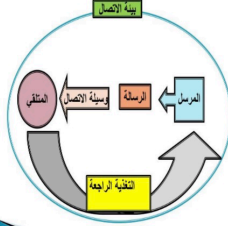


## العملية الاتصالية .... العناصر .... الأنماط

كيف تتم العملية الاتصالية : تتم بتوافر  
عناصر العملية الاتصالية ....



### الأسئلة الستة..

1. من..من الذي لعب الدور في وقوع الحدث.
2. متى..زمن وقوع الحدث.
3. أين..مكان وقوع الحدث.
4. ماذا..ماذا حدث.
5. كيف..تفاصيل الحدث.
6. لماذا..أولويات أو خلفيات الحدث.

## أهداف أنماط الاتصال



## أهداف أنماط الاتصال



## أهداف أنماط الاتصال



## أهداف أنماط الاتصال



## أهداف أنماط الاتصال



ميز بين المادة المعروضة امامك .... ضمن أي الأنماط الاتصالية تقع ؟

**فساد مالي وإداري في الدورة الحالية لمعرض !!!!!!!!!!!!!**

النهار/ خاص:

انطلقت فعاليات معرض ..... الجديد بشكلها الخجول والبسيط تصاحبة موجات فساد ادارية ومالية كبيرة تجعل من هذا الصرح مكانا موبوء بكل ماهو سيء والنهار تذكر معالي وزير ..... بان ارض معرض ..... قد بيعت بالكامل وباسعار رخيصة جدا لشخصيات منتفذه ومافيات فساد وسبق بان طالبنا معاليه بضرب الفاسدين بيد من فولاذ وحديد وتكرر مطالبتنا اليوم ومرارا وتكرارا الى ان يحق الحق

الإجابة في الشريحة التالية

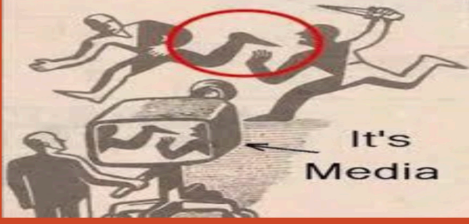
المحتوى المقدمة يقع ضمن نمط الاتصال الدعائي وذلك واضح من خلال التفاصيل الآتية :

1. عنوان المحتوى (المادة) يصدر الكاتب من خلاله حكماً مطلقاً بالفساد وهذا غير جائز في الأخبار الإعلامية
2. لم يذكر أي دليل يثبت صحة الاتهامات الموجهة بالفساد
3. غياب الكاتب الأسئلة الستة الأساسية في كتابة الخبر مبتعداً عن عناصر الخبر ومعاييره
4. استخدام الأسلوب الإنشائي في كتابة المحتوى ولم يعالج الموضوع إعلامياً إذ استخدم الكاتب عبارات (كبيرة - يد من فولاذ وحديد- يحق الحق)
5. لم يبين مصدر معلوماته ، ولا من أين حصل على المعلومات
6. هدف المحتوى التشويه والإساءة إلى الشخصية المذكورة ليس إلا ، وهذا واضح من خلال المفردات وغياب عناصر الخبر والدقة والصدق

وبذلك نصنف هذا المحتوى ضمن الدعاية

## التضليل الإعلامي

د. بريق حسين جمعة الربيعي



### مقدمة

لعل كثيراً منا سمع هذا النوع من العبارات في الماضي القريب: نحن في زمن الانكشاف المعلوماتي، لا شيء يمكن إخفاؤه في عصر الصورة، تمرير الكذب بات صعباً مع ثورة الاتصالات وتكاثر وسائل الإعلام، لا يمكن حجب المعلومة في عصرنا. راجت هذه العبارات وغيرها، مع الدهشة التي رافقت التقدم التقني، وزيادة عدد الفضائيات، وتوسع شبكة الإنترنت، وسهولة الاتصال بالعالم، ومنطلق هذه العبارات كلها، بتلخص في إيمان من يرددها بنهاية عصر الأكاذيب والضحك على الذقون، وتقليدية الإعلام الرسمي، بفعل الاتصالات المتطورة، وعدسات الكاميرات المصونة للمشاهد، من الفضائيات والمواطنين على السواء، حيث يصعب خداع الناس برواية إعلامية في هذه الحالة.

من يتابع الإعلام في السنوات الأخيرة، بشقيه التقليدي والجديد «شبكات التواصل الاجتماعي»، يجد أن العبارات المذكورة كانت حالمة، وبعيدة تماماً عن الواقع؛ فالتطور التقني زاد من إمكانية التضليل والخداع، ولم يقلصها، ولم تعد الشكوى في الأغلب من حجب المعلومات أو إخفائها، بل من سيلها العارم وتضاربيها؛ إذ يعاني المثقفي التدفق الكثيف والمتواصل للمعلومات، ويصبح ضرورياً أن يقوم بفرزها، إذا كان يريد بالفعل الوصول إلى الحقائق، وهو ما يستدعي بذل مجهود كبير في التحقق والتدقيق، وتقديم الشك والتساؤل حول كل معلومة.

أكذب ثم أكذب ثم أكذب حتى يصدقك الناس

كلما كبرت الكذبة كلما سهل تصديقها



## التضليل الإعلامي



**الأخبار المضللة** تتأسس على قصيدة و أغراض تتحقق في سياق معين كما نجد ذلك إبان الحروب و الصراعات التي يوظف فيها هذا النوع من الأخبار بشكل أساسي من أجل انتزاع الانتصار العسكري أو السياسي الذي لا يتحقق إلا بتصديق الجماهير -كما فيها أحد الأطراف المتنازعة- للخبر المزيف.

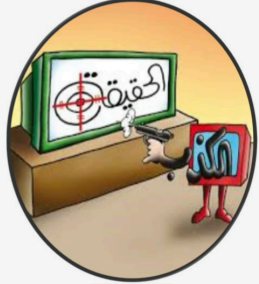
و التضليل يتم عند **معالجة خبر معين بطرق ملتوية** من أجل تحقيق أهداف سياسية قبل تحويل أنظار الجماهير و إستغلال جهلهم بالأشياء. و خير مثال على هذا القول هو دور الأخبار المزيفة في كسب الحروب.

ويتم التضليل عبر خلق أوهم تنشئ في رؤوس المتلقين و تناس لإنتاج قوالب و تمثيلات اجتماعية خطيرة.

مع وجود صراع المصالح الهائل على المستوى العالمي فإن الأخلاقيات تغيب أحياناً، وتحدث بشكل متعمد أنواع من التضليل الإعلامي.

## مفهوم التضليل الإعلامي

مفهوم التضليل الإعلامي هو عرض جزء من الحقيقة أو البناء الخاطئ على حقائق واضحة وثابتة وموثقة وذلك للوصول إلى تحقق الهدف من وجود هذا البناء الخاطئ في المفاهيم أو الخلط بين مفهومين أو أكثر على اعتبار أنها مترادفات لمعنى واحد وذلك في غياب وتغييب مفهوم كل عنصر من عناصر الخليط على حده، فإن كانت وسائل الإعلام قادرة على نشر المعرفة وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم، فإنها تستطيع أيضاً **تزييف الحقائق**، ومن ثم تستطيع أن تفرض على الناس مفاهيم وآراء هابطة مضادة لما يتطلعون إليه من أهداف وقيم اجتماعية سامية.





بعد الحديث عن مفهوم التضييل الإعلامي يوجد العديد من الأهداف التي يسعى إليها القائمون بعملية التضييل الإعلامي، منها **التعظيم على الأخبار الحقيقية**، أو **إخفاء جرائم الحروب**، أو **تهميش القضايا المهمة** و**صرف اهتمام الجماهير** عنها، أو **إحداث تغييرات في سلوك الأفراد** أو **الجماعات** .

**السلبية:** وهي من أهم أهداف التضييل الإعلامي والتي تبدأ بالسلبية الفردية والتي تتحول إلى سلبية جماعية، والتي تجعل أمر قيادة العقول أسهل بكثير من قيادة جماعات إيجابية.

**تعظيم الحقائق:** إن التضييل الإعلامي يختار ما يناسبه من الحقائق، وما يدعم وجوده ويتوافق مع تحقيق أهدافه، ومن ثم يقوم بعرضها وتلميحها لزيادة بريقها.

**تقرير وتبرير وتعزيز الوضع الراهن:** ذلك ما يضمن إظهار الأنظمة بأنها تبذل قصارى جهدها ولا يوجد من يقرب من الجهد المبذول غيرها .



## أنواع التضييل الاعلامي

كيفية القيام بذلك:



1 • التضييل بالانتقائية المتحيزة، التي تنتقى بعض الكلمات والحقائق والإقتباسات والمصادر وتتجاهل الأخرى، وتقوم بالتركيز على حقيقة وإغفال الحقيقة الأخرى المرتبطة بها.

2 • التضييل بالتلاعب بالمعلومات وتركيب الحقائق، بحيث تُعطي معاني وانطباعات معينة، ويتم تفسيرها بشكل معين، يخالف الواقع.

3 • التضييل بإهمال خلفية الأحداث، مما يجعلها ناقصة ومشوهة، ولا يستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها.

4 • التضييل بالمزج والخلط وعدم التمييز بين الأخبار من ناحية الرأي والتحليل والتعليق من ناحية أخرى، فلا يعرف المتلقي هل هذا جزء من الخبر؟ أو هو رأي الصحفي ووجهة نظره.

5 • **التضييل بالعناوين ومقدمات الأخبار المعتمدة على المبالغة والنهويل والغموض والمعلومات الناقصة**، مما لا يتفق أحياناً مع مضمون الخبر أو المادة الصحفية.

6 • **التضييل باستخدام مفردات ومصطلحات معينة** تؤدي إلى إصدار أحكام بالإدانة على المواقف والأشخاص والجماعات والدول، أو تحمل وجهة نظر بالتأييد أو الرفض.

7 • **التضييل بادعاء النوازل الشكلي بسببها**، واختبارين لا غير، مع نغمة إهمال وجهات النظر الأخرى، وتغيب الكثير من الاحتمالات والآراء والحلول.

8 • **التضييل باختيار قصايا ومشكلات رقيقة**، والاعتماد عن قصايا أخرى تهم الجمهور، وتساهم في تشكيل الوعي الصحيح.



9 التضييل باختيار اضعف واسوأ شخصية ممكنة لتمثيل قضية ما في حوار أو حديث إعلامي، لكي يتم إسقاط القضية وتحويلها عبر هذه الشخصية المهزوزة السينة، أو الضعيفة.

10 التضييل بالاحصائيات واستطلاعات الرأي غير الحقيقية، إما أنها لم تحدث أصلاً، أو أنها كانت مخالفة بالأخطاء الإجرائية التي تؤدي إلى خطأ النتائج.

11 التضييل بالصورة، إما في طريقة التقاطها، أو تغيير مضمونها، والتحكم في الألوان، أو إضافة صور لشخص أو شيء أو حذفها، أو يتم الادعاء بأن هذه الصور تمثل الواقع بينما هي مصنعة لتعطى انطباعاً معيناً.

12 لتضييل بتكرار الفكرة الخافتة وترسيخها مهما تكن خافتة، وتعزيز السلوك المنحرف وترسيخه مهما يكن منحرفاً، وذلك بالتكرار المستمر المتواصل حتى تستقر في وعي الجمهور.

## كيف تتجنب التضييل الإعلامي؟

فكيف يستطيع القارئ أو المشاهد تجنب تضييل بعض وسائل الإعلام، سواء كان هذا التضييل غشا متعمداً أو خطأ مهنياً غير مقصود؟ هذه بعض المهارات التي تساعد على ذلك:

### 1. تحلّ بالشك:

يجدر بالعامل ألا ينتلق كل خبر بالتصديق المطلق، خاصة إذا كان خبراً مهماً أو خطيراً، كما أن عليه أن يقدر حجم الاهتمام به والتغطية المرافقة له، وأن يلاحظ مدى منطقيته وانسجامه مع ملامح العصر ومقتضياته، ولا يعني ذلك أن يصاب بـ **يوسايس التشكيك ورهاب الافتراء**.

### 2. تحقق من المصدر

تعتمد كثير من عمليات التضييل الإعلامي على إخفاء مصدر المعلومة أو إبهامه، متهربة من ذكره بالتعميم أو التعميم، كأن تقول "ذكر خبراء" أو "أثبتت دراسات" أو "صرح مسؤولون"، دون أن تسمي هؤلاء الخبراء أو المسؤولين، أو توضح من الذي أجرى هذه الدراسة وأين نشرت؟

فإذا كان الخبر منقولاً مثلاً عن **منظمة الصحة العالمية** أو وزارة خارجية دولة ما، فإنه يكون غالباً منشوراً على موقعها الإلكتروني أو معرفاتها في وسائل التواصل الاجتماعي، وهنا تظهر أهمية أن يكون لك حساب على **تويتر** حتى إن لم تكن من المواطنين على التغريد.