

الصحافة والحملات الإلكترونية

د. منى المصري

DGM 325

المحاضرة الثامنة



مكافحة التضليل الإعلامي في الحملات الرقمية وحماية الخصوصية

المحاضرة الثامنة

Prepared by
Dr. Muna AL Masri



- مراجعة: أخلاقيات الحملات الرقمية والخصوصية
- التعريفات والمفاهيم: التضليل والمعلومات المغلوطة
- أشكال التضليل الإعلامي في الحملات الرقمية
- أسباب انتشار التضليل في الإعلام الرقمي
- أخلاقيات الخصوصية في الحملات المضادة للتضليل
- دور الإعلاميين والصحفيين في كشف ومكافحة التضليل
- أمثلة تطبيقية: عربية ودولية
- أدوات التحقق والحملات المضادة

أهداف المحاضرة

بنهاية هذه المحاضرة، ستكون قادرًا على:

1. توضيح مفهوم التضليل الإعلامي بأنواعه ضمن السياق الرقمي
2. تحليل مظاهر وأسباب انتشار التضليل الإعلامي في الحملات الرقمية
3. دراسة الحملات الرقمية المضللة مقابل الحملات التوعوية المضادة
4. تقديم أمثلة تطبيقية واقعية عربية وعالمية
5. إبراز دور الصحفي الرقمي والمؤسسات الإعلامية في مكافحته
6. استيعاب أهمية الخصوصية وحماية البيانات ضمن الحملات الرقمية
7. تعزيز الأخلاقيات الصحفية عند إنتاج محتوى رقمي توعوي



مراجعة للمحور السابق: أخلاقيات الحملات الصحفية الرقمية
وحماية البيانات والخصوصية"

RECAP

استعرضنا سابقا أهم مبادئ العمل الصحفي الأخلاقي في العصر الرقمي.

لماذا نحتاج إلى أخلاقيات خاصة بالحملات الصحفية الإلكترونية:

- ✓ السرعة الفائقة في النشر والتداول
- ✓ سهولة التضييل والتلاعب في المحتوى الرقمي
- ✓ التفاعل المباشر مع الجمهور والأنية
- ✓ التضارب بين المهنية والتفاعلية
- ✓ غموض حدود المسؤولية على المنصات الرقمية
- ✓ تداخل الأدوار بين الصحفي والمؤثر والمواطن العادي



مفهوم التضليل الإعلامي في الحملات الرقمية

٣٠

عرفت اليونيسكو التضليل الإعلامي **Misinformation** في الحملات الرقمية بأنه يشير إلى معلومات خاطئة أو غير دقيقة يتم نشرها أو مشاركتها من دون نية خبيثة، غالبًا ضمن محتوى أو حملات إعلامية تهدف إلى التأثير على الرأي العام، أو تشكيل السلوك الاجتماعي والسياسي والاقتصادي.

أما **Disinformation** فهو نشر متعمد لمعلومات زائفة بغرض التلاعب بالجمهور، أو تشويه الحقائق، أو تحقيق مكاسب سياسية أو اقتصادية.

Misleading Fact Checkers
News Media Misinformation
False DISINFORMATION Political
Alternative Facts Social Media
Fake News Spread The Left
Conspiracy Theories Lawsuits
Defamation Big Tech Deceive
The Right False Public Opinion

في السياق الرقمي، يمكن أن يكون التضليل على شكل:

٤.

- أشكال التضليل في الحملات الرقمية:
- حملات ترويجية كاذب عبر المؤثرين Influencers
- هاشتاقات وهمية Trend Manipulation
- إعلانات سياسية مضللة
- معلومات صحية مغلوطة (خاصة بالأدوية واللقاحات)
- صور وفيديوهات مركبة Deepfake



أنواع التضليل الرقمي

٥.

النوع	السبب	مثال
Misinformation	خاطئة بدون قصد	مشاركة إحصائية قديمة على أنها حديثة
Disinformation	خاطئة مقصودة	فبركة صورة أو تصريح
Malinformation	حقيقية تُستخدم بسوء نية	تسريب صور خاصة خارج السياق

أسباب انتشار التضليل في الحملات الرقمية

➤ سهولة النشر والتضخيم عبر المنصات الرقمية

1. الانتشار الفيروسي السريع

2. الجمهور يشارك قبل التحقق

3. غياب التحرير المؤسسي

➤ الخوارزميات وانحيازها للمحتوى المثير

1. المنصات تكافئ التفاعل، لا الدقة

2. المحتوى المثير يحظى برواج أكبر من المحتوى

الدقيق

➤ عدم تمييز الجمهور بين المصدر الموثوق والمغلوط

1. ضعف في التفكير النقدي عند الجمهور

2. ضعف الثقافة الإعلامية والرقمية لدى الجماهير

➤ استغلال الحملات الرقمية لأهداف سياسية أو تجارية

1. شركات أو حكومات أو مجموعات ضغط تستغل

الحملات لنشر معلومات زائفة تخدم أجندتها

➤ استخدام الذكاء الاصطناعي في صناعة محتوى مضلل

وتوليد صور وفيديو زائف

النتائج المترتبة على التضليل الإعلامي في الحملات الرقمية

المجال	التأثير
الوعي المجتمعي 	تشويه فهم الجمهور للحقائق، نشر الخوف أو الكراهية
السياسة 	التأثير على نتائج الانتخابات، تحييز الجمهور، زرع الانقسام
الاقتصاد 	الإضرار بسمعة شركات أو منتجات، ترويج لسلع غير آمنة
الصحة 	تداول معلومات طبية مغلوطة تسبب الضرر
الصحافة 	فقدان الثقة في وسائل الإعلام التقليدية، والرقمية وتراجع المصداقية

مثال: حملات التضليل في القطاع الصحي

نشر محتوى مضلل بأن لقاح COVID-19 يسبب الوفاة وأمراض أخرى

- اعتبرت حملات التضليل الإعلامي عبر منصات التواصل الاجتماعي وحتى الإعلام التقليدي التي رافقت جائحة كورونا من الأكبر في العصر الحالي حيث تم تداولها على Telegram و TikTok. انستغرام وفيسبوك وكافة المنصات الرقمية، وتم من خلالها استخدام شهادات مزيفة وأرقام مضللة ومحتوى طبي مضلل وغير دقيق
- حسب تقرير من البرلمان البريطاني، كانت المعلومات الخاطئة حول لقاحات COVID-19 واسعة النطاق، تتضمن مزاعم حول السلامة، المكونات، والآثار الجانبية

<https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/immunizing-the-public-against-misinformation>

<https://post.parliament.uk/covid-19-vaccine-misinformation>

أشكال التضليل الإعلامي في الحملات الرقمية

مثال عن التضليل المتعمد: نشر حملة بمحتوى متنوع تروج لعلاج وحل فعال وسحري لأزمة صحية مزمنة

عبر Instagram دون مصادر طبية معتمدة أو ما يثبت صحة المعلومات المنشورة.

➤ تصميم صور أو فيديو هات تحتوي معلومات زائفة (deepfakes أو مونتاج مضلل)

➤ تحريف البيانات والإحصاءات (مثل تضخيم نسب النجاح أو الفشل لحملة معينة)

➤ مشاركة مقاطع مجتزأة تُخرج الكلام من سياقه

➤ استغلال منصات الإعلانات الممولة لنشر رسائل مشوشة أو كاذبة

حملات الوعي، حملات الحقيقة:

الحملات المضادة



تعريف الحملات المضادة للتضليل الإعلامي

Counter-Misinformation Campaigns الحملات المضادة: هي الجهود الإعلامية المنظمة التي تهدف إلى كشف وتفنيد المعلومات الكاذبة أو المضللة، وتقديم معلومات موثوقة.

تنفذها:

جهات حكومية

مؤسسات إعلامية مستقلة

مبادرات شبابية

منصات تدقيق المحتوى



خصائص الحملات المضادة الفعّالة

✓ الاعتماد على مصادر موثوقة وشفافة

✓ سرعة الاستجابة للحملات المضللة لإحتواء الضرر

✓ استخدام نفس قنوات التضليل (TikTok فيسبوك...) والمنصات الرقمية ذاتها

✓ إشراك المؤثرين والصحفيين لزيادة الانتشار والوصول للفئات المستهدفة

✓ تبسيط المعلومات (Infographics فيديو هات قصيرة)



عناصر الحملة المضادة الفعالة

1. رسالة واضحة وموجّهة للجمهور المستهدف بدقة

2. محتوى جذاب (فيديو – إنفو غراف – بودكاست)

3. منصة / منصات مناسبة للجمهور المستهدف

4. أدوات قياس تفاعل دقيقة من الأدوات التي تم ذكرها في المحاضرات

السابقة

5. شفافية عالية في مصادر المعلومات لبناء ثقة أعلى مع الجمهور

المستهدف



أهداف الحملات المضادة للتضليل



- تصحيح المفاهيم المغلوطة
- التوعية بمصادر التضليل
- تمكين الجمهور من أدوات التحقق
- رفع الوعي الإعلامي والنقدي عند الجماهير

المسؤولية الأخلاقية والمهنية للحملات المضادة للتضليل

➤ لا يجوز التضحية بخصوصية الجمهور أثناء محاربة التضليل

➤ الحملات التوعوية يجب أن تكون شفافة في آلية عملها

➤ الصحفيون الرقميون يجب أن يلتزموا بالحدود الأخلاقية والبيانات المفتوحة فقط



مثال لمكافحة الأخبار والمعلومات والحملات المضللة

الموقع الإلكتروني فتبينوا من الأردن: فتبينوا منصة مستقلة متخصصة في مجال التحقق من الأخبار، انطلقت عام 2014م على شكل صفحة على الفيس بوك ثم تطوّرت بعد ذلك باستمرار، واليوم تعتبر من المنصّات الرائدة عربيًا في هذا المجال. تهدف إلى تنقية المحتوى العربيّ على الإنترنت من الإشاعة والأخبار الكاذبة والخرافات. لتكون مصدرًا أساسًا للقراء في العالم العربي لتمييز الحقيقة من الزيف.

<https://fatabyyano.net>



الحملة الإعلامية المضادة لحملة التضليل

<https://www.who.int/europe/news/item/01-09-2022-infodemics-and-misinformation-negatively-affect-people-s-health-behaviours--new-who-reviewfinds>

- في المقابل قامت منظمة الصحة العالمية بإطلاق حملة توعية إعلامية مضادة، وأكدت منظمة الصحة العالمية WHO أن المنشورات المضللة تسببت في تأخير آلاف حالات الاستشفاء، ومئات الوفيات في الأشهر الأولى من الجائحة، واستخدمت حملة infodemic للحد من هذا التضليل
- الحملة الإعلامية المضادة التي أطلقتها منظمة الصحة العالمية WHO، استغرقت 4 أسابيع للوصول لنفس الجمهور الذي وصلته الحملات الإعلامية المضللة خلال الجائحة
- أطلقت منظمة الصحة العالمية حملة "Immunizing the public against misinformation" ضمن استراتيجيتها لمواجهة "infodemic" عبر التعاون مع أكثر من 50 منصة رقمية مثل فيسبوك وتيك توك ويوتيوب لترويج المعلومات الطبية الصحيحة عند البحث عنها

مثال لحملة مضادة لمكافحة الأخبار والمعلومات والحملات المضللة

مثال لمحتوى رقمي تم نشره لحملة رقمية هدفها مكافحة نشر الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومحاربة التضليل ودعم حرية التعبير، بدعم من منظمات دولية منها اليونيسكو، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي. بالإضافة إلى جهات محلية ومؤسسات إعلامية مثل شبكة وطن الإعلامية.

لنوقف الشائعات على مواقع
التواصل الاجتماعي وننشر الحقيقة

الابتعاد عن التحيز



التوافق الشخصي مع أي معلومة، لا يعني أنها صحيحة.
لا تكونوا جزءاً من التضليل، كونوا من أنصار الحقيقة.

#لنوقف_الشائعات

كاشم
الحقيقة بلا رنوش

وطن
شبكة وطن الإعلامية

unesco

UN
DP

مثال لحملة مضادة لمكافحة الأخبار والمعلومات والحملات المضللة

مثال لمحتوى رقمي تم نشره لحملة رقمية هدفها مكافحة نشر الشائعات عبر منصات التواصل الاجتماعي، ومحاربة التضليل ودعم حرية التعبير، بدعم من منظمات دولية منها اليونيسكو، وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي. بالإضافة إلى جهات محلية ومؤسسات إعلامية مثل شبكة وطن الإعلامية.

لنوقف الشائعات على مواقع
التواصل الاجتماعي وننشر الحقيقة

الحذر من العبارات التالية!

فجميعها لا تعني صحة المعلومات الواردة، بل هي أداة للتضليل

#لنوقف_الشائعات

أسباب انتشار التضليل في الحملات الرقمية

- الوصول السهل للجمهور عبر المنصات الاجتماعية
- قلة الوعي الرقمي لدى شرائح واسعة من المستخدمين
- الرغبة في الانتشار السريع وتحقيق تأثير فوري من قبل منفذين الحملات وصانعي المحتوى المضلل
- قلة التدقيق أو الغياب الكامل للرقابة التحريرية والإعلامية الرقمية الخاصة بمتابعة المحتوى
- تضارب المصالح أو المنافسة بين عدة أطراف وجهات في المجتمع تؤدي لنشر حملات تضليل تستهدف الإضرار بالطرف الآخر

التحديات الرقمية الأخلاقية الجديدة

نتائج التضليل الإعلامي على الجمهور: آثار سلبية مباشرة:

➤ زعزعة ثقة الجمهور بالمصادر والمؤسسات الإعلامية التقليدية والرقمية

➤ اتخاذ قرارات خاطئة في الصحة والتعليم والاقتصاد وهي أكثر الحقوق التي تتعرض لمحتوى مضلل

➤ نشر الذعر أو الأمل الزائف بين أفراد المجتمع

➤ تقوية ظاهرة "فقاعات المعلومات" والمحتوى الموجه



Misleading Fact Checkers
False News Media Misinformation
DISINFORMATION
Alternative Facts Social Media
Fake News Spread The Left
Conspiracy Theories Lawsuits
Defamation Big Tech Deceive
The Right False Public Opinion

❖ تقليل فاعلية الحملة الحقيقية

❖ فقدان الثقة بالجهة المسؤولة عن الحملة

❖ **مساءلات قانونية للقائمين على الحملة إذا ثبت نشر معلومات مضللة**❖ **انحدار صورة الجهة الإعلامية وهويتها المؤسسية**

التضليل في الحملات الصحية – مثال تطبيقي

مثال: شائعة "لقاح كورونا يسبب العقم"

1. المنصات: فيسبوك، واتساب، TikTok
2. انتشرت عربياً وعالمياً عام 2021
3. النتيجة: رفض اللقاح من قبل آلاف الأشخاص بسبب الخوف
4. الحملة المضادة: خرجت وزارات الصحة بمقاطع فيديو مع أطباء لتفنيد الشائعة.

<https://www.who.int/news-room/spotlight/let-s-flatten-the-infodemic-curve>

التضليل في الأخبار عبر المنصات الرقمية- مثال تطبيقي

"امسك مزيف" الهيئات الإعلامية المصرية تستنفر ضد المعلومات المضللة

تحركت الهيئات الإعلامية في مصر لمواجهة الشائعات والأخبار الكاذبة التي تجتاح مواقع التواصل الاجتماعي، وأعلن المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام عزمه إطلاق موقع "امسك مزيف" للحد من انتشار المعلومات المضللة، ولوح بالجوء إلى النيابة العامة حال مساس تلك الشائعات بالأمن القومي للبلاد.

وتم اطلاق هذا الموقع الإلكتروني ليكون بوابة للجمهور للتأكد من المعلومة والتبليغ عن أي معلومات مضللة يتعرض لها عبر منصات التواصل الاجتماعي.

<https://www.alarab.co.uk/امسك-مزيف-الهيئات-الإعلامية-المصرية-تستنفر-ضد-المعلومات-المضللة>

الفرق بين الشائعة والمعلومة المضللة

المفهوم	التعريف
Rumor الشائعة	معلومة غير مؤكدة تنتشر بين الناس بسرعة، غالبًا في غياب مصادر رسمية، وقد تكون صحيحة أو خاطئة.
(Misinformation) المعلومة المضللة	محتوى غير دقيق أو خاطئ يتم تداوله دون قصد تضليل، أي بدون نية متعمدة للإضرار.
(Disinformation) المعلومة المضللة عمدًا)	معلومات زائفة تُنشر عن قصد بقصد تضليل الجمهور، وتستخدم كثيرًا في الحملات الرقمية المنظمة.

الفروق الرئيسية في الحملات الرقمية

العنصر	الشائعة	المعلومة المضللة
النية	غير واضحة أو غير مقصودة	غالبًا بدون نية تضليل، لكن قد تسبب ضررًا
الدقة	غير مؤكدة – قد تكون صحيحة أو خاطئة	خاطئة أو غير دقيقة
الانتشار	تنتشر بسرعة عبر الأحاديث والمنشورات	تنتشر عبر محتوى رقمي (مقالات، فيديو، صور)
أدوات النشر	وسائط اجتماعية – دردشات – السرد الشفهي	منصات رقمية – إعلانات – حملات رقمية
التأثير في الحملات	تخلق ارتباكًا مؤقتًا	تؤثر في مواقف وسلوك الجمهور بعمق
مثال واقعي	"أحدهم قال إن هناك عطلة الأسبوع القادم"	"تقرير مزيف عن منتج يحسن المناعة"

الشائعة والمعلومة المضللة في الحملات الرقمية

في الحملات الرقمية:

الإشاعات تمثل تغذية عشوائية للمحتوى غير الموثق، وغالبًا ما تنتشر دون تخطيط. المعلومات المضللة تُستخدم كأداة استراتيجية داخل بعض الحملات الرقمية للتأثير على القرار أو تشويه المنافس أو دعم قضية.

شائعة:

انتشار منشور عبر WhatsApp يزعم أن السلطات ستغلق الأسواق بسبب "معلومة داخلية" (بدون مصدر). ليس هدفه الإضرار مباشرة، لكنه يؤدي إلى هلع وشراء جماعي.

معلومة مضللة:

فيديو على فيسبوك يروج لدواء عشبي لعلاج السكري "بشهادة علمية مزيفة"، يُستخدم في حملة إعلانية لمنتج. الهدف هو الربح، حتى لو تسبب ذلك بضرر صحي.

دور الإعلاميين والصحفيين في مواجهة التضليل

1. التحقق من مصادر المعلومات قبل النشر
2. استخدام أدوات التحقق الرقمي (مثل InVID, Google Reverse Image)
3. تقديم توعية دورية للجمهور
4. عدم الانسياق وراء الترنندات غير الموثوقة
5. التعاون مع منصات التحقق أو فرق التحرير المتخصصة
6. إنتاج محتوى موثوق وموثق من جهات مختصة
7. التحقق قبل النشر
8. استخدام لغة واضحة دون تهويل
9. التعاون مع مبادرات التحقق المستقلة

خطوات بناء حملة تصحيحية



1. رصد المحتوى المضلل
2. جمع الحقائق
3. صياغة الرسالة- المحتوى الرقمي
4. اختيار القناة- المنصات الرقمية المناسبة
5. الإطلاق والمتابعة

قياس أثر الحملة المضادة

ماهي مؤشرات نجاح الحملات المضادة؟ كيف نقيس ونقيم آدائها ونتائجها؟

1. انخفاض عدد المشاركات للمعلومة المغلوطة
2. تفاعل إيجابي مع المنشور الصحيح
3. عدد المستخدمين الذين استخدموا أدوات التحقق
4. الطلب الإعلامي على مصادر رسمية أكثر



تمرین تطبیقی

- اختر منشورًا رقميًا مضملاً
- افحص صحته
- اكتب محتوى بديل صحيح
- اقترح حملة صغيرة تصحيحية



أدوات التحقق من المعلومات والمحتوى الرقمي

- Google Fact Check Explorer

<https://toolbox.google.com/factcheck/explorer>

- Snopes – Fact-Checking Website

<https://www.snopes.com>

- InVID – Verification Plugin for Videos and Images

<https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/>

- CrowdTangle – Social Media Monitoring (Meta)

<https://www.crowdtangle.com>

- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe.
<https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. Journal of Applied Research in Memory and Cognition, 6(4), 353–369. <https://doi.org/10.1016/j.jarmac.2017.07.008>
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. Digital Journalism, 6(2), 137–153.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. PNAS, 116(7), 2521–2526.
<https://doi.org/10.1073/pnas.1806781116>
- First Draft News. (2020). How misinformation spreads and how to stop it. <https://firstdraftnews.org/articles/how-misinformation-spreads/>
- Al-Zubaidi, H. (2023). The Role of Social Media in Countering Health Disinformation in the Arab World. Arab Media & Society, Issue 36.
<https://www.arabmediasociety.com/the-role-of-social-media-in-countering-health-disinformation/>
- Media Literacy Now. (2022). Why media literacy matters more than ever in an age of misinformation. <https://medialiteracynow.org/>
- UNESCO. (2018). Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training.
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. Science, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Meedan. (2021). Debunking health misinformation: Best practices.



نلتقي في المحاضرة القادمة .. دمتم بخير