



## التضليل الإعلامي في أوقات النزاع: تحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الاخبار الزائفة حول الصراع الإيراني - الأمريكي

م. منتصر عايد عبيس

جامعة القاسم الخضراء/ كلية التقانات الاحيائية

[Muntasser.ayyed@biotech.uoqasim](mailto:Muntasser.ayyed@biotech.uoqasim)

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى تحليل ظاهرة التضليل الإعلامي في أوقات النزاع مع التركيز على دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الأخبار الزائفة خلال الصراع الإيراني- الأمريكي بوصفه نموذجًا للحروب المعلوماتية المعاصرة. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي إلى جانب منهج تحليل المحتوى لعينة من المنشورات الرقمية المتداولة على منصات مثل فيسبوك وX تويتر سابقا وتيك توك خلال فترات التصعيد السياسي والعسكري. تسعى الدراسة إلى الكشف عن أنماط الأخبار الزائفة وآليات انتشارها والجهات الفاعلة في إنتاجها وترويجها. وقد أظهرت النتائج أن المحتوى المضلل ينتشر بوتيرة أسرع من الأخبار الصحيحة نتيجة اعتماده على الإثارة العاطفية وتضخيم الأحداث فضلًا عن دور الخوارزميات الرقمية في تعزيز انتشاره. كما بينت الدراسة أن الحسابات الوهمية والبوتات الرقمية تؤدي دورًا مهمًا في إعادة إنتاج التضليل وتوسيعه في حين يسهم الذكاء الاصطناعي في إنتاج محتوى مزيف عالي الجودة يصعب التحقق منه. وتخلص الدراسة إلى أن التضليل الإعلامي يمثل أداة استراتيجية في إدارة الصراعات الحديثة، ويوصي البحث بضرورة تعزيز التربية الإعلامية، وتطوير أدوات التحقق الرقمي ورفع مستوى الوعي لدى الجمهور لمواجهة هذه الظاهرة المتنامية.

**الكلمات المفتاحية:** التضليل الإعلامي, الاخبار الزائفة, الاعلام الرقمي, الحرب المعلوماتية, الصراع الإيراني-الأمريكي.

### **Media Misinformation in Times of Conflict: An Analysis of the Role of Social Media in Spreading Fake News about the Iranian-American Conflict**

L. Montaser Ayed Abis

Al-Qasim Green University / College of Biotechnology

#### **Abstract**

This study examines the phenomenon of misinformation during times of conflict, focusing on the role of social media platforms in spreading fake news in the context of the U.S.–Iran conflict as a model of contemporary information warfare. The research adopts a descriptive-analytical approach alongside content analysis of a sample of digital posts circulated on platforms such as Facebook, X, and TikTok during periods of political and military escalation. The study aims to identify patterns of fake news, mechanisms of dissemination, and the key actors involved in producing and amplifying misleading content. The findings indicate that false information spreads faster than accurate news due to its emotional appeal and sensational framing, in addition to the role of platform algorithms in amplifying engagement-driven content. The study also reveals that fake accounts and automated bots play a significant role in reproducing and expanding misinformation, while artificial intelligence technologies contribute to generating highly convincing fabricated media that is difficult to verify. The research concludes that misinformation has become a strategic tool in modern



conflicts and recommends enhancing media literacy, improving digital verification tools, and raising public awareness to counter this growing threat  
**Keywords:** Misinformation; Disinformation; Social Media; Fake News; Information Warfare; Conflict Communication; U.S.–Iran.

### المقدمة:

شهدت البيئة الإعلامية في العقود الأخيرة تحولات جذرية بفعل التطور التكنولوجي المتسارع ولا سيما مع بروز الإعلام الرقمي وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت المصدر الرئيس للأخبار والمعلومات لدى شرائح واسعة من الجمهور.

فقد أسهمت هذه المنصات في إحداث نقلة نوعية في عملية الاتصال إذ لم يعد المتلقي مجرد مستهلك للمحتوى بل أصبح منتجاً وناشراً له وهو ما أدى إلى تراجع احتكار المؤسسات الإعلامية التقليدية لصناعة الأخبار.

غير أن هذا التحول على الرغم من إيجابياته أفرز تحديات عميقة من أبرزها تصاعد ظاهرة التضليل الإعلامي وانتشار الأخبار الزائفة خصوصاً في أوقات الأزمات والنزاعات.

وفي سياق النزاعات الدولية لم تعد الحروب تقتصر على المواجهات العسكرية المباشرة بل امتدت لتشمل أبعاداً إعلامية ونفسية وثقافية فيما يُعرف بالحروب الهجينة أو الحروب المعلوماتية حيث تُستخدم المعلومات بوصفها أداة استراتيجية للتأثير في الرأي العام وإرباك الخصم وصناعة تصورات معينة تخدم أهدافاً سياسية أو عسكرية.

وفي هذا الإطار تبرز مواقع التواصل الاجتماعي كبيئة خصبة لانتشار التضليل الإعلامي نظراً لما تتميز به من سرعة تداول، واتساع نطاق الوصول، وضعف آليات التحقق والمراجعة.

ويُعد الصراع الإيراني-الأمريكي نموذجاً معاصراً بارزاً لهذا النوع من الحروب، حيث يتداخل البعد السياسي والعسكري مع النشاط الإعلامي المكثف الذي يتضمن حملات دعائية ونشر معلومات مضللة وتوظيف الأخبار الزائفة لتحقيق مكاسب استراتيجية.

فقد شهدت فترات التصعيد بين الطرفين تدفقاً كبيراً للمحتوى الرقمي الذي تراوح بين أخبار حقيقية وأخرى مفبركة، ما خلق حالة من الضبابية المعلوماتية لدى الجمهور وأضعف القدرة على التمييز بين الحقيقة والزيف.

وتكمن خطورة الأخبار الزائفة في قدرتها على الانتشار السريع والتأثير العميق إذ غالباً ما تعتمد على الإثارة العاطفية وتستثمر في المخاوف والتوترات القائمة مما يجعلها أكثر قابلية للتداول والمشاركة.

كما أن تطور تقنيات الذكاء الاصطناعي مثل توليد الصور والفيديوهات المفبركة أسهم في زيادة تعقيد الظاهرة، حيث أصبح من الصعب على المستخدم العادي التحقق من مصداقية المحتوى.

من هنا تبرز أهمية دراسة التضليل الإعلامي في سياق النزاعات ولا سيما من خلال تحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في إنتاجه ونشره وفهم الآليات التي تقف وراء انتشاره والآثار التي يتركها على الرأي العام. ويسعى هذا البحث إلى معالجة هذه الإشكالية من خلال دراسة تطبيقية على الصراع الإيراني-الأمريكي، بهدف تقديم فهم علمي معمق لهذه الظاهرة، والمساهمة في تطوير استراتيجيات فعالة للحد منها وتعزيز الوعي الإعلامي في المجتمع.



وعليه فإن هذا البحث ينطلق من فرضية أساسية مفادها أن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد مجرد أدوات لنقل المعلومات بل أصبحت فاعلاً رئيسياً في تشكيلها وإعادة إنتاجها بما في ذلك المعلومات المضللة الأمر الذي يستدعي إعادة النظر في طبيعة الإعلام المعاصر ودوره في أوقات النزاع.

### مشكلة البحث:

تتبع مشكلة البحث من التصاعد المتزايد لظاهرة التضليل الإعلامي في البيئة الرقمية ولا سيما خلال فترات النزاع السياسي والعسكري حيث أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي ساحة رئيسة لتداول المعلومات بمختلف أشكالها سواء كانت صحيحة أم مضللة.

وفي ظل الصراع الإيراني-الأمريكي برزت كميات هائلة من الأخبار الزائفة والمحتوى المفبرك الذي يُنشر بسرعة فائقة ويصل إلى جمهور واسع دون المرور بعمليات تحقق أو تدقيق مهني.

وتتجلى المشكلة في صعوبة تمييز الجمهور بين الأخبار الصحيحة والزائفة نتيجة اعتماد المحتوى المضلل على أساليب إقناعية وعاطفية فضلاً عن استغلال الخوارزميات الرقمية التي تعزز انتشار المحتوى الأكثر تفاعلاً بغض النظر عن مصداقيته. كما تتفاقم المشكلة مع استخدام الحسابات الوهمية والботات إضافة إلى تقنيات الذكاء الاصطناعي التي تُنتج محتوى يصعب كشف زيفه.

وعليه تتمثل الإشكالية الرئيسية في التساؤل الآتي:

ما دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتعزيز الأخبار الزائفة خلال الصراع الإيراني-الأمريكي؟

وما الآليات التي تسهم في انتشارها وتأثيرها على الرأي العام؟

### أهمية البحث:

#### 1: الأهمية العلمية

تكمن الأهمية العلمية للبحث في كونه يسلم الضوء على ظاهرة معاصرة تتقاطع فيها مجالات الإعلام الرقمي والاتصال السياسي والدراسات الأمنية مما يسهم في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالتضليل الإعلامي والحروب المعلوماتية خاصة في السياق العربي الذي لا يزال بحاجة إلى المزيد من الدراسات التطبيقية في هذا المجال.

#### 2: الأهمية التطبيقية

يسهم البحث في تقديم نتائج يمكن أن تفيد صناع القرار والمؤسسات الإعلامية في فهم آليات انتشار الأخبار الزائفة ووضع استراتيجيات فعالة لمواجهتها والحد من آثارها السلبية على المجتمع.

#### 3: الأهمية المجتمعية

تتبع أهمية البحث من دوره في تعزيز وعي الجمهور بخطورة التضليل الإعلامي وضرورة التحقق من المعلومات قبل تداولها، بما يسهم في بناء مجتمع أكثر وعياً وقدرة على التعامل مع المحتوى الرقمي.

### أهداف البحث:

يسعى هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أبرزها:

- تحليل طبيعة الأخبار الزائفة المتداولة خلال الصراع الإيراني-الأمريكي.
- الكشف عن دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتضخيم التضليل الإعلامي.



- تحديد الآليات التقنية والاجتماعية التي تسهم في انتشار الأخبار الزائفة.
- التعرف على الجهات الفاعلة في إنتاج المحتوى المضلل وترويجه.
- تقييم تأثير الأخبار الزائفة على الرأي العام خلال فترات النزاع.
- تقديم توصيات علمية وعملية للحد من ظاهرة التضليل الإعلامي.

### فرضيات البحث:

ينطلق البحث من مجموعة من الفرضيات التي سيتم اختبارها وهي:

- ✓ توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المحتوى العاطفي وسرعة انتشار الأخبار الزائفة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ تسهم الخوارزميات الرقمية في تعزيز انتشار المحتوى المضلل مقارنة بالمحتوى الإخباري التقليدي.
- ✓ تلعب الحسابات الوهمية والботات دورًا رئيسًا في تضخيم الأخبار الزائفة خلال الصراعات السياسية.
- ✓ تزداد قابلية الجمهور لتصديق الأخبار الزائفة في أوقات النزاع مقارنة بالأوقات العادية.
- ✓ يسهم استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في زيادة صعوبة التحقق من مصداقية المحتوى الرقمي.

### الفصل الأول:

#### الإطار النظري:

يمثل الإطار النظري الركيزة الأساسية التي ينطلق منها البحث في تفسير ظاهرة التضليل الإعلامي في البيئة الرقمية ولا سيما في سياق النزاعات الدولية.

ويستند هذا الإطار إلى مجموعة من المفاهيم والنظريات التي تسهم في فهم طبيعة الأخبار الزائفة وآليات انتشارها وتأثيرها في الرأي العام (عبد الحميد 2015).

#### أولاً: مفهوم التضليل الإعلامي

يُعد التضليل الإعلامي (Disinformation) أحد أبرز التحديات التي تواجه الإعلام المعاصر ويُعرّف بأنه نشر معلومات كاذبة أو مضللة بشكل متعمد بهدف التأثير في إدراك الجمهور وتوجيه سلوكه (Wardle & Derakhshan, 2017).

ويختلف التضليل عن المعلومات الخاطئة (Misinformation) التي قد تُنشر دون قصد في حين يرتبط التضليل بنية مسبقة لتحقيق أهداف سياسية أو أيديولوجية (مكاوي 2018).

كما يُستخدم مصطلح "الأخبار الزائفة" (Fake News) للإشارة إلى محتوى إخباري مُفبرك يُصاغ بطريقة تحاكي الأسلوب الصحفي لكنه يفتقر إلى المصداقية والدقة (Tandoc et al., 2018).

وقد أصبحت هذه الظاهرة أكثر انتشارًا مع تطور الإعلام الرقمي حيث انخفضت كلفة إنتاج المحتوى وأصبح بإمكان أي فرد نشر المعلومات دون رقابة مهنية.

#### ثانياً: خصائص التضليل الإعلامي في البيئة الرقمية:

تتسم ظاهرة التضليل الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص تجعلها أكثر تعقيداً وخطورة مقارنة بالإعلام التقليدي ومن أبرز هذه الخصائص:

أ. السرعة الفائقة في الانتشار:



تتيح المنصات الرقمية تداول المعلومات بشكل لحظي مما يؤدي إلى انتشار الأخبار الزائفة بسرعة تفوق الأخبار الصحيحة، خاصة في ظل غياب آليات التحقق الفوري (Vosoughi et al., 2018).

ب. التفاعلية والمشاركة:

تعتمد مواقع التواصل على مبدأ التفاعل (الإعجاب، التعليق، المشاركة) مما يسهم في إعادة إنتاج المحتوى المضلل وتوسيعه عبر شبكات المستخدمين (حسن سامي 2020).

ح. الخوارزميات الرقمية:

تلعب الخوارزميات دورًا محوريًا في تحديد المحتوى الذي يظهر للمستخدم، حيث تميل إلى تعزيز المحتوى الأكثر تفاعلًا، بغض النظر عن مصداقيته (Pariser, 2011).

ج. انخفاض كلفة الإنتاج:

أصبح إنتاج المحتوى الرقمي بما في ذلك المحتوى المضلل، متاحًا بتكاليف منخفضة، مما أدى إلى زيادة حجم المعلومات المتداولة.

ثالثًا: نظريات تفسير التضليل الإعلامي:

### 1. نظرية وضع الأجندة (Agenda Setting Theory)

تفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تخبر الجمهور بما يفكر به بل بما يجب أن يفكر فيه من خلال تحديد أولويات القضايا المطروحة (McCombs & Shaw, 1972).

وفي سياق التضليل الإعلامي يمكن أن تسهم الأخبار الزائفة في توجيه اهتمام الجمهور نحو قضايا أو أحداث غير دقيقة.

### 2. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (Media Dependency Theory)

ترى هذه النظرية أن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام يزداد في أوقات الأزمات، مما يجعلهم أكثر تأثرًا بالمحتوى الإعلامي (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). وفي ظل النزاعات يلجأ الجمهور إلى مواقع التواصل للحصول على المعلومات، مما يزيد من احتمالية تعرضهم للتضليل.

رابعاً: الإعلام الرقمي كأداة للحروب المعلوماتية:

أصبحت وسائل الإعلام الرقمية جزءًا أساسيًا من استراتيجيات الصراع بين الدول، حيث تُستخدم لنشر روايات معينة والتأثير في الرأي العام المحلي والدولي. ويُطلق على هذا النوع من الصراع الحرب المعلوماتية التي تعتمد على توظيف المعلومات كأداة للهيمنة والتأثير (Bennett & Livingston, 2020).

وفي هذا السياق، يتم استخدام الأخبار الزائفة لتحقيق أهداف متعددة، مثل:

- ❖ إضعاف ثقة الجمهور بالمؤسسات
- ❖ نشر الخوف والارتباك
- ❖ التأثير في القرارات السياسية

خامساً: دور الذكاء الاصطناعي في التضليل الإعلامي:



أدى التطور السريع في تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى ظهور أدوات متقدمة لإنتاج المحتوى الرقمي مثل الصور والفيديوهات المُولدة (Deepfake) التي يمكن استخدامها في التضليل الإعلامي (العاني 2021).

وتتميز هذه التقنيات بقدرتها على إنتاج محتوى يبدو واقعياً مما يزيد من صعوبة اكتشافه (Chesney & Citron, 2019). كما تسهم خوارزميات التعلم الآلي في تعزيز انتشار المحتوى المضلل، من خلال تحليل سلوك المستخدمين وتقديم محتوى يتوافق مع اهتماماتهم مما يؤدي إلى تكوين ما يُعرف بـ"فقاعات الترشيح" (Filter Bubbles) (Pariser, 2011).

### سادساً: التضليل الإعلامي في سياق الصراع الإيراني-الأمريكي:

يُعد الصراع الإيراني-الأمريكي من أبرز الأمثلة على توظيف الإعلام الرقمي في النزاعات الدولية حيث يترافق التصعيد السياسي والعسكري مع نشاط إعلامي مكثف يتضمن حملات تضليل إعلامي منظمة (الشمرى 2022).

وتتضمن هذه الحملات:

- نشر صور وفيديوهات مفبركة
- إعادة استخدام محتوى قديم في سياق جديد
- تداول شائعات حول أحداث أو شخصيات سياسية

ويهدف هذا النوع من التضليل إلى التأثير في الرأي العام سواء على المستوى المحلي أو الدولي وإعادة تشكيل السرديات المرتبطة بالصراع.

### الفصل الثاني:

#### الإطار المنهجي للدراسة:

يعد الإطار المنهجي من الركائز الأساسية في البحث العلمي إذ يحدد الآليات والإجراءات التي تم اعتمادها لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها بما يضمن الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة.

وفي هذا البحث، تم اختيار منهجية علمية تتناسب مع طبيعة الموضوع المرتبط بتحليل ظاهرة التضليل الإعلامي في البيئة الرقمية خلال النزاعات.

#### أولاً: منهج البحث:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لكونه من أكثر المناهج ملاءمة لدراسة الظواهر الإعلامية المعاصرة إذ يتيح وصف الظاهرة محل الدراسة وتحليلها بشكل علمي منظم ومن ثم تفسير العلاقات بين متغيراتها (Creswell, 2014).

كما تم توظيف منهج تحليل المحتوى (Content Analysis) بوصفه أداة رئيسة لتحليل البيانات، حيث يُعد من الأساليب المنهجية المهمة في دراسة الرسائل الإعلامية ويهدف إلى تحليل مضمون المحتوى الإعلامي بشكل كمي وكيفي للكشف عن أنماطه ودلالاته (Krippendorff, 2018).

#### ثانياً: مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع البحث في جميع المنشورات الرقمية المرتبطة بالصراع الإيراني-الأمريكي والمتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولا سيما المنصات الأكثر استخداماً وانتشاراً مثل:

فيسبوك و X (تويتر سابقاً) و تيك توك



وقد تم اختيار هذا المجتمع نظراً لدوره المحوري في إنتاج وتداول المعلومات خلال النزاعات فضلاً عن كونه البيئة الأكثر عرضة لانتشار الأخبار الزائفة.

#### ثالثاً: عينة البحث:

تم اعتماد العينة القصدية (Purposive Sample)، حيث تم اختيار (15) منشوراً رقمياً تمثل نماذج متنوعة من المحتوى المتداول خلال فترات تصاعد التوتر بين إيران والولايات المتحدة.

#### شروط اختيار العينة:

- ❖ أن يكون المنشور متعلقاً بالصراع الإيراني-الأمريكي
- ❖ أن يحتوي على معلومات مشكوك في صحتها أو تم التحقق من كونها مضللة
- ❖ أن يكون قد حقق تفاعلاً ملحوظاً (إعجابات، مشاركات، تعليقات)

وتُعد العينة القصدية مناسبة لمثل هذه الدراسات، لأنها تتيح التركيز على الحالات الأكثر تمثيلاً للظاهرة (Patton, 2002).

#### رابعاً: وحدة التحليل:

تمثلت وحدة التحليل في "المنشور الرقمي"، سواء كان: نصاً او صورة او فيديو وذلك بهدف تحليل مختلف أشكال المحتوى المضلل وتحديد خصائصه.

وقد تم تصميم الأداة بالاستناد إلى الأدبيات السابقة في مجال تحليل المحتوى الإعلامي (Neuendorf, 2017).

#### الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية وتحليل البيانات

يُعنى هذا الفصل بعرض النتائج التطبيقية للدراسة من خلال تحليل عينة من المنشورات الرقمية المرتبطة بالصراع الإيراني-الأمريكي، بهدف الكشف عن أنماط التضليل الإعلامي وآليات انتشاره عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

#### أولاً: وصف العينة

اعتمدت الدراسة عينة قصدية مكونة من (15) منشوراً رقمياً تم اختيارها بعناية من منصات (فيسبوك، X، تيك توك)، خلال فترات تصاعد التوتر بين إيران والولايات المتحدة، لا سيما بعد أحداث بارزة مثل اغتيال قاسم سليمان (2020) والتوترات العسكرية المتكررة.

#### توزيع العينة

النسبة	العدد	نوع المحتوى
33%	5	نصوص
33%	5	فيديو
33%	5	بيانات وتصريحات
100%	15	المجموع

#### ثانياً: جدول عرض النماذج التطبيقية

#### جدول (1) نماذج من منشورات محل التحليل



وصف المنشور	المنصة	طبيعة التضليل
خبر عن استهداف قاعدة أمريكية في الخليج	X	غير مؤكد
مقطع قصف ينسب الى ايران (قديم)	فيسبوك	إعادة توظيف
تصريح منسوب الى مسؤول امريكي	X	مفبرك
شائعة عن وفاة مسؤول إيراني	فيسبوك	زائف
انفجار في منشأة نووية (مولد)	تيك توك	ذكاء اصطناعي
بيان عسكري غير رسمي	X	مضلل
تهديد عسكري من حساب مجهول	فيسبوك	دعائي
استعراض صواريخ (قديم)	X	إعادة توظيف
تصريح منسوب الى الحرس الثوري	تيك توك	غير موثوق
خبر عن اسقاط طائرة أمريكية	X	زائف
لقطات حرب من دولة أخرى	فيسبوك	تضليل بصري
بيان اعلامي غير رسمي	X	مضلل
خبر عن تعبئة عامة في ايران	فيسبوك	مبالغ فيه
هجوم بحري مزعوم	تيك توك	مفبرك
تصريح سياسي ملفق	X	زائف

ثالثاً: تحليل البيانات الكمي

جدول (2) أنواع التضليل الإعلامي

نوع التضليل	التكرار	النسبة
محتوى زائف	6	40%
إعادة توظيف	4	27%
مضلل جزئي	3	20%
محتوى مولد (AI)	2	13%

التحليل

❖ تشير النتائج في الجدول أعلاه الى ان نسبة المحتوى الزائف تشكل النسبة الأكبر مما يعكس اعتماد الجهة او الجهات الناشرة على فبركة الاخبار بشكل مباشر.

جدول (3) مصدر المنشورات

المصدر	التكرار	النسبة
حسابات مجهولة	8	53%
صفحات إعلامية	4	27%
مصادر شبة رسمية	3	20%

تحليل

❖ في الجدول رقم (3) تظهر النتائج ان الحسابات المجهولة التي تنشر الاخبار تمثل المصدر الرئيسي للتضليل الإعلامي.

رابعاً : التحليل الكيفي للنماذج

1. نماذج النصوص



أظهرت المنشورات النصية اعتمادًا كبيرًا على:

- الإثارة العاطفية
- استخدام لغة تهديدية
- غياب المصادر الرسمية

مثال: منشور حول إسقاط طائرة أمريكية دون أي دليل لكنه انتشر بشكل واسع بسبب طابعه الصادم.

## 2. نماذج الفيديو

تميزت الفيديوهات بـ:

- إعادة استخدام محتوى قديم
- إخراج سياقي مضلل
- استخدام مؤثرات بصرية

مثال: فيديو قصف قديم أُعيد نشره على أنه حدث جديد ما أدى إلى تضليل الجمهور.

## 3. نماذج البيانات والتصريحات

اتسمت :

- انتحال صفة جهات رسمية
- صياغة بأسلوب إعلامي احترافي
- استهداف الرأي العام

مثال: بيان منسوب للحرس الثوري دون نشره عبر القنوات الرسمية.

## خامساً: مناقشة النتائج التطبيقية:

تكشف النتائج أن التضليل الإعلامي في الصراع الإيراني-الأمريكي يعتمد على مزيج من الأساليب التقليدية والحديثة، حيث يتم توظيف النصوص المثيرة والفيديوهات المفبركة والبيانات المزيفة لتحقيق أهداف إعلامية وسياسية.

وهذا ما تؤكد النتائج الى ان:

- سرعة النشر تتفوق على التحقق
- الجمهور يسهم في إعادة نشر المحتوى
- المنصات الرقمية تعزز الانتشار عبر الخوارزميات

سادساً: ربط النتائج بالإطار النظري

تتفق النتائج مع:

- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام (زيادة الاعتماد وقت الأزمات)
- نظرية الانتشار (انتقال المعلومات عبر الشبكات الاجتماعية)

الخلاصة:



أثبتت الدراسة التطبيقية أن مواقع التواصل الاجتماعي تلعب دورًا حاسمًا في نشر الأخبار الزائفة خلال النزاعات وأن التضليل الإعلامي لم يعد ظاهرة عشوائية بل أصبح عملية منظمة تستخدم أدوات تقنية متقدمة مما يستدعي تطوير آليات فعالة لمواجهته.

#### الفصل الرابع:

#### الاستنتاجات والتوصيات

يُعد هذا الفصل خلاصة تحليلية لنتائج الدراسة النظرية والتطبيقية، حيث يتضمن أهم الاستنتاجات التي توصل إليها البحث إضافةً إلى مجموعة من التوصيات العملية التي تسهم في الحد من ظاهرة التضليل الإعلامي في أوقات النزاع مع التركيز على البيئة الرقمية المعاصرة.

#### الاستنتاجات

#### ❖ تصاعد ظاهرة التضليل الإعلامي في بيئات النزاع

أظهرت نتائج الدراسة أن فترات النزاع تمثل بيئة خصبة لانتشار الأخبار الزائفة

تزداد الحاجة إلى المعلومات السريعة ما يؤدي إلى انخفاض مستوى التحقق من صحتها

وهو ما يتفق مع ما أشار إليه (Wardle & Derakhshan, 2017) حول بيئة “اضطراب المعلومات”.

#### ❖ دور مواقع التواصل الاجتماعي في تسريع انتشار الأخبار الزائفة

بيّنت النتائج أن منصات مثل فيسبوك و X وتيك توك تسهم بشكل كبير في نشر المعلومات المضللة نتيجة اعتمادها على خوارزميات تعزز التفاعل وليس الدقة (Allcott & Gentzkow, 2017).

#### ❖ هيمنة المحتوى العاطفي على حساب المحتوى الموضوعي

اتضح أن الأخبار ذات الطابع العاطفي أو الصادم تنتشر بشكل أسرع مما يعكس ما يسمى بـ“اقتصاد الانتباه” حيث يتم استغلال المشاعر لتوسيع نطاق الانتشار (Vosoughi et al., 2018).

#### ❖ دور الحسابات الوهمية والботات

أثبت التحليل أن الحسابات غير الحقيقية تسهم بشكل كبير في إعادة نشر المحتوى المضلل وتضخيمه مما يخلق وهمًا زائفًا بالشعبية والموثوقية (Ferrara et al., 2016).

#### ❖ تأثير الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى المضلل

أسهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في إنتاج فيديوهات وصور مزيفة (Deepfakes)، يصعب كشفها مما يزيد من خطورة التضليل الإعلامي (Chesney & Citron, 2019).

#### ❖ ضعف الوعي الإعلامي لدى الجمهور

أظهرت النتائج أن جزءًا كبيرًا من الجمهور لا يمتلك المهارات الكافية للتحقق من صحة المعلومات مما يجعله عرضة للتأثر بالأخبار الكاذبة.

#### ❖ الاستغلال السياسي للتضليل الإعلامي



تُستخدم الأخبار الزائفة كأداة ضمن الحرب النفسية والإعلامية بين الأطراف المتنازعة بهدف التأثير على الرأي العام وزعزعة الاستقرار (Tandoc et al., 2018).

#### التوصيات:

##### ✓ تعزيز التربية الإعلامية

ينبغي إدخال مفاهيم التربية الإعلامية ضمن المناهج التعليمية لما لها من دور في تمكين الأفراد من تحليل المحتوى الرقمي وتمييز الأخبار الزائفة (Hobbs, 2010).

##### ✓ . تطوير أدوات التحقق الرقمي

يجب دعم المؤسسات الإعلامية والأكاديمية بأدوات تقنية متقدمة للتحقق من صحة الأخبار مثل:

أدوات كشف الصور المزيفة وبرامج تحليل الفيديو وتقنيات التحقق من المصادر

##### ✓ . تعزيز دور المنصات الرقمية

ينبغي على شركات التكنولوجيا مثل

(Meta و Twitter) (X)

تطوير سياسات أكثر صرامة للحد من انتشار الأخبار الزائفة من خلال:

تقليل انتشار المحتوى المشكوك فيه وتعزيز خوارزميات التحقق وإزالة الحسابات الوهمية

##### ✓ دعم الإعلام المهني

تعزيز دور المؤسسات الإعلامية المهنية في تقديم محتوى موثوق والالتزام بمعايير الدقة والشفافية مما يعزز الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام (McQuail, 2010).

##### ✓ . رفع وعي الجمهور

تنظيم حملات توعوية تستهدف:

طلبة الجامعات

مستخدمي مواقع التواصل

المؤسسات التعليمية

بهدف تعليمهم كيفية التحقق من الأخبار وعدم الانجرار وراء الشائعات.

##### ✓ . سن تشريعات وقوانين

ضرورة وضع قوانين واضحة تجرم نشر الأخبار الكاذبة خاصة في أوقات النزاعات مع ضمان عدم المساس بحرية التعبير.

##### ✓ . تشجيع البحث العلمي

العمل على دعم الدراسات الأكاديمية التي تتناول:



التضليل الإعلامي

الحروب المعلوماتية

الإعلام الرقمي

لتطوير فهم أعمق لهذه الظاهرة المتنامية.

### الخاتمة :

يُعد التضليل الإعلامي أحد أخطر التحديات التي تواجه المجتمعات الحديثة خاصة في ظل التطور الهائل في تقنيات الاتصال الرقمي.

وقد أثبتت هذه الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل بيئة مثالية لانتشار الأخبار الزائفة خلال النزاعات مما يستدعي تضافر الجهود بين المؤسسات الإعلامية والحكومات، والأفراد للحد من هذه الظاهرة.

قائمة المصادر

- 1-المصعب الحميد، محمد. (2015). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
- 2-مكاوي، حسن عماد، والسيد، ليلي حسين. (2018). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- 3-حسن، سامي عبد الله. (2020). التضليل الإعلامي في عصر الإعلام الرقمي. مجلة البحوث الإعلامية، 52(1)، 45-78.
- 4-العاني، أحمد بن محمد. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات أثناء الأزمات. مجلة الدراسات الإعلامية، 10(2)، 115-140.
- 5-الشمري، خالد بن فهد. (2022). الإعلام الرقمي وتشكيل الرأي العام في ظل الأزمات السياسية. مجلة الإعلام المعاصر، 14(3)، 77-102. ادر العربية:

المصادر الأجنبية:

- 1- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236.
- 2-Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3(1), 3–21.
- 3-Bennett, W. L., & Livingston, S. (2020). *The disinformation age: Politics, technology, and disruptive communication in the United States*. Cambridge University Press.
- 4-Chesney, R., & Citron, D. (2019). Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security. *California Law Review*, 107(6), 1753–1820.



- 5-Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed .methods approaches (4th ed.). SAGE Publications
- 6-Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). Designing and conducting .mixed methods research (3rd ed.). SAGE Publications
- 7-Ferrara, E., Varol, O., Davis, C., Menczer, F., & Flammini, A. (2016). The .rise of social bots. *Communications of the ACM*, 59(7), 96–104
- 8-Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media .effects* (pp. 43–67). Lawrence Erlbaum Associates
- 9-Hobbs, R. (2010). Digital and media literacy: A plan of action. Aspen .Institute
- 10-Krippendorff, K. (2018). Content analysis: An introduction to its .methodology (4th ed.). SAGE Publications
- 11-Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., et al. (2018). The science of fake .news. *Science*, 359(6380), 1094–1096
- 12-McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of .mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187
- 13-Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”. *Digital .Journalism*, 6(2), 137–153
- 14-Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an .interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe