

مخاطر التضليل الإعلامي

وتأثيرها على الرأي العام

د. صفية خليفة بن مسعود

أستاذ مساعد قسم الصحافة/ كلية الإعلام والاتصال/ جامعة طرابلس

Safiyabenmasaud4@gmail.com

الملخص

سعت هذه الدراسة الى الكشف عن مخاطر التضليل الإعلامي وتأثيره على الرأي العام، من خلال عرض مفهوم التضليل الإعلامي، وأهدافه، وأهم الأساليب التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في التضليل الإعلامي، والكشف عن مخاطر هذا التضليل وتأثيره على الرأي العام، والوقوف على المقترحات والتوصيات التي من شأنها أن تقدم حلول لظاهرة التضليل الإعلامي، وانطلاقاً من طبيعة الموضوع وأهدافه وأهميته تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي بطريقته العلمية التي تجمع بين الاستقرائية والاستنتاجية لتحقيق أهداف الدراسة.

وتوصلت الدراسة الى عدة نتائج من أهمها أن الشائعات والأخبار الكاذبة والمفبركة من أهم أشكال التضليل الإعلامي وأكثرها انتشاراً عبر وسائل الإعلام، وان من أهم طرق مواجهة التضليل الإعلامي هو التحقق من مصداقية الأخبار والموضوعات المنشورة عبر وسائل الإعلام المختلفة وعدم مشاركتها، وأوصت الدراسة بضرورة العمل على تنظيم ندوات وورش عمل حول أخطار التضليل الإعلامي وتداول الشائعات والأخبار المفبركة وتأثيرها السلبي على المجتمع، ضرورة إجراء العديد من الدراسات حول موضوع التضليل الإعلامي وأهمية التوعية والتثقيف حوله، وطرق مواجهته، وغيرها من التوصيات المهمة في هذا المجال.

الكلمات المفتاحية: التضليل الإعلامي، مخاطر، التأثير، الرأي العام

The dangers of media misinformation and its impact on public opinion

A.M.D. Safia Khalifa bin Masoud

**Assistant Professor, Department of Journalism/College of Media and
Communication/University of Tripoli**

Abstract

This study sought to reveal the dangers of media misinformation and its impact on public opinion, by presenting the concept of media misinformation, its objectives, and the most important methods adopted by the media in media misinformation, revealing the dangers of this misinformation and its impact on public opinion, and identifying proposals and recommendations that would To provide solutions to the phenomenon of media misinformation Based on the nature, objectives and importance of the subject, the descriptive-analytical method was adopted in its scientific way, combining inductive and deductive methods to achieve the objectives of the study.

The study reached several results, the most important of which is that rumors and false and fabricated news are among the most important and widespread forms of media misinformation through the media, and that one of the most important ways to confront media misinformation is to verify the credibility of news and topics published through various media outlets and not share them. The study recommended the necessity of working to organize Seminars and workshops on the dangers of media misinformation, the circulation of rumors and fabricated news, and their negative impact on society It is necessary to conduct many studies on the issue of media misinformation, the importance of raising awareness and education about it, ways to confront it, and other important recommendations in this field.

Keywords: media misinformation, risks, influence, public opinion

المقدمة

يشير المعنى الأول للإعلام بأنه تزويد الناس بالأخبار والمعلومات الصحيحة، والدقيقة، والحقائق الواقعية التي تساعدهم على تكوين رأي صائب حول موضوع ما أو واقعة أو حدث بعينه، حيث يعبر الإعلام عن اتجاهات وميول الناس، فالمتلقي ينظر في أغلب الأحيان إلى وسائل الإعلام باعتبارها أدوات تعكس العالم المحيط به، وفقاً لهذا المفهوم تعتبر وسائل الإعلام النافذة التي تطل من خلالها الناس على الواقع الاجتماعي، وتشكل أرائه واتجاهاته له، إلا أن هذا المعنى قد يغيب في بعض وسائل الإعلام، على شتى أنواعها مكتوبة، أو مسموعة، أو مرئية، أو رقمية، فنجدها تختار التركيز على بعض الموضوعات والقضايا وتعالجها بطرق مختلفة وتنحاز إلى رؤية معينة ليس لكونها تعكس الواقع، وإنما لتحقيق بعض المصالح والأهداف للسيطرين والمتحكمين بهذه الوسائل.

وهنا يظهر مصطلح التضليل الإعلامي والذي يعتبر ظاهرة إعلامية قديمة، لكنها طورت أساليبها بالاستفادة من التقنيات والتطورات التي حدثت في مجال الإعلام، ومدى قدرته على صناعة تضليل إعلامي يتتغم مع أيدلوجية وأهداف صناع الخطاب الإعلامي، من خلال وضع القضايا والموضوعات داخل سياقات محددة، وباستخدام استراتيجيات تضليلية إقناعية متنوعة ومختلفة، تخلق من الأخلاق والمبادئ المهنية، ليختلط الحقيقة من الكذب، ليصبح الإعلام أداة للتلاعب بالرأي العام، ما ينعكس بالسلب على قطاع كبير من الجمهور نتيجة سيطرة حالة الشك في جدية وموضوعية ما يتلقاه من وسائل الاعلام المختلفة في تغطيتها للعديد من القضايا والموضوعات.

ان التضليل الإعلامي يأتي عن طريق تضخيم الأحداث الصغيرة، أو تصغير الأحداث الضخمة، وقلب الحقائق، والتركيز على وقائع وأحداث معينة، وانتقائية الأخبار والشخصيات داخل المحتوى الإعلامي، ما يخلق إعلاماً رمادياً يشوش عقل المتلقي، ويضيق دائرته المعرفية، ويصنع الجهل المتعمد، فهذا النوع من الاعلام من أخطر الوسائل أو الحروب التي تستهدف العقول، حيث تبدأ بالتشويش، ثم تصيبها في قناعاتها، لصرف الأنظار عن الأحداث الحقيقة، أو السعي لتغيير وجهات النظر باتجاه واقع غير موجود لخلق وهم،

ثم تجسيده والدفاع عنه حتى يصبح حقيقة، والعكس من تشويش على واقع حقيقي، وتشويه القناعات بشأنه، حتى يصبح في وعي الجمهور غير حقيقي.

مشكلة الدراسة:

أصبحت وسائل الإعلام المختلفة ذات بنية متكاملة من حيث الخبرات، والتقنيات الحديثة التي تمتلكها، والأساليب التي تتبعها في مجال التأثير على الرأي العام، وبما أن العديد من المتخصصين والمحللين في المجال الإعلامي والاجتماعي والنفسي يؤكدون على أن ظاهرة التضليل الإعلامي باتت منتشرة بالشكل الذي دفع الباحثة إلى دراستها ومحاولة التعمق في مخاطرها على الرأي العام، وعليه فإن مشكلة هذه الدراسة تتمحور حول سؤال رئيس مفاده:

ما مخاطر التضليل الإعلامي وما تأثيره على الرأي العام؟

ويتفرع عن هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما مفهوم التضليل الإعلامي؟
- 2- ما هي أهداف ووسائل التضليل الإعلامي؟
- 3- ما هي الأساليب التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في التضليل الإعلامي؟
- 4- ما هي مخاطر التضليل الإعلامي؟ وما هي تأثيراته على الرأي العام؟
- 5- ما هي المقترحات والتوصيات التي من شأنها تقديم حلول لظاهرة التضليل الإعلامي؟

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة في الجوانب الآتية:

- 1- تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع نفسه.
- 2- قلة الدراسات المحلية حول موضوع التضليل الإعلامي وتأثيراته.
- 3- يسهم هذا البحث في لفت نظر الباحثين والمتخصصين في مجال الإعلام حول موضوع التضليل الإعلامي ومخاطر تأثيره على الرأي العام.

4- محاولة تقديم حلول ومقترحات لظاهرة التضليل الإعلامي.

أهداف الدراسة:

من خلال هذه الدراسة تسعى الباحثة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الأساسية، التي يمكن ذكرها فيما يأتي:

- 1- الإحاطة بالمفاهيم المختلفة المرتبطة بالتضليل الإعلامي.
- 2- تسليط الضوء على أهداف التضليل الإعلامي وأساليبه التي تعتمد عليها وسائل الإعلام لتشكيل الرأي العام.
- 3- التعرف على مخاطر التضليل الإعلامي.
- 4- الكشف عن تأثيرات التضليل الإعلامي على الرأي العام.
- 5- تقديم حلول ومقترحات لظاهرة التضليل الإعلامي.

منهج الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة الموضوع وأهدافه وأهميته سوف يتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي بطريقته العلمية التي تجمع بين الاستقرائية والاستنتاجية لتحقيق أهداف الدراسة.

الدراسات السابقة:

بعد الاطلاع على الدراسات المتعلقة بموضوع البحث، تم عرض الدراسات السابقة مرتبة حسب تسلسلها الزمني من الأحدث إلى الأقدم، حيث تم استعراض هذه الدراسات وتحليلها من خلال توضيح أهدافها، والمنهج المتبع، وأهم النتائج التي توصلت إليها، ومن ثم التعقيب عليها، وذلك على النحو الآتي:

- (1) - دراسة رحمة أحمد صالح (2024)، بعنوان: مكافحة التضليل الإعلامي والمعلوماتي عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا الفترة من 2019 إلى 2022 - منصات الفيسبوك نموذجاً⁽¹⁾.

(1) رحمة أيمن صالح، مكافحة التضليل الإعلامي والمعلوماتي عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا الفترة من 2019 إلى 2022 - منصات الفيسبوك نموذجاً، مجلة آداب، جامعة أم درمان، كلية الآداب، العدد 10، 2024، ص 95-112

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب انتشار الأخبار الكاذبة في وسائل التواصل الاجتماعي، والكشف عن أسباب التضليل الإعلامي في تلك الوسائط وقت جائحة كورونا، والتوعية بمخاطر التضليل الإعلامي على أفراد المجتمع، ودراسة أهم المنصات العاملة في مكافحة الأخبار المضللة في العالم العربي (منصة فتيبنوا الأردنية، منصة هيئة مكافحة الإشاعات السعودية، ومنصة تنبيه القطرية، ومنصة متصدقش المصرية)، اعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي، بالإضافة إلى تحليل مضمون بعض مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات مكافحة التضليل الإعلامي.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

1. ضعف دور الأجهزة الرسمية في إعطاء المواطنين المعلومات والإحصاءات الكافية والصحيحة الخاصة بجائحة كورونا جعلهم عرضه للمعلومات المضللة المنشورة في وسائل التواصل الاجتماعي خاصة الفيسبوك.
2. عدم وجود منصة سودانية لمكافحة التضليل الإعلامي إضافة إلى عدم وجود كادر إعلامي متخصص في المعلومات الصحية والطبية ساعد في انتشار ظاهرة التلوث المعلوماتي وقت جائحة كورونا.
3. توجد معلومات مضللة على مواقع التواصل الاجتماعي تحديداً الفيسبوك وقت جائحة كورونا وعلى الرغم من الدور الإيجابي لمنصات مكافحة التضليل الإعلامي إلى أن هذه المواقع كان لها دور في بث الخوف والرعب ونشر المعلومات المضللة.

(2) - دراسة أحمد جواد عداي (2024)، بعنوان: التضليل الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي⁽¹⁾.

سعت هذه الدراسة إلى فهم أنماط التضليل الإعلامي المنتشرة على مواقع التواصل الاجتماعي، مثل انتشار الأخبار المزيفة، وتحريف الحقائق، وتحديد التأثيرات السلبية للتضليل الإعلامي على المجتمعات، وتحديد العوامل التي تسهم في انتشار التضليل الإعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي، تم الاعتماد على المنهج الوصفي، باستخدام استمارة الاستبيان على عينة قوامها (100) مبحوث من جمهور مدينة سوق الشيوخ التابعة لمحافظة ذي قار.

(1) أحمد جواد عداي، التضليل الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الدراسات المستدامة، المجلد 6، الملحق 1، 2024، ص 3139-3156

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

1. ان من أكثر طرق التضليل الإعلامي انتشاراً هو نشر المعلومات الزائفة واستخدام العناوين المضللة واستخدام الحسابات المزيفة والترويج للروابط المشبوهة والمواقع غير الموثوقة.
2. يتحمل المستخدمون المسؤولية الرئيسية في التحقق من صحة المعلومات التي قد تكون مضللة في مواقع التواصل الاجتماعي.
3. ضرورة تعاون منصات التواصل الاجتماعي لمكافحة التضليل الإعلامي مع مؤسسات إعلامية ذات ثقة للتحقق من صحة المعلومات والأخبار قبل نشرها.

(3)- دراسة خالد سالم الشمري (2023)، بعنوان: اتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين نحو أساليب التضليل الإعلامي ووسائله - دراسة مسحية (1).

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين، نحو مفهوم التضليل وأهدافه ووسائله وأساليبه المختلفة، كما تبحث في الجهات الأكثر ممارسة للتضليل وعوامل انتشاره، ودور وسائل الإعلام المختلفة، ومن بينها شبكات التواصل الاجتماعي في ذلك، اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، واستمارة الاستبيان كأداة لجمع المعلومات من عينة قوامها (142) مبحوثاً من الصحفيين والأكاديميين القطريين.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

1. أظهرت النتائج وعي عينة الدراسة بشكل عام بمفهوم التضليل الإعلامي.
2. سجلت المجالات الدينية أعلى مؤشر بخصوص المجالات التي يكثر فيها التضليل، تلاها المجال الاقتصادي ثم السياسي.
3. يعتبر استخدام الشائعات أكثر الأساليب الأكثر استخداماً في مجال التضليل الإعلامي.

(1) خالد سالم الشمري، اتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين نحو أساليب التضليل الإعلامي ووسائله - دراسة مسحية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 14، العدد 1، 2023، ص 43-60

(4)- دراسة باسل زكريا عيايدة (2023)، بعنوان: المسؤولية الجنائية عن التضليل الإعلامي بين المواثيق الدولية والتشريع الفلسطيني⁽¹⁾.

سعت هذه الدراسة الى البحث في موضوع التضليل الإعلامي في التشريع الفلسطيني، وإبراز الحالة التشريعية لموضوع جريمة التضليل الإعلامي على الساحة القانونية الفلسطينية نظراً لقلّة التطبيقات القضائية في الواقع الفلسطيني، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي للقوانين والتشريعات الدولية والفلسطينية. وخرجت الدراسة بالنتائج التالية:

1. خلو المواثيق الدولية من عقوبات لجريمة التضليل الإعلامي.
 2. يُعد التشريع الوطني الفلسطيني قديم وخالي من توصيف لجريمة التضليل الإعلامي.
- (5)- دراسة عبد الحسين كاظم العطواني (2023)، بعنوان: التضليل الإعلامي في بث المعلومات⁽²⁾.

سعت هذه الدراسة الى معرفة التضليل الإعلامي في بث المعلومات التي تقوم به وسائل الإعلام، وقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي باعتماد الدراسة الوصفية، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع المعلومات على عينة قصدية من العاملين في المركز العراقي لحرية الإعلام بعينة بلغت (50) مفردة. وخرجت الدراسة بعدت نتائج أهمها:

1. إن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لا تسير بالاتجاه الصحيح، وتشويه المعلومات بهدف إشغال البلد بصراعات سياسية.
2. ان الوسائل الإعلامية الأكثر استخداماً في تضليل المعلومات هي القنوات الفضائية.
3. ان الممارسات التي تركز عليها وسائل الإعلام في تضليل المعلومات هي إثارة النزاعات الطائفية.

⁽¹⁾ باسل زكريا عيايدة، المسؤولية الجنائية عن التضليل الإعلامي بين المواثيق الدولية والتشريع الفلسطيني، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 25، المجلد 10، 2023، ص 36-15

⁽²⁾ عبد الحسين كاظم العطواني، التضليل الإعلامي في بث المعلومات، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 40، بغداد، 2023، ص 130-107

(6) - دراسة بيرق حسين الربيعي (2022)، بعنوان: أساليب التضليل الإعلامي وانعكاسها على تشكيل الرأي العام - دراسة ميدانية على جمهور مدينة بغداد (1).

سعت هذه الدراسة الى الكشف عن أساليب التضليل الاعلامي التي تمارسها وسائل الاعلام عبر المعلومات المقدمة للتأثير على الرأي العام، اعتمدت الباحثة على المنهج المسحي عبر الاستعانة بأداة الاستبيان، على عينة من جمهور مدينة بغداد والتي كان قوامها (137) مبحوثاً.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

1. قدرة المبحوثين على التمييز بين المعلومات الحقيقية والرأي المضلل فيما تقدمه وسائل الاعلام التي يتعرضون لها.

2. تنوع أساليب التضليل الإعلامي المستخدمة في عرض الأخبار والمعلومات الإعلامية.

3. برزت انعكاسات أساليب التضليل الإعلامي المستخدمة في تشكيل الرأي العام من خلال إحساس المبحوثين بالقلق والتشاؤم.

(7) - دراسة إلهام محمود محمد وآخرون (2022)، بعنوان: أساليب التضليل الإعلامي المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها (2).

سعت هذه الدراسة الى رصد استراتيجيات التضليل الإعلامي المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها، اعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، وتم استخدام استمارة استبيان وطبقت على عينة قوامها (400) مبحوث من المعاهد والجامعات المصرية الحكومية والخاصة، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية في مجموعة من القضايا عبر موقعي اليوتيوب والفيس بوك وذلك بواقع (120) منشوراً وفيديو.

(1) بيرق حسين الربيعي، أساليب التضليل الإعلامي وانعكاسها على تشكيل الرأي العام - دراسة ميدانية على جمهور مدينة بغداد، عدد خاص بوقائع المؤتمر العلمي الدولي الأول لمجلس تحسين جودة التعليم لكليات الإعلام، جامعة السليمانية، كلية العلوم الإنسانية، 2022، ص 609-631

(2) إلهام محمود محمد وآخرون، أساليب التضليل الإعلامي المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها، مجلة دراسات الطفولة، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، المجلد 25، العدد 96، 2022، ص 105-109

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

1. (إنشاء المعاني وتشكيل الصورة الذهنية) جاءت في مقدمة استراتيجيات التضليل الإعلامي المستخدمة في معالجة القضايا على مواقع التواصل الاجتماعي.
2. نسبة كبيرة من عينة الدراسة يرون أن هناك خداع وتزييف في معالجة القضايا المصرية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
3. تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي الاستهانة بعقل الجمهور والتلاعب به بغية تشكيل رأي عام مبني على الزيف والكذب والخداع.

(8)- دراسة بسمة محمود محمد (2022)، بعنوان: دور التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي بأساليب التضليل الإعلامي وطرق مواجهته (1).

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على ماهية التضليل الإعلامي وأشكاله وأساليبه، والتعرف على ماهية التربية الإعلامية وأهميتها، ودورها في توعية الشباب الجامعي بأساليب التضليل الإعلامي وطرق مواجهته، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الاستقرائي.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

1. أن الأخبار الزائفة والشائعات تعد من أهم أشكال التضليل الإعلامي، وأكثرها انتشاراً في وسائل الإعلام الجديدة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي.
2. إن من أهم طرق مواجهة التضليل الإعلامي هو التحقق من مصداقية وموثوقية الأخبار والمعلومات المنشورة عبر وسائل الإعلام الجديدة.
3. تساهم التربية الإعلامية في بناء الوعي الإعلامي لدى الطلاب ومساعدتهم على مواجهة التضليل الإعلامي بمختلف أشكاله وأنواعه.

(1) بسمة محمود محمد، دور التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي بأساليب التضليل الإعلامي وطرق مواجهته، مجلة بحوث التربية النوعية، جامعة القاهرة، كلية التربية النوعية، العدد 41، 2022، ص 201-219

(9)- دراسة أسامة عطية عبد العال (2021)، بعنوان: المسؤولية الجنائية عن جريمة التضليل الإعلامي⁽¹⁾.

سعت هذه الدراسة بيان الصور المختلفة لجريمة التضليل الإعلامي، وعرض المسؤولية الجنائية لهذه الجريمة والعقوبة المقررة لها، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال الاستقرائية والاستنتاجية.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

1. اتضح أن السياسة الجنائية المعاصرة تتعامل مع جريمة التضليل الإعلامي بكافة التدابير والإجراءات القانونية المستخدمة في مواجهة الظواهر الإجرامية الأخرى بما في ذلك الوقاية والمنع والتجريم والعقاب.

2. دأبت النصوص الجنائية في مختلف الدول على تكيف التضليل الإعلامي كجريمة معاقب عليها بعقوبات مناسبة تراعي تحقيق هدفها في السياسة الجنائية المتمثلين في الردع والإصلاح.

3. اعتاد القضاء التعامل مع مرتكبي جرائم التضليل الإعلامي بكل حزم نظراً لصرامة النصوص المجرمة لها ونظراً لما يبرزه الادعاء العام خلال محاكمة المتهمين بها من خطرها على المجتمع.

(10)- دراسة فضيلة تومي (2021)، بعنوان: الأخبار الكاذبة واضطراب المجال العام الرقمي: العوامل والأثر⁽²⁾.

سعت الدراسة إلى البحث في إشكالية الأخبار الكاذبة وعلاقتها باضطراب المجال العام الرقمي، وبخاصة ما يتعلق بدوافع هذه الظاهرة وأثارها على المستوى المحلي والدولي والإقليمي، فضلاً عن مستوى العلاقات بين الأفراد والمؤسسات والدول، وقد استخدمت الدراسة المنهج الكيفي التحليلي، وبحثت بشكل متعمق في

(1) أسامة عطية عبد العال، المسؤولية الجنائية عن جريمة التضليل الإعلامي، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، جامعة عين شمس، كلية الحقوق، المجلد 63، العدد 1، 2021، ص 50-1

(2) فضيلة تومي، الأخبار الكاذبة واضطراب المجال العام الرقمي: العوامل والأثر، مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية، المجلد 9، العدد 3، 2021، ص 55-45

معالم هذه الظاهرة الأخذة في النمو والتوسع، والتي جاءت نتيجة للتقنيات الرقمية الجديدة، والمزايا التي تزخر بها البيئة الرقمية.

وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج، أهمها:

1. ان ظاهرة التضليل الإعلامي شكلت مصدر قلق اجتماعي أدى الى اضطراب في السلوكيات والعلاقات التي تحكم المجال العام.
2. سطوة التزييف والتضليل والأخبار الكاذبة والتي تعد من أهم أدوات الدعاية وأخطرها.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، توصلت الدراسات السابقة إلى مجموعة من النتائج ساعدت الباحثة في إثراء دراستها، بالإضافة إلى ما ورد بها من معلومات أعانت الباحثة في إعداد الدراسة الحالية، ومن أهم ملاحظات الباحثة على الدراسات السابقة، ما يلي: -

1. شكلت ظاهرة التضليل الإعلامي مصدر قلق لدى العديد من المجتمعات نظراً لنتائجها الواضحة على السلوكيات والعلاقات المجتمعية.
2. كما أظهرت نتائج الدراسات السابقة أن معظم شبكات التواصل الاجتماعي يمكن استخدامها في مجال التضليل الإعلامي، من خلال استخدام حسابات وهمية في نشر الأخبار الكاذبة والمزيفة.
3. غالبية الدراسات السابقة ركزت على دراسة التضليل الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولم تهتم بوسائل الإعلام التقليدي من صحف وإذاعات وقنوات فضائية.

منهج الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة الموضوع وأهدافه وأهميته اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بطريقته العلمية التي تجمع بين الاستقرائية والاستنتاجية لتحقيق أهدافها، وذلك من خلال تقسيم الدراسة على أربع محاور، وهي:

المحور الأول: مفهوم التضليل الإعلامي وأهدافه.

المحور الثاني: الأساليب والأشكال التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في التضليل الإعلامي.

المحور الثالث: مخاطر التضليل الإعلامي وتأثيراته على الرأي العام.

المحور الرابع: طرق وأساليب مواجهة التضليل الإعلامي.

المحور الأول

مفهوم التضليل الإعلامي وأنواعه وأهدافه

مقدمة

إن حرية والتعبير تعد سمة من سمات العصر الحديث، ولطالما كانت إحدى أسباب حركات التغيير في المجتمعات، ومع ذلك إذا استخدمت هذه الحرية دون رقابة أو ضوابط فيمكن أن تستغل ويساء استخدامها، ولا يغيب عنا أنه بقدر ما تكون الرقابة مناقضة لحرية الإعلام فبالقدر نفسه عدم الرقابة تسمح بالتجاوزات والانحرافات عن أهداف وأخلاقيات ومبادئ الإعلام، ما يسيء إلى المجتمعات ويؤثر بالسلب على الرأي العام⁽¹⁾.

تعد العلاقة بين الإعلام والأخلاق علاقة معقدة وذات طابع إشكالي لكنها ليست مستعصية، وقد يبدو الجمع بينهما في سياق واحد أمر صعب، إذ يرتبط الإعلام في ذهن الكثيرين نتيجة الممارسات الخاطئة من بعض وسائل الإعلام بالإثارة والبحث عن الأسرار والفضائح، ليتحقق بالتالي العائد المادي الذي يبدو هدفاً أساسياً من تلك الصناعة المعقدة، ويمكن القول إن الإعلام يرتبط بالأخلاق ارتباطاً وثيقاً لثلاث أسباب هي:

1. أن الأخلاق من صفاتها العموم والشمول، بحيث من الصعب أن نجد مجالاً يمكن أن نقول عنه أن الأخلاق لا تشملها.

2. أن الإعلام تمتد خيوطه لتنسج علاقات متينة مع جميع فئات المجتمع ومراحله العمرية، وما لم يرتبط الإعلام حينئذ بالأخلاق فإن نسيج المجتمع وقيمه سيكونان مهددين بالانهيار لا شك.

⁽¹⁾ محمد بن علي العصيمي، تجريم التضليل الإعلامي، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2014، ص 69

3. أن صناعة الإعلام ترتبط بشكل كبير بالسلطة الحاكمة (خاصة في العالم العربي)، وإذا ترك الإعلام دون أخلاقيات وضوابط تنظم مساره فإنه سيكون بوقاً للنظام⁽¹⁾.

ومما سبق يتضح أن التضليل الإعلامي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بحرية الرأي والتعبير، ذلك أن البعض يسئ استخدام هذه الحرية المطلقة فيسعى من خلالها إلى السيطرة على الرأي العام وتوجيهه وتضليله إعلامياً، وقد يصل الأمر إلى حد إحداث فرقه وانقسام في المجتمع، تحقيقاً لمصالح خاصة.

مفهوم التضليل الإعلامي

تقترن مفردة (تضليل) من حيث اللغة في المعاجم والقواميس بالشر والباطل، ففي قاموس مختار الصحاح يأتي التضليل من الفعل (ضل) الشيء ضاع وهلك، ورجل (ضليل) و (مضلل) أي ضال جداً، و (الضلال) ضد الرشاد و(تضليل الإنسان تصديره إلى الضلال، أي الباطل)⁽²⁾، و(الإضلال) في كلام العرب ضد الهداية والإرشاد، يقال "أضللت فلاناً إذا وجهته للضلال عن الطريق، وضللت المسجد والدار إذا لم تعرف موضعهما"⁽³⁾. ويعتقد البعض أن مفهوم التضليل بشكل عام هو الكذب، وإن الكذب هو عكس الحقيقة، إلا أن مفهوم التضليل لكي يحقق مغزاه لا يجب أن يكون عكس الحقيقة لكنه يجب أن يحتوي على جزء من الحقيقة لكي يخفي معالم التضليل ويستتكر وجوده⁽⁴⁾.

يُميز الباحثون والمتخصصون بين مفهومين قريبي الصلة ببعضهما، المفهوم الأول هو المعلومات الخاطئة والتي يقصد بها نشر معلومات غير صحيحة بقصد أو بغير قصد، أما المفهوم الثاني هو التضليل حيث يتمحور حول معلومات كاذبة تُنشر عمداً من أجل الخداع، والفرق بين المفهومين له علاقة كبيرة فيما إذا كان المصدر لديه نية لخداع الجمهور المستهدف أم لا، ومع ذلك كلاهما مهم بالنسبة للعاملين في المجال الإعلامي بصورة خاصة والجمهور بشكل عام، والذي يتأثر بالمعلومات التي يحصل عليها من هذه الوسائل⁽⁵⁾.

(1) أمال أيوب وآخرون، دور الممارسات والمبادئ الأخلاقية في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 7، العدد 4، الجزائر 2019، ص 80

(2) محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، دار الكتاب العربي، بيروت، 1981، ص 383

(3) ابن منظور، لسان العرب، 391/11

(4) عبد الحسين كاظم العطوانى، مرجع سابق، ص 113

(5) خالد سالم الشمري، مرجع سابق، ص 45

وعلى الرغم من أن التضليل أسلوب معروف منذ القدم إلا أن مصطلح التضليل الإعلامي ظهر لأول مرة في اللغة الروسية مع بداية العشرينات من القرن الماضي، وشاع استعماله في الاتحاد السوفيتي سابقاً بعد الحرب العالمية الثانية لينعت به الممارسات الإعلامية في البلدان الرأسمالية الهادفة إلى استعباد الجماهير الشعبية. ولم ينقل المصطلح إلى اللغة الإنجليزية إلا في الستينات ليشير إلى "التشريب المقصود للمعلومات المضللة". أما في فرنسا فظهر لأول مرة في عام 1974م ودخل القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينات من القرن الماضي ويتضمن دلالات سياسية أساساً، أي النية المبيتة لتغليب الرأي العام وإيقائه على جهل تام بمشكل خطير، أو عدم تنزيهه بما فيه الكفاية حول مسائل هامة (1).

وتعرف منظمة الأمم المتحدة التضليل الإعلامي بأنه "السعي إلى نشر معلومات مغلوطة قصداً بهدف الخديعة وإلحاق ضرر وخيم، ويمكن أن يكون التضليل الإعلامي من جهات دولية أو غير حكومية ويؤثر في حقوق الإنسان والتجاوب مع السياسات العامة" (2).

ويعرف رضا الزيدي التضليل الإعلامي بأنه "مجموعة من العمليات الجدلالية التي تستخدم عمداً لتحقيق تلاعب خبيث بالأفراد والجماعات بل وحتى بمجتمع بأكمله بهدف التأثير على سلوكهم السياسي والسيطرة على أفكارهم أو حتى استعبادهم" (3).

وعليه فإن التضليل الإعلامي هو استراتيجية تستخدمها وسائل الإعلام لتشويه الحقائق أو تقديم المعلومات بطرق مغلوطة أو اظهار جزء من الحقيقة، من خلال اختيار معلومات محددة للتركيز عليها دون النظر إلى السياق الكامل، بهدف التأثير على الرأي العام أو توجيهه نحو اتجاه معين أو أفكار أو مواقف بعينها.

أهداف التضليل الإعلامي

هناك العديد من الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها القائمون على عملية التضليل الإعلامي، منها ما يلي (4):

(1) أسامة عطية عبد العال، المسؤولية الجنائية عن جريمة التضليل الإعلامي، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، جامعة المنصورة، كلية الحقوق، العدد 71، 2020، ص 76

(2) مكافحة التضليل الإعلامي، الأمم المتحدة <https://www.un.org/ar/countering-disinformation.1/5/2025>

(3) رضا الزيدي، التضليل الإعلامي وانتشار الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي: أسس نظرية وأمثلة تطبيقية، مجلة الدراسات الإعلامية، المجلد 10، العدد 25، ألمانيا، 2023، ص 148

(4) سارة نصر محمد، اتجاهات النخبة المصرية إزاء التضليل الإعلامي بالقنوات الموجهة ضد مصر ودليل مقترح لمواجهتها، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 13، 2020، ص 186

1. التعتيم على الأخبار الحقيقية.
2. حجب المعلومات عن العدو وتضليله عن طريق مجموعة من الأخبار.
3. إخفاء جرائم الحرب والمهمات غير الأخلاقية التي يتم ارتكابها.
4. تهميش القضايا المهمة وصرف اهتمام الجمهور عنها.
5. إحداث تأثيرات في الرأي العام بقصد تغيير سلوكه أو أفكاره تجاه موضوعات معينة.

كذلك يهدف التضليل الإعلامي الى التشكيك في مصداقية الإعلام الوطني، فالإغراق والتحيز والانتقائية وغيرها من أساليب التضليل تجعل الفرد في دوامة من الأحداث السلبية الزائفة أو غير الهامة، بما لا يسمح له بالتفكير والتحليل والتأمل بعيداً عما يتم عرضه، فتقتل لديه أي فكر نقدي وتقدم له وعي مبرمج ومُعد مسبقاً لإبقائه على جهل تام، أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول المسائل الهامة (1).

لا يهتم التضليل بالفرد فقط بل بكونه وحدة في مجتمع شامل، بل يسعى الى التلاعب والتحكم وتكوين رأي عام يتناسب وأهدافه، أحياناً يكون ذلك من خلال تقوية قيم موجودة في وعي المجتمع والتي يحتاجها المضلل أو تغيير جزئي في وجهات النظر حول حدث معين، لجعل الرأي العام يستوعب بعض المعتقدات التي كان يرفضها من قبل أو يقدم الكذب كحقيقة باستخدام مواقع شخصية أو مؤسسات معينة تدعم هذه الأهداف (2).

كذلك من أهداف التضليل الإعلامي التشكيك في الشرعية السياسية وازعاف الثقة بها، وخلق حالة من السخط على السلطة والمؤسسات السياسية داخل المجتمعات، فتساهم وسائل الإعلام في تحديد صورتها من خلال ما تنقله من معلومات عن البناء السياسي في المجتمع، وبناء حالة من الشك من قبل المواطنين في سياسة بلادهم ورجال السياسة، ويدعم هذه الاستراتيجية في كثير من الأحيان حالة سخط المواطنين تجاه السلطات والمؤسسات السياسية نتيجة الوعود الكاذبة والسياسات الفاشلة والأداء المتدني، ما يؤدي الى اتساع الفجوة بين الحكومة وأفراد الشعب، و زعزعة الأمن والاستقرار السياسي لخدمة مصالح دول أخرى (3).

(1) أيمن منصور ندا، الرأي العام وقياساته: رؤى نظرية وتطبيقات عملية، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2017، ص 190
(2) آيات أحمد رمضان، آليات التضليل الإعلامي في المواقع الثقافية الموجهة للجمهور العربي: دراسة تحليلية لموقع القنطرة للحوار مع العالم الإسلامي، مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط، العدد 21، 2018، ص 99
(3) وفاء على داود، قيمة الثقة السياسية بين المواطنين والحكومة: دراسة الحالة المصرية خلال الفترة (يوليو 2004 - يوليو 2009)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2011، ص 30

ويكتمل ذلك مع تكوين اتجاهات سلبية نحو السلطة، حيث يسعى التضليل الإعلامي إلى دعم السلبية الفردية وتحويلها إلى سلبية جماعية، حتى ينتج في النهاية عدم تحقيق الرضا أو حتى انخفاضه ضغوطاً على النظام وبالتالي يؤثر ذلك على تحقيق الاستقرار السياسي (1).

كذلك توجد أهداف أخرى للتضليل الإعلامي يمكن تحقيقها للدول المضللة، منها التمويه والذي يعني أن تخفي هدفاً وراء هدف يمكن الاعتراف به، كالتدخل في الشؤون الداخلية لدول أخرى أو إسكات المعارضة، لضمان انضمام الرأي العام لها وتخويفهم أن مصالحهم مهددة، وإبقاء القضايا الكبرى التي تتطلب حلولاً عاجلة وملحة معلقة أو محفوظة في زوايا الإهمال والنسيان.

الهاء الإعلام الآخر بجعله دائماً في حالة دفاع عن نفسه واستنزاف طاقاته المختلفة، يجعله لا يجد الوقت لعرض واقع القضايا والأحداث المهمة للدول الباثة لتلك القنوات، كذلك تبرير وإضفاء الشرعية للأصدقاء بقدر ما يستخدم الإعلام ضد الأعداء سيتم استخدامه بنفس القوة لخدمة الأصدقاء، وهم غالباً أعداء الدول الموجه ضدها الإعلام التضليلي وبذلك يحقق هدف مزدوج (2).

ولضمان نجاح عملية التضليل الإعلامي يجب بأن تكون بغير علم الطرف المضلل فيجب من إخفاء كل شواهد وجوده، وأن يكون هناك موثوقية أو مقبولة للجهة القائمة بعملية التضليل سواء كانت شخصاً أو أداة تضليل إعلامية، وهذا شرط ضروري لحدوث التضليل عند المتلقي دون الشعور بذلك.

المحور الثاني

الأساليب والأشكال التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في التضليل الإعلامي

يتخذ التضليل الإعلامي ثلاث مراحل داخلية للوصول إلى الهدف المنشود، بداية بالتخدير العقلي والاستقطاب للتأثير على المعرفة والوعي كمرحلة أولى، ثم الاستغلال الوجداني من خلال عرض تقارير ترصد المعاناة والظلم لخلق اتجاهات سلبية نحو الواقع الفعلي الذي يعيشه الفرد، ومن ثم خلق حالة من

(1) حسنين شفيق، التضليل الإعلامي والغيوبية المهنية، ط 2، القاهرة، دار الفكر وفن للطباعة والنشر، 2017، ص 27

(2) سارة نصر محمد، مرجع سابق، ص 189

الإحباط أو عدم الانتماء أو الاغتراب، وصولاً الى المرحلة الثالثة والمتمثلة في المشاركة السلوكية المضللة حيث يجد الفرد نفسه مشاركاً طواعية في سلوك ما يتوافق مع أهداف المضلل دون ان يشعر بذلك. ولتحقيق ذلك يعتمد التضليل الإعلامي على العديد من الأساليب المستخدمة باستخدام وسائل الإعلام المتاحة للتأثير على المتلقي، وهي:

1. التعددية الإعلامية: ان تعدد وسائل الإعلام من المفترض أنه يمنع وجود التضليل الإعلامي أو يقلل منه باعتبار ان التعدد يؤدي إلى كشف بعضه البعض وأن التعدد في وسال الإعلام بين التقليدي والحديث يمنح الفرد فرصة الاختيار بين المصادر المختلفة للمعلومة بهدف الحصول على المعلومات الحقيقية والتي من المفترض أن عدد كبير من هذه الوسائل اتفقت على هذه المعلومة، وهنا تكمن المشكلة حين تتفق أغلب الوسائل على التضليل الإعلامي⁽¹⁾.
2. التلاعب بالأخبار: ويكون من خلال التلاعب بالمعلومات وترتيب الحقائق، بحيث تعطي معاني وانطباعات معينة، ليتم تفسيرها بشكل معين، يخالف الحقيقة والواقع، وفي كثير من الأحيان يتم استخدام كلمات ومفردات معينة في العناوين ومقدمات الأخبار المعتمدة على المبالغة والتهويل والغموض والمعلومات الناقصة، مما يتفق أحياناً مع مضمون الخبر أو المادة الإعلامية.
3. الانتقائية المتحيزة: التي تنتقي بعض الكلمات والحقائق والاقتباسات والمصادر وتتجاهل الأخرى، فتقوم بالتركيز على حقيقة وإغفال الحقيقة الأخرى المرتبطة بها، وإهمال خلفية الأحداث، فتصبح ناقصة ومشوهة ولا يستطيع المتلقي للأخبار والمعلومات أن يفهمها أو يفسرها.
4. التضليل باستخدام المصطلحات: وهو يكون بإطلاق مصطلحات مغايرة لما هو متعارف عليه بهدف خلق واقع جديد وخير مثال على ذلك (قول إسرائيل بدلاً من الكيان المحتل، والأراضي المتنازع عليها بدلاً من الأراضي المحتلة).
5. المزج والخلط: يتم التضليل من خلال عدم التمييز بين الأخبار من ناحية والرأي والتحليل والتعليق من ناحية أخرى فلا يعرف المتلقي هل هذا جزء من الخبر أو هو رأي خاص⁽²⁾.

⁽¹⁾ بيرق حسين الربيعي، مرجع سابق، ص 615

⁽²⁾ حسنين شفيق، التضليل الإعلامي والغيوبية المهنية، دار فكر وفن، ط 2، القاهرة، 2014، ص 47

6. التضليل بالتكرار: يتم عن طريق تكرار الفكرة الخاطئة وترسيخها مهما كانت خاطئة ومنحرفة، فتعزز بذلك السلوك المنحرف وترسخه، وذلك بالتكرار المستمر المتواصل حتى تستقر في وعي الجمهور.
7. التلاعب بالصور: أما في طريقة النقاطها أو تغيير مضمونها، والتحكم في الألوان، أو إضافة صور أشخاص أو أشياء أو حذفها، ويتم الادعاء بأن هذه الصور تمثل الواقع بينما هي غير حقيقية لتعطي انطباعاً معيناً.
8. لفت الأنظار: عند وقوع أحداث كبيرة تهدد تحقيق الأهداف المرسومة تلجأ وسائل الإعلام إلى أسلوب لفت الأنظار بحيث تغير مجرى الحديث وتسلب الأضواء على متعلقات أخرى غير أصل المعلومات لتحصر التفكير فيما يخفف من الآثار المترتبة على الأحداث الواقعية.
9. الإيهام والتدليس: تمنح وسائل الإعلام لنفسها مصداقية تمارس بها التدليس على المتلقين وتقوم بإيهام الجمهور أنها تأتي بالأخبار من مصادرها الأصلية بحيث يظن المتلقي أو الوسيلة الإعلامية حصلت على المعلومات من مصدرها الأصلي⁽¹⁾.
10. التخويف: والغرض منه التلاعب بمشاعر الجماهير بالتلويح باستخدام القوة حول أمر ما لبث الرعب والخوف والكراهية وبالتالي اختيار الإيحاءات الاجتماعية التي تثير الاستجابة المرغوبة.
11. استثارة الفضول: بتقديم معلومات غير مطابقة لتوقعات المتلقين، ومن ثم تشجيعهم على التوافق مع هدف التضليل.
12. الاستناد إلى مرجعية موثوقة: وهي الطريقة المفضلة للتضليل، وتحريف الواقع، والمصداقية التي يستشهد بها يمكن أن تكون شخصية متميزة في أي تخصص، ولا يتم الإعلان عن اسم الشخصية لدواع ملفقة، مثال (أثبت العلماء بعد تجارب كثيرة ان) إن الأنباء المنقولة بهذه الطريقة كاذبة في معظمها، وهي ليست خبراً أو معلومة، بل دعاية أو إعلان خفي وتضليل إعلامي⁽²⁾.

⁽¹⁾ حنان كيلاني، التضليل الإعلامي وعلاقته بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، المجلد 14، العدد 4، 2015، ص 227

⁽²⁾ فريد حاتم الشحف، الدعاية والتضليل الإعلامي الأساليب والطرق، دمشق، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، 2015، ص 54

13. استخدام وسائل الخداع السمعية والبصرية: وهي عبارة عن القدرة على استخدام الذكاء الاصطناعي والإدعاء بتسجيل محادثات خاصة، لأشخاص في السلطة، أو مراكز صنع القرار، أو شخصيات عامة، ونشرها عبر وسائل الإعلام لقلب الرأي العام على ذلك المسؤول.

يمتاز الإعلام بقدرته على التأثير في الجمهور المتلقي إيجاباً أو سلباً، فمن حيث وسائله وأساليبه قد يعتمد على إيصال الحقيقة إلى الجمهور من خلال تنويره وتنقيف وتوجيهه، وقد يعتمد على العبث بعواطف المتلقين، وتضليلهم باستخدام الأكاذيب والإشاعات، والحرب النفسية والخداع. ومن هذا المنطلق يمكن أن يأخذ التضليل الإعلامي في تلاعبه بعواطف الجمهور أحد الأشكال التالية:

1. الدعاية: هي محاولة التأثير في الأفراد والجمهير والسيطرة على سلوكهم باستخدام فنون التأثير والسيطرة لضمان قبول وجهات نظر معينة، وتحقيق سلوك بعينه، في مجتمع معين، وزمان معين، ولهدف معين⁽¹⁾.

ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن الدعاية منها ما هو مشروع كالدعاية البيضاء، ومنها ما هو ممنوع كالدعاية السوداء، ومنها ما يمزج بين الاثنين كالدعاية الرمادية، ويتحقق التضليل الإعلامي عند استخدام الجانب الممنوع من الدعاية، حيث يعتمد البعض إلى الإعلان عن أمور معينة على نحو يخرج المادة المعلن عنها عن حقيقتها، باستخدام أساليب متعددة تعتمد الدعاية مثل (أسلوب النكتة، وأسلوب التكرار، وأسلوب الكذب والاختلاق والتحريف، وأسلوب الشعارات، والأسلوب الديني، وأسلوب التضخيم والتهويل)، الأمر الذي يوقع الجمهور في التضليل والوقوع في الغش والخداع.

2. الشائعات: تعرف الإشاعة بأنها رواية لخبر مخلق لا أساس له في الواقع، أو هي المبالغة في سرد خبر يحتوي جزء ضئيلاً من الحقيقة، بقصد التأثير النفسي في الرأي العام بوسيلة من وسائل الإعلام المختلفة⁽²⁾.

عليه يمكن القول بأن الإشاعة هي نقل خبر غير صحيح، أو يحتوي على جزء من الصحة بقصد التأثير على الجمهور، وذلك عن طريق وسائل الإعلام المختلفة.

⁽¹⁾ يوسف محي الدين، الإعلام نشأته وأساليبه، مكتبة الرسالة، ط 2، عمان، 2020، ص 27
⁽²⁾ محمد بن علي العصيمي، تجريم التضليل الإعلامي، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2014، ص 71

فالإشاعات تُعد من أكثر أشكال التضليل الإعلامي ترويحاً ونشراً للأكاذيب، على اختلاف أنواعها سواء كانت إشاعات لبث الخوف، أو الكراهية، أو الإشاعات التي تعطي أملاً كاذباً أوقات الأزمات، وغيرها، وتستخدم الإشاعات في تحقيق أهدافها هذه أساليب غير أخلاقية، كأسلوب التشهير والكذب، وقد تستخدم أساليب في أصلها مشروعة، وتُدخل عليها ما يُخرجها عن أصل المشروعية.

3. الحرب النفسية: وهي استخدام جهة معينة لمخطط بهدف التأثير على آراء واتجاهات جهات أخرى معادية كانت أم محايدة، أم صديقة، لتحقيق أهداف معينة، باستخدام أساليب متعددة للحرب النفسية⁽¹⁾، مثل أسلوب أفتعال الأزمات وذلك بالتحريض على أعمال التخريب والتدمير، واصطناع الأخبار الزائفة، مثل الأزمات الاقتصادية، كذلك أسلوب إثارة الرعب والذي يهدف إلى استغلال الحاجة إلى الأمن والأمان، في إثارة المخاوف والرعب، لإرهاب المتلقين، واخضاعهم لحالة من الانهيار النفسي، وكذلك أسلوب تحريف الحقائق والذي يُعد من أكثر أساليب الحرب النفسية استخداماً، وذلك لقدرته على التأثير في الرأي العام⁽²⁾.

وبناء على ما سبق فإن الحرب النفسية تلعب دوراً هاماً في تضليل الجمهور، والتلاعب في قناعاته، وآرائه، واتجاهاته، من خلال عدة أساليب وطرق لتحقيق الهدف من التضليل الإعلامي.

المحور الثالث

مخاطر التضليل الإعلامي وتأثيراته على الرأي العام

إن من مخاطر التضليل الإعلامي إحداث الخلل في التفكير وعدم القدرة على الأداء الصحيح وزعزعة الثقة في النفس والقناعات الفكرية سياساً، ونفسياً وإجتماعياً، وتشتيت الجمهور المتلقي وافمكانيات والموارد صوب أهداف خاطئة، وإضعاف الروح المعنوية، لتحقيق أهداف معينة⁽³⁾.

في الوقت الحاضر قادت وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت وسائل تقليدية، كالصحف، والإذاعات، والقنوات التلفزيونية، أو وسائل حديثة عبر الإنترنت، إلى تغيير نمط وأساليب تكوين وتحريك الرأي العام،

⁽¹⁾ صالح مشاركة، مساق أخلاقيات الإعلام، جامعة بيرزيت، غزة، مركز تطوير الإعلام، 2017، ص 101

⁽²⁾ مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، دار المناهج بعمان، ط 2، 2019، ص 41

⁽³⁾ رحمة أحمد صالح، مرجع سابق، ص 100

بهدف السيطرة عليه، من خلال إعادة إنتاج وعرض المحتوى، والذي بات يُنقل دون سيطرة أو رقابة، ويتم استغلاله وتوظيفه بين الفاعلين، سواء كانوا أفراداً أو مؤسسات أو دول، ليس فقط في إبراز التمثيلات والرؤى حول الضايا والأحداث الجارية، وإنما في الصراع الرمزي والقيمي بين مختلف القوى عبر حروب إعلامية يتم فيها استخدام جميع الوسائل المشروعة وغير المشروعة⁽¹⁾.

إن صناعة الرأي العام المضلل، غالباً ما تخضع لتحليل آليات صناعة المحتوى، وإستراتيجيات محاصرة الرأي العام بالكاذب والسرديات المفبركة للقائم بعملية التضليل، من خلال اتباع منهج مدروس ومخطط له بشكل جيد، عبر التشويش والاحتيايل على وسائل الاعلام بشكل عام لاستغلالها في ضخ المعلومات والبيانات المفبركة، والتحليلات المزيفة، للتأثير على الرأي العام معرفياً، ونفسياً، وسلوكياً⁽²⁾.

إن تغول وسيطرة أدوات الإعلام العالمية والمحلية على المجتمع، جعل التغيير الاجتماعي يدخل حيز الصراعات السياسية والاقتصادية والدينية وغيرها، وأصبحت هذه الوسائل أدوات بل أسلحة لتخريب بلدان وأمم ومسح وجودها القيمي والمجتمعي، وتحولها إلى حالات استئساج تفتقد لأي نوع من الأصالة والتميز، فتقع المجتمعات الأقل ثقافة، تحت سطوة وسيطرة ثقافات دول أخرى مغايرة ومختلفة عنها⁽³⁾.

إن ارتباط مصطلح التضليل بالإعلام هو ظلم، فالتضليل لا يقتصر على الإعلام فحسب بل يأتي على عدة أساليب، إلا أن وسائل الإعلام هي القالب الأنسب لذلك، وبهذا اكتسبت الصفة الموصوفة بها حين نتحدث عن دور هذه الوسائل في التأثير في الرأي العام، ليس في نقل الأخبار والأحداث فقط، وإنما في صياغة وتحديد توجهات الرأي العام، ومن هنا يصبح التضليل الذي تمارسه وسائل الإعلام أحياناً بمثابة حرب نفسية تُشن على المتلقي لإحداث أكبر قدر من التأثير⁽⁴⁾.

(1) محمد الراجحي، صناعة الأخبار الكاذبة ولولب الحصار المعلوماتي للرأي العام، 2018:

<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2018/05/18>، تمت الزيارة: 2025/05/13

(2) كامل خورشيد، مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للطباعة والنشر، المجلد 4، ط 3، 2023، ص 119

(3) جمال مدفوني، وسائل الإعلام والمجتمع التربوية الاعلامية لمواجهة التضليل، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، المجلد 2، العدد 5، 2018، ص 162-178

(4) حمودة عبد الواحد حمودة، الدور الوسيط للتحيزات المعرفية في العلاقات بين التضليل المعرفي حول كورونا والبخل المعرفي والتفكير المنفتح النشط لدى عينة طلاب الجامعة، المجلة المصرية للدراسات النفسية، المجلد 31، العدد 110، 2021، ص 210-131

إذا كان هذا خطر التضليل الإعلامي عبر وسائله القديمة فما بالك بوسائل الإعلام الحديثة، والثورة الرقمية الهائلة التي باتت في يد كل شخص، وأصبح بمقدور أي شخص صنع محتوى تضليلي يؤثر به على الرأي العام، دون رقابة أو محاسبة على ما يقدمه، وهذا التأثير يتم عبر آليتين، وهما (1):-

- الآلية الأولى: هي آلية قوة وتأثير هذه الوسائل الإعلامية وخاصة الحديث منها والمتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي، والتي استطاعت قوى الشر العالمية من السيطرة عليها، ومحاولة السيطرة على الرأي العام من خلال شخصيات وجهات تتبعها وتقدم محتوى مضلل يخدم مصالح هذه القوى وأهدافها.
- الآلية الثانية: هي آلية تغييب وتزييف الرأي العام وعدم إدراكه بأن عملية تشكيل الوعي تتم دائماً عبر عدة آليات وعبر مجموعة من وسائل تشكيل الوعي المجتمعي أهمها العائلة والمدرسة والجامعة والمؤسسات المجتمعية والدينية.

المحور الرابع

طرق وأساليب مواجهة التضليل الإعلامي

يتم التحقق من الأخبار الكاذبة والزائفة وعمليات التضليل الإعلامي عبر مجموعة من الطرق والادوات والتقنيات التي يمكن أن ستساعد على التحقق من المصدر والمحتوى الإعلامي ومعرفة الحقائق، وتمييز الكاذب والمضلل منها، وأهمها ما يلي:-

1. التحقق من مصداقية مصدر الخبر: يجب أن يكون لدينا القدرة على تمييز الأخبار الكاذبة، والبحث والتأكد من الجهة التي يصدر عنها الخبر أو المحتوى الإعلامي، وما غاية هذه الجهة، وما أهدافها، وما هي إستراتيجيتها ورسالتها؟، وذلك يتطلب ملاحظة أمور عديدة مثل تاريخ نشر الخبر، اسم

(1) ماكس ماكومز وآخرون، الأخبار والرأي العام - آثار الإعلام على الحياة المدنية، القاهرة، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012، ص 8

المؤلف أو الناشر، هل هناك مصادر موثوقة في الخبر، هل الخبر يصف وجهة رأي أم يمثل حقيقة فعلية (1).

2. فحص الأدلة: تتضمن الأخبار الموثوقة العديد من الحقائق المؤكدة والتي تتمثل في البيانات والمعلومات، وآراء المصادر ذات الثقة، والإحصاءات الرسمية، فإذا غابت هذه الأمور عن الأخبار والتقارير فهذا يعني أنها مزيفة.

3. البحث العكسي عن الصور: يتم البحث العكسي عن الصور باستخدام أحد التقنيات والبرامج التي تتيحها محركات البحث عبر شبكة الإنترنت مثل Google Revers Image Search وهذا من شأنه يساعد على التحقق لمعرفة ما إذا كان يتم إعادة تدوير صورة لدعم ادعاء ما، أم أنها تتعلق بحدث حقيقي (2).

4. قيام وسائل الإعلام الرسمية نقل الأخبار الهامة وتوضيح تفاصيلها، مما يقلل من لجوء المتلقين المتلقين إلى وسال اتصال قد يشوبها الأخبار المضللة والفاقة للمصداقية.

5. إقامة ندوات وورش عمل، وبرامج تثقيفية مشوقة ومدعومة بوسائل تقنية جذابة للجمهور، عبر وسائل الإعلام، لتوضيح مخاطر الشائعات والأخبار المضللة، وآثارها السلبية على الأفراد والمجتمع بشكل عام.

6. تنمية مهارات التفكير النقدي، والافتقار بالحجة والدليل وعدم الانسياق وراء الأخبار المضللة والشائعات المغرضة، دون وجود ما يثبتها من أدلة (3).

تري الباحثة أنه لا بد ألا يعتمد المتلقي على مصدر معين يستقي منه جميع الأخبار و المعلومات، فكل وسيلة إعلامية أهداف تسعى لتحقيقها، وللتأكد من صحة أي معلومة منشورة عبر وسائل الإعلام أي كان نوعها سواء وسائل تقليدية أو حديثة، لابد من الاطلاع على أكثر من مصدر للمعلومة، ومقارنة طريقة تناول وعرض الأخبار والمعلومات بين كل وسيلة إعلامية، مع الأخذ في الاعتبار الاعتماد على القنوات

(1) مها السيد بهنسي، آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الكاذبة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 68، 2019، ص 567

(2) جولي بوسيتي، وآخرون، الصحافة والأخبار الزائفة والتضليل، دليل التدريس والتدريب في مجال الصحافة، ترجمة: محمود العابد، سلسلة اليونسكو لتدريس الصحافة، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة، اليونسكو، 2020، ص 93-95

(3) تهاني محمد ضيف الله الجهني، عوامل انشاء الشائعات عند الشباب السعودي من وجهة نظر طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، المجلد 9، العدد 37، جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، 2014، ص 94

الإعلامية المتخصصة كلاً في مجاله، وهو ما يبرز أهمية التربية والتثقيف الإعلامي، كضرورة ملحة لإعداد الفرد للحياة في عالم يتميز بقوة وسائل الإعلام، والتي يختلف فهمها وتفسيرها بين شخص وآخر، وتختلف أيضاً دوافع وأغراض بثها للجمهور، حيث تكمن أهميتها في تيسير وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام فيها إدراكهم وتهيئتهم للمشاركة كمستهلكين للمحتوى الإعلامي أو كصناع أو مقيمين له.

تعني مهارات التربية والتثقيف الإعلامي، امتلاك القدرة والمهارة والمعرفة لقراءة وتفسير وإنتاج النصوص والمنتجات الإعلامية، واكتساب الأدوات والقدرات الفكرية للمشاركة بشكل كامل في إنتاج الثقافة بالمجتمع، كالمهارات الناقدة ومهارات التحليل التي تحدد الضوابط الفنية والقانونية للإنتاج الإعلامي، كما تعني القدرة على تفسير المعاني والأفكار والرموز اللفظية والغير لفظية، وأيضاً القدرة على الاختيار والسؤال والوعي بكافة الأمور السلبية والإيجابية للرسالة الإعلامية⁽¹⁾.

إن تنمية مهارات الوعي الإعلامي تؤدي إلى تكوين وعي مجتمعي تجاه ما يعرض من رسائل إعلامية، وهذا الوعي يقي المجتمع من قبول رسائل إعلامية دون تقييمها، وينقله من السطحية إلى العمق، ومن الذاتية إلى الموضوعية والتوازن، كما تساعد على تنمية مهارات التفكير العليا وصولاً لإنتاج المواد الإعلامية التي يعبر بها عن نفسه وقناعاته، لتجنبه فخ التضليل الإعلامي، والإثارة الإعلامية⁽²⁾.

وتأسيساً على ما سبق تجدر الإشارة إلى محاولة بعض الدول إلى مكافحة التضليل الإعلامي عبر منصات متخصصة في مكافحة المعلومات المضللة، ومنها مايلي:

1. منصة Falso Check الليبية:

هي منصة رقمية ترصد خطاب الكراهية والأخبار الزائفة في المشهد الإعلامي الليبي، فهي منصة رقمية بحثية تعمل على مراقبة جودة المحتوى الصحفي في ليبيا، ورصد المخالفات المهنية المتعلقة بخطاب

(1) ولاء محمد الطاهر نصار، تأثير مهارات التربية الإعلامية بصحافة المواطن على اتجاهات الجمهور نحو قيم المواطنة: دراسة تطبيقية على عينة من الجمهور العبي والفيديوهات الصحفية على موقع اليوتيوب، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، العدد 12، 2017، ص 402

(2) أحمد جمال حسن محمد، متطلبات التطبيق التمكني للتربية الإعلامية كمدخل للتعليم المستمر في المرحلة الجامعية: الواقع والمأمول، *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، 2017، ص 74

الكرهية والتحريض ومكافحة الإشاعات والاذخار المضللة، وفقاً لمنهجية بحثية قائمة على المبادئ الأخلاقية لقيم الصحافة والإعلام الحر والمسؤول، وتهدف لتشجيع الجمهور الليبي على المساءلة الإعلامية والتبليغ عن المعلومات المضللة، بهدف تحقيق التربية الإعلامية (1).

2. منصة "متصدقش" المصرية:

وفقاً للموقع الرسمي للمنصة على شبكة الإنترنت، هي منصة مستقلة متخصصة بالتحقق والتدقيق الإخباري، تهدف لمقاومة الأخبار الكاذبة أو المضللة، سواء كان نشرها عمداً لأغراض الانحياز السياسي أو الفكري، أو عرضاً لأغراض جذب الجمهور للصفحات والمواقع، تم إطلاق المنصة في إبريل 2018، وركزت في البداية على الأخبار المغلوطة والشائعات في مصر تم توسع نشاطها ليشمل مختلف الدول العربية، وذلك على يد مجموعة من الصحفيين والباحثين المستقلين، ومصممي جرافيك، ويسعى فريق هذه المنصة إلى توسيع نطاق المبادرة عبر حساباتها في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال توعية المواطنين بطرق الكشف عن المعلومات المزيفة والمضللة والأدوات المساعدة وكيفية استخدامها تحت هاشتاج "اعرف بنفسك".

ينصح فريق "متصدقش" مستخدمي "سوشيال ميديا" باتباع نظرية "ديكارت": "أنا أشك إذا أنا موجود" في التعامل مع كل ما ينشر بها.

"متصدقش" تقدم محتواها بلغة بسيطة يستطيع المواطن فهمها، وتتميز عن أقرانها بكشفها للصفحات المزورة والمنتحلة للشخصيات العامة أو المؤسسات، وتستهدف أيضاً المحتوى المتطرف أو الذي يحمل خطاب كراهية أو يشجع على العنف بشكل خاص على مواقع التواصل الاجتماعي.

في زمن كورونا قام المسؤولون عن المبادرة بإطلاق نشرة يومية خاصة متعلقة بتصحيح وتدقيق كل الأخبار والمعلومات المتعلقة بفيروس "كوفيد-19"، وتقديم أيضاً الإحصائيات والمعلومات الصحيحة تحت اسم "نشرة كورونا" (2).

¹ تمت الزيارة بتاريخ: 2025/05/115 <https://l.facebook.com/>

² تمت الزيارة بتاريخ: 2025/05/15 <https://matsda2sh.com/>

3. منصة "فتبينوا" الأردنية:

منصة أردنية مستقلة متخصصة في التحقق من الأخبار، انطلقت من المملكة الأردنية الهاشمية عام 2014م على شكل صفحة على الفيسبوك، حتى تطورت بعد ذلك وتم تسجيلها في الأردن في 22 فبراير 2022م بمقتضى أحكام قانون الاسماء التجارية، هدفها تنقية المحتوى العربي على الإنترنت من الخرافات والإشاعات، وتعتمد في منهج عملها على مجموعة من القواعد المنظمة أهمها:

- العودة إلى أصل الخبر والمصدر الأول لأي معلومة.
- إرفاق أكبر عدد من الأدلة التي تؤكد أو تنفي أي ادعاء.
- التواصل بشكل مباشر مع محقق أخبار Fact-Checkers في 122 دولة حول العالم لتسهيل عملية التحقق.
- توفير قائمة من مئات المختصين في مختلف المجالات للتعاون مع المنصة في حال وجود ادعاءات معقدة.

وفي مارس 2019م، عقد موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك شراكة مع منصة "فتبينوا" ضمن برنامج الموقع الأزرق باللغة العربية لتدقيق الحقائق عبر جهات خارجية في منطقة الشرق الأوسط و19 دولة بها. واعتمدت المنصة في تصنيفها للمحتوى على تقييم "فيسبوك للادعاءات" المكون من 9 تصنيفات هي: زائف، زائف جزئياً، صحيح، عنوان مضلل، غير مؤهل، ساخر، رأي، خادع، بلا تقييم وهي الحالة الافتراضية للخبر قبل أن تجري جهات تدقيق الحقائق عملها أو إذا كان عنوان "URL" مقطوعاً⁽¹⁾.

4. منصة "هيئة مكافحة الإشاعات السعودية":

منصة سعودية أطلقها المدون السعودي ريان عادل عام 2012م متخصصة في محاربة الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي، المشروع المستقل - وفقاً للموقع الرسمي - خصص زراً داخل موقعه للإبلاغ عن الإشاعات من قبل المواطنين، بجانب وحدة رصد الإشاعات به، وتستخدم "الهيئة" أرشيف الصحافة العالمية وفلتر تويتر للتحقق من النصوص الكاذبة ضمن إجراءات التحقق بها.

تمت الزيارة بتاريخ: 2025/05/15 <https://fatabyyano.net/our-methodology/>¹⁾

المنصة الحاصلة على جائزة الأكثر تأثيراً في الإعلام الجديد بالمملكة، تقوم بتوعية المستخدمين من خلال كشف أساليب الخداع المستخدمة في المنشورات المزيفة بهدف صنع مواطن صحفي مدقق للمحتوى، وتفضح أسماء مروجي الشائعات ليتم ملاحقتهم قانونياً⁽¹⁾.

وضعت الهيئة 10 خطوات ليتحقق المستخدم من الإشاعات أهمها:

- التحقق من أسلوب الكتابة والأخطاء الإملائية والنحوية.
- البحث عن مصادر أخرى للتأكد من الخبر، فنشره في أكثر من موضع يمنحك إشارة بصحته.
- التفكير والتحقق قبل النشر أو إعادة النشر.

5. منصة "تنبيه" القطرية:

أطلق معهد قطر لبحوث الحوسبة بجامعة حمد بن خليفة منصة "تنبيه" المتخصصة في كشف الأخبار المزيفة التي يتم تداولها عبر "سوشيال ميديا" باللغتين العربية والإنجليزية، والمتعلقة بفيروس كورونا المستجد، بالإضافة إلى تطبيق متعدد اللغات لمساعدة المصابين بأعراض الفيروس.

تفحص "تنبيه" الأخبار بالتركيز على مصدرها ومؤشر مصداقيته وتوجهاته في صياغة الخبر، والتعليقات وردود الأفعال عليه في "سوشيال ميديا" بأكثر ما تركز على نص الخبر نفسه، معتمدة على 18 معياراً لتقييم الأخبار وتدقيقها، وفحص الكلمات المستخدمة وسياقاتها، وتناقض محتوى النص ومدى ارتباطه بالعنوان، وأساليب الخداع المتنوعة ومنها "الخداع التمويهى، والمغالطة الصورية، والتشويش، والغموض المتعمد.

تستخدم المنصة أدوات الحوسبة الاجتماعية وتحليل البيانات وتقنيات اللغة العربية المفيدة في تحليل البيانات والنصوص⁽²⁾.

6. منصة "تأكد" السورية:

منصة إعلامية سورية متخصصة في تمحيص الأخبار وتدقيق المعلومات، تأسست عام 2016 وتقدم محتواها باللغة الإنجليزية والتركية بجانب العربية، يتكون فريق "تأكد" من صحفيين من أصحاب الخبرات

¹⁾ تمت الزيارة بتاريخ: 2025/05/15 http://norumors.net/#google_vignette

²⁾ تمت الزيارة بتاريخ: 2025/05/15 <https://www.hbku.edu.qa/ar/news/fighting-disinformation>

الإعلامية، وتسعى المنصة إلى السيطرة على حالة الانفلات الإعلامي في المشهد السوري، من خلال رصد المؤسسات الإعلامية وتوجهاتها ومراقبة ما ينشر عبرها للتحقق منه وتصويبه، باستخدام أدوات البحث الاستقصائي⁽¹⁾.

وتتخذ منصة "تأكد" عبارة "لأن الخبر أمانة" شعاراً لها، تعتمد معايير الشفافية والتوازن والإنصاف في عملها -وفقاً للموقع الرسمي، وتضم 5 أقسام كما يلي:

- الأول للمعلومات المضللة.
- الثاني للفيديو.
- الثالث للصور.
- الرابع للتصريحات الصحفية.
- الخامس للمواد الإعلامية المترجمة.

وترى الباحثة أن اكتساب مهارة التدقيق الإعلامي للمتلقي تسهم في عملية فرز المواد الإعلامية والتمييز بين ما هو سلبي ورديء، وما هو إيجابي ونافع، وما هو خليط مابينهما، فتساعده بذلك بأن يكون متلقياً إيجابياً، قادراً على انتقاء المضمون الإعلامي وتحليله وتقويمه، وإصدار أحكام واضحة وصريحة بصورة ذاتية حرة ومستقلة، ولا سيما خلال تفاعله مع الوسط الإعلامي الذي يعيش فيه، وما يشتمل عليه هذا الوسط من معلومات وبيانات وإثارة مستمرة تبثها وسائل الإعلام المختلفة.

الخلاصة

يهدف التضليل الإعلامي إلى إعادة ترتيب أولويات الحدث بما يخدم أهداف المٌضلّل، والذي يسعى إلى تشكيل تفكير المتلقين وتوجيه سلوكهم والتحكم بمعطيات المعلومة وتوجيهها عمداً وتوظيفها لخدمة أهدافه، وذلك بهدف انتاج واقع جديد من خلال التلاعب بدلالات الحدث أو المعلومة أو الخبر وتسويقها على خلاف مدلولاتها الحقيقية.

تمت الزيارة بتاريخ: 2025/05/15 <https://www.verify-sy.com/ar/>¹⁾

إن التضليل الإعلامي هو عملية خداع متعمدة من جانب مصادر مُعلن عنها، أو جهات وأجهزة لديها قنوات سرية، هدفها خداع الطرف المتلقي للأخبار والمعلومات والتلاعب بالرأي العام، أو تضليل جهات محددة أو شخصيات وقيادات سياسية وعسكرية بعينها عن طريق خلق واقع مزيف ومغلوط، ما يؤدي إلى حصول الإقناع بما فيه الكفاية، وذلك بالاستفادة من وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري وأحدث فنون التسويق الدعائي والسياسي وتقنيات التعامل والتأثير النفسي، بواسطة معلومات كاذبة أو مفبركة أو إخفاء معلومات حقيقية وأساسية، بغية تحقيق أهداف سياسية، ولا يمكن لأي نشاط إعلامي تضليلي أن يكون مؤثراً إلا إذا كان بغير علم الطرف المضلل، وأن يكون هناك موثوقية أو للجهة القائمة به، وقابلية النفس والجماعة عامة والطرف المضلل خاصة للوقوع بالتضليل، عندما يستغل الإعلام الناس فيخدعهم بالكذب وترويج الباطل على أنه حق والعكس صحيح، عند ذلك يحقق أهدافاً رُسمت له ومنها نشر الفتنة وتأجيج الصراع وتشويه الرموز والقيادات والشخصيات وتنصيب أخرى مكانها، فيسهل عند ذلك اختراق المجتمعات.

ولمواجهة ما سبق يجب أن يتمتع المجتمع بالوعي والبصيرة واتخاذ موقف حاسم حيال القضايا المثارة، ومدى تأثيرها على التوجهات واتخاذ القرارات، وأن يتمتع الإعلام بالقيم والمبادئ والأخلاقيات للنهوض بالمجتمعات، ولمواجهة أي تضليل إعلامي يهدف إلى زعزعة الأمن القومي، وتشويه المجتمع، وتغريبه عن ثقافته وأصالته.

نتائج الدراسة

توصلت الدراسة الحالية إلى النتائج التالية:

1. تُعد الشائعات والأخبار الكاذبة والمفبركة من أهم أشكال التضليل الإعلامي وأكثرها انتشاراً عبر وسائل الإعلام سواء التقليدية كالصحف والإذاعة والتلفزيون، أو حديثة مثل مواقع التواصل الاجتماعي وكل ما يبث عبر شبكة الانترنت، والتي يتم استغلالها بهدف تضليل المجتمع والتأثير على الرأي العام لتحقيق أهداف الجهة الراعية لهذا التضليل الإعلامي.

2. ان من أهم طرق مواجهة التضليل الإعلامي هو التحقق من مصداقية الأخبار والموضوعات المنشورة عبر وسال الإعلام المختلفة، وعدم مشاركة أي أخبار أو معلومات دون التأكد من صحتها، حتى يتم السيطرة على الإشاعات المغرضة والأخبار الكاذبة.
3. ضعف دور الأجهزة الرسمية ووسائل الإعلام التقليدية في تثقيف المواطنين واحطائهم المعلومات والإحصاءات الكافية والصحيحة حول العديد من القضايا والموضوعات، في حين اهتمت بعض من مواقع التواصل الاجتماعي بإنشاء منصات لمكافحة التضليل الإعلامي.
4. تساهم التربية والتثقيف الإعلامي في بناء الوعي الإعلامي لدى المتلقي ومساعدته على مواجهة التضليل الإعلامي بمختلف أشكاله وأنواعه.

التوصيات

توصي الدراسة بما يلي:

1. أهمية العمل على تنظيم ندوات وورش عمل حول أخطار التضليل الإعلامي وتداول الشائعات والأخبار المفبركة وتأثيرها السلبي على المجتمع.
2. العمل على بناء ثقافة مجتمعية رافضة للتضليل من خلال تشكيل هيئات ومؤسسات ومواقع رسمية تعمل على نشر المعلومات الصحيحة والحقيقية والدقيقة حول الأحداث المختلفة.
3. ضرورة الاهتمام بتدريب العاملين في المجال الإعلامي ونشر ثقافة تعلم تقنيات الذكاء الاصطناعي للكشف عن التضليل الإعلامي وحماية المجتمع منه.
4. ضرورة إجراء العديد من الدراسات حول موضوع التضليل الإعلامي وأهمية التوعية والتثقيف حوله، وطرق مواجهته.

قائمة المراجع

أ- المراجع

- (1) ابن منظور، لسان العرب، 391/11

- (2) أحمد جمال حسن محمد، متطلبات التطبيق التمكيني للتربية الإعلامية كمدخل للتعليم المستمر في المرحلة الجامعية: الواقع والمأمول، *مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية*، جامعة المنيا، كلية التربية النوعية، 2017
- (3) أحمد جواد عداي، التضليل الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي، *مجلة الدراسات المستدامة*، المجلد 6، الملحق 1، 2024
- (4) أسامة عطية عبد العال، المسؤولية الجنائية عن جريمة التضليل الإعلامي، *مجلة البحوث القانونية والاقتصادية*، جامعة عين شمس، كلية الحقوق، المجلد 63، العدد 1، 2021
- (5) أسامة عطية عبد العال، المسؤولية الجنائية عن جريمة التضليل الإعلامي، *مجلة البحوث القانونية والاقتصادية*، جامعة المنصورة، كلية الحقوق، العدد 71، 2020
- (6) إلهام محمود محمد وآخرون، أساليب التضليل الإعلامي المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية والسياسية المصرية على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها، *مجلة دراسات الطفولة*، جامعة عين شمس، كلية الدراسات العليا للطفولة، المجلد 25، العدد 96، 2022
- (7) أمال أيوب وآخرون، دور الممارسات والمبادئ الأخلاقية في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي، *مجلة التنظيم والعمل*، المجلد 7، العدد 4، الجزار 2019
- (8) آيات أحمد رمضان، آليات التضليل الإعلامي في المواقع الثقافية الموجهة للجمهور العربي: دراسة تحليلية لموقع القنطرة للحوار مع العالم الإسلامي، *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، العدد 21، 2018
- (9) أيمن منصور ندا، الرأي العام وقياساته: رؤى نظرية وتطبيقات عملية، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية، 2017
- (10) باسل زكريا عييدة، المسؤولية الجنائية عن التضليل الإعلامي بين المواثيق الدولية والتشريع الفلسطيني، *مجلة الدراسات الإعلامية*، العدد 25، المجلد 10، 2023
- (11) بسمة محمود محمد، دور التربية الإعلامية في توعية الشباب الجامعي بأساليب التضليل الإعلامي وطرق مواجهته، *مجلة بحوث التربية النوعية*، جامعة القاهرة، كلية التربية النوعية، العدد 41، 2022

- (12) بيرق حسين الربيعي، أساليب التضليل الإعلامي وانعكاسها على تشكيل الرأي العام – دراسة ميدانية على جمهور مدينة بغداد، عدد خاص بوقائع المؤتمر العلمي الدولي الأول لمجلس تحسين جودة التعليم لكليات الإعلام، جامعة السليمانية، كلية العلوم الإنسانية، 2022
- (13) تهناني محمد ضيف الله الجهني، عوامل انشاء الشائعات عند الشباب السعودي من وجهة نظر طلاب وطالبات جامعة الملك سعود، مجلة دراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، المجلد 9، العدد 37، جامعة حلوان، كلية الخدمة الاجتماعية، 2014
- (14) جمال مدفوني، وسائل الإعلام والمجتمع التربوية الاعلامية لمواجهة التضليل، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، المجلد 2، العدد 5، 2018
- (15) جولي بوسيتي، وآخرون، الصحافة والأخبار الزائفة والتضليل، دليل التدريس والتدريب في مجال الصحافة، ترجمة: محمود العابد، سلسلة اليونسكو لتدريس الصحافة، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة، اليونسكو، 2020
- (16) حسنين شفيق، التضليل الإعلامي والغيوبة المهنية، دار فكر وفن، ط 2، القاهرة، 2014
- (17) حسنين شفيق، التضليل الإعلامي والغيوبة المهنية، ط 2، القاهرة، دار الفكر وفن للطباعة والنشر، 2017
- (18) حمودة عبد الواحد حمودة، الدور الوسيط للتحيزات المعرفية في العلاقات بين التضليل المعرفي حول كورونا والبخل المعرفي والتفكير المنفتح النشط لدى عينة طلاب الجامعة، المجلة المصرية للدراسات النفسية، المجلد 31، العدد 110، 2021
- (19) حنان كيلاني، التضليل الإعلامي وعلاقته بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، المجلد 14، العدد 4، 2015
- (20) خالد سالم الشمري، اتجاهات الأكاديميين والصحفيين القطريين نحو أساليب التضليل الإعلامي ووسائله – دراسة مسحية، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، جامعة السلطان قابوس، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 14، العدد 1، 2023

- (21) رحمة أيمن صالح، مكافحة التضليل الإعلامي والمعلوماتي عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا الفترة من 2019 إلى 2022 - منصات الفيسبوك نموذجاً، مجلة آداب، جامعة أم درمان، كلية الآداب، العدد 10، 2024
- (22) رضا الزبيدي، التضليل الإعلامي وانتشار الأخبار الزائفة في مواقع التواصل الاجتماعي: أسس نظرية وأمثلة تطبيقية، مجلة الدراسات الإعلامية، المجلد 10، العدد 25، ألمانيا، 2023
- (23) سارة نصر محمد، اتجاهات النخبة المصرية إزاء التضليل الإعلامي بالقنوات الموجهة ضد مصر ودليل مقترح لمواجهاتها، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، المعهد الدولي العالي للإعلام بالشروق، العدد 13، 2020
- (24) صالح مشاركة، مساق أخلاقيات الإعلام، جامعة بيرزيت، غزة، مركز تطوير الإعلام، 2017
- (25) عبد الحسين كاظم العطوانى، التضليل الإعلامي في بث المعلومات، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 40، بغداد، 2023
- (26) فريد حاتم الشحف، الدعاية والتضليل الإعلامي الأساليب والطرق، دمشق، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، 2015
- (27) فضيلة تومي، الأخبار الكاذبة واضطراب المجال العام الرقمي: العوامل والأثر، مجلة البحوث والدراسات الاجتماعية، المجلد 9، العدد 3، 2021
- (28) كامل خورشيد، مدخل إلى الرأي العام، دار المسيرة للطباعة والنشر، المجلد 4، ط 3، 2023
- (29) ماكس ماكومز وآخرون، الأخبار والرأي العام - آثار الإعلام على الحياة المدنية، القاهرة، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2012
- (30) مجد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر وتقنياته الحديثة، دار المناهج بعمان، ط 2، 2019
- (31) محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، دار الكتاب العربي، بيروت، 1981
- (32) محمد بن علي العصيمي، تجريم التضليل الإعلامي، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2014
- (33) محمد بن علي العصيمي، تجريم التضليل الإعلامي، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2014

- (34) مها السيد بهنسي، آليات مستخدمي الشبكات الاجتماعية في التحقق من الأخبار الكاذبة، *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد 68، 2019
- (35) وفاء على داوود، قيمة الثقة السياسية بين المواطنين والحكومة: دراسة الحالة المصرية خلال الفترة (يوليو 2004 - يوليو 2009)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، 2011
- (36) ولاء محمد الطاهر نصار، تأثير مهارات التربية افعلامية بصحافة المواطن على اتجاهات الجمهور نحو قيم المواطنة: دراسة تطبيقية على عينة من الجمهور العبي والفيديوهات الصحفية على موقع اليوتيوب، *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون، العدد 12، 2017
- (37) يوسف محي الدين، الإعلام نشأته وأساليبه، مكتبة الرسالة، ط 2، عمان، 2020

ب-المواقع الالكترونية

- (1) مكافحة التضليل الإعلامي، الأمم المتحدة <https://www.un.org/ar/countering-disinformation.1/5/2025>
- (2) محمد الراجحي، صناعة الأخبار الكاذبة ولولب الحصار المعلوماتي للرأي العام، 2018: <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies> تمت الزيارة: 2025/05/13
- 3) تمت الزيارة بتاريخ: 2025/05/15 <https://matsda2sh.com/>
- 4) تمت الزيارة بتاريخ: 2025/05/15 <https://fatabyyano.net/our-methodology/>
- 5) تمت الزيارة بتاريخ: 2025/05/15 http://norumors.net/#google_vignette
- 6) تمت الزيارة بتاريخ: <https://www.hbku.edu.qa/ar/news/fighting-disinformation> 2025/05/15
- 7) تمت الزيارة بتاريخ: 2025/05/15 <https://www.verify-sy.com/ar/>
- 8) تمت الزيارة بتاريخ: 2025/05/15 <https://l.facebook.com/>