

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية
تخصص: سمعي بصري
رقم التسجيل:

قسم: علوم الإعلام والاتصال
الرقم التسلسلي:



مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ماستر أكاديمي

تخصص: سمعي بصري

دور مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى
دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

إشراف الأستاذة(ة):
✓ سدار رابح

من إعداد الطالبة:
✓ سعادي فاطمة الزهراء

اللقب والاسم	الجامعة	الصفة
- أ/ لرقط	جامعة محمد بوضياف - المسيلة -	رئيسا
- أ/ سدار	جامعة محمد بوضياف - المسيلة -	مشرفا ومقررا
- أ/ بومامي	جامعة محمد بوضياف - المسيلة -	ممتحنا

السنة الجامعية: 2024 / 2023



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and
Student Issues

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2024/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيدة(ة): **سعادتي خاتمة الزهراء**

الصفة(طالب, استاذ باحث, باحث دائم):

209738930

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم:

الصادرة بتاريخ: **2023 م 08** عن دائرة: **بدرية الجامعية**

المسجل(ة) بكلية: **العلوم الإنسانية والاجتماعية** قسم: **علوم العلوم والآداب**

تخصص: **لسمعي بصري** تحت رقم التسجيل:

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج ليسانس، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، اطروحة دكتوراه).

عنوانها: **دور مواقع التواصل الاجتماعي في مواجهة العنف
إعلامي حول ثورة طوفان إلتخصص**

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في
انجاز البحث المذكور اعلاه


المسيلة في:

امضاء المعني(ة):

سعادتي

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 2016-07-28 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية ومكافحتها.






إهداء خاص

إلى كل من:

الأستاذ المشرف " سدار رابع "

الأستاذ المشرف " لرقط حسين "

الأستاذ " نزال عبد الرزاق "



إهداء

إلى:

كل الأرواح الطاهرة لشهداء فلسطين

كل من يؤمن بحب الوطن قولا وعملا

الوالدين الكريمين

كل العائلة الكريمة

كل الزملاء بمكان العمل والذي لديه مكانة خاصة لدي هو يعرفه نفسه جيدا

كل أصدقاء الدراسة من الطفولة إلى غاية هذه المرحلة "ماستر 2 تخصص سمعي

بصري"

دفعه 2023 / 2024.

سماوي فاطمة الزهراء



فهرس المحتويات

جدول المحتويات

01	إهداء خاص :
02	إهداء :
03	قائمة الجداول :
1	مقدمة:
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
07	الإشكالية:
09	أهداف الدراسة:
10	مجالات الدراسة:
11	أهمية الدراسة:
12	أسباب اختيار الموضوع:
13	نوع الدراسة والمنهج المستخدم بها:
17	أداة جمع البيانات:
21	اختيار مجتمع البحث وتحديد العينة:
24	تحديد المصطلحات والمفاهيم:
48	الدراسات السابقة:
61	صعوبات الدراسة:
62	خلاصة الفصل:
	الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة
64	المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي:
65	المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها:
69	المطلب الثاني: النشأة التاريخية لمواقع التواصل الاجتماعي والعوامل المساعدة على بروزها
74	المطلب الثالث: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي:
78	المطلب الرابع: دوافع وغايات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والخدمات التي تقدمها.....
84	المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي.....
96	المطلب السادس: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي.....
99	المطلب السابع: نماذج لمواقع التواصل الاجتماعي.....
103	خلاصة المبحث:
104	المبحث الثاني: التضليل الإعلامي.....
105	المطلب الأول: ماهية التضليل الإعلامي وخصائصه.....

114	المطلب الثاني: أشكال وأساليب التضليل الإعلامي.....
138	المطلب الثالث: وسائل التضليل الإعلامي.....
141	لمطلب الرابع: أهداف ممارسي التضليل الإعلامي.....
147	المطلب الخامس: مخاطر التضليل الإعلامي وكيفية المواجهة.....
161	المطلب السادس: علاقة التضليل الإعلامي بـ:.....
	1- وسائل الإعلام التقليدية
	2- مواقع التواصل الاجتماعي
167	المطلب السابع: أمثلة عن التضليل الإعلامي.....
172	خلاصة المبحث:.....
173	المبحث الثالث: فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى.....
173	المطلب الأول: ماهية ثورة طوفان الأقصى.....
176	المطلب الثاني: أطراف ثورة طوفان الأقصى وجذورها التاريخية.....
184	المطلب الثالث: الخلفيات والأسباب.....
186	المطلب الرابع: تداعيات ثورة طوفان الأقصى.....
	المطلب الخامس: أبرز مظاهر فعالية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى
196	خلاصة المبحث.....
	الفصل الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة
199	المبحث الأول: عرض وتحليل ومناقشة الجداول.....
220	المبحث الثاني: نتائج الدراسة.....
223	المبحث الثالث: إثبات أو نفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة.....
	المبحث الرابع: النتائج العامة للدراسة في ضوء الإجابة عن التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية:
226	خلاصة الفصل.....
228	خاتمة.....
233	قائمة المصادر والمراجع.....
253	الملاحق.....
258	الملخص.....

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس	196
02	يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الطور الدراسي	196
03	يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص	197
04	يوضح توزيع المبحوثين حسب مدى اهتمامهم بمستجدات الأحداث حول ثورة طوفان الأقصى	198
05	يوضح توزيع المبحوثين حسب كيفية تقييمهم لحجم اهتمام وسائل الإعلام العالمية بتغطية أحداث ثورة طوفان الأقصى	199
06	يوضح توزيع المبحوثين حسب كيفية تقييمهم لنوعية تغطية وسائل الإعلام العالمية لأحداث ثورة طوفان الأقصى	200
07	يوضح توزيع المبحوثين حسب الوسيلة المفضلة لديهم للحصول على المستجدات حول أحداث ثورة طوفان الأقصى	201
08	يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم في إمكانية حظوظ ثورة طوفان الأقصى بتغطية إعلامية متوازنة من طرف وسائل الإعلام العالمية	202
09	يوضح توزيع المبحوثين حسب إمكانية تعرضهم لتضليل إعلامي حول ثورة طوفان الأقصى في وسائل الإعلام العالمية	202
10	يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم في مستويات التضليل الإعلامي الذي تمارسه وسائل الإعلام العالمية حول ثورة طوفان الأقصى	203
11	يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم في الوسيلة الإعلامية الأكثر ممارسة للتضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى	204
12	يوضح توزيع المبحوثين حسب إمكانية ملاحظتهم للاختلاف بين ما تنقله وسائل الإعلام الدولية ومواقع التواصل الاجتماعي حول ثورة طوفان الأقصى	206
13	يوضح توزيع المبحوثين حسب مدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى	207
14	يوضح توزيع المبحوثين حسب الوسيلة الأكثر استخداما من طرفهم كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى	207

208	يوضح توزيع المبحوثين حسب مدة استخدامهم لهذه المواقع كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى	15
210	يوضح توزيع المبحوثين حسب وتيرة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي للاستعلام حول ثورة طوفان الأقصى	16
210	يوضح توزيع المبحوثين حسب المدة المقضية من طرفهم على مواقع التواصل الاجتماعي عند استعلامهم حول ثورة طوفان الأقصى	17
211	يوضح توزيع المبحوثين حسب اللغة المفضلة لديهم عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي للاستعلام حول ثورة طوفان الأقصى	18
212	يوضح توزيع المبحوثين حسب المضامين التي يهتمون بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول ثورة طوفان الأقصى	19
214	يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم في إمكانية مصادفتهم منشورات يشوبها تضليل إعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي	20
214	يوضح توزيع المبحوثين حسب طبيعة تلك المنشورات التي تحتوي على تضليل إعلامي حول طوفان الأقصى	21
215	يوضح توزيع المبحوثين حسب كيفية التعامل مع المنشورات التي تحتوي على تضليل إعلامي حول طوفان الأقصى	22
217	يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم حول المدى الذي ساهمت به مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الحقيقة حول ثورة طوفان الأقصى	23
217	يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم حول المدى الذي ساهمت به مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى	24
218	يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم في الكيفية التي ساهمت بها مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة هذا التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى	25
220	يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم حول أبرز الوسائل التي ساهمت في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى	26

حقائق

مقدمة:

يشهد العالم تطورات متسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقد تجلت أبرز مظاهر هذا التطور في ظهور ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي.

هذه الأخيرة التي من الواضح وبما تتسم به من خصائص تواصلية اجتماعية وأبعاد تفاعلية تخطت حدود الزمان والمكان، أصبحت اليوم قادرة على تشكيل الرؤى في أذهان الجماهير وتشكيل الاتجاهات والآراء وتكوين وجهات النظر اتجاه القضايا المختلفة خاصة أوقات الأزمات والحروب والقضايا الساخنة والمستجدة على الساحة المحلية والإقليمية والعالمية، وهذا بفعل إسهامها في تدعيم التدفق السريع للمعلومات والأخبار والتبادل المعلوماتي بين الأفراد عبر مختلف مواقعها وشبكاتها.

فالجدير بالذكر أنه ومنذ أن أصبح العالم قرية كونية صغيرة تغيرت العديد من المفاهيم والوقائع، فالحدث الذي يقع في أي بقعة من العالم سرعان ما ينتشر انتشار النار في الهشيم عبر مختلف هذه المواقع التي تميزت بسرعة نقل الأخبار والأحداث من مصدر وقوعها وفي ثواني معدودة فعلى حد قول " زيجموند باومن " ((إننا عاجزون عن خفض السرعة المذهلة التي يسير بها التغيير))، فبالرغم من أن هذه المواقع قد أوجدت لغرض التواصل بين الأفراد إلا أن استخداماتها قد تعددت وتنوعت لتشمل مجالات أخرى تحولت فيها من مجرد أداة للتواصل إلى أداة للمقاومة والنضال وتساهم في نقل الحقيقة والواقع خاصة أثناء الأزمات والحروب.

وكما هو معروف أيضا أن أوقات الأزمات والحروب أكبر مصدر وأكبر بيئة خصبة لترعرع ونمو الشائعات والأخبار الكاذبة والمزيفة والمضللة للرأي العام.

ونظرا لنتامي الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمعات والشعوب خاصة أثناء هذه الفترات (فترة الأزمات والحروب) في صنع رأي عام محلي وعربي ودولي اتجاه مختلف القضايا والتي ربما يعجز الإعلام التقليدي عن توفيرها، ونظرا لتباين وتفاوت حجم ونوعية التغطية الإعلامية لثورة طوفان الأقصى بين الإعلام العربي والإعلام الغربي، برزت مواقع التواصل

الاجتماعي لتشكل نقلة نوعية في ابتكار أشكال جديدة من التفاعل مع القضية الفلسطينية وتجسد مثالا حيا على ذلك أي على كيفية تحول هذه المواقع من مجرد أداة للتواصل إلى سلاح في قلب المعركة وكمنبر إعلامي اتصالي متاح للجميع (الفلسطينيين كشهود عيان، ومختلف الناشطين داخل البلاد العربية وخارجها وحتى البلدان الغربية...) وعبر جميع أنحاء العالم لتقصي حقائق ما يقع في فلسطين مقابلة بما تعرضه وسائل الإعلام الأخرى... ولأن بروز هذه المواقع قد شكل بالفعل تلك النقلة النوعية في التفاعل والتعامل مع القضية أردنا من خلال هذه الدراسة معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في التفاعل مع القضية الفلسطينية من خلال ثورة طوفان الأقصى وخاصة فيما تتعرض له هذه الأخيرة (ثورة طوفان الأقصى) من تضليل إعلامي وهذا وفقا لخطة بحث قسمناها إلى ثلاثة فصول:

✓ حيث تمثل الفصل الأول في " الإطار المنهجي للدراسة " والذي تضمن الإشكالية وأهمية الدراسة وأهدافها وكذا حدودها ونوعها (الدراسة) والمنهج المستخدم بها، وكذلك اختيار مجتمع البحث وتحديد العينة، وأداة جمع البيانات وأيضا تحديد المفاهيم والمصطلحات وعرض الدراسات السابقة.

✓ أما الفصل الثاني فقد تمثل في " الإطار النظري للدراسة " والذي تضمن ثلاثة مباحث.

➤ حيث عنوانا المبحث الأول بـ " مواقع التواصل الاجتماعي " والذي اشتمل على 07 مطالب وهي: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها ونشأتها التاريخية والعوامل المساعدة على بروزها وخصائصها ودوافع وغايات استخدامها والخدمات التي تقدمها وإيجابياتها وسلبياتها وأهميتها وأخيرا بعض النماذج لها.

➤ وعنوانا المبحث الثاني بـ " التضليل الإعلامي " والذي اشتمل أيضا على 07 مطالب وهي:

ماهية التضليل الإعلامي وخصائصه وأشكاله وأساليبه ووسائله وأهداف ممارسيه ومخاطره وكيفية مواجهة تلك المخاطر وعلاقته بوسائل الإعلام التقليدية وبمواقع التواصل الاجتماعي وأخيرا أمثلة عن التضليل الإعلامي.

➤ أما المبحث الثالث فقد عنوانه بـ " فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى " وقد اشتمل على 04 مطالب وهي: ماهية ثورة طوفان الأقصى، أطراف هذه الأخيرة (حركة حماس وجيش الاحتلال الإسرائيلي) وجذورها التاريخية وخلفيات وأسباب هذه الثورة وكذلك تداعياتها على مختلف الأصعدة محليا (على المستوى الفلسطيني / على المستوى الإسرائيلي) وإقليميا ودوليا.

✓ أما الفصل الثالث فقد تمثل في " الجانب التطبيقي للدراسة " وقد اشتمل على 04 مباحث عالجا فيها عرض وتحليل ومناقشة الجداول والنتائج العامة للدراسة وفقا لمحاور الاستمارة، وكذلك إثبات أو نفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة. وأخيرا النتائج العامة للدراسة في ضوء الإجابة على تساؤلها الرئيسي وأسئلتها الفرعية.

المفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

يعد الإطار المنهجي العمود الفقري لأي بحث علمي يهدف إلى إنتاج المعرفة العلمية الدقيقة والموضوعية، فهو الجزء الأساسي من البحث والركن الذي يعتمد عليه الباحث في تقديم بحث منسق ومميز وهذا من خلال مجموعة من الخطوات تمثل الخريطة العلمية التي يجب على الباحث أن يلتزم بها أثناء تنفيذ بحثه.

والعكس صحيح فعدم التمكن من تحديد الإطار المنهجي للدراسة أو البحث سوف يؤدي بالباحث إلى مواجهة الكثير من الصعوبات والعقبات.

ومن هذا المنطلق وعلى هذا الأساس سنقوم في هذا الفصل بالتطرق إلى العناصر المنهجية الأساسية للدراسة بداية بتحديد إشكالياتها وصياغة تساؤلها الرئيسي وتساؤلاتها الفرعية صياغة علمية صحيحة إلى تبيين أسباب اختيارنا لهذا الموضوع وإبراز مدى أهميته والأهداف التي نسعى لتحقيقها بدقة ووضوح، وكذلك تحديد إطارات (مجالات) هذه الدراسة والمتمثلة في الإطار (المجال) الزمني، المكاني، والبشري والمنهج المستخدم بها وأداة أو أدوات جمع البيانات المناسبة لها.

كما سنعمل على إزالة الغموض واللبس ووضع هذه الدراسة في إطار علمي منظم من خلال إدراج عنصر تحديد المفاهيم والمصطلحات كما سنعرض أيضا الدراسات السابقة فهي بمثابة القاعدة العلمية التي بإمكاننا الانطلاق منها واعتمادها كمرجعية في البحث.

1- الإشكالية:

تؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دورا مهما وبارزا جدا خاصة أثناء الأزمات والحروب، كما تعد أيضا فترة الأزمات والحروب التي تمر بها مختلف المجتمعات والشعوب بيئة خصبة لترعرع ونمو الشائعات وانتشار الأخبار الزائفة والمضللة للرأي العام.

ولأننا في عصر تتسارع وتتصارع فيه الأزمات والحروب والأخبار الزائفة أيضا لم تعد مواقع التواصل الاجتماعي في هذا العصر مجرد منصات التفاعل بل تحولت فيه إلى أدوات فاعلة لنقل الحقيقة ودعم المقاومة والنضال وأيضا نقل الأخبار الزائفة والمضللة.

ففي خضم هذا العالم المتشابك والمترامي الأطراف برزت ثورة طوفان الأقصى في غزة لتجسد مثلا حيا على ذلك أي على كيفية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كسلاح في معركة الوعي والتغيير والتعبير، وذلك نظرا لما تتمتع به من حرية أكبر من وسائل الإعلام التقليدية أو حتى الخاصة التي يكون لها عادة سياسات تتوافق مع توجهات ممولياها وأهدافهم.

فهذه الثورة ومنذ انطلاقتها انطلقت معها موجة تحريض واسعة على المنابر الإعلامية معتمدة الادعاءات والأخبار الزائفة القائمة على التزوير والتلفيق وليست الحقائق على أرض الواقع.

ولم يجد بالتالي الفلسطينيون سوى مواقع التواصل الاجتماعي منبرا متقدما وثقوا بواسطته العدوان من بداياته، فالتقطوا وفي قلب المعركة صورا ومقاطع فيديو تظهر الوضع الإنساني على الأرض وتسلط الضوء على الأحداث الدامية، وتبين حجم الدمار في الأحياء والمباني السكنية والبني التحتية، وقاموا بنشر هذا المحتوى على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

كما أسهمت الحسابات الفاعلة للمؤثرين والناشطين داخل القطاع وخارجه، وداخل البلاد العربية وحتى الغربية بهذا الأمر من خلال مشاركة تأثير العدوان على الحياة اليومية للفلسطينيين ومحاولة إيصال صوتهم إلى كل العالم وإظهار تضامنهم مع أهل غزة وتنظيم الحملات الداعمة لها، وهذا ما عرض أيضا العديد من الحسابات عبر مختلف هذه المواقع للحجب والغلق والتهديد.

فلقد شاهدنا كيف تحولت شاشات الهواتف وأجهزة الكمبيوتر إلى نوافذ نطل بها على واقع مرير لشعب يريد إيصال صوته إلى كل العالم، وشاهدنا أيضا كيف تحولت مواقع التواصل

الاجتماعي من مجرد منصات للتفاعل إلى أدوات فاعلة في نقل الحقيقة ودعم المقاومة والنضال من فيسبوك، التويتر، انستغرام... الخ كل وسيلة أدت دورا محوريا بحسب خصوصيتها وصلاحتها في نقل الحقائق وتوفير الدعم اللازم.

وفي ظل التدفق الفيروسي لهذه الأخبار المزيفة والمضللة حول ثورة طوفان الأقصى وبما يخدم الرواية الإسرائيلية المعادية برزت تحديات كبيرة أمام مواقع التواصل الاجتماعي أبرزها مكافحة هذا التضليل والتزييف، فكان لزاما عليها أداء هذا الدور من خلال خلق وعي رقمي حقيقي من أجل فرز الحقائق من التضليل، وتمكين العالم من فهم الواقع وبوضوح. وهذا ما نهدف إليه من خلال دراستنا وهو محاولة معرفة الدور الذي تلعبه هذه المواقع في محاربة هذا التضليل الإعلامي الذي تتعرض ثورة طوفان الأقصى.

وهذا انطلاقا من التساؤل الرئيسي التالي:

- ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة ذلك التضليل حول ثورة طوفان الأقصى؟

والذي تندرج تحته الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مدى متابعة أفراد العينة لثورة طوفان الأقصى عبر مختلف وسائل الإعلام؟
- ما حقيقة ممارسة وسائل الإعلام العالمية لتضليل إعلامي حول ثورة طوفان الأقصى من وجهة نظر أفراد العينة؟
- ما مدى اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى من وجهة نظر أفراد العينة؟
- ما هي رؤية أفراد عينة الدراسة لمساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى؟

وبناء على ما سبق وإجابة على التساؤل الرئيسي قمنا بصياغة مجموعة من الفرضيات على النحو التالي:

- ✓ يتابع أفراد العينة ثورة طوفان الأقصى عبر مختلف وسائل الإعلام.
- ✓ يعتمد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى
- ✓ يرى أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى.
- ✓ يرى أفراد العينة أن هناك تضليلاً إعلامياً يمارس من قبل وسائل الإعلام العالمية حول ثورة طوفان الأقصى.

2- أهداف الدراسة:

- يسعى كل باحث من وراء بحثه إلى مجموعة من الأهداف، هذه الأخيرة هي النتائج التي يسعى لتحقيقها من خلال بحثه.
- ففي النهاية هذه الأهداف هي القائد لمشروع البحث وبالتالي نسعى من خلال دراستنا هذه إلى " معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى" وذلك ب:
- ✓ رصد مدى اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى.
 - ✓ معرفة معدلات تعرض أفراد العينة لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى.
 - ✓ معرفة مدى ثقة أفراد العينة في مواقع تواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى.
 - ✓ محاولة معرفة أشكال التفاعل لمستخدمي هذه المواقع من أفراد العينة مع هذه المنشورات المضللة (تعليق، مشاركة، فتح حسابات جديدة.....الخ)

- ✓ محاولة معرفة الموقع الأكثر استخداما من بين هذه المواقع لدى أفراد العينة في التصدي لهذا التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى.
- ✓ محاولة معرفة التحديات التي تواجه مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في استخدامهم لهذه المواقع لمجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى.
- ✓ محاولة خلق وعي لدى مستخدمي هذه المواقع من أفراد العينة من أجل إبقائهم على اطلاع دائم ومباشر بالقضية.
- ✓ التعرف على حدود أهمية هذه المواقع أو المكانة التي تحتلها هذه المواقع مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى لدى أفراد العينة كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى.

3- مجالات الدراسة:

هذه الحدود (المجالات) هي التي تفسح المجال أمام الباحث لكي يتجرد ويعتزل فكريا من أجل التعلق والارتباط بموضوع البحث، فهي تجعله يحصر فكره في اتجاه معين وبالتالي الابتعاد عن التشتت والضياغ.

وتتمثل مجالات دراستنا فيما يلي:

- أ- **المجال الجغرافي:** ونقصد به المكان الذي يتواجد فيه مجتمع البحث والذي سيتم أخذ عينة الدراسة منه، وقد حددنا المجال الجغرافي لدراستنا بحدود جامعة محمد بوضياف- المسيلة-
- ب- **المجال الزمني:** ونقصد به المدة الزمنية التي يستغرقها البحث عبر مختلف مراحلها وقد ارتبط المجال الزمني لدراستنا بعدة مراحل:

1- **المرحلة الأولى:** اختيار الموضوع مع بداية السنة الجامعية 2023-2024 وتحديد أواخر شهر أكتوبر وبداية شهر نوفمبر 2023 (07 أكتوبر 2023 انطلاق ثورة طوفان الأقصى)، كما قمنا مبدئيا بعملية إحصائية للمصادر والمراجع المتعلقة بشكل مباشر وغير مباشر بموضوع الدراسة (مرحلة البحث الوثائقي).

2- المرحلة الثانية: والتي كانت مرحلة هامة لتسيطر الخطة المنهجية للدراسة، كما حددنا منهج الدراسة الملائم وكذلك أداة جمع البيانات، وذلك بعد ضبط عينة البحث.

3- المرحلة الثالثة: مرحلة الانطلاقة الميدانية

ج - المجال البشري: نقصد به المجتمع البشري للدراسة وهو المجتمع الأصلي الذي تطبق على أفراده مختلف وسائل جمع بيانات.

أي عدد الأفراد المشاركين في البحث العلمي أي عينة من المجتمع. وقد حددنا عينة دراستنا بطلبة من جامعة محمد بوضياف - المسيلة-

د - المجال الموضوعي: وهو المجال الذي يجب أن يكون موجودا قبل أي بحث علمي وبشكل إجباري ولا يمكن للباحث الاستغناء عنه، وبدونه لن يكون البحث ناجحا، فهو موجود قبل وجود البحث العلمي وهو أسبق منه.

وبالتالي فعلى الباحث أن يكون مطلعاً وبشكل جيد على الحدود الموضوعية لبحثه العلمي، والنتيجة أنه ليس هناك بحث علمي دون حدود موضوعية، وقد كان المجال الموضوعي لدراستنا أو الحدود الموضوعية لدراستنا بنتناولها لـ: دور مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى.

4- أهمية الدراسة:

أهمية الدراسة هي المساحة التي يوضح فيها الباحث أهمية الدراسة وتمنحه فرصة لإثبات هذه الأهمية في مجال التخصص والمعرفة الجديدة التي ستساهم بها والأشخاص الذين سيستفيدون منها.

وعليه فدراستنا تستمد أهميتها من أهمية الموضوع في حد ذاته كونها (الدراسة) تتناول حدثا مهما فرضه الواقع الدولي والضرورة الملحة لدراسة موضوع طرح نفسه وبقوة عبر مختلف وسائل الإعلام التقليدية والحديثة منها كمواقع التواصل الاجتماعي.

والمتمثل في "ثورة طوفان الأقصى"، هذه الأخيرة التي أثير حولها جدل واسع نظرا لاستحواذها على مجال هام في المشهد الإعلامي خلال الآونة الأخيرة.

فقد جاءت ثورة طوفان الأقصى لتكون حدثا جديدا في مسار قضية قديمة كانت بدايتها من أكثر من 70 عاما. وهنا تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية هذا الحدث (الثورة) الذي جعل القضية تعرف بداية مرحلة جديدة تولد عنها تصدر القضية الفلسطينية للأخبار العالمية.

وهذا بسبب ما تتعرض له هذه الثورة من حرب إعلامية تضليلية، ومحاولة الربط بين هاتين المتغيرين بين ثورة طوفان الأقصى والتضليل الإعلامي الذي تتعرض له بواسطة مواقع التواصل الاجتماعي وبالذات تلعبه هذه المواقع في التصدي لهذا التضليل الإعلامي كتحد جديد برز أمامها، في خضم استمرار طوفان الصور والفيديوهات المضللة، لأن بروز هذه المواقع قد شكل نقلة فارقة في ابتكار أشكال جديدة من التفاعل مع القضية الفلسطينية من خلال ثورة طوفان الأقصى.

5- أسباب اختيار الموضوع:

تستند خطة البحث على وجود موضوع جدير بالدراسة العلمية وينطوي على مشكلة واضحة أي أنه قبل تصميم خطة البحث لابد من اختيار الموضوع وصياغته في صورة عناصر فكرية محددة تتطلب سعيا حثيثا لتحقيق هدف ما في إطار الكشف أو الوصف أو التفسير لنزع الغموض.

وبالتالي فمرحلة اختيار موضوع البحث من أهم مراحل البحث العلمي والتي تؤثر على سير عملية البحث بكامله، فإذا وفق الباحث في اختياره لموضوع البحث توصل إلى نتائج صادقة تخدم موضوعه.

والأكيد أن وراء هذا الاختيار أسباب تتراوح بين الذاتية التي تفرضها طبيعة تخصص الباحث وقدراته ورغباته وأسباب موضوعية يفرضها الواقع والضرورة الملحة لمواضيع تطرح نفسها بقوة.

وما دفعني لاختيار هذا الموضوع هو ما يلي:

• الأسباب الذاتية:

✓ الرغبة الشخصية: والمتمثلة في الفضول والميول العلمي لهذا النوع من المواضيع ولهذا الموضوع في حد ذاته فهو بالنسبة لي:

✓ موضوع مثير للفضول: فاختياري لهذا الموضوع ليس بهدف إنجاز بحث كأي بحث معروف فقط وإنما هو رحلة لمعرفة إجابات لتساؤلات عديدة أثارت فضولي اتجاه هذا الموضوع.

✓ موضوع مثير الاهتمام: لأن الباحث إذا لم يكن لديه اهتمام بموضوع الدراسة فلن يتمكن من العمل بأفضل طريقة ممكنة بدليل أن الباحث المحترف لا يجري أبحاثا لا تثير اهتمامه (سؤال عشوائي)

✓ البيئة المحيطة: وهذا من خلال التجربة والملاحظة والمعايشة لحجم وشكل ومدى تفاعل الأفراد مع هذا الحدث عبر مختلف وسائل الإعلام وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ كونه موضوع نابغ من أصالة وتراث الانتماء العقدي والجغرافي والسياسي للمنطقة.

✓ كونه موضوع قابل الدراسة وهذا من خلال اطلاعي بمختلف رهانات البحث والمتمثلة في:

✓ إمكانية تبريره ضمن الإطار الزمني المحدد.

• الأسباب الموضوعية:

✓ كونه موضوع يمثل حدثا متميزا بالجدة والحدثة.

✓ كونه موضوع مهم ومفيد جدا ومتضمنا لأهداف تخدم الواقع والتخصص

✓ كونه يعكس اهتماما محليا وإقليميا ودوليا

✓ محاولة تسليط الضوء على دور الإعلام الجديد أي الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في مجالات التضليل الإعلامي حول ثورة الطوفان الأقصى.

✓ السعي لإثراء المكتبة الجامعية ببحوث ودراسات تتناول الأحداث أو الظواهر الجديدة.

✓ كونه موضوع جديد: فهو موضوع الساعة الذي يشغل وسائل الإعلام الوطنية والإقليمية والدولية.

✓ شمولية تداعيات هذه الثورة لكل فئات الشعب وعلى مختلف الأصعدة على المستوى العربي والدولي.

✓ توفر المراجع

6- نوع الدراسة والمنهج المستخدم بها

أ- نوع الدراسة:

تدرج دراستنا ضمن الدراسات أو البحوث الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الواقع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كينيا وكينيا، فهي لا تقتصر على مجرد جمع المعلومات والبيانات والحقائق، بل يتعدى لتفسيرها وتحليلها واستخلاص النتائج.

ب- المنهج المستخدم:

يقوم الباحث أثناء بحثه على حقيقة الأشياء والظواهر وتفسيرها تفسيراً دقيقاً وموضوعياً، يتبع مجموعة من الخطوات والإجراءات مستخدماً مجموعة من الأدوات والأساليب، ومتقيداً بمجموعة من القواعد والمبادئ العلمية التي تمكنه من تحديد دقيق للمشكلة أو الظاهرة المدروسة وتجميع الحقائق والبيانات المرتبطة بها وتنظيمها وتحليلها ومن ثم تفسيرها متوصلاً إلى نتائج دقيقة تمكنه من فهم تلك الظاهرة أو حل المشكلة، فترتيب تلك الخطوات والإجراءات وانتقاء تلك الأساليب والأدوات المستخدمة في البحث هو خاضع لنوع المنهج المستخدم أو المتبع في الدراسة أو البحث.

ولهذا يعتبر المنهج العلمي أمراً جوهرياً في القيام بالبحوث والدراسات العلمية سواء كانت بغرض الوصول إلى نتائج نظرية أو تطبيقها على أرض الواقع أو معالجة مشكلات عملية بالتالي فالمنهج هو الإطار الذي يقيد الباحث ويوجهه نحو تحقيق هدفه في معالجة وتفسير المشكلات والظواهر بموضوعية ودقة ومصداقية، إذ يمنع تدخل أهواء وميولات وعواطف الباحث وتأثيرها على طريقة إجراء البحث واستخلاص النتائج.

ويرجع الأصل اللغوي لكلمة منهج إلى الفعل نهج، وينتهج نهجا، ونهج الطريق، أي بينه وسلكه، ونهج نهج فلان سلك مسلكه، والمنهاج الطريق الواضح والخطة المرسومة¹ والمنهج أو المنهاج مفرد وجمعه مناهج.²

والمنهج la méthode في اللغات اللاتينية يعني مجموعة الخطوات التي يجب اتباعها للوصول إلى هدف محدد أو الاكتشاف أو التدليل على حقيقة، أو هو النظام الواجب اتباعه لتحقيق غرض معين، وانتهج منهجا في تنفيذ عمل معين، لم يترك للصدفة أو السير العشوائي.³ أما اصطلاحا فيشير إلى الطريق الذي يسلكه الباحث من أجل الوصول إلى فهم صحيح وموضوعي للظواهر العلمية، فهو يمكن الباحث من التقيد بالموضوعية أثناء البحث والدقة في التفسير والمنطقية في القياس.⁴

وبالتالي يمكننا تعريف المنهج بأنه الطريق المنظم الذي يسلكه العقل والتفكير الإنساني في دراسته لمشكل أو موضوع في مجالات العلوم عموما، بقصد الوصول إلى الهدف المرسوم سواء تمثل في التعرف على المبادئ والقواعد التي تحكم الظواهر والقضايا العامة، أو في إيجاد حل لها تفرزه تلك الأخيرة من مشكلات.

وقد اعتبره مجموعة من علماء المنطق على أنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن الحقيقة أو البرهنة عليها⁵، في حين يقول محمد سعيد البوطي في هذا الشأن إذا كان إدراك الحقيقة على ماهي عليه في الواقع علما فإن المنهج المتخذ إلى

¹ آمال قاسمي، مطبوعة دروس في مقياس إنجاز مذكرة تخرج مقدمة لطلبة السنة لثالثة ليسانس (جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال (تخصص اتصال)، السنة الجامعية 2023/2022)، ص ص 1-139.

² لسان العرب، المحيط، العلامة ابن منظور، بيروت، لبنان، المجلد الثالث، ص 727.

³ قاموس Le petit ROBERT ، ص 1079.

⁴ عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، مناهج البحث العلمي، الكويت، وكالة المطبوعات، 1977، ص 04.

⁵ عبد الله قلش، مطبوعة مقياس منهجية البحث العلمي،⁵ موجهة لطلبة السنة اولى جذع مشترك علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير (جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، السنة الجامعية /2016/2017)، ص ص 1-156.

ذلك الإدراك ينبغي أن يكون هو الآخر علماً، أي ينبغي أن لا تكون خطوات هذا المنهج في حقيقته إلا مجموعة من إدراكات صادقة من شأنها أن تكشف اللثام عن الحقيقة المبحوث عنها.¹

وتعتبر مرحلة اختيار المنهج المناسب للدراسة من المراحل المهمة للباحث، لأنها مرتبط بمراحل أخرى مما يتوجب عليه أن يختار المنهج المناسب لبحثه لأنه سيساعده في اختيار الأداة المناسبة لجمع البيانات والمعلومات.

وفي تخصص علوم الإعلام والاتصال وبالنظر إلى الاختلاف المنهجي الذي يتميز به كل تخصص فقد اتفق معظم الباحثين في مجال الإعلام والاتصال إلى اعتماد عدة مناهج لأنها تتناسب وطبيعة المضامين في مجال الإعلام والاتصال.

ولهذا فقد رأينا أن المنهج المناسب لدراستنا هو المنهج الوصفي التحليلي الذي يعرف بأنه لا يتوقف فقط عند وصف جمع البيانات المتعلقة بالظاهرة، وتفسيرها والوصول إلى استنتاجات في تطوير الواقع وتحسينه.

حيث يعتمد هذا المنهج إلى تجميع البيانات والمعلومات والحقائق اللازمة عن ظاهرة، فرد أو أحداث معينة بهدف تأكيد أو اكتشاف حقيقة جديدة ومن ثم تعميمها.

ولهذا سوف نعمل في إطار هذه الدراسة على وصف وتحليل دور مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى من وجهة نظر أفراد عينة البحث والمتمثل في طلبة من جامعة محمد بوضياف -المسيلة-

7- أداة جمع البيانات

ترتكز عملية إعداد البحث على المعرفة العلمية وبناء الأحكام والتصورات حول تفسير الظواهر على الحقائق والبيانات المحصل عليها والمتعلقة بتلك الظواهر، والتي تمثل معطيات يمكن للباحث الحصول عليها من واقع ظاهرة مباشرة أو من خلال مراجع أخرى يمكن الإشارة إليها شريطة أن

¹محمد سعيد رمضان البوطي، كبرى التقنيات الكونية (وجود الخالق ووظيفة المخلوق)، دمشق، دار الفكر، 1997، ص31.

يتحرى الباحث بنفسه صدق وموضوعية ودقة تلك البيانات، لأن مدى صحة وموضوعية نتائج بحثه مرتبطة ارتباط وثيقاً بطبيعة تلك الحقائق والبيانات التي قام بتجميعها وتفسيرها.

ولهذا يجب على باحث أن يولي اهتماماً بالغاً لعملية اختيار الأداة المناسبة التي تمكنه من جمع البيانات الملائمة والجيدة من حيث مدى توافقها بموضوع وهدف البحث ودقتها وموضوعيتها وصدقها.

وهناك طرق عديدة يمكن الاعتماد عليها في جمع البيانات، يتم استخدامها حسب الحالة أو طبيعة البيانات والمعارف وميدانها، وهذا يعني أن عملية اختيار واستخدام أدوات جمع البيانات تختلف بالنظر إلى عدة اعتبارات منها طبيعة الحقائق والبيانات نفسها وواقع وظروف الظاهرة وطبيعة مشكلة البحث والمنهج المتبع في معالجتها وحتى شخصية الباحث واتجاهاته الفكرية والعلمية وانطلاقاً من طبيعة إشكالية دراستنا وما ترمي إليه من أهداف استلزم الجانب الميداني من هذه الدراسة الاعتماد على أداة الاستبيان في جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة المدروسة من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية.

الاستبيان أو الاستبانة أو الاستقصاء وتعرف بأنها:

"مجموعة من التساؤلات الاستفهامية رتبت بطريقة معينة في وثيقة مكتوبة توجه إلى أشخاص معينين يعدون مصدراً لجمع المعلومات يتولون ملأ المعلومات المطلوبة بأنفسهم ليعيدوها عقب ذلك إلى مصدر الاستفهام"¹.

كما يعرف أيضاً بأنه "وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعيينها من قبل عينة ممثلة من أفراد ويسمى الشخص الذي يقوم بملأ الاستمارة بالمستجيب."²

¹ مصطفى حميد الطائي خير ميلاد أبوبكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، الاسكندرية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2007، ص.242.

² ربحي مصطفى عليان، المبحث العلمي، أسسه مناهجه وأساليبه، اجراءته، الأردن، بيت أفكار الدولية، 2001، ص.90.

وهو أيضا "استفتاء يوضع في شكل عدد من الأسئلة توضع في استمارة لترسل عبر البريد أو ترسل إلكترونيا إلى المجتمع المبحوث للإجابة عنها في الفراغات المخصصة للإجابة فيها.¹

وبالتالي فالاستمارة هي "أسئلة يتم إعدادها حسب أهداف وإشكالية البحث وتوزيعها على مجموعة من الأفراد للإجابة عليها حيث تمكن الباحث من جمع المعلومات الضرورية لقياس الاتجاهات والميولات حول ظاهرة أو حادثة ما.

كما تجدر الإشارة إلى أن أهمية الاستمارة من حيث الاستخدام ترجع إلى ما يتوافق مع موضوع الدراسة إلى أنها توفر الوقت والجهد والتكلفة والسهولة من حيث معالجة بياناتها بالطرق الإحصائية مع مراعاة ضرورة التحقق من الصياغة الدقيقة التي تحقق أهداف الدراسة.

• تحديد مدى مصداقية الاستبيان

اختبار صدق الاستبيان: بعد اختيارنا للاستبيان كأداة لجمع المعلومات، وبما أن الاستبيان " يحتوي على مجموعة

من الأسئلة التي يرى الباحث أن الإجابات المتحصل عليها عن طريقها تفي بما يتطلبه بحثه من بيانات.²

فقد قمنا باختبار وتصميم الاستبيان من أجل الحصول على معلومات وأراء واتجاهات تمكننا من التحقق من صحة أو خطأ الفروض التي وضعناها كحلول مؤقتة، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي صممناها وفقا لأهداف بحثنا وشروطه، كما ستوزع تعليماتها على عينة البحث المصممة للإجابة عنها، وقد تحدد شكلها ونمطها وطول بنودها وفقا لطبيعة بحثنا وحجم ونوع البيانات والمعلومات ووفقا للخطوات والمراحل التالية:

¹ محمد صلاح الدين مصطفى وآخرون، خطوات البحث العلمي ومناهجه، القاهرة، مصر، جامعة دولا العربية، 2010، ص.57.

² مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، عمان، الأردن، مؤسسة الوراق، الطبعة الأولى، 2000، ص. 165.

- اختيار وتحديد موضوع ومشكلة البحث التي سوف يدور حولها الاستبيان، وكذلك تحديد العينة التي سيطبق عليها.
 - تقسيم المشكلة إلى عناصرها وأبعادها الأولية وذلك حتى تتمكن من وضع الأسئلة التي تمثل هذه العناصر أو الأبعاد بشكل كاف.
 - جمع المعلومات المتعلقة بعناصر الاستبيان، وقد كانت معلومات نظرية من مصادر مختلفة وحتى استبيانات
- تناقش مواضيع ذات الصلة بموضوع دراستنا.

• صياغة أسئلة الاستبيان بطريقة واضحة ومفهومة.

• كتابة تعليمات الاستبيان بصورة واضحة وقسمناها إلى جزأين:

- **الجزء الأول:** خاص بالبيانات الأساسية (الجنس، الطور الدراسي، التخصص...) والتي تفيدنا وفقا لأهداف بحثنا.

- **الجزء الثاني:** وهو خاص بكيفية الإجابة على مفردات الاستبيان وتوضيح كيفية الإجابة المناسبة بوضع مثال توضيحي، وكذلك الإجابة في حالة التعبير عن بدائل الإجابة بلغة كمية (درجات) وهو يشمل 04 محاور:

- **المحور الأول:** متابعة أفراد العينة لثورة طوفان الأقصى على مختلف وسائل الإعلام وتضمن 05 أسئلة.

- **المحور الثاني:** التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى وتضمن 04 أسئلة.

- **المحور الثالث:** الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى وتضمن 07 أسئلة.

- **المحور الرابع:** مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى وتضمن 05 أسئلة.

• عرضنا الصورة الأولية للاستبيان على محكمين ومتخصصين في المجال حيث تم عرضها على كل من: الأستاذة تيميزار فاطمة والأستاذة لعزيزي سعاد لإبداء آرائهم واقتراحاتهم حول أسئلة الاستبيان، ومدى صدقها فيما أعدت لقياسه (يقصد بصدق الاستبيان مدى صلاحيته لقياس السلوك أو الاتجاه الذي صمم لأجله أي أن الاختبار يكون صادقا إذا كان يقيس ما وضع الاختبار لأجله)

• دراسة مقترحات لجنة التحكيم

• توزيع الاستبيان على أفراد عينة البحث واسترجاعه وقد دامت مدة العملية يومين كاملين.
• بعد استرجاع استمارة الاستبيان قمنا بالتحقق من صلاحيتها للدراسة واستيفائها للشروط العلمية، وشرعنا بتفريغ البيانات والشروع في الجانب التطبيقي.

8- اختيار مجتمع البحث وتحديد العينة

أ- تحديد مجتمع البحث الأصلي:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث العلمية، وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، حيث يتوقف عليها إجراء الباحث وتصميمه وكفاءة نتائجه.

فمجتمع البحث أو مجتمع الدراسة هو جميع الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون مشكلة البحث.¹

¹نادية سعيد عيشور وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دليل الطالب في إنجاز بحث سوسيولوجي، الجزائر، مؤسسة حسن رأس الجبل للنشر والتوزيع، 2017، ص.226.

أوهو:

"مجموعة من الوحدات الإحصائية المعرفة بصورة واضحة والتي يراد منها الحصول على بيانات" ¹ وعليه فقد حددنا المجتمع الأصلي لدراستنا الحالية بطلبة من جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، وقد كان اختيارنا لهذا المجتمع مبنيا على:

- اعتبار إمكانية الوصول إليه كمجتمع متناول بالدراسة وأيضا
- اعتبار إمكانية التعامل مع أفرادها.

ولأن من أهم الخصائص المميزة للدراسات العلمية في ميدان علوم الإعلام والاتصال أنها تتعامل مع قاعدة عريضة أساسها الجمهور كبير الحجم أو المحتوى المنشور أو المذاع وهذا ما يحول دون إمكانية التعامل مع هذه القاعدة المعرفية بأسلوب الحصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها إلا في الحالات والقليلة أين يكون مجتمع البحث صغيرا فتسمح له الفرصة في القيام بالحصر الشامل.

ولهذا فقد كان لزاما علينا الاتجاه إلى استخدام أسلوب المعاينة أي أخذ عينة من مجتمع البحث الأصلي.

ب- تحديد العينة:

وتعتبر العينة sample: طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات، فتأخذ عينة ما للانتقال من الجزء إلى الكل أو التوصل إلى الحكم على المجتمع في ضوء بعض أجزائه فهو ضرب من الاستقراء وليست العينة إلا مثلا أو مجموعة أمثلة يستخلص منها أحكام قدر الإمكان، كما هي منهج يتطلب دقة في تحديد الهدف الذي تؤخذ من أجله العينة، وثانيا عناية في وضع شروط هذه العينة، وثالثا خبرة في اختيارها.²

رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، عمان، دار دجلة، الطبعة لأولى، 2017، ص 1161.
² عمار بوحوش، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، برلين، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، 2019، ص 69.

وتعرف المعاينة sampling بأنها "الاستناد لعدد معين من المفردات والتي هي جزء أو خيار معين من مفردات أكبر تمثل المجتمع لاتخاذ الفرار وإجراء التحليل ووضع النتائج والتوصيات، والعينة هي نتائج عملية المعاينة اي أن المفهوم مترادفان.¹

أما فيما يخص عملية المعاينة فيجب أن تكون المعاينة التي تستخدمها قادرة على أن تمدنا بعينة ممثلة للمجتمع الأصلي الكلي أصدق تمثيل.

لهذا فقد طرح الكاتب الصحفي شيلدون ار جاويرز SheldonR. Gawiser سؤالاً يعبر فيه عن مفهوم العينة قائلاً " كيف يمكنك أن تقابل ألف شخص فقط وتستطلع آرائهم ثم تدعي بأنك تعرف ما يفكر فيه 250 مليون أمريكي"²

وعليه فإن عينة البحث هي عبارة عن عدد محدد من المفردات التي سوف يتعامل منهجياً ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة.³

وهي أيضا انعكاس شامل بصفات وخصائص مجتمع البحث.⁴

وحتى يتمكن الباحث من توظيف معارفه السوسولوجية بما فيها نموذج التحليل يأتي الإشكالية والفرضيات، عليه اختيار العينة المناسبة كربط بين الفرضية والميدان باعتبار العينة وحدة إحصائية ممثلة للمجتمع ككل.⁵

ولهذا فقد رأينا أن العينة المناسبة لدراستنا هي: **العينة القصدية (الغرضية)**

¹دلال القاضي، محمود البياتي، منهجية البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS ، عمان، دار الحامد، الطبعة الأولى، 2008، ص ص 148-149.

²صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، مكتبة العبيكان، ط4، 2006، ص.94.

³يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الجزائر، طاكسيجوم للدراسات للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007، ص.14.

⁴محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الرياض، مكتبة العبيكان، ط4، 2004، ص 130. .
بوحوش، مرجع سابق، ص 69.⁵

العينة القصدية أو العينة غير الاحتمالية: هي نوع من عينات البحث العلمي، وهي عكس العينة العشوائية، فيختار الباحث عينته بناءً على حكمه الذاتي بدلاً من الاختبار العشوائي وتعتمد هذه الطريقة في أخذ العينات على خبرة الباحث وإطلاعه، ويجب أن تستند إلى الملاحظة وتستخدم عموماً في الأبحاث النوعية والدراسات الاستكشافية التي تستهدف الحصول على بيانات غير إحصائية لها علاقة بسمات أو خصائص مجتمع ما.

وتعرف العينة القصدية بناءً على اسمها فهي تخضع " لاختبار مقصود تبعاً لطبيعة الموضوع وأهداف البحث. إذ تتشكل مفردات العينة ممن تتوفر فيهم الشروط المحددة مسبقاً"¹

" وهناك من يسمي هذه الطريقة بالطريقة المقصودة أو الاختيار بالخبرة وهي تعني أن أساس الاختيار خبرة الباحث ومعرفته بأن هذه المفردة أو تلك تمثل مجتمع البحث، فالباحث مثلاً عندما يختار عدداً من المدارس التي يعرفها لتمثل جميع المدارس يعد اختياره هذا اختياراً عمدياً"

وينصح الباحث عندما يضطر إلى تطبيق هذا الأسلوب في الاختيار أن يبرره تبريراً علمياً حتى لا يتهم بالتحيز"²

وعلى هذا الأساس نبرر اختيارنا لهذا النوع من العينة بـ:

- نظراً لوجود سمات وخصائص معينة مشتركة بين مفردات مجتمع البحث.
- مواجهتنا لتحدي متمثل في نحي الوقت.
- إضافة إلى مجموعة أخرى من العوامل تتمثل في إيجابيات هذا النوع من العينات وهي:
- هذا النوع أسرع وأسهل وأقل تكلفة.
- تمكنا من الحصول على استجابات أسرع بالمقارنة مع العينات العشوائية.

علي غربي، أجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، قسنطينة، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2009، ص 141.

العساف، مرجع سابق، ص 122.

وبالتالي:

فعينتنا كانت قصدية لأننا بصدد معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي الذي تتعرض له ثورة طوفان الأقصى من وجهة نظر أفراد العينة المختارة والمحددة من مجتمع البحث الأصلي (عينة قدرت بـ 76 طالبا من جامعة محمد بوضياف - المسيلة- / دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد بوضياف -المسيلة-)

وعليه فإذا كان اختيارنا عشوائيا فسوف ننتقي مفردات لا تحمل أي مواصفات تتطلبها الدراسة مما يؤدي إلى ضياع الوقت وتأثر نتائج الدراسة.

9-تحديد المصطلحات والمفاهيم

تستلزم جل البحوث والدراسات العلمية بأن يلجأ الباحث إلى استخدام مجموعة من المصطلحات في سياق بحثه، كما يتوجب عليه أيضا أن يقوم بتحديد هذه المصطلحات تحديدا دقيقا مع حرصه على إظهار حدود استخدامها في البحث

ويحتل تحديد المفاهيم في مجال البحث العلمي عامة والبحث الاجتماعي والإنساني خاصة أهمية كبرى نظرا للاختلافات الكبيرة بين الإنسان العادي والباحث الاجتماعي من جهة، وبين الباحثين أنفسهم على اختلاف مشاريعهم العلمية والبحثية من جهة أخرى، كما يعد تحديد المفاهيم العلمية للدراسة أحد الطرق المنهجية الهامة في تصميم البحوث فالدقة في العلم وضع تعريفات واضحة محددة لكل مفهوم أو مصطلح يستخدمه الباحثون في دراساتهم.

وعليه تتبنى دراستنا المصطلحات والمفاهيم التالية:

أولاً: الدور: ¹the role

1- لغة: دار الشيء يدور دورا بفتح وسكون، يقال دار يدور واستدار يستدير إذا عاد إلى الموضوع الذي ابتداءً منه.² ويعرف بأنه الحركة أي الفعل والعمل.³

كما أن لكلمة الدور لغة عدة معاني مختلفة وهذا حسب توظيفه في الجملة والقصد من وراءه وبالتالي يمكن توظيف كلمة الدور في عدة مواضع نذكر منها:

- الدور = الطبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعض.
- الدور = مهمة ووظيفة
- قام بدور / لعب دورا = شارك بنصيب كبير
- الدور = ترتيب الشخص بالنسبة للآخرين (خذ دورك في الصف)

الدور الاجتماعي: هو السلوك المتوقع من الفرد في جماعة أو النمو الثقافي في المحدد السلوك الفرد الذي يشغل مكانة معينة.⁴
أما اصطلاحاً فيعرف كما يلي:

2- **اصطلاحاً:** السلوك المرتبط بوضع اجتماعي معين ناتج عن تفاعل الأفراد أي أنه السلوك المتوقع من شخص في ظرف ما حسب الوظيفة التي يشغلها هذا الشخص. أو هو:

¹جون سكوت، علم الاجتماع المفاهيم الأساسية، ترجمة محمد عثمان، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، الطبعة الأولى، 2009، ص.8.

²معجم اللغة العربية المعاصر، أحمد مختار عمر، القاهرة، عالم الكتاب، الطبعة الأولى، 2008، ص 784.

³فؤاد أقوام البستاني، منجد الطلاب، بيروت، دار الشرق، ص211.

⁴بريك نورالدين، شايب عبد الوهاب، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز ثقافة الحوار لدى الطلبة الجامعيين - موقع فيسبوك - مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر (جامعة الشهيد حمه لخضر -الوادي، كلية علم الاجتماع، 2018/2019)، ص.9.

- الوظيفة التي يمكن من خلالها تحصيل الجملة من المعارف المراد معرفتها عن شيء ما أو وسيلة ما للحصول على معرفة جديدة، وهو مجموعة من المسؤوليات والأنشطة والصلاحيات الممنوحة لشخص أو منظومة ليقوم بمسؤولياته اتجاه نشاط ما.¹

3- إجرائيا: هو المهمة الوظيفة والنشاط والمسؤولية والأثر والتغيير الذي يجب على مختلف أنواع مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك تويتر، انستغرام يوتيوب، سناب شات، وات ساب... القيام بها وعبر مختلف أشكال التفاعل بها (فيديو صور، روابط، نصوص...) في التصدي لهذا التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى.

ثانيا: وسائل التواصل الاجتماعي:

أ- الوسيلة:

1- لغة: الوسيلة مأخوذة من الفعل (وسل)، والجمع (وسل، ووسائل، ومن معاني الوسيلة في اللغة:

- الرغبة والطلب، يقال: وسل: إذا رغب، والواصل: الراغب إلى الله عز وجل.

قال لبيد:

- ما يتقرب به إلى الغير، يقال وسل فلان إلى ربه وسيلة، أي تقرب إليه بعمل.

- الوصلة والقربى قال الله تعالى: (أولئك الذين يدعون يبتغون إلى ربهم الوسيلة)

• المنزلة عند الملك، والدرجة وفي صحيح البخاري عن جابر بن عبد الله رضي الله عنه -أن رسول الله صلى الله عليه وسلم قال (من قال حين يسمع النداء -اللهم رب هذه الدعوة

¹- زبيدة دهام، نادية عزيزو، دور مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام الجزائري ظاهرة الاختطاف للأطفال الفيسبوك نموذجا، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر (جامعة خميس مليانة، تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2019)، ص.13.

التامة والصلاة القائمة آت محمد والوسيلة والفضيلة، وابعثه مقاما محمودا الذي وعدته، حلت لخص شفاعتي يوم القيامة).

• وفي صحيح مسلم عن عبد الله بن عمر بن العاص رضي الله عنها أنه سمع النبي على الله عليه وسلم يقول (إذا سمعتم المؤذن فقولوا مثل ما يقول، ثم صلوا عليه، فإنه من صلى على صلاة صلى الله عليه بها عشرا، تم سلو لي الوسيلة، فإنها منزلة في الجنة لا تبتغي لعبد من عباد الله، وأرجو أن أكون أنا هو) هو ضمن سأل لي الوسيلة حلت له الشفاعة).

• السبب الموصل إلى المقصود، أو المعين على ذلك. يقال توصل فلان إلى فلان بوسيلة أي: تسبب إليه بسبب.

2- اصطلاحا: هي التي يستعان بها في الطريق للوصول إلى الغاية.

- هي ما يتوصل به إلى شيء ويتقرب به.¹

3- إجرائيا: هي ما يتم به تبادل المعلومات والرسائل اللغوية سواء كان هذا التبادل قصديا أو غير قصدي، بين الأفراد والجماعات.

ب- التواصل:

1- لغة: التواصل في اللغة مشتق من المصدر الثلاثي (وصل) وهو خلاف الفصل والهجران نقول وصلت الشيء وصلا ووصلا وصلة أي أقيمت به، أو بينه وبين شيء بالشيء آخر صلة، واتصل الشيء لم ينقطع عنه، وما بينها وصلة والجمع وصل، يقال وصل فلان رحمه يصلها صلة، وما بينهما وصلة أي اتصال وذريعة، وواصلة مواصلة ووصالا أي مكنه من الاتصال به، ومنه التواصل وهو ضد التصارم والتقاطع.²

¹ محمد هلال الصادق هلال، الوسائل التوضيحية وأثرها في الدعوة إلى الله تعالى، مجلة الدراية، العدد 15(2015)، ص ص 288-392..

² لسان العرب، ابن منظور، دار بيروت، الطبعة الأولى، 1997، المجلة السادسة، مادة (وصل)، ص. 449.

وتقابل لفظة "تواصل" في اللغتين الفرنسية والانجليزية لفظة communication التي تدل هي الأخرى على المشاركة والنقل والانتقال والتوحد.¹

2- اصطلاحاً: تتسع الدلالة الاصطلاحية لمفهوم التواصل باتساع التخصصات المعرفية والبياديين البحثية التي تناولته، لسانية، نفسية، واجتماعية واقتصادية، وتاريخية وغير ذلك ولكن وبشكل عام يمكننا تقديم مفهوم التواصل على أنه عملية إبلاغ أو نقل الأفكار أو المعلومات أو التجارب أو المشاعر بين طرفين، بحيث لا يتم التواصل إلا ضمن بنية اتصالية محددة يأخذ فيها كل طرف وضعية اتصالية معينة إما وضعية الإرسال أو وضعية الاستقبال أو هما معا حيث يكون التواصل بشكل تفاعلي إما على الموافقة أو على وجه الاختلاف والتعارض.

وقد عرف هذا المفهوم بتعاريف كثيرة من قبل المستغلين بهذا الفن على مستوى كل الحقول المعرفية التي تناولته، لهذا سوف نحاول تقديم تعريف جامع لكل معالم هذا المفهوم في أبعاده العملية والواقعية.

وفي هذا الإطار يمكننا أن نعتمد التعريف الذي جاء عالم الاجتماع الأمريكي شارل كولي chorlescooley (1864/1929) حيث يعرف التواصل بأنه:

- المکانیزم الذي بواسطته توجد العلاقات الإنسانية وتتطور – إنه يتضمن (حسب تعبيره) كل رموز الذهن مع وسائل تبليغها عبر المجال وتعزيزها في الزمان، وتتضمن أيضاً تعابير الوجه وهيئات الجسم والحركات ونبرة الصوت والكلمات والكتابات والمطبوعات والقطارات والتلغراف والتلفون وكل ما يشمله آخر ما تم في الاكتشافات في المكان والزمان.

وهذا التعريف في حقيقته شامل إلى حد كبير للتواصل الإنساني بكل معالمه العملية والواقعية وهو يمثل اتجاه علماء الاجتماع الذين يتركز مفهوم التواصل عندهم في العلاقة الاجتماعية.

¹ - رابيس نور الدين، نظرية التواصل واللسانيات الحديثة، فأس، مطبعة سايس، الطبعة الأولى، 2007، ص، ص. 22-24.

فالتواصل بالنسبة لهم هو كل شكل من أشكال العلاقات الاجتماعية التي توجد فيها مشاركة واعية للأفراد والجماعات¹ فالتواصل عندهم يرادف العلاقة الاجتماعية والتي "لا يمكن التفريق بينهما بحال من الأحوال إلا مجازاً في إطار الوجود والمعطيات الفعالة للكائن الحي بحيث يشكلان وحدة لا تتجزأ.²

فالإنسان بنظرهم يحي داخل مجتمعه عبر أنظمة التواصل والتي هي من أهم مؤلفات أو مكونات الحياة الاجتماعية لأنه بدون تواصل لن تجد أي فئة أو أي جماعة وأفراد تلك لن يكونوا سواء أشخاص منغزلين نفسياً، إذا لم يتوفروا على قسط ولو قليل من التبادل الدال³

هذه الأنظمة لا تنحصر في نظام اللغة بقدر ما تنفتح في أدائها على كل ما من شأنه أن يبرز هذه العلاقة من أشكال دلالية، سواء كانت لغوية أو غير لغوية بمعنى أن التواصل كما يتم باللغة يتم بغيرها من الأنظمة الدلالية الأخرى.

وبالتالي فالتواصل لديهم ليس سوى السلوك الإنساني فكل سلوك إنساني داخل الحياة الاجتماعية يعتبر تواصلاً.⁴

كما يعرفه الدكتور عمر نصر الله بأنه علاقة بين فردين على الأقل كل منهما يمثل ذات تنشيط والذي ترتاح إليه النفس، إن التواصل يعني بناء علاقة بين فردين أو دولتين أو مجموعتين مما يحقق المنفعة المتبادلة بين طرفين⁵.

3- إجرائياً: هو كل علاقة بين طرفين أو أكثر، تقوم على تمرير أو استقبال أو تبادل مضمون ما (خبرة أو معلومة أو شعور أو رحمة...) عبر وسيلة ما (لغة، صورة، إشارة حركة...)

¹ - المرجع نفسه، ص. 25.

² - المرجع نفسه، ص. 32.

³ - المكان نفسه.

⁴ - المرجع نفسه، ص. 28.

⁵ - محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مصر، الدار العامة للنشر والتوزيع، 2003، ص. 30.

لغاية ما (توجيه، تعارف، إعلام، إقناع...) أو غير ذلك (من الغايات التي تتواصل من أجلها).

ج- الاجتماعي:

1- لغة: بالنظر إلى مادة جمع نجد الجيم والميم والعين أصل واحد يدل على انضمام الشيء يقال جمعت الشيء جمعا والجماع الأشابه من قبائل شتى.¹

2- اصطلاحا: يطلق هذا المصطلح بمعناه العام على الكائنات الإنسانية ويشير إلى أي سلوك أو اتجاه يتأثر بالخبرة الحاضرة أو الماضية لسلوك أشخاص آخرين أو السلوك الذي يتجه نحو آخرين ويربط بعض الدارسين بين مصطلح الاجتماعي وبين مواقف التفاعل الاجتماعي وهناك نوع من الخلط بين مصطلحي الاجتماعي والثقافي، فقد يعرف المصطلح الأول تعريفا عاما بحيث يصبح ما هو ثقافي مجرد فئة فرعية مما هو اجتماعي بينما ينظر إلى مصطلح ثقافي على أنه أشمل من الاجتماعي...وأخيرا فإن مصطلح الاجتماعي: يعني الوعي بمشاعر أو اتجاهات الآخرين والسلوك المتأثر بهذا الوعي²

3- إجرائيا: هو كل سلوك، نشاط فعل يكون مباشر، غير مباشر بين عدد محدود أو غير محدود من الأفراد باستخدام مختلف أنواع وسائل التواصل ويؤدي إلى تفاعل في أنماط مختلفة كالتعاون، الصراع، المنافسة، التكافل...

د- مفهوم التواصل الاجتماعي:

تداخلت بعض الآراء والاتجاهات حول التواصل الاجتماعي لأن هذا لمفهوم قد عكس التطور التقني الذي طرا على استخدام التكنولوجيا وقد أطلق على ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على شبكة الانترنت.

¹- أحمد بن فارس زكرياء أبو الحسن، معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الجزء الأول، 1979، ص . 479.

²- محمد عبد الرحمان، على البياري، المعجم الشامل لترجمة مصطلحات علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2013، ص.455.

يعرف التواصل الاجتماعي أحد الباحثين بقوله: "التواصل كما يكون من فرد لآخر فإنه يكون من مجتمع لآخر، وهذا يعني أن التواصل المنشأ مع الآخرين ليس تواملاً على مستوى الحكومات والدول فحسب، ولكنه ينبغي ويجب أن يكون تواملاً على مستوى الأفراد كل حسب قدرته وطاقته واستطاعته.¹

كما يعرف أيضاً التواصل الاجتماعي بأنه "إن التواصل الاجتماعي هو نقل الأفكار والتجارب وتبادل الخبرات والمعارف من الذات والأفراد والجامعات بتفاعل إيجابي، وبواسطة رسائل يتم من مرسل ومتلقي وهو جوهر العلاقات الإنسانية ومحقق تطورها.²

كما يمكن أن ندعم مفهومنا بأحد الأقوال " هو تواصل افتراضي مرتبط بالمواد (شبكة الانترنت)، وذلك باستخدام الوسائل الإلكترونية المختلفة من هواتف وحوايب وصفائح وأجهزة إلكترونية أخرى.³

هـ - مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي:

وقد تم تعريف وسائل التواصل الاجتماعي بالعديد من التعريفات منها:

1- **تعريف الشهري:** عبارة عن منظومة من الشبكات والمواقع الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات أو مجموعة من أصدقائه، ومن ثم تتيح للفرد إنشاء وسائل إلكترونية ونشرها بين أعضاء الموقع والمواقع المشتركة على الشبكات بحرية تامة.⁴

¹ - ماجد رجب العبد سكر، التواصل الاجتماعي: أنواعه-ضوابطه-أثاره ومعوقاته، ماجستير (الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، قسم التفسير وعلوم القرآن آية أصول الدين، 2011)، ص.10.

² - ماجد رجب العبد سكر، التواصل الاجتماعي: أنواعه-ضوابطه-أثاره ومعوقاته، ماجستير (الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، قسم التفسير وعلوم القرآن آية أصول الدين، 2011)، ص.10.

³ - يونس بوظبور، ورشة التواصل الإلكتروني، نادي التربية على حقوق الإنسان، يوم 24-12-2010، ص.03.

⁴ - عبد الوهاب بن عبد العزيز الحداد، وسائل التواصل الاجتماعي والعربية الفصحى، مذكرة دكتوراه (جامعة ملایا، كلية اللغة واللسانيات، قسم اللغة العربية واللغات الشرق الأوسط)، ص.40.

تعريف بالاس bailas: أنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت، اي يمكن للأفراد أن يتصلوا بعضهم ببعض للعديد من الأسباب¹

2-تعريف برسي preece ومالوني كريشمارال molomykirchmary: إنها مكان يلتقي فيه مجموعة من الناس لأهداف محددة وقد تكون لأغراض ما وتحمل أجنادات وتتضمن عددا من الأهداف والمضامين التي يتم اقتراحها²

3-تعريف كاستيل castells: إنها قنوات تواصلية تخلق بيئة اجتماعية مفتوحة وتفاعلية قادرة على الابتكار دون المساس بشكل هذه البيئة مع صعوبة تحديد الهدف لهذه الخلايا الاجتماعية المبتكرة من خلال التطور التقني والمعلوماتي.³

2- إجرائيا: وسائل التواصل الاجتماعي هي عبارة عن نظام تواصل مجتمعي افتراضي يتخطى الحدود الزمانية والمكانية، يتيح للأفراد التواصل فيما بينهم بكل حرية عبر التطبيقات المختلفة على الشبكات الدولية

و- بعض وسائل التواصل الاجتماعي:

1-الفييس بوك:

لغة: الاسم فيسبوك وهو يشير إلى دفتر ورقي يحمل صور ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة لتعريف الأشخاص

¹- نومار مريم نريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك، رسالة ماجستير (جامعة الحاج لخضر، كلية علوم الإعلام والاتصال وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، 2012/2013)، ص.44.

²- ورقة علمية مقدمة في المؤتمر العربي الأوروبي حول تمكين الشباب ومنظماتهم مودع مصادرات المجتمع المدني في الدول العربية، جنوب البحر المتوسط، مالطا، 22-24 مارس 2012 م.

³- ورقة علمية مقدمة في المؤتمر العربي الأوروبي حول تمكين الشباب ومنظماتهم مودع مصادرات المجتمع المدني في الدول العربية، جنوب البحر المتوسط، مالطا، 22-24 مارس 2012 م.

خصوصاً في الجامعة الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة في نفس الكلية.¹

اصطلاحاً: عبارة عن مدونة شخصية أو صفحة شخصية على الأنترنت تتكلم وتتناقش فيها أنت وأصدقائك وتتبادلون الصور والفيديو والصوتيات والبعض يستخدمها خطأ.²

- هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي، والتي أصبحت مواقعها هي الأشهر والأكثر استخداماً وتأثيراً على مستوى العالم.³

إجرائياً: هو موقع يمكن المستخدمين من التواصل المباشر مع بعضهم ومشاركة الاهتمامات والفعاليات، كما يمكن استخدام تلك المواقع للبحث عن أصدقاء الدراسة، أو تسويق المنتجات أو البحث عن عمل جديد.

2- اليوتيوب:

لغة: يعود سبب تسمية الموقع بهذا الاسم إلى كلمة "تيوب" ومعناها باللغة الانجليزية أنبوب أو قناة أو نفق وأضيف كلمة "يو" والتي تعني "أنت" على تيوب للدلالة على أن كل شخص بإمكانه أن يصبح تلفزيونياً.⁴

¹ - شريف كمال، سامي الطرابيشي، كل شيء عن الفيس بوك وثورة الغضب، دار الروضة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011، ص 7.

² - المكان نفسه

³ - صادق عباس، الإعلام الجديد "المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008، ص 15.

⁴ - شيماء بزاري، زبيدة حمزة، بثينة سعايدية، أثر يوتيوب على سلوك الطفل، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر (جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2021-2022)، ص 23.

اصطلاحاً: تعرفه موسوعة نشا>> التابعة لمجلة الحاسوب العالمية 2009 أكثر مواقع مشاركة الفيديو شهرة والتي يجعل بمقدور أي شخص تحميل مقاطع فيديو قصيرة، لمعاينتها بشكل خاص أو عام، ويعتبر مكانا لتبادل أشرطة الفيديو بين الأهل والأصدقاء.¹

إجرائياً: أحد مواقع التواصل الاجتماعي وأكثرها شهرة تتميز بتعدد المحتويات كما له مكانة خاصة في أوساط الأطفال وأيضا أكثر المواقع ولوجا من طرفهم (الأطفال).

3-الأنستغرام:

لغة: بالإنجليزية <<Instagram>> وهي دمج لكلمتي instant والتي تعني فوري أو آني، و Telegram والتي تعني برقية والكلمة ككل تعني إرسال صور فورية.

اصطلاحاً: هو برنامج يعمل على الهواتف الذكية يستخدم لمشاركة الصور كغيره من مواقع التواصل الاجتماعية الأخرى وهو تطبيق مجاني لتبادل الصور وهو شبكة اجتماعية أيضا أطلق أكتوبر 2012، يتيح للمستخدمين التقاط الصور وإضافة فلتر رقمي لها، ومن ثم مشاركتها في مجموعة متنوعة من خدمات الشبكات الاجتماعية وشبكة الأنستغرام نفسها وفي جوان 2013 تم وضع تطبيق لتصوير فيديو بشكل متقطع للمستخدمين.²

إجرائياً: يعد الأنستغرام أحد شبكات التواصل الاجتماعي والذي يستخدم التقاط الصور الفوتوغرافية والفيديو وتعديلها ثم مشاركتها من الهواتف الذكية كغيره من شبكات التواصل الاجتماعية الأخرى.

4-التويتر:

¹ مظهر عهود يوسف، واقع توظيف الفيديو الرقمي(يوتيوب) الممارس من قبل أعضاء الهيئات التدريسية، وانعكاساته على الحاجات التدريبية الفعلية في مؤسسات التعليم العالي، المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الإلكتروني، جامعة فلسطين التقنية حضوري، المجلد 07، العدد 13 (31 جانفي 2019)، ص ص. 63-83.

² ليليا شاوي، مقارنة تلقي ودوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الأنستغرام، دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة جامعة الجزائر (المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10، العدد 01 (جوان 2022)، ص ص. 291-318..

لغة: أخذ تويتر إسمه من مصطلح تويت Twitte والذي يعني التغريد واتخذ من العصفور رمزاً له.¹

اصطلاحاً: وسيلة تواصل اجتماعي وإخباري على الأنترنت حيث يتواصل الأشخاص في رسائل قصيرة تسمى تغريدات ينشرها المستخدم لأي شخص يتابعه كما يمكن أن يطلق على التغريدات اسماً آخر هو التدوين المصغر. بالإنجليزية Microblogging ويعد تويتر سهل الاستخدام والتصفح لأن كل تغريده مقيدة بعدد محدد من الحروف وهي 280 حرفاً.²

إجرائياً: هو أحد أشهر وسائل التواصل الاجتماعية، نضراً لما يوفره من انتشار واسع للرسائل القصيرة والروابط والملفات التي يمكن تبادلها بين مشتركيه، بحيث لا يستغرق فيه الخبر القليل من الوقت ليصل إلى أكبر عدد من المشتركين مع إمكانية التفاعل مع الخبر بالرد والتعليق والدرشات العامة والخاصة

ثالثاً- التضليل الإعلامي:

أ- التضليل:

1- لغة: التضليل في اللغة العربية من الفعل ضلل، وهو لغتان: لغة نجد، بالفتح ضلل بمعنى زل، من باب ضرب ولغة الحجاز، بالكسر: ضلل من باب تعب وأصحهما لغة نجد.³

¹ - سليمة رابحي، الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي بسكرة 10/9 سبتمبر 2012

² - موضوع3 <https://mawdoo3>

³ - المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، أحمد بن محمد بن علي المقري، بيروت، دار الفكر، المجلد 2، "مادة"ضل"، ص ص 9- 10.

ومنها قول الله سبحانه تعالى: ((قل إن ضللت فإنما أضل على نفسي))¹، والضللال والضلالة ضد الهدى والرشاد، يقال: أضللت فلانا إذا وجهته للضلال عن الطريق، والضلليل كثير الضلال وهو من لا يقلع عن الضلالة.²

والأصل في الضلالة الغيبة، يقال ضل البعير إذا غاب وخفي، وأضلته إذا فقدته والبعير يسمى الضالة.³

كما يعرف لغة أيضا بأنه من ضلل والضلال ضد الهدى، أو يقال ضلاني أي ذهب عني وضل الطريق أي لم يهتد إليه.⁴

كما يأتي التضليل أيضا في اللغة من الفعل ضل الشيء ضاع وهلك، ورجل ضليل ضل أي ضال جدا والضلال ضد الرشاد.⁵

كذلك يأتي التضليل بذات المعنى في اللغة الفرنسية حيث يعرف الأستاذ انبولير buller بورغون burgoon التضليل أنه رسالة يتم نقلها عن علم يقصد الترويج لمعتقدات أو استنتاجات زائفة، ما يستبعد أي شكل من أشكال الخطأ أو الكذب غير المتعمد.⁶

¹ - سورة سبأ، الآية (50).

² - المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، أحمد بن محمد بن علي المقري، بيروت، دار الفكر، المجلد 2، "مادة ضل"، ص ص 9-10، لسان العرب، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، دار صادر، بيروت، مادة ضلل، المجلد 11، ص 391.

³ - المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، أحمد بن محمد بن علي المقري، بيروت، دار الفكر، المجلد 2، "مادة ضل"، ص ص 9-10، لسان العرب، أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، دار صادر، بيروت، مادة ضلل، المجلد 11، ص 391.

⁴ - ستار مجهول العذاب، دور إجراءات مكاتب المفتشين العموميين في الحد من جرائم الاحتيال، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 79، العدد 20، (أكتوبر 2014)، ص ص 105-140..

⁵ - محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، بيروت، دار الكتاب العربي، 1981، ص 383.

⁶ - محمد عبد القدوس المصري، الإعلان الكاذب والمضلل (الماهية والأركان القانونية)، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، العدد 42 (جويلية 2023م، 1445هـ)، ص ص 2405-2428.

ونخلص من ذلك إلى أن التضليل في اللغة هو "إخفاء الحقيقة والصواب، وعدم التوجيه السديد، فيأتي بالمعاني السابقة، فهو الغياب عن الحقيقة، وعدم الاهتمام إليها.

2- اصطلاحاً: لقد قدم العلماء العديد من التعريفات للتضليل والملاحظ أن هذه التعريفات لم تخرج في معناها عن المعنى اللغوي، فقد جاء في معجم لغة الفقهاء أن التضليل هو:

• تعمد إخفاء بعض أمور لا يهتدي الباحث إليها.¹

• هو إخفاء الحقائق والمضلل هو من يحاول قلب الحقائق.²

3- إجرائياً: هي معلومات وحقائق مزيفة، مغلطة، مكذبة، موهمة، مجزأة، مخفية، مقلوبة ومبالغ فيها يستخدمها المضلل لإحداث أكبر قدر من التأثير على المضلل أو المستهدف من التضليل بداية بالتشويش والتشتيت وتضييق دائرة تفكيره ومعرفته وتغيير قناعاته واتجاهاته بهدف صرف نظره عن حدث ما أو واقع ما غير موجود أصلاً

ب- الإعلام:

1- لغة: الإعلام في اللغة جاء من مادة علم يعلم علماً، نقيض جهل، رحل علامة، وعلام وعليم، فإن أنكروا العليم فإن الله يحكي عن يوسف ((إني حفيظ عليم)) سورة يوسف (55) وأدخلت الهاء في علامة للتوكيد، وما علمت بخبرك، أي ما شعرت به، وأعلمته بكذا أي: أشعرته وعلمته تعليماً.³

¹ - معجم لغة الفقهاء محمد رواس، بيروت، دار النفائس، الطبعة الأولى، 1416هـ/1990م، ص 113.

² - إيمان محمد سلامة بركة، الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الفقه المقارن (الجامعة الإسلامية - غزة، كلية الشريعة والقانون، قسم الفقه المقارن، 2008هـ/1429م)، ص 1-137..

³ - كتاب العين معجم لغوي تراثي، الخليل بن أحمد الفراهيدي، بيروت، لبنان، مكتبة لبنان ناشرون، الطبعة الأولى، 2004م، (مادة علم)، ص 756.

وورد في معجم المختار علم الشيء - بالكسر - يعلمه علما: عرفه، ورجل علامة، أي: عالم جدا والهاء للمبالغة، واستعلمه الخبر، فأعلمه إياه، وعلمه الشيء تعليما فتعلم.¹

وفي موضع آخر علم فلان الشيء علما عرفه وفي القرآن الكريم (لا تعلمونهم الله يعلمهم) فهو عالم ج عالم -ج علماء، يقال علمت العلم نافعا، أعلم فلانا الخبر أي أخبره به.²

فالإعلام مصدر الفعل أعلم وأعلمته بالخبر، أخبرته به وهي تختص بالأخبار السريع، عكس العليم، والإعلام يكون مجال إيصال الخبر إلى الآخرين، بشكل سريع وأعلمته بالأمر أي جعلته يعلم به.³

فكلمة الإعلام مشتقة من العلم، فتقول العرب في القديم استعلمه الخبر فأعلمه إياه يعني صار يعرف الخبر بعدما طلب معرفته.

وفي اللغة الفرنسية يقابل كلمة إعلام مصطلح information الذي يعني حسب قاموس la rousse فعل الإخبار، ومن هنا يتبين أن أصول كلمة الإعلام في اللغتين العربية والفرنسية واحد يتمثل في عملية إخبار غيرنا بالمعلومات.⁴

ففي اللغة يفيد مفهوم الإعلام نقل الخبر وهو المعنى الذي يطلقه العلماء على عملية الإعلام.

2- اصطلاحا: له تعريفات عديدة نذكر منها:

¹ المختار من صحاح اللغة، محي الدين، محمد عبد اللطيف السبكي، دار السرور، 1353هـ/1934م، (مادة علم)، ص 355.

² المعجم الوجيز، ابراهيم مذكور، مجمع اللغة العربية، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية، 1896م، (مادة علم)، ص 432.

³ معجم مصطلحات التربية والتعليم، جرجس ميشال جرجس (بيروت، لبنان، دار النهضة العربية، ، الطبعة الأولى، 1426هـ/2005م)، ص.85.

⁴ ميلود مراد، دور الإعلام الجزائري في إدارة الأزمات (الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزء الأول، 2013م)، ص ص 80-81 .

- تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع ومشكلة من المشكلات، حيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً ضمن عقلية الجماهير واتجاهاتها ميولها.¹

- ويرى عبد اللطيف حمزة أن الإعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة.²

فكلمة إعلام تعني "نشر الأخبار والحقائق والمعلومات لكل أفراد المجتمع".

- في حين يعرف الباحث عبد الرحمان عزي الإعلام بأنه يقصد بالإعلام عامة ضرورة انتقال المعلومات من مصدر لآخر ويرمز الإعلام في علوم الإعلام والاتصال إلى ما تبثه وسائل الاتصال من صحافة مكتوبة وسمعية ومرئية من محتويات إخبارية ثقافية اجتماعية وترفيهية إلى قطاع واسع من المجتمع.³

3- إجرائياً: هو كل ما يصل إلى المستقبل من أخبار ومعلومات وحقائق عن طريق وسائل مختلفة ليلبي احتياجاته ومصالحه الشخصية.

ج- التضليل الإعلامي:

ارتبط التضليل بالإعلام. لكنه في حقيقة الأمر ظهر ومنذ القدم، لكن الإعلام سهل ووسع انتشاره، هذه الأخبار الكاذبة والمعلومات الزائفة وعبر مختلف وسائله.

فكما أن وسائل الإعلام قادرة على نشر المعرفة وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع أفقهم والتأثير في الرأي العام وتغيير اتجاهاتهم آرائهم تجاه العديد من القضايا والمواقف،

¹- وليد ابراهيم الحاج، اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة (عمان، دار البداية، الطبعة الأولى، 2011م، /1432هـ)، ص 115.

²- نعيمة واكد، مقدمة في علم الإعلام (الجزائر، طاكسيج. كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2012م)، ص 8.

³- ميلود، مرجع سابق، ص 82.

تستطيع أيضا تزييف الحقائق، ومن ثم تستطيع أن تفرض على الناس مفاهيم وأراء مغايرة لما يتطلعون إليه من أهداف وقيم اجتماعية إيجابية.

وهذا ما يعرف بـ "التضليل الإعلامي": والذي يعرف بأنه:

- هو معلومات كاذبة مقصودة وتعتمد على تلاعب بالوعي والتحكم به كذلك إما عن طريق تقديم معلومات ناقصة أو كاملة غير مفيدة وتحريف جزء منها في الوقت نفسه، بغية التأثير في الجمهور المستهدف لاتخاذ قرارات خاطئة أو العزوف عن المواقف الإيجابية.¹
- هو محاولات مصادر معن عنها أو غير معن عنها، التلاعب بالرأي العام أو جهات أخرى عن طريق وسائل الإعلام وباستعمال معلومات كاذبة أو مفبركة أو إخفاء معلومات حقيقية لتحقيق أهداف سياسية غير موضحة للجماهير.²

2-إجرائيا: التضليل الإعلامي هو الطرق الملتوية الغير سوية المستخدمة بواسطة مختلف وسائل الإعلام لتأويل المعلومات عن حقيقتها، بغرض التأثير على الجمهور وخداعه.

(د) الثورة:

1- لغة:

في اللغة العربية: ويقصد بالثورة في اللغة العربية عند علماء اللغة الاضطراب والهيجان الشاسع ويقال في العربية (ثور) فلان الشر (تثويرا) أي هيجه وأظهره³ ويقال أثر الشيء أي أقامه

¹- عبير محمود جبار، التضليل الإعلامي حول مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك نموذجا (جامعة جيهان- أبريل، كلية الآداب والفنون بقسم الإعلام، مؤتمر جامعة جيهان الدولي الثالث في القانون والعلاقات الدولية)، ص. 621.

²- أمال أيوب، راضية يوسف، دور الممارسات والمبادئ الأخلاقية في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 7، العدد 4 (2019)، ص. 76. 91..

³- إبراهيم محمد محمد صادق عامر، التأصيل العملي لطبيعة الثورة وأنواعها، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 19، العدد 4 (31 أكتوبر 2018)، ص ص. 253-273.

وهيجته ودفعه إلى الحركة أو أظهره وبينه حيث يقال أثار الطير أي هيجه وجعله يطير من مكانه ويقول أثرت الكنز أي كشف سره وأظهره بعد أن كان خافيا¹.

وقد ورد في لسان العرب: ثار الشيء ثورا وثوروا وثورانا وتثور: هاج وتور الغضب حدته. والثائر الغضبان ويقال للغضبان أهيج ما يكون: قد ثار ثائرة وفار فائرة إذا غضب وهاج غضبه. ويقال انتظر حتى تسكن هذه الثورة وهي الهيج وثار الدخان والغبار: أي ظهر وسطع. رأيت فلانا ثائر الرأس: أي انتشر وتفرق، والثور: برج من أبرج السماء².

وفي المعجم الوجيز: ثورة من الفعل ثار، ثورانا وثورة: هاج وانتشر فهو ثائر، ويقال: ثار الدخان والغبار، ثار به الشر والغضب، وثار به الناس³.

في القاموس المحيط: الثار والدم والطلب به. في الجمع آثار والاسم منها ثورة والثار هو من لا يبقى عليه شيء حتى يدرك ثاره ويفعله⁴.

مما سبق يتضح أنه رغم تعدد مصطلح الثورة في اللغة العربية إلا أنها قد أجمعت على أنه من الهياج والانتشار.

في اللغة اللاتينية: يقصد بالثورة في المصطلح اللاتيني Revoluton المقابل للكلمة في اللغة العربية هو الحركة الدائرية للنجوم، وهي لا تشير إلى العنف بقدر ما يشير إلى أنها حركة دائرية متكررة لا دخل للبشر فيها⁵.

¹ سامي خشبة، مصطلحات فكرية، القاهرة، مكتبة الأكاديمية، 1994، ص. 231.

² لسان العرب، ابن المنصور (القاهرة، دار الحديث، المجلد الأول، 2003)، ص. 718-728.

³ المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، الجزء الأول، ط3، ص107، معجم الوجيز، مجمع اللغة العربية (الطبعة الأولى، 1980)، ص. 89.

⁴ القاموس المحيط، محمد بن يعقوب محمد بن إبراهيم الفيروز أبادي (القاهرة، شركة القدس للنشر والتوزيع، 2009)، ص. 255.

⁵ إبراهيم محمد محمد صادق عامر، التأصيل العملي لطبيعة الثورة وأنواعها، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 19، العدد 4 (31 أكتوبر 2018)، ص ص. 253-273.

2- اصطلاحاً:

تكشف دراسات عن عدم وجود تعريف محدد للثورة، وشأنها في ذلك شأن معظم مفاهيم العلوم الاجتماعية والتي ترجع في جزء كبير إلى تركيز كل باحث على أحد الأبعاد المختلفة لبحثه فحسب.

وعلى الصعيد ذاته تكون الثورة متضمنة الاختلافات المرجعية والبيداغوجية التي يعتمد عليها كل مفكر، عند تعريفه للثورة، بل إن محاولات المفكرين لم ترتق إلى مستوى تعريف علمي محدد نظراً لتدرج الكلمة في الفلسفة اليونانية ولم يكن يقصد بها المفهوم المعاصر للثورة (يقصد بمصطلح الثورة في اللغة اللاتينية الحركة الدائرية للنجوم، وهي لا تشير إلى العنف بقدر ما تشير إلى أنها حركة دائرية متكررة لا دخل للبشر فيها) وهو المفهوم السائد في القرن السابع عشر¹ وعندما نقلت إلى المجال السياسي كان معناها تعاقب الحكومات والدول في دورة لا يمكن للبشر تبديلها أو تغييرها²

وبانتقالها (الثورة) للمجال السياسي اكتسبت مفهوما المعاصر وأصبح معظم المفكرين المعاصرين يستخدمون اصطلاح الثورة للدلالة على تغييرات فجائية تتم في الظروف السياسية والاجتماعية أي عندما يتم تغيير حكم قائم، وتتغير النظام الاجتماعي والقانوني المصاحب له بصورة فجائية، وأحياناً بصورة عنيفة بحكم آخر³

أصبحت الثورة أحد أساليب التغيير الاجتماعي التي تشمل البني الأساسية والاجتماعية والاقتصادية ولا تتبع الوسائل المعقدة في النظام الدستوري القديم للدولة وتتكون جذرية وشاملة.

وعلى هذا الأساس وفي هذا السياق يمكننا الإشارة إلى عدة تعريفات تناولت مفهوم الثورة، حيث يقصد بالثورة ما يلي:

¹ - خشبة، مرجع سابق، ص. 231.

² - إبراهيم محمد محمد صادق عامر، التأصيل العملي لطبيعة الثورة وأنواعها، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 19، العدد 4 (31 أكتوبر 2018)، ص ص. 253-273.

³ - عبد الوهاب الكيالي، "موسوعة السياسة" (بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1979، الجزء السابع)، ص. 970.

- "تحرك شعبي واسع خارج البيئة الدستورية القائمة أو خارج الشريعة يتمثل هدفه في تغيير نظام الحكم القائم في الدولة".¹
 - "الثورة يقوم بها الشعب من أجل إحداث تغيير شامل في المجتمع وإحلال قيادات سياسية محل القيادات التي فشلت في تحقيق آمال شعوبها ففي الثورة يكون الوصول إلى السلطة ليس غاية بل وسيلة لتحقيق الأسباب التي قامت من أجلها الثورة".²
 - "الثورة هي مرحلة متقدمة من مراحل الغضب والاضطراب المجتمعي، وهي إفراز طبيعي نتيجة شعور وغالبية أفراد المجتمع بحجم الظاهرة السلبية التي بها لا يعيش حياة كريمة على وجهيها المادي والمعنوي".³
 - وتعرفها موسوعة علم الاجتماع بأنها "التغيرات الجذرية في البنية الأساسية للمجتمع، تلك التغيرات التي تعمل على تبديل المجتمع ظاهريا وجوهريا من نمط سائد إلى نمط جديد يتوافق مع مبادئ وقيم وإيديولوجية وأهداف الثورة، وقد تكون الثورة عنيفة ودموية، كما قد تكون سلمية، وتكون فجائية سريعة أو بطيئة تدريجية".⁴
 - "والثورة السياسة الحديثة هي كل تغيير جذري يحدث في الأنظمة السياسية لأمة من الأمم، وعلى هذا التعريف فهناك ثورات حدثت ببطء وسلام تحت تأثير التقدم العلمي والخلقي ومنها ما
-
- ¹ - إبراهيم محمد محمد صادق عامر، التأصيل العملي لطبيعة الثورة وأنواعها، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 19، العدد 4 (31 أكتوبر 2018)، ص ص 253-273.
- ² - سعيد سراج، الرأي العام، مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة (القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986)، ص.21.
- ³ - إبراهيم محمد محمد صادق عامر، التأصيل العملي لطبيعة الثورة وأنواعها، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 19، العدد 4 (31 أكتوبر 2018)، ص ص 253-273.
- ⁴ - شعبان ظاهر الأسود، علم الاجتماع السياسي: قضايا العنف السياسي الثورة (القاهرة، الدار المصرية اللبنانية"، 2003)، ص.46-47.

يحدث فجأة عقب اضطرابات وسفك دماء، وهذه الثورة تكون بإحدى حالتين: إما بمغتصب أغرى فئة من الناس على تحقيق مطالبه، وإما بحركة بإرادة الأمة كلها¹

ويعرفها صموئيل هنتجون بأنها "عملية تغيير هيكلية وسريع وعنيف في القيم والمفاهيم الاجتماعية السائدة، وفي المؤسسات السياسية، وفي البنية الاجتماعية والقيادة وفي السياسات والأنشطة الحكومية"²

وبالتالي الثورة حركة جمهورية شعبية شاملة، ونوع من أنواع التغيير الجذري والعميق الذي يستهدف إحداث تغييرات في بنية المجتمع ككل، وبناء وضع جديد يشمل مختلف النواحي الاجتماعية والثقافية والسياسية، وأداة من أدوات التطور التاريخي الذي يهدف إلى تغيير فلسفة الحكم وربما حتى أشخاص الحكم.

إجرائيا:

الثورة هي ردة فعل طبيعة جدا لشعب فكريا هو سليم جدا، لكن درجة غضبه وصلت لمرحلة متقدمة جدا، ولم يجد وسيلة وأسلوبا للتغيير وللتغيير الجذري الشامل غير الثورة.

¹ - دائرة معارف القرن العشرين، محمد فريد وجدي، (بيروت، دار الفكر، المجلد الثاني)، ص 776.

² - إبراهيم محمد محمد صادق عامر، التأصيل العملي لطبيعة الثورة وأنواعها، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 19، العدد 4 (31 أكتوبر 2018)، ص ص 253-273.

هـ/ طوفان الأقصى

1- الطوفان:

لغة: أصل كلمة الطوفان في اللغة العربية من الطوف وهو دوران الشيء على الشيء يقال: طاف حول الدار يطوف طوافا وتطوفا أي دار حولها، فهو طائف، والدار مطوف بها، وأطاف الرجل، أكثر الدوران، ومن معاني الطواف أيضا: السير، النزول، وسمي الفيضان المغرق طوفانا لأنه يحيط بالقوم ويدور حولهم وينزل بهم.

ويطلق على كل ما كان عظيما كثيرا يحيط بالأشياء ويشملها من ذلك الفيضان (الطوفان) العظيم. الموت العام لما فيه من إهلاك للجميع.

اصطلاحا: كل حادث يحيط بالإنسان ويكون غالبا كثير متتابع يغشى كل شيء كالسير المغرق والموت العام¹

إجرائيا: كل شيء أو كل حادث يؤدي إلى هلاك عام ومن خصائصه أن يكون كثيرا ومستمرا.

2- المسجد الأقصى:

تأتي أهمية المسجد الأقصى لدى المسلمين من قيمته الدينية فهو أول القبلتين وثالث الحرمين ومسرى رسول الله صلى الله عليه وسلم عن كونه ثاني مسجد بني بعد المسجد الحرام.

تبلغ مساحة حوالي 14 ألف متر مربع

تبلغ أطوال السور الذي يحده من الجهات الأربعة كالاتي:

• الغربي 491 مترا.

• الشرقي 429 مترا.

¹ http://islamic_content.com

الجمهرة معلمة مفردات المحتوى الإسلامي

• الشمالي 310 مترا.

• الجنوبي 281 مترا.

يمتلك المسجد الآن 04 مآذن تعود لأيام العهد المملوكي، يتكون من عدة أبنية، ويحتوي على أجزاء عديدة ومختلفة تصل إلى 200 معلم، ويضم المسجد رواق أوسط كبير، مقام على عمدة رخامية يغطيه جملون مصفح بألوان الرصاص، وينتهي الرواق بقبة عظيمة تستند بدورها على أربع دعائم حجرية تعلوها أربعة عقود حجرية.

• القبة نفسها تتكون من طبقتين داخلية وخارجية، زينت من الداخل بالزخارف الفسيفسائية، ومن الخارج تم تغطيتها بصفائح النحاس المطلية بالذهب،

• على جانبي الرواق الأوسط يوجد ثلاثة أروقة أخرى تسير بالتوازي مع الرواق الأوسط وأقل منه ارتفاعا.

• تاريخيا يضم المسجد الأقصى 15 بابا منها 10 مفتوحة و5 أبواب مغلقة.

• ويخلط المسلمون في أذهانهم بشأن المسجد الأقصى، ومنهم من يعتبر أن الأقصى ذلك البناء ذي القبة الذهبية في إشارة لمسجد قبة الصخرة والبعض الآخر يظن أن الأقصى المبارك هو ذلك البناء ذي القبة الرصاصية السوداء "المسجد القبلي" إلا أن مفهوم الأقصى الحقيقي وهو كل ما يقع بداخل السور الذي يحيط بساحة الأقصى وما بداخلها.¹

3- طوفان الأقصى

يعد "طوفان الأقصى" ثورة مختلفة عن الثورات السابقة من عدة جوانب فمن أين جاء هذا الاسم أو أي دلالة له؟.

¹ -المسجد الأقصى.. شاهد على تاريخ يمتد لآلاف السنين، متاح على الرابط:

www.skynewsarabia.com ، بتاريخ: 12 مايو 2021، الساعة 10:33 بتوقيت أبو ظبي.

الدلالة الواقعية العملية لهذه للثورة تكون بالعودة إلى معركة "طوفان الأقصى" المنطقتة من غزة سواء باستخدام "طوفان" أو بإضافة الأقصى له، وفقا لمحليين اثنين تحدثا للجزيرة نت.

• من جهة مبالغة الاحتلال في عدوانه دون أن يلتفت للتحذيرات الموجهة له بعدم المساس بالمسجد الأقصى.

• ومن جهة أخرى تضمن الثورة لكثير من المفاجآت فاقت توقعات الاحتلال وفقا للمتحدثين.

حيث يقول مدير مركز ييوس للدراسات في رام الله سليمان بشارت إن اختيار الأسماء مهمة صعبة في المعارك الاستراتيجية "لمراعاة مجموعة عوامل وظروف بيئية ودينية وثقافية وعسكرية ونفسية وغيرها"

مشيرا (سليمان بشارت) إلى أن في التسمية "رسالة واضحة للاحتلال الذي يمارس الانتهاكات بحق الأقصى وبأن ما يجري جاء ردا على أفعاله وانتهاكاته".

مذكرا أن المسجد الأقصى قد تعرض في الأسابيع القليلة الماضية وبالتزامن مع الأعياد اليهودية لانتهاكات كبيرة جدا من قبل الاحتلال ووزارته ومستوطنيه.

أما خبير الشؤون الأمنية إبراهيم حبيب فيقول أن تسمية المعركة "مرتبطة بمعنى الحرب وهدفها الأساسي وهو المسجد الأقصى، وما يتعرض له من تدنيس ومحاولة تقسيم زمني ومكاني".

كما يربط أيضا بين هذه المعركة ومعركة سيف القدس "سميت طوفان الأقصى تيمنا بالحالة الثورية التي كانت عام 2021".

ليتابع "للتسمية دلالات كبيرة في نفس كل عربي، فالقضية الآن هي قضية الأقصى التي لا يختلف عليها إثنان في الكل الوطني أو العربي، لا سيما أن هناك إجماعا عربيا وإسلاميا على رفض الظلم الواقع عليه".¹

¹ http: //jeddehpost.com

ثورة طوفان الأقصى:

هي عملية عسكرية شنتها المقاومة في قطاع غزة على إسرائيل فجر يوم السبت 07 أكتوبر 2023، وشملت هجوما بریا وبحريا وجويا وتسلا للمقاومين إلى عدة مستوطنات في غلاف غزة.¹

كما تسمى من جهة إسرائيل بعملية السيوف الحديدية. كما يشير إليها البعض الانتفاضة الثالثة، ويشار إليها بشكل غير رسمي باسم معركة السابع من أكتوبر.

إجرائيا:

هو الخطوة الضرورية والتي كان لابد منها لمواجهة ما يحاك من مخططات إسرائيلية تستهدف تصفية القضية الفلسطينية والسيطرة على الأرض وتهويدها وحسم السيادة على المسجد الأقصى والمقدسات وإنهاء الحصار الجائر على قطاع غزة.²

10- الدراسات السابقة

لا يمكن لأي بحث علمي أن يصدر دون اشماله على الدراسات السابقة، وذلك لأن هذه الدراسات تعتبر أحد الركائز الأساسية من المنظومة البحثية، وظيفتها الأساسية تكمن في تدعيم محتوى البحث بالمعلومات المفيدة، كذلك من خلالها يتم النظر إلى موضوع الدراسة من وجهات نظر مختلفة مما يؤدي لزيادة الاستيعاب والفهم له، كما تبرز أيضا الشيء الجديد الذي أضافه الباحث في دراسته السابقة.

وإيماننا منا بأن تطور المعرفة ونموها يفرض على الباحث عند التفكير في القيام بأي دراسة أو بحث علمي التسليم مع الاقتناع بأن عمله ما هو إلا حلقة من حلقات كثيرة مجسدة في شكل دراسات سابقة سواء كانت ميدانية أو مكتبية.

¹ " طوفان الأقصى" .. أكبر هجوم للمقاومة الفلسطينية على إسرائيل متاح على الرابط: www.aljazeera.net بتاريخ:

2024/2/2 على الساعة 01: 21 م (بتوقيت مكة المكرمة)

² - <http://ar.m.wikipedia.org/wiki/> - ويكيبيديا.

ومن هذا المنطلق تم فحص بعض الدراسات التي تصب في إطار دراستنا:

أ- الدراسات التي تناولت وسائل التواصل الاجتماعي والقضية الفلسطينية

• الدراسة الأولى:

دراسة من إعداد الطالبتين: بو سعيد ليلي، ساعد الخادم تحت عنوان "دور منصات التواصل الاجتماعي في دعم القضية الشيخ جراح بالقدس: صفحة فيسبوك أنقذوا حي الشيخ جراح أنموذجاً- مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة وإلكترونية خلال الموسم الجامعي 2021 2022 جامعة أحمد دراية - أدرار

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر قضية حي الفلسطيني وإيصال صوته للعالم أجمع، من خلال الهاشتاغ العالمي " أنقذوا حي الشيخ جراح" بالقدس، وكذلك هي محاولة لنشر الثقافة الإعلامية حول القضية الفلسطينية

ولتحقيق الباحث لهذا الهدف اتبع المنهج الوصفي التحليلي وقام بتحليل مضمون صفحة فيسبوك "أنقذوا حي الشيخ جراح" خلال الفترة الممتدة من 09 ماي 2020 إلى 10 جوان 2021 وقدت أظهرت نتائج الدراسة أن صفحة فيسبوك أنقذوا حي الشيخ جراح بينت أهمية ونجاعة دور وسائل التواصل الاجتماعي في التعاطي العالمي مع القضية الفلسطينية وهي صحفة ذات محتوى إعلامي متخصص وجعلها تكسب متابعين يتفاعلون مع محتواها.

وهذا انطلاقاً من إشكالية الدراسة والمتمثلة في التساؤل الرئيسي التالي:

كيف ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إبراز قضية حي الشيخ جراح؟

والذي تندرج ضمنه التساؤلات الفرعية التالية:

✓ ماهي قضية حي الشيخ جراح؟

✓ كيف تم إبراز قضية الشيخ جراح عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

✓ كيف ساهمت صفحة فيسبوك "أنقذوا حي الشيخ جراح" في إبراز القضية.

• التعقيب على الدراسة:

من خلال استعراضنا لهذه الدراسة السابقة لاحظنا بأنها تتفق مع دراستنا في مواضع وتختلف في مواضع أخرى. حيث تتفق معها من حيث انتمائها للدراسات الوصفية وهذا باستخدامها المنهج الوصفي التحليلي، وأيضاً من حيث تناولها لدور وسائل التواصل الاجتماعي في التعريف بالقضية الفلسطينية قضية حي الشيخ جراح (صفحة فيسبوك "أنقذوا حي الشيخ جراح")

وقد استفدنا من هذه الدراسة في إطار دراستنا: في التعرف على القضايا التي يمكن إخضاعها للدراسة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

فنحن نسعى من خلال دراستنا إلى معرفة وإبراز الدور الذي تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي الذي تتعرض له ثورة طوفان الأقصى وبالتالي القضية الفلسطينية. لكن عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

• الدراسة الثانية:

دراسة من إعداد "هشام أحمد عبد الكريم سكيك" تحت عنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية". دراسة تحليلية وميدانية.

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحافة من قسم الصحافة والإعلام الجامعة الإسلامية غزة 1436هـ-2014م

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بقضايا الوطن وأهم القضايا الوطنية التي تتناولها الشبكات، وتأتي هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية، حيث اعتمد الباحث نظرية الاستخدامات والإشباع واستخدم منهج المسح، واعتمد ثلاث أدوات وهي تحليل مضمون وأداة الاستقصاء الإلكتروني (الاستبيان) وأداة المقابلة، حيث قام بتحليل مضمون صفحتي شبكتي قدس الإخبارية وغزة الآن على شبكة الفيسبوك بعينة الأسبوع الصناعي من تاريخ 2013-06-31 حتى تاريخ 2013-08-31م، واستمارة

الاستقصاء الإلكتروني (الاستبيان) والتي قام بتوزيعها على 426 شابا وشابة فلسطينية، واستخدم الباحث أداة المقابلة الشخصية لعدد من نشطاء الإعلام الجديد والأكاديميين والسياسيين.

حيث خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- احتلت قضية الأسرى المرتبة الأولى في قضايا الشؤون المنشورة على شبكة الفيسبوك بنسبة 45.8 % تلتها قضية القدس بنسبة 23.2% ثم قضية الاستيطان بنسبة 18.6 % ثم قضية اللاجئين بنسبة 8.1%.
- تصدرت الأخبار المتعلقة بالقضايا الوطنية صفحات شبكات التواصل الاجتماعي الفلسطينية حيث وصلت نسبة تناول الأخبار على صفحات التواصل الاجتماعي بنسبة 96.9%.
- حصلت شبكة فيسبوك على المرتبة الأولى كأكثر الشبكات التي يستعملها المبحوثون للتوعية بالقضية الوطنية الفلسطينية بنسبة 93.3% ثم التويتر بـ49.65% ثم تلاها الشبكات الأخرى بـ35%.
- بلغت درجة ثقة الشباب الفلسطيني بشبكات التواصل الاجتماعي 64.8 % وهي نسبة متوسطة.
- حازت قضية الأسرى على المرتبة الأولى بدرجة اهتمام الشباب الفلسطيني في متابعتها على شبكات التواصل الاجتماعي بـ 67.1 % تلتها قضية القدس بـ61.2% ثم المصالح الفلسطينية بـ56.9%.
- أكد المبحوثون أن شبكات التواصل الاجتماعي تزيد من مستوى وعي الشباب الفلسطيني بنسبة متوسطة بلغت 61% تلاها أنها تزيد من مستوى وعيهم بشكل كبير بنسبة بلغت 34 % تلاها أنها تزيد من وعيهم وبشكل متدني بنسبة 5%.

وبناء على هذه النتائج، خلصت الدراسة إلى عدد من التوصيات

- ضرورة بذل المزيد من الجهد في توعية الجمهور الفلسطيني بكافة أطيافه بالقضايا الوطنية بكافة أشكالها، والعمل على تأهيل وتوعية مستخدمي شبكات التواصل بطرق استخدام الشبكات بهدف نشر الوعي بالقضايا الوطنية وزيادة معرفة الجمهور بها.
- توحيد جهود نشطاء الإعلام الجديد والانطلاق بوقفة واحدة من شأنها أن تجلب الدعم المناسب وأن تحشد كافة الجهات لصالح القضايا الوطنية الفلسطينية.
- التزام نشطاء الإعلام الجديد بالصياغة الصحفية السليمة وذكر مصدر الخبر عند توثيقه ونشره بصورة سليمة.
- العمل على تحشيد الرأي العام المحلي والدولي للمشاركة الفاعلة في الصفحات، ونشر المشاركات بلغات مختلفة
- ضرورة تخصيص صفحات خاصة بالقضايا الوطنية بحيث يمكن من خلالها الحصول على معلومات دقيقة وتاريخية تعني بكل قضية على حدى.
- الاستعانة بخبرات الإعلام الجديد لجلب الدعم الكافي للصفحات التي تعنى بالقضايا الوطنية والمتابعة المستمرة للقضايا الوطنية ونقل كل ما هو جديد.

التساؤل الرئيسي التالي:

وهذا انطلاقاً من إشكالية الدراسة المتمثلة في "دور شبكات التواصل الاجتماعي بتوعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية؟"

والتساؤلات الفرعية التالية:

- ما أهم القضايا الوطنية التي تتناولها شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما مصادر الموضوعات الصحفية الخاصة بالقضايا الوطنية المنشورة في شبكات التواصل الاجتماعي؟

- ماهي الفنون الصحفية في عرض القضايا الوطنية في شبكات التواصل الاجتماعي؟
- ما مدى تفاعل مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي مع القضايا الوطنية المعروضة في هذه الشبكات؟

التعقيب على الدراسة:

من خلال استعراضنا لهذه الدراسة السابقة لاحظنا بأنها تتوافق مع دارستنا في مواضع وتختلف معها في مواضع أخرى. حيث تتفق معها من حيث انتمائها للدراسات الوصفية من خلال استخدامها لأدوات الاستمارة والمقابلة في جمع المعلومات الخاصة بالدراسة، وكذلك تتفق معها من حيث تناولها لدور وسائل التواصل الاجتماعي في توعية الشباب الفلسطيني بالقضايا الوطنية (تحليل المضمون لصحفتي شبكتي القدس الإخبارية وغزة الآن على شبكة الفيسبوك)

وقد استفدنا من هذه الدراسة في إطار دارستنا أنها مكنتنا من التعرف على القضايا التي يمكن إخضاعها للدراسة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وإلى أي مدى يمكن أن يصل أثر هذه الوسائل في تشكيل الوعي اتجاه مختلف القضايا الوطنية.

فنحن نسعى من خلال دارستنا إلى معرفة الدور الذي تقوم به هذه المواقع وإلى أي مدى وصل هذا الدور كتحدي برز لهذه المواقع من أجل خلق وتشكيل وعي رقمي لدى مستخدميها من أفراد العينة، وعي قادر على التمكين من الفرز بين الحقيقة والتضليل من أجل مجابهة التضليل الإعلامي الذي تتعرض له ثورة طوفان الأقصى وهذا في ظل إعلام عربي وغربي متفاوت ومتباين في حجم الاهتمام ونوعية التغطية الإعلامية لهذه القضية، وربما حتى منحازا ومتبنيا للرواية الإسرائيلية ومتخليا تماما عن النزاهة والموضوعية وحتى مبدأ الحياد.

• الدراسة الثالثة:

دراسة من إعداد الطالب شدان يعقوب خليل أبو يعقوب تحت عنوان "أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى طلبة جامعة النجاح الوطنية، قدمت هذه الأطروحة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التخطيط والتنمية السياسية بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس - فلسطين 2015م"

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على الأثر الذي تتركه مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية لدى شريحة طلبة جامعة النجاح الوطنية كونها من أكبر جامعات الضفة، إذا تلعب مواقع التواصل دوراً هاماً في حياة الطالب الجامعي سواء في حياته العامة أو حياته الدراسية.

وقد استخدمت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي لتحليل أثر مواقع التواصل الاجتماعي في الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة جامعة النجاح الوطنية، كما اعتمدت على أداة الاستبيان كوسيلة للدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (273 طالباً) من طلبة جامعة النجاح الوطنية وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تعزيز الوعي السياسي والاجتماعي وتدعم القيم السياسية وتوعية الناس بما يدور حولهم من أحداث ومواقف سواء على المستوى الخارجي أو المستوى الداخلي الفلسطيني والمتعلق بالقضية الفلسطينية، من خلال إنشاء آلاف الصفحات وإطلاق الحملات والأحداث التي تناولت القضية الفلسطينية وحملت هم الفلسطينيين وعالجت الكثير من القضايا، وعلى رأسها قضية اللاجئين والأسرى، والقدس والاستيطان والانقسام.

ولكن بالرغم من أهمية مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن هناك العديد من التحديات التي تواجه الشباب الفلسطيني أمام الانتشار الواسع والتدفق الكبير والهائل للمعلومات من خلال هذه المواقع، يجعل من الصعوبة فلترة هذه المعلومات ومعرفة مدى موثوقيتها وصحتها، فقد تكون مواقع التواصل الاجتماعي مرتعاً للإشاعة والمعلومة المظلمة ومن ثم بث الأوهام، وقد يستخدمها البعض لترويج سياسات خاصة تخدم إيديولوجيات معينة، مبتعدة عن الشفافية والمصادقية.

وعلى ضوء هذه النتائج خرجت الباحثة بمجموعة التوصيات، أهمها:

- العمل على فضح ممارسات الاحتلال الإسرائيلي بحق الشعب الفلسطيني، وانتشر القيم الثقافية التي تخدم المشروع الوطني، وإبراز الهوية الفلسطينية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.
- معاقبة أصحاب الحسابات التي تروج للأفكار الهدامة وتبث الإشاعات التي من شأنها خلق الفتنة، سواء كانت هذه الحسابات لأفراد أو مؤسسات.
- استثمار مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة الوطنية وتعزيز روح الانتماء لدى الأفراد، بعيدا عن الطائفية.

وهذا انطلاقا من التساؤل الرئيسي للدراسة وهو: "ما أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الوعي السياسي بالقضية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة جامعة النجاح الوطنية؟"

والتساؤلات الفرعية التالية:

- ما مستوى الوعي السياسي لدى جامعة النجاح الوطنية؟
- ما هو حجم تعرض طلبة جامعة النجاح الوطنية لمواقع التواصل الاجتماعي؟
- ما هي أبرز مظاهر تحول مواقع التواصل الاجتماعي من طابع اجتماعي بحت إلى مواقع ذات طابع سياسي؟
- ما هو المحتوى الثقافي الذي تبثه مواقع التواصل الاجتماعي باتجاه طلبة جامعة النجاح الوطنية؟
- ما هو حجم اعتماد طلبة النجاح الوطنية على مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات السياسية؟

التعقيب على الدراسة:

من خلال استعراضنا لهذه الدراسة لاحظنا أنها تتفق مع دراستنا في مواضع ويختلف معها في مواضع أخرى، حيث تتفق معها من حيث انتمائها للدراسات لوصفية وهذا نظرا لاستخدامها المنهج الوصفي التحليلي لمواقع التواصل الاجتماعي، وأيضا تتفق معها في عينة الدراسة (طلبة جامعة النجاح الوطنية وهي أكبر جامعات الضفة، وأيضا تتفق معها في أداة جمع المعلومات والمتمثلة في الاستمارة والأهم أنها تتفق مع دراستنا في تناولها لمواقع التواصل الاجتماعي في التعريف بالقضية الفلسطينية).

وقد استفدنا من هذه الدراسة في إطار دراستنا في التعرف على القضايا التي يمكن تناولها بالدراسة عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي خدمة للقضية الفلسطينية والوعي الذي يمكن أن تساهم هذه المواقع بتشكيله لدى مختلف فئات الشعب بهذه القضية.

فنحن نسعى من خلال دراستنا إلى إبراز الدور الذي تلعبه هذه المواقع في التعريف بالقضية الفلسطينية من خلال محاولة خلق وعي رقمي لفرز التضليل من الحقيقة فيما يخص التضليل الإعلامي الذي تتعرض له ثورة طوفان الأقصى ومجابهة هذا التضليل.

• الدراسة الرابعة:

دراسة من إعداد الدكتورة آمال جودة تحت عنوان "دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس لدى طلبة جامعة الأقصى"

بحث مقدم إلى مؤتمر دور التربية في تعزيز عروبة القدس - غزة 28-04-2018.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس، ومعرفة الفروق بين متوسطات درجات أفراد العينة لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس تعزي لمتغير النوع، ومعرفة أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما من قبل طلبة جامعة الأقصى، وقد شملت عينة الدراسة (48) طالبا و (99) طالبة، وقد استخدمت

الباحثة في الدراسة استبانة لقياس آراء أفراد العينة حول دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس، واعتمدت المنهج الوصفي التحليلي.

وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن لشبكات التواصل الاجتماعي دور كبير في تعزيز عروبة القدس لدى الطلبة في جامعة الأقصى، وأيضا أن لشبكات التواصل الاجتماعي الدور الأكبر في تعزيز عروبة القدس لدى الطالبات، وكذلك توصلت نتائج الدراسة إلى أن أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما هي الفيس بوك.

وهذا انطلاقا من التساؤلات التالية:

- ما هو دور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة لدور شبكات التواصل الاجتماعي في تعزيز عروبة القدس تعزى لمتغير النوع؟
- ما أكثر شبكات التواصل الاجتماعي استخداما من قبل طلبة جامعة الأقصى؟

التعقيب على الدراسة:

من خلال استعراضنا الدراسة السابقة لاحظنا أنها تتفق مع دراستنا في مواضع وتختلف معها في مواضع أخرى، حيث تتفق معها في انتمائها للدراسات الوصفية وهذا لاستخدامها المنهج الوصفي التحليلي وتحليل الدور الذي تلعبه هذه الوسائل، وتتفق معها أيضا من حيث أداة جمع البيانات (الاستمارة)، وأيضا من حيث تناولها لدور وسائل التواصل الاجتماعي في التعريف بالقضية الفلسطينية من خلال تعزيز عروبة القدس لدى نفس العينة لدراستنا وهي طلبة جامعة الأقصى.

وقد استفدنا من هذه الدراسة في إطار دراستنا، في التعرف على القضايا التي يمكن دراستها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي تعريفا بالقضية الفلسطينية، فنحن نسعى من خلال دراستنا إلى إبراز هذا الدور من خلال مجابهة التضليل الإعلامي الذي تعرض له ثورة طوفان الأقصى.

ب - الدراسات التي تناولت التضليل الإعلامي حول القضية الفلسطينية

• الدراسة الأولى:

دراسة من إعداد الأستاذة بوزياني زبيدة تحت عنوان القضية الفلسطينية وحرب الإعلام، جامعة أبي بكر بلقايد-تلمسان-الجزائر مخبر البحوث الصناعية والمجتمع في الجزائر-مركز البصيرة - مجلة دراسات تاريخية- المجلد العاشر -العدد الثاني- السنة 1444هـ/2022م، ص 569-560

تاريخ الإرسال: 08-06-2021/القبول: 20-09-2022/النشر: 06-10-2022

المرسل: بوزياني زبيدة

تهدف هذه الدراسة إلى محاولة تسليط الضوء على بعد من أبعاد القضية الفلسطينية في مواجهتها للمشروع الصهيوني الذي يسعى في محاولة منه لكسب معركة الحرب النفسية تمهيدا منه للانتصار في المعركة العسكرية التي يوظف فيها الإعلام والدعاية لتحطيم معنويات الفلسطينيين وزرع في نفوسهم عدم الثقة بقيادتهم وكسب الرأي العالمي، من خلال التعقيم الإعلامي الذي يصاحب الانتفاضات.

ويظهر من خلال قراءة تاريخ اليهود في استخدامهم لأسلوب الخداع والترويج للشائعات أنه ليس بالشيء الجديد عنهم في مخططاتهم حيث تعتبر هذه الأساليب من بين وسائل الحرب وإذا كانت المقاومة تحمل دلالات عميقة للأمة العربية والإسلامية فقد سعى الإعلام الإسرائيلي والدولي إلى تشويه صورتها من خلال وصفها بالإرهابية. وبات من الضروري فهم القضية الفلسطينية من خلال التعرف على مخططات العدو الإسرائيلي والكشف عن الروايات الأكثر تزيفا في تاريخ البشرية والتي يروج إليها الإعلام الإسرائيلي بمساعدة الإعلام الغربي.

ونظرا لطبيعة الموضوع فقد اعتمدت الباحثة في دراستها على منهجين: المنهج التاريخي المقترن برصد الأحداث التاريخية وتقرير الوقائع التاريخية إضافة إلى المنهج التحليلي الذي يساعد في تحليل وتفسير الوقائع.

وهذا انطلاقاً من التساؤلات التالية الدراسية:

- كيف تستغل وسائل الإعلام في مجال الحرب النفسية والإعلامية من أجل وضع فلسطين في موضع ظالمة وإظهار إسرائيل في موقف الضحية؟
- كيف بالإمكان تحديد مفهوم الإرهاب؟ والكل يعلم أن هناك ظروف ومصالح هي التي تخلق الإرهاب، فالكفاح المسلح من أجل تقرير المصير في نظر إسرائيل والدول الغربية ما هو سوى عمليات (إرهابية)
- ما هو موقف الإعلام الغربي من وصف الدول الكبرى للمنظمات الفلسطينية (المطالبة بحقوقها) بأنها منظمات إرهابية.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات:

- الإعلام الأمريكي مضلل ومحتواه يمجّد إسرائيل لذلك يجب على الإعلام الغربي والعربي النزيه تحليل الأخبار والتأكد من مصداقيتها قبل نشرها.
- ضرورة نشر الحقائق والمعلومات الصحيحة ومحاربة الشائعات بالدلائل الحسية وإظهار الغرض الحقيقي من بثها لمنع تضليل الرأي العام.
- الاهتمام بنشر الوعي الجماهيري للتصدي لتأثيرات الشائعات عليه.
- إنشاء معاهد ومراكز تساعد في تحليل الشائعات وتقديم سبل لمحاربة الإشاعة عند ظهورها أي قبل أن تنتشر.
- اعتماد الإشاعة الدفاعية أو الإشاعة المضادة بهدف الرد على إشاعات العدو وأساليبه الدعائية والعمل على التشكيك في مصداقية وسائل إعلام العدو.
- تصحيح الصورة التي يروج لها الإعلام الإسرائيلي بمساندة الإعلام الغربي من خلال فضح أعيابهم ومخططاتهم للجمهور الغربي.

- اعتماد وسائل إعلام عربية تمتلك كفاءات عالية وتكون ناطقة بلغات العالم لا سيما لغة العدو وبإمكان أن يصل بثها إلى أبعد الأماكن حتى يكون تأثيرها واسعا.
- العمل على تنوير الرأي العام في كل القضايا المتعلقة بالقضية الفلسطينية لأنها مغيبة في الإعلام الغربي تحت الضغط.

التعقيب على الدراسة:

من خلال استعراضنا لهذه الدراسة السابقة لاحظنا أنها تتفق مع دراستنا في مواضع وتختلف معها في مواضع أخرى، حيث تتفق معها في تسليطها الضوء على جانب مهم جدا يشكل بعدا من أبعاد القضية الفلسطينية والمتمثلة في التزييف والتضليل الذي تتعرض له في إطار المخططات الصهيونية لكسب معركة الحرب النفسية على أساس أنها ستنتصر في المعركة العسكرية من خلال محاولة التأثير على الجانب النفسي للفلسطينيين و المقاومة الفلسطينية كما تتفق معها أيضا في استخدامها المنهج التحليلي لتحليل وتفسير الوقائع، وأيضا تتفق معها في جانب موقف الإعلام الغربي المنحاز والمتبني للرواية الإسرائيلية.

وقد استفدنا من هذه الدراسة في إطار دراستنا في التعرف على الجذور التاريخية للتضليل والتزييف في تاريخ اليهود من أجل تشويه صورة الفلسطينيين والمقاومة الفلسطينية وكالعادة وضع إسرائيل في موقف الضحية من أجل حشد الدعم والتعاطف الدولي لها.

ونحن نسعى من خلال دراستنا إلى معرفة الدور الذي تلعبه مواقع التواصل الاجتماعي في محاربة هذا التضليل الإعلامي من خلال ثورة طوفان الأقصى.

الدراسة الثانية:

مقال للأستاذة: جميلة حسين تحت عنوان "صناعة الوهم والتضليل آليات التعبئة الإعلامية ضد القضية الفلسطينية"

مركز شاف للدراسات المستقبلية وتحليل الأزمات والصراعات (الشرق الأوسط وإفريقيا)

التاريخ: 2023-10-18

تهدف كاتبة هذا المقال إلى فضح الممارسات الإسرائيلية لنوع من الحرب الدعائية الإلكترونية وهذا لمواجهة التحدي الذي تفرضه فصائل المقاومة وما ينجر عنه أو يتبعه من انتفاضات وهذا من خلال محاولتها إعادة رسم الصورة الواقعية بقدر من التضليل والتزييف خدمة لتحقيق مصالحها وتغطية ما تقوم به في جهة أخرى من انتهاكات ومجازر في حق الشعب الفلسطيني عن طريق استغلالها المساحة المؤثرة خاصة وسائل التواصل الاجتماعي.

التعقيب على الدراسة:

من خلال استعراضنا لهذا المقال لاحظنا أنه يتفق مع دارستنا في تناوله للتضليل الإعلامي الذي تتعرض له القضية الفلسطينية خاصة التضليل الإلكتروني من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.

ونحن نسعى من خلال دارستنا إلى مجابهة هذا التضليل الإعلامي المصنوع للقضية الفلسطينية من خلال ثورة طوفان الأقصى عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي.

11 - صعوبات الدراسة

كأي بحث أو دراسة علمية لا يخلو من بعض العراقيل والصعوبات وقد تمثلت صعوبات دارستنا:

- عدم توفر المصادر والمراجع حول "ثورة طوفان الأقصى" مما استغرق منا جهدا ووقتا طويلا للبحث عن مصادر أخرى من أجل بناء الإطار النظري للدراسة، عدا بعض المقالات في بعض الدوريات والمواقع الإلكترونية، ودراسات نادرة جدا منشورة على مواقع الأنترنت والأكد أن هذا راجع لجدة وحدثة هذا الحدث وبالتالي حداثة موضوع الدراسة.

خلاصة الفصل:

يعتبر الفصل الأول (الإطار المنهجي) المدخل الرئيسي للبحث، لأنه القاعدة الأساسية التي توجه البحث، وقد تمكنا من خلال هذا الفصل من الإحاطة بأهم جوانب دراستنا وخصوصا الجوانب المنهجية والمفاهيمية والمتمثلة في عرض أسباب اختيارنا لهذا الموضوع وإبراز مدى أهميته وتحديد تساؤلاتها والتي حاولنا من خلالها فهم العلاقة بين متغيرات الدراسة، وكذا صياغة مجموعة من الفرضيات التي سنسعى لاختبارها في الفصول الآتية وهذا باستخدامنا لأداة الاستمارة في جمع المعلومات الميدانية.

بعد اختبار مدى صدقها بعرضها على لجنة تحكيم متخصصة والمنهج الوصفي التحليلي لتحليل وتفسير هذه المعلومات والحقائق الميدانية.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: مواقع التواصل الاجتماعي

شهد العالم أواخر القرن العشرين تطورات هائلة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال. تجلت أبرز مظاهرها في اختراع تقنيات اتصال حديثة وظهور شبكة الانترنت وما صاحبها من وسائط متعددة، ومع تزايد احتياجات الإنسان اليومية وتنوعها، تم تطوير هذه الوسائط والتقنيات لسد احتياجات الأفراد ورغباتهم على اختلافها وتنوعها حيث اقتحمت هذه الأخيرة جميع مجالات الحياة واستطاعت أن تتغلغل وبسلاسة داخل البناءات الاجتماعية وتستحوذ على أدوار هامة وتحتل مكانة محورية في حياة الأفراد اليومية.

ولعل أبرز هذه التطورات ظهور مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعد مخ شبكة الأنترنت، نظرا لما تملكه من خصائص ومميزات، جعلت الإقبال عليها شديدا، وأدت إلى زيادة مستخدميها في كافة أنحاء العالم. إذ تتيح لهم الحصول على المعلومات في مختلف المجالات. كما تمكنهم من تبادل الصور ومقاطع الفيديو ومشاركة الملفات وإجراء المحادثات، وتواصل الأفراد مع بعضهم البعض، متجاوزة بذلك الحدود الجغرافية والزمانية، ورغم أن هذه الوسائل أنشأت لغرض التواصل بين الأفراد إلا أن استخداماتها قد تعددت وتنوعت حسب طبيعة إشباعات الأفراد اليومية، وشملت العديد من الميادين منها ما هو: تثقيفي، ترفيهي، اقتصادي، ديني... الخ

المطلب الأول: تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وأنواعها

أ- تعريفها:

إن مفهوم وسائل التواصل الاجتماعي كغيره من المفاهيم الاجتماعية التي أثارت جدلاً واسعاً لدى الأكاديميين نظراً لتعدد وتداخل مداخل دراسته¹ وهذا بعدما عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على الاستخدام التكنولوجي وأطلقت هذه التسمية على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.²

ولم يشاع استخدام هذا المفهوم إلا خلال بداية القرن العشرين حيث أشارت إلى مجموعه من العلاقات المتعددة بين أعضاء هذه المنظومة الاجتماعية على كل المستويات من علاقات شخصية إلى علاقات دولية، وظل الحال على هذا النحو حتى عام 1954 م منذ أن قام جي ايه بارنز (Barnes. JA. 1954) باستخدام هذا المفهوم للإشارة بصورة منهجية إلى العلاقات التقليدية التي تتضمن الأفكار الشائعة بين الناس والتي يعترف بها علماء الاجتماع كأنواع من العلاقات المفيدة.³

فمن الناحية الاصطلاحية في اللغة العربية نجد هذا المفهوم أدق من ناحية الوصف. إذ أن وسائل التواصل الاجتماعي لا تثير جدلاً في معناها بقدر ما تثير إشكالات في تعريفها، فقد عرفته الموسوعة الحرة العالمية بأنه:

¹- سمير بارة، تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية: مقارنة لفهم العلاقة البناء و الترهل، مجلة مقاربات، مجلة العلوم الإنسانية، مؤسسة مقاربات للنشر والصناعات الثقافية، المجلد 2018، العدد 30(31) مارس 2018، ص 45-68.

²- نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشعب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، المجلد 5، العدد 5 (15/جوان/حزيران) 2013، جمادى الأولى 1434هـ)، ص ص 200-217.

³- محمد أحمد حسين عبد المعطي، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مهارتي التفاوض التربوي والعلاقات التبادلية بين شخصية لدى معلمات رياض الأطفال بكلية التربية: دراسة تقويمية، مجلة كلية التربية، المجلد 31، العدد 1(31) جانفي 2015) ص ص 532-676.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

"عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات، وتبادل المعلومات وهي تجمع بين ملايين من المستخدمين."¹

"عبارة عن مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة، ويتاح لأعضاء هذه الشبكة مشاركة الملفات والصور وتبادل المقاطع الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية.

وسبب وصف هذه الشبكات بالاجتماعية لأنها تتيح التواصل مع الأصدقاء وزملاء الدراسة وتقوية الروابط بين أعضاء هذه الشبكات في فضاء الانترنت."²

كما تعرف أيضا بأنها: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية كما يسمح بإمكانية الالتقاء والتجمع على الأنترنت وتبادل الآراء والأخبار والمعلومات."³

"هي مواقع إلكترونية عبر الانترنت، تتيح للأفراد إقامة شبكات اجتماعية من خلال التعريف بأنفسهم واهتماماتهم وتوجهاتهم، واختيار أصدقائهم ضمن مجموعات قد تكون مفتوحة أو مغلقة أو سرية، كما تتيح تبادل ونشر المواد المكتوبة والصور وأفلام الفيديو ومجموعة من الأدوات التي تسهل عملية الاتصال و التواصل."⁴

¹- سمير بارة، تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية: مقارنة لفهم العلاقة البناء والترهل، مجلة مقاربات، مجلة العلوم الإنسانية، مؤسسة مقاربات للنشر والصناعات الثقافية، المجلد 2018، العدد 30(31) مارس (2018)، ص. 45-68.

²- حامد إيناس، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في رصد انتهاكات حقوق الطفل بعد الثورات العربية، مجلة دراسات الطفولة، المجلد 18، العدد 69 (31 أكتوبر 2015)، ص ص 73-80.

³- محمد سليم الزبون ضيف الله عودة أبو صعليك، الآثار الاجتماعية والثقافية لشبكة التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7، العدد 2 (31 أوت 2014)، ص ص 225-251.

⁴- هالة حجابي عبد الرحمن حسني، التنشئة الاجتماعية للمراهقين في ضوء تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس (ASEP) العدد 75 (جويلية 2016)، ص ص 517-538.

أما في اللغة الانجليزية فقط قسمت ستيلاه جاتودور Stelgadottir مصطلح وسائل التواصل الاجتماعي Social Media إلى جزئين:

الجزء الأول كلمة ميديا Media وتعني وسيلة من وسائل الإعلام التي تتيح تواصل الأفراد معا بما في ذلك الوسائل التقليدية كالراديو وتلفزيون والصحف.

بينما **كلمة Social** تعني أن العملية الاتصالية تسير في اتجاهين من المرسل إلى المستقبل (الرسالة) وفي اللحظة نفسها من المستقبل إلى مرسل كرد الفعل.¹

وقد عرفت وسائل التواصل الاجتماعي بأنها من أهم وسائل الإعلام الجديد، وهي منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها، فهي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت يشاؤون وفي أي مكان من العالم، وظهرت على شبكه الأنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت من مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب اكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين البشر، وتعد في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية وسيلة تعبيرية واحتجاجية.²

وتعرف أيضا بأنها منصة إلكترونية، قد تكون موقعا إلكترونيا أو تطبيق أو خدمة على الأنترنت تتيح للناس بناء شبكات أو علاقات اجتماعية مع أشخاص آخرين ومشاركة المحتوى مثل (الصور، مقاطع الفيديو، الروابط وغيرها) والآراء معهم، ومن أشهر وسائل التواصل الاجتماعي حاليا: فيسبوك، تويتر، وتساب، يوتيوب، سناب شات والمدونات.

¹ - علاء الدين نزمين، إدارة استراتيجية التواصل والمنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2020، ص.

² - طائر مفيدة، تنيو فاطمة الزهراء، المقاومات التربوية للناشئة في ظل الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 2017، العدد 11 (31 ديسمبر 2017)، ص ص . 207-220.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

كما يعرفها مجموعة من الباحثين بأنها بنية اجتماعية مكونة من أفراد المنظمات تسمى العقد والتي ترتبط عن طريق الاتصال بأكثر من نوع من أنواع الترابط مثل القرابة والصداقة والمصالح المشتركة وتبادل المعلومات الحالية أو علاقات المعرفة والمعتقدات، وهي إلا أن هناك مواقع أخرى متعدد التخصصات وتتيح للجميع الاشتراك فيها وإنشاء صفحات شخصية داخلها، وبالتالي فهي وسيلة اتصال فعالة وسريعة.¹

ب- أنواعها:

لقد أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي الوسيلة التي لا بد منها وفي كافة مجالات الحياة وهي التطبيقات والمواقع الالكترونية التي تستخدم للتواصل مع الآخرين ومشاركة المحتوى والصور ومقاطع الفيديو والروابط والآراء بين المستخدمين، ونشر المعلومات عبر شبكة الانترنت العالمية من خلال أجهزة الكمبيوتر أو الهواتف المحمولة.

فما هي أنواع هذه الوسائل؟

1. شبكة الوسائل الاجتماعية (بالإنجليزية **Social Network**): وهي النوع الأشهر من وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، وهي المواقع التي يتم استخدامها للتواصل مع الآخرين وتكوين علاقات معهم. كما تتيح نشر المعلومات والصور ومقاطع الفيديو خلالها بين المستخدمين، ومن أمثلة على هذا النوع من مواقع التواصل الاجتماعي: الفيسبوك، تويتر، ولينكدان، او كما يطلق عليها مواقع الترابط الشبكي الاجتماعي، وتشمل أيضا مواقع فعاليات

¹ - محمد أحمد حسين عبد المعطي، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مهارتي التفاوض التربوي والعلاقات التبادلية بينشخصية لدى معلمات رياض الأطفال بكلية التربية: دراسة تقييمية، مجلة كلية التربية، المجلد 31، العدد 1(31) جانفي 2015) ص ص 532-676.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

(Events) وهي نوعية من المواقع لتنظيم الفعاليات والتحكم بعدد الأشخاص المدونين، كما يمكن أيضا تحديد موقع التجمع.¹

2. شبكات مشاركة الوسائط (بالإنجليزية Media Sharing network) أو مواقع

الوسائط المتعددة²: وهي المنصات الاجتماعية الافتراضية التي تعنتي بشكل كبير بإنشاء الصور ومقاطع الفيديو، ثم مشاركتها مع المستخدمين الآخرين، ومن أشهر الأمثلة على هذا النوع من وسائل التواصل الاجتماعي: موقع الأنستغرام وموقع اليوتيوب أو حتى مواقع الفن والتصوير.

3. شبكة التدوين الاجتماعي (بالإنجليزية Social Blogging Network) أو مواقع

التدوين الإلكتروني³: بما يعرف بالمدونات (Blogs)⁴ وهي الشبكات التي تسمح للمستخدمين بنشر محتوى معين خاص به عبرها، بحيث يتلقى ذلك المحتوى تفاعلا من قبل المستخدمين الآخرين الذين يشاهدونه.

4. شبكات المناقشة (بالإنجليزية Discussion Network): وهي الوسائل التواصل

الاجتماعي التي تعني مناقشة الأخبار والمعلومات والأغراض والتعليق عليها، ويعتبر هذا النوع مناسباً لإعداد أبحاث تسويقية، حيث يمكن طرح الأسئلة ليتم الإجابة عليها من خلال تعليقات يضعها المستخدمون الآخرون مثل موقع Reddit وموقع Quora

¹ - سلطان بن محمد الهاشمي وآخرون، أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنشئة الطفل في المجتمع العماني (التعليمية، الاجتماعية والنفسية والصحية)، دراسة مقدمة من جمعية الاجتماعيين العمانية إلى وزارة التنمية الاجتماعية، وزارة التنمية الاجتماعية، عمان، جوان 2020م، ص52.

² - المكان نفسه.

³ - المكان نفسه.

⁴ - المكان نفسه.

5. شبكة المراجعة بالإنجليزية (Review and Openion Networks):¹ أو موقع

الرأي الاستعراض وهي المواقع التي تعرض معلومات متعلقة بخدمة أو منتج معين لمعرفة آراء المستخدمين والآخرين بذلك المنتج أو تلك الخدمة، وتعتبر هذه المنصات ذات فائدة كبيرة ككل من المستهلك والبائع، حيث يمكن للمستهلك معرفة التعليقات الإيجابية والسلبية لأي خدمة أو منتج، حيث لا تتيح لك المواقع إمكانية حذف أي تعليق سلبي يوضع من قبل أي مستخدم، كما أنها ذات فائدة بالنسبة للشركات حيث أنها تؤمن لهم تغذية راجعة عن رأي الجمهور في النشاط التجاري الخاص بتلك الشركة، الأمر الذي يمكن استغلاله لتحسين المنتج وتقديم أفضل خدمة

المطلب الثاني: النشأة التاريخية لمواقع التواصل الاجتماعي والعوامل المساعدة

على بروزها

أ- ظهور ونشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي:

استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي أن تثير اهتمام الدارسين والباحثين كظاهرة اجتماعية حديثة المنشأة، نظرا لتبنيها واستخدامها من قبل الأفراد من مختلف أنحاء العالم حيث أثار ظهور هذه الوسائل العديد من الأسئلة المهمة والتي كانت أبرزها: كيف ظهرت هذه الوسائل؟ ولماذا؟ أين كانت بدايتها؟

في الإجابة على هذا التساؤل السابقة، كانت أول رسالة لصامويل موريس في 24 مايو 1844 م على التيليجراف الجديد الذي يربط بين بالتيمور وواشنطن عبارة عن سؤال يتكون من 21 حرف فقط، وفي 10 مارس 1867 م أرسل الكسندر غراهامبل إلى واسطون عبر الهاتف رسالة مضمونها "سيد واصل تعالى هنا أريد رؤيتك"، وكان عدد أحرف الرسالة 32 حرفا، وبعدها يقارب مرور 95 عاما أرسل راي توملنسون أول بريد الكتروني يحمل رسالة من حاسوب إلى

¹ - مسفر أحمد مسفر الوادعي، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأمن الفكري من وجهة نظر طلبة المرحلة الثانوية ومعلمي العلوم الشرعية، بمنطقة عسير، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 171، ج3 (ديسمبر 2016م)، ص ص 13-13.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

حاسوب آخر بجانبه، وكانت الرسالة تتكون من 10 أحرف وهي "Qwertzuiop"، لقد حددت التكنولوجيا في الماضي طول ومدى الرسالة، أما في عصر الأنترنت اليوم فإن قدرتنا على التواصل تبدو غير محدودة.

وفي كتاب "مجرة لمارشال ماكلوهان" الصادرة سنة 1962م يؤسس ماكلوهان إلى صناعة الرجل المطبوعي حيث حل فيه ثار وسائل الإعلام وخاصة المطبعة الثقافية الأوروبية والوعي البشري، وقد أشاع هذا الكتاب مصطلح "القرية العالمية" والذي يشير بها إلى فكرة الاتصالات الجماهيرية تسمح للعملية الشبيهة بالقرية بأن تطبق على العالم بأسره، يدرس ماكلوهان ظهور ما يسميه "إنسان غوتنبارغ" الموضوع الذي ينتج تغيير الوعي الذي طرحه ظهور الكتاب المطبوع

حيث يقول ماكلوهان "أن الوسيلة هي الرسالة"، ويقول أن التكنولوجيا ليست مجرد اختراعات بل هي الوسائل التي يعاد بها اختراع الناس، وقد كان اختراع النوع المنقول هو اللحظة الحاسمة في التغيير من ثقافة تشارك فيها الحواس في تفاعل مشترك مع طغيان البصرية، وقال أيضا أن تطوير المطبعة أدى إلى خلق قومية والهيمنة على العقلانية وسعت نحو تجانس وتوحيد الثقافة، وما كان لماكلوهان أن يحاكي الفضاء الشبكي الذي لم يخترع بعد 1962م، وبالتالي من أين جاء بهذا الأسلوب؟ الإجابة تضع لنا مفتاحا ليس فقط لطريقة تفكير ماكلوهان ولكن أيضا لفهم الغاية من أعماله ودراساته التي تتمحور حول التعامل مع التطور التكنولوجي لوسائل الإعلام كمعطى أساسي لأحداث قطعية مع طرق التواصل البشري و بالتالي ميكانيزمات التعلم وبناء الهوية بدءا من منظومة القيم إلى محفزات السلوك الإعلامي الجديد، ويؤكد بشكل كبير إلى ما ذهب إليه ماكلوهان في ثوره غوتنبارغ لتتحول اليوم إلى الثورة التكنولوجية التي نعيشها منذ تسعينات القرن الماضي إلى اليوم والجدير بالإشارة هنا، إلى أن نشأة وتطور وسائل التواصل الاجتماعي مرت على مرحلتين أساسيتين هما: ¹

¹ - محمد الهاشمي وآخرون، مرجع سابق، ص ص 47-48.

المرحلة الأولى: مرحلة الجيل الأول (Web 1.0)

المرحلة الثانية: مرحلة الجيل الثاني (Web 2.0) في الأنترنت غير أن أكثر وسائل التواصل الاجتماعي ظهرت من خلال المرحلة الثانية.

فقد ظهر موقع Theglobe.com في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1955م الاجتماعي، ثم تلاه في العام نفسه موقع Geocities وموقع Trioide حيث كانت تركز هذه المواقع على ربط اللقاءات بين الأفراد في السماح لهم بالتفاعل من خلال غرف الدردشة وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية، وهو الأساس الذي قامت عليه المدونات، وفي نفس العام ظهرت مواقع كانت تهدف لربط الأفراد من خلال عناوين بريد إلكتروني على شبكة كلاس ميتس Classmates للربط بين زملاء الدراسة السابقين.

وقد برز ظاهرة وسائل التواصل الاجتماعي في عام 1997م، وكان SixDegress أول هذه الوسائل التي أتاحت الفرصة للمستخدمين بوضع ملفاتهم الشخصية على المواقع، وكذلك إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على المواقع وتبادل الرسائل مع باقي المشتركين، وأصبحت الأبحاث عن مستخدمين آخرين لهم في نفس الاهتمامات.

وفي نهاية العقد التاسع للقرن الماضي كانت المرحلة الثانية ويمكن وصف هذه المرحلة بانها (Web 2.0) ويقصد ارتباطها بتطور خدمات الشبكة، وتعتبر مرحلة لاكتمال الشبكات الاجتماعية، حيث تم ابتكار وسائل جديدة للتواصل الاجتماعي، وبدأت كثير من المواقع في توفير إمكانيات متقدمة للمستخدمين لتوسعة نطاق الأصدقاء والقدرة على التحكم في تلك الدائرة من الصداقات وبدأت تظهر الأجيال الجديدة من الشبكات الاجتماعية في الإزدهار بظهور مايك اوت كلوب Makeoitclub في عام 2000م، ثم فريندستر Friendster في عام 2002م، مع بداية 2005م سرعان ما ظهرت شبكة ماي سبيس الأمريكية التي جذبت مستخدمين من عشاق الفنون والأغاني، ونتيجة الزيادة السريعة في رواج شبكة التواصل الاجتماعي بحلول 2005م زاد

عدد المشاهدات صفحات الموقع ماي سبيس عن عدد مرات تصفح جوجل Google وبدأ الفيسبوك بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين في عام 2007م، وقد أدى ذلك إلى زيادة أعداد مستخدمي الفيسبوك زيادة مستخدمي الفيسبوك زيادة كبيرة، وبهذا أصبح الفيسبوك أكبر وسيلة اجتماعية عالمية.

وبذلك يتضح أن الانطلاق الفعلي لوسائل التواصل الاجتماعي جاء مع انطلاق موقع الأصدقاء فرند سياتر Friendster وماي سبيس My space والفيسبوك Facebook وتعد هذه المواقع الثلاثة الأكثر شهرة بين المواقع الاجتماعية على الأنترنت، ويعتبر فرند سياتر Friendster هو الأقدم حيث شارك في تطوير الصفحات المشتركة لما يطلق عليه المواقع الاجتماعية، حيث نجد فيه قوائم الأصدقاء الذين يجمعهم اهتمام واحد وأماكن إرسال الصور وتسجيلات الفيديو.¹

ب- العوامل المساعدة على بروزها

عوامل عديدة ومتداخلة ساهمت في ظهور وسائل التواصل الاجتماعي يمكن تلخيصها فيما يلي:

1. العامل التقني: المتمثل في التقدم الهائل في تكنولوجيا الكمبيوتر، كتجهيزاته وبرمجياته، وتكنولوجيا الاتصالات ولا سيما ما تعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقط اندمجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات اتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الأنترنت التي تشكل حالياً وسيطا يطوي بداخله جميع وسائط الاتصال الأخرى المطبوعة، المسموعة والمرئية، وكذلك الجماهيرية والشخصية، وقد انعكس أثر هذه التطورات التكنولوجية على جميع قنوات الإعلام، الصحافة، الإذاعة والتلفاز، وانعكس كذلك. وهو الأخطر على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة الإعلامية وموزعها ومتلقيها.

¹ - محمد الهاشمي وآخرون، مرجع سابق، ص 49.

فقد انكمش العالم مكانا وزمانا وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب، وكاد التكنولوجيا الواقع الحالي أن تسقط الحاجز بين الواقع والوهمي وبين الحاضر والغائب وبين الاتصال مع الواقع الفعلي والكائنات الرمزية التي تقطن في فضاء المعلومات.

2. العامل الاقتصادي: المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من إسراع حركة السلع ورؤوس الأموال، وهو ما يتطلب بدوره الإسراع في تدفق المعلومات، وليس هذا لمجرد المعلومات قاسما مشتركا يدعم جميع النشاطات الاقتصادية دون استثناء، بل لكونها أي معلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تتعاطم أهميتها يوما بعد يوم... "إن عولمة نظم الإعلام والاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية كعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج التلفزيون من جانب آخر.

3. العامل السياسي: المتمثل في الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من قبل القوة السياسية بهدف إحكام قبضتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار الموازين القوى في العالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات، وقد تدخلت هذه العوامل التقنية والاقتصادية والسياسية بصورة غير مسبوقه جاعلة من الإعلام الجديد قضية شائكة جدا وساحة ساخنة للصراعات العالمية والإقليمية والمحلية.

4. تراجع الثقة في وسائل الإعلام التقليدية: يعتبر تراجع الثقة في وسائل الإعلام التقليدية من قبل بعض نتيجة طبيعية لظاهرة عولمة الإعلام وبروز أقطاب إعلامية دولية كبرى، فضلا عن الإعلام الإلكتروني والذي يعتبره البعض رد فعل عفوي وواعي عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام في وسائل الإعلام التقليدية وتأكيد الحالة من التشكيك في مصداقيتها، وهو بذلك يعكس طرفا حرجا من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الأنترنت والإعلام الإلكتروني.

5. قيام الشباب بإنشاء المواقع الإخبارية والمدونات على الأنترنت: تعد فئة الشباب أحد أهم العوامل الفعالة التي أسهمت بحق في بادرة ظاهرة الإعلام الإلكتروني من خلال عملهم المتواصل في إنشاء المواقع والمدونات الإلكترونية على شبكة الأنترنت، وربما يرجع ذلك إلى أنهم وجدوا في الإعلام الإلكتروني تعبيراً جديداً عن الديمقراطية حيث يسهم في تعبئة الرأي العام والتعبير عن قضايا الشأن العام والخاص وصياغة الآراء والقيم.¹

المطلب الثالث: خصائص ومميزات مواقع التواصل الاجتماعي

أثبتت الدراسات بأن الإنسان لا يستطيع أن يلبي جميع رغباته واحتياجاته البيولوجية والنفسية والاجتماعية دون التواصل مع الأفراد الآخرين فحاجته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين، وبالتالي نجده كائناً اجتماعياً بطبعه، وقد أضافت وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والتواصل مع الآخرين سمات وخصائص أخرى ميزها عن التواصل المباشر المتمثل في وجهاً لوجه، ويمكن طرح مجموعة من الخصائص التي تتسم بها وسائل التواصل الاجتماعي وهي كالآتي:

أ. خصائص متعلقة بالوسيلة في حد ذاتها:

1. التفاعلية ² **interactivity**: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية ليس في اتجاه أحادي، بل يكون هذا الحوار بين الطرفين.

2. المشاركة والانتشار **Ubiyity**:³ تتيح وسائل التواصل الاجتماعي لكل شخص بأن يمتلك أدوات بسيطة وبأن يكون ناشراً يرسل رسالة إلى الآخرين.

¹ - غادة ممدوح سيد، الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية، مدخل نظري لفهم الخصائص والأساليب، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، المجلد 2017، العدد 09 (31 مارس 2017)، ص ص 389-421.

² - المكان نفسه.

³ - المكان نفسه.

3. الحركة والمرونة **Mobility**¹: يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثلا الحاسوب المتنقل والحاسوب الأنترنت والهاتف المحمول، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.

4. الكونية: أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

5. مزج الوسائط: في وسائل التواصل الاجتماعي يتم استخدام كل وسائل الاتصال مثل النصوص، الصوت، الصور الثنائية والصورة المتحركة والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد... الخ.

6. التخزين والحفظ: حيث يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة ذاتها.²

7. سهولة الاستخدام: إن بساطة استخدام هذه الوسائل ساعد على انتشارها بشكل كبير، لذا فإن أي شخص يملك مهارات أساسية في الأنترنت تمكنه من إنشاء حساب على إحدى تلك الوسائل وتسييره.

8. التوفير والاقتصادية: من مميزات هذه الوسائل مجانية الاشتراك والتسجيل، لذلك هي اقتصادية في الوقت والجهد والمال ويستطيع أي فرد امتلاك حيز على هذه الوسائل، وليست حكرا على أصحاب الأموال أو حكرا على جماعة دون أخرى، ففي الصفحة الرئيسية لشبكة الفيسبوك مكتوب "مجاني ويبقى مجاني".

¹- المكان نفسه.

²- سلطان بن محمد الهاشمي وآخرون، مرجع سابق، ص ص 51- 52.

9. طرق جديدة لتكوين المجتمع: من مميزات هذه الوسائل أنها تسمح بخلق علاقات وصداقات تجديدية يتبادلون الاهتمام والمحتوى، وهي بذلك تساهم بشكل فعال على تجسيد مفهوم المجتمع الافتراضي المتواجد منذ بداية وجود هذه الوسائل.¹

فوسائل التواصل الاجتماعي أصبحت تزامم الجلسات والمجالس العائلية والاجتماعية، ولم يعد السفر مشروطاً لرؤية الأصدقاء، أو سماع أصواتهم أو للبيع أو للشراء أو للدراسة.

10. إذابة الفواصل الطبقية: إذ توفر هذه الوسائل فرصة للاتصال بالدعاة، وطلبة العلم، والأدباء، والعلماء بصورة مباشرة دون وسائط.

ب. خصائص متعلقة بالمستخدم (المشترك):

1. الحضور الدائم غير المادي أو اللازمية:² إذ لا تتطلب عملية الاتصال الحضور الدائم. إذ يمكن للعضو الاتصال بالعضو الآخر من خلال ترك رسالة نصية أو صور أو معلومات عن أفلام أو موسيقى وغيرها من مجالات اهتمام الشخص الآخر، الذي يمكن أن يرد عليه بطريقة نفسها من دون أن يلتقيا في وقت متزامن، كما يمكن لهما الاتصال مباشرة. وهذا لا يتوفر في وسائل الاتصال التقليدية التي يمثل بها الشخص دور المتلقي أو مستهلك المحتوى.³

2. التشاركية التفاعلية: إذ يقوم كل شخص بإثراء صفحته في الوسيلة بكل المعلومات المختلفة سواء شخصيته أو المتعلقة بثقافته (لغته، دينه، تقاليده) أو المتعلقة بموطنه من خلال نشر خرائط وصور عن مدينته، أصدقائه، والتي يرغب في إيصالها إلى الطرف الآخر، دون أن

¹ - منال محمد بن حمد الناصر، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بينة الرياض، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد 20، الجزء 3، 2019 م، ص ص 241- 291.

² - غادة ممدوح سيد، مرجع سابق ص ص 389- 421.

³ - حسين محمود الهيثمي، العلاقة العامة وشبكة التواصل الاجتماعي، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015، ص ص 91- 92.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

يشعر أنه مهدد في ذاتيته أو خصوصيته. كما يطلب المعلومات من العضو الآخر، لأن الهدف هو عرض الذات والتعرف على الآخر¹، أو كما يعرف بالتعريف بالذات.²

3. **الوضوح الهوياتي:** هو شيء تلقائي يحدث بين الطرفين لأن الغاية هي التعرف على الآخر وتعريفه بالأنا، حيث أن عملية التسجيل عبر هذه الوسائل تتطلب نوعاً من الشفافية في تدوين اسم المستخدم أو البريد الإلكتروني، إضافة إلى العنوان البريدي ورقم الهاتف، وهي معلومات شخصية عن الفرد المستخدم، يمكن له أن يتشاركها مع أصدقائه عبر الوسيلة في حاله ما إذا تولدت الثقة بينهم.

4. **الهوية الرقمية أو المواطنة الرقمية:** من أجل التسجيل في وسائل التواصل الاجتماعي يشترط من العضو اختيار اسم مستعار أو رقم سري، وهما بمثابة بطاقة تعريف العضو، كما يتعين على المرشح الموافقة على بنود عقد تحدد توجيه حقوقه وواجباته الرقمية، وبمجرد استكمال إجراءات يسمح له بمباشرة أعماله الرقمية بكل حرية، كما يمكن أن تتعرض إلى العقوبات مثل: حذف حسابه الإلكتروني أو تجميده نتيجة للممارسات غير الأخلاقية التي يمكن للفرد الإلكتروني القيام بها.³

¹ - ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام وآخرون، تكنولوجيا إعلام واتصال، الإحصاء العلمي، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2015، ص 211.

² - منال محمد بن حمد الناصر، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بينة الرياض، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد 20، الجزء 3، 2019 م، ص 241- 291.

³ - عودة الشمالية، عزت اللحام وآخرون، مرجع سابق، ص 211.

المطلب الرابع: دوافع وغايات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والخدمات التي

تقدمها

أ- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

تتعدد الدوافع التي تجذب المشترك نحو مواقع التواصل الاجتماعي، فالبعض ينجذب لها من أجل التوسع في العلاقات الاجتماعية وصدقاته المتعددة، والآخر ينجذب لها لكونها توفر فرصة لتبادل المعارف والخبرات بينه وبين الآخرين، أما البعض فالمتعة والتسلية هي التي تجذبه نحو هذه الوسائل... وآخرون لا يجذبهم شيء سوى أنهم وجدوا الناس يملكون حسابات على هذه المواقع فقرروا أن يكون لهم حساب حتى لا يتهموا بأنهم متخلفين أو بعيدين عن أدوات العصر ومتطلباته.

ليؤكد بوهلال أن التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي يرتبط بمجموعة من الحاجات تتلخص في حاجات معرفية أي الحاجة إلى المعرفة بشكل عام، وحاجات عاطفية كالحاجة إلى الإحساس بالأخوة والحب والفرح، وحاجات اجتماعية، والحاجة لتحقيق الذات، والحاجة إلى الترفيه، يضاف إليها الحاجة إلى الهروبية لإزالة التوتر.¹

وبشكل عام فإن أبرز الدوافع التي تجذب مستخدمين لهذه الوسائل تتمثل في:

1. **المعرفة واكتساب الخبرة:** يتوفر من خلال هذه الوسائل الاجتماعية المعارف والمعلومات والخبرات الواسعة، وهي للبعض تعد مؤثلاً جديداً، ومصدراً مهماً للمعارف والخبرات والاحتكاك الثقافي والمعرفي بما من شأنه الإضافة إلى معلوماتهم وزيادة رصيدهم المعرفي.

2. **الحب والعاطفة:** هي بالنسبة للبعض... خاصة الشباب والمراهقين ممن وجدوا صعوبة في الحب الواقعي، هي سوق غنية بالعواطف والمشاعر والأحاسيس، فمن خلالها يستطيع الشاب أن

¹- أحلام بوهلال، تأثير استخدام شبكة الانترنت على العلاقات الأسرية الجزائرية، رسالة الماجستير (جامعة العربي التبسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016)، ص 36.

يكون علاقات عاطفية وأن يدخل في الحب مع الجنس الآخر، وأن ينفس عن المشاعر المكبوتة التي بداخله، ويستمتع إلى كلمات الغزل والحب التي طالما حلم بها في عالمه الحقيقي.

3. **التسلية والمرح والفرح:** رواد هذا المجال غالبيتهم من الشباب والمراهقين ومن لا يمتلكون أهدافا واضحة من الاشتراك في وسائل التواصل الاجتماعي، فهم يتركوا كل ما يفيد ويبحثوا عما يمتعهم فقط من فيديوهات مضحكة ومسلية، أو ألعاب إلكترونية أو منشورات نصية ذات طابع كوميدى.

البعض يبحث من خلال هذه الوسائل على السعادة التي ربما لم يتمكن من الحصول عليها داخل الأسرة أو في العالم الواقعي المحيط به، ولذا فهو يغرق في متابعة المنشورات ذات الطابع الفكاهي أو المسلي من الأفلام والصور والنصوص والروابط، وهذا الأمر ليس بمشكلة، بل يعد شيئا ضروريا لأي شخص ومن المهم أن ينفس على نفسه، وأن يضيف على حياته جوا من المرح والسعادة حتى تمكن من تحقيق أهدافه بشكل أفضل، غير أن ما ينبغي التحذير منه أن يكثر متابعة تلك المواقع بشكل مفرط، وأن يصبح هدف الفرد البحث فقط عن كل ما يفرح ويسلي، هنا تكمل المشكلة إذ يتحول ذلك الفرح سلبا على الشخص، ويفقد الفائدة المرجوة منه.

4. **تكوين العلاقات والصدقات الاجتماعية:** هناك من يجد فيها فرصا كبيرة لنسج علاقاته الاجتماعية وتأسيس روابطه المهنية، وتكوين دائرة واسعة من الأصدقاء والمعارف، وخاصة أولئك الذين وجدوا صعوبة في تأسيس الروابط والصلات في عالمهم الحقيقي، فهم يجدوا مكانا آخر لتعويض ما يرونه ناقصا في حياتهم.

5. **الهروب من الواقع:** ويجد فيها البعض . وهنا تكمن المشكلة ويبدأ الإدمان . مكانا آمنا وعالم وارفا بالظلال يقيهم من عالمهم الحقيقي الذي لم يجدوا فيه ما كانوا يحلمون به، فهم يهربون إلى هذا العالم ليحققوا الأمن والثقة بالنفس والحب والتقدير والاحترام الذي افتقدوه في عالمهم الحقيقي.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وتشير بعض الدراسات إلى أن كثيرا من الشباب يدخلون وسائل التواصل الاجتماعي بهدف الهروب من الواقع وأن الكثير من الأوقات يهدرونها ما بين ألعاب التسلية والجدال.¹

6. **التسويق والإعلان:** يستخدم البعض من الناس هذه الوسائل كمكان للإعلان وسوق للتسويق عن منتجاتهم أو خدماتهم. كما يجد البعض فيها فرصة للإعلان عن نفسه وخدماته كالتدريب والاستشارة، ولذا فهو وسيلة مجدية وسهلة للإعلان عن الذات والخبرات والمهارات التي يمكن تسويقها وخاصة الشركات أو مصانع أو المجالات التجارية بمختلف أنواعها وتصنيفاتها.

7. **الاطلاع على جديد الأخبار:** هذا يعد من أبرز الدوافع لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي في عالمنا العربي وخاصة بعد الأحداث التي عمت المنطقة ومازالت حتى الآن، فالمواطن العربي يتابعها بشغف لإشباع حاجات أساسية لديه تتمثل في معرفة الجديد من الأخبار والأحداث و مجريات الأمور على أرض الواقع.²

ب- غايات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

إن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتي أدت إلى ظهور المجتمعات الافتراضية تسعى نحو تحقيق الغايات التالية:

أولاً: الغايات الدينية والأخلاقية: وذلك من خلال توظيفها في الدعوة إلى الله تعالى غير المقاطع الصوتية والمرئية والمكتوبة ونشر القيم والفضائل والتي من شأنها تهذيب الناس وتركيتها.

ثانياً: الغايات التجارية: في ظل الثورة التقنية العالمية لجأت العديد من الشركات العملاقة العابرة للقارات وشركات الصغيرة وغيرها الى توظيف وسائل التواصل الاجتماعي التسويقي

¹- عبد الغني أحمد علي الحاوري، أمين عبد الله محمد حسني اليزيدي، مهارات التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي اللازمة لطلبة المرحلة الثانوية بالجمهورية اليمنية ومدى امتلاكهم لها، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد 2، العدد 09 (جوان 2020)، ص ص 78-102.

²- عبد الغني أحمد علي الحاوري، العلاقات الأسرية في ظل الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية السياسية والاقتصادية، الطبعة الأولى، 2021 م، ص 77.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

لمنتجاتها ومعرفة ردود أفعال العملاء تجاهها، والإعلام منتجات جديدة وتحديد احتياج العملاء الفعلي والعمل على مواكبته، كما أنها ساهمت في التواصل الفوري والسريع بين مسؤولي رعاية وخدمة العملاء في تلك الشركات، والعملاء في أنحاء العالم لتقديم خدمة أفضل.

ثالثا: الغايات السياسية: فقد لجأت كثير من الدول والمنظمات الدولية إلى استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، لإيضاح مواقفها اتجاه قضية معينة لسهولة وصول المعلومة في أسرع وقت ممكن، وفي المقابل استخدامها العديد من المنظمات الإرهابية وجماعات المحظورة دوليا لنشر الإشاعات والتجنيد وتأليب الرأي العام على الحكام والقادة السياسيين بهدف تفريق الصف، وضرب مقدرات الدول. كما أشارت إلى ذلك دراسة السديري (1435هـ).

رابعا: الغايات التعليمية: حيث يتم من خلالها تبادل المعلومات والمستجدات العلمية والأبحاث وجديد دور النشر والمكتبات، والخبرات التربوية والتجارب العملية بهدف مساعدة الباحثين وخدمتهم ودعمهم الحركة العلمية والبحثية في مؤسسات التعليمية والأكاديمية.

خامسا: الغايات الترفيهية: وتتضح هذه الغايات من خلال تبادل الرسائل الترويجية والإنتاج الأدبي للشعراء والكتاب، وبناء العلاقات الاجتماعية بين الأفراد في مختلف دول العالم.¹

ج- الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

إن من أبرز خدمات التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدم هي كالتالي:

1. **الملفات الشخصية أو صفحة الويب:** وهي ملفات يقوم فيها الفرد بتقديم بياناته أساسية، مثل الاسم، تاريخ الميلاد، البلد، الاهتمامات والهوية الشخصية، ويمكن التوصل إلى عالم الشخص من خلال ذلك الملف الشخصي.

¹ - مسفر أحمد مسفر الوادعي، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأمن الفكري من وجهة نظر طلبة المرحلة الثانوية ومعلمي العلوم الشرعية، بمنطقة عسير، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 171، ج3 (ديسمبر 2016م)، ص ص 13-70.

2. الأصدقاء أو العلاقات: يمكن للفرد الاتصال بالأصدقاء الذين يعرفهم في الواقع، أو الذين يبادلونه الاهتمام نفسه في المجتمع الافتراضي، وذلك من خلال تلك الخدمة التي تقدمها وسائل التواصل الاجتماعي.

3. إرسال الرسائل: تتيح هذه الخدمة إرسال الرسائل للأصدقاء المضافين في قائمة الشخص أو غير المضافين في القائمة.

4. ألبومات الصور: يمكن للمستخدمين إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع مئات الصور وإتاحة المشاركات لهذه الصور والاطلاع عليها وتحويلها أيضا من خلال هذه الخدمة.

5. المجموعات: كذلك من الخدمات التي تقدمها هذه الوسائل أنها تتيح الفرصة لتكوين مجموعات بهدف معين لأهداف محددة. كما توفر أيضا مساحة من الحرية لمؤسسي المجموعة أو المنتسبين والمهتمين بها فهو أشبه بمنتهى حوار مصغر.

6. الصفحات: هذه الفكرة ابتدعها موقع الفيسبوك واستخدمت على مستوى التجاري بشكل فعال، فهذه الخدمة تتيح فرصة عرض السلع لأصحاب المنتجات التجارية وذلك بإنشاء حملات إعلانية موجهة لفئات محددة، ويقوم موقع الفيسبوك باستقطاع مبلغ مع كل نقرة يتم التوصل إليها من قبل المستخدم.¹

المطلب الخامس: ايجابيات وسلبيات مواقع التواصل الاجتماعي

لقد أحدثت وسائل التواصل الاجتماعي هزات وتغيرات في مناحي عديدة من حياتنا المعاصرة، كما فرضت العديد من التحديات سواء ما يتعلق منها بالجانب الفكري أو الثقافي أو الاجتماعي أو السياسي أو الاقتصادي، وأبرزت معطيات جديدة انعكاسات على حياة الأفراد

¹ - منال محمد بن حمد الناصر، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بينة الرياض، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد 20، الجزء 3، 2019 م، ص ص 241- 291.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

والمجتمعات ماديا، وفكريا، وخلقيا، مما أثر في المثل والقيم والمعايير وأنماط الحياة وطرائقها. وخلقت آثارا كبيرة على النسيج الاجتماعي منها الإيجابي ومنها السلبي.¹

فهناك وجهات نظر متباينة بين مؤيد لهذه الوسائل ومعارض لها، مؤيد يراها تشكل فرصة للبشرية لتبادل الخبرات والمعارف وزيادة التقارب وإنشاء العلاقات الجديدة، ومعارض يراها تشكل خطرا حقيقيا عليها. بإنتاجها مجتمعات تحمل عوامل القطيعة مع العادات القديمة والتقاليد، بالإضافة إلى العديد من المشاكل والسلبيات على كل المستويات (الفردية، الأسرية والمجتمعية) ويدعون حتى للتوقف عن التعامل معها.

وسنذكر هنا أبرز ايجابيات ثم أهم السلبيات كما يأتي:

أولا: الايجابيات:

1. تعد أداة لاكتساب المعارف وزيادة الخبرات: من أبرز الايجابيات التي تحسب لهذه الوسائل أنها ساعدت الناس على اكتساب المعارف وزيادته الخبرات، وهو الأمر الذي مكن البعض من تغيير حياته وتطوير مهاراته، فكم المعلومات التي يتعرضون لها يوميا وحجم الخبرات والمهارات التي يكتسبون منها من خلال هذه الوسائل يساعدهم على تمثيل تلك المعارف وتحويلها إلى سلوك، وقد وفرت هذه الوسائل للبعض الفرص العديدة والخيارات الكثيرة نحو الترقى الوظيفي والمهني والتطور العلمي والاجتماعي، بل إنها مثلت للبعض خاصة أولئك الذين لم يتمكنوا من دخول المدرسة أو إكمال دراستهم الجامعية أن ينهلوا منها المعارف والدروس في كافة الجوانب الصحية والنفسية والاجتماعية.

فوسائل التواصل الاجتماعي تعد من أهم الوسائل والتقنيات التي تسهل في تعميم المعرفة ونشرها على مسافة واسعة من العالم وفي تبادل الخبرات والمعارف ومد جسور التواصل بين

¹ - الحاوري، (العلاقات الأسرية)، مرجع سابق، ص 80.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

أقطاب العالم،¹ بالإضافة الى ذلك فهي أداة لتقريب المفاهيم والرؤى مع الآخر، والاطلاع والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة.²

2. قربت المسافات وألغت الحدود: لا يستطيع أحد أن ينكر أن هذه الوسائل جعلت العالم أكثر قربا، فقربت البعيد واختصرت المسافات، وبإمكان الأسرة على سبيل المثال التي يتوزع أفرادها في أماكن شتى داخل البلد الواحد أو في العالم أن تتواصل مع بعض وتتابع تفاصيل حياتهم اليومية لحظة بلحظة وكأنهم يعيشون معا تحت سقف واحد أو في بيت مشترك.

حيث ألغت الحواجز الجغرافية والمكانية وحطمت الحدود الدولية، ويستطيع الفرد في الشرق أن يتواصل مع الفرد الآخر في الغرب بكل سهولة وبساطة.³

3. من أفضل الأدوات لتحقيق الأهداف: الكثير من الناس وخاصة من يمتلك أهدافا واضحة في الحياة . أصبحت هذه الوسائل بالنسبة لهم من أفضل الأدوات وأسهلها وأسرعها لتحقيق أهدافهم وتحقيق إنجازاتهم، ويستطيع الفرد من خلالها أن يتواصل مع المنظمات والمؤسسات والجامعات والمراكز التي تدخل في إطار اهتماماته وأهدافه، أن يصل إلى الكثير من الأهداف ما كان له أن يحققها بدون هذه الوسائل.

لقد فتحت هذه الوسائل الأفق واسعا أمام الأشخاص وخاصة ذوي الطموح المرتفع أن يتخطوا الحواجز والحدود سواء الثقافية أو السياسية أو الاقتصادية، وكانت بالنسبة لهم بمثابة جواز السفر أو تذكرة عبور لتحقيق ما يسعون إليه من أهداف.

¹ - سعاد بن حديري، علاقة النرجسية بالإدمان على شبكة التواصل الاجتماعي " فيسبوك نموذجا" لدى المراهق الجزائري، دراسة ميدانية على التلاميذ السنة الثانية ثانوي، بمدينة بسكرة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الإنسانية الاجتماعية، (2016)، ص. 146.

² - هالة حاجي عبد الرحمن حسين، التنشئة السوية للمراهقين في ضوء تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة عربية في تربية علم النفس (ASEP)، المجلد 75، العدد 75 (جويلية 2016)، ص. 515-538.

³ - الحاوري، (العلاقات الأسرية)، مرجع سابق، ص. 80.

4. أداة من أدوات التغيير الاجتماعي: تعد هذه الوسائل من الأدوات الفعالة في التغيير السياسي، وفي إنكفاء روح الثورات وقد لوحظ دورها في ثورات الربيع العربي في تونس ومصر وحتى اليمن وسوريا وليبيا والجزائر وغيرها من البلدان العربية بما يسمى بثورة الربيع العربي وقد كان الفيسبوك اليد الطولى في الحشد تعبئة الرأي العام للخروج الى الشارع¹ ودعوة المواطنين للمظاهرات، وهو الشيء نفسه ما تم في إيران في 2006، من تحريك للشارع الإيراني وتأليب المواطنين ضد النظام السياسي، وكذا ماتم في تركيا في 2017، عند تمكن الرئيس التركي من كسر محاولة الانقلاب ودعوة المواطنين لحماية المكتسبات الديمقراطية والجمهورية، بوسيلة واحدة من وسائل التواصل الاجتماعي هي السكاي بي.

وفي هذا الصدد يكشف تقرير الإعلام الاجتماعي الذي أصدرته كلية دبي في للإدارة الحكومية فإن دور الإعلام الاجتماعي في الثورات التي اكتسحت المنطقة العربية كان مثار جدلا كبير، أنه المحرك الرئيسي لتلك الثورات ويمكن القول أن الدعوات للاحتجاج في المنطقة العربية انطلقت من الفيسبوك أساسا.²

ويضيف التقرير إن مستخدمي الفيسبوك في مصر وتونس ذهبوا إلى أن الموقع المستخدم أساسا لرفع الوعي في بلدانهم بشأن الحركات الاجتماعية ونشر المعلومات الى العالم بشأن تلك الحركات والتنسيق بين الناشطين وتنظيم التحركات.³

كما يؤكد التقرير حقيقة أن وسائل الإعلام الاجتماعي تمكنت من تشكيل الآراء وتحقيق التغيير، وأنه بسبب وجود نسبة كبيرة من الشباب في المنطقة العربية تزايدت معدلات استخدامهم

1 - المكان نفسه.

2 - هالة حاجي عبد الرحمن حسين، التنشئة السوية للمراهقين في ضوء تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة عربية في تربية علم النفس (ASEP)، المجلد 75، العدد 75 (جولية 2016)، ص ص. 515-538.

3- حكيمة لكحل، ريحة الزايدي، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية "الفيسبوك نموذجا"، دراسة ميدانية لمجموعة من المعلمات المتزوجات، رسالة الماجستير (جامعة زيان عاشور الجلفة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017/2016)، ص 37.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

لوسائل الإعلام الاجتماعي فإن ذلك الإعلام سيستمر في لعب دور متزايد التطورات السياسية والمجتمعية والاقتصادية في المنطقة العربية.¹

5. مصدر للمعلومات والأخبار: تمثل هذه الوسائل مصدر رئيسيا لتلقي المعلومات والأخبار السياسية و مجريات الأحداث وخاصة لدى الشعوب والمجتمعات التي تواجه حروب ومشاكل في هذه الفترة مثل: سوريا و اليمن وليبيا وغيرها من البلدان، وبسببها تراجعت نسبة مشاهدة القنوات الفضائية، وشراء الجرائد اليومية، و الصحف الرسمية، سهولة استخدامها ومجانيتها من أهم أسباب تراجع نسبة متابعة تلك الوسائل الأخرى. ولأنه بإمكان الشخص حتى وإن كان في الشارع العام، أو في مقر عمله أو في الأسواق العامة أن يتلقى جديد الأحداث، وآخر التطورات دون أن يخسر شيئا، أو يضطر إلى الانتظار حتى يعود إلى البيت لمشاهدة التلفاز والقنوات الفضائية.

6. اختصار للوقت واختصار للإجراءات: لقد ساعدت هذه الوسائل الناس على اختصار الكثير من الوقت والجهد، فبدلا من السفر والتنقل أن ينجز تلك المهام وهو متكئ على أريكته، أو مستلقي على سريره دون تكبد عناء السفر او إنفاق الكثير من المال والوقت كما أن هذه الوسائل اختزلت قدرا كبيرا من الإجراءات سهلت الكثير من المعاملات، فبالإمكان الآن أن تربط المؤسسة أو المركز أو الجامعة موظفيها بواحدة من وسائل التواصل الاجتماعي، ومن خلالها تقوم بتزويدهم بالتوجهات والإجراءات ومواعيد العمل والمهام الموكلة اليهم، بل إن الكثير من المؤسسات تنفذ العديد من الاجتماعات واللقاءات التي تتخذ من خلالها القرارات والإجراءات التي تهم المؤسسة.

وهي اقتصادية في الجهد والوقت والمال في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل. فالفرد البسيط يستطيع امتلاك حيز على الشبكة للتواصل الاجتماعي وليست حكرا على أصحاب الأموال او أي فئة أخرى.

¹ - كلية دبي للإدارة الحكومية، تقرير الإعلام الاجتماعي، العدد 2، ماي 2011، ص 4.

7. وسيلة لنسج العلاقات الاجتماعية: استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي توسيع دائرة

العلاقات بين الأفراد، ومدّهم بصداقات اجتماعية على مستوى المجتمع العربي¹، كما أن هذه الوسائل تعد وسيلة عابرة للحدود فقد أتاحت للأفراد تكوين صداقات من دول أخرى كما سهلت لهم ممارسة الأنشطة الثقافية والاجتماعية التي تهدف إلى التقارب بين الأفراد وتسهيل عملية التواصل مع الآخرين.²

وتمثل هذه الوسائل وسيطا اتصاليا مهما في عصرنا هذا، فقد فازت على الحضور الفيزيائي والتقارب الجغرافي والتوافق الزمني والتماثل الثقافي ووفرت مناخا تواصليا جديدا يركز على الفضاءات الاتصالية الافتراضية³، يلتقي من خلاله أفراد أو جماعات من مختلف البيئات والثقافات لإيصال أفكارهم وأحاسيسهم وتفاعلاتهم لإقامة علاقة افتراضية قد تنتهي عند حدود العالم الافتراضي وقد تستمر في الواقع.⁴

8. تمكن الفرد من إخراج طاقاته: كل فرد يمتلك بداخله طاقات هائلة ومهارات عديدة وقدرات

واسعة تحتاج فقط إلى من يستخرجها ولذا يجد الكثير من الناس في هذه الوسائل أفضل وسيلة لتفجير طاقاته وتنمية إبداعاته العلمية والأدبية والفنية فهي تساعد الأفراد على إبراز ذواتهم وإشباع حاجاتهم ليجدوا متنفسا على صفحاتهم الشخصية التي تمنحهم شعور بالاستقلالية والثقة بالنفس وتقدير الذات بالصورة التي يرغبونها⁵ إضافة الى ذلك فهي تساعدهم على الإعلان عن الذات وتمكنه من أن يصبحوا صانعي المحتوى ومن الوصول إلى جمهور أوسع.⁶

1- الحاوري (العلاقات الأسرية)، مرجع سابق، ص 82.

2- المرجع نفسه، ص 344..

3- لكل، الزايد، مرجع سابق، ص 37.

4- الحاوري، (العلاقات الأسرية)، مرجع سابق، ص 83.

5 - بن حديري، مرجع سابق، ص 297.

6 - الحاوري، (العلاقات الأسرية)، مرجع سابق، ص 83.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

9. تعد منصة للتدريب والتعليم: تستطيع بعض الجامعات أو المدارس أن تستخدم هذه الوسائل كأدوات مساعدة في التعليم، ومنصات لتزويد الطلاب بالمراجع والخبرات والاستشارات وغيرها من الأمور.

وقد أدركت بعض المدارس في الولايات المتحدة الأمريكية الحاجة الى دمج هذه الوسائل في الفصول الدراسية وبدأت بتقبل فكرة دخول وسائل الإعلام الاجتماعي في الفصول، ففي عام 2013 قدمت مدرسة مقاطعة بيل The Peel District school board على السياسة "إحضار الجهاز الخاص بك"¹ وفيها يسمح للطلاب إحضار أجهزة الموبايل واستخدامها أثناء عملية التدريس.

10. الإبقاء على اتصال دائم بالعالم: في السابق كان الفرد يجد صعوبة في الوصول السريع إلى أحد أقاربه أو زملائه ومعارفه خاصة عندما يكون في مدينة أو دولة أخرى، إذ يتطلب ذلك الوصول أياما وربما أشهرا حتى تصل إليه رسالة أو خبرا عن موضوع معين، لكن هذه الوسائل جعلت الأشخاص في اتصال دائما مع العالم، فالفرد وفي أي نقطة في العالم هو في حالة اتصال مع الجميع ولا يحتاج جزء من الثانية حتى يصله حدث معين كخبر وفاة قريب أو فرح عزيز عليه أو ما شابه ذلك.

11. السماح بالديمقراطية: من أبرز الإيجابيات التي وفرتها هذه الرسائل أنها أتاحت للجميع نوعا من الديمقراطية والحرية في التعبير عن آرائهم، والإدلاء بوجهات نظرهم المختلفة، فالفرد لم يعد ذلك الشخص المتلقي السلبي وإنما، أصبح قادرا على التعليق والنقد والتحليل والإبداع والإضافة بكل حرية وديمقراطية.

¹ - المكان نفسه.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وكما أن الفرد مستقل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك، فهذه الوسائل تلغي السلبية المقيتة في الإعلام القديم وتعطي حيز للمشاركة الفعالة.¹

لتؤكد أخيرا على أن طريقة الاستخدام والتوازن في استعمال هذه الوسائل هو المفتاح الأساسي للاستفادة من هذه الإيجابيات وفي نفس الوقت الاستخدام السيء لها سيحولها إلى أداة هدم بعدما كانت أداة بناء، وتؤدي بالتالي إلى الكثير من السلبيات.

ثانيا: السلبيات:

فهي كغيرها من الأجهزة والأدوات والوسائل كالتلفاز أو الأنترنت، تحمل إلى جانب الإيجابيات العديد من السلبيات والتي يجب علينا أن لا نكون فريسة سهلة لها حتى لا يؤدي بهذه الوسائل الابتعاد عن الغرض النبيل الذي وجدت من أجله.

1. **العزلة الاجتماعية:** من أبرز سلبيات هذه الوسائل أنها أوصلت بعض الأفراد إلى مرحلة العزلة الاجتماعية، فقد فتحت الباب واسعا أمام العوالم الافتراضية البديلة عن العوالم الواقعية، فبعض الأفراد لم يتمكن من تحقيق ما يريده في عالمه الواقعي، ويشعر فيه بالغبن والقهر والمعانات. ولذا فهو يبتعد شيئا فشيئا عن هذا العالم ويقترب أكثر من عالمه الافتراضي، ليجد نفسه في يوم من الأيام أمام معضلة العزلة الاجتماعية والنفور من المشاركة الاجتماعية.

وقد أكدت بعض الدراسات أن زيادة استخدام الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي أدت إلى شعور المراهقين بالوحدة النفسية، وأنها أثرت على نوعية التواصل مع الآباء كما أنها تتيح اتساعا أكثر، ولكن ليست بعمق العلاقات التي يحتاج إليها البشر.²

2. **وسيلة لبث الشائعات:** لأن هذه الوسائل متاحة لجميع الأفراد للدخول إليها، والمشاركة بحرية دون أي قيود أو ضوابط فإنها تعد من أسهل وأسرع الوسائل لبث الشائعات، عبر مكان

¹- المرجع نفسه، ص 84.

²- المرجع نفسه، ص 85.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

أخبار كاذبة يتم نشرها من قبل بعض الأشخاص بنية الإشاعة وأحيانا تنتقل في غالبية المجموعات والوسائل الاجتماعية المختلفة ليجد المجتمع نفسه غارقا في كم هائل من الإشاعات، التي تجعل الفرد يقع في وهم الأكاذيب والإشاعات وفي أحسن الأحوال تجعله يتوقف عن تصديق أي منشور إلا ما ندر.

3. **تدني مستوى التحصيل الدراسي:** أدت هذه الوسائل إلى تدني مستوى التحصيل الدراسي والعلمي والأكاديمي لدى الطلاب، وهذا ما تكشفه العديد من الدراسات والأبحاث¹ فبدلا من أن تساهم في زيادة الحصيلة العلمية وتكمل النقص الذي لم تتمكن المدرسة أو الأسرة من تحقيقه، نجده يؤثر على ذلك المستوى، وهنا نؤكد ونعيد ونؤكد أن الخطأ ليس في هذه الوسائل بقدر ما هو في طريقة استخدام الطلاب لها، فالاستخدام المبالغ إلى حد الإفراط أو الإدمان الذي أدى إلى إهمال الواجبات المدرسية والغياب المتكرر عن المدرسة أو الذهاب إليها بجسم وعقل نائم أو غير ذلك مما أدى إلى أن ينعكس ذلك على مستوى التحصيل الدراسي، إضافة إلى ذلك فغالبية الطلاب مستخدمي هذه الوسائل لا يحملون أهدافا تعليمية أو عملية محددة عند استخدامها والصورة الذهنية لديهم، كما لدى غالبية الأفراد والأسر. إن هذه الوسائل وجدت للترفيه والتسلية وتكوين صداقات وتعبئة العواطف، وهو ما جعل الهدف العلمي يغيب لدى الكثير منهم، رغم امتلاك هذه الوسائل للمعلومات الغنية والمفيدة والقيمة غير أنه لا يتم الالتفات إليها، أو يتم المرور عليها دون إعمال العقل في استيعابها وفهمها.

وقد أشارت بعض الدراسات ضعف امتلاك الطلبة لأهداف واضحة ومحددة من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.²

¹ - سلمى حسين كامل، إدمان الانترنت وعلاقته بالدافعية نحو التحصيل الدراسي لدى طلبة جامعة ديالي، مجلة الفتح للبحوث النفسية والتربوية، المجلد 12، العدد 68 (31 ديسمبر 2016)، ص ص 269-301.

² - عبد الغني أحمد علي الحاوري، أمين عبد الله محمد حسني اليزيدي، مهارات التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي اللازمة لطلبة المرحلة الثانوية بالجمهورية اليمنية ومدى امتلاكهم لها، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد 2، العدد 09 (جوان 2020)، ص ص 78-102.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وقد قامت شركه تحليلات المواقع في سان انطونيو بتحليل حوالي 2000 تغريده صادرة من الولايات المتحدة الأمريكية ومكتوبة باللغة الانجليزية في 2009، وقامت بتدوين النتائج من خلال تقديمها إلى الست (06) فئات وحسب النتائج فإن:

- الثرثرة أو الكلام غير مفيد احتل الصدارة بنسبة بلغت تقريبا 40%.
- ثم حلت المحادثات في المرتبة الثانية بنسبة 38%.
- أما المرتبة الثالثة فكانت من نصيب أمور أخرى بنسبة 9%.
- ثم جاءت رسائل البريد الإلكتروني المزعج في المرتبة الرابعة بنسبة 6%.
- ثم أخيرا التغريدات حول الأخبار بنسبة 1%¹.

4. أثرت سلبا على العلاقات الزوجية والأسرية: أشارت العديد من الدراسات إلى وجود تأثير سلبي لاستخدام الأنترنت على العلاقات الأسرية داخل المنزل (التفكك الأسري) بسبب قضاء وقت أطول في تصفح الأنترنت، وانخفاض مستوى المشاركة في الأمور العائلية، كما أشارت إلى وجود تأثير سلبي على علاقات التواصل الاجتماعي مع أن الوقت الذي يقضيه الفرد أمام الأنترنت لا يساعد في التعرف على مشاكل أسرته سواء الإخوة أو الأم أو الأب أو الزوجة، وأن الأفراد أصبحوا لا يجلسون مع أسرهم بسبب وسائل التواصل الاجتماعي.² وأن ثمة سلبيات كثيرة على الصعيدين الاجتماعي والثقافي بسبب استخدام تطبيقات الثورة الرقمية منها: فسخ العلاقات الأسرية

¹ - الحاوري، (العلاقات الأسرية)، مرجع سابق، ص 86.

² - فاطمه بنت محمد الأحمري، أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على الحوار الأسري، الهاتف الجوال، والشبكة العنكبوتية (الانترنت) - دراسة مطبقة على عينة من الأسر السعودية بمدينة الرياض، بحث لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في علم الاجتماع، 1434-1435هـ)، ص 37.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

والاجتماعية، سيادة روح الفردية، انعدام التفاعل والتواصل بين أفراد الأسرة مما زاد من حدة الفجوة بين أفراد الأسرة.¹

كما عملت هذه الوسائل على زيادة الشكوك بين الزوجين وإهمال الزوج لأمر البيت والأولاد والزوجة، وإلى برود العواطف الزوجية، بل إنها أدت إلى ارتفاع نسبة الطلاق، لقد أشارت بعض الدراسات إلى الآثار الوخيمة لوسائل التواصل الاجتماعي خاصة "الفيسبوك" في ظل الاستخدام الخاطئ على الأسرة الفلسطينية وفقدان الثقة، وما ترتب عليها من مشاكل وتصدع في المجتمع، وإلى ارتفاع نسبة الطلاق²، وأنه كلما زاد عدد الساعات التي تقضيها على الواتساب كان له تأثيراً على العلاقات الاجتماعية والزوجية والأسرية والوحدة النفسية.³

كما تعمل هذه الوسائل على تقاوم المشاكل الأسرية والاجتماعية لأنها تؤدي بالأبناء إلى إهمال واجباتهم ومسؤولياتهم الدراسية والأسرية والاجتماعية، ليصل ذلك الإهمال إلى مرحلة خطيرة يكون مادة خصبة للخلافات الأسرية والاجتماعية، مما يفاقم تلك المشاكل ويوسع الشرخ الأسري.

5. أضرار صحية وجسمية: يؤدي الإفراط في استعمال وسائل التواصل الاجتماعي إلى العديد من الأضرار الجسمية من أهمها: أضرار على اليدين، والأذنين، وتصيب بعض الأشخاص بالبدانة، والآلام في الرجلين والعمود الفقري، كما أنها تعود الطفل على البلادة، والكسل، وتؤدي إلى أوجاع الرأس وظهور آلام في الرقبة والظهر.

¹- ناصف العبد أمين محمد، تأثير التكنولوجيا الرقمية لشبكة الأنترنت على كفاءة وأداء الأسرة، تحليل سوسولوجي لتأثيرات استخدام الأنترنت، مجلة الفكر الشرطي، المجلد 23، العدد 3 (31 جويلية 2014)، ص ص 275- 298.

²- ضياء أحمد الكرد، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي في الأسرة الفلسطينية "الفيسبوك نموذجاً"، المؤتمر العلمي الدولي المستوى الرابع لكلية الشريعة، "وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع"، جامعة النجاح، 2014، ص 94.

³- عبد العزيز بن صالح المطوع، تأثير شبكة الواتساب على بعض المتغيرات لدى عينة من المتزوجين في المجتمع السعودي، مجلة البحث العلمي في التربية، المجلد 16، العدد 3، 201 (سبتمبر 2015)، ص ص 77-89.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ويعاني مدمن وسائل التواصل الاجتماعي من آلام في العينين، وتلك الهالات السوداء حولها، وآلام الرسغ وقلة ساعات النوم، والتقاعد عن الذهاب إلى المدرسة والعمل أو إكمال واجباته المختلفة الأسرية والأكاديمية.¹

6. **الاستغلال الجنسي:** تستخدم هذه الوسائل من بعض ضعاف النفس، ومنعدي الضمير للتحرش والاستغلال الجنسي، ويستخدمها البعض في تتبع المواقع التي تنشر الرذيلة والعري، وأكثر من يقع في هذه المشكلة هم المراهقون والشباب الذين تتغيب عنهم. في الغالب أو لم تتضح الرؤية والأهداف في هذه الحياة ولا من دخول هذه المواقع، ونتيجة أنهم يعيشون بلا أهداف أو غايات يسعون إلى تحقيقها، فهم أسهل ما يكون للوقوع فريسة لإدمان مثل هذه المواقع.

وتجمع تقريبا معظم الدراسات العربية التي بحثت في الموضوع أن الهدف الرئيسي لعدد كبير من مستخدمي الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي هو الترفيه والتسلية وعلى رأسهم المراهقين، وأن أكثر المواقع التي يدمن عليها هي: حجرات الحوارية الحية أو غرف الدردشة والمواقع الإباحية و الألعاب الإلكترونية و نوادي النقاش أو المنتديات.²

7. **الترويج للعنف والإرهاب والعدوانية:** يستغلها البعض وخاصة الجماعات المتشددة في ترويج لأفكارها المتطرفة وعمليات الإرهاب، واستقطاب الشباب وصغار السن مما يسهل أذلتهم وإقناعهم بأفكارها التي في ظاهرها التدين في باطنها التطرف والإرهاب والتشدد، وقد انتشرت مجموعة من المواقع المعادية للمعتقدات والأديان أو المشجعة على الانتحار وتعاطي المخدرات والشذوذ الجنسي وغيرها.³

¹ - سمية بولعبا، الإدمان على الأنترنت وعلاقته بظهور اضطرابات النوم لدى عينة من الشباب الجامعي، رسالة الماجستير (جامعة محمد بوضياف، المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017)، ص 22.

² - سليمة حمودة، الإدمان على الأنترنت: اضطرابات العصر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 2015، العدد 21 (31 ديسمبر 2015) ص ص 213-224.

³ - جاد سعادة، سلامة الأطفال على الأنترنت، دراسة وطنية حول تأثير الأنترنت على الأطفال في لبنان، لبنان، ص 3.

8.التشويش الذهني والعصبي: هذه من أبرز المشاكل التي تسببها وسائل التواصل الاجتماعي، إذ أن الكم الهائل من المعلومات التي ينشر عليها يوميا مع تعدد تلك الوسائل تؤدي بالمتابع إلى مرحلة الإغراق المعلوماتي والمعرفي والتشتت الذهني تماما، كما يحدث للشخص إن هو أفرط في تناول الطعام والشراب.

9.التباين في المعلومات المتاحة: وهي من أبرز السلبيات التي يواجهها مستخدمو هذه الوسائل "التباين في المعلومات التي يتعرضون لها"، فنتيجة عدم وجود هيئة أو مؤسسة رسمية تعد هي المسؤولة عن مصدر هذه المعلومات، ولأن مصدر هذه المعلومات هم أفراد، عند ذلك تتباين المعلومات التي تتدفق على هذه الوسائل، وهذا أمر طبيعي وفي نفس الوقت تعد مشكلة فمن الصعب ضبط تلك المعلومات من خلال مؤسسة أو هيئة أو مركز، والمعلومات متاحة لكل الأفراد وهم يقومون بنشر المعلومات التي تصلهم سواء كانت صحيحة أو غير صحيحة.¹

المطلب السادس: أهمية مواقع التواصل الاجتماعي

تكمن أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في إتاحة المجال أمام الإنسان للتعبير عن نفسه ومشاركة مشاعره وأفكاره مع الآخرين، خاصة وأن هناك حقيقة علمية وهي أن الإنسان اجتماعي بطبعه بفطرته يتواصل مع الآخرين ولا يمكن له أن يعيش في عزلة على أخيه الإنسان.

وقد أثبتت الكثير من الدراسات والبحوث العلمية أن الإنسان لا يستطيع إشباع جميع حاجاته البيولوجية والنفسية دون التواصل مع الآخرين فحاجاته هذه تفرض عليه العيش مع الآخرين لإشباع هذه الحاجات، أما الاحتياجات الاجتماعية فلا يمكن أن تقوم أساسا دون تواصل إنساني مع المحيط الاجتماعي، ولذلك فالإنسان كائن اجتماعي بطبيعته لا يمكن أن يعيش بمفرده.²

1 - الحاوري، (العلاقات الأسرية)، مرجع سابق، ص 89.

2- أروى سعيد بني صالح، أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن المجتمعي والوطني في الأردن، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 36 (ماي 2021)، ص ص1-16.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

فقد أدى بروز العديد من وسائل التواصل الاجتماعي عبر شبكة الأنترنت في العقد الأول من الألفية الثانية إلى جذب العديد من المستخدمين المشتركين حيث اهتمت هذه الوسائل بالضرورة بإقامة علاقات بين الأفراد وتوثيقها وتمكنهم من تبادل الخبرات والمعارف.

وقد بين سمولون Smoloon 2009 أن أهمية وسائل التواصل الاجتماعي تبرز من خلال ما يلي:

- تمكن المستخدم من التعرف على المشتركين وأعضاء آخرين تجمع بينهم اهتمامات ومصالح واحدة، وبالتالي تعزز من قدرته على تحقيق مصالحه وغاياته.
 - تمكن المستخدم من التواصل مع أكثر من عضو آخر في نفس الوقت.
 - تمكن المستخدم من التعبير عن رأيه بحرية وتبادل الخبرات مع الآخرين.
- وقد أضاف أرين Aren 2010 بأن هذه الأهمية أو أهمية هذه الوسائل تتمثل في:
- تسمح للأفراد بالتواصل مع أفراد آخرين كان من الصعب التواصل معهم لفترة طويلة من الزمن.
 - تمكن الأفراد من إنشاء المجموعات المتجانسة والمختلفة، إقامة علاقات جديدة.
 - تؤثر هذه الوسائل بدرجة كبيرة في العمليات الاجتماعية من خلال تسهيل وصول الفرد إلى المعلومات، كما أنها تساهم في التأثير لقدرة الفرد على تنفيذ الخطط الاستراتيجية في المشاريع المختلفة.
 - يمكن استغلال وسائل التواصل الاجتماعي في الحملات الاجتماعية الخاصة بمكافحة الفقر أو مكافحة الأمراض أو دعم الحملات السياسية أو تنسيق المظاهرات أو العثور على الوظائف.

كما يبين ألبود 2010 ومحفوظ 2011 بأن وسائل التواصل الاجتماعي تمكنت من تحقيق

مما يلي:

- توحيد الآراء في القضايا السياسية، وبالتالي التغيير الجذري في الجانب السياسي.
 - المطالبة بالتغيير وتطبيق الديمقراطية.
 - تمكنت من طرح إعلام جديد بملاح جديدة يختلف عن الإعلام التقليدي الذي يتسم بالجمود حيث ساهم ذلك في تعزيز سرعة نقل الأخبار وتبادلها ودعمها بالفيديوهات المعبرة التي تتفاعل مع المحتوى المضي، كما ساهمت في تعزيز مستوى التفاعل بين الأفراد (المتلقين) والجهات المسؤولة عن الصفحات التواصلية.
 - تمكنت من نقل الأخبار بسرعة كبيرة تفوق السرعة التي ينقل بها الإعلام التقليدي.
- وأشار أبو سويلم 2015 إلى أن أهمية وسائل التواصل الاجتماعي تبرز من أهمية استخداماتها التي تتمثل في:

- تناقل الإخبار والمعلومات.
 - سماع وقراءة ومشاهدة الأخبار العالمية.
 - معرفه المعلومات والأخبار بأقل وأسرع وقت.
 - استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في الأنشطة التسويقية والشرائية للسلعة والمنتجات.
- ليستنتج مما سبق أن أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في مختلف المجالات بما في ذلك المجالات التواصلية والتفاعلية والتثقيفية والتسويقية والشرائية والسياسية والاجتماعية، وفورت للأفراد سهولة وسرعة تناقل المعلومات وتبادلها وتبادل الفيديوهات والصور، أي أن هذه الوسائل تغلبت على الحواجز الزمانية والمكانية الموجودة بين البلدان.

فهذه الوسائل أحدثت طفرة ونقلة نوعية، هذه الطفرة أثرت في جميع مستويات التواصل والعلاقات الاجتماعية للأفراد من أحداث التغيير الاجتماعي والسلوك الإنساني. كما أكدت ومن جهة أخرى الكثير من الدراسات السابقة على أهميه هذه الوسائل في مجالات وجوانب أخرى (دراسة صفرار 2017، التي توصلت إلى أهمية وسائل التواصل الاجتماعي في غرس قيم المواطنة وتعزيز مضامين التكافل والتعاون بين أفراد المجتمع، ودراسة كوكش 2017 التي بينت أن جزءا من أهمية هذه الوسائل يكمن في نشر ثقافة التسامح.¹

المطلب السابع: نماذج لمواقع التواصل الاجتماعي

1. **فيسبوك Facebook** : بدأ كشبكة اجتماعية في عام 2004 م، من قبل مؤسسه مارك وكبريري، وتابعت شركة فيسبوك النمو لتتحول إلى واحدة من كبرى الشركات التي تستحوذ على معظم تطبيقات التواصل الاجتماعي في العالم، وهو موقع تواصل اجتماعي يسمح بمشاركة الصور والمنشورات والتعليقات والأخبار المحلية العالمية، بالإضافة إلى وجود الدردشة والألعاب وبث الفيديو مباشر.

2. **مسنجر Messenger**: تطبيق المحادثات والذي كان في البداية ميزة المراسلة ضمن تطبيق فيسبوك فقط، ومنذ عام 2011، جعل التطبيق مسنجر منفصلا بذاته، وأخذت ميزته بالتوسع أكثر فأكثر بفضل ميزات وتحديثات مسنجر المتكررة، يمكن لشركات الآن الإعلان عن منتجاتها وبرمجة روبوتات للدردشة مع العملاء، وإرسال رسائل إخبارية والمزيد من التفاصيل على مسنجر.

3. **واتساب WhatsApp**: تطبيق المراسلة الأكثر شهرة، يستخدمه الناس في أكثر من 180 دولة، استخدم الوتساب في البداية للتواصل مع الأسرة والأصدقاء فقط وتدرجيا أصبح الناس

¹- الحسن اسعد بن ناصر بن سعيد، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، الجزء 3، العدد 179 (جويلية 2016م)، ص ص 325-359.

يستخدمونه للتواصل مع الشركات، إذ استخدمت الشركات الصغيرة تطبيق Whats app Business للتواصل، بينما هناك تطبيق What's app Business API خاص بالشركات المتوسطة والكبيرة. يعمل الوتساب على بناء منصة الأعمال الخاصة به للسماح لشركات الحصول على ملف تعريف أعمال مناسب، والتواصل مع العملاء وتقديم الدعم لهم، ومشاركة آخر التحديثات معهم، مشتريات منها.

4. **تويتر Twitter**: تأسس على يد جاك دورسي، وايفان ويليامزونوى غلاس، ويمكن تعريفه بأنه موقع التواصل الاجتماعي الذي يتواصل فيه الأشخاص عبر رسائل قصيرة التي لا تتجاوز 140 حرفاً تسمى التغريدات، كما تستطيع نشر الصور والفيديو أيضاً، بالإضافة إلى أن معظم الشركات العالمية والشخصيات المؤثرة لديها حسابات رسمية على تويتر.

5. **لينكدان Linked In**: وهو من وسائل التواصل الاجتماعي، كما يعتبر أكبر موقع للعلاقات المهنية في أنحاء العالم، كما أنه أفضل وسيلة للتواصل بين الآخرين، يستخدم في تبادل المعرفة وتشارك الأفكار وعرض السير الذاتية، والشهادات الموثوقة التي حصل عليها المستخدم، كما أن العديد من الشركات الكبرى تستخدم الموقع في عرض فرص العمل، تأسس في عام 2002 على يد كونستانتين جيريك، وريد هوفمان و جان لوك فيلانتي.

6. **يوتيوب Youtube**: تأسس في عام 2005 على يد جواد كريم وستيفن تشن وتشاد هارلي، واشترته غوغل عام 2006 مقابل 9.65 مليار دولار، وهو عبارة عن موقع يقوم بعرض الفيديوهات المتنوعة في شتى المجالات ويعطي فرصة لمستخدميه بالقيام بال بث المباشر، كما أنه من أفضل المنصات لصناع المحتوى يمكنك إنشاء حساب بشكل مجاني ورفع ما ترغب من فيديوهات على الموقع، ولكن ذلك يقتضي الالتزام بأخلاقيات الموقع.

7. **انستغرام Instagram**: تأسس من قبل شركة فيسبوك في عام 2010، وهو أحد وسائل التواصل الاجتماعي المخصصة لالتقاط الصور والفيديو ومن ثم تعديلها ومشاركتها بعد أن

ينشئ الشخص حسابا على الموقع، كما أنه كل من لديه حساب على التطبيق سيتمكن من رؤية المنشورات والتفاعل معها، وأضيف مؤخرا ميزة المحادثات عبر الرسائل النصية والصوتية أيضا.

8. **تيك توك tiktok**: هو شبكة اجتماعية لمشاركة مقاطع الفيديو الموسيقية القصيرة، يقوم الناس وخاصة الشباب الصاعد بتصوير فيديوهات قصيرة يقومون فيها بتحريك شفاهم تناغما مع الأغنية التي يريدونها مع إدخال تعديلات إذا أرادوا، منهم من يستخدمه أيضا بغرض تعليمي كبرامج الطبخ وغيرها، وأقصى مدة تصوير هي 60 ثانية، وكان تيك توك التطبيق الأكثر تنزيلا في العالم في الربع الأول من عام 2018 م، حيث تغلب وقتها على الوسائل التواصل الاجتماعي الفيسبوك والانستغرام، واستحوذ تيك توك مؤخرا على تطبيق Musically الذي هو شبكة اجتماعية لفديوهات موسيقية مماثلة لتيك توك، ولكن أدمجت معهم مؤخرا ليصبح تيك توك ميوزكلي.

9. **فايبر Viber**: يشبه فايبر تطبيقات المراسلة الاجتماعية مثل واتساب أو مسنجر، إذ يسمح بإرسال الرسائل والوسائط المتعددة، والملصقات وملفات الجيف Gif، والاتصال الاعتيادي، كما يقدم العديد من الفرص للشركات، مثل في حالة كنت رجل أعمال سيكون فايبر الحل الأمثل لك لشراء الإعلانات والترويج لعلامتك التجارية، وعرض منتجاتك في قسم التسويق، وتقديم خدمات للعملاء.

10. **سناپ شات SnapChat**: يركز تطبيق سناپ شات على مشاركة الصور ومقاطع الفيديو القصيرة بين الأصدقاء مع إمكانية إضافة فلاتر لطيفة، وتحديد زمن (ثوان إذا أردت)، يختفي فيه المقطع من جهاز المتلقي، وهو ما جعل من إضافة القصة أمر شائعا، والذي امتد وانتشر في النهاية على جميع وسائل التواصل الاجتماعي وأهمها الانستغرام، إذا احتل الانستغرام مكان سناپشات في ميزة إضافة القصص، وأصبح سناپ شات محطة اهتمام المسوقين لعرض علاماتهم التجارية فقط.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

11. **تيليجرام Telegram**: يشبه التيليجرام معظم تطبيقات التواصل الاجتماعي، ويتميز بمدى أمانته وخصوصيته كتطبيق مراسلة، تستفيد العلامات التجارية من تيليجرام عن طريق برمجة روبوتات دردشة للنظام لتوفير الدعم للعملاء، كما تستفيد من ميزة قناة تيليجرام التي تبث عن طريقها الرسائل إلى عدد غير محدود من العملاء.

12. **ريدديت Reddit**: هو موقع الانترنت الرائد لنشر الأخبار في مختلف المجالات، يحتوي منشورات مختلفة ضمن تصنيفات متنوعة إذ يمكن للمستخدمين من خلاله إرسال أسئلة ومناقشتها، إدراج الصور والتصويت أيضا بالإيجاب أو الرفض.

13. **بنترست Pinterest**: على عكس معظم التواصل الاجتماعي فإن تركيز بنترست ليس الحصول على تفاعل أو تسلية إنما هي واحدة من المنصات الرائدة في العالم لتبادل الأفكار والحصول على الإلهام في مواضيع مختلفة، يزور هذه المنصة أكثر من 200 مليون كل شهر للحصول على منتجات جديدة ووصفات واكتشاف وجهات جديدة ومقالات وغيرها الكثير ليس ذلك فقط، بل تعتبر بنترست فرصة كبيرة للشركات والعلامات التجارية التي تتطلع إلى بناء جمهور متفاعل وجذب زيارات قيمة إلى مواقعها على الويب.¹

هذا إضافة إلى وسائل تواصل اجتماعي أخرى مثل وي شات WeChat، ميديوم Medium، ماي سبيس My Space، و فليكر Flickr... الخ.

¹ - رحاب عصام حسني محمد، استخدام وسائل التواصل الاجتماعي للحفاظ على التراث المغربي، الجريدة العالمية للدراسات متعددة التخصصات في أبحاث التراث، المجلد 4، العدد 1(2021)، ص ص 24-44.

خلاصة المبحث:

شئنا أم أبينا اقتحمت مواقع التواصل الاجتماعي جميع تفاصيل حياتنا، فلم تعد تلك الوسائل التي أوجدت بغرض التواصل والتقارب والتعاون وتبادل الخبرات والمعلومات بجعل العالم قرية صغيرة، بل تعدته لأن تصبح تلك المواقع التي لها القدرة حتى على إسقاط أنظمة حكم قائمة بذاتها وإعادة بناء أخرى، فهي السلاح الذي له حدين ولا أحد ينكر ذلك.

مفهومها ونشأتها وتطورها التاريخي والعوامل المساعدة على بروزها ودوافع وغايات ومجالات استخدامها وأهميتها وإيجابياتها وسلبياتها هي محتوى هذا الفصل.

المبحث الثاني: التضليل الإعلامي

تعاني المجتمعات المعاصرة الكثير من المشكلات التي تهدد وجودها واستقرارها، وإحدى تلك المشكلات ظاهرة التضليل الإعلامي، وهي ظاهرة إعلامية قديمة لكنها طورت أساليبها بالاستفادة من التقنيات والتطورات التي حدثت في مجال الاتصال، ومدى قدرتها على صناعة تضليل إعلامي يتناغم مع إيديولوجية وأهداف صناع الخطاب الإعلامي من خلال وضع الموضوعات، الأحداث والقضايا داخل سياقات محددة، وباستخدام آليات تضليلية إقناعية متنوعة تنذر بظاهرة خطيرة تمس الأمن المجتمعي، مع تزايد وتيرة الحراك السياسي والاجتماعي في العالم ككل والمنطقة العربية خصوصا في هذه الفترة وتنامي الدور الكبير للإعلام في تحديد مسارات الصراع وترجيح الكفة لصالح قوة أو جهة معينة على حساب الجهة الأخرى من خلال الممارسات التضليلية لطريقة نقل وتداول الخبر أو ما يعرف بالتضليل الإعلامي.

المطلب الأول: ماهية التضليل الإعلامي وخصائصه

أ- ماهيته

أصبح التضليل الإعلامي إن صح القول العمود الفقري للنظام الإعلامي سواء كان دوليا أو غير دولي، وما جعله كذلك هو التقنيات المبتكرة في هذا الميدان. كما يجب التأكيد أيضا على أن التضليل الإعلامي أصبح ممارسة يومية وهذا لأن النزاعات والصراعات ظاهرة دائمة تقريبا، ولكن حدته تشتد أثناء الأزمات والحروب، ومن جهة أخرى فهو يعتبر ممارسة منتشرة عبر وسائل الإعلام في جميع بلدان العالم. ولو بدرجات متفاوتة.

والذي تجدر الإشارة إليه هو أنه بالرغم من انتشار ظاهرة التضليل الإعلامي لكنه يبقى من المواضيع التي لم تلق قسطا لائقا من الدراسة والبحث إلا ما ندر ويمكن أن يفسر هذا بعدة أسباب:

- يعتبر التضليل الإعلامي مصطلحا جديدا في الأدبيات الإعلامية خاصة الغربية، وتقترن ممارسته بالأنظمة الشمولية، وبالتالي: الحديث عنه في المجتمعات الديمقراطية المؤمنة بحرية الصحافة واستقلاليتها أمر غير وارد وهذا يعتبر تضليلا في حد ذاته.
- السياسيون لا يتحدثون عن التضليل الإعلامي لأنهم يمارسونه أنفسهم ويكتفون بعبارة "التناول الإعلامي" أو يتهمون الآخر بممارسته، أما الإعلاميون فينفون بممارسته لأنهم يقدمون أنفسهم كمهنيين ومستقلين وموضوعيين.
- صعوبة التمييز ما بين التضليل الإعلامي والإعلام بسبب براعة التقنيات المستعملة.
- تلاقي المصالح ما بين المتغير السياسي والتجمعات الإعلامية، وبصفة خاصة أثناء الصراعات والأزمات.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ولذلك يبقى الاهتمام بدراسة التضليل الإعلامي أمرا بالغ الأهمية. وهذا نظرا للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع من جهة، ومن جهة ثانية إذا ما أردنا أن نعرف كيف تعبئ وسائل الإعلام الرأي العام، وتشوه صورة المؤسسات والشخصيات العمومية وتلطيخ سمعتها.¹ فعلى أن نحاول إلقاء الضوء على التطور التاريخي لهذا المصطلح ولهذه الظاهرة.

ماذا يعني التضليل الإعلامي:

يرجع تاريخ مصطلح التضليل الإعلامي إلى قديم الأزل، حيث يعد إبليس أول مضلل إعلامي للبشرية، مضلل يكره الحق ويزين الباطل تحت مسميات براقة لتحسين القبح لأدم وحواء استنادا إلى قوله تعالى "فوسوس إليه الشيطان قال يا آدم هل أدلك على شجرة الخلد وملك لا يبلى" طه 120.²

كما أن تضليل العدو أسلوب معروف أيضا منذ القدم، إذ تحدث عنه SUN TZU الصيني في سياق " فن الحرب" ثلاثة قرون قبل الميلاد، وتم استعماله ببراعة من طرف (ألكسندر المقدوني) و (جانكز خان) واشتهر به عمر بن العاص-

إلا أن مصطلح التضليل الإعلامي ظهر لأول مرة في اللغة الروسية DEZINFORMATIA مع بداية العشرينات من القرن الماضي، وشاع استخدامه في الاتحاد السوفياتي سابقا بعد الحرب العامة الثانية لينعت به " الممارسات الإعلامية في البلدان الرأسمالية الهادفة إلى استبعاد الجماهير الشعبية"

ولم ينقل المصطلح إلى اللغة الإنجليزية DIZINFORMATION في الستينات ليشير إلى " التسريب المقصود للمعلومات المضللة". أما في فرنسا فظهر لأول مرة في عام 1974، ودخل القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينات من القرن الماضي، ويتضمن دلالات سياسية أساسا أي "

¹ - السعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 9، العدد 18 (01-01-2004)، ص ص.1-20..

² - حنان كيلاني، التضليل الإعلامي وعلاقته بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 14، العدد4(31 ديسمبر 2015)، ص ص. 219-290.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

النية المبيتة لتغليب الرأي العام وإبقائه على جهل تام بمشكل خطير، او عدم تنويره بمافيه الكفاية حول مسألة هادفة"

وما يهمننا في هذه الدراسة هو التضليل الإعلامي الذي يتم عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية أساسا، وعليه فإن لقاموس الفرنسي LE GRAND ROBERT يحدده على النحو التالي " استعمال الإعلام وبالتحديد تقنيات الإعلام الجماهيري من اجل التغليب وإخفاء الوقائع أو تحريفها".

ليحدد F.ENCEL وفي نفس الاتجاه التضليل الإعلامي على انه " التلاعب بالرأي العام لأهداف سياسية، بمعلومات معالجة بوسائل ملتوية".¹

كما لا يعد مفهوم التضليل الإعلامي بشكل عام هو الكذب، وإن الكذب هو عكس الحقيقة. إلا أن مفهوم التضليل الإعلامي لكي يحقق مغزاه لا يجب أن يكون عكس الحقيقة لكنه يجب ان يحتوي على جزء من الحقيقة لكي يخفي معالم التضليل ويستتكر وجوده.²

فمفهوم التضليل الإعلامي هو عرض جزء من الحقيقة أو البناء الخاطيء في المفاهيم او الخلط بين مفهومين أو أكثر على اعتبار أنها مترادفات لمعنى واحد وذلك في غياب وتغييب مفهوم كل عنصر من عناصر الخليط على حده، فغن كانت وسائل الإعلام قادرة على نشر المعرفة وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع أفاقهم. فإنها تستطيع أيضا تزيين الحقائق ومن ثم تستطيع أن تعرض على الناس مفاهيم وأراء هابطة مضادة لما يتطلعون إليه من أهداف وقيم اجتماعية سامية.³

¹ - السعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 9، العدد 18، (01-01-2004)، ص ص.87-115..

² - جلال الشافعي، من التضليل الإعلامي، الأردن، دار البشير للطباعة والنشر، 2005، ص.18.

³ - محمد حاتم، الإعلام والدعاية نظريات تجارب، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط3، ص.42.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ويشير الدكتور عبد الرزاق الدليمي إلى ان مفهوم التضليل الإعلامي يعني " تزويد وسائل الإعلام بمعلومات كاذبة لا تخلو من مزج واضح بين الواقع وتفسيرها بشكل مقصود تختلط بالأكاذيب كي لا يفاجأ المتلقي عند تلقي التكذيب فلا يعد بإمكانه معرفة الحقيقة من التضليل¹.

كما يقصد بالتضليل الإعلامي أيضا جميع الأساليب والتقنيات المستعملة من طرف أي جهة حكومية او غير حكومية (كالأحزاب والمؤسسات والأشخاص) من اجل تقديم معلومات الجمهور المتلقي أو تغيير أفكاره ومواقفه واتجاهاته واعتقاداته أو تسطيح وعيه وثقافته او جلب اهتمامه لقضايا ومواضيع دون غيرها، بشكل يخدم في النهاية مصالح وغايات الجهة التي قامت بممارسة التضليل أو أمرت به، ويتم في ذلك الاعتماد على كل أشكال ووسائل الإعلام السمعية، البصرية، المكتوبة والإلكترونية، الجرائد والمجلات والقنوات ومواقع الانترنت خاصة مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها من وسائل نشر المعلومات كالمنشورات والملصقات... إلخ.

وحسب بعض الكتاب فغن التضليل الإعلامي يتمثل في التلاعب بالرأي العام من خلال التلاعب بأفكار الناس ووعيهم عبر معلومات قد تكون صحيحة أو غير صحيحة. فالتضليل ليس بتقديم معلومة كاذبة وإنما من خلال كيفية تقديم واستعمال المعلومة.

وقد يحاول المضلل إقناعنا بصحة فكرة كاذبة أو العكس أي إقناعنا بأن فكرة صحيحة كاذبة، حيث أن التضليل لا يتم فقط بنشر معلومات غير صحيحة، وإنما يتم كذلك من خلال نشر معلومات صحيحة لكنها في توقيت وبشكل يجعل المتلقي يندفع بها ويهتم بها أكثر من أخبار أخرى أريد لها أن تبقى بعيدا عن اهتماماته، فحسب "جون مارك" فإن التضليل هو استعمال تقنيات الإعلام لاستقراء خطأ، أو إخفاء وقائع أو إبرازها بشكل خاطئ، بمعنى أن وسائل الإعلام قد تعتمد إلى تقديم معلومات ووقائع صحيحة، ولكن بطريقة عرضها وتوقيت نشرها وكيفية معالجتها إعلاميا تجعل المتلقي يستقرأ الخطأ أو يستنتج معلومات خاطئة، أو يبني موقفا خاطئا بناءا على هذه المعطيات.

¹ - عبد الرزاق الدليمي، الدعاية والإرهاب، الأردن، دار جريب للنشر والتوزيع، 2010، الطبعة الأولى، ص 94.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وحسب " فيليب بال" فإن التضليل هو نموذج جديد لإنتاج المعاني وانتقال من حقل الواقع إلى حقل الممكن، إذ أن التضليل لا يهدف فقط إلى مجرد نشر هذه المعلومة وإيصالها للجمهور، وإنما هدفه هو تحديد مواقف الناس وتوجيه الحقائق والمعاني"

لنخلص في النهاية إلى أن التضليل الإعلامي " هو معلومات كاذبة مقصودة وتعتمد على التلاعب لاوعي والتحكم به كذلك إما عن طريق تقديم معلومات ناقصة أو كاملة غير مفيدة وتحريف جزء منها في الوقت نفسه بغية التأثير في الجمهور المستهدف لاتخاذ قرارات خاطئة أو العزوف عن المواقف الإيجابية.¹

بالرغم من أن القاموس الفرنسي LE GRAND ROBERT يحدد التضليل الإعلامي على أنه " استعمال الإعلام وبالتحديد تقنيات الإعلام الجماهيري من أجل التغليف وإخفاء الحقائق أو تحريفها"، ويحدد F.ENCEL وفي نفس الاتجاه التضليل الإعلامي أنه " التلاعب بالرأي العام لأهداف سياسية معلومات معالجة بوسائل ملتوية " ويشير إلى أن التضليل الإعلامي يفرض ثلاثة عناصر:

- التلاعب بالرأي العام وإلا أصبح تسميم العقول.
- وسائل ملتوية وإلا أصبح دعاية.
- أهداف سياسية داخلية وخارجية وإلا أصبح إشهار.²

إلا أنه وقبل عقود قليلة لم يكن يحظى الاتصال والإعلام بالأهمية الكافية في العلاقات الدولية ولا في تشكيل الرأي العام. وهذا لأن الحرب الباردة كانت تفرض تصورا خاطئا للإعلام مبني أساسا على الدعاية البيضاء والسوداء على حد سواء، لكن التغييرات السياسية التي أفضت إلى القطبية الأحادية إلى جانب تطور تكنولوجيات الاتصال الحديثة والترويج للديمقراطية الغربية

¹ - بعزير ابراهيم، تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصرة بين تغييب الوعي وتوجيه اهتمامات الأفراد، مجلة استراتيجية، مجلة دراسات الدفاع والاستقبلية، العدد 06، السداسي الثاني 2016، ص ص. 53-76.

² - السعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 9، العدد 18 (01-01-2004)، ص ص 1-20.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وحقوق الإنسان الأساسية، وحق التدخل باسم الشرعية الدولية، وكذلك التقدم الحاصل في تقنيات التلاعب بالعقول، أدت جميعها إلى الاهتمام أكثر بالرأي العام بالنسبة للبلدان النافذة على الساحة الدولية.

ويمكن القول بأن الرأي العام أصبح ذا اعتبار وأهمية نسبية حتى في البلدان غير الغربية بسبب الضغوطات الخارجية، وتزايد الوعي لدى مواطنيها، ونشاط المجتمع المدني والصحافة.

وعليه فإن الدول النافذة ومن أجل تنفيذ سياساتها ومخططاتها أو فرض إرادتها على دول أخرى، صارت تلجأ إلى التضليل الإعلامي سواء للتلاعب بالرأي العام المحلي أو الدولي، لأن تنظيم وسائل الإعلام فيها لا يسمح لها بمراقبة الصحافة أو تقييد حريتها.

إذ أنه ابتداءً من السبعينات من القرن الماضي بدأ السياسيون في إيجاد وسيلة للحد من نفوذ ما يسمى بـ "السلطة الرابعة"، وهذا بعد التيقن من أن الحروب يمكن أن تخسر بواسطة وسائل الإعلام والاتصال. وبالفعل مع مطلع الثمانينات من القرن الماضي بدأت تظهر مفاهيم جديدة واستراتيجيات للتسيير الاجتماعي، وأصبح التسيير بواسطة الاتصال والإعلام عنصراً أساسياً في الاستراتيجية السياسية والاقتصادية والعسكرية، والتسيير الإعلامي حسب رأي MATTELARD هو جزء لا يتجزأ من الاستراتيجية الاتصالية.

هذه الاستراتيجية يتم تخطيطها وتنفيذها من قبل ما أصبح يعرف بـ "السلطة الخامسة" التي تشير إلى جيل جديد من القائمين بالاتصال، الشباب ذوي الكفاءات العالية ويتقنون تقنيات التلاعب بالعقول وعلى دراية تامة بفنيات الإعلام ومقتضياته، ويطلق عليها SPIN DOCTORS المتلاعبون بالصحافة (أمراء الدعاية) وأول اختبار لقدرات "السلطة الخامسة" من أجل التلاعب بالسلطة الرابعة كان أثناء حرب "المالوين" بين بريطانيا والأرجنتين في بداية الثمانينات من القرن الماضي حيث لم يتعرف الرأي العام البريطاني بخصوص هذه الحرب إلا على ما أرادت له حكومة "تاتشر" أن يطلع عليه وتم ذلك بفضل رقابة صارمة على المعلومات دون الظهور بمظهر الرقيب عللاً بالصحافة وتمثلت هذه الرقابة غير المباشرة على الصحافة في انتقاء الصحفيين الذين سيغطون وقائع الحرب وتقييد حركتهم على ميدان المعركة، وتعيين

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

مصدر وحيد للمعلومات هو المصدر العسكري، وتسيير صارم لصور الحرب، وهذا كله من أجل تضليل العدو (الأرجنتين) وكسب الرأي العام البريطاني

وطبق هذا النموذج الجديد للتسيير الإعلامي من طرف الولايات المتحدة الأمريكية في حروبها المتلاحقة: باناما، وجرانادا، وحرب الخليج الثانية وأفغانستان والحرب على العراق، كما طبقته إسرائيل منذ الانتفاضة الأولى، والحلف الأطلسي في كوسوفو.¹

ب- خصائصه:

يكون التضليل ناجحاً عندما يشعر المضلل بأن الأشياء هي على ما هي عليه من وجهة الطبيعة، وحتى يكون كذلك لا بد من إخفاء شواهد وجوده، وهذا ما يتطلب مجموعة من الخصائص يتصف بها التضليل الإعلامي وهي كما يلي:

1- الكذب:

أبلسة بني إنسان هذه السمة الأخلاقية التي أدت إلى تدمير المجتمعات والأمم عندما ألقى سادة هذه الشعوب عليها مختلف ألوان وأنواع الأخبار المزيفة، وبقيت هكذا حتى يومنا هذا، عندما وضعت الدول المستعمرة قاعدة لتلفيق الأكاذيب التي تقول إذا كنت تريد السيطرة على الناس، فقل لهم إنهم في خطر، وحذرهم من أن أمنهم مهدد، ثم شكك في وطنية خصومك.

لأنه وبهذه الاستراتيجية العالمية نجح "أودولف هتلر" في حشد ألمانيا النازية لدخول الحرب العالمية الثانية وبنفس الطريقة نجحت الإدارة الأمريكية بعد أكثر من نصف قرن في إطلاق حملة إعلامية واسعة لإقناع شعبها بالحاجة إلى شن حرب على العراق بأي ثمن.

ومع ازدياد تواتر نشر واستقبال الأخبار المضللة في الآونة الأخيرة وبشكل كبي، تداخل الصواب والخطأ لاسيما في ظل التبادل السريع للمعلومات عبر مختلف وسائل الإعلام خاصة وسائل التواصل الاجتماعي وانتشارها على نطاق واسع واتباع طريقة النسخ واللصق دون إثبات

¹ - السعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 9، العدد 18 (01-01-2004)، ص ص 1-20.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

أو فحص، لم يعد يقتصر التضليل الإعلامي على المعلومات والبرامج التي تعرضها القنوات لتشويه صورة حزب سياسي أو معارض للأنظمة بل تعدى ذلك ليمس مجالات أخرى كالدين وقراراته... الخ، ولكن مهما كان الدافع فالنتيجة واحدة وهو أن التضليل الإعلامي أكفأ وسيلة لنشر مثل هذا الهذيان والأخبار الكاذبة والشائعات الكاذبة على جميع المستويات وفي مختلف المجالات.

لنخلص في النهاية إلى ما قاله وزير الدعاية النازية والمحرك العقلي لرأس أدولف هتلر "أعطني إعلاما بلا ضمير أعطيك شعبا بلاوعي"¹

2- التشويه:

وتعرف الشائعات بأنها خبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومات كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة وذلك يهدف التأثير النفسي في الرأي العام لتحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول، وتأتي خطورتها من خلال سعيها لتدمير القوى المعنوية وبث الفرقة والشقاق والإرهاب والرعب، تعتبر الشائعات من أخطر الأساليب المستخدمة في التأثير على الأمن، بداية كونها تنسد بطريقة أشبه ما يكون بالسكر وسط الجماهير فمن الصعب معرفة مصدرها.²

¹ - سليمان دخيل، التضليل الإعلامي (الخصائص والأساليب والأهداف)، متاح على الرابط:

<http://network.srp-centre.iq>، بتاريخ: 10 أبريل 2022، الساعة (01:46 ص).

² - الحسن محمد هند، النظام القانوني لحرية الرأي، القاهرة، دار الكتب القانونية، 2005م، ص174.

صراع الحق والباطل متجذر في أعماق التاريخ إلى أن يرث الله الأرض ومن عليها، وقد وصل هذا الصراع ذروته في عصرنا في ظل الأساليب والوسائل التي استغلها أبالسة البشر لمحاربة الحقيقة، وتغيير الناس منها واختراق مختلف المجتمعات والشعوب خاصة من خلال الإعلام الخادع. فقد جعل هؤلاء الأبالسة من البشر هذا الزخم الإعلامي طريق إغراء وسهو، ووسيلة للخداع والتفكك ورافد لمجارف الهدم، وإلهاء الناس وتخديرهم، وهذا كله لإبقائهم دائماً غائبين عن وعيهم، غائبين عن واقعهم، معزولين عن ماضيهم، ضائعين في مستقبلهم.

فقد استطاع حلفاء الشيطان بمختلف الوسائل والأساليب الملتوية والخادعة أن ينجحوا في استغلال الأبواق، وأبواب الإعلام، وفتح نوافذه، مستخدمين وسائله لتحقيق أهدافهم وإحكام سيطرتهم، وبالتالي تحقيق هدفهم النهائي وهو التستر على الأكاذيب وتحريف الحقائق وتجميلها، والأدهى والأمر من ذلك أنهم في كامل اعتزازهم لخوض هذا الطريق بالرغم من صعوبته الكبيرة وهم مدركون تمام الإدراك الهاوية التي نزلوا فيها على حد قولهم:

وكنت امرؤاً من جندا إبليس فارتقى ... بي الحال حتى صار إبليس من جندي

فهي مؤامرة وتواطؤ بين مجموعتين تفاقمت خطورتها في هذا الوقت، مجموعة الشياطين البشرية مع كامل إمداداتهم ووحيتهم وإلهامهم لمجموعة الكتاب والمخرجين والمهندسين والإضاءة والزينة والمنتجين، والممثلين والنقاد والمحكمين والمذيعين الذين يرتدون حقيقة الكذب ويخفون الحقيقة بينما هم يعرفون، ويقودون الناس إلى الخطيئة علانية.¹

¹ - سليمان دخيل، التضليل الإعلامي (الخصائص والأساليب والأهداف)، متاح على الرابط:

<http://net-work.srp-centre.iq>، بتاريخ: 2022/04/10، الساعة (2:46 ص)

المطلب الثاني: أشكال وأساليب التضليل الإعلامي

أ- الأشكال:

يمتاز الإعلام بقدرته على التأثير في الجمهور إيجابا وسلبا وهذا بحكم تنوع وسائله وأساليبه. فكما له القدرة على إيصال الحقيقة إلى الجمهور والعمل على تثقيفه وتنويره، له القدرة أيضا على العبث بعواطف هذا الجمهور وملاحقتها من خلال نشر الأكاذيب والخداع أو ما يعرف بالتضليل الإعلامي.

هذا الأخير الذي له سياسة ترتكز على ثلاث ركائز أساسية تتمثل في: الدعاية السوداء والشائعات المغرضة، والحرب النفسية.

وبالتالي فالتضليل الإعلامي في تلاعبه بالعقول يأخذ الأشكال التالية:

أولاً: الدعاية

أ- تعريف الدعاية:

1- لغة: من الفعل دعا، يقال دعا الشيء دعوا، ودعوة، ودعاء، إذا طلب إحضاره، والدعاية كما في المعجم

الوسيط هي: الدعوة إلى مذهب أو رأي بالكتابة أو بالخطابة.

2- اصطلاحا: " محاولة التأثير في الأفراد والجمهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها، وذلك في مجتمع معين، وزمان معين، ولههدف معين.

أو هي: " فن التأثير والممارسة والسيطرة والإلحاح والتغيير أو الضمان لقبول وجهات النظر أو الآراء أو الأعمال أو السلوك".

ب- أنواع الدعاية:

للدعاية ثلاثة أنواع هي: الدعاية البيضاء، والدعاية السوداء، والدعاية الرمادية، ويمكن بيانها على النحو التالي:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

1- الدعاية البيضاء: تعد الدعاية البيضاء دعاية شفافة، وهي تقوم على أسس الحق والمبادئ، ولا تخشى وسائل الإعلام من الإعلان عن هذا النوع من الدعاية. فهو نشاط علني مكشوف من أجل تحقيق أهداف معينة.

2- الدعاية الرمادية: تعد هذه الدعاية دعاية مقنعة، تخفي أمورا وتعلن عن أخرى، وبالرغم من خفائها إلا أنه ليس ببعيد أن يعرف هدفها الحقيقي؟، وذلك من خلال القوى القائمة على هذه الدعاية.

3- الدعاية السوداء: تعد دعاية خفية مستورة، وهي تتكاثر بطريقة سرية، والقائم على هذا النوع من الدعاية إنما هي أجهزة المخابرات السرية، وتقترب هذه الدعاية من الإشاعات مجهولة المصدر، وعليه فإنها تتداخل مع الحرب النفسية والإشاعات.

وعلى هذا يمكن القول بأن الدعاية منها ما هو مشروع كالدعاية البيضاء ومنها ما هو ممنوع كالدعاية السوداء ومنها ما يتردد بين النوعين كالدعاية الرمادية.

والتضليل الإعلامي إنما يكون عند استخدام الجانب الممنوع من الدعاية، حيث يعمد البعض إلى الإعلان عن أمور معينة على نحو يخرج المادة المعلن عنها عن حقيقتها، الأمر الذي يوقع الجمهور في التضليل الإعلامي.

ج- أساليب الدعاية:

للدعاية أساليب متعددة من أهمها ما يلي:

1- أسلوب النكتة: تعتبر النكتة من أكثر الأساليب تأثيرا على الرأي العام. فهي تفوق المقالات الصحفية وغيرها من التأثير على الآخرين.

2- أسلوب التكرار: يستخدم أسلوب التكرار عادة في تغيير آراء الناس، واتجاهاتهم تجاه أمر معين، تكرار الإعلانات التجارية بأكثر من وسيلة ويعد أسلوب التكرار من أنجح أساليب الدعاية وأقومها.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

3- أسلوب الكذب والاختلاق والتحريف: يكثر ترويج الكذب والاختلاق عبر الوسائل الإعلامية. وقد يكون هناك تحريف لأمر معين أو حذفه حتى ينسى بالكلية.

4- اتخاذ الشعارات: تتخذ الدعاية شعارات عديدة تحتوي كلمات بسيطة يتم ترديدها لتحقيق أهداف معينة.

5- الأسلوب الديني: يعد الأسلوب الديني من الأساليب كثيرة الاستعمال في كافة العصور، فله دور كبير النشاط الدعائي، وفيه يقوم الخطباء والدعاة بالوقوف إلى جانب أصحاب القضية المراد إبرازها.

6- أسلوب التضخيم والتهويل: يعد هذا الأسلوب من الأساليب التي تحظ بنجاح، ذلك أن تعدد المصادر التي تتناقل الأخبار تكشف حقيقة حجم الخبر المراد تهويله.

مما سبق نلاحظ أن للدعاية أساليب متنوعة، منها المشروع ومنها الممنوع، ومعلوم أن الأساليب المستخدمة في التضليل هي أساليب ممنوعة، كأسلوب الكذب والاختلاق والتحريف فإن له الأثر الكبير في تضليل الجمهور من خلال تغيير الحقائق وتحريفها، وكذلك الحال في أسلوب التهويل والتضخيم ذلك لأن الجمهور يخدع بحجم المادة الإعلامية - أيا كان نوعها - التي تقدم إليه حيث تظهر في غير صورتها الحقيقية.

أما باقي الأساليب المشروعة يمكن اعتبارها أساليب مضللة إذا أدخل عليها الكذب والاحتيال، وغيرهما مما يخرجها عن أصلها، فالأسلوب الديني مثلا يجوز استخدامه في الدعاية بحيث لا يتجاوز استخدامه الأغراض الأخلاقية الحميدة، أما إذا استخدم لتحقيق مآرب شخصية كأن يعتمد شخص من أجل ترويج سلعته إلى استخدام الأسلوب الديني في الدعاية لا يليق، إذ الأصل أن نسمو به عن تحقيق مصالحنا وأهدافنا.

ثانيا: الإشاعات (الشائعات)

أ- تعريف الإشاعة:

1- لغة: من الفعل شاع، بمعنى ظهر، يقال: شاع الشيب شيوعا، وشياعا، وشيعانا، ومشيعا، إذا تفرق وظهر. وتأتي شاع أيضا بمعنى انتشر، ومنه شاع الخبر في الناس، يشيع شيعا أي انتشر وذاع وظهر، والشاعة: الأخبار المنتشرة، والمشيع: المذيع، والإشاعة هي: الخبر ينتشر غير مثبت منه، ويقال أيضا: شائعة، وشاعة.

2- اصطلاحا: تعددت التعريفات التي حاولت تحديد ماهية الإشاعة، ومن أهمها ما يلي:

" كل ما نقله الدكتور محمد القحطاني عن " ألبور " و " بوستمان " من أن الإشاعة هي: " كل قضية أو عبارة نوعية أو موضوعية مقدمة للتصديق تتناقل من شخص إلى آخر عادة بالكلمة المنطوقة، وكذلك دون أن تكون هناك معايير أكيدة لها.

تعريف " ألبور " و " بوستمان " للإشاعة بأنها " رواية لخبر مخلق لا أساس له من في الواقع، أو هي المبالغة في سرد خبر يحتوي جزءا ضئيلا من الحقيقة، بقصد التأثير النفسي على الرأي العام بوسيلة من وسائل الإعلام المختلفة "

وعليه فإن الإشاعة هي: نقل خبر غير صحيح، أو يحتوي جزءا من الصحة والحقيقة بقصد التأثير على الجمهور، وذلك عن طريق وسائل الإعلام المختلفة.¹

أنواع الإشاعة:

تصنف الإشاعة إلى العديد من الأنواع وهذا من خلال الارتكاز على مجموعة من المعايير التي من خلالها طبيعة الأنواع وأهم خصائص كل نوع وتتمثل معايير هذا التصنيف في الموضوع والزمن (الوقت) والغرض والدلالة الوظيفية والمصدر والدوافع ... هذه المعايير لها أهمية في

¹ - إيمان محمد سلامة بركة، الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الفقه المقارن (الجامعة الإسلامية - غزة، عمادة الدراسات العليا، كلية الشريعة والقانون، قسم الفقه المقارن، 1429 هـ، 2008 م، ص ص 37-40.

تصنيف هذه الأنواع والتفريق بينها. حيث يضم كل معيار تصنيف مجموعة من الأنواع. وكل نوع له تطبيقات معينة وعلاقات تربطه بالسياق الذي تروج من خلاله الإشاعة والفاعلين فيها والمستهدفين منه.

كما أن تعدد معايير التصنيف لأنواع الإشاعة راجع إلى عدم الاتفاق بين الباحثين في مجال الشائعات على تعريف محدد لها، وكل باحث له اهتمامات فيصنفها حسب موضوع دراسته. وأيضا اختلاف البيئات التي تظهر فيها الشائعات، وكذلك اختلاف الدوافع والآثار للشائعات لكل مجتمع وكذلك التقدم التكنولوجي السريع.

وعليه فأنواع الإشاعات وفقا لتصنيف هذه المعايير المتداولة بين الباحثين هي كالآتي:

1- تصنيف الشائعات وفقا لعامل الوقت (الزمن): وتصنف إلى نوعين رئيسيين:

• الإشاعات الزاحفة: تروج ببطء، يتناقلها الناس بسرية، عبارة عن تنبؤات بوقوع أحداث سيئة، وهو نوع سائد في الكثير من الدول، على غرار ترويج إشاعة نهاية العالم او يوم القيامة قبل سنة 2000، ومرة أخرى قبل سنة 2012.

بينما يقول عنها الكايد بأنها " عبارة عن معلومات يتداولها عامة الناس، تنتشر بسرية تستهدف العاملين في الحكومات والمسؤولين، حيث تكون لها قدرة هائلة على الانتشار والتحريف، تبدأ هادئة وبطيئة قبل أن تكتسب قوة توغل في المجتمع إلى ان تتحول إلى معلومة حقيقية راسخة ومقنعة حتى وإن لم تستند إلى منطق عقلي.

• الإشاعات الغاطسة: تنتشر أول الأمر ثم تغوص وتتفي لتظهر مرة أخرى، حيث يكون لعامل الزمن أثر في تطورها، وكلما غاصت وعاودت الظهور اكتسبت قوة جديدة، غالبا تكون حول موضوع واحد مع إعطاء الأهمية للعامل الزمني، حيث تظهر في فترة معينة ثم تختفي لفترة زمنية مدروسة لتعود بتفاصيل أكثر تدعم الطرح الأول.¹

¹ - غانم عبد الوهاب، بلعباس نادية، دور وسائل الإعلام في نشر الإشاعة وكيفية الحد من أثارها السلبية، دراسة في طرق النشر ودور السياق والفاعل الاجتماعي، مجلة الرواق، المجلد 1، العدد 2(05 ديسمبر 2015)، ص ص 26-34.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

• الإشاعات الاندفاعية: التي ينتشر انتشار اللهب في الهشيم، لأنها تتعلق بوعيد أو بوعد مباشر؟، ولذلك فإنها تجتاح المجتمع في وقت مدهل في القصر وتتطوي على إشاعات الحوادث أو الكوارث أو النصر الحاسم في وقت الحرب.

2- تصنيف الشائعات وفقا لمصدرها: وتصنف إلى الأنواع التالية:

- الشائعات الشخصية: يرمي مروجها إلى تحقيق مكاسب شخصية، أو الحصول على مراكز مرموقة، ولذلك فإنها تعد من الشائعات الحالمة.
- الشائعات المحلية: تدور حول القضايا الخاصة ببلد معين.
- الشائعات القومية: وهي الشائعات التي تدور حول القضايا القومية العامة، والأزمات التي تواجهها، وعوامل التدهور والانحطاط، أو نواحي القوة والقدرة على التحدي.
- الشائعات الدولية: تنتشر هذه الشائعات عند حدوث الأزمات الدولية، وانتشار الأوبئة أو الكوارث الطبيعية.

3- تصنيف الشائعات وفقا لدلالاتها الوظيفية:

- الشائعات العدوانية: وهي الحكايات المفروضة التي يطلقها البعض في لباس فماهي أو تعبر عن الكراهية أو العنصرية أو تتضمن نقولات عاهرة أو تشتمل على لدغة متميزة للحط من شأن البعض بقصد التجريح.
- الشائعات المحايدة: ذلك أن الشائعات عادة ما تكون مصحوبة بشحنة انفعالية ووجدانية قوية وتنتشر في ظروف القلق والاضطراب، ومن ثم فالشائعة التي تنصب على حالة خاصة لا أهمية لها بالنسبة للجمهور، لا تنتشر وإنما تبقى في نطاق ضيق جدا.

• الشائعات الفكاهة: ثمة علاقة وثيقة بين الشائعات والفكاهات لأنها أحيانا لا تستهدفان إثارة التصديق وإنما الضحك فقط وللتعبير عن المشاعر الحميمة.¹

4- تصنيف الشائعات وفقا لموضوعها: وتصنف وفق هذا المعيار إلى: سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو تعليمية

• الشائعات الاجتماعية: هي التي تتعلق بكافة المواضيع التي تخص حياة الناس الاجتماعية.

• الشائعات الاقتصادية: إحداث قلق وبلبله في السوق المالي أو الوضع الاقتصادي.

5- تصنيف الشائعات وفقا لوظيفتها:

• الوظائف الإيجابية: تعد الشائعة متنفسا عن التوترات الانفعالية بإفراجها لفظيا، وقد تعد تبريرا للمشاعر الانفعالية وتعطي سببا لها. كما أنها قد تكون نوعا من التنفيس عما يجري ضمن الأنساق الاجتماعية التي تؤكد قيم النهي والسيطرة، فتكون الشائعة بمثابة صمام الأمان الذي يتم من خلاله التنفيس عن عدم الرضا ويخفف التراكم الذي يؤدي إلى الانفجار. كما قد يكون لها دور في الضبط الاجتماعي. فالخوف من افتضاح السلوك المنحرف وما يصاحب ذلك من شائعات وتقولات قد يحول دون الكثير من الانحرافات، لان الإنسان حريص على صورته أمام الآخرين، ومن الممكن أن يتجنب الأمور التي تجعله عرضة للتقولات وتشوه صورته أمام الناس.

• الوظائف السلبية: تعثر العمل الجماعي بإثارة الفتن بين الأفراد مما يخفض درجة الإنجاز، والمجتمع الحديث بطبيعته تتجه العلاقات فيه نحو العزلة أكثر، وهنا تلعب الشائعات - خاصة شائعات القدر والكراهية - دورا كبيرا في زيادة العزلة بين الأفراد، كما ان الناس يسعون للعيش بطريقة عاقلة تعتمد على المعلومات الصادقة ويستحيل إقامة الحياة على سلسلة من الأخبار الملفقة، وبالتالي تهدد الشائعات التنظيم الاجتماعي وتعمل على تفكيكه، كلما زادت الثقة بناقليها،

1- محمد عبد الرؤوف محمد، دور الإعلام في مكافحة الشائعات، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السادس، القانون والشائعات في الفترة من 22 إلى 23 أبريل 2019، جامعة طنطا، كلية الحقوق، ص ص 15- 16.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وقد أشارت بحوث علم النفس الاجتماعي إلى أن الجماعة المفككة أقل في إنتاجيتها من الجماعة المتماسكة. ولهذا فإن الشائعة قد تسهم في تفكيك الجماعة أحيانا. الأمر الذي يمكن أن ينعكس بدوره على الإنتاج والتقدم الاقتصادي.

• كذلك الوظيفة التنفيسية للشائعة قد تحمل ضررا كبيرا، فإذا كانت تريح أصحابها بتفريغها دوافعهم الانفعالية والمكبوتة في الوقت ذاته تؤدي الآخرين نبشرها تقولات كاذبة عنهم، أو على الأقل في جزء منها، وهذا ما يلاحظ في شائعات الحقد والكراهية.¹

- للشائعة أيضا وظيفة تبسيطية للمعرفة بتقديمها معلومات وتفسيرات سطحية ومبسطة حول موضوع غامض، فتؤدي إلى فهمه بسهولة من قبل أي فرد / ومهما تدنت درجة ثقافته على الانتشار السريع، ونقل المعلومات البعيدة عن الدقة والصحة.

6- تصنيف الشائعات وفقا لدوافعها: وتصنف وفق هذا المعيار كالتالي:

• شائعات الخوف والرعب أو العنف: تهدف إلى إثارة الرعب واليأس وعم الثقة لدى الجمهور المستهدف، حيث يرى الكايد أنها تعمل على ترويج معلومات حول الكوارث؟، تقوم على مبدأ نشر أكذوبة مجتمعية حول موضوع معين له حساسية لدى الرأي العام، إذ يكون للمعلومة دور سريع في دفع الجمهور إلى الغضب والثورة و الاتجاه إلى التدمير والتخريب دون تفكير واع في الموقف، وهو ما كان في العديد من الأحداث التي انطلقت بناء على معلومات مغلوطة تم إيصالها إلى الجمهور ولعل من بين مظاهرها الواقعية في الجزائر مثلا ما حصل لمدينة وهران من تخريب المرافق العمومية نتيجة رواج إشاعة وقوف السلطات وراء إسقاط فريق المدينة إلى القسم السفلي.

• شائعات الكراهية والعداء: هدفها نشر روح العدائية والحقد والكراهية والعداء والإيذاء لشخص أو جماعة أو شائعات تكون في غالبيتها في الجانب السياسي، داخل المنظمة الواحدة

¹ - رضا عبد حمودة أكحيل، الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، قدمت هذه الرسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام (جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، أيار 2015)، ص ص 35-37.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

أو بين أعضاء النظام الواحد، حيث تروج معلومات لا يعرف مصدرها الأصلي، تهدف إلى تشويه صور شخص معين في سياق اجتماعي سياسي معين، كما تكون تحليلاتها في الجانب الاقتصادي في إطار المنافسة غير الشريفة بين المتعاملين في قطاع نشاط واحد.

● إشاعة الفوضى والشغب: تهدف إلى إثارة البلبلة من خلال المظاهرات والشغب، وهي الطريقة التي استعملت في ثورات الربيع العربي في أغلب الأقطار العربية. ففي تونس كانت الانطلاقة بإشاعة قيام شرطية بضرب مواطن دون وجه حق. كما تم اللجوء إلى بهذه الطريقة في الجزائر، لكن اختلاف السياقات الاجتماعية وخصوصيات المجتمع الجزائري الذي عايش فترة عنف دامت أكثر من عشرية وقفت ضد أخذ هذه الأحداث والمظاهرات منحى تصاعديا. كما أنه لا يمكنه الوقوف عند مصدر المعلومات ومصادقته بقدر تركيزه على الانتقال إلى مرحلة الفعل¹.

● شائعات الأمل والأمان: دافعها الرغبة والحاجة إلى الشعور بالأمان وتبديد القلق كتلك الشائعة التي انتشرت إبان الحرب العالمية الثانية عن استسلام الألمان وإعلان خسارتهم الحرب. ويعكس هذا النوع من الشائعات رغبة مروجها في تحول حلمه إلى حقيقة تحقق له منفعة ما فيطلق أمنيته على شكل شائعة، ويدخل ضمن هذا النوع شائعات زيادة الرواتب التي تعبر عن رغبة الموظفين أو أمنيته الداخلية في ذلك².

● إشاعة التبرير: هدفها تبرير سلوك خاطئ أو عمل عدائي أو إجرامي قد تم ارتكابه، حيث يرى " جون ستوبر و شيلدون رامبستون John Stamber et Sheldon Rampto " أن عدد المكلفين بالإعلام والاتصال أصبح يفوق عدد الصحفيين. كما أن الفارق مافتا في تزايد مستمر، الأمر الذي يجعل من الصحفيين مستهدفين بالعشرات إن لم نقل المئات من البرقيات التي تنقل فيها المعلومة من خلال الهاتف، الرسائل، الفاكس، وحاليا من خلال البريد الإلكتروني".

¹ - غانم عبد الوهاب، بلعباس نادية، دور وسائل الإعلام في نشر الإشاعة وكيفية الحد من أثارها السلبية، دراسة في طرق النشر

¹ - ودور السياق والفاعل الاجتماعي، مجلة الرواق، المجلد 1، العدد 2 (05 ديسمبر 2015)، ص ص 26-34.

أكحيل، المرجع نفسه، ص 40.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

إشاعة حرب الأعصاب: هدفها زيادة حدة التوتر والقلق لدى الجمهور المستهدف، وهو ما حدث مثلاً في الصراع بين فنزويلا الاشتراكية والولايات المتحدة الأمريكية في نشر إشاعة تسبب سلاح أمريكي في الزلزال الذي ضرب هايتي في 2010. حيث استعملت العديد من الوسائل الإعلامية التقليدية على غرار التلفزيون الفنزويلي والإذاعة قبل أن تتبنى الفكرة قناة روسيا اليوم الناطقة بالإنجليزية. ليتم نشر الإشاعة على نطاق واسع عبر الأنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي.

• إشاعة سحابة الدخان: تهدف إلى تحويل الأنظار عن النوايا الشريرة من خلال تركيز وسائل الإعلام على أحداث جانبية لا علاقة لها بالأحداث التي تهم الجمهور.

• إشاعة دق الأسافين: تعمل على مبدأ فرق تسد. وهي سياسة سائدة داخل المنظمات ذات الطابع السياسي أو بين الدول.¹

• الشائعات الوهمية: تعمل هذه الشائعات لإثارة الإحباط وقلّة الحيلة، ومن ذلك الشائعات التي تزيح أعداد القتلى والجرحى في الحروب.

ج- أساليب الإشاعة:

من أهم الأساليب المستخدمة في الشائعات:

1- أسلوب التشهير والتشويش: عندما تهدف الإشاعة إلى إثارة الفتن بين الأطراف المختلفة. فإنها تعتمد إلى استخدام هذا الأسلوب.

2- أسلوب الكذب: يعد هذا الأسلوب من أكثر الأساليب استخداماً في ترويج الإشاعات ذلك أنه الأساس الذي يقوم عليه الإشاعات.

¹ - غانم عبد الوهاب، بلعباس نادية، دور وسائل الإعلام في نشر الإشاعة وكيفية الحد من أثارها السلبية، دراسة في طرق النشر ودور السياق والفاعل الاجتماعي، مجلة الرواق، المجلد 1، العدد 2 (05 ديسمبر 2015)، ص ص 26-34.

3- أسلوب النكتة: يعتمد البعض ترويج الإشاعات باستخدام أسلوب النكتة حتى يخرج من إشكاليات قد تواجهه ويسأل عنها.

تعد الإشاعات من أكثر أشكال التضليل الإعلامي ترويجا للباطل ونشر الأكاذيب وتستخدم الإشاعات في تحقيق أهدافها أساليب غير أخلاقية كأسلوب التشهير، والكذب، وتستخدم أساليب في أصلها مشروعة، وتدخل عليها ما يخرجها عن أصل المشروعية كأسلوب النكتة.

ثالثا: الحرب النفسية

أ- تعريف الحرب النفسية:

يمكن تعريف الحرب النفسي بأنها: " استخدام جهة معينة لمخطط يهدف التأثير علا آراء واتجاهات جهات أخرى معادية كانت أم محايدة، أم صديقة، لتحقيق أهداف معينة. وعليه فإن الحرب النفسية هي: أنشطة معدة، وفق خطط معينة توجه للغير من أجل التأثير عليه، لتحقيق أهداف الجهة القائمة عليها.

ب- أساليب الحرب النفسية:

تعتمد الحرب النفسية أساليب متعدد منها:

- 1- افتعال الأزمات: يتم ذلك بالتحريض على أعمال التخريب والتدمير، وى واصطناع الأخبار المزيفة، ودسها بين الشعوب، ومنى أشكال هذا الأسلوب اشتعال الأزمات الاقتصادية.
- 2- إثارة الرعب: تعتمد بعض الجهات إلى استغلال حاجة الجميع للأمن والأمان في إثارة المخاوف، والرعب لإرهابهم، وإخضاعهم لحالة من الانهيار النفسي.
- 3- غسيل الدماغ: تعمل الحرب النفسية من خلال هذا الأسلوب على تغيير قناعات الأفراد أو الجهات المراد شن الحرب تجاهها، وإعادة تكوينها على نحو يخدم الجهة التي تقوم بذلك.

4- تحريف الحقائق وقلبها: يعد أسلوب التحريف من أكثر أساليب الحرب النفسية استخداماً، ذلك أنه يؤثر على الرأي العام، بحيث يتم رسم صورة إيجابية عن القائم بالحرب ويتم تكرار العبارات الكاذبة نفسها حتى تتحول عند الجمهور إلى حقائق لا تقبل الجدل.¹

ب- الأساليب:

طالما أن هناك نشاط إعلامي فهناك بالضرورة ممارسات تضليلية في أساليب نقل الخبر وتداوله، وتصبح بالتالي الممارسات التضليلية جزءاً من هذا النشاط بطبيعة الحال.

ويعتمد الإعلام في ممارساته التضليلية على أساليب وتقنيات عديدة. هذه التقنيات والأساليب يتم تطويرها وتحسينها باستمرار من خلال الاستعانة بخبراء وأكاديميين في المجال الإعلامي والدعائي، ومن خلال توظيف البحوث والدراسات العلمية التي أجريت في هذا الميدان، مما يجعل هذه الأساليب المستعملة تحقق الأهداف المرجوة وتجعل المشاهد يثق فيما ينشر ويتقبله بكل سهولة بل ويدافع عنه دون أن يشعر.

وعليه يمكن ذكر أهم هذه الأساليب والتقنيات المستخدمة في عملية التضليل الإعلامي والتي يشير إليها "شير"

1- **الحياد:** حيث تصدر وسائل الإعلام على أنها المحور الرئيسي لنشاطها وبالطبع فإن كل ما تعرضه من معلومات

وأخبار بعيدة كل البعد عن معترك المصالح وبالتالي فإنه يجب دائماً التأكيد على حيادية أجهزة الإعلام والإنكار الدائم لوجود أي نوع من التحيز أو المحاباة لأي مؤسسة حكومية، وبهذا الإرساء لقاعدة الحياد يمكن أن يؤدي التضليل الإعلامي دوره إذا أمن الجمهور المضلل بحيادية الأجهزة الإعلامية غير أن الواقع يؤكد ذلك، فمن الطبيعي أن يكون ولاء وانتماء وسيلة الإعلام إلى مموليه ولن يكون من الطبيعي عرض نوع من المعرفة أو الإعلام يتعارض مع المصلحة الشخصية للهيئة التي تقوم بالتمويل سواء كانت شركات أم هيئات أو مؤسسات أو حتى الحكومة

¹ - محمد سلامة بركة، مرجع سابق، ص ص 37-40.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

نفسها، فهل من الطبيعي أن ترعى شركة من شركات الكولا برنامجا يتعرض للأضرار الناجمة عن تناول مشروبات الكولا على الأطفال؟

2- **الإلحاح:** يعد الإلحاح من القواعد الأساسية والمعروفة في عالم الإعلام، حيث أنى كثرة الإلحاح لا تعطي المشاهد

أو القارئ فرصة لالتقاط أنفاسه وقياس المعلومة بمقاييس العلم والعقل بل تجعله يقبلها كماهي، بمفهوم تفرضه عليه وسائل الإعلام وذلك عن طريق كيفية العرض أو مناسبة المعلومة أو أسلوب وألفاظ وكلمات المعلومة ومدى السجع بين كلماتها والذي يجعل الإدراك للمعلومة إدراكا إجماليا دون التمعن في معاني مفرداتها وتصبح المعلومة في هذه الحالة كالوجبات الجاهزة المعلبة تعطي وعيا معلبا.

3- **التعددية الإعلامية:** على ما يبدو تعدد وسائل الإعلام ما بين قنوات تلفزيونية ومحطات إذاعية وصحف ومجلات وكتب، بالإضافة إلى الشبكة العنكبوتية وغيرها من وسائل الإعلام المختلفة فإنه من المفترض أن هذا التعدد يمنع وجود التضليل الإعلامي ويقلل تواجده إلى أبعد حد باعتبار أن التعدد يؤدي إلى كشف بعضه بعضا وأن التعدد الإعلامي يمنح الفرد فرصة الاختيار بين المصادر المختلفة للمعلومة أو الانتقال بين وسيلة إعلامية وأخرى بهدف الحصول على معلومة حقيقية اتفق عليها عدد من وسائل الإعلام وهنا يكمن التضليل في عباءة التعددية الإعلامية.

4- **مطاطية المعاني والمصطلحات:** اللغة العربية كغيرها من اللغات لا تحمل من كل كلمة أو مصطلح كلمتين متطابقتين تماما في المعنى والمدلول ولكن يظل هناك فروق بسيطة بين معنى كلمة وأخرى، فهناك في المعاني بين الكلمات ومرادفاتها فما بالك إذا اختلفت زاوية الوصف. سوف تختلف بالطبع من فرد إلى آخر وترسيخ مفاهيم جديدة مزيفة وتغيب المفاهيم الصحيحة والكلمات التي أصبحت أشبه ما تكون بعجينة الفطائر لسهولة سحبها ومطها أمكن لسائسي العقول في العالم سحبها لتغطية أي مساحة جغرافية في الكرة الأرضية حتى وإن كانت بؤرا إرهابية.

5- **الخيال أو الخرافة:** إن استخدام عنصر الخيال أكثر تأثيراً من العنصر الواقعي في تشكيل آراء واتجاهات الشعوب ومن ثم فإن الدول القوية تلجأ إلى إنتاج أفلام ومسلسلات خيالية مصنوعة بحرفية شديدة لتلقى رواجاً في المجتمعات الضعيفة مما يساهم وإلى حد كبير في وضع الانبهار والإعجاب بصانعي تلك المواد الإعلامية داخل العقلية المعنوية بالتضليل في تلك المجتمعات، وبالتالي تخرج تلك العقليات المضللة من متابعة المواد الإعلامية الخيالية بشيء واحد فقط لا غير هو الاعتراف بذكاء وعبقورية الشعوب المصورة لتلك المادة الإعلامية الخيالية، وعندما يمكنني الحصول على اعتراف غيابي بذكائي وعبقريتي فإن كل معلومة أو خرافة عن نفسي سوف تصدقها، فالدول القوية تقوم من وقت لآخر بالإعلان عن إجراء أي تجربة خرافية في المجال العسكري تشعر معها الدول الضعيفة بمدى الفارق العسكري بينها وبين الدول القوية فتفقدتها مجرد الحلم في إدراكها.¹

6- **إثارة الرعب (Panic Mongering):** وذلك من خلال تخويف وإفزع الناس بلا انقطاع، من خلال نشر أخبار كاذبة مثل التخويف من انفلونزا الخنازير والطيور، والتخويف من المسلمين "الإرهابيين" ومن الكساد الاقتصادي، من المهاجرين أو الأجانب... إلخ وقد يطرح سؤال لماذا اللعب على العواطف، الخوف والفرع، والإجابة أنه الطريق الأنسب لتجاوز العقلانية والتفكير السليم والناقد للأشياء، فحينما تستثار العواطف بقوة يتعطل العقل عن التفكير بشكل مناسب وحينئذ يصدقون أي شيء يقال لهم.²

وهذا ما يجعل الإعلام المعاصر خصوصاً الإعلام الغربي يركز كثيراً على عواطف الجمهور وتخويفهم من عدة أشياء سواء كانت حقيقية أو مختلقة، فأحياناً يكون الخبر حقيقياً ثم

1- محمد نبيل محمود عثمان، الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية، دراسة تحليلية، (2001، 2012)، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام بجامعة البترا لاستكمال متطلبات نيل درجة الماجستير (جامعة البترا، في الصحافة والإعلام، 2015)، ص ص 50-52.

2- بعزیز ابراهيم، تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصرة بين تغييب الوعي وتوجيه اهتمامات الأفراد، مجلة استراتيجيا، مجلة دراسات الدفاع والاستقبلية، العدد 06، السداسي الثاني 2016، ص ص 53-76.

يتم تضخيمه وتهويله أكثر من اللازم وأحيانا أخرى يتم اختلاق أخبار من العدم من أجل إلهاء الرأي العام، وتحويل اهتمامه من قضايا إلى قضايا أخرى، وعليه فإن إثارة الرعب

والفرع لدى الجماهير، يجعلهم عاجزين عن التفكير بشكل منطقي وسليم، ويتخذ قرارات ويتبنون مواقف وقرارات " معلبة". فتعطي انطبعا للمتلقي الذي يكون تحت وقع الصدمة وتحت تأثير العواطف ومشاعر الخوف أن هذه المواقف والآراء هي الأنسب والأصح في مثل هذه الحالات والحوادث.

7- التركيز على الجانب الدرامي والمثير في الخبر: رغم ان بناء الخبر الصحفي

ينبغي أن يبرز في البداية ما هو الأهم في القضية، إلا أن هذه التقنية تجعل الصحفي يركز على الجانب المأساوي الذي يثير الجمهور بغض النظر عما إذا كان ذلك مهما أو لا، فعوض التركيز على ما يفهم الجمهور، يتم التركيز على ما يشكل عنصر إثارة فقط، وهذا يتم على وجه الخصوص في الإعلام السمعي البصري. إذ " يسعى التلفزيون إلى دفع الأمور نحو إضفاء طابع " الدراما" وذلك بمعنى مزدوج: إنه يضع في المشهد، في الصورة، واقعة أو حدثا ثم يقوم بالمبالغة في أهميتها، في خطورتها، وفي صفاتها الدرامية والتراجيدية".¹

8- جعل القضية أو الموضوع يبدو تافها: أي محاولة التقليل من أهمية موضوع معين

من خلال معالجته بطريقة تفرغه من محتواه ومن أهميته للمشاهد، عبر إغفال التفاصيل الحقيقية والجوانب الجوهرية التي ينبغي أن يعلمها الجمهور، وهذه التقنية يسميها " بيير بورديو" فن حجب المعلومات أو لعبة المنح بواسطة العرض بحيث يتم عرض أشياء يتم إخفائها عن طريق عرضها بواسطة عرض شيء آخر غير ذلك الذي يجب عرضه" أو عرضه بطريقة " جعله غير ذي مغزى".

9- اتهام ومحاربة فئات كاملة: فلا يوجه الانتقاد لشخص قام بخطأ معين، وإنما

تستهدف الفئة التي ينتمي إليها بأكملها، وبالتالي يتهم كل شخص ينتمي لهذه الفئة بشكل تلقائي

¹ - بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الطلوجي، دمشق، دار كنعان، 2004، ص 50.

حتى وإن كان بريئاً، وهناك أمثلة عديدة تجسد هذه التقنية المستعملة من طرف وسائل الإعلام على سبيل المثال: يتم محاربة العرب والمسلمين والأفارقة بشكل بارز في الإعلام الغربي، بحيث تطلق أحكام عامة ومطلقة وبشكل جزافي، وتقدم صورة نمطية سلبية وعدائية تجاه هذه الفئات، خاصة حين يرتكب شخص ما من هذه الفئات خطأ أو جرماً معيناً، وفي بعض الأحيان يتم تلفيق تهم ارتكبت من طرف أشخاص غير مسلمين أو عرب، فيتم إصاق التهمة بالمسلمين، فأكثر ما يركز عليه الإعلام الغربي إذا ما تعلق الأمر بمواطن مسلم أو عربي هو أصوله العربية أو ديانته الإسلامية، وبغض النظر عن طبيعة الجريمة أو الخطأ وظروف ارتكابه.

10- **فبركة المناظرات التلفزيونية:** كثيراً ما تبث وسائل الإعلام الغربية مناظرات بين سياسيين أو رؤساء أو مرشحين لمختلف الانتخابات، وفي واقع الأمر أن الكثير من هذه المناظرات يتم فبركتها وتحضيرها لتسير بشكل معين وتقدم فيها معلومات محددة بالتنسيق مع طرفي المناظرة والأكيد أن هذه الطريقة فعالة جداً في الترويج لمعلومات معينة نظراً إلى أن الناس يحبون البرامج التي تقدم الآراء المتعارضة وتتضمن الاتهامات والادعاءات، وكثيراً ما يشكلون مواقفهم بناء على هذه المناظرات بحكم أن المشاهد يعتقد أنها عفوية وغير مخطط لها، لتسير بالشكل الذي قدمت به.

وهناك أمثلة عديدة في هذا الصدد، منها تلك التي أوردها " بيير بورديو"¹ كالمناظرات بين " ألان مينك " (Alain minc) و " جاك أتالي J.Attali " جايار " و " أمبير " و " ألان مينك " و " سورمان Sorman "، و " فيري " و " فينكيلروت " (Ferry et Finkielkraut)، " جايار " و " أمبير " (Julliard et Impert)، " جاك أتالي " و " نيكولا ساركوزي " (J.Attali et N.Sarkozy)، وفي الحقيقة أن أطراف هذه المناظرات أصدقاء وتربطهم علاقات حميمة. ولكنهم يحاولون إظهارهم في التلفزيون على أنهم متعارضون.

¹- بعزير ابراهيم، تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصرة بين تغليب الوعي وتوجيه اهتمامات الأفراد، مجلة استراتيجيا، مجلة دراسات الدفاع والاستقبلية، العدد 06، السداسي الثاني، ص. 53- 76.

11- تصوير الأحداث بشكل مأساوي لدفع الناس للمطالبة بحل معد مسبقا: حيث يتم التركيز على قضية معينة، وتصويرها كأزمة كبيرة ومستعصية وفي نفس الوقت يتم الترويج لفكرة تشمل حلا أو مخرجا لهذا المشكل. وقد يكون هذا الحل أعد مسبقا لكن لا تصرح به الجهات الرسمية، وإنما يدفع الرأي العام إلى المطالبة به، ثم يتم تطبيقه بشكل يوحي أنه مطلب جماهيري وليس قرارا اتخذته الحكومة أو السلطات. وغالبا ما يتم تسريب هذا "الحل" أو "المخرج" من طرف الصحف الموالية أو من طرف الأحزاب المعارضة ظاهريا والمتحالفة مع السلطة، وذلك لكي يتم تمويه الرأي العام.

وقد يتم كذلك "خلق الأحداث، الحروب، التفجيرات الإرهابية، الانهيارات الاقتصادية... التي تدفع الناس لطلب هذه الخطط أو الأجنداث (المعدة مسبقا)، فيتم توفير الظروف المواتية لتنفيذ الأجنداث¹ والمشاريع والسياسات التي يتوقع من الرأي العام أن يرفضها ويعارضها، على سبيل المثال في كثير من الدول الأوروبية أو في أمريكا يتم اختلاق أحداث إرهابية من أجل تشريع قوانين تسمح بمراقبة الاتصالات والمراسلات، وبالاطلاع على خصوصيات الأفراد، وهذا كله بحجة الحفاظ على الأمن القومي.

12- السرعة في تغطية الأحداث: أو كما يسميها هيربرت شيلر فورية المتابعة الإعلامية

(immediacy of information) وترتبط الفورية ارتباطا وثيقا بعملية التجزيئي، فيساعد هذا الطابع الآني اللحظي على تزايد القوة التضليلية لأجهزة الإعلام. ذلك أن المادة الإعلامية سريعة الزوال لا تخلف ورائها أي بنية باقية أو ثابتة، لذا فهي تعوض أيضا عملية الفهم، ورغم ذلك تظل اللحظية والسرعة في نقل الأحداث بغرض تحقيق سبق الصحفي، يعتريها جو من الضغط والتوتر وجو هستيري محموم بعيدا تماما عن المعقولية، ويؤدي الإحساس الزائف بالطابع الملح للأزمة المترتب على الإصرار على فورية المتابعة، يؤدي إلى النفخ في أهمية الموضوع، ومن ثم تكون الخطوة التالية إفراغه من أي أهمية، ونتيجة لذلك تضعف القدرة على التمييز بين

¹ - بورديو، مرجع سابق، ص. 68.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الدرجات المتباينة للأهمية¹ ونضع قدرة المتلقي على تحديد المواضيع والقضايا ذات الأولوية في الاهتمام، ((وفي وضع كهذا تم التخلي عن عملية الفر العقلي التي تساعد عادة على بلورة المعنى، ويتحول العقل إلى غربال تصب من خلاله يوميا عشرات التصريحات والإعلانات أقلها مهم، وأكثرها لا أهمية له، وبدلاً من أن يساعد الإعلام على تركيز الإدراك وبلورة المعنى، نجده يسفر عن الإقرار الضمني (اللاشعوري) بعدم القدرة على التعامل مع مجريات الأحداث المتلاحقة التي تظل تطرح بإلحاح وعي المرء، فيتعين عليه دفاعاً عن النفس أن يخفض باستمرار الدرجة التي تبدأ فيها حساسيته)).² فنجد أنه يفضل الهروب عن التفكير في المواضيع الجدية، ويتجنب النقاش حولها، فيتحول إلى مناقشة المواضيع المبتذلة والتافهة والتي لا تنهكه ذهنياً ولا تثير انفعالاته وأحاسيسه. وهذا ما يجعله مع مرور الوقت متبلد الذهن وعديم الإحساس بالواقع الذي يعيش فيه.

ولهذا فإن قيام القنوات الإخبارية بإغراق المشاهدين بالأخبار بشكل سريع يعد من بين ميزات أو تقنيات الإعلام المعاصر، فهو يغمرنا بسيل من المعلومات والأخبار المتتابعة والمتلاحقة بشكل سريع، ممنهج ومنظم لكي يؤدي غايات عديدة، أبرزها جعلنا في دوامة من الحيرة والضياع النفسي والذهني، وعجز شبه تام عن إدراك ما حولنا واستيعاب الوقائع والأحداث وفهمها كما ينبغي. كما يهدف كذلك إلى جعلنا ننسى كثيراً من الأخبار والوقائع المهمة، وتزيلها من ذاكرتنا لتحل محلها أخبار جديدة. ويشير إلى هذه الفكرة " الدكتور عبد الله الغدامي " حيث أن القابلية السريعة للنسيان ((إلغاء الذاكرة³ تنتج عن تأثير الصورة)) بسبب سرعتها الخاطفة وتعاملها المباشر واللحظوي مع المؤثرات البصرية حتى لا يجد الذهن وقتاً للتفكير أو الاستدعاء التقليدي وصار الذهن مستلباً من الصورة وخاضعاً لها بتسليم وذهول نفسي لا تسعفه فيه لا لغة ولا منطق

1- بعزیز ابراهیم، تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصرة بين تغييب الوعي وتوجيه اهتمامات الأفراد، مجلة استراتيجيا، مجلة دراسات الدفاع والاستقبلية، العدد 06، السداسي الثاني، ص ص. 53- 76..

2- هربرت شيلر، المتلاعبون بالعقول، كيف يجذب محرکوا الدمى الکبار في السياسة والإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري خيوط الرأي العام؟ ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون، 1999، ص 42.

3- المرجع نفسه، ص ص 42- 44.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

قديم، وكيف يأتي المنطق وهو بطيء في حركته وشكوكي في تأمله وثقيل الوقع والاستقبال، وفي مقابل كل هذا الخمول أو الحكمة كما كنا نسميها قديما جاءت الصورة كاسحة ماحقة ومجلية وسريعة¹ ولعل هذا التسارع الكبير في نقل الأخبار بالصوت والصورة وبشكل مباشر غالبا هو ما جعل تضليل المشاهد ونقل اهتمامه من حدث لآخر ينجح بسهولة.

13- **تعزير السلبية الفردية:** أي حالة القصور الذاتي التي تعوق الفعل والسلبية وتعزز وتؤكد الإبقاء على الوضع القائم، وتتغذى السلبية على ذاتها، مدمرة القدرة على الفعل الاجتماعي الذي يمكن أن يغير الظروف التي تحد من الإنجاز الإنساني، فتحجيم النشاط العقلي والذي يمثل المحصلة النهائية للعدد اللانهائي من ساعات الإرسال المملوءة ببرامج مبلدة للعقول يفوق أي حساب أو تقدير، كذلك لا يمكن حصر أو قياس التأثير التسكيني الذي يتعرض له الوعي النقدي، رغم الأهمية البالغة التي ينطوي عليها هذا التأثير² فوسائل الإعلام لها قدرة كبيرة على تخذير الناس وتغييب وعيهم وشل إدراكهم للواقع المعيش وقدرتهم على التفكير السليم والعقلاني.

14- **الاستعانة بالمشاهير والرموز:** بحيث أن بعض وسائل الإعلام التي تقوم بالتضليل تحاول أن تعطي

صيغة المصادقية لمضامينها من خلال الاعتماد على المشاهير، الكتاب، الرياضيين والفنانين، إذ أن هؤلاء يحظون بقبول وشعبية لدى الجماهير العريضة وبالتالي ما يقولونه وما يقومون به يتم تبنيه وتقليده وبشكل كبير ولهذا تستعين بهم الأطراف المضللة من أجل تسويق ما تشاء من رسائل وأفكار.

15- **التجزئية (Fragmentation):** حسب الكاتب " باولو فريري" فإنه يتم التأكيد على النظرة التي تقتصر المشكلات في بؤر (Focalized view) بدلا من وصفها أبعادا لكل واحد، إن التجزئية أو الحصر داخل بؤر هو الشكل العام السائد والوحيد في الواقع لعملية توزيع

¹ - عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، الدار البيضاء المركز الثقافي العربي، ط2، 2005م، ص. 172.

² - المكان نفسه..

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

المعلومات والأخبار في أمريكا الشمالية، فأخبار التلفزيون والمذيعات تتسم بطابع التكرار الآلي (آليات طلاقات المدفع) لموضوعات كثيرة لا رابط بينها¹ ولهذا فإن الإعلام المعاصر يعمد إلى تقديم كم هائل من الأخبار والوقائع المنفصلة عن بعضها البعض، فيجعل المتلقي عاجزا عن الربط بين الأحداث الأخبار، فلا تتشكل لديه رؤية واضحة وإدراك سليم لما يحدث فضلا عن معرفة خلفيات هذه الأخبار والأحداث.

يقول بيير بورديو: ((الأحداث المتفرقة كانت دائما المرعى المفضل لصحافة الإثارة، الدم والجنس، الدراما والجريمة كانت دائما تسوق جيدا وتترعب على عرش جذب المشاهدين وتتصدر الفقرات الأولى من نشرات الأخبار التلفزيونية لكن الأحداث المتفرقة هي أيضا الأحداث التي تتسبب في تحويل الأنظار وتلهي المشاهدين.²

16- تقديم أخبار وبرامج غير مهمة في نفس توقيت وقوع أحداث هامة: وهذه تعد من أكثر التقنيات والأساليب المستعملة من طرف وسائل الإعلام الغربية خصوصا، ويهدف من خلالها إلى شغل بال المتلقي وجلبه إلى هذه الأخبار والبرامج، وصرف نظره عن برامج وأحداث أخرى لها ربما أهمية أكثر بالنسبة للمتلقي، وهذه التقنية مرتبطة بما يعرف " بتحديد الأولويات " لكنها ذات نتائج آنية.

