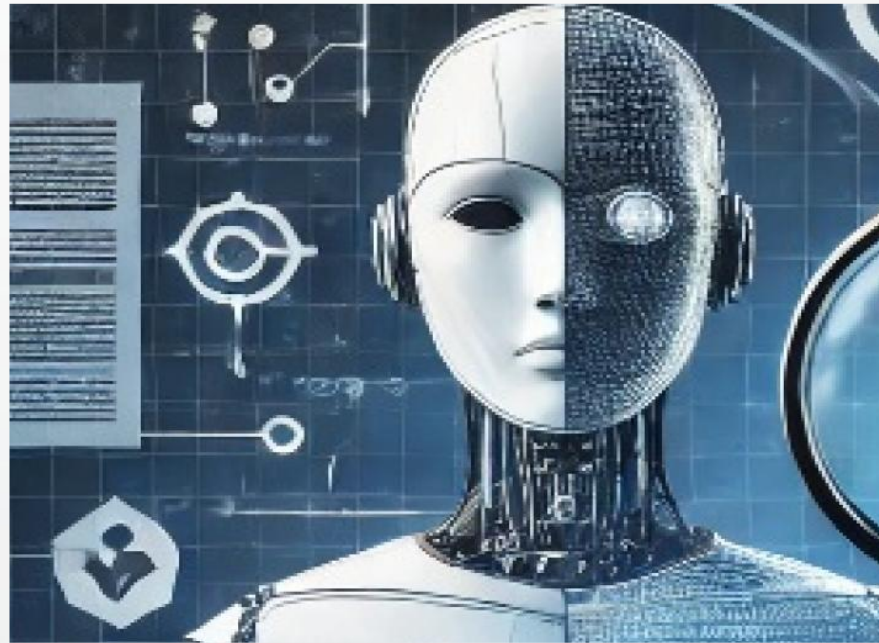


Lecture
4

مقدمة

التضليل الإعلامي واحدة من القضايا التي تزايدت خطورتها في الأونة الاخيرة . إذ يتسبب في تشوية الحقائق وتوجيه الرأي العام نحو مواقف مشوهة وغير دقيقة . بالاضافة لذلك ينطوي التضليل الإعلامي على خطر نشر رسائل الكراهية والتحريض ، مما يعرض حقوق الانسان للخطر ويزيد من التوترات الاجتماعية.





مفهوم التضليل الإعلامي



Lecture
4

لماذا معرفة التضليل الإعلامي مهمة

- ❑ **الحاجة الملحة:** في عصر المعلومات الزائف، أصبح من الضروري أكثر من أي وقت مضى أن نكون قادرين على التفكير النقدي وتقييم المصادر الإعلامية.
- ❑ **الفهم العميق:** التحليل العميق لظاهرة التضليل الإعلامي، وكيفية تأثيرها على الأفراد والمجتمعات.
- ❑ **التحصين ضد التلاعب:** التزود بالادوات اللازمة للتصدي للمعلومات المضللة، وحماية من التلاعب.
- ❑ **بناء مجتمع أكثر وعياً:** يساهم في بناء مجتمع أكثر وعياً بالأخبار المزيفة، وقادر على اتخاذ قرارات مستنيرة.



Lecture
4

تعريف التضليل الاعلامي



- هو نشر معلومات كاذبة أو مُحرّفة عمداً بهدف خداع الجمهور أو التأثير على الرأي العام، ويختلف عن المعلومات الخاطئة (Misinformation) التي قد تنتشر دون قصد.
- التضليل الإعلامي (Disinformation) هو عملية نشر معلومات كاذبة أو مضللة عمداً بهدف خداع الجمهور أو تحقيق أهداف سياسية، اقتصادية، اجتماعية أو أمنية.
- يتضمن نشر معلومات مغلوطة أو مشوهة عمداً بهدف الخداع والتأثير على المتلقي، مما يؤدي إلى تشكيل رأي عام مضلل
- التلاعب بمحتوى الاتصالات بشكل ممنهج ومنظم، بغرض تحقيق أهداف معينة، غالباً ما تكون خفية وغير مشروعة.

Lecture
4

أهمية معرفة التضليل الاعلامي

- تعتبر دراسة التضليل الإعلامي في عصرنا الحالي أهمية كبيرة لما يترتب عليها من آثار عميقة على الافراد والمجتمع ، وتتجسد هذه الاهمية في الاتي
- **إنتشار واسع:** مع تطور التكنولوجيا ووسائل التواصل الإجتماعي، أصبح التضليل الإعلامي ظاهرة عالمية منتشرة بسرعة كبيرة ، مما يستدعي دراسة عميقة لفهم اليات إنتشاره وتأثيره.
- **التأثير على الرأي العام:** يساهم التضليل الإعلامي في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوكيات مما يجعله أداة قوية للتأثير على القرارات السياسية والاجتماعية.
- **تهديد الديمقراطية:** يمثل التضليل تهديداً مباشراً للديمقراطية ، حيث يمكن استخدامه للتلاعب بالانتخابات وتقويض الثقة في المؤسسات الديمقراطية.

Lecture
4

أهمية معرفة التضليل الاعلامي

- ❑ **زيادة الانقسامات الاجتماعية:** يساهم التضليل في تعميق الانقسامات الاجتماعية والسياسية ويزيد من التطرق والكراهية.
- ❑ **تحديات جديدة :** تطرح التكنولوجيا الحديثة تحديات جديدة لمكافحة التضليل مثل انتشار الاخبار المزيفة عبر الذكاء الاصطناعي.



أهداف التضليل الإعلامي



Lecture
4

أهداف التضليل الإعلامي

□ أهداف سياسية:

- تشويه صورة الخصوم: نشر معلومات كاذبة أو مضللة لتقويض مصداقية أحزاب أو شخصيات سياسية معارضة.
- التأثير على الانتخابات: بث الشائعات أو تضخيم قضايا معينة لتحريك الناخبين تجاه مرشح معين.
- تبرير القرارات السياسية: استخدام التضليل لتبرير الحروب أو السياسات الداخلية والخارجية المثيرة للجدل.
- دعم الأنظمة الاستبدادية: تصوير الأوضاع بطريقة تخدم السلطة وتُخفي مظاهر القمع أو الفشل.

Lecture
4

أهداف التضليل الإعلامي

□ أهداف الاقتصادية:

- التلاعب بالأسواق: نشر أخبار كاذبة تؤثر على أسعار الأسهم أو العملات أو المنتجات.
- خدمة مصالح شركات أو جهات اقتصادية: إخفاء معلومات عن أضرار منتج أو الترويج للكاذب لفوائده.

- ضرب المنافسين: تسريب معلومات مغلوبة عن شركات منافسة لإضعافها تجاريًا.

□ أهداف اجتماعية:

- تفكيك النسيج الاجتماعي: تأجيج الخلافات الطائفية أو العرقية أو الطبقية لخلق صراعات داخلية.
- تشويه صورة فئات أو جماعات: كوصم اللاجئين أو الأقليات أو المعارضين بصفات سلبية (كالتطرف أو الخيانة).
- تعزيز الانقسام والاستقطاب: تضخيم الخلافات بين مكونات المجتمع على حساب قيم الحوار والتفاهم.

Lecture
4

أهداف التضليل الإعلامي

□ أهداف استراتيجية وأمنية:

- حرب نفسية ضد الشعوب: إضعاف المعنويات، خاصة في أوقات الحروب أو الأزمات.
- إثارة الفوضى والبلبلة: لتسهيل التدخل الخارجي أو فرض سياسات معينة.
- تشتيت الانتباه: إلهاء الرأي العام عن قضايا حساسة بخلق مواضيع وهمية أو مفتعلة.

□ أهداف دينية وأيديولوجية:

- تحريف النصوص الدينية: لتبرير العنف أو كسب تأييد شعبي لسياسات غير إنسانية.
- بث الفتن الطائفية: لتأجيج الصراعات بين أتباع الديانات أو المذاهب المختلفة.
- ترويج الجماعات المتطرفة: استغلال الدين لخدمة أجندات سياسية أو أيديولوجية ضيقة.



أشكال واساليب التضليل الاعلامي



Lecture
4

أشكال التضليل الإعلامي

❑ الأخبار الكاذبة (Fake News)

تعريفها: أخبار يتم تأليفها بالكامل أو تحريفها جزئيًا، وتُعرض وكأنها حقيقية. أمثلة:

خبر عن وفاة شخصية مشهورة غير صحيح.
تقارير مُلفقة عن مظاهرات أو أعمال شغب لم تحدث.

❑ التلاعب بالصور والفيديوهات التحريف (Editing):

تغيير عناصر الصورة (إضافة – حذف – تعديل ألوان) لتغيير المعنى أو السياق.
التزييف العميق (Deepfake) استخدام الذكاء الاصطناعي لتركيب وجوه أو أصوات على أشخاص آخرين، لإيهام الناس بأنهم قالوا أو فعلوا شيئًا.

❑ القص واللصق (Cut & Paste):

قص جزء من صورة أو فيديو ووضعه في سياق مختلف لتغيير الرسالة.



Lecture
4

أشكال التضليل الإعلامي

□ التحيز الإعلامي

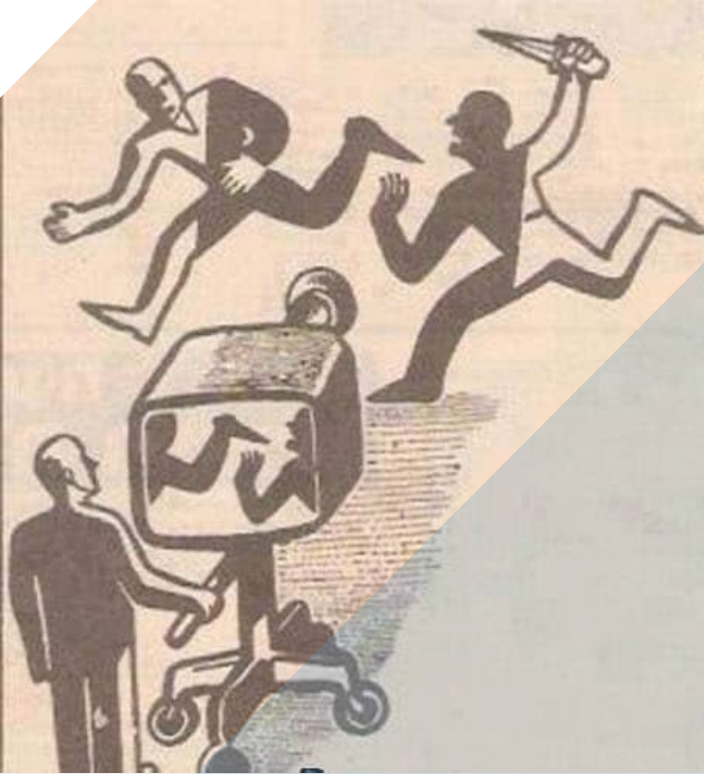
أنواعه:

التحيز في اختيار الأخبار: التركيز على أخبار معينة وتجاهل أخرى.

التحيز في التغطية: إبراز جهة على حساب جهة أخرى.

التحيز اللغوي: استخدام لغة مشحونة بالعاطفة أو السخرية.

التحيز في المصادر: الاعتماد على جهة واحدة وتجاهل وجهات النظر الأخرى.



Lecture
4

أشكال التضليل الإعلامي

□ الشائعات:

تعريفها: معلومات غير مؤكدة تنتشر بسرعة، غالبًا شفهيًا أو عبر وسائل التواصل.

أهدافها: إثارة الفوضى، زعزعة الثقة، تشويه السمعة.

أمثلة: شائعات عن انقلابات، انهيارات اقتصادية، قرارات حكومية غير صحيحة.

□ الاستغلال العاطفي

كيف يتم؟

- اللعب على مشاعر الخوف، الحزن، الغضب، الحنين.
- استخدام صور لأطفال، ضحايا، أو لاجئين لإثارة التعاطف، حتى وإن كانت الصور قديمة أو غير مرتبطة بالسياق.

Lecture
4

أشكال التضليل الإعلامي



□ التضليل عبر العناوين

وصفه: وضع عنوان صادم أو مثير يجذب القارئ، بينما يكون محتوى الخبر مختلفًا أو فارغًا. يسمى أيضًا: " Clickbait - الطعم الرقمي".

□ التضليل بالسياق (Misleading Context)

شرح: استخدام محتوى صحيح لكن في سياق خاطئ، مما يعطي معنى مضللًا. مثال: فيديو لمظاهرة قديمة يُقدَّم على أنه حدث اليوم.

□ التكرار الدعائي (Propaganda Repetition)

التأثير: كلما تكررت الكذبة، زاد احتمال تصديقها من قبل الجمهور. تستخدمها: الأنظمة الشمولية، والجماعات الأيديولوجية.

Lecture
4

أشكال التضليل الإعلامي

□ التضليل عبر المؤثرين (Influencer Manipulation)

الأسلوب: توظيف مشاهير أو مؤثرين على السوشيال ميديا لنشر روايات مضللة تحت غطاء "الرأي الشخصي".

□ تزيف الاستطلاعات والإحصاءات

أدوات التضليل:

تقديم نتائج استطلاع غير علمي.

استخدام أرقام دون ذكر المصدر.

انتقاء نتائج تخدم رواية معينة.

■ أشكال التضليل الإعلامي متنوعة ومتجددة، وتزداد خطورتها في ظل سرعة نشر المعلومات وضعف

مهارات التحقق لدى الجمهور.



آثار التضليل الإعلامي



Lecture
4

آثار التضليل الإعلامي

□ الآثار النفسية والاجتماعية على الأفراد

- فقدان الثقة بالذات وبالمعلومة
- يتسبب التضليل بتشويش المتلقي، فلا يستطيع التمييز بين الصحيح والمزيف.
- يؤدي إلى الإحباط والتردد في اتخاذ القرار.
- نشر القلق والخوف والهلع
- الأخبار الكاذبة حول الكوارث أو الأزمات تُحدث ذعرًا واسعًا.
- مثال: شائعات عن أمراض أو انهيارات اقتصادية تثير موجات هلع جماعية.
- انتشار العنف اللفظي والسلوكي
- إثارة العواطف العدوانية (مثل الكراهية والحقد) تُترجم أحيانًا إلى عنف فعلي ضد فئات أو أفراد.

Lecture
4

آثار التضليل الإعلامي

□ الآثار المجتمعية

- تقويض الثقة في وسائل الإعلام
- تتآكل مصداقية المؤسسات الإعلامية نتيجة انتشار التضليل، مما يؤدي إلى عزوف الجمهور عن متابعة الأخبار.
- تفكك النسيج الاجتماعي
- استهداف فئة معينة بالتضليل يؤدي إلى خلق انقسام واستقطاب حاد داخل المجتمع.
- انتشار خطاب الكراهية والتطرف
- التضليل يعزز الصور النمطية السلبية ويغذي العداء بين المكونات الدينية أو العرقية أو السياسية.



Lecture 4

آثار التضليل الإعلامي

□ الآثار الاقتصادية

- زعزعة الأسواق المالية
- إشاعات مغرضة تؤثر على البورصة أو سمعة شركات معينة.
- إضرار بالمستهلك
- الإعلان المضلل يدفع الجمهور لشراء منتجات مغشوشة أو غير فعالة.
- تشويه المنافسة التجارية
- استخدام حملات إعلامية مضللة لتخريب صورة المنافسين.

Lecture
4

آثار التضليل الإعلامي

□ الآثار الدولية

- تشويه صورة الدول

يُستخدم التضليل لتشويه سمعة دول أو قيادات سياسية في المجتمع الدولي.

- تأجيج الصراعات والنزاعات

التحريض الإعلامي المغرض قد يسهم في إشعال الحروب أو دعم أطراف في نزاعات أهلية.



Lecture
4

مواقع لتدقيق الحقائق

<https://www.facebook.com/share/167a6VkbQa/?mibextid=wwXIfr> : فتبينوا

- موقع عربي متخصص في كشف الإشاعات والخرافات على الإنترنت.
- يركز كثيراً على الأخبار الطبية والصور المفبركة.

<https://matsda2sh.com> : منصة مصدقش

منصة مستقلة متخصصة بالتحقق والتدقيق الإخباري، تهدف لمقاومة الشلال المتدفق من الأخبار الكاذبة أو المضللة، سواء كان نشرها عمدياً لأغراض الانحياز السياسي أو الفكري، أو عرضياً لأغراض جذب الجمهور للصفحات أو المواقع ناشرة الشائعات.

<http://norumors.net>: هيئة مكافحة الإشاعات

هيئة مكافحة الإشاعات هو مشروع مستقل تم إنشاؤه عام 2012م للتصدي للإشاعات والفُتن وإحتوائها بحيث لا تُشكل أي ضرر على المُجتمع وذلك بفضح ناشري الأكاذيب التي تهدف إلى إثارة الرأي العام من خلال نشر الوعي وتوضيح الحقيقة بالمصادر الرسمية.



فيما يستخدم التضييل الاعلامي



Lecture
4

الأطراف الفاعلة في التضليل الإعلامي

أ. الجهات المنفذة:

- الدول والحكومات
- الجماعات السياسية
- الشركات والمصالح التجارية
- الأفراد (المؤثرون)

ب. الأدوار: صناع المحتوى ، ناشرو المحتوى، الممولون المروجون (الحسابات الوهمية)



Lecture
4

استخدامات التضليل الاعلامي

□ الإستخدامات السياسية

أ. التأثير على الإنتخابات

توجيه الرأي العام لصالح مرشح/حزب معين

تنشيط الناخبين عن التصويت

مثال: التدخل الروسي في الانتخابات الأمريكية 2016 عبر منصات التواصل

مرجع (Allcott & Gentzkow, 2017)

ب. زعزعة الإستقرار السياسي

تقويض شرعية الحكومات

إثارة الاحتجاجات عبر أخبار كاذبة

مثال: حملات ضد حكومات الشرق الأوسط خلال الربيع العربي (Howard et al., 2018)

Howard, P.N., et al. (2018). Social Media and Political Change. Oxford University Press.

Lecture
4

استخدامات التضليل الاعلامي

□ الاستخدامات الاقتصادية

أ. التلاعب بالأسواق

التأثير على أسعار الأسهم/العملات

مثال: إشاعة انهيار بنك "Silicon Valley" 2023 التي تسببت في زعر مالي

ب. المنافسة التجارية غير المشروعة

تشويه سمعة الشركات المنافسة

مثال: حملات ضد شركات الأدوية خلال جائحة كورونا





Lecture 4

استخدامات التضليل الاعلامي

□ الاستخدامات العسكرية والأمنية

أ. الحرب النفسية

تقويض معنويات الخصوم

مثال: مقاطع Deepfake للقادة الأوكرانيين خلال الحرب 2022

ب. التغطية على العمليات العسكرية

نشر معلومات مضللة عن المعارك

مثال: إنكار مجزرة بوتشا في أوكرانيا

Lecture
4

استخدامات التضليل الاعلامي

□ الاستخدامات الاجتماعية

أ. تفكيك النسيج الاجتماعي

إذكاء الصراعات العرقية/الدينية

مثال: حملات ضد الروهينغا في ميانمار

ب. تغيير القيم المجتمعية

الترويج لأفكار متطرفة

مثال: تجنيد الجماعات عبر السوشيال ميديا





Lecture 4

استخدامات التضليل الاعلامي

□ الاستخدامات الصحية

أ. الترويج لنظريات المؤامرة

معارضة اللقاحات

مثال: ادعاءات أن لقاح كورونا يسبب العقم

ب. التضليل الطبي

نشر "علاجات" وهمية

مثال: الترويج للهيدروكسي كلوروكين كعلاج سحري

Lecture
4

استخدامات التضليل الاعلامي

❑ الاستخدامات الثقافية

أ. طمس الهوية الثقافية

تشويه التاريخ الوطني

مثال: إنكار جرائم الحرب اليابانية في الصين

ب. الترويج لثقافات مزيفة

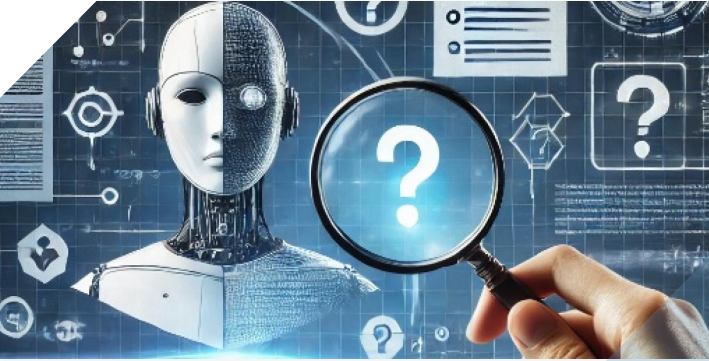
اختراع تقاليد وهمية

مثال: حملات "البديل التاريخي" الروسية

UNESCO (2020). Cultural Heritage and Disinformation.

MIT Press (2021). Digital Cultural Wars.





Lecture 4

استخدامات التضليل الاعلامي

أحدث التطورات (2023-2024)

استخدام الذكاء الاصطناعي في صنع محتوى متطور

تضليل مرتبط بالحروب (أوكرانيا- غزة)

استهداف المنصات الناشئة (Threads - Bluesky)

أمثلة على التضليل الإعلامي



Lecture
4

مثال للتضليل الإعلامي في الحياة الواقعية

التضليل خلال جائحة كورونا (2020-2022)

شائعات بأن الفيروس "مؤامرة" أو أنه "غير موجود".

نشر علاجات مزيفة (مثل شرب الكحول أو استنشاق الكلور).

النتيجة: وفاة أشخاص، تردد في أخذ اللقاحات، وتضارب في الالتزام بالإجراءات.

رابط حول التضليل في جائحة كورونا <https://www.youtube.com/watch?v=zCTZ1rPQ3-I>



Lecture
4

مثال للتضليل الاعلامي

❑ علاج وهمي لمرض خطير

المثال: الترويج لعلاج "عشبي طبيعي" يشفي السرطان خلال أيام.
الحقيقة: لا يستند إلى أساس علمي، بل يستغل حاجة المرضى وخوفهم.
الأثر: انقطاع المرضى عن العلاج الحقيقي ووفاة بعضهم.

❑ الإعلانات الطبية الكاذبة

المثال: منتجات "تخسيس سريع بدون رياضة" أو "حبوب تقوي المناعة فوراً".
الهدف: الربح التجاري على حساب صحة المستهلك.

Lecture
4

مثال للتضليل الاعلامي

الأزمة الروسية الأوكرانية (2022)

التضليل من الطرفين:

كل طرف ينشر فيديوهات وصورًا تُظهر "بطولاته" و"وحشية" الطرف الآخر.

الإعلام الغربي والروسي يُقدمان روايات متناقضة.

النتيجة: تشويش دولي، صعوبة التحقق من الحقائق على الأرض.

التضليل في تغطية النزاعات الإفريقية

في دول مثل السودان، إثيوبيا، أو جمهورية إفريقيا الوسطى، يتم:

نشر صور مفبركة.

تهويل الأحداث أو تضخيم الانتصارات العسكرية.

إصاق الجرائم بأطراف لم يرتكبوها.

رابط لفلم عن الحرب <https://www.youtube.com/watch?v=ZxX69JJ47pc>



Lecture
4

مثال للتضليل الاعلامي

❑ فبركة انتقالات اللاعبين

المثال: نشر خبر عن قرب انتقال لاعب شهير إلى نادٍ معين بهدف زيادة التفاعل، رغم عدم وجود مفاوضات حقيقية.
الهدف: جذب المشاهدات وخلق ضجة إعلامية وهمية.

❑ التحيز الإعلامي في نقل المباريات

المثال: التركيز على أخطاء فريق معين، أو تضخيم إنجازات فريق آخر.
الهدف: توجيه الرأي الرياضي بما يخدم مصالح قناة أو جهة معينة.

❑ التشويش على الخصوم قبل المباريات الكبرى

المثال: نشر شائعات عن خلافات داخلية في صفوف الفريق المنافس قبل مباراة مهمة.
الهدف: التأثير على تركيز الفريق وجمهوره.

❑ ادعاءات منشطات غير مثبتة

المثال: اتهام نادٍ أو لاعب بتعاطي المنشطات دون دليل رسمي.
الأثر: تشويه السمعة، وفقدان الرعاية أو الدعم الجماهيري.

الخاتمة



Lecture
4

خاتماً

□ لماذا ينتشر التضليل؟

سهولة النشر: تكلفة منخفضة مقابل تأثير كبير

ضعف التنظيم: غياب رقابة فعالة

القابلية النفسية: ميل البشر للتصديق لما يتوافق مع معتقداتهم

□ طرق المواجهة:

تعزيز محو الأمية الإعلامية - تطوير أدوات الكشف الآلي - تعاون دولي لمكافحة التضليل

التوعية الإعلامية - تعليم الجمهور مهارات التحقق من المصادر.

تعاون المنصات: مثل وضع ملصقات "معلومات مشكوك فيها" على منشورات فيسبوك.

تشريعات رقابية: قوانين تجرم نشر التضليل المتعمد (كما في بعض الدول الأوروبية).

الخلاصة: التضليل الإعلامي في العصر الرقمي يُشكل تهديداً للديمقراطية والأمن الاجتماعي، مما يتطلب جهوداً

مشتركة من الأفراد، الحكومات، والشركات التكنولوجية لمواجهته



Lecture
4

ملخص لاهم ماجاء في المحاضرة

- التعرف على مفهوم التضليل الإعلامي وأشكال وأساليب التضليل الإعلامي - اهم أهدافه - وأثاره

المحاضرة القادمة

الذكاء الاصطناعي في الإعلام: التزييف العميق، التوصيات، وتضخيم المحتوى.

شکرا جزىلا لحضورکم