

التضليل في الخطاب الرقمي

ا.م.د بدر ناصر حسين

كلية الآداب قسم الاعلام

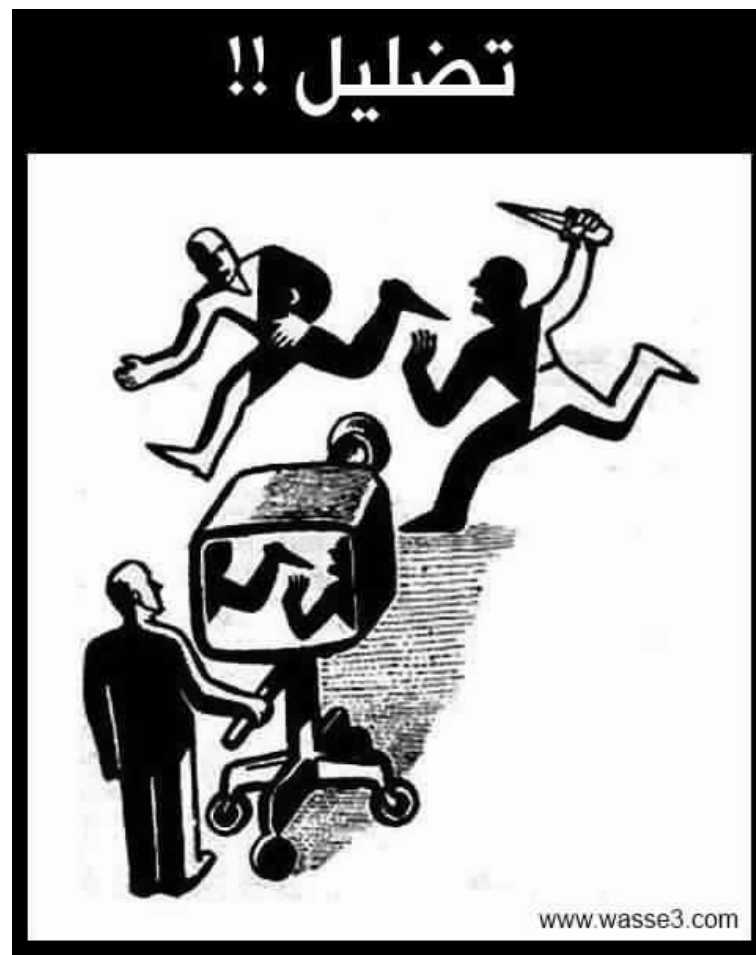
الورقة العلمية المقدمة الى ندوة قسم اللغة العربية في ندوته
السنوية الموسومة (التضليل في الخطاب)

احصاءات

- بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في عام ٢٠١٨ حوالي **٤,٠٢١ مليار** ، بزيادة تبلغ ٧٪ سنويا .
- - عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في عام ٢٠١٨ أصبح **٣,١٩٦ مليار** ، اي بزيادة ١٣٪ سنويا .
- - بلغ عدد مستخدمي الهواتف المحمولة في عام ٢٠١٨ حوالي **٥,١٣٥ مليار** ، بزيادة ٤٪ سنويا.

- إمكانية الاعلام الرقمي في انتاج نصوص جديدة
- جعلنا نشكك في نماذج التحليل التي تركز على اللغة المنطوقة او المكتوبة
- يتوفر داخل فضاءات الكتابة التفاعلية (المدونات –مواقع التواصل الاجتماعي –صور متباينة من التفاعل الاجتماعي (غير ما نجده في الحوار وجها لوجه)
- البيئات الخطابية
- الرقابة
- الضبط الاجتماعي

من يستخدم التضليل ؟؟؟؟؟



- أصبح المجال الرقمي-الشبكي بنموذجه الاتصالي الأفقي ملاذًا ومَحْضًا لاصطناع الأخبار
- ☐ الوقائع وفبركة البيانات،
 - ☐ تزييف الأحداث وتركيب سياقاتها. وتفاقم ذلك مع
 - ☐ اندثار سلطة حارس البوابة
 - ☐ لاسيما في شكلها الرقابي
 - ☐ بعدما كان الإعلام التقليدي بنموذجه الإخباري العمودي يُمكن شبكة الحراس من التحكم في الحلقات الاستراتيجية لعملية الاتصال والسيطرة على سلاسل إنتاج المحتوى.
 - ☐ لم تعد هناك أية سلطة تُحدّد مدخلات ومخرجات المحتوى –وتبتّ فيما يُنشر وما لا يُنشر عبر منصات إعلام الفرد
 - ☐ خاصية الإعلام الاجتماعي، ووصوله إلى المتلقي- سوى المستخدم نفسه الذي أصبح مُنتجًا ومُرسلًا ومُسْتَقْبَلًا في الآن ذاته، ومالكًا لسلطة القرار في جميع الحلقات التي يحددها هو لإنتاج هذا المحتوى.

اخطر انواع التضليل

- من أخطر أنواع التضليل التي تعد تهديدا خطيرا للأفراد والأمن ما يسمى بتقنية الخداع العميق «Deepfake» وهي استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي وخوارزميات تعلم الآلة والشبكات العصبية، مما دعا وكالة البحوث الدفاعية المتقدمة «DOPRA» التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية إلى تطوير منصة تكشف التلاعب لمعرفة الصور والفيديو المشكوك فيها.

يحول مصطلح الخطاب الاعلامي على الاشكال والبنى
والاستعمالات اللغوية والرموز السيمائية الاخرى التي تكون
خاصة بالإعلام وينطبق كذلك على الانساق الضمنية
(الايديولوجيات)

يحتاج الخطاب الاعلامي الى ان يكون مميزا عن الرسائل التي
ينقلها .. الفكرة التي تصف المحتوى .. وشكل الرزم .. التي تعني
المقالات او البرامج

• مفهوم التضليل الاعلامي

هو اشتغال اعلامي منظم ومخطط له للسيطرة وقهر المتلقي وهو نشاط قصدي وهدفى نعتمده مركزيات (المال- السلطة -الاعلام) كمنهجية شبه ثابتة لتحقيق المصالح

تعريف :مؤسسة جماعية لصياغة رسالة مفتعلة وتركيبها ونشرها، والهدف الرئيس من ذلك هو خداع المتقبل المستهدف من أجل تحقيق مكسب من الاستخدام الخاطئ الذي من المتوقع أن يقوم به

• فرانسوا جيريه ...في كتابه قاموس التضليل الاعلامي ..ان التضليل قديم قدم الاعلام نفسه ..فيما تتم عملية التضليل عن طريق الاشتغال التضليلي المنظم بثلاثية (المعلومة +المتلقي +التأثير)

- يبدو أن كم المعلومات الهائلة والمغلوبة في أحيان كثيرة، رسخ مفهوم "التضليل الرقمي"، في وقت تضاعف فيه أعداد مستخدمي الإنترنت، والاكتفاء بما يظهر من معلومات دون جهد في التحقق أو البحث بعيدا عن المصادقية
- يعتمد كثير من الأشخاص على معلوماتهم من خلال ما يردهم من الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي بكافة جوانب الحياة المختلفة، كمراجع رئيسية بغض النظر عن مدى صحة المعلومة من عدمه، وهو ما قد يوصل الشخص لمرحلة يعتقد نفسه "صاحب مرجعية عالية وثقافة كبيرة".

- دراسات أظهرت أن شبكة الإنترنت قد تحتوي على معلومات مغلوبة أو غير موثقة، تشمل الجوانب الطبية، والنظريات العلمية ونظريات المؤامرة والإشاعات، وهو ما يطلق عليه اسم "التضليل الرقمي"، وأن الإنترنت قد غير حقا من طريقة تفكيرنا وأثر على أدمغتنا، وهو الأمر الذي يضعنا أمام تحديات جديدة.
- وفي بعض الأحيان يتجه بعض الأشخاص للاستشاريين "الرقميين" في مجالات عدة مثل الطب والصحة والجمال والسفر وغيرها، حيث يقع هؤلاء الأشخاص في الكثير من الأحيان وخاصة النساء للأسف كما تشير الدراسات لسوء الاستغلال مع أشخاص يمتنون هذه الصفات سواء على شكل مستشارين "وهميين" أو شركات "وهمية" تجعل منهم فريسة للابتزاز الإلكتروني والسرقة
- "المعلومات الخاطئة الرقمية أصبحت منتشرة على نطاق واسع في وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت ، وقد أدرجها المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF) كأحد التهديدات الرئيسية للمجتمع البشري

تمظهرات التضليل الاعلامي

- **الدعاية الموجهة** مؤثرات وسائل الاعلام الحسية
- **ايهجمات اللغة** ادوات التلاعب بالكلمات والصور
- **ايحاءات الجسد** .. **البيانات** .. **الاحصاءات** .. **الايحاءات**
- **الهيمنة على المتلقي** .. جعله يقع تحت تأثير المضلل

دوافع التضليل

- الدعاية وتبرير الهيمنة :: تعرّف مجلة "المراجعة الثقافية الكندية" Adbusters النزعة المحافظة الجديدة في الولايات المتحدة بأنها "الاعتقاد بأنّ أفضل من دافع عن الديمقراطية مهما كانت أخطاؤها هو الجمهور الجاهل المشبع بالنزعة القومية."
- تطويع الإرادة الجماهيرية: أنّ تضليل عقول البشر هو أداة للقهر، فهو يمثل إحدى الأدوات التي تسعى النخبة من خلالها إلى تطويع الجماهير لأهدافها الخاصة من أجل أن يضمن المضللون التأييد الشعبي لنظام اجتماعي لا يخدم في المدى البعيد المصالح الحقيقية للأغلبية
- القصور الفكري: بعملية اغتصاب للوعي، ذلك أنّ صناعة المعنى "تنبع من قدرة القائم بالاتصال على التحكم في المناطق الدلالية لأشكال الخطاب المختلفة، اللسانية وغير اللسانية. ولكن عندما يفتقر القائمون بالاتصال إلى هذه القدرة الفكرية التعبيرية يلجأ البعض منهم إلى اعتماد التأثير بالاغتصاب

أساليب التضليل

- تجتذب أنشطة التضليل الإعلامي، طبقاً لمبادئ السوق، أذكى المواهب، نظراً لأنها تقدّم أعلى حوافز النظام
- أنّ التضليل يكون ناجحاً عندما يشعر المضللون بأنّ الأشياء هي على ما هي عليه من الوجهة الطبيعية والاجتماعية والاحتمية
- الانتقائية المتحيزة بالتركيز على حقيقة واستبعاد أخرى
- التلاعب بالمعلومات
- ترتيب الحقائق
- الخلط بين الخبر
- والرأي والتحليل والتعليق
- التضليل بالمعلومات التي ليس لها علاقة بالحدث
- ، استخدام مفردات تؤدي إلى إصدار أحكام بالإدانة،
- الإيهام والتدليس في المصادر والمعلومات
- ، إغراق الجمهور بمعلومات لا تهمّه،
- الإغراق بكمّ كبير جداً من المعلومات لا يستطيع المتلقي الربط بينها وتفسيرها،
- التضخيم والتهويل،
- القراءة المخادعة للإحصائيات واستطلاعات الرأي،
- تغيير مضمون الصورة،
- استخدام أسوأ وأضعف شخصية لتمثيل قضية ما،
- الحوار المشوّه بالتركيز على التفاصيل الهامشية،
- تكرار الفكرة الخاطئة وترسيخها

يلعب الخطاب الإعلامي دورًا مؤثرًا في بناء العلاقات الاجتماعية وتحديد الهويات الاجتماعية والثقافية، فهو عملية مستمرة ومعقدة تتفاعل فيها وعبرها قوى ومتغيرات محلية ودولية تعكس أوضاع المجتمع وثقافته والمرحلة التاريخية التي يعيشها.

- الخطاب الإعلامي ممارسة اجتماعية متغيرة، ويتعرض دائماً للتغير والتطور، لكن الأمر الأكثر أهمية هو أن نفهم أن الخطاب الإعلامي ليس شيئاً واحداً بل هناك عدد من الخطابات الإعلامية المتصارعة أو المتعاونة، كما أن هناك تداخلاً أو تعايشاً بين أكثر من خطاب. مازال عدم الاتفاق هو الوضع المسيطر على المشهد العلمي لتحليل الخطاب الإعلامي،

- غياب الاتفاق بين مدارس تحليل الخطاب يرجع إلى اختلاف وتباين التخصصات ومجالات الدراسة والمنطلقات الفكرية والمعرفية للمنتمين لهذه المدارس، أو ربما أصبح الاختلاف وعدم الاتفاق أحد مظاهر عصر ما بعد البنيوية أو عصر ما بعد الحداثة الذي نعيشه، إذ يؤكد إيهاب حسن أن اللاحسم والذاتية هما أبرز سمتين لهذا العصر.

نشاط رقمي مزيف

- المعلومات المضللة الرقمية ليست ظاهرة جديدة - تقوم فريدوم هاوس بتتبع استخدام المعلقين المؤيدين للحكومة المدفوعين لتقليد المؤيدين على المستوى الشعبي منذ عام ٢٠٠٩. ولا يقتصر الأمر على الولايات المتحدة: فقد وجد تقرير فريدوم هاوس على شبكة الإنترنت ٣٠٪ من البلدان التي تستخدم نشاط مزيف على الإنترنت على مستوى القاعدة في عام ٢٠١٧ عن عام ٢٠١٦.

التحيز والتضليل في الخطاب

- الخطاب الإعلامي في العالم كله لا يخلو من تحيزات، ولكن بدرجات مختلفة، تتضخم هذه التحيزات في الدول غير الديمقراطية غالباً لتصل إلى مستوى الأكاذيب والدعاية الفجة، وهنا يأتي دور تحليل الخطاب الإعلامي في كشف ونقد عملية إنتاج وتوزيع واستهلاك الخطاب في كل مجتمع ومستويات الغش والخداع والتضليل في أي ممارسة خطابية، ويتفق علماء تحليل الخطاب على عدة عناصر لا بد من التركيز عليها في تحليل أي خطاب، وهي باختصار شديد:

اشتراطات التحليل

أولاً: الإطار العام للمجتمع ومدى تطوره الديمقراطي وأوضاعه الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

ثانياً: ملكية وسائل الإعلام، أى من يملك ويدير وسائل الإعلام، وهل هناك احتكار أم تعددية؟ وما هى مصادر تمويل الإعلام، ومدى الشفافية فى الإعلان عنها ومراقبتها؟ وإلى أى مدى يعتمد الإعلام على الدخل من الإعلان؟

ثالثاً: التشريعات والقوانين التى تنظم العمل الإعلامى والهيئات التى تراقب الأداء الإعلامى، ومدى الشفافية، والحرية التى تتيحها فى أرض الواقع ومن خلال الممارسة اليومية، بحيث لا تكون هناك فروق كبيرة بين ما تنص عليه التشريعات والقوانين، وما يطبق ويمارس فعلياً.

رابعاً: مستوى استقلالية وكفاءة التنظيمات النقابية للعاملين فى الإعلام، وإلى أى مدى توفر ضمانات مادية ومعنوية لهم، فى مقابل ضغوط الدولة ورجال الأعمال والإعلان.

خامساً: القواعد المهنية والتقاليد المعمول بها فى وسائل الإعلام المختلفة، وهل تتسم بالدقة والتوازن والشفافية؟ وهل تضمن مشاركة كل العاملين فى إنتاج الخطاب؟ وهل تضمن عدم التمييز ضد بعض الفئات فى المجتمع؟

سادساً: مستوى تعليم وخبرة الإعلاميين ومدى التزامهم بأدلة عمل ومواثيق شرف، فضلاً عن مدى احترامهم لحقوق المواطنين فى الاتصال والإعلام.

سابعاً: المستوى التعليمى والثقافى لمستهلكى الخطاب الإعلامى وكيف يتعاملون معه، ومدى مشاركة الجماهير فى إنتاج الخطاب الإعلامى، وتداوله؟ وهل توجد منظمات وهيئات مستقلة تدافع عن حقوق الجمهور فى الاتصال وتضمن مشاركته؟

ثامناً: مدى التعدد والتنوع فى إنتاج وتداول الخطاب، وطبيعة العلاقة بين الخطاب المهيمن، والخطابات الفرعية، وإلى أى مدى تعاني الخطابات الفرعية والمعارضة من القمع والتهميش سواء من السلطة أو الإعلاميين أو حتى الجمهور نفسه.

تاسعاً: التحولات الرئيسية فى الخطاب الإعلامى، لأن دراسة وتحليل التحولات والانقطاعات أهم بكثير من دراسة الاستمرار والثبات فى إنتاج وتداول الخطاب.

عاشراً: إلى أى مدى يعترف الخطاب الإعلامى بأخطائه أو تحيزات أحيانا، ويتخذ إجراءات جادة لتصحيح مساره، وهل تقوم بذلك السلطة أم هيئات مستقلة وجهات تمثل المجتمع المدنى، أم يقوم بذلك الإعلاميون أنفسهم من خلال التنظيمات والنقابات التى تعبر عنهم؟

الخطاب الرقمي

- واكب الخطاب الرقمي أفقيا وعموديا، حيث شكلت مواقع التواصل الاجتماعي قوة إعلامية مؤثرة في أوساط الشباب، ومنحت لكل عضو في الحزب الرقمي، فرصة إنتاج المادة الرقمية بوصفها مادة إعلامية بديلة، حيث اتسع نطاقها وتنوعت طرق عملها وآليات اشتغالها

سمات الرقمية

- أولاً- الاستمرارية؛ فقارئ النص التقليدي، ينتهي زمنه بعد صياغته أو الانتهاء من كتابته، أما زمن النص الحداثي الرقمي فيبدو أن له بداية ما ولكن ليس نهاية.
- ثانياً- العرضية؛ بمعنى أن المصادفة تضعه في حالة احتمال دائم بحيث يأخذ مسارات واتجاهات متعددة.
- ثالثاً- التلاشي أو سرعة الزوال؛ حيث إن النص الحداثي الرقمي لا يدوم أو يستمر. ويصعب إلى حد بعيد فنياً تقييده أو أرشفته؛ ولا أهمية لقابليته للاستنساخ والتكرار.
- رابعاً- إعادة الصياغة والتعديل للأدوار النصية؛ وهو ما يعني إعادة تعريف النص الحداثي الرقمي –جذرياً- للمكونات الوظيفية النصية: القارئ والمؤلف والمشاهد والمنتج والمخرج والمستمع والمقدم والكاتب.
- خامساً- النص مجهول المؤلف؛ وإذا لم يكن مجهول المؤلف مجهولاً حقيقة، فإنه يميل إلى التمويه على الاسم الحقيقي للمؤلف.
- سادساً- النص ليس له حدود مادية كالكتاب التقليدي.
- سابعاً- الرقمية الإلكترونية؛ إذا خرج النص الحداثي الرقمي من رحم الرقمنة أو الثورة الرقمية

- السمة مميزة للعصر الرقمي والثقافة الرقمية فلن نجد أدق وأشمل من التفاعل والتفاعلية. إن كل الوسائط التي استخدمها الإنسان للتواصل والإبداع والتلقي، قبل العصر الرقمي، كانت في الإطار العام، **خطية** تتحدد من خلال اتصال **خطي** يتحدد من المرسل الذي يتوجه بالخطاب إلى المتلقي. وحتى في الحوار، أو الحديث، يظل ثمة مرسل يتحكم في العلاقة التواصلية، بحسب نوع الخطاب الذي يدور بينهما.

استخدامات التضليل في الخطاب الرقمي

- استُخدم الإعلام الرقمي لتغذية خطابات تتبنى العنف
- تحض على الكراهية وتكرس الطائفية.
- التأثير على سلوكيات المستخدمين. فعلى سبيل المثال، قد يؤدي تعرضنا لجرعات معينة من المعلومات سواء صحيحة أو مغلوطة إلى تغيير أو ترسيخ رؤيتنا لـ«الآخر». وبغض النظر عن مخالفة ذلك «الآخر» لنا في الهوية الاجتماعية أو الاثنية أو الدينية، أو حتى مجرد آرائنا السياسية أو الفنية، فلهذا التأثير أهمية كبرى في تشكيل مجتمعاتنا المعاصرة الساعية أحياناً لدمج الثقافات وكسر الحواجز والحدود.
- تعرضنا لخطاب تحريضي قد يؤدي للتقليل من حساسيتنا تجاه الآخر وزيادة التباعد بيننا مما يعزز من التحيزات والأحكام المسبقة لدينا

المعالجات المقترحة

- **التخوفات** إزاء انتشار المعلومات والدعاية الخاطئة والمضلة بلغت النقطة التي **تحمل** العديد من الحكومات على **اقتراح** تشريعات جديدة، لكن الحلول المعروضة تعكس فهما منقوصا للمشكلة، وربما تُفضي إلى عواقب سلبية غير مقصودة.

المانيا

- اعتمد البرلمان الألماني قانونا يتضمن
فقرة تقضي بفرض غرامات ربما تصل
إلى ٥٠ مليون يورو (٥٩ مليون دولار
أميركي) على المواقع الشعبية -مثل
فيسبوك ويوتيوب- إذا فشلت في إزالة
محتوى "غير قانوني بوضوح"
(كخطاب الكراهية والحث على العنف)
خلال ٢٤ ساعة. كما أعلنت سنغافورة
خططا لاعتماد تشريعات مماثلة العام
المقبل للتعامل مع "الأخبار الزائفة".

اميركا

- وافق الكونغرس الأمريكي على
فرض عقوبات شاملة ضد روسيا،
جزئيا في الرد على رعايتها
المزعومة لحملات التضليل بهدف
التأثير على الانتخابات الأميركية.
كما دارت مؤخرا حوارات مكثفة
بين الكونغرس وشركات مثل
فيسبوك وتويتر وغوغل، بعد ظهور
أدلة واضحة على عمليات شراء
لحملات إعلانية من قبل كيانات
روسية.

ست سمات على الأقل تجعل سبل التضليل والدعاية اليوم تختلف عن الهيئة التي كانت عليها في الأمس

١- إضفاء الطابع الديمقراطي على عمليات إنشاء المعلومات وتوزيعها

٢- السمة الثانية لعصر المعلومات الرقمية -وهي نتاج مباشر للحكم الديمقراطي- في التعميم الاجتماعي للمعلومات. فبدلاً من تلقي معلوماتنا بشكل مباشر من حراس البوابات المؤسسية، والذين كانوا ملتزمين جوهرياً بتلبية المعايير التحريرية رغم التنفيذ المعيب أحياناً كثيرة؛ فإننا نحصل على المعلومات اليوم عبر التبادل بين الأقران.

٣- انفصال القصص الإخبارية الفردية عن مصدرها. في السابق؛ كان بوسع القراء أن يميزوا بسهولة بين المصادر غير الجديرة بالثقة، مثل الصحف الصفراء المثيرة، والمصادر الجديرة بالثقة كالصحف المحلية والوطنية الراسخة.

٤- عدم الكشف عن هوية منشئ المعلومات

وموزعها. إذ لا تفتقر الأخبار على الإنترنت غالباً إلى المصدر فحسب، بل وأيضاً إلى التاريخ واسم الكاتب.

٥- تنسم بيئة المعلومات اليوم بالطابع الشخصي؛ فخلافاً لنظرائهم في الصحافة المطبوعة، أو الإذاعة، أو حتى التلفزيون، يستطيع منشئ المحتوى على الإنترنت اختبار البدائل وتكييف رسائل لحظية موجهة بشكل دقيق

٦- منصات التواصل بدأت بالافتقار إلى البيانات على تقويض الاستجابات لانتشار التضليل المعلوماتي والدعاية الكاذبة، ناهيك عن الاستقطاب السياسي والقبلي التي تتغذى عليه.

- ان طوفان المعلومات الخاطئة عبر الإنترنت وغير المتصلة يزيد من تبادل الأفكار التي تعتمد عليها الديمقراطيات. تتكاثر الأخبار المزيفة ونظريات المؤامرة والبوتات الاجتماعية الخادعة ، مما يسهل التلاعب بالرأي العام. تتطلب مكافحة المعلومات الخاطئة أثناء حماية حرية التعبير التعاون بين الصناعة والصحافة والأوساط الأكاديمية