17- إعادة صياغة حقائق التاريخ وتحريفها (Rewriting History): فيتم بناء الوقائع من حديد بما يخدم مصالح أصحاب الدعاية والتضليل³ ومن أمثلة ذلك الحقائق التاريخية التي يزيّفها الاحتلال الصهيوني عبر وسائل الإعلام المختلفة، فيتم تغيير أسماء المناطق والمدن والشوارع في فلسطين المحتلة واستبدال تسميات يهودية مكانها،

كما يتم تحريف حقائق تاريخية، فلو سألت مثلا أي مواطن أوروبي أو أمريكي عن قضايا الشرق الأوسط عموما وفلسطين خصوصا لما تمكن من الإجابة بدقة. فهناك من يعتقد أن اليهود

¹- المرجع نفسه، ص 175.

²- شيلر، مرجع سابق، ص 37.

³- بورديو، مرجع سابق، ص ص 46- 47.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

هم السكان الأصليون والفلسطينيون هم الغزاة. فهناك العديد من الأشخاص ذوي الثقافة المتواضعة هضموا هذه الأكاذيب والأباطيل دون أن يشعروا.

18- تقديم " القوالب الجاهزة" أو " الأفكار المعلبة ": وكثيرا ما نجد هذا الأسلوب متعمدا في الإعلام الغربي، في تعامله مع الحضارة العربية الإسلامية، إذ يتم مغالطة الرأي العام ومخادعة المشاهد من خلال حشو عقله بمعلومات وأخبار يتم عرضها في مواقف أو اتجاهات "جاهزة" بمعنى أن المشاهد ليس بحاجة إلى التفكير بشأنها. فما عليه إلا تبني هذه القوالب الجاهزة، وهي عبارة عن " تعميمات بشأن دعوات اجتماعية أو صفات يتم إلصاقها بكل أعضاء جماعة بعينها بغض النظر عن الاختلافات التي توجد بالضرورة بينهم ولاشك في أن عدم الاهتمام بهذه الاختلافات هي التي تميز أعضاء الجماعة التي تتعرض للقولبة يجعل من هذه القوالب تعميمات مبالغ فيها، وبالتالي تكون مشوهة على الدوام¹ وأن الدين الإسلامي يدعو للعنف وقتل الأبرياء وانتهاك حقوق المواطن وغير ذلك من القوالب الجاهزة التي تبث يوميا في الإعلام الغربي، مما يجعل المواطن غير المسلم يعتقد بصحة هذه الأساليب.

19- استخدام العبارات التي توحى للجمهور بأن الخبر صحيح وموثوق: من بين العبارات التي نقرأها باستمرار في الصحف حاليا وتردد في الفضائيات عبارة " استنادا إلى مصدر مطلع جدا "و" علمنا من مصادر موثوقة " أو " حسب مسؤول لم يرغب في كشف هويته" وغيرها من العبارات فقلما يمر يوم لانقرأ فيه خبرا يحتوي على جملة " استنادا إلى مصدر مطلع جدا" وهذا يعني أن أحدهم سرب الخبر ولا يرغب رسميا أن ينشر بأنه صدر عنه أو صرح به² والسؤال المطروح هل هذه العبارات استعملت لحماية مصادر الصحفي فعلا؟ وهل تعبر فعلا عن اطلاع الصحفي على معلومات موثوقة وعن وصوله لمصدر الخبر، أم أن الصحفي يستعملها كغطاء

¹- عزيز ابراهيم، تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصرة بين تغييب الوعي وتوجيه اهتمامات الأفراد، مجلة استراتيجية، مجلة دراسات الدفاع والاستقبلية، العدد06، السداسي الثاني، ص ص. 53- 76.

²- حميد حميد السعدون، الغرب والإسلام والصراع الحضاري، عمان، دار وائل، 2002م، ص 119.

لنشر ما يحلو له من أكاذيب ومعلومات وتغليب الخبر بصفة رسمية، وجعل المشاهد يحس بأن الخبر موثوق وله مصداقية.

20- **توظيف استطلاعات الرأي:** أو كما يقول هيربرت شيلر " صناعة استطلاع الرأي" وهذا إما في الانتخابات أو في أثناء الأزمات والمشكل الاجتماعية والاقتصادية، حيث يتم إعلان رقم معين كنتيجة لدراسة معينة قام بها معهد أو مكتب دراسات معين وذلك إما لتوجيه الناخبين في الحملات الانتخابية، أو لتسكين الجبهة الاجتماعية أثناء مشكلة معينة أو لتهدئة المعارضة السياسية فيما يخص قضية معينة كالبطالة، التضخم. يقول هيربرت شيلر " يمثل استطلاع الرأي اختراعا اجتماعيا لا يمكن فصله عن النسيج المؤسساتي الذي يعمل من خلاله، ويعني ذلك في المجتمع الأمريكي الراهن أن استطلاع الرأي مهما جرت صياغته في تغييرات علمية هو في المقام الأول أداة تخدم أهدافا سياسية، ولا تتسم هذه الأهداف بالوضوح دائما، إلا أن الاستنتاجات تصبح مبررة عندما يتم إفشاء سر جهة التمويل".¹

ولذلك كثيرا ما تعلن نتائج استطلاعات الرأي في عدة مناسبات (انتخابات، استفتاءات...تكون هذه النتائج موجهة، وأرقامها وإحصائياتها مصطنعة لتخدم أهدافا معينة، ولتوجه الرأي العام وفق وجهة معينة كأن يؤيد منتخبا دون آخر، خاصة وأننا نلاحظ أن الناس يتجاوزون دائما إلى رأي الأغلبية ويتبعون رأيها حتى وإن كان خاطئا، فحينما يعلمون مثلا أن نتائج استفتاء ما تبين أن غالبية الناخبين يؤيدون مرشحا معيناً، فإن كثيرا منهم يغيرون مواقفهم ويؤيدون هذا المترشح.

21- **اصطناع " رموز" أو " شخصيات إعلامية " لتسويق الأفكار والآراء والمواقف:** من بين التقنيات الدعائية المستعملة في وسائل الإعلام اصطناع شخصيات وتلميحتها إعلاميا واستضافتها بكثافة في برامج حوارية تحليلية، وتقديمها على أساس أنها مطلعة، فتنحدر إلى رموز أو قادة رأي يحتذى بهم، ويتم تبني مواقفهم وأفكارهم فيتم استضافة هؤلاء بصفة " خبراء" و "

¹- وليام ليدرز، أمة من الغنم في لسياسة الخارجية الأمريكية والتعظيم الإعلامي وحجب الحقائق عن الشعب، ترجمة عدنان شوكت شومان، مركز الراهية للتنمية الفكرية، 2004م، ص.183.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

مختصين" أو "متابعين" للحدث، ليتم تقديم تحليلات وتفسيرات وهنا يتم تسويق المعلومات والمواقف المرغوبة، فيتم بناء على ذلك تشكيل الرأي العام من خلال هاته الشخصيات الإعلامية، إذ أن كثيرا من المشاهدين يتبنون آراء ضيوف الحصص النقاشية والحوارية والتحليلية، بفعل الثقة التي يولونها لهم ولاعتقادهم أن هؤلاء الضيوف هم فعلا مختصون وخبراء في المجال، ولهذا تعتمد الكثير من الأطراف إلى استضافة أشخاص ووصفهم بـ "الخبير" و"الاستراتيجي" والمختص"... إلخ من أجل ممارسة دعاية إعلامية لقضايا معينة، فتنسب لهم أحيانا وظائف واختصاصات غير حقيقية، لكي تسوق من خلالها أفكار وآراء معينة، وإذا كان المثقفون قادرين على التمييز بين التحليل المنطقي وغير المنطقي والتمييز بين المعلومات الصحيحة وغير الصحيحة، فإن المشاهد البسيط لا يمكن أن يتعرف على حقيقة الضيوف المستقدمين وطبيعة هوياتهم ووظائفهم ومجالات اختصاصهم وبالتالي ليس بوسعهم التعرف على المعلومات والتحليلات الصحيحة وغير الصحيحة.

22- **تقديم خيارين فقط (فكرتين أو قيمتين أخلاقيتين):** وهذه تقنية تستخدم في الدعاية المعاصرة، كأن تقدم قيمتين أو رأيين لا ثالث لهما، فيحصر المشاهد بينهما أي أنه مجبر على اختيار أحدهما، يا أسود يا أبيض. إما معارض أو مؤيد، إما خير أو شر، وهذه التقنية تجعل المتلقي يتخذ دون أن يشعر في زاوية تمثل بالضرورة إحدى الخيارين. وبهذا توجه وسائل الإعلام الجمهور والرأي العام بطريقة ذكية.

23- **قلب أهمية المواضيع وتحديد اهتمامات وأولويات الناس:** تقوم وسائل الإعلام بتوجيه اهتمامات المتلقين نحو قضايا ومواضيع معينة، وتقليل متابعة مواضيع أخرى. كما تشير إلى ذلك نظرية تحديد الأولويات (Agenda Setting)، بحيث أنها تولي اهتماما زائدا ومعالجة إعلامية مكثفة لبعض المواضيع بشكل يوحى للمتلقى بأن هذه المواضيع ذات أهمية بالغة، تتطلب متابعتها والاهتمام بها، ومن جهة أخرى يتم إغفال مواضيع أخرى وتجاهلها بشكل كبير في مختلف البرامج الإعلامية، وهذا من أجل تقليل اهتمام المتلقين بها.

على سبيل المثال لو تمعنا في انتخابات الرئاسة الأمريكية سنة 2008م فماهي أهم المواضيع التي تم تداولها في الحملات الانتخابية وفي وسائل الإعلام. في الواقع كانت هناك مواضيع وقضايا هامة عديدة تزامنت مع هذه الفترة مثل العجز في الميزانية الفيدرالية، التعافي البطيء للاقتصاد، الحرب على العراق وما صاحبها من أخبار عن انتهاكات الجنود الأمريكيين للمدنيين والخسائر التي يتكبدها الجيش الأمريكي، زيادة الإنفاق على الجيش، وإعمار العراق والإصلاح التربوي، ولكن رغم كل هذه القضايا الشائكة إلا أن وسائل الإعلام الجماهيرية قد ركزت بشكل كبير على مواضيع أخرى وضعتها في صدارة اهتماماتها. وبالتالي انعكست على أولويات الجمهور، فلو طرحنا السؤال: ماهي المواضيع والصور التي تذكرها من خلال متابعتنا لوسائل الإعلام خلال هذه الفترة؟ والإجابة للأسف الشديد تتمثل في أن وسائل الإعلام

اهتمت بالمواضيع التالية: سن الترشح " جون ماكاين"، الاسم الثاني لـ "ى باراك أوباما" ومكان ميلاده، وديانته، ولون بشرته... إلخ¹ وغير ذلك من المواضيع التافهة التي كان دورها الرئيسي تضليل الناس وإبعاد اهتمامهم عن القضايا الأساسية.

المطلب الثالث: وسائل التضليل الإعلامي

يقول الكاتب هيريت شيلر إن وسائل التضليل عديدة ومتنوعة، لكن من الواضح أن السيطرة على أجهزة المعلومات، والصور على كل المستويات، تمثل وسيلة أساسية ويتم تأمين ذلك من خلال أعمال قاعدة بسيطة من اقتصاد السوق فامتلاك وسائل الإعلام والسيطرة عليها، شأنه شأن أشكال الملكية الأخرى، متاح لمن يملكون رأس المال، والنتيجة الحتمية لذلك هي أن تصبح محطات الإذاعة وشبكات التلفزيون والصحف والمجلات، وصناعة السينما ودور النشر مملوكة جميعا لمجموعة من المؤسسات المشتركة والتكتلات الإعلامية، وهكذا يصبح الجهاز الإعلامي جاهزا تماما للاضطلاع بدور فعال وحاسم في عملية التضليل.²

¹ - وليام ليدرز، المرجع نفسه، ص. 166.

² - شيلر، مرجع سابق، ص ص 11- 12.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وعليه فإن للتضليل الإعلامي عدة وسائل وأدوات تستعمل لتنفيذه، بالإمكان ذكر أهمها فيما يلي:

1- الوسائل السمعية البصرية: يعد الإعلام السمعي البصري من أكثر الوسائل المعتمدة من أجل التحكم في الرأي العام وتوجيهه، فهي تملك قدرة عجيبة على التأثير في المشاهدة وفي جعله يصدق ما تنشره من معلومات وأخبار، سواء كانت كاذبة أو صحيحة ومن المعروف أن الصورة لها تأثير مذهل، وقد تؤدي أدوارا وتحقق أهدافا تعجز عن تحقيقها آلاف النصوص والكتابات والمقالات، وإذا كان هذا تأثير الصورة الثابتة فإن وقع الصورة المتحركة أعمق وأكبر، إذا تستعمل في الإعلام السمعي البصري تقنيات بصرية ومؤثرات، وطرق معينة في التصوير، من حيث اختيار زاوية التصوير والمضمون والزمن، بشكل يقنع المتلقي ويؤثر فيه، ولعل هذا ما جعل الناس يصدقون بسهولة الكثير من الأكاذيب والمعلومات المضللة التي تنشرها هذه الوسائل الإعلامية.

2- الصحافة المكتوبة: تشمل كل من الجرائد والمجلات الإلكترونية، كذلك تحظى بمتابعة معتبرة من طرف الجمهور إذا نجد بعض الجرائد لها ملايين القراء في العالم، وبالتالي يكون تأثيرها كبيرا في الرأي العام، مما يجعلها من أنجح الوسائل لنشر المعلومات المضللة.

3- المواقع والوسائط الإلكترونية: من المعروف أن مواقع شبكة الأنترنت بكل أشكالها وأنواعها أصبحت تملك جمهورا يصل إلى ملايين أو مئات الملايين خاصة مواقع التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك ماي سبايس، لينكد أنأو مواقع بث تسجيلات الفيديو مثل يوتيوب والمدونات الإلكترونية، ولذلك فإن الأعداد الكبيرة للمستعملين لهذه المواقع في العالم، جعل الأطراف التي تحاول ممارسة أي نوع من التضليل الإعلامي، يستخدم هذه المواقع وتوظفها لهذه الغاية.

5- السينما: من المعروف أن الأفلام السينمائية قد أصبحت تستعمل لتسويق معلومات وحقائق تاريخية ودينية وسياسية خاطئة، وهذا بحكم أنها تحظى بمتابعة كبيرة من طرف الجمهور، بالإضافة إلى قدرتها التأثيرية المذهلة على الناس وعلى عواطفهم ومواقفهم وآرائهم، كما أنها تسهم

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

في توجيه الرأي العام وفق الوجهة التي يرغبها منتج الفيلم هذه الصورة الذهنية، علاوة على هذا، السينما تستغل لنشر صور نمطية عن شعوب وثقافات وديانات، فترسخ هذه الصورة الذهنية وتجعل العديد من المشاهدين يعتقدون بأنها صحيحة، وأحسن مثال على ذلك ما يتعرض به المسلمون من حملات تشويه لصورتهم في السينما الغربية، من خلال ما يبث من صور نمطية عنهم، والتي تقدمهم وتصورهم كأنهم إرهابيون وعنيفون ويتسمون بالقساوة والبداءة والتخلف، ولعل هذا ما جعل العديد من المواطنين الغربيين يجهلون حقيقة الإسلام، ويتخوفون دائما من أي شيء له علاقة بالإسلام فأصبحت في أذهانهم صورة نمطية تربط دائما بين الإسلام والإرهاب.

5- الملصقات والمنشورات: وهي تشمل كل الأوراق والوثائق التي يتم تعليقها على الحائط

في البنايات والشوارع، والحدائق والأماكن العامة، كثيرا ما تتضمن معلومات وحقائق مزيفة.

5- التقارير: كثيرا ما تصدر تقارير عن مؤسسات مختلفة، قد تكون مؤسسات حكومية أو

غير حكومية، وقد تكون منظمات أوطنية، وقد تكون أحزاب أو جمعيات أو مراكز بحث... الخ، وقد تحتوي هذه التقارير على معلومات وبيانات وأرقام وإحصائيات غير دقيقة أو مضللة، خاصة وأن الناس يولون مصداقية كبيرة لمثل هذه التقارير.

7- الكتب: نظرا إلى أن الكتاب يعد من أكثر الوسائل التي ينمي بها الناس ثقافتهم ومعلوماتهم

ومعارفهم، فإنه يعد من أخطر الوسائل المستعملة في التضليل، فالكثير من الكتب تحتوي على أكاذيب وأخطاء مقصودة، إلا أنها كتب تعرف شهرة وانتشارا بين القراء.

8- القواميس والمعاجم: كثيرا ما تحتوي القواميس والمعاجم تفسيرات خاطئة مضللة لبعض

الكلمات والمصطلحات، خاصة في القواميس المتخصصة في مجالات معينة كالتاريخ والسياسة والدين، ومن المعروف أن القراء يعودون دائما إلى القواميس والمعاجم للحصول على تفسيرات و شروحات للكلمات التي يشكل عليهم فهمها، وهذا يجعل هذا النوع من المصادر المرجعية ترسخ معلومات مضللة لعقود أو لقرون من الزمن.

9- الموسوعات: باعتبار أن الموسوعات هي كتب ضخمة تتكون من عدة أجزاء أحيانا تشتمل على معلومات ومعارف شاملة لكل الميادين، علاوة على وجود موسوعات متخصصة في مجالات محددة وهي تعد كذلك من المصادر التي يعتمد عليها الناس بكثرة لبناء معارفهم وتوسيع معلوماتهم، ولهذا فإن استعمالها يجعل معلومات ومعارف خاطئة تنقل لأجيال من القراء.

10- الرسومات والكتابات على الملابس: نلاحظ في كثير من الملابس التي يتم إنتاجها في السنوات الأخيرة خاصة من طرف الشركات الغربية، أنها مزينة برسوم وأرقام وبيانات وكتابات، وكثيرا ما تتضمن هذه البيانات والرسوم حقائق ومعلومات مضللة، فيتم من خلال هذه الملابس التشهير بهذه الحقائق المزيفة دون ان يشعر صاحبها بذلك.¹

المطلب الرابع: أهداف ممارسي التضليل الإعلامي

هناك العديد من الأهداف التي يسعى القائمون على التضليل الإعلامي إلى تحقيقها، هذه الأهداف ذكرها شيلر وبشكل أعمق في كتابه، لكن قبل الحديث عن أهداف التضليل الإعلامي لابد من التعرف أولا على ممارسي هذا التضليل الإعلامي.

أ- ممارسوا التضليل الإعلامي:

إن التضليل الإعلامي الذي يعنينا هو ذلك التضليل الذي يتوجه إلى الرأي العام المحلي أو الدولي، وقد يستهدف دولة أو مؤسسة أو جماعة اجتماعية أو شخصية عمومية لتشويه الصورة أو تلطix السمعة، وقد يستهدف التلميع ومن بين أهم الجهات التي يمكن أن تلجأ إلى التضليل الإعلامي لخدمة أهداف محددة هي كما يلي:

1- الدول: تلجأ جميع الدول في العالم إلى التضليل الإعلامي في أوقات الحرب وفي أوقات السلم وفي أوقات السلم تلجأ إليه باسم:

• الصالح العلم وبمقتضى حجة الدولة.

¹ - بعزير ابراهيم، تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصرة بين تغييب الوعي وتوجيه اهتمامات الأفراد، مجلة استراتيجيا، مجلة دراسات الدفاع والاستقبلية، العدد 06، السداسي الثاني، ص ص. 53- 76.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

• من أجل كسب تأييد الرأي العام لسياستها ولحجب مساوئها أيضا.

• من أجل البقاء في السلطة وهذا يتعين عليها:

✓ إما استعمال القوة وهذا غير مقبول في الدول الديمقراطية.

✓ كسب رضا المواطنين عن طريق الإقناع وهذا أمر صعب.

وبالتالي تلجأ إلى التضليل الإعلامي لفرض السيطرة على المواطنين وانتزاع رضاهم.

• محاولة المعارضة السياسية الوصول إلى السلطة للتأثير على المواطنين من اجل نيل

قبولهم.

-أما في أوقات الحرب فإن الدولة توظف التضليل الإعلامي كجزء من الحرب النفسية والتي

يشار إليها في الوقت الحالي بالعمليات النفسية.

-**فالحرب النفسية هي:** عمليات مخططة لتبليغ معلومات ورموز منتقاة إلى أفراد جمهور

للتأثير على مشاريعهم ودوافعهم وتفكيرهم الموضوعي ومن ثمة التأثير على سلوكيات المنظمات

والجماعات والأفراد.

وهذا لا يتم إلا بالمعرفة الشبه التامة لمعتقدات ورغبات ونفورات وقوته وضعت ومواطن قابلية

الكسر. وكذلك ثقافة وقيم العدو أو الخصم وتعرف بصفة عامة على أنها الاستعمال المخطط

للاتصال من أجل التأثير على المواقف والسلوكيات الإنسانية لخلق في الجماعة المستهدفة من

قبل الحرب النفسية مواقف ومشاعر وسلوكيات تعزز أهداف القائم بالحرب النفسية.

كما يستعمل التضليل الإعلامي عن طريق وسائل الاتصال بصفتين:

إما بصفة دفاعية أو بصفة هجومية.

ففي شقه الدفاعي يهدف إلى:

• تجنب إعلام العدو أو العمل على تضليله من خلال المعلومات المقدمة إلى سكان البلد القائم بالتضليل.¹

• عدم الحط معنويات السكان بإعطائهم المعلومات السيئة.

• عدم تخفيض الإنتاج بإعطائهم المعلومات الجيدة.

• إخفاء الجرائم أو الأعمال غير المشرفة.

أما في شقة هجومي فيهدف إلى:

• إعلام الدول حول إجراءات الاستسلام.

• زيادة أثر الأسلحة القوية لتحقيق التدمير السيكولوجي.

• تخفيض معنويات جنود العدو وجعلهم يعتقدون أن الانهزام وراء لامحالة.

• تدعيم الموالين الحلفاء.

• الخدعة لإحداث الضغط.

• مراقبة المدنيين لضبط تنقلاتهم.

• التصدي إلى دعاية العدو.

ب- الصناعة: تحاول الصناعة بمختلف أنواعها وعلى الخصوص الصيدلانية والتغذية

والنفط والتسلح... الخ التأثير على الرأي العام باللجوء إلى التضليل الإعلامي، لأن مواضيع

الصحة والبيئة والأمن تعتبر هامة في تهيئة الرأي العام هذا من جهة ومن جهة أخرى من أجل

¹ - السعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 9، العدد 18، (01-01-2004)، ص ص 87-115.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

التأثير على المنافسين والطريقة الأكثر شيوعا هي شراء ذمم الوسيلة الإعلامية أو الصحفيين أو الباحثين لتقديم وقائع في صيغة علمية من دون أن يكون لها محتوى علمي لإعطاء المصدقية.

ت- **الجماعات الضاغطة:** سواء كانت ميولاتها سياسية (الكوبيون في الو.م.أ. أو اقتصادية (الشركات البترولية) أو عرقية (الصهيونية العالمية) تسعى هذه الجماعات الضاغطة إلى كسب تأييد الرأي العام عن طريق التضليل الإعلامي للتأثير على صناعات القرارات السياسية.

د- **المنظمات غير الحكومية:** فالبعض من هذه المنظمات مرتبط بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالدول أو مختزقة من طرف المصالح الاستراتيجية، وهي توظف التضليل الإعلامي للتأثير على الرأي العام المحلي أو الدولي وبالتالي التأثير على صناعات القرارات.

ج- **المؤسسات الإعلامية:** وبصفة خاصة الصحافة المكتوبة أو بعض القنوات التلفزيونية التابعة لمجمعات إعلامية، والتي لا تخفي ميولاتها السياسية، فهذه أيضا تمارس التضليل الإعلامي خاصة أوقات الأزمات والحروب أو في أوقات الانتخابات.

فوسائل الإعلام الجماهيرية تعتبر من طرف الكثير من الباحثين دريئة مفضلة لممارسة التضليل الإعلامي لأغراض دفاعية أو هجومية.¹

ب- أهداف التضليل الإعلامي:

يسعى القائمون على التضليل الإعلامي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل في:

1- السلبية:

من أهم أهداف التضليل الإعلامي هي السلبية الفردية والتي تتحول بالجمع إلى سلبية جماعية تجعل أمر قيادة العقول أسهل بكثير من قيادة جماعات إيجابية وربما يمكن الاستغناء

¹ - السعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 9، العدد 18، (01-01-2004)، ص ص 87-115.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

عن التضليل الإعلامي إذا وصل الرأي العام إلى السلبية التامة لأنه بالطبع يمكن قيادته بسهولة حتى لو إلى حنقه.

2- تفرغ الانفعالات:

السلبية الجماعية أو الفردية من الممكن أن تحدث، لكن ليس هناك ضمان لاستمرار تلك السلبية وعدم تخليها عن موقفها إذ من الممكن أن تحاول بعض العناصر إيقاظ الإيجابية ودفع القوى الاجتماعية للتحرك نحو التغيير أو محاولة التغيير حيث أن لدى تلك القوى الاجتماعية مخزون من الانفعالات المكبوتة، ومن ثم فإن من البديهي تفرغ تلك الشحنات الانفعالية بطريق محددة ومخططة للوصول إلى مرحلة العقول المخدرة أو شبه مخدرة وبالتالي فإنه يكون من الصعب جدا إفاقتها، وتأتي عملية تفرغ الانفعالات من خلال توجيه العقول إلى أماكن تفرغها.

3- توجيه الثقافة:

من الممكن فرض نوع معين من الثقافة من خلال المطاردة المستمرة من وسائل الإعلام للمشاهد أو المتابع بل استدراج العقول نحو ثقافات معينة واهتمامات محددة مسبقا تخدم بالطبع الهدف النهائي للتضليل الإعلامي.

4- تغيير الثقافة:

إذا أمكن توجيه الثقافة أمكن تغيير الثقافة بكاملها من خلال تغيير الاهتمامات ومن خلال مطاردة الجماهير بثقافات محددة لا يجدون مفرًا معرفتها، وتغيير الثقافة لا يعني بالطبع التغيير بأي نوع من الثقافة لكن يعني استبدال الثقافة بثقافة أخرى تخدم أهداف التضليل وتغيير الثقافة قد يصل إلى أبعد مما تظن فربما يصل إلى تغيير بعض المفاهيم الدينية واستبدالها بمفاهيم خاطئة تتعارض مع الأحكام الدينية.

5- إرساء القيم الاستهلاكية:

إن الإعلام لا يخدم فقط أهداف النظام بل لأبد للنظام والإعلام أن يخدم معا مراكز القوى الاقتصادية والسياسية، بمعنى أوضح فإنه لأبد للقرار السياسي ألا يتعارض مع مصالح القوى

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الاستثمارية بل ومن الأفضل أن يكون القرار السياسي في خدمة رأس المال وحيث أن قطاع الإعلام غالبا ما يكون تحت سيطرة النظام فلا بد أن يوجه النظام ووسائل الإعلام لتلبية احتياجات رؤوس الأموال حتى وإن تعارضت مع المصلحة العامة.

6-تعظيم الحقائق:

يتخير التضليل الإعلامي ما يناسبه من الحقائق وما يدعم وجوده ويتوافق مع تحقيق أهدافه ومن ثم يقوم بعرضها وليس فقط بل يقوم بتلميعها لزيادة بريقها، ويمكن للإعلام أن يتخير من حقيقة واحدة علمية قاعدة عريضة تشييد هيكل كامل من التضليل فوقه.

7-تقرير وتبرير وتعزيز الوضع الراهن:

والمعنى ببساطة الإثبات الدائم بأنه ليس في الإمكان أبدع مما كان وذلك مما يضمن إظهار الأنظمة بأنها تبذل قصارى جهدها ولا يوجد من يدنو من الجهد المبذول.¹

أي بمعنى آخر:

يهدف التضليل الإعلامي إلى:

*إعادة ترتيب الحدث بما يخدم التنافس أو الصراع.

* بلبله تفكير المتلقي وتوجيه سلوكهم والتحكم بمعطيات المعلومة وتوجيهها عمدا وتوظيفها لخدمة المفضل.

* إنتاج واقع جديد من خلال التلاعب بدلالات الحدث أو المعلومة أو الخبر وتسويقها على خلاف مدلولاتها الحقيقية.

* التحكم بالمتلقي للمعلومة لحمله لسياقات مرسومة سلفا.

¹- مجد نبيل، الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية (دراسة تحليلية 2001-2012)، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام في جامعة البترا لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير (جامعة البترا في الصحافة والإعلام، 2015)، ص ص 49-74.

* صناعة تاريخ يستهدفه المضلل من خلال التفاعل مع نتائج التضليل أو تحريف مسارات التاريخ الفعلي بما يريد المضلل.

*الهيمنة على توجهات الرأي العام المضاد من خلال صناعة عقل الإجماع الذي يخلقه التضليل.¹

المطلب الخامس: مخاطر التضليل الإعلامي وكيفية المواجهة

أ- مخاطر التضليل الإعلامي:

مما لا شك فيه أن عمليات التضليل التي يمارسها مختلف الوسائل الإعلامية لها انعكاسات مميزة عديدة على المتلقي بصفة خاصة وعلى المجتمع بصفة عامة إذ إن الجهة التي تمارس التضليل لها بطبيعة الحال غايات معينة ترغب في الوصول إليها، وذلك لا يتم إلا من خلال انعكاس نتائج عملية على الجمهور المتلقي.

وتختلف هذه الآثار والانعكاسات باختلاف الجهة التي يقوم بالتضليل والهدف الذي تسعى لتحقيقه وفيما يلي سيتم عرض أهم هذه الانعكاسات.

1- على المستوى الدول:

1-توتر العلاقات الدولية وبروز النزاعات السياسية:

من أخطر النتائج المترتبة عن عمليات التضليل الإعلامي، تأزم العلاقات بين الدول وميلاد بؤر التوتر والنزاعات السياسية والعسكرية فكثيرا ما تقوم حكومات معينة بتوجيه رسائل إعلامية وحملها على شن حملات تضليل إعلامي ضد دولة أخرى عدوة، أو متنازعة معها.²

¹ حنان كيلاني، التضليل الإعلامي وعلاقته بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة كلية الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، المجلد 14، العدد(31 ديسمبر 2015)، ص ص 219-290.

² بعزیز ابراهيم، تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصرة بين تغيب الوعي وتوجيه اهتمامات الأفراد، مجلة استراتيجيا، مجلة دراسات الدفاع والاستقبلية، العدد06، السداسي الثاني، ص ص. 53-76.

2- تغيير السياسة الخارجية والداخلية للحكومات:

من المعروف أن تأثير وسائل الإعلام الكبرى قد يصل إلى تغيير ما تنتهجه دولة معينة من سياسات وما تتخذه من قرارات سواء على المستوى والوطن أو الخارجي.

ويشير بعض الكتاب والمختصون في المجال الإعلامي إلى ما يعرف بتأثير(السي أن أن CNN effect) وهي تسمية تستخدم للدلالة على التأثير الكبير لوسائل الإعلام في المجال السياسي وعلى تحديد السياسة الخارجية وعلى صناعة القرارات "فلا يخفي على أحد أن الملقب بالسلطة الرابعة، يتحول في عصرنا الراهن إلى "السلطة الأولى" بحكم تأثيره البالغ في كواليس السياسة، وفي كيفية سير مختلف السلطات القضائية والتشريعية والتنفيذية.¹

ب- على مستوى الأفراد والمجتمعات:

1- اختلاط المفاهيم وضبابية معاني المصطلحات:

من بين النتائج المقيتة لحملات التضليل الإعلامي اختلاط المفاهيم على المشاهد البسيط، الذي أصبح لا يفرق بين الحق والباطل بين الشر والخير، وبين الحرب والسلام، ففي خضم هذا النشاط الإعلامي التضليلي الدؤوب، والهادف إلى تشتيت أذهان الناس وقلب مفاهيمهم وموازينهم، برزت العديد من المسميات والمفاهيم، التي قد تكون صحيحة، لكن سياقها وتوقيت عرضها وتقديمها للمتلقي بين أنها تهدف لتحقيق أمر باطل ومن بين المصطلحات التي كثر تداولها في الإعلام العربي خصوصا الديمقراطية، الثورة، الجهاد، الشرعية الدولية الوطنية، الاستشهاد والشهادة، التدخل العسكري... الخ ولاشك أن هذه المصطلحات والمفاهيم التي تمثل عدة تعديلات وتفسيرات، تستعملها جهات أو أطراف عديدة لتحقيق غايات معينة تتوافق مع أجنداتها ومخططاتها، فانتشرت بذلك هذه المفاهيم بين العامة من الناس، فأصبحت متداولة بينهم دون أن يعرفوا معناها ومدلولها، ودون أن يدركوا خلفياتها وسياق ظهورها، ولكن للأسف الشديد فإن

¹ - بعزیز ابراهيم، تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصرة بين تغييب الوعي وتوجيه اهتمامات الأفراد، مجلة استراتيجيا، مجلة دراسات الدفاع والاستقبلية، العدد 06، السداسي الثاني، ص ص. 53- 76.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الجماهير قد فهمت هذه المصطلحات وفق المدلول الذي تسوق به بعض الوسائل الإعلامية فأصبح الناس يفهمون الديمقراطية بأن يفعل الإنسان ما يشاء وقت ما يشاء وأينما يشاء، وأصبحوا يطلقون اسم الشهيد على كل من يموت سواء على الحق أو الباطل كما يطلقون اسم الثورة على كل مجموعة من الناس تقوم بالتظاهر، أو التجمع في ساحة أو شارع ما كما أصبحوا يطلقوا اسم الجهاد جزافا على كل قتال وفي أي مكان حتى ولو كان المتضررون منه مسلمون أو أبرياء فنجد العديد من الأشخاص البسطاء وحتى بعض الدعاة والشيوخ يطلقون العنان لفتاويهم ويعتبرون أي قتال بأنه جهاد، وكثيرا ما يكون ذلك بلا ضوابط شرعية، وبلا اطلاع شامل على الواقع الحقيقي وعلى ظروف وحيثيات هذه النزاعات والحروب الأصلي، ومن المؤكد أن هذا التلاعب بالمصطلحات بين الأفراد والفهم والاستخدام الخاطئين لم يكن ليحدث لولا الدور الكبير الذي قامت به وسائل الإعلام المضللة في خلط المفاهيم وتغيير معانيها.

ومن المفاهيم المتداولة كذلك في الساحة السياسية والإعلامية التدخل العسكري لأهداف إنسانية، الحظر الجوي، حماية الأقليات، نشر الديمقراطية، حماية الحريات وهذه كلها مفاهيم طرحت في وسائل الإعلام باعتبارها ذرائع ودوافع تشرع استعمار الدول. وواقع الأمر أن هذه المفاهيم كلمات حق يراد بها باطل، فما هي إلا تسميات لتغطية الأشكال الجديدة لاستعمار الدول، وشرعنة استغلال ثروات البلدان الأخرى، وإثارة القلاقل فيها.

1-التضليل الإعلامي يشل القدرات الإدراكية:

التضليل الإعلامي لا يجعل فقط المتلقي يجهل المعلومات ولا يتعرف على الأخبار الصحيحة، وإنما يجعل قدرته الإدراكية عاجزة تماما فتخلط عليه المفاهيم، ويصبح عاجزا عن إدراك المعاني وعن التفكير السليم.

يقول ارثرسالزبورجر مؤسس جريدة نيويورك تايمز york times أعط أي إنسان معلومة صحيحة تم اتركه وشأنه، تجعله معرضا للخطأ في رأيه ربما لبعض الوقت ولكن فرصة الصواب تظل في يده إلى الأبد، احجب المعلومات الصحيحة عن أي إنسان أو قد مها إليه مشوهة أو ناقصة أو محشوة بالدعاية والزييف، تدمر كل جهاز تفكيره، وتنزل به إلى ما دون مستوى الإنسان.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

فالتعرض المتكرر لمضامين إعلامية تتطوي على حقائق ومعلومات خاطئة ومزيفة يجعل المتلقي مشتت الذهن فتختلط عليه المفاهيم ولا يدرك المدلول الحقيقي والخلفية الواقعية لأي فكرة أو تسمية تقدمها وسائل الإعلام، على سبيل المثال هناك حالات عديدة من استعمار الدول من طرف الدول العظمى، ولكن التسمية البديلة التي تتداولها وسائل الإعلام، تجعل الجمهور يعتقد فعلا أن الأمر لا يتعلق باستعمار، وإنما يتعلق بحالات تدخل لأهداف إنسانية لحماية الأقليات المضطهدة أو لإحلال الديمقراطية، أو لإزالة الأنظمة الديكتاتورية وغيرها من المزاعم التي تدعمها الدول العظمى.

وفي هذا المضمار يقول الدكتور عبد الرحمان عزي " أوجدت القنوات التلفزيونية القضائية منذ أوائل التسعينات في المنطقة العربية مشهدا ثقافيا وسياسيا مثيرا من الناحية التاريخية، إذا سحب هذا الأخير الكثير من النفوذ الذي كان يمارس في الواقع الاجتماعي والثقافي المحصور إلى هذا المجال الرمزي الأوسع وأدخل أنماطا مستحدثة من الرؤى والبنى الثقافية التي أصبحت تشكل باستمرار بعيدا عن الموروثات والمحددات التاريخية الحضارية الأخرى، وتحول هذا الفضاء الجديد إلى مجال "استقطاب" تتنافس عليه أطراف عدة في مجال تأسيس بنى وصور ذهنية "جديدة" وكسب عقول الأفراد وتسويق رؤى ذات أهداف ثقافية معينة أو في نطاق الدعاية خاصة في زمن "الحرب والصراعات الإقليمية الدولية"

3-التشجيع على الخمول والسلبية:

يساهم الإعلام المعاصر من خلال برامج عديدة على تشجيع الثقافة السلبية، والركون للراحة وعدم الحركية وقلة الديناميكية، فتشير العديد من الدراسات الميدانية إلى ارتفاع درجات الإدمان على بعض البرامج الإعلامية، واستمرارية قضاء أوقات طويلة مع مشاهدة التلفاز على حساب الكثير من الأعمال والأنشطة المتعلقة بالحياة العامة، كما الإعلام الجديد أصبح يشغل حيزا معتبرا من أوقات الأفراد، مما أدى إلى نقصان الأوقات المخصصة لأنشطة أخرى.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

يقول هيربرت شيلر: "إن الجهاز الإعلامي بوجه عام ينطوي في جوانبه التكنولوجية على الميل على توليد السلبية فليس هناك ما هو أسهل من إدارة مفتاح التشغيل والاستلقاء على أريكة وترك الصور تشق طريقها دون وساطة إلى الذهن.

4- تعميق ثقافة اللامبالاة وعدم الاكتراث بالوقائع:

تمارس الصحافة دورها في تعميق حالة عدم الاكتراث كما تساعد الشعب على خداع نفسه وذلك بإقناع المواطنين بالاهتمام والتركيز في حياتهم على المواقف المضحكة والتسلية التافهة للهروب من الواقع المرير، وهذه ثقافة اللامبالاة نجدها منتشرة خاصة لدى فئات الشباب والمراهقين، الذين يحتجون كذلك بأن الاهتمام بالواقع وبظروف الحياة اليومية يؤدي إلى تعكير صفوهم، وإهدار حياتهم في مشاكل لا حلول لها، وهذا ما يولد لديهم حالة الرضا والقبول بالوضع القائم مهما كان سيئا، لهذا نجدهم ينتقون البرامج التلفزيونية التي تحقق لهم الهروب الاجتماعي من الواقع المعيش ويلجؤون كذلك للمخدرات من أجل تغييب العقل ونسيان الواقع المعيش ولو لفترات محدودة.¹

5- التأثير على معنويات الأفراد وتحذيرهم:

يتفق الكثير من الكتاب على أن الإعلام سلاح ذو حدين وذلك باعتبار الإعلام أداة من أدوات الدعاية التي قد تكون بناءة أو مدمرة في نفس الوقت فمنها ما هو مسلط علينا من قبل أعدائنا وهدفه إهائنا وإبعادنا عن القضايا الأساسية وإفساد عقيدتنا ومعتقداتنا بل والأخطر من ذلك زرع أفكار ومعتقدات من شأنها هزيمة الروح المعنوية لنا ولشبابنا ومنه أيضا ما هو من شأنه رفعة الأمة والتوعية الصحيحة للشباب ولكل فئات المجتمع. فإذا كان الإعلام موجها من طرف جهات تسعى لممارسة التضليل فإنه يؤدي دورا سلبيا على وهي الأفراد وعلى معنوياتهم وإدراكهم للحقائق والقضايا كما قد تسبب وسائل العلام خلاا وظيفيا بمعنى أن تحدث أثارا غير مرغوب فيها، وهو

¹ - بعزير ابراهيم، تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصرة بين تغييب الوعي وتوجيه اهتمامات الأفراد، مجلة استراتيجيا، مجلة دراسات الدفاع والاستقبلية، العدد 06، السداسي الثاني، ص ص. 53- 76.

ما يسمى التخدير، ويحدث ذلك من خلال زيادة مستوى المعلومات للجمهور، حيث يتسبب طوفان المعلومات لأعداد كبيرة من الناس إلى جرعات من المعلومات التي تحول معرفة الناس إلى معرفة سلبية، مما قد يتسبب في اللامبالاة apathy لان وسائل الإعلام تغمر الناس بالمعلومات بدلا من أن توظف الجمهور، بالتالي تؤدي لتدبير الجمهور.

6-الإثارة بشكل سلبي وتعطيل عمل العقل: تعمل وسائل الإعلام جاهدة على استثارة

العواطف والأحاسيس، من أجل جعل المتلقي عاجز عن التفكير بالمنطق السليم، ومن أجل غرس ما ترغب فيه من أفكار ومواقف بالإضافة إلى أن عنصر الإثارة يسهم في جلب أعداد كبيرة من الجماهير التي تبحث عن هذا النوع من التغطيات والمضامين الإعلامية، فبما أن المعلن يميل إلى نشر إعلانه في صحيفة لها عدد كبير من القراء، لذلك فإن غالبية الوسائل الإعلامية حاليا تركز على إثارة الجماهير، متبعة بذلك نموذج الصحافة المعروف بالصحافة "الكلبية" فحسب هذا النموذج ينبغي البحث عن الأخبار غير العادية، فليس الخبر أن يعرض الكلب الإنسان ولكن الخبر أن يعرض الإنسان الكلب ومن هنا جاءت هذه التسمية التي تحث على نقل الأخبار المثيرة وغير الطبيعية لجلب الجماهير.¹

ب- كيفية مواجهة التضليل الإعلامي:

أسلوب ونوعية المواجهة التي ينبغي للمجتمع اعتمادها من أجل تعبئة أفراده للتصدي لظاهرة التضليل الإعلامي ومخاطره الإيديولوجية الإعلامية.

الظاهر أن هذه المواجهة لا بد أن تتم على أكثر من مستوى. كما لا بد أن تتضافر فيها جهود كل مكونات المجتمع، وهذا لأن تحصين المجتمع بأفراده مسؤولية مشتركة يتقاسمها الجميع حكومات وشعوبا ومؤسسات وأفراد، فالدولة والأسرة والمدرسة والمسجد ووسائل الإعلام بكل أنواعها تضطلع بدور أساسي في تبصير المجتمع بأخطار الإعلام وخاصة الإعلام الجديد وبالنتائج

¹- بعزیز ابراهيم، تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصرة بين تغييب الوعي وتوجيه اهتمامات الأفراد، مجلة استراتيجيا، مجلة دراسات الدفاع والاستقبلية، العدد 06، السداسي الثاني، ص ص. 53- 76.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الوخيمة للتضليل الإعلامي وخطره على المجتمع، إذ أن كل هذه المؤسسات تتكامل لتسير في خط متواز يدفع الأفراد لاتجاهات فكرية سليمة تشكل درعهم الواقى لمواجهة الأفكار الهدامة للتضليل الإعلامي.

أولاً: على مستوى الأفراد والمجتمعات

التربية الإعلامية: في دلالتها العامة تفيد فهم الجمهور لآلية عمل الإعلام، والكيفية التي يؤثر بها على حياتنا وطريقة استخدام الإعلام بصورة حكيمة وإيجابية.¹

وبالتالي فهي من هذا المنظور تسعى إلى إكساب الجمهور المتلقي الفهم الناقد من خلال تحليل المحتوى الإعلامي وكشف أهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية، لاختيار ما يتفق منها مع مبادئه وقيمه، واستبعاد كل ما يخالف ذلك، سواء على المستوى المسموع، أو المقروء أو المكتوب، أو المرئي.

أهداف التربية الإعلامية:

- حماية أفراد المجتمع من التأثيرات السلبية لوسائل الإعلام ومضامينها المختلفة، خاصة في ظل التراكم القوي والمؤثر للمضامين الإعلامية في زمن العولمة وعصر السماوات المفتوحة، حيث يتم إغراق السوق الثقافية المحلية بالقيم والمفاهيم المستوردة.
- تحويل استهلاك الرسائل الإعلامية إلى عملية نقدية نشطة، لمساعدة الأفراد على تكوين الوعي حول طبيعة تلك الرسائل، وفهم دورها في بناء وجهات النظر حول الواقع الذي يعيشون فيه.

¹ - بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، عمان، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015، ص.89. .

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

• خلق متلق واع بكيفية استخدام وسائل الإعلام الجديدة والتفاعل معها بإكسابه المبادئ الأساسية لتحليل وتفسير ونقد كل ما يقدم له من مضامين إعلامية ورصد ما فيها من سموم وأفكار مقرضة تشوه تصوراتها عن واقعه ومحيطه.

• تنمية مهارات التفكير الناقد والمشاهدة الواعية للمتلقي، ليصبح مستهلكا حكيما قادرا على نقد المضامين السيئة وتقدير المفيد منها.

• تعزيز الوعي بالقيم والمبادئ الحضارية عند المتلقي، وتعميق الفهم بها، حتى تأسس الشروط اللازمة لانعتاقه وتحرره من قيود التقليد، وأغلال التبعية المذلة التي تفرضها عليه العولمة الإعلامية.

كما لا بد من التأكيد على أن التربية الإعلامية كمشروع دفاع يحمي الأفراد من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام الجديدة، لا يمكن لها أن تبلغ مقاصدها، وتحقق أهدافها، ما لم تتضافر صمود خمسة ركائز سياسية:

1. الأسرة:

إن الحل الناجح لمواجهة الإيديولوجية الإعلامية، ودفع ضرر تنميط العقول يكمن في التحصين المسبق للمتلقي، والاهتمام ببناء شخصية منذ الطفولة داخل الأسرة باعتبارها المؤسسة الأولى المسؤولة عن التنشئة والضبط الاجتماعي من خلال وضع القواعد الأساسية للتعامل مع مختلف الوسائل الإعلامية وممارسة الرقابة الدائمة عليها، وتقويم أداء الفرد وسلوكياته وأفعاله إزاء ما يتلقاه من وسائل مضامين إعلامية رغبة في حمايته من مؤشرات التضليل، وتأمين متطلبات نموه السليم من كل الجوانب (الانفعالية والأخلاقية والاجتماعية)

2. المدارس والجامعات:

تدعيم ثقافة الاستخدام الرشيد والمفيد لوسائل الإعلام الجديد يستلزم استحضار دور المؤسسات التربوية من مدارس وجامعات في بناء وتكوين جيل قادر ومؤهل للتعامل مع المؤثرات الخارجية بأسلوب يحفظه من الوقوع في الانحراف الفكري والسلوكي، من خلال تزويد الأفراد برصيد معرفي

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ومهاراتي يمكنهم من الانخراط الإيجابي في البيئة الإعلامية الجديدة والتعامل الواعي مع مضامينها المحلية الوافدة.

3. دور العبادة:

للمؤسسات الدينية نصيب في محو الأمية الرقمية، وتزويد الأفكار بالثقافة الاتصالية اللازمة التي تسمح لهم بتمحيص مصداقية وأصالة المعلومات التي تنقلها لهم مختلف وسائل الإعلام وتحسين فهمهم للقضايا التي تروج لها انطلاقاً من رؤية نقدية فاحصة تقيهم من الانعكاسات الخطيرة للإعلام ومحتوياته.

4. وسائل الإعلام:

لا يمكن التأسيس لتربية إعلامية واعية هادفة دون المراهنة على دور وسائل الإعلام في بناء متلقي واعين، والنهوض بمستواه الفكري والوجداني من خلال توظيف هذه الوسائل لخدمة التنمية الفكرية والبناء الحضاري والتحذير من المخاطر والتصدي لها وبيان زيفها وانحرافها وما تهدف إليه من زعزعة الثوابت ومسح الشخصية.¹

ويضيف البروفيسور "تشارلي بيكت" بعض الاستراتيجيات لتعزيز ممارسة الصحافة لا أخلاقية في عصر التقنيات الرقمية لمواجهة الأخبار الزائفة.

- تواصل: كن متاحاً وموجوداً في جميع المنصات
- أدر الأمور بفاعلية: ساعد المستخدمين في العثور على محتوى يبدأ أينما كان.
- كن قريباً متفاعلاً: استخدم لغة المستخدمين واستمع بشكل خلاق.
- كن خبيراً: أضف قيمة وعمقاً في الشرح وخبرات جديدة وضع الأمور لهم في سياقها.
- كن صادقاً: تحقق من الوقائع وأضمن التوازن والدقة.

¹- أحمد إسماعيلي، إيديولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف، مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع، ورقة بحثية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الوديمقراطي العربي-برلين-ألمانيا، العدد الثامن (أوت 2019)، ص ص. 347-09.

- كن إنسانا: أظهر التعاطف والتنوع وكل عنصر بناء لا هدم.
- كن شفافا: بين المصادر، وكن مسؤولا، واسمح بالنقد.¹

تسع مهارات تجنبك تضليل وسائل الإعلام

كلما ينشر عبر مختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة (الإلكترونية) يكون لأسباب إما سياسية أو أجندات موجهة ومنها ما تكون ترويجية اقتصادية أو غوغائية عبثية ومنها ما يتضمن أخطاء ويقع في صياغته الخلل.

كل هذا قد يضلك ويوصل إليك غير الحقيقة إن لم يتسبب بضرر أكبر من ذلك فكيف يستطيع تجنب هذا التضليل لبعض وسائل الإعلام سواء كان متعمدا أو غير متعمد وهذه بعض المهارات التي تساعد على ذلك.

1) **تحل بالشك:** يجدر بالعاقل أن لا يستقبل كل خبر بالتصديق المطلق خاصة إذا كان خبرا مهما أو خطيرا.

2) **تحقق من المصدر:** تعتمد كثير من عمليات التضليل الإعلامي على إخفاء مصدر المعلومة أو إبهامه، متهربة من ذكره بالتعظيم أو التعميم كأن تقول "ذكر خبراء" أو "أثبتت دراسات" أو "صرح مسؤولون" دون أن تسمى هؤلاء الخبراء أو المسؤولين أو توضح من الذي أجرى هذه الدراسة وأين نشرت؟ لذلك يحتاج المتلقي أحيانا أن يراجع المصدر الأصلي

3) **كن واعيا للأحداث:** كثير من المنصات الإعلامية هي منابر لدول أو أحزاب أو تيارات تحتضنها وإن لم تذكر ذلك صراحة فإن يكون معروفا فالاقتراب خطها التحريري منها لذلك كن حذرا من التوجيهات والأجندات الخفية.

¹ - أحمد إسماعيلي، إيديولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف، مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع، ورقة بحثية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الودييمقراكي العربي-برلين- ألمانيا، العدد الثامن (أوت 2019)، ص ص. 09-347.

4) قارن مع طرف ثالث: ولأن سماع الرواية من الطرف الثاني ستدخلك في دوامة "أيهما أصدق" فيفضل أن تتجه إلى طرف ثالث محايد، وربما رابع وخامس وسادس بحسب أهمية الموضوع ممن لا تكون أجندته الخاصة مؤثرة في الخبر الذي تبحث فيه.

5) لا تغتر بالعناوين: ومن أساليب الإثارة والجذب أن "تجعل من الحبة قبة" وهو ما تتجه إليه الكثير من العناوين بحيل متنوعة.

6) تحقق من العناصر: لكل لون من الألوان الصحفية عناصر لازمة يمكن أن يلاحظها المتابع بشيء من التدقيق حتى لو لم يكن متخصصا.

7) اعزل الأحكام والأوصاف: تعتمد وسائل الإعلام الموجهة إلى تكريس أجندتها وتمير أحكامها القيمة في ما تنشره ويتضح هذا في أوصاف مثل: إرهابيون، مقاومون، ثائرون، مخربون، أشهر ممثل، أفضل كاتب، أهم انجاز، أحسن طريقة، أجمل فيلم، أخطر اختراع.

8) احترام التخصص: قد يسهل الوصول إلى الخبر لكن المتخصص يظل أقدر على تقييمه ومعالجته وبيان أهميته

9) كون شبكة مصداقية: مهما كنت ماهرا في قراءة الأخبار وتصحيحها فإن أهم نصيحة للوصول إلى الخبر السليم هي تلقيه من مصدر موثوق وبذلك كان أول ما بحث فيه علماء الحديث (الخبر) هو مصداقية الراوي وكفاءته.¹

الجهات التشريعية: مواجهة الإيديولوجية الإعلامية يتطلب أيضا جهودا أخرى في زجر ومعاينة مزيفي الحقيقة وغاسلي العقول، بإصدار تشريعات رادعة تضرب بيد من حديد على أصحاب المصالح المروجين لأفكار وقيم، قد تغرس أنماطا سلوكية مهددة لاستقرار المجتمع.²

¹ - عمار يحيى، تسع مهارات تجنبك تضليل وسائل الإعلام، متاح على الرابط: <http://www.aljazeera.net> بتاريخ: 2018/08/12.

² - إلهام محمود مرسي محمد، دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، المجلد 14، العدد 14 (أبريل 2022)، ص ص 32-1.

ثانياً - على مستوى الدول:

التضليل الإعلامي لا يوجد من فراع ولن تفلح النهج التي تحاول حل مسألة التضليل الإعلامي دون معالجة الظروف المؤدية إلى حدوثه وانتشاره.

وبغية مكافحة الآثار الضارة والمدمرة للتضليل الإعلامي ومن أجل تجديد علاقات أقوى من الثقة والاطمئنان بين الشعوب وحكوماتها. يوصي الأمين العام بأن تقوم الدول بما يلي:

■ الاعتراف بأن إتباع نهج متعدد الأوجه يركز على حماية حقوق الإنسان واحترامها، ولاسيما الحق في حرية التعبير، أمر لا غني عنه لمكافحة التضليل الإعلامي، ويشمل ذلك الوصول الفعال إلى المعلومات من مختلف المصادر ووسائل الإعلام الحرة والحيزات المفتوحة للمشاركة والنقاش والتعليم الذي يعزز التفكير النقدي والتنظيم المحدد لأهداف مؤسساته التجارية في مجال الاتصالات.

■ الاستثمار في المشاركة الهادفة والشاملة للجميع والأمانة على جميع المستويات من المستوى المحلي حتى المستوى العالمي واحترام الحقوق في حرية الرأي والتقييد وتكوين الجمعيات والتجمع السلمي اعتراف بدور إشراك المجتمعات المحلية ومشاركة المجتمع المدني في تعزيز قدرة المجتمعات على الصمود في وجه الاستقطاب.

■ تزويد الجمهور بالمعلومات في أشكال يسهل الوصول إليها واعتماد أو تعزيز قوانين الوصول إلى المعلومات وفقاً للمعايير الدولية لحقوق الإنسان.

■ ضمان امتثال تدابير التصدي للتضليل الإعلامي للمعايير الدولية لحقوق الإنسان وعدم إساءة استخدامها ضد المعارضين السياسيين أو المدافعين عن حقوق الإنسان أو الصحفيين أو الجهات الفاعلة في المجتمع المدني أو أصحاب آراء الأقلية ولتحقيق هذه الغاية ينبغي للدول أن تتجنب اعتماد حظر عام على نشر المعلومات استناداً إلى مفاهيم فضفاضة وغامضة بما في ذلك "الإخبار الكاذبة" وينبغي للدول أن تتقيد بالمبادئ الدولية لحقوق الإنسان عند مكافحة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

التضليل الإعلامي وأن تكفل ألا يكون أي تقييد للحق في حرية التعبير إلا بنص القانون وأن يخدم مصلحة مشروعة معترف بها وأن يكون ضروريا ومتناسبا لحماية تلك المصلحة.

■ ضمان درجة أكبر من الشفافية فيما يتعلق بتدابير مكافحة التضليل الإعلامي بوسائل منها الكشف العلني عن أي طلبات لمؤسسات الأعمال تتعلق بإدارة المحتوى والسماح صراحة لمؤسسات الأعمال بالإبلاغ أيضا بشأن هذه الطلبات.

■ إنشاء رقابة مستقلة لضمان المساءلة عن إجراءات المؤسسات من حيث تنفيذ أي التزامات وتعهدات تتعلق بالشفافية وغيرها من الالتزامات والتعهدات ومن حيث سبل انتصاف المستخدمين.

■ ضمان مشهد إعلامي حر وتعددي وقابل للاستمرار وتوفير حماية قوية للصحفيين والمدافعين عن حقوق الإنسان والمبلغين عن المخالفات والنظر في دعم الآليات الشفافة للتنظيم الذاتي من قبل وسائط الإعلام التي تعزز أعلى معايير الاحتراف وتحميها.

■ ثني الموظفين العموميين عن نشر التضليل الإعلامي باتخاذ تدابير مثل وضع مدونات قواعد السلوك المهني واعتماد تدابير تهدف إلى مساءلتهم عن أشكال التعبير التي تبلغ درجة الدعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية التي تشكل تحريضا على التمييز أو العداوة أو العنف على النحو المحظور بموجب القانون الدولي لحقوق الإنسان بما يتماشى مع استراتيجية الأمم المتحدة وخطة عملها بشأن خطاب الكراهية وينبغي ألا يقوم الموظفون العموميون أبدا بتسوية صورة وسائط الإعلام أو ترهيبها أو تهديدها.

■ الامتناع عن فرض تدابير تمنع أو تعطل الوصول العام إلى نشر المعلومات سواء على الأنترنت أو خارجه بما في ذلك الامتناع عن إغلاق الأنترنت.

■ الاستثمار في النظم التعليمية التي تعزز التفكير النقدي بشأن وسائط الإعلام والمعلومات وإكساب الدراية الرقمية بوسائل منها الجهود التعاونية مع المجتمع المدني والأوساط الأكاديمية لتزويد الأفراد بالأدوات اللازمة لتحديد المعلومات والمصادر وتقييمها.

ثالثاً: على مستوى مؤسسات التكنولوجيا

يجب أن تحترم مؤسسات التكنولوجيا حقوق الإنسان وأن تتجنب التسبب في آثار ضارة بحقوق الإنسان أو المساهمة فيها من خلال أنشطتها وأن تعالج الآثار السلبية التي تشارك المؤسسات في إحداثها وعلى وجه الخصوص وذلك من خلال القيام بما يلي:

- الكشف عن السياسات والممارسات ذات الصلة بمكافحة التضليل الإعلامي بما في ذلك تدابير التحقيق مثل عمليات إزالة المحتوى والوسم وتعليق الحسابات ووقف اكتساب قيمة نقدية من المحتوى ومنع تضخيم أثر المحتوى وتقديم معلومات مفصلة عن كيفية اتخاذ هذه التدابير في شتى المناطق الجغرافية وبشتى اللغات وضمن الرصد المستقل لتلك السياسات والممارسات وقياس أثرها.

- الإبلاغ علناً عن طلبات الحكومة المتصلة للمحتوى أو البيانات المتعلقة بانتشار التضليل الإعلامي وزيادة الشفافية إلى أقصى حد ممكن لتسليط الضوء على ما تنفذه من تدابير التصدي.

- توسيع نطاق شفائيتها والإبلاغ عنها فيما يتعلق بما يجمع ويستخدم من بيانات المستخدمين ولاسيما الإعلانات السياسية والتمويل ذو الصلة.

- اتخاذ إجراءات ضد الهجمات المنسقة بما في ذلك تلك التي تستهدف الأصوات المنتقدة والصحفيين بمن فيهم الصحفيات والإبلاغ عن إي خطوات تتخذ في هذا السياق وتكريس موارد أكبر لهذه الجهود خلال الإحداث السياسية الكبرى مثل فترات الانتخابات أو محادثات السلام أو الحركات الاحتجاجية أو التجمعات العالمية.

- توفير إمكانية وصول الباحثين حسب الاقتضاء إلى البيانات والمعلومات ذات الصلة لفهم الديناميات المتعلقة بالتضليل الإعلامي وإفادة السياسات والتدابير التنظيمية القائمة على الأدلة.

- ضمان آليات مستقلة لاستعراض الشكاوي وإتاحة سبل انتصاف فعالة للمستخدمين.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

• بذل العناية الواجبة فيما يتعلق بآثار منتجاتها وسياساتها وعملياتها، بما يتمشى مع مسؤولياتها بموجب مبادئ الأمم المتحدة التوجيهية بشأن الأعمال التجارية وحقوق الإنسان بوسائل منها إجراء تقييمات للأثر على حقوق الإنسان واشتراك مراجعين مستقلين واستعراض نماذج أعمالها.

• إيلاء اهتمام الآثار المحتملة على حقوق الإنسان في ميع الدول وضمن إن يكون كتنفيذ السياسات المتعلقة بالتضليل الإعلامي منسقا ومزودا بالموارد الكافية في جميع دول التشغيل لضمان مراعاة هذه السياسات للغات والسياقات المحلية.

• اشتراك شتى أصحاب المصلحة في التصميم والتقييم المستمر لتأثير السياسات والاستراتيجيات التي تهدف إلى التصدي لانتشار التضليل الإعلامي ودعم منظمات المجتمع المدني من كل منطقة من مناطق العالم لتمكين مشاركتها الكاملة.¹

المطلب السادس: علاقة التضليل الإعلامي بـ:

أ- وسائل الإعلام التقليدية

قبل الحديث عن العلاقة بين التضليل الإعلامي ووسائل الإعلام لابد من الحديث عن العلاقة بين القيم الأخلاقية أو الأخلاق ووسائل الإعلام لأن الحقيقة أن غياب الطرف الأول (الأخلاق أو القيم الأخلاقية) سيؤدي بالضرورة إلى التأثير على الرف الثاني ليسلك غير مجراه المفترض، ويصبح أداة للتلاعب بالرأي العام سواء عن قصد أو عن غير قصد لاسيما عندما يتعلق الأمر بفقدان الإعلام السائد للموضوعية والمصدقية لدى قطاع عريض من الجمهور في المجتمع نتيجة سيطرة حالة الشك في جدية وموضوعية تغطيته للعديد من القضايا التي تشغل اهتمام الرأي العام

¹ - تقرير الأمين العام للجمعية العامة للأمم المتحدة، أوت 2022، استجابة لطلب الجمعية العامة في قرارها الصادر في ديسمبر

2021، 77، مكافحة التضليل الإعلامي من أجل تعزيز حقوق الإنسان والحريات الإنسانية، متاح على الرابط:

<http://www.un.org/or/countering-disinformation>، ص ص 20-24.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وصولاً إلى اتهامه وتحميله مسؤولية التضليل الإعلامي للرأي العام¹ فرغم اختلاف نظم الإعلام من مجتمع لآخر عبر العالم إلا أن هناك إجماع في كل تلك المجتمعات على ضرورة وجود ضوابط ومبادئ أخلاقية تحول دون حدوث انحرافات إعلامية لأن الإعلام الحقيقي هو تزويد الناس بالأخبار الصادقة والآراء السديدة والتي لا تعكس مصالح ذاتية إلى جمهور معين.

وبالتالي فالعلاقة بين الإعلام والأخلاق علاقة معقدة وذات طابع إشكالي لكنها ليست مستعصية وقد يبدو الجمع بينهما في سياق واحد أمراً غريباً إذ يرتبط الإعلام في ذهن الكثيرين نتيجة الممارسات الخاطئة بالإنارة والبحث عن الغرائب والجري وراء الأسرار والفضائح ليتحقق بالتالي العائد المادي الذي يبدو هدفاً أساسياً من تلك الصناعة المعقدة.

ويمكن القول أن ارتباط الإعلام بالأخلاق ارتباطاً وثيقاً لثلاث أسباب هي:

- أن الأخلاق من صفاتها العموم والشمول بحيث من الصعب أن نجد مجالاً يمكن أن نقول عنه أن الأخلاق لا تشملها.
- أن الإعلام تمتد خيوطه لتنسج علاقات متينة مع جميع فئات المجتمع ومراحل العمرية وما لم يرتبط الإعلام حينئذ بالأخلاق فإن نسيج المجتمع وقيمه سيكونان مهددين بالانهيار لا شك.
- أن صناعة الإعلام ترتبط بشكل كبير بالسلطة الحاكمة (خاصة في العالم العربي) وإذا ترك الإعلام دون أخلاقيات و ضوابط تنظم مساره فإنه سيكون مطية للنظام الحاكم وبوقاً له.²

¹- اللبان شريف درويش، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة إستراتيجية للدراسات والبحوث الإستراتيجية، المجلد 2، العدد 7 (31 جويلية 2014)، ص ص. 96-135.

² - السنوسي محمد السنوسي، الأخلاق والإعلام، خطورة الفصل وضرورة الوصل، متاح على الرابط: <http://islam.on.net>، بتاريخ الإطلاع: 2018/04/26.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

فالصلة بين الأخلاق والإعلام وثيقة وضرورية وإلا صرنا إزاء شبكات وكيانات إعلامية تفتقر الحقيقة وتدهس القيم وتتلاعب بعقول ومصائر الشعوب وإذا تم تفعيل الأخلاق في الوسط الإعلامي ستكون أطرا تقنن استخدامه بما يعمق البعد الحضاري له وعلى العكس حينما يتجرد الإعلام من الأخلاق سيفقد دوره بل إذا تحرك في دائرة مفرغة من القيم سيتحول إلى آلة تأتي على البعد الإنساني في المجتمع.

وهذا يصنف "المشاقبة" بقوله " الأخلاقيات الإعلامية أو أخلاقيات الإعلام تعتبر من الأساسيات للعمل الإعلامي لأنها تضبط توحش وتغول الوحش الإعلامي وبذلك فهي التي تهذب العملية الإعلامية وتحقق أهداف الإعلام في خدمة الصالح العام ونشر الحقائق والمعارف "

وقد يتساءل البعض عن حجم هذا الاهتمام الكبير بالأخلاقيات الخاصة بمهنة الإعلام عن غيرها من المهن والوظائف الأخرى وتكمن الإجابة الحقيقية على مثل هذا التساؤل من ذلك الدور العظيم الذي تلغيه وسائل الإعلام على مختلف أبناء المجتمع وعناصره ومدى تأثيرها عليهم فهي تخاطب الإنسان وتساهم في تشكيل قيمه واتجاهاته ومعارفه وهي أيضا تحقق التواصل والترابط بين الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة وتغطي كافة جوانب الحياة الإنسانية.

بعد ذلك كله ندرك جيدا ضرورة وجود الأخلاقيات الإعلامية لأنها وبلا شك الطريق الأمثل للوصول إلى إعلام هادف يقوم بهذه المهنة العظيمة على أكمل وجه بما يضمن المصالح لكافة أطراف المجتمع.¹

لنأتي بعدها إلى الحديث عن علاقة التضليل الإعلامي بوسائل الإعلام

والحديث عن هذه العلاقة يندرج ضمن الرؤية النقدية لأدوار مؤسسات الإعلام ووسائل الاتصال في ظل فقدانها للاستقلالية والموضوعية ولو أن التحدث عن الموضوعية الإعلامية يعد وهما حياديا وحلما، بسبب نسيج العلاقات الذي يربط الملاك والإعلاميين بمراكز صناعة القرار

¹ - عمر ملكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة في المنتهج الإعلامي الإسلامي، متاح على الرابط: <http://diae.net/up-content/up loads> ، بتاريخ الاطلاع: 2019/04/15.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

السياسي والاقتصادي والعسكري من أجل التلاعب بالرأي العام وتوجيهه نحو الوجهة التي يريدون¹ فلا يوجد بلد في العالم اليوم لا يحاول التأثير على المعلومات وينظر إليها على أنها من أدوات السلطة ووسيلة لتحقيق الغاية فمن يمتلك المعلومات في الوقت المناسب يملك عناصر القوة ويتحكم في العالم المتغير الذي يركز وجوده على المعلومات التي تمثل الخطوة الأولى نحو المعرفة² وفي هذا يقول رئيس الكيان الصهيوني شيمون بيريز "المعلومات أقوى من المدافع"، وتغييرات المعادلات التي يقوم عليها النظام العالمي الجديد، فارتبطت القوة بالاتصالات والمعلومات بدلا من المعدات³ وينظر للمعلومة على أنها أداة للضبط الاجتماعي تساهم في تشكيل قدرات الفرد حول ذاته وعن العوالم المحيطة به ويشهد التاريخ أيضا أن الاتصال والإعلام ومنذ عصر النقوش وإلى البث الفضائي، يقف وراء كل صراع أو وفاق⁴ ولا يخفي على أحد اليوم أن المعلومة أصبحت صناعة توفر لها القوى المهيمنة والمحتكرة الجو المناسب لإنتاجها وترويجها أو إخفائها وفق المصالح والمفاسد المترتبة على ذلك⁵ وانضمت بذلك الميديا إلى الترسانة التي تحدد قوة الدولة محليا وإقليميا ودوليا، فالحكومات تمارس التضليل من أجل كسب تأييد الرأي العام لسياساتها أو لحجب مساواتها ولفرض السيطرة على مواطنيها من خلال مغالطة الرأي العام وإبقائه على جهل بالمشكل أو عدم تنويره بما يكفي حول المسائل الهامة كما أن المعارضة السياسية في محاولتها للوصول للسلطة تلجا لنفس الأسلوب للتأثير على المواطنين من أجل نيل قبولهم ولكن تختلف شدة التضليل وحدته باختلاف الإمكانيات والأساليب المتاحة.

¹ - بومعيزة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 9، العدد 18 (01-01-2004)، ص 1-20.

² - مكايي حسين عماد، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، مصر، الدار المصرية اللبنانية، ط2، 1997، ص 28.

³ - سمير الصارم، التجسس الاقتصادي، دمشق، دار الفكر المعاصر للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، 1999، ص 112.

⁴ - نبيل علي، الثقافة العربية في عصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، رؤية نقدية، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001، ص 52.

⁵ - محمد قيراط، الإعلام والمجتمع الرهانات والتحديات الحرة، العولمة، الأخلاق، الرأي العام، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، الأعلام العربي، الواقع والتحديات، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001، ص 178.

وعلى الرغم من أهمية البحث في القضايا التي تهدف إلى الكشف عن المحتوى الإعلامي وتحليله والإجابة عن تساؤلات من قيل من يتكلم؟ وماهية المواضيع ذات الاهتمام؟ إلا أن أبرز تساؤل يقود إلى كشف تسارع الإيديولوجيات والأهداف التي تطعم بها المحتويات الإعلامية تكمن في الإجابة عن التساؤل كيف يقال؟ وفي هذا الإطار يرى روجر قولر أنه: "لا وجود لشيء اسمه التمثيل المحايد للواقع، ذلك أن الأحداث والعمليات والأشياء والناس تقدم لنا دائما عبر وسيط... إنه دائما وسواء إثم ذلك من خلال الفيلم، أم في اللغة، أم في إي وسيط آخر.. إنه دائما وأبدا عملية بناء، فالوسيط بنيته الخاصة المشبعة بالقيم السائدة، بحيث يخضع التمثيل لعملية تصفية عبر شبكة من الدلالة.¹

ب - مواقع التواصل الاجتماعي:

أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي منبرا لما يعرف بالتضليل الإعلامي، هذا الأخير والذي أيا كانت صورته (شائعة، دعاية، حرب، نفسية، مناورات حربية...) وأيا كانت أساليبه (تلميح، إلحاح،...) فهو يهدف في النهاية إلى بث اللأمن في جمهور المتلقين وإضعاف روحهم المعنوية.

لكن ما لذي جعل مواقع التواصل الاجتماعي منبرا لهذا التضليل؟

- إن عدم توثيق الأخبار وصعوبة التحقق من صحتها، وسلامة مصدرها قد أسهم في جعل وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة في يد كل من يريد بث أو نشر شائعة ما في ظل صعوبة فرز الأخبار وسيولة المعلومات وسهولة تداولها ومن ثم تصديقها والاعتقاد بصحتها.
- وقد زاد انتشار الشائعة وسرعة تداولها بين أفراد المجتمع وخاصة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أدى إلى تغيير بنية الشائعة وطريقة انتشارها في المجتمع، وذلك بسبب اختلاف طبيعة وخصائص البيئة الحاضنة لتلك الشائعات، فقد

¹- قولر روجر، وسائل الإعلام وإعادة إنتاج السلطة، ترجمة محمد خطابي، مجلة علامات، المجلد 2005، العدد 24 (30 جوان 2005)، ص ص. 75-88.

سمحت وسائل التواصل الاجتماعي لانتشار الشائعات التي ربما تؤدي إلى تهديد السلم الاجتماعي وتثير البلبلة والفتنة في المجتمع.

- ويعد نشر الشائعات من أشد مخاطر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لأن هذه الأخيرة تسهم في انتشار الشائعة وتضخيمها بشكل مبالغ فيه في فترة قصيرة لا تستغرق ساعات.
- وفي ظل وسائل التواصل الاجتماعي التي أوجدت مجتمعات افتراضية ذابت خلالها الحدود الجغرافية والقيود الاجتماعية فإن أي شخص يستلم رسالة إلكترونية أو منشورا على صفحات وسائل التواصل الاجتماعي تحتوي على شائعة فانه عندما يرسلها أو يشاركها مع أصدقائه فإن الشائعة تحتفظ بهيكلتها وجاذبيتها مدة أطول.
- كما أن الشائعة على وسائل التواصل الاجتماعي تنتقي مادتها وأدواتها من مصادر أخرى بكثير من حيث المحتوى عكس الشائعة التقليدية، أو الشائعة على هذه الوسائل أيضا تعبر عن محتواها بالنص المكتوب والمنطوق والرسوم المتحركة والفيديوهات أحيانا، كما يجدر الإشارة إلى أن هناك مجموعة من العوامل التي يمكن أن تسهم في انتشار الشائعات عبر هذه الوسائل، ومن هذه العوامل: كثرة وجود هذه الوسائل وسرعة انتقال المعلومات بين المستخدمين سواء كانت صحيحة أو غير صحيحة، عدم وجود رقابة فعالة وقوانين تجرم نقل الأخبار غير الصحيحة عبر هذه الوسائل، صعوبة التعرف على شخصية مطلق الشائعات على وجه التحديد.1

المطلب السابع: أمثلة عن التضليل الإعلامي

يتم تداول الأخبار المضللة والمعلومات الكاذبة المتعلقة بمختلف الصراعات والنزاعات والأزمات السياسية الاقتصادية، العسكرية، الصحية ... على أنها حقيقية وواقعية وقد شوهدت

¹ النصر رمضان سعد الله حربي، نشر الشائعات عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (أثارها المسؤولية المترتبة عليها . سبل التصدي لها) دراسة مقارنة، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات، بالإسكندرية، المجلد 06، العدد 37 (النصف الثاني ديسمبر 2021)، ص ص 713-780.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

مختلف هذه القصص والأخبار ما يحدث على أرض الواقع حيث تعد الأخبار الزائفة والتضليل الإعلامي سلاحا فعالا في عصر المعلومات للتأثير على الرأي العام.

ومن ضمن هذه الأخبار الزائفة والمضللة والكاذبة والتي تتدرج ضمن ما يسمى التضليل الإعلامي تذكر ما يلي:

أ- المجال السياسي والعسكري (الأزمات والحروب)

1- **الدعاية النازية:** من أشهر ما عرف به النظام النازي هو إتقانه لفنون الدعاية والحرب النفسية والتي كانت أحد أهم أسباب التقدم العسكري الميداني للجنود الألمان على حساب قوات الحلفاء إبان الحرب العالمية الثانية. وقد اعتبرها "هتلر" أداة للمبارزة في الحرب، وقد قال عنها في خطاب له في مؤتمر لونيبرج سنة 1929 "لقد أوصلتني الدعاية إلى الحكم وبالدعاية حافظنا على مراكزنا وبها نستطيع غزو العالم". فهو يعترف بقوة الدعاية وسلطتها على الشعوب واعتمادها كأداة للوصول للحكم والحفاظ على النظام والحكم القائم. وقد كان "لأودولف هتلر" وزيرا للإعلام والدعاية هو "جوزيفجوبلز" الذي جعل الجماهير الألمانية تهتف بالزعيم الذي أراد غزو العالم، وكل ذلك يرجع للعبقرية الإعلامية التي كان يتمتع جوبلز والتي أسست لمفهوم التلاعب بالعقول والكذب الإعلامي وقد عمل على الدعاية لسيادة الجنس الآري على باقي الأجناس وضرورة إخضاع الدول الأوروبية ومن أشهر أقواله: "الكذب ثم الكذب حتى يصدقك الناس" وأيضا "أعطني إعلاما بالضمير أعطك شعبا بلاوعي"

2- **الدعاية الشيوعية:** يقول لينين " لن يجد الشعب تلك الصور الواضحة في الكذب لأنه لن يجدها إلا في وقائع حية فيما يدور حولنا ولا نتناوله إلا همسا فيما بيننا وتكشف عنه الوقائع والأحكام والأرقام ... وتلك الفضائح التي تتناول جميع الميادين هي الشرط اللازم الأساسي لتهيئة الجماهير للقيام بنشاطها الثوري " وكان مبدأ إثارة الفضائح السياسية وإثارة القلاقل من

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

أكثر وسائل الدعاية الشيوعية¹ التي من شأنها إثارة الفوضى بين الشعوب ووسط الجماهير وتأليب الرأي العام حول السياسيين ومنه تضع الثورات ضد الأنظمة.

3- **الدعاية الصهيونية:** بدأت الدعاية الصهيونية انطلاقاً من معلومات مفادها أن الكثير من أبناء الديانة اليهودية قد حرقوا وحولوا إلى صابون على يد الزعيم النازي "هتلر" خلال الحرب العالمية الثانية وهو ما يعرف بالهولوكوست أو المحرقة اليهودية من جلب التعاطف العالم كونهم مضطهدون ويستحقون بلداً آمناً للعيش فيه بسلام، وسرعان ما ظهر وعد بلفور 1917 الذي ينص على إيجاد مكان لليهود وجمعهم فيه وهو فلسطين الوطن المزعوم وانتشار الكلمة الدعائية المشهورة "أرض بلا شعب، لشعب بلا أرض"، وبعد الاحتلال بدأت الدعاية الصهيونية بالعمل على تسويق العدوان وتبرير المجازر من خلال وسائل إعلامها وضرورة التدخل العسكري لوجود جماعات إرهابية معادية للسامية. ومن أبرز وسائل الدعاية الصهيونية محطة إذاعة الهاقانا التي أصبحت منذ 15 ماي 1948 تسمى براديو "صوت إسرائيل". وبعد سنوات تم إنشاء إذاعات وقنوات تلفزيونية ناطقة بالعربية موجهة للوطن العربي ولا يخفى على أحد أن الإعلام العالمي محتكر من طرف لوبيات صهيونية تدعى بتخلف المسلم وإرهابه وبحادثة الإسرائيلي وذكائه. ويقول السفاح "مناجيم بيجن" في أحد مؤلفاته "يجب أن نعمل ولنعمل بسرعة فائقة قبل أن يستفيق العرب من سباتهم فيطلعوا على وسائلنا الدعائية، فإذا استفاقوا ووقعت بأيديهم تلك الوسائل فعندئذ لن نفيدينا مساعدات أمريكا" وهذه المقولة خير دليل على اعتماد الصهاينة على الدعاية في تنفيذ مخططاتهم الاستيطانية والتوسعية وأن الدعاية تفيدهم أكثر من المساعدات العسكرية المتطورة. تركز الدعاية الصهيونية على المبادئ التالية: الحق الشرعي في فلسطين أرض الميعاد، إسرائيل الدولة الديمقراطية الوحيدة في الشرق الأوسط، اليهودية جادون ومتفوقون تكنولوجياً، اليهود محاربون شجعان وأذكياء، إسرائيل دولة تنشد السلام، اليهود ضحايا الإرهاب العالمي.

¹ - بن قلة رزيقة، تحليل مضمون الحملات الإعلامية الدعائية لتنظيم داعش (دراسة وصفية تحليلية لعينة من الفيديوهات الدعائية "يوتيوب نموذجاً"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر (جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، 2016/2017)، ص ص 47-48.

4- الدعاية الأمريكية: عشية الحرب على العراق كانت آلة الدعاية الأمريكية ناشطة جدا من خلال وسائل إعلامها وكان CNN من أبرز أدوات الحرب النفسية واتهام العراق بامتلاكه أسلحة الدمار الشامل وتكرار ذلك في مختلف وسائل الإعلام جعل هذه الدعاية ناجحة ما برر الغزو سنة 2003.

وفي حديث لسفير الولايات المتحدة الأمريكية كولون باول"

We have evidence these weerpons existed (chemical weopons)(1)

What we do not have is evidence from Iraq that they been destroyed

“ or where they are “or قد منا أدلة على وجود هذه الأسلحة (الأسلحة الكيميائية)

وقد اعتمدت أسلوب التهويل بهدف الإيحاء للرأي العام بوجود قدرات عسكرية للعراق قد تساعده في التوسع وتهديد من المنطقة وبعد سنوات من الاحتلال اعتمدت أسلوب التضليل من خلال إعلان وسائل إعلامها أن القوات المتحالفة دمرت %50 من الطائرات العراقية وأن العراق لم يعد قادرا على قصف السعودية والكيان الصهيوني.

حاول الخطاب العسكري الربط بين التدخل العسكري وبين تحرير العراقيين من سيطرة النظام العراقي ودمويته، ثم الربط بين النظام العراقي وتنظيم القاعدة وتصوير الحرب على أنها جزء من الحرب على الإرهاب ومما زاد قوة مضاعفة للدعاية الأمريكية تكنولوجيا الإعلام والاتصال وبسقوط تمثال صدام حسين في التاسع من ابريل 2003، العديد من الفيديوهات والمقالات التي كتبت عن هذا الحدث حول العالم، بحيث تم سحب التمثال نحو الأرض بدبابة أمريكية وظهور عدد محدود من العراقيين المؤيدين للغزو هذا ما أرادت الدعاية الأمريكية تصويره للعالم بأن الشعب العراقي في قمة سعادته بالتحريير.

وبذلك كانت وسائل الإعلام الغربية نقطة قوة هائلة للضغط على الشعوب العربية وتميرير دعايتها واستهداف رموزها والنيل منها بالتضليل والتعيتم الإعلامي وساعدها في ذلك الإعلام العربي الذي لم يبخل بالمساعدة بالكذب على الرأي العام بأن القوات الأمريكية وحلف الناتو جاء

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

للعراق لنشر الديمقراطية والحرية التي سلبتها الأنظمة منه لسنوات وكذلك فعلت بالنسبة للحرب على أفغانستان التي كانت منهكة بالحرب قبل ذلك من طرف الصوفيين وظهور تنظيم طالبان ما سهل انطلاق عملية الحرب النفسية وشعار الحرب على الإرهاب.¹

ب- المجال الصحي: لقد واجهت المجتمعات في الآونة الأخيرة عبر مختلف وسائل الإعلام وخاصة وسائل التواصل الاجتماعي موجة من الشائعات حول الحدث الأبرز في تاريخ البشرية المعاصر ألا وهو "جائحة كورونا"، الذي حاز منذ ظهوره على اهتمام ومتابعة الرأي العام المحلي والإقليمي والعالمي وعلى جميع المستويات، بوصفه قضية حياة أو موت وأثيرت التساؤلات حول الغموض الذي يلفه مما ساهم في إطلاق الشائعات المفسرة للمرض والمبينة لحقيقته والكاشفة عن أسبابه وطرق علاجه إلى غير ذلك من الادعاءات والأقويل، فتتعلق التفسيرات بكافة أشكالها من تفسيرات دينية إلى أخرى سياسية وأمنية تقوم على التنفي التأمري على تاريخ وواقع ومستقبل الشعوب، حيث ينزوي العقل والمنطق وينتشر الجهل والتخبط، وتصدح نظرية المؤامرة والحرب البيولوجية وتتعلق الاجتهادات تارة حول ما إذا كان هذا الوباء جرثومة مصنعة في معامل ومختبرات الدول الكبرى أو كان مرضاً عفويًا طبيعيًا مثله مثل سائر الأمراض المعدية التي مرت بالبشرية وفيما إذا كان سببه الرئيسي تناول الصينيين للخفافيش، أم له علاقة بتناول صنف محدد من الطعام، في الوقت الذي لم يتمكن فيه الأطباء حتى الآن من الوصول إلى تفسيرات علمية حاسمة بشأن أسباب ظهور هذا الفيروس، وكيفية انتشاره، والمدة المتوقعة لاستمراره، والتطورات التي يمكن أن تطرأ عليه، كما لم يتوصلوا إلى علاج ساعد مصابيه على الشفاء المؤكد، وينقذ ضحاياه من الموت المحتم، ومع تضارب الآراء حول فعالية ومصادقية اللقاحات الوقائية المكتشفة وذهابها إلى افتراض أنها تجعل من الناس فئران تجارب للتأكد من فعالية اللقاح في الوقاية من المرض خصوصاً مع الفئات المعرضة لخطوات الإصابة به، أو تلك التي لا تتمتع بمناعة كافية تمكنها من مقاومة أعراضه إلا ما قد يستجد مستقبلاً في هذا الحقل تظل احتمالية استمرار المرض مستمرة وإمكانية تطوره وتحوره قائمة ومرجحة.

¹ - المرجع نفسه، ص ص 48-52.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وفي ظل هذه الفوضى تنامت الشائعات وكثرت على جميع الأصعدة فمنها ما يتحدث عن مؤامرات أمريكية أو صينية ومنها ما يتحدث عن غضب الطبيعة أو غضب السماء ومنها ما يلتحف بالأساليب التقليدية والطقوس السحرية بأسمائها المختلفة بحثا عن الخلاص، ونتج عن ذلك أن تحول موضوع جائحة كورونا إلى مادة دسمة لكل وسائل الإعلام باختلاف مسمياتها خاصة منصات ومواقع التواصل الاجتماعي فالبرغم من خطورة الفيروس نظرا لسرعة انتشاره واتساع دائرة العدوى، إلا أن الإشاعة باتت أكثر خطورة منه، تمثلت في أوضح مظاهرها العالمية في الإعداد الرهيبة للمصابين والمعلومات المغلوطة من صور ومعلومات وفيديوهات مجهولة المصدر تنشر وتتداول بشكل يومي عن الفيروس هدفها تضليل الرأي العام، وزرع الرعب والخوف والقلق في نفوس البشر والتي سارع المستخدمون إلى إعادة نشرها دون التأكد من مصداقيتها مقابل عدد من (اللايكات) والمتابعات والتعليقات، ولو على حساب الصحة النفسية والجسمية للأفراد، مما جعل الوضع يظهر أكثر تازما مما هو عليه في الواقع وأصبح الخوف من انفلات الأمور عن زمامها هاجس كل القلوب كما أضى من الصعب احتواء الأزمة وإدارتها بالشكل الصحيح في ظل الإشاعات المتواترة.

ولعل من أكثر الصور التي تم تداولها عالميا عبر صفحات التواصل الاجتماعي، والتي هزت الكثيرين من مختلف أنحاء العالم تلك التي يظهر فيها العشرات من البشر واقعون على الأرض بشكل مرعب للغاية في مشهد درامي للموت الجماعي، وقيل إن الصور التقطت في مدينة (يوهان) الصينية للأشخاص المصابين بفيروس كورونا، والذين لقوا حتفهم في الشوارع والمستشفيات وأماكن العمل، ثم تبين أن هذه الصور كانت لعمل فني في مدينة فرانكفورت الألمانية سنة 2014، لإحياء ذكرى ضحايا معسكر "كاتزباج" النازي وقت الحرب العالمية الثانية وعددهم "528" شخصا، إضافة إلى نشر صور لبعض الأشخاص وهم يرتدون كمادات ملقون على الأرض في مشهد تقشعر له الأبدان، في إشارة منهم إلى أن هذا الفيروس قاتل ولا أحد يمكنه النجاة منه، في حين أثبت الأطباء والمختصون في المجال عكس ذلك.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

هذه إضافة إلى العديد من الشائعات حول هذا المرض كتلك الشائعة المتعلقة بالمناخ بارد والبيئة، وأنه بدخول الصيف سيموت الفيروس وينتهي المرض، وأن حرارة الشمس كفيلة بالقضاء عليه.

ومساهم في انتشار هذه الأخبار المضللة والشائعات تبادل الاتهامات بخصوص انتشاره إذ اتهمت الصين مباشرة الولايات المتحدة الأمريكية، بالتسبب في انتشار الفيروس على أراضيها أولاً، إضافة إلى شائعة إصاق مرض كورونا لجميع الأشخاص المتوفين بسبب أمراض أخرى. وأخطر شائعة على الإطلاق هي تلك التي ظهرت في بداية انتشار المرض في العالم وهو إنكار وجود المرض وربطه بالفساد في الدولة والتشكيك بالأرقام الرسمية لعدد المصابين بالفيروس وعدد الوفيات تحت مزاعم أنها تهويل وتضخيم لا تعبر عن الحقيقة.¹

خلاصة المبحث:

التضليل الإعلامي ليس شاغلا مستجدا. إلا أن مخاطره الرهيبة في سياق مشهد الاتصالات الجديد والسريع التطور بسبب التكنولوجيات الابتكارية التي مكنت من نشر كميات لا مثيل لها من المحتوى نشرا سريعا بشكل غير مسبوق دعت وتدعوا إلى ضرورة الالتفات لدراسة هذه الظاهرة الخطيرة ووضع آليات للحد من أثارها الضارة على الأفراد والمجتمعات.

فعلى حد قول الأمانة العامة المساعدة بمكتب الأمم المتحدة لحقوق الإنسان " ايلزبيراندز كيريس" في معرض تقديم تقرير الأمين العام إلى الجمعية العامة ((لا ينبغي أن يشكل التضليل الإعلامي ذريعة لترهيب الأصوات المنتقدة ومضايقتها أو تشويه سمعة المعارضين أو تبرير الرقابة أو عرقلة الأنشطة المشروعة للمدافعين عن حقوق الإنسان ووسائل الإعلام من أجل

¹ - فاطمة منصور فرج، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتداول الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة سرت، ليبيا، مجلة جامعة سرت للعلوم الإنسانية، المجلد 11، العدد 2 (31 ديسمبر 2021م)، ص ص 247-288.

الوصول إلى المعلومات ونشرها، وأن التدابير المتخذة لمكافحة التضليل يجب أن تستند لحرية التعبير))

المبحث الثالث: فعالية استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى

فجر يوم السبت السابع من شهر أكتوبر عام 2023 نفذت حركة المقاومة الإسلامية "حماس" ثورة طوفان الأقصى والتي لم تكن مجرد عملية عادية أي مجرد عملية عسكرية نفذتها ضد الاحتلال الصهيوني بسرعة وكفاءة ودقة فائقة غير مسبوقه ولا متناهية فحسب، بل تعدته لأن تكون طوفانا جارفا بكل ما تحمله الكلمة من معنى، طوفان عرى وفضح وكشف الجميع على حقيقته دولا وأشخاصا وحقائق ما جعلها بالفعل حدثا مميزا.

فماهي ثورة طوفان الأقصى؟ وماهي الأسباب والخلفيات التي أدت إلى تنفيذها؟ وماهي تداعياتها وعلى كل المستويات؟ وكذلك مكتسباتها الاستراتيجية، هذا ما سنعرضه في هذا المبحث الخاص بثورة طوفان الأقصى.

المطلب الأول: ماهية ثورة طوفان الأقصى

انسحبت إسرائيل من قطاع غزة عام 2005 وأخلت المستوطنات التي كانت فيها، ومنذ ذلك الانسحاب وهي تنفذ عمليات عسكرية في القطاع من حين لآخر، حتى أن بعضها قد تحول إلى حروب استمرت أسابيع (قطاع غزة يعد أكثر المناطق كثافة سكانية في العالم حيث يقطنه نحو مليوني فلسطيني)، هذه الحروب كانت تسعى لاغتيال عدة قيادات لحركات المقاومة الإسلامية وبعضها الآخر كان يسعى لاستعادة أسراه لدى المقاومة، وخاصة الجندي جلعاد شاليط الذي أسرته المقاومة في جوان 2006.

وبعد سيطرة حركة المقاومة الإسلامية (حماس) على قطاع غزة في جوان 2007، أعلنت إسرائيل في سبتمبر 2007 غزة "كيانا معاديا" وفي أكتوبر من نفس السنة فرضت عليها حصارا شاملا، هذا الحصار الذي أدى إلى تآكل وجود الطبقة الوسطى في القطاع تآكلا كبيرا، خاصة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

في ظل ما انجر عن هذا الحصار من أزمات معيشية واقتصادية عصفت به، وهذا وفقا لتقديرات مؤسسات المجتمع المدني في القطاع كارتفاع معدلات الفقر وانعدام الأمن الغذائي وتجاوز نسبة البطالة في غزة الـ 50 %.

والجدير بالذكر أنه ومنذ ذلك العام 2007 شن الاحتلال ما يزيد عن ست حروب على القطاع، والبداية من:

✓ 2008-2009 عملية الرصاص المصبوب / معركة الفرقان: في 27 ديسمبر

2008 بدأت إسرائيل حربا على قطاع غزة أطلقت عليها اسم " عملية الرصاص المصبوب" وردت عليها المقاومة الفلسطينية في القطاع بعملية سميتها " معركة الفرقان " وكان هدفها إنهاء حكم حركة حماس في القطاع والقضاء على المقاومة الفلسطينية وكذلك الوصول إلى المكان الذي تخبىء فيه الأسير جلعاد شاليط. واستمرت 23 يوما لتنتهي في 18 جانفي 2009.

✓ 2012 عامود السحاب / حجارة السجيل: سمتها إسرائيل "عامود السحاب" وردت

عليها المقاومة الفلسطينية بمعركة " حجارة السجيل" بدأت هذه الحرب في 14 نوفمبر 2012 واستمرت 08 أيام. وكان هدفها تدمير المواقع التي تخبىء فيها حركات المقاومة أسلحتها وانطلقت باغتيال إسرائيل "أحمد الجعبري" قائد كتائب عز الدين القسام (الجناح العسكري لحركة حماس).

✓ 2014 الجرف الصامد / العصف المأكول: أطلقت إسرائيل في 07 جويلية 2014

عملية سميتها " الجرف الصامد" وردت عليها المقاومة بمعركة " العصف المأكول"، واستمرت 51 يوما وقد اندلعت بعد أن اغتالت إسرائيل 6 من أعضاء حركة حماس زعمت أنهم وراء اختطاف وقتل 3 مستوطنين في قطاع غزة. وأيضا اختطاف مستوطنين للطفل الفلسطيني محمد أبو خضير وتعذيبه وقتله حرقا.

✓ 2019 معركة صيحة الفجر: صباح يوم 12 نوفمبر 2019، استيقظ أهالي غزة

على دوي انفجار صاروخ انطلق من طائرة إسرائيلية مسيرة استهدف قائد المنطقة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الشمالية في سرايا القدس الذراع العسكرية لحركة الجهاد الإسلامي في غزة "بهاء أبو العطا" في شقته السكنية، لترد عليه حركة الجهاد الإسلامي بعملية أطلقت عليها " معركة صيحة الفجر " والتي استمرت بضعة أيام.

✓ **2021 حارس الأسوار / سيف القدس:** اندلعت معركة "سيف القدس" التي سميتها

إسرائيل " حارس الأسوار"، بعد استيلاء مستوطنين على بيوت مقدسيين في حي الشيخ جراح، وكذلك بسبب اقتحام القوات الإسرائيلية للمسجد الأقصى.

✓ **2022 الفجر الصادق /وحدة الساحات:** في يوم الجمعة الـ 05 أوت 2022 وجاءت

بعد اغتيال إسرائيل لقائد المنطقة الشمالية لسرايا القدس (الذراع العسكري لحركة الجهاد الإسلامي) في غزة، لترد عليها حركة الجهاد الإسلامي بعملية سميتها " وحدة الساحات".1

لكن الجدير بالذكر أنه ومنذ عام 2021 ومع معركة سيف القدس، مارست حركة حماس خطة الخداع الاستراتيجي وهي التي أسمتها بهذا الاسم، فأظهرت لكيان الاحتلال أنها غير معنية بأي موجة تصعيد في قطاع غزة وابتعدت عن المشاركة في أي معركة في مواجهة مع كيان الاحتلال الذي ظن أنها خارج دائرة الصراع والمواجهة وأنها استكانت والتفتت لإدارة قطاع غزة ولا تريد المواجهة، لتأتي عملية طوفان الأقصى، تسونامي المقاومة، انتفاضة الأحرار ... فلنسمها بما شئنا من حيث لا يحتسبون سواء بالنسبة للكيان الصهيوني الذي حطمت غروره بعدم توقعه يوماً بخروج المقاومين من داخل السياج والجدار العازل أو بالنسبة للأمتين العربية والإسلامية والتي أعادت لها ثورة طوفان الأقصى عزها وفخرها وقدرتها على المواجهة.2

1- أبرز حروب إسرائيل على قطاع غزة، متاح على الرابط: <http://www.aljazeera.net>، آخر تحديث: 2023/10/11، 02:24 م (بتوقست مكة المكرمة)

2 ابراهيم شير، طوفان الأقصى... السياق الطبيعي للرد...، متاح على الرابط: <http://www.almayadeen.net>، كانون الثاني، الساعة: 14:00

- فما هي ثورة طوفان الأقصى ولماذا هذه التسمية "طوفان الأقصى"؟

يقول مدير مركز بيبوس للدراسات في رام الله: "سليمان بشارت" "إن اختيار الأسماء مهمة صعبة في المعارك الاستراتيجية وذلك بمراعاة مجموعة من عوامل وظروف بيئية ودينية وثقافية وعسكرية ونفسية وغيرها"

مشيرا إلى أن التسمية وبشكل أساسي لها ارتباط بالبعد الديني والهوية الفلسطينية والإسلامية، وأن اختيار عنوان مرتبط بالأقصى يخلق حافزية ودافعية لدى منتسبي المقاومة وأذرعها العسكرية من جهة، وفي الحاضنة الشعبية من جهة أخرى فالأقصى محل إجماع فلسطيني رغم اختلاف النهج والبرامج السياسية"

ويرى "بشارت" أن في التسمية "رسالة واضحة للاحتلال الذي يمارس الانتهاكات بحق الأقصى وبأن ما يجري جاء ردا على أفعاله واعتداءاته"

وذكر أن المسجد الأقصى تعرض في الأسابيع القليلة الماضية وبالتزامن مع الأعياد اليهودية لانتهاكات كبيرة جدا من قبل الاحتلال ووزرائه ومستوطنيه، فضلا عن تعرض المرابطين والمرابطات لاعتداءات أثارت مشاعر المسلمين ليس في غزة فحسب بل في كل أنحاء العالم.

ويقول خبير الشؤون الأمنية "ابراهيم حبيب" من غزة "إن تسمية المعركة مرتبطة بمعنى الحرب وهدفها الأساسي وهو المسجد الأقصى وما يتعرض له من تدنيس ومحاولة تقسيم زمني ومكاني.

وأضاف أن المقاومة الفلسطينية حاولت بكل السبل ردع الإسرائيليين عن أفعالهم دون جدوى، وبالتالي كانت هذه المعركة وبهذه التسمية وبشكل مختلف عن الردود السابقة.

ويربط المحلل الفلسطيني بين هذه المعركة ومعركة سيف القدس "سميت طوفان الأقصى تيمنا بالحالة الثورية التي كانت عام 2021 والتي كان هدفها أيضا المسجد الأقصى"

وهذا لأن المسجد الأقصى "قضية جامعة للوطني والعربي والإنساني فهي تسمية موفقة في طريق تحرير الأقصى وكبح جماح المستوطنين والدولة العبرية اتجاهه"

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وتابع " للتسمية دلالات كثيرة في نفس كل عربي، فالقضية الآن قضية الأقصى التي لا يختلف عليها إثنان في الكل الوطني أو العربي، لاسيما أن هناك إجماعا عربيا وإسلاميا على رفض الظلم الواقع عليه"¹

هي عملية عسكرية شنتها المقاومة الفلسطينية في قطاع غزة على إسرائيل فجر يوم السبت 07 أكتوبر 2023، وشملت هجوما بريا وبحريا وجويا وتسلا للمقاومين إلى عدة مستوطنات في غلاف غزة، وأعلن عنها "محمد الضيف" قائد الأركان في كتائب عز الدين القسام، الجناح العسكري لحركة المقاومة الإسلامية (حماس) واعتبرت أكبر هجوم عسكري على إسرائيل منذ عقود.

وقد أعلن القائد العام للكتائب " محمد الضيف" بدء العملية ردا على "الانتهاكات الإسرائيلية في باحات المسجد الأقصى المبارك واعتداء المستوطنين الإسرائيليين على المواطنين الفلسطينيين في القدس والضفة والداخل المحتل"²

هي عملية عسكرية ممتدة شنتها فصائل المقاومة الإسلامية الفلسطينية في قطاع غزة وعلى رأسها حركة حماس عبر ذراعها العسكري كتائب الشهيد عز الدين القسام في أول ساعات الصباح من يوم السبت 07 تشرين الأول / أكتوبر 2023 الموافق لـ 22 ربيع الأول عام 1445 هـ.

كما تسمى من جهة إسرائيل بعملية السيوف الحديدية. وتشير إليها بعض المصادر بالانتفاضة الثالثة ويشار إليها بشكل غير رسمي باسم معركة السابع من أكتوبر.³

¹ مقال " ماسر تسمية عملية " طوفان الأقصى وأخواتها؟ متاح على الرابط: <http://alghad.com> ، بتاريخ: الاثنين 2023/10/09، الساعة (01:38 م).

² مقال " طوفان الأقصى" أكبر هجوم للمقاومة الفلسطينية على إسرائيل، متاح على الرابط: [www. Aljazeera.net](http://www.Aljazeera.net)، آخر تحديث 2024/02/02، 01: 21 (بتوقيت مكة المكرمة)

³ مقال عملية طوفان الأقصى، متاح على الرابط: <http://ar.m.wikipedia.org/wiki>

المطلب الثاني: أطراف ثورة طوفان الأقصى وجذورها التاريخية

أولاً: الجيش الإسرائيلي:

1- التسمية: صادق مجلس الوزراء الإسرائيلي على مسمى "قوات الدفاع الإسرائيلية" (بالعبرية تسفا هجنه لیسرائیل)

"جيش الدفاع عن إسرائيل" حرفياً في 26 مايو 1948 (12 يوماً من الإعلان الرسمي عن قيام دولة إسرائيل)

ويختصر إلى "تساهل" نسبة الأحرف الأولى للإسم العبري، اختير الاسم لأن فيه كلمة "دفاع" للإيحاء بفكرة أن دور الجيش هو الدفاع وكذلك لاحتوائه على اسم المجموعة الأساسية التي شكلت حجر الزاوية لبناء الجيش: الهاجاناه

وفي وسائل الإعلام العربية نادراً ما يستعمل الاسم الرسمي للجيش، والتي تشير إليه باسم "الجيش الإسرائيلي" كما يكثر استخدام مسمى "جيش الاحتلال" في وسائل الإعلام العربية إشارة إلى القوات الإسرائيلية المتواجدة في الأراضي الفلسطينية المحتلة (الضفة الغربية وبحر قطاع غزة).

كما نشرت الحكومة الإسرائيلية بياناً في 13 يناير (جانفي) 1998 حول ما اعتبرته خروقات فلسطينية لاتفاق الخليل من بينها استعمال مسمى "قوات الاحتلال" في وسائل الإعلام الفلسطينية الرسمية بدعوى تعارض ذلك مع اعتراف المؤسسات الفلسطينية بدولة إسرائيل.

2- التأسيس: تأسس الجيش الإسرائيلي بقرار من "وزير الدفاع الإسرائيلي" ورئيس الحكومة المؤقتة دافيد بن غوريون في 26 مايو 1948 (بعد 12 يوماً من الإعلان الرسمي عن قيام دولة إسرائيل) حيث بدأ العمل كجيش مجندين، واستقطب مجنديه الأوائل من الميليشيات الموجودة بالفعل في النشوف، وهي الهاغاناه وإرغون وليحي.

شارك في كل صراع مسلح انخرطت فيه إسرائيل منذ ذلك الحين ومع أنه كان يعمل في الأصل على ثلاث جبهات رئيسية:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

• ضد لبنان وسوريا في الشمال

• ضد الأردن والعراق في الشرق

• ضد مصر في الجنوب

فقد تحول تركيزه في المقام الأول إلى جنوب لبنان والأراضي الفلسطينية منذ:

• توقيع معاهدة كامب ديفيد في 1979.

• توقيع معاهدة وادي عربة في 1994.

أصبح للجيش الإسرائيلي علاقة أمنية وثيقة مع الولايات المتحدة الأمريكية منذ 1967 بما في ذلك التعاون في مجال البحث والتطوير مع الجهود المشتركة بشأن طائرات إف - 15 والليزر والتكتيك عالي الطاقة بالإضافة إلى أشياء أخرى. كما قد حافظ على قدرة تشغيلية للأسلحة النووية منذ 1967.

قرر الكنيست الإسرائيلي في 31 مارس 1976 ترسيخ مكانة الجيش وأهدافه في " القوانين الأساسية " حيث يوضح خضوع الجيش لأوامر الحكومة وحظر قيام قوة مسلحة بديلة له.

- سياسة التجنيد التي ينتهجها الجيش الإسرائيلي هي سياسة تجنيد إجباري للذكور والإناث وذلك منذ إنشائه إلى اليوم.

- يضم أو يشمل الجيش الإسرائيلي:

• القوات البرية الإسرائيلية.

• سلاح الجو الإسرائيلي.

• سلاح البرية الإسرائيلي.

ويشمل الجناح العسكري الوحيد لجهاز قوات الأمن الإسرائيلية ويرأسه رئيسا لأركان العامة وهو تابع لوزير الدفاع الإسرائيلي.¹

ثانيا: حركة المقاومة الإسلامية (حماس): في سنة 1924 م عندما سقطت الإمبراطورية العثمانية والتي كانت تمثل الكيان السياسي الجامع للمسلمين، ويستظل المسلمون تحت لوائها فأصبحت معظم البلاد العربية والإسلامية تحت السيطرة الاستعمارية، وكانت من بين البلدان المحتلة " فلسطين" التي تمثل الشيء الكثير للعرب والمسلمين لأنها تحتضن أولى القبلتين وثالث المسجدين، ومسرى الرسول (صلى الله عليه وسلم) ومنذ وقوعها تحت الانتداب البريطاني وإصدار وزير الخارجية البريطاني " آرثر جيم بلفور" لوعده بإعطاء اليهود وطنا قوميا في فلسطين وورد في هذا الوعد ما نصه" إن حكومة صاحب الجلالة تتظر بعين العطف إلى تأسيس وطن قومي للشعب اليهودي في فلسطين وستبذل غاية جهدها لتسهيل تحقيق هذه الغاية، على أن يفهم جليا أن لن يؤتى بعمل من شأنه أن ينتقص من الحقوق المدنية والدينية التي تتمتع بها الطوائف غير اليهودية المقيمة الآن في فلسطين، ولا الحقوق أو الوضع السياسي الذي يتمتع به اليهود في البلدان الأخرى.

وتحت شعار شعب بلا أرض لأرض بلا شعب وقع ظلم كبير على الشعب الفلسطيني، الشيء الذي أدى إلى تشكيل العديد من الحركات السياسية الإسلامية وغير إسلامية تطالب بإرجاع الحقوق إلى أصحابها وكانت " حركة الإخوان المسلمين" على يد الإمام حسن البنا أولى هذه الحركات في العالم العربي.

وقد تأسست هذه الحركة في مدينة الإسماعيلية في مصر في شهر مارس 1928 وأعلن عن الحركة في اجتماع عقد في بيت الشيخ حسن البنا وضم ستة من الذين سمعوا الخطبة وتأثروا

¹ - الجيش الإسرائيلي، متاح على الرابط: <http://ar.m.wikipedia.org/wiki>، بتاريخ: أكتوبر 2015.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

به، وفي هذا الاجتماع تعاهد السبعة على أن يحيوا " إخوانا " عاملين للإسلام ومجاهدين في سبيله، فكانت أول بيعة، وولدت أول تشكيلة للإخوان المسلمين من هؤلاء السبعة¹

لكن من الواضح أن ولادة حركة الإخوان المسلمين كانت في ظروف وعوامل معقدة على الصعيدين الداخلي والخارجي:

أ- على الصعيد لداخلي:

- سقوط الإمبراطورية العثمانية.
- انتشار الفقر والامية في مختلف ربوع العالم العربي.
- تراجع مكانة الدين الإسلامي منذ مجيء الاستعمار البريطاني وهذا بسبب:
 - فصل الدين عن الدولة.
 - تحية الشريعة الإسلامية من القانون والقضاء وحصرها في الأحوال الشخصية.
 - فصل المدارس الدينية عن المدارس المدنية.
 - توجيه الناشئة من الشباب إلى العمل الحكومي.
 - النظرة الدونية لخريجي العلوم الدينية واقتصار عملهم على إمامة المسجد أو مأذونية زواج..

¹- صخر يوسف محمد زهران، حركة المقاومة الإسلامية "حماس"النشأة وتطور فكرها السياسي من عام (1408-1424هـ/1987م/2007م) رسالة ماجستير (جامعة القدس، فلسطين، 1430هـ-2009م)، ص.2.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ب- على الصعيد الخارجي:

- الحرب العالمية الأولى ومخلفاتها.
- احتلال معظم البلاد العربية وتقسيمها بموجب اتفاقية سايكس 1916م (فرنسا حصلت على أجزاء كبيرة من سوريا وجنوب الأناضول والموصل في العراق / بريطانيا أخذت الأراضي الواقعة أقصى سوريا حتى العراق....)
- أما فلسطين فقد وضع لها نظام خاص وهذا:
- تزامنا مع هذا التقسيم للدول العربية.
- تزامنا مع نشاط الحركة الصهيونية للاستلاء على فلسطين.
- انتشار الفكر العلماني وعزل الدين عن الدولة وظهور فكرة القومية والعنصرية والإقليمية وغياب فكرة الأمة الواحدة.
- وفي ظل كل هذه المعطيات السوداء دعت جمعية الإخوان المسلمين إلى التعامل مع هذا الوضع بالسياسة ومحاولة إعادة الفهم الصحيح للإسلام والوقوف في وجه الاستعمار الذي حل على الوطن العربي.
- وكان احتلال فلسطين في أجنحة الإخوان المسلمين وهذا نظرا لمكانة فلسطين الخاصة، خاصة في عقيدتهم فهي أولى القبليتين وثالث المسجدين ومسرى الرسول (صلى الله عليه وسلم)
- ونظرا للفهم المبكر والصحيح للقضية الفلسطينية على أنها صراع وجود وليست صراع حدود.
- ونظرا لإدراكهم خطورة الوضع الذي آلت إليه القضية الفلسطينية من مؤامرات وغيرها.
- بدأ الإخوان يعدون العدة لتنظيم حركة عسكرية لإنقاذ فلسطين عندما أصدرت هيئة الأمم المتحدة قرارها بتقسيم فلسطين، وسارع الإخوان من أنحاء العالم إلى التطوع من أول يوم فتح فيه باب التطوع.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ومكانة القضية الفلسطينية لدى الإخوان المسلمين مكانة خاصة وهذا يعكس التوجه العربي والإسلامي للجماعة الذي أكسبها شعبية واسعة وكبيرة جدا لدى الشعب العربي والفلسطينيين خاصة بعد مشاركتها في الحرب سنة 1948م¹.

وتمثلت هذه الحركة العسكرية التي كان الإخوان المسلمين يريدون إنشائها لإنقاذ فلسطين في " حركة المقاومة الإسلامية " حماس "

• الأصول الإخوانية لحماس:

وتعرف حركة المقاومة الإسلامية حماس نفسها بأنها " جناح من أجنحة الإخوان المسلمين، وترى بأنها تنظيم عالمي وبأنها كبرى الحركات الإسلامية في العصر الحديث وبأنها تمتاز بـ:

• الفهم العميق والتصور الدقيق والشمولية التامة لكل المفاهيم الإسلامية وفي جميع مجالات الحياة في التصور، الاعتقاد، السياسة، الاقتصاد، التربية، المجتمع، الحكم والدعوة والتعليم.... وباقي مجالات الحياة.

وتلتقي معها (حركة حماس مع حركة الأخوان المسلمين) في تحديد رؤيتها للإسلام، فالإسلام منهجها ومنه تستمد أفكارها ومفاهيمها، وتصوراتها عن الكون، والحياة، والإنسان... وإليه تحتكم في كل تصرفاتها، ومنه تستلهم ترشيد خطاها، وهذا ما عبر عنه الإمام حسن البنا مؤسس الإخوان المسلمين حينما قال " الإسلام عبادة وقيادة، ودين ودولة، وروحانية، وعمل، وصلاة وجهاد، وحكم، ومصحف، وسيف، لا ينفك واحد من هذين عن الآخر.

وتعد حركة المقاومة الإسلامية حماس نفسها " حلقة من الجهاد في مواجهة الغزو الصهيوني تتصل وترتبط بانطلاقة الشهيد عز الدين القسام وإخوانه المجاهدين من الإخوان المسلمين عام 1936، وتمضي لتصل وترتبط بحلقة أخرى تضم جهاد الفلسطينيين، وجهود الإخوان المسلمين وجهادهم في حرب 1948 والعملية الجهادية للإخوان المسلمين عام 1968 وما بعده.

¹ - المرجع نفسه، ص.5.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

وتلتقي حركة حماس بالشعار نفسه الذي يرفعه الإخوان المسلمون " الله غايتها، الرسول قوتها والقرآن دستورها، والجهاد سبيلها، والموت في سبيل الله أسمى أمانها" وهذا هو الشعار نفسه الذي عبر عنه الإمام حسن البنا في رسائله.¹

✓ عوامل وظروف نشأة حركة حماس:

نشأت حركة المقاومة الإسلامية حماس نتيجة تفاعل عوامل عديدة عايشها الشعب الفلسطيني والمتمثلة في:

أ- الصحوة الإسلامية الواضحة والملحوظة والتي انتشرت في كامل فلسطين وغيرها من البلدان العربية الإسلامية والتي جعلت الحركة الإسلامية تدرك أنها أمام تحدٍ عظيم سببه أمران:

- تراجع القضية الفلسطينية إلى أدنى سلم أولويات الدول العربية وحتى الفرد العربي والمسلم.
- تراجع مشروع القضية الفلسطينية من تحرير كامل التراب الفلسطيني، وأنه لا صوت يعلو فوق صوت البندقية والمعركة إلى مشروع التعايش السلمي وإقامة دولة فلسطينية إلى جانب الكيان الصهيوني.

هذا إضافة على الآثار السلبية للقمع الصهيوني المتواصل والمتمثل في:

- محاولة تهويد المقدسات وخاصة المسجد الأقصى.
- إنكار الكيان الصهيوني للحقوق المشروعة للشعب الفلسطيني كحقه في بناء كيانه المستقل وبناء مؤسساته الوطنية وإرغامه على التعامل مع الإدارة المدنية.
- سلب الأراضي الفلسطينية وإخلائها من السكان الفلسطينيين العرب بثتى الوسائل والأساليب حتى بالقوة والإرهاب، وإحلال المستوطنين اليهود بدلا من السكان الأصليين.
- العمل والتخطيط لإبعاد الحركة الإسلامية عن القضية الفلسطينية حتى لا تأخذ الأمور أبعادا أخرى دينية وعقائدية وبالتالي يصعب التحكم بمجريات القضية ومسارها وأكبر دليل على

¹ - المرجع نفسه، ص ص 6-7.

ذلك ما كان حاصل أنذاك في مصر (مركز الثقل في الدول العربية) وأدى إلى اغتيال المرشد العام لحركة الإخوان المسلمين سنة 1949م، ونفس الأمر في سوريا كذلك.

كل هذا أدى إلى ظهور بوادر النضج لفكرة المقاومة لدى قطاع واسع من الشعب داخل فلسطين وخارجها.¹

أما عن الحركة في قطاع غزة

فبالإضافة إلى كل العوامل السابقة التي أدت إلى تراجع تأثير الحركة في مسألة القضية الفلسطينية بممارسة الكثير من الضغوط الداخلية والخارجية عليها وجعلها حركة سرية.

اتجهت الحركة إلى نظرية **التغيير الاجتماعي** وأعطوها الأولوية في نشاطهم لأنهم يرون أن التغيير الاجتماعي يقود إلى التغيير السياسي، وكان لابد من إحداث هذا التغيير حتى يصبح المجتمع ناضجا لممارسة المقاومة الشاملة للاحتلال، وهذا لأن أي حركة لا تستطيع الصمود والمقاومة دون إيجاد حاضنة لها ومناخ ملائم.

وانصب عمل الحركة في هذه الفترة في قطاع غزة على الاتصال بال جماهير والتأثير فيهم من خلال النشاطات والاحتفالات الدينية والاجتماعية، كالاحتفال بذكرى ليلة القدر والإسراء والمعراج، والمولد النبوي، كما شرعوا في هذه الفترة أيضا بإنشاء مؤسساتهم الجماهيرية مثل: المجتمع الإسلامي سنة 1973م، والجمعية الإسلامية سنة 1976م، والجامعة الإسلامية سنة 1978م.

ومن الواضح أن الحركة في هذه الفترة كانت تعمل على بناء الفرد من خلال التربية، والتثقيف، وإيجاد النواة الصلبة، وإيجاد أرضية قوية ومتسعة لوجودهم في قطاع غزة والعمل على إيجاد النواة الصلبة التي من خلالها تستطيع الدخول إلى مرحلة جديدة من خلال العمل العسكري، وهذا ما قام به أحد أحمد ياسين " 1983م في اول تجربة عسكرية سعى من خلالها الشيخ أحمد

¹ - المرجع نفسه، ص ص 11-12.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ياسين إلى جمع السلاح تمهيدا لتدريب مجموعات عسكرية وإطلاق المشروع الجهادي. كما قد أسس لمجموعتين سريتين خططتا للعمل العسكري هما "شباب الثائر" و "مجموعة كتيبة الحق"¹.

المطلب الثالث: الخلفيات والأسباب

في وثيقة رسمية أصدرتها حركة المقاومة الإسلامية (حماس) تحدثت فيها عن ثورة طوفان الأقصى وروايتها لأحداث الهجوم الذي شنته كتائب القسام وفصائل المقاومة يوم 07 أكتوبر / تشرين الأول الماضي على مستوطنات غلاف غزة.

وقد أوضحت حماس في هذه الوثيقة (المذكورة) التي جاءت تحت عنوان " هذه رواتنا ... لماذا طوفان الأقصى؟

أن العملية (ثورة طوفان الأقصى) كانت خطوة ضرورية واستجابة طبيعية لمواجهة ما يحاك من مخططات إسرائيلية، هذه المخططات الإسرائيلية تستهدف:

- تصفية القضية الفلسطينية
- السيطرة على الأراضي وتهويدها.
- حسم السيادة على المسجد الأقصى والمقدسات.
- إنهاء الحصار الجائر على قطاع غزة.
- وان هذه العملية خطوة طبيعية تهدف إلى:
- التخلص من الاحتلال.
- استعادة الحقوق الوطنية.
- إنجاز الاستقلال والحرية كباقي شعوب العالم (حق تقرير المصير)
- إقامة الدولة الفلسطينية المستقلة وعاصمتها القدس.

¹ - المرجع نفسه، ص ص 9- 10.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

كما دعت وطالبت أيضا من خلال هذه الوثيقة (المذكورة) إلى:

- الوقف الفوري للعدوان الإسرائيلي على قطاع غزة.
- العمل الفوري على وقف الجرائم والإبادة الجماعية التي يرتكبها الاحتلال بحق الشعب الفلسطيني
- فتح المعابر.
- فك الحصار على قطاع غزة.
- إدخال المساعدات وتوفير كل مستلزمات الإيواء وإعادة الإعمار.
- معاقبة الاحتلال الإسرائيلي قانونيا على احتلاله وكل ما ترتب عليه من معاناة وضحايا وخسائر.
- السعي لتدفيع الاحتلال أثمان جرائمه في قتل المدنيين وتدميره البيوت والمستشفيات والكنائس والبنى التحتية.
- ضرورة دعم المقاومة ضد الاحتلال الإسرائيلي بكل السبل المتاحة باعتبارها حقا مشروعاً وفق القانون الدولي وكل الشرائع والأديان.
- مواصلة الضغوط الشعبية عربياً وإسلامياً ودولياً لإنهاء الاحتلال.
- تفعيل حركات رفض التطبيع وحركات مقاومة البضائع الإسرائيلية ومقاطعة الشركات والمؤسسات التي تدعم الاحتلال.¹

¹ - متاح على الرابط: "لماذا طوفان الأقصى" .. وثيقة لحماس تروي أحداث 7 أكتوبر (المكتب الإعلامي لحركة المقاومة الإسلامية حماس، هذه روايتنا ... لماذا طوفان الأقصى؟)

http://www.aljazeera.net بتاريخ: 2024/01/21 /آخر تحديث: 2024/01/21 على الساعة: 07:20 م

(بتوقيت مكة المكرمة)

المطلب الرابع: تداعيات ثورة طوفان الأقصى

أولاً: محلياً

أ- على المستوى الإسرائيلي:

ثورة طوفان الأقصى لم تكن ذلك الحدث العادي أي تلك العملية العسكرية التي نفذتها المقاومة الفلسطينية ضد الاحتلال الصهيوني وكفى، بل كانت صدمة أفقدت إسرائيل صوابها وتوازنها لأنها بالفعل كانت حدثاً مهيناً بقدر ما كان مميتاً وهذا ما جعلها تصفه بـ "الصدمة" و "السبت الأسود" و "الكابوس الإسرائيلي" و "الكارثة المروعة" و "تاريخ العار على إسرائيل".

ثورة كانت طوفانا حقيقياً كشف وعرى وفضح إخفاقات إسرائيل وعلى جميع الأصعدة (استخباراتي، سياسي، اقتصادي، اجتماعي، إعلامي...)

1- الإخفاق الاستخباراتي: ورقة للدكتور محمد بدري عميد العلاقات الدولية والدراسات الاستراتيجية بجامعة أهومي البريطانية، لترصد معالم وملاحم صدمة " 7 أكتوبر" من المنظور الأمني الاستخباراتي الإسرائيلي.

وقد تمثلت تداعيات الصدمة الاستخباراتية فيما يلي:

- تراجع الثقة الشعبية على نحو غير مسبوق بالجيش الإسرائيلي وأجهزة الأمن ومؤسسات الاستخبارات.
- فقدان الشعور بالاستقرار المبني على الأمن بين الإسرائيليين، وهو الأمر الذي عكسه ارتفاع معدلات "الهجرة العكسية" التي تعد لديهم "خطراً وجودياً" من إسرائيل إلى الخارج، خلال الفترة من 08 أكتوبر وحتى منتصف نوفمبر، بأكثر من 230 ألف شخص.
- تآكل مفاهيم مركزية في العقيدة العسكرية الإسرائيلية والتي منيت بفشل ذريع إن لم نقل بالانهيار التام.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

• ترتب على اهتزاز الردع تزايد المخاوف من شن خصوم إسرائيل في المنطقة - خاصة حزب الله- في لبنان، والحوثيين في اليمن " هجمات ضدها، وهو ما حدث بالفعل، وبالتالي فأحد الأهداف غير المعلنة لعملية " السيوف الحديدية" والتي ردت بها إسرائيل على " طوفان الأقصى" هو ردع هؤلاء الخصوم وغيرهم.

2- الإخفاق السياسي (التداعيات السياسية): جاءت هذه الورقة لـ "مهذب عادل" باحث بمركز الأهرام والدراسات السياسية والاستراتيجية، لتحلل تأثيرات الحرب على مستقبل النظام السياسي لإسرائيل، حيث بينت الورقة أن عملية " طوفان الأقصى " شكلت صدمة له خاصة أنها:

- جاءت متزامنة مع أزمة الإصلاحات القضائية.
- الحركة لاحتجاجية الواسعة في الشارع الإسرائيلي بسبب هذه الإصلاحات القضائية.
- امتداد هذه الحركة الاحتجاجية إلى بعض المؤسسات الإسرائيلية.
- إضافة إلى أزمة احتجاجات جنود الاحتياط في الجيش الإسرائيلي في محاولة لتشكيل جبهة معارضة لسياسات الائتلاف المتطرفة المتعلقة بخطة الإصلاح القضائي.
- الأمر الذي دفع نتنياهو عقب العملية العسكرية الفلسطينية في 05 نوفمبر 2023 إلى:
- عدا احتجاجات جنود الاحتياط عاملا في قرار حركة حماس بتنفيذها، في محاولة منه للتوصل من مسؤولياته تجاه الأحداث.
- هذا إضافة إلى أن معطيات الواقع السياسي الإسرائيلي عقب تصعيد 07 أكتوبر، تعكس حالة الانقسام والاستقطاب المتصاعدة بمؤسسات الحكم، مما يؤثر في استقرار الائتلاف الحكومي وتهدد بانهياره، خاصة وأن:
- خطط الإصلاح القضائي ما تزال قائمة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

• التوترات الهيكلية المرتبطة بالعمليات الديموغرافية والاجتماعية والسياسية طويلة المدى ومنها على سبيل المثال: زيادة عدد الأقليات ذات الدوافع الإيديولوجية - اليهود والمستوطنين المتشددين - فضلا عن تعزيز مشاركتها السياسية والمؤسسية.

3- الإخفاق الاقتصادي (الانعكاسات الاقتصادية): هذه الورقة للدكتور " محمد شادي " رئيس وحدة دراسات الاقتصاد الإسرائيلي، والتي تنقسم إلى انعكاسات تظهر على **المديين القصير والطويل**، وتأثيرات هيكلية تؤثر في بنيته كلها في كلا المديين.

✓ على المدى القصير: حيث تمثلت أهم هذه الانعكاسات في:

• انخفاض سعر الشيكل، وتراجع الاحتياط النقدي.

• انخفاض أعداد السائحين، ومغادرة العمالة لأجنبية.

• ارتفاع معدلات البطالة.

✓ على المدى الطويل: فتمثلت هذه الانعكاسات في:

* ارتفاع الإنفاق الدفاعي.

* ارتفاع عجز الموازنة العامة.

✓ - بينما تمثلت التأثيرات (الانعكاسات) الهيكلية في:

• ارتفاع تكلفة العمالة.

• خروج الشركات الأجنبية من الاقتصاد الإسرائيلي وذلك بفعل عاملين:

• مقاطعة منتجات المستوطنات غير الشرعية.

• مقاطعة منتجات الشركات المملوكة لإسرائيليين أو تعلن دعمها لإسرائيل.

4- الإخفاق المجتمعي (الاجتماعي): (صدمة المجتمع): هذه الورقة للدكتورة " هالة الحفناوي "

-باحثة متخصصة في شؤون الشرق الأوسط، لتقدم معالجة عن تداعيات هجوم 7 أكتوبر على

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

المجتمع الإسرائيلي، حيث انطلق تحليل هذه الورقة من افتراض أساسي هو: " أن المجتمع الإسرائيلي زاد تطرفه بعد هذه الأحداث، وزاد رفضه لأي سلام مع الفلسطينيين".

✓ - سمات المجتمع الإسرائيلي: والذي له عدة سمات وهي:

- سقوط الثوابت الأمنية.
- تصاعد تطرف المجتمع.
- احتقان داخلي متزايد.
- الفرار للخارج.
- موجة نزوح ضخمة.
- معضلة عودة سكان المستوطنات الشمالية والجنوبية.

لتشير في الختام الدكتورة هالة الحفاوي إلى أن الجيوش النظامية تواجه صعوبات جمة في حسم حروب المدن، كما تدل على ذلك الخبرة الأمريكية في العراق، ولذلك فإن قدرة المجتمع الإسرائيلي على تحمل خسائر بشرية لتحقيق أهداف مشكوك فيها، قد تجبر هذا المجتمع المغالي في تطرفه على قبول أهداف أكثر تواضعا من تلك التي أعلنتها حكومته مع بداية عملياتها العسكرية في غزة عقب " طوفان الأقصى".

5- الإخفاق الإعلامي (إخفاقات الرواية): هذه الورقة للدكتورة رنا أبو عمرة- دكتوراه في العلوم السياسية، قدمت هذه الورقة لتتناول من خلالها الرواية الإسرائيلية بعد أحداث السابع من أكتوبر وما واجهها من تحديات في الغرب، وإخفاقات في الترويج للسياسات العسكرية في غزة، لافتة إلى أن عملية " طوفان الأقصى" استطاعت أن تكسر احتكار وتفرد إسرائيل برواية غزة في الغرب.

لتشير إلى أن إسرائيل بدأت حملتها العسكرية على غزة بمزاعم حول قطع مقاتلي حركة حماس لرؤية 40 طفلا رضيعا أثناء أحداث السابع أكتوبر، وهو ما روجت لها العديد من الصحف

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ووسائل الإعلام الأمريكية والغربية، والتي وصلت إلى تبني الرئيس الأمريكي " جو بايدن " هذه المزاعم، ثم أعقبت ذلك بعدة ساعات فقط تراجع البيت الأبيض عن هذا التصريح. كما أكد عدد من الصحفيين الذين شاركوا في الجولة الإعلامية في المستوطنة عبر تغريداتهم " أن الضباط الإسرائيليين أنفسهم لم يذكروا شيئاً عن هذه الواقعة إلى غير ذلك من مزاعم أخرى تثبت كذبها.

تؤكد الدكتورة على أن:

• صمود الشعب الفلسطيني أمام الاجتياح الإسرائيلي المفتوح والمجازر المتواصلة.

• صمود المقاومة والتسجيلات المصورة التي:

قد وقفنا حائط صد قوي أمام تحقيق الهدف من السرديات الإسرائيلية، وسمحاً لهامش الرواية المقابلة المدعومة بمواقف حقيقية على أرض الواقع وليس مجرد خطاب ادعائي، حتى في ظل:

• اختلال موازين القوة بين الطرفين.

• فداحة الخسائر البشرية والمادية. وهذا تحديداً ما أعطى زخماً للسردية المقابلة وقدرتها على تحدي المغالطات.

لتخلص الدكتورة في هذه الورقة إلى أن دحض الرواية الإسرائيلية والسرديات المغلوطة هو جزء من المعركة وليس منفصلاً عنها، بل إن:

• الصمود والتضييق الدبلوماسي والإعلامي في مواجهة السردية الإسرائيلية.

• وضعها في مواجهة مباشرة مع ما تدعيه.

من شأنه ترتيب تداعيات قانونية وسياسية وإعلامية تنتظر من يلتقطها ويجمع أطرافها لنسج الرواية المقابلة بدقة وحرفية بوصفها السلاح الأبقى والأوسخ في معركة لن تنتهي بانتهاء العمليات العسكرية.¹

¹ - السنوسي محمد السنوسي، ملامح الصدمة الإسرائيلية بعد طوفان الأقصى في ملحق استراتيجي لـ "السياسة الدولية"، مجلة البيان الرقمية، متاح على الرابط :

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ب- على المستوى الفلسطيني: بغض النظر عن المسارات والمآلات النهائية للمواجهة الحالية بين المقاومة الفلسطينية بقيادة حركة حماس وجيش الاحتلال الإسرائيلي في إطار ما يعرف بـ: "ثورة طوفان الأقصى" إلا أن الفلسطينيين قد حققوا مكاسب استراتيجية لن تتغير ولن تؤثر فيها التفاصيل اللاحقة.

ومن هذه المكتسبات أو المكاسب الاستراتيجية ما يلي:

1- **إعادة الاعتبار لفلسطين الدولة والشعب ولقضية:** وهي التي عمل على طمسها طويلا خليط من الدول والمؤسسات والشخصيات سواء عبر الحروب أو الصفقات المشبوهة أو عبر المعاهدات الغامضة التي عملت على التسوية وإطلاق العنان لعملية بناء المستعمرات الصهيونية في عموم الأراضي الفلسطينية لاسيما منها القدس الشريف والضفة الغربية كهدف أول مترافق مع عملية إبعاد وتدمير للوجود الفلسطيني تمهيدا لتعبيد الطريق نحو تهجير جديد لما تبقى من شعب فلسطيني باتجاه مصر والأردن ولبنان، لتأتي ثورة طوفان الأقصى من حيث لا يحتسبون.

2- **إعادة طرح القضية الفلسطينية من جديد على المستوى العالمي:** وهو تعرض محاولة تشريع الوجود الإسرائيلي في المنطقة من خلال عمليات التطبيع إلى ضربة قاصمة بعد ترويج نفذته لسنوات طويلة الكثير من الدول وشركات الإعلان والإعلام يصور الكيان على أنه واحة للديمقراطية والحريات واحترام حقوق الإنسان، وأنه مثال يحتذى، وكادت هذه الأكاذيب تنجح بمؤازرة دول وأنظمة ومطبعين متعددي المشارب، فانهارت مساراتهم وأمانهم مع بزوغ فجر السابع من أكتوبر.¹

3- **كسر هيبة دولة الاحتلال:** من خلال مؤسساتها العسكرية والأمنية بشكل غير مسبق وكسر أسطورة الجيش الذي لا يقهر والجندي المدجج بالسلح المتفوق على الآخرين. فمباغثة كتائب عز الدين القسام وتفوقها الملحوظ وإنجازاتها البادية ولا سيما العدد الكبير من القتلى

بتاريخ: 11 فيفري 2024 <http://albayan.co.uk>

¹- خضر رسلان، طوفان الأقصى ... مكاسب استراتيجية عصية على العدوان والمجازر، متاح على الرابط :

بتاريخ: 08 نوفمبر 2023 <http://www.al-binaa.com>

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

والأسرى " الإسرائيليين " ومشاهد المواجهات بين المقاومين والجنود الإسرائيليين قد أنتجت صورة من الصعب ترميمها بالنسبة لدولة الاحتلال في السنوات القليلة القادمة.

وأن هذه الصورة المتضعضعة لقوات الاحتلال سيكون لها أثرها الكبير على معنويات كل من المقاومة الفلسطينية وجمهورها من جهة وجيش الاحتلال وجبهته الداخلية من جهة أخرى بشكلين متعاكسين بطبيعة الحال.

هذا إضافة إلى الأثر السلبي لهذا الكسر على مسار تطبيع إسرائيل في علاقاتها مع عدد من الدول العربية والإسلامية. خصوصا إذا ما أقدمت على عمل عسكري في غزة تسبب في خسائر بشرية كبيرة.

4- **عدم عودة المستوطنات إلى حالتها السابقة:** ذلك أن ما شهدته هذه المستوطنات من مواجهات وخبرة المستوطنون بشكل فردي ومباشر من ضعف وفشل لأجهزتهم في حمايتهم سيدفعهم للزهد في العودة لها حتى لو انتهى الحدث الأمني وبعد انتهاء المعركة الحالية.

وهذا لأن أحد النتائج المتوقعة لطوفان الأقصى ألا تعود تلك المستوطنات لحالتها السابقة وربما تفكيكها عمليا إما عن طريق إعلان رسمي وتنفيذ مباشر من الدولة، أما البديل فهو العمل على استبقاء عدد من المستوطنين فيها مع تخصيص مصادر كبيرة وبالتالي مرهقة عسكريا وأمنيا واقتصاديا لمحاولة طمأننتهم وإبقائهم فيها.

5- **ملف الأسرى:** فقد عرضت المقاومة الفلسطينية مرارا عقد صفقة تبادل أسرى مع الاحتلال عبر وسطاء دون أن تجد تجاوبا، الآن وفي يد المقاومة الفلسطينية عشرات الأسرى لم يعد ممكنا لأي حكومة " إسرائيلية " تجنب عقد الصفقة وبما يرضي المقاومة الفلسطينية وبـ " تنازلات " صعبة على الاحتلال ". لأنه لن يكون بمقدورها تجنب الضغوط الداخلية عليها لاسترداد هذا العدد الكبير من الأسرى.¹

¹- سعيد بلحاج، طوفان الأقصى... مكاسب استراتيجية لن تغيرها التفاصيل، متاح على الرابط :

بتاريخ: <http://www.aljazeera.net2023/10/09>

ثانيا: عربيا وإقليميا:

أصدر مركز الجزيرة للدراسات تقريره السنوي للعام 2023 - 2024 تحت عنوان " طوفان الأقصى والحرب على غزة: تداعيات متعددة الأبعاد"

وخصص المركز التقرير هذا العام لرصد تداعيات الحرب على غزة في أعقاب هجوم السابع أكتوبر 2023 الذي شنته كتائب عز الدين القسام التابعة لحركة المقاومة الإسلامية (حماس) ضد الاحتلال الصهيوني فلسطينيا وعربيا وإقليميا ودوليا.

1- **تراجع مسار التطبيع:** فقد خلص التقرير إلى أن الدول العربية المنخرطة في مسار التطبيع مع إسرائيل لا تستطيع الدفاع عن نفسها بمفردها، وأنها ستظل بحاجة إلى دعم الولايات المتحدة الأمريكية والدول الغربية الكبرى. ومن ثم فإنها لا تستطيع تحقيق الأمن لغيرها من الدول العربية التي راهنت على ذلك. وأن العقلة التي أحدثتها الحرب لمسار التطبيع فإن توقعات التقرير كانت بعدم توقف المسار توقفا تاما خلال المستقبل المنظور وإنما حتى تعيد الدول المطبعة النظر في أسس واستراتيجيات أمنها القومي وإلى حين ذلك عليها أن تتعايش (هذه الدول لعربية) مع النفوذ الإيراني المتزايد في المنطقة من منظور مختلف عن منظور التطبيع.

2- **الدور المتزايد** الذي باتت تلعبه الجماعات المسلحة من غير الدول في شؤون الحرب مع إسرائيل، وأن هذه الجماعات:

- سوف تفرض مستقبلا على جميع الأطراف نمطا جديدا في التعامل معها ومع استراتيجياتها وقدراتها العسكرية المتنامية.
- سوف تزداد أهميتها بترابط عناصرها وتشكيلها بيئة مشتركة تتعدد فيها جبهات المواجهة (وحدة ساحات المقاومة).

وهذا ما سيحتم على إسرائيل والولايات المتحدة والغرب عموما إعادة حساباتهم في المستقبل قبل أي عدوان جديد على غزة وفلسطين.

ثالثا: على المستوى الدولي

1- انهيار مشروع الولايات المتحدة الأمريكية: لأن هذه الحرب تسببت في إضعاف مرتكزات الاستراتيجية الكبرى للولايات المتحدة الأمريكية في الشرق الأوسط، تلك الإستراتيجية التي تهدف إلى:

- تطبيع وضع إسرائيل ودمجها في نسيج المنطقة أمنيا واقتصاديا وسياسيا مع ضمان تفوقها المطلق على الصعيد العسكري وهذا ما يجعل:

* دول المنطقة تابعة لها وليست مكافئة أو شريكة.

* تخفف أمريكا تدريجيا من عبء إسرائيل لتتفرغ إلى مواجهة أو احتواء القوى المناوئة كإيران إقليميا واليمن وروسيا عالميا.

لكن للأسف الحرب على غزة وصمود المقاومة خلخلا هذه المرتكزات وأكدا عدم جاهزية إسرائيل لهذا الدور وحاجتها الحيوية المستمرة للدعم الأمريكي والغربي بشكل عام.

• إظهار طبيعة إسرائيل العدوانية.

• مفاجأة العالم بقوة المقاومة.

هذا إضافة إلى ما أحدثته حرب غزة من تداعيات داخل الولايات المتحدة الأمريكية وعموم البلدان الغربية. حيث كشفت الحرب عن:

• اتجاه شعبي متزايد في أوساط الشباب خاصة - لمساندة القضية الفلسطينية ودعم المقاومة ومناهضة الاحتلال.

• أطلقت هذه الحرب دينامية داخلية فسحت المجال لشخصيات عامة وقيادات سياسية في تلك البلدان لمساءلة مؤسسات الحكم والتشريع عن دعمها غير المشروط لإسرائيل.

• تزايد الأهمية السياسية لكتلة الناخبين من العرب والمسلمين في الولايات المتحدة الأمريكية على وجه الخصوص ولتحالفاتهم مع فئات أخرى من المجتمع الأمريكي.¹

المطلب الخامس: أبرز مظاهر فعالية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى

إلى زمن قريب كانت وسائل الإعلام والاتصال محتكرة من جانب فئات محدودة، إلى أن جاءت مواقع التواصل الاجتماعي وشيوع صحافة المواطن والتي مكنت شريحة واسعة من الناس من استخدام هذه المواقع في التعبير عن آرائها، ونشر المستجدات، والحشد لمختلف القضايا، وأصبح بمقدور أي فرد إيصال رسالته إلى من يريد ومتى يريد. وبخاصة بما تملكه هذه المواقع من قدرات قد يعجز الإعلام التقليدي عن توفيرها. فمثلت هذه المواقع مساحة حرية لمستخدميها لما تتميز به من وسائط متعددة تمكنهم من عرض محتوياتهم بأشكال مختلفة من مقاطع فيديو وصور وكاريكاتير...

وقد مثل السابع من أكتوبر (ثورة طوفان الأقصى) نقلة نوعية في ذلك. ليس فقط في تغطية الأحداث وتحليلها والدفاع عن الحقوق الفلسطينية ضد الاحتلال، وإنما في تبين أهمية تفعيل مواقع التواصل الاجتماعي في الحرب، وأنها لا تقل أهمية عن السلاح.

حيث تقول "عفاف الغربي" الإعلامية الناشطة على منصة " X " (كان لمواقع التواصل الاجتماعي الفضل في انتصار القضية الفلسطينية، فمن كل بلدان العالم يتظاهر الآلاف نصرًا للقضية، وتحول الحديث من الجانب السلبي لعالم الديجيتال إلى الحديث عن الدور الحاسم والمهم الذي تلعبه في هذه الحرب)

¹- مركز الجزيرة للدراسات " الجزيرة للدراسات يخصص تقريره السنوي لرصد تداعيات "طوفان لأقصى" على الشرق الأوسط"، متاح على الرابط: <http://studies.aljazeera.net>: بتاريخ: 2024-04-18 (تحديث 2024-04-18 على الساعة : 09: 22 م (بتوقيت مكة المكرمة)

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

حيث أدت هذه المواقع من خلال مستخدميها دورا كبيرا في تعديل ذلك المشهد وتغيير الرأي العالمي وإظهار زيف الدعاية الإسرائيلية وإبرازها على أنها الضحية لتبرير عدوانها على غزة، ودحض ما يعمد إليه الإعلام الإسرائيلي من معلومات مضللة وأخبار مفبركة ومقاطع مركبة عن طريق الذكاء الاصطناعي، وقد أدان الكثير من مستخدمي هذه المواقع الاحتلال من خلال نشرهم لجملة من الصور ومقاطع الفيديو لجرائم ارتكبتها الاحتلال الإسرائيلي في غزة أمثال "نوران طارق السيد" التي دعت من خلال حسابها على الأنستغرام إلى نشر المحتوى الذي يدعم الشعب الفلسطيني ودعت إلى عدم الاستهانة بدور هذه المواقع والوقوف ضد التعقيم الغربي الذي يخاف من وصول الحقيقة إلى العالم قائلة "أنا كصانعة محتوى دوري أتكلم وأنت دورك تنشر"، وأمثال الإسبانية "سيريا بوكرا" التي نشرت عدة مقاطع فيديو عبر حسابها في التيك توك تتضمن الجرائم الإسرائيلية ضد الفلسطينيين.

وفي المقابل تعرض الكثير من هؤلاء المستخدمين لهذه المواقع لجملة من التحديات بسبب دعمهم للقضية الفلسطينية، فمنهم من خسر وظائفه وعقوده ومنهم من حجبت وقيدت حساباته إضافة إلى العقوبات المفروضة من بعض المنصات على الداعمين للقضية الفلسطينية مثل الهجوم الذي تعرض له الأمريكي والناشط في مكافحة النفايات البلاستيكية "جاكسون هنكل" بسبب دعمه للشعب الفلسطيني عبر مواقع التواصل الاجتماعي والذي وصف بـ "عدو إسرائيل". ويشير محمود التركي إلى أربع خطوات رئيسية في كيفية دعم مستخدمي هذه المواقع للقضية الفلسطينية حيث تمثلت:

المرحلة الأولى: صناعة هذا المحتوى من خلال نقله الحي والمباشر وربما ترجمته ونشره من أجل تفسير القضية والمواقف لمختلف الجنسيات وذلك من أجل تغيير الوعي والرأي العام.

المرحلة الثانية: مشاركة ذلك المحتوى من أجل إيصال أصواتهم إلى أكبر عدد من المتلقين.

المرحلة الثالثة: تتمثل في التشجيع على المقاطعة والترويج للبدائل.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

المرحلة الرابعة: الدعوة إلى المظاهرات التي تقام في أوروبا وغيرها من الدول الأجنبية لأن وقعها كبير لإيصال الصوت الفلسطيني.

وقد أثمر هذا الضخ الإعلامي الكبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثمر أثرا بالغا وذلك من خلال:

- فضح العدوان الإسرائيلي على غزة وإيصال صوت الشعب الفلسطيني وكشف ما يحدث هناك من دمار وقتل وتجويع وكشف أساليب المؤيدين للإعلام الإسرائيلي وهذا ما أدى إلى فشل الاحتلال إعلاميا بكل أشكاله في الحرب وخسارة روايته حتى في الأوساط التي كانت منحازة إليه في البداية مستعملين أساليب متنوعة لإيصال رسائلهم من مقاطع فيديو ورسومات وصور وهاشتاغات عبر هذه المواقع إضافة إلى نشرها بعدة لغات، فبحسب شركة ميغ أي للتحليل فإن 83% من منشورات هذه المواقع أصبحت ضد إسرائيل.

- الترويج لحملات مقاطعة للمنتجات والشركات الداعمة لإسرائيل والتنبيه من أن شراء هذه المنتجات هي مساهمة في قتل أطفال فلسطين مثل سلسلة "مطاعم ماكدونالدز" و"مقهى ستاربكس" و"زارا". وقد كبدت هذه المقاطعة الشركات خسائر كبرى وأجبرت حتى محلات تجارية في أنحاء العالم كافة على التوقف عن بيع منتجات داعمة لإسرائيل.


- حشد المظاهرات في الشوارع (في مختلف البلدان العربية والغربية)

- خلق وعي رقمي حقيقي يمكن من الفرز بين الحقيقة والتضليل حتى يسهل للعالم فهم القضية والموقف وبوضوح مما يؤدي إلى تحريك وحتى تغيير الرأي العام تجاه القضية الفلسطينية¹ وفهم واستيعاب أن هذا الصراع الإسرائيلي - الفلسطيني هو صراع وجود وليس صراع حدود.

¹ - منية بن عياد، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الرأي العام تجاه حرب غزة، متاح على الرابط: <http://CAUS.ORG.IB>، بتاريخ: 2024-05-14.

خلاصة المبحث:

لتبقى ثورة طوفان الأقصى حدثا تاريخيا. ليس فقط على المستوى الفلسطيني والإسرائيلي، بل ستكون لها تداعيات على المنطقة والعالم الذي سيجد نفسه بين خيارين: إما نيل الشعب الفلسطيني لحرية وحقوقه والتخلص من الاستعمار أو استمرار دوامة العنف والتي لا يعرف أحد نهايتها.



الفصل الثالث
الجانبة التطبيقية
للدراسة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

نقصد بالفصل التطبيقي الفصل الذي يعالج مشكلة البحث الفعلية من خلال إجابتها على أسئلة الدراسة والتحقق من فرضياتها عن طريق الميدان (بيئة المشكلة، مكانها، أفرادها، ظواهرها، ماداتها التحليلية...). حيث يتباين العمل وعملية الحصول على المعلومات في هذا الفصل عنه في الجانب النظري، وهذا لأن هذا الفصل يستلزم قدرا أكبر من التنظيم والدقة على اعتبار أن الباحث في محك واقعي مع أطراف الإشكالية المدروسة والتي يتعامل معها ضمن خطة محكمة.

فبعد اختيارنا للمنهج المناسب للدراسة وهو المنهج الوصفي التحليلي باعتبار أن دراستنا تتدرج ضمن الدراسات الوصفية، وبعد ضبطنا لعينة الدراسة، قمنا باعتماد الاستبيان المتحقق من صدقها كأداة لجمع المعلومات من الميدان من أجل الحصول على نتائج أكثر ثقة ومصداقية وموضوعية، وبهذا نكون قد قمنا ببناء علاقة مع الموضوع واستعرضنا مختلف عناصره وسماته.

وعلى هذا الأساس وبعد جمعنا للمعلومات والبيانات من الميدان قمنا بتفريغ وتبويب وتحليل هذه المعلومات والبيانات وفقا لأساليب التحليل والمعالجة الإحصائية وتحليل النتائج المتوصل إليها.

المبحث الأول: عرض وتحليل ومناقشة الجداول.

أولاً: البيانات الشخصية

الجدول رقم (01) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس:

		Frequency	Percent
Valid	ذكر	28	36.8
	أنثى	48	63.2
	Total	76	100.0

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 63.2 % من أفراد العينة هي من الإناث، بينما تأتي نسبة الذكور بعدها بـ 36.8 %. ويمكن تفسير ذلك بتزامن الفترة الزمنية لتوزيع الاستمارة الخاصة بدراستنا مع فترة الامتحانات وكذلك نهاية السنة الجامعية والتحضير لفترة مناقشة رسائل الماجستير.

الجدول رقم (02) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الطور الدراسي:

		Frequency	Percent
Valid	ليسانس	52	68.4
	ماجستير	20	26.3
	دكتوراه	4	5.3
	Total	76	100.0

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 68.4 % من أفراد العينة هي من الطور الدراسي (ليسانس)، تليها الطور الدراسي (ماجستير) بنسبة 26.3 % ثم الطور الدراسي (الدكتوراه) بنسبة 5.3 %. وهذا راجع كما ذكرنا سابقاً إلى تزامن عملية توزيع الاستمارة الخاصة بدراستنا

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

مع فترة الامتحانات والإقبال على فترة مناقشة مذكرات الماستر (لهذا كانت نسبة ليسانس مرتفعة ثم نسبة الماستر) وأيضاً نهاية السنة الجامعية.

الجدول رقم (03) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير التخصص:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid علم الاجتماع	10	13.2	13.2	13.2
علوم الإعلام والاتصال	16	21.1	21.1	34.2
علوم اسلامية	1	1.3	1.3	35.5
علم النفس	17	22.4	22.4	57.9
أخرى	32	42.1	42.1	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 42.1 % من أفراد العينة هي من (أخرى)، بينما تليها تخصص علم النفس بنسبة 22.4 %، ثم علوم الإعلام والاتصال بنسبة 21.1 %، ثم علم الاجتماع بنسبة 13.2 %، ثم علوم إسلامية بنسبة 1.3 %.

ويمكن تفسير ذلك باهتمام المجتمع البشري لحدود دراستنا (جامعة محمد بوضياف - المسيلة) على تخصصات كثيرة ومتنوعة.

✓ المحور الأول: متابعة أفراد العينة لثورة طوفان الأقصى على مختلف وسائل الإعلام.

الجدول رقم (04) يوضح توزيع المبحوثين حسب مدى اهتمامهم بمستجدات الأحداث

حول ثورة طوفان الأقصى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عال	37	48.7	48.7	48.7

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

متوسط	29	38.2	38.2	86.8
منخفض	10	13.2	13.2	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 48.7 % من أفراد العينة تهتم بمتابعة مستجدات الأحداث حول ثورة طوفان الأقصى بمدى " عال "، ثم تليها نسبة المدى المتوسط بـ 38.2 % ثم المدى " منخفض" بنسبة 13.2 %.

ويمكن تفسير ذلك بارتفاع الوعي الفكري لدى أفراد العينة بهذا النوع من القضايا الوطنية وبالذات القضية الفلسطينية.

- حداثة وأهمية الموضوع في حد ذاته وما يعنيه لأفراد العينة وعلى كل المستويات (الهوية العربية والدينية والإسلامية..)

- المكانة الخاصة للقضية الفلسطينية في حد ذاتها لدى أفراد العينة.

الجدول رقم (05) يوضح توزيع المبحوثين حسب كيفية تقييمهم لحجم اهتمام وسائل الإعلام العالمية بتغطية أحداث ثورة طوفان الأقصى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عال	20	26.3	26.3	26.3
متوسط	45	59.2	59.2	85.5
منخفض	11	14.5	14.5	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 59.2 % من أفراد العينة تقيم حجم اهتمام وسائل الإعلام العالمية بتغطية أحداث ثورة طوفان الأقصى بـ " متوسط "، ثم تليها "عال" بـ 26.3 % ثم "منخفض" بنسبة 14.5 %.

ويمكن تفسير ذلك بـ: - الاهتمام الفعلي والمتابعة الدقيقة والحثيثة لأفراد العينة بالحدث في حد ذاته وبكل مستجداته على كل المستويات.

الجدول رقم (06) يوضح توزيع المبحوثين حسب كيفية تقييمهم لنوعية تغطية وسائل الإعلام العالمية لأحداث ثورة طوفان الأقصى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عال	19	25.0	25.0	25.0
متوسط	38	50.0	50.0	75.0
منخفض	19	25.0	25.0	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 50.0 % من أفراد العينة تقيم نوعية التغطية لوسائل الإعلام العالمية لأحداث ثورة طوفان الأقصى بـ " متوسط "، ثم تليها "عال" و "منخفض" بنفس النسبة 25.0 %.

ويمكن تفسير ذلك بعدم الرضى النوعي لتغطية أحداث ثورة طوفان الأقصى من طرف وسائل الإعلام العالمية من وجهة نظر أفراد العينة.

الجدول رقم (07) يوضح توزيع المبحوثين حسب الوسيلة المفضلة لديهم للحصول على المستجبات حول أحداث ثورة طوفان الأقصى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid الراديو	1	1.3	1.3	1.3
التلفزيون	17	22.4	22.4	23.7
الصحافة المكتوبة	3	3.9	3.9	27.6
مواقع التواصل الاجتماعي	55	72.4	72.4	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 72.4 % من أفراد العينة ترى بأن الوسيلة المفضلة لديها للحصول على المستجبات حول أحداث ثورة طوفان الأقصى هي " مواقع التواصل الاجتماعي"، ثم التلفزيون بنسبة 22.4 % ثم الصحافة المكتوبة بنسبة 3.9 % ثم الراديو بنسبة 1.3 %.

ويمكن تفسير ذلك ب:- بحكم تواجد أفراد العينة معظم الوقت خارج المنزل وهذا ما يفرض عليهم الحصول على هذه المستجبات حول هذا الحدث من خلال مواقع التواصل الاجتماعي إضافة إلى المكانة الخاصة لهذه المواقع لدى أفراد العينة بسبب الدور الذي تلعبه في أحداث هذه الثورة من خلال نقلها للواقع من وجهة نظرهم.

الجدول رقم (08) يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم في إمكانية حظوظ ثورة طوفان الأقصى بتغطية إعلامية متوازنة من طرف وسائل الإعلام العالمية:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	29	38.2	38.2	38.2
لا	47	61.8	61.8	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 61.8 % من أفراد العينة قد كانت إجابتها ب: " لا " أي لم تحظ ثورة طوفان الأقصى بتغطية إعلامية متوازنة من طرف وسائل الإعلام العالمية، بينما حظيت " نعم " بنسبة 38.2 %.

ويمكن تفسير ذلك بانحياز هذه الوسائل لرواية الاحتلال الصهيوني خدمة للجهات المعادية للمقاومة الفلسطينية على حساب الرواية الفلسطينية من وجهة نظر أفراد العينة.

✓ المحور الثاني: التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى

الجدول رقم (09) يوضح توزيع المبحوثين حسب إمكانية تعرضهم لتضليل إعلامي حول ثورة طوفان الأقصى في وسائل الإعلام العالمية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid نعم	40	52.6	52.6	52.6
لا	36	47.4	47.4	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 52.6 % من أفراد العينة قد أجابوا بأنهم قد تعرضوا لتضليل إعلامي حول ثورة طوفان الأقصى، بينما نسبة 47.4 % يرون بأنهم لم يتعرضوا لتضليل إعلامي.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ويمكن تفسير ذلك بالتربية الإعلامية التي يتميز بها أفراد العينة والتي ربما مكنتهم من نفاذ هذا التضليل الإعلامي، وكذلك استخدام التقنيات المتطورة جدا في التضليل الإعلامي كتقنيات الذكاء الاصطناعي والتي ربما هي من جعلت أفراد العينة الذين أجابوا بتعرضهم لتضليل إعلامي من عدم الفرز بين التضليل أو الواقع والحقيقة.

الجدول رقم (10) يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم في مستويات التضليل الإعلامي الذي تمارسه وسائل الإعلام العالمية حول ثورة طوفان الأقصى:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عال	33	43.4	43.4	43.4
متوسط	32	42.1	42.1	85.5
منخفض	11	14.5	14.5	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 43.4 % من أفراد العينة ترى بأن مستويات التضليل الإعلامي الذي تمارسه وسائل الإعلام العالمية حول ثورة طوفان الأقصى كان " عال"، تليها مباشرة نسبة " متوسط" والمقدرة بـ 42.1 % ثم نسبة " منخفض" بـ: 14.5 %.

ويمكن تفسير ذلك بالمتابعة الدائمة والدقيقة لمستجدات أحداث ثورة طوفان الأقصى وهذا ما مكن أفراد العينة من اكتشاف هذه المستويات من وجهة نظرهم.

الجدول رقم (11) يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم في الوسيلة الإعلامية الأكثر ممارسة للتضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid القنوات التلفزيونية	30	39.5	39.5	39.5
الاذاعات الدولية	6	7.9	7.9	47.4
الصحف الدولية بما فيها الالكترونية	8	10.5	10.5	57.9
مواقع التواصل الاجتماعي	32	42.1	42.1	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 42.1 % من أفراد العينة ترى بأن الوسيلة الإعلامية الأكثر ممارسة للتضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى كانت " مواقع التواصل الاجتماعي"، ثم القنوات التلفزيونية بنسبة 39.5 %، ثم الصحف الدولية بما فيها الإلكترونية بنسبة 10.5 % ثم أخيرا الإذاعات الدولية بنسبة 7.9 %.

ويمكن تفسير ذلك ب: - أن عدم توثيق الأخبار وصعوبة التحقق من صحتها، وسلامة مصدرها وكثرة وجود هذه المواقع وسرعة انتقال المعلومات بين المستخدمين سواء كانت صحيحة أو غير صحيحة كلها أدت بمواقع التواصل الاجتماعي لأن تصبح منبرا لتضليل الإعلامي.

أما بالنسبة للقنوات التلفزيونية ففي ظل فقدانها للاستقلالية والموضوعية إضافة إلى نسيج العلاقات الذي يربط الملاك والإعلاميين بمراكز صناعة القرار السياسي والاقتصادي والعسكري من أجل التلاعب بالرأي العام كلها أدت بهذه القنوات لأن تحتل هذه المرتبة بعد مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر أفراد العينة.

الجدول رقم (12) يوضح توزيع المبحوثين حسب إمكانية ملاحظتهم للإختلاف بين ما تنقله وسائل الإعلام الدولية ومواقع التواصل الاجتماعي حول ثورة طوفان الأقصى:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	نعم	60	78.9	78.9	78.9
	لا	16	21.1	21.1	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 78.9 % من أفراد العينة ترى بان هناك اختلاف بين ما تنقله وسائل الإعلام العالمية ومواقع التواصل الاجتماعي، ثم الذين لم يروا أي اختلاف في هذا النقل بين وسائل الإعلام العالمية ومواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 21.1 %.

ويمكن تفسير ذلك بأن مواقع التواصل الاجتماعي تقوم بنقل الحدث لحظة وقوعه ومن مكان وقوعه وهذا مازاد من مصداقيتها لدي أفراد العينة عكس وسائل الإعلام الدولية والتي إضافة إلى ذلك ربما تتماشى ومصالحها الخاصة أو الخط الأيديولوجي لسياسات ممولياها وأهدافهم من وجهة نظر أفراد العينة.

✓ المحور الثالث: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجبات حول ثورة طوفان الأقصى.

الجدول رقم (13) يوضح توزيع المبحوثين حسب مدى اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجبات حول ثورة طوفان الأقصى:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عال	37	48.7	48.7	48.7
متوسط	31	40.8	40.8	89.5
منخفض	8	10.5	10.5	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 48.7 % من أفراد العينة ترى بأنها تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجبات حول ثورة طوفان الأقصى، بينما تأتي (متوسط) بنسبة 40.8 % ثم (منخفض) بنسبة 10.5 % .

ويمكن تفسير ذلك بميزة وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الحدث وبصورة مباشرة من مكان وقوعه ولحظة وقوعه. بينما تفسر توسط وانخفاض اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجبات حول ثورة طوفان الأقصى ربما باعتمادهم على مصادر أخرى أو بعدم ثقتهم بها كمصدر للمعلومة حول هذا الحدث.

الجدول رقم (14) يوضح توزيع المبحوثين حسب الوسيلة الأكثر استخداماً من طرفهم كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	فيس بوك	40	52.6	52.6
	تويتر	10	13.2	65.8
	انستغرام	18	23.7	89.5
	فايبر	3	3.9	93.4
	يوتيوب	4	5.3	98.7
	سناب شات	1	1.3	100.0
	Total	76	100.0	100.0

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 52.6 % من أفراد العينة ترى بأن الوسيلة الأكثر استخداماً من طرفهم كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى هي " الفيس بوك "، تليها وسيلة " أنستغرام " بنسبة 23.7 %، ثم " تويتر " بنسبة 13.2 %، ثم " اليوتيوب " بنسبة 5.3 %، ثم " الفايبر " بنسبة 3.9 %، ثم " سناب شات " بنسبة 1.3 %.

ويمكن تفسير ذلك بانتشار وسهولة استخدام ومجانية هذه المواقع خاصة الفيس بوك والأنستغرام والتويتر من قبل أفراد العينة.

الجدول رقم (15) يوضح توزيع المبحوثين حسب مدة استخدامهم لهذه المواقع كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid منذ بداية الثورة	49	64.5	64.5	64.5
بعد شهر من بداية الثورة	20	26.3	26.3	90.8
من شهر إلى ثلاث أشهر من بداية الثورة	1	1.3	1.3	92.1
بعد أكثر من ستة أشهر من بداية الثورة	6	7.9	7.9	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 64.5 % من أفراد العينة أجابت بأنها تستخدم هذه المواقع منذ بداية الثورة، بينما أجابت فئة أخرى بـ "منذ شهر من بداية الثورة" وذلك بنسبة 26.3 %، ثم نسبة 7.9 % لـ "بعد أكثر من ستة أشهر من بداية الثورة"، ثم نسبة 1.3 % لـ "من شهر إلى ثلاث أشهر من بداية الثورة"

ويمكن تفسير ذلك بأن مفاجأة وحدة وأهمية الحدث ونتائجه الواقعية واستمراريتها، جعلت درجة المتابعة له منذ البداية بالنسبة لأفراد العينة، وربما نفس هذه العوامل خاصة استمرارية الحدث وبالتالي فقدان الأمل في تغير الوضع لدى بعض أفراد العينة العزوف عن استمرار متابعة هذا الحدث.

الجدول رقم (16) يوضح توزيع المبحوثين حسب وتيرة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي للاستعلام حول ثورة طوفان الأقصى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دائما	43	56.6	56.6	56.6
	أحيانا	29	38.2	38.2	94.7
	نادرا	4	5.3	5.3	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 56.6 % من أفراد العينة تستخدم هذه المواقع بوتيرة دائمة، ثم بوتيرة " أحيانا " بنسبة 38.2 %، ثم بوتيرة "نادرة" بنسبة 5.3 % . ويمكن تفسير ذلك بأن أهمية هذا الحدث بالنسبة لأفراد العينة وضرورة معرفة مستجداته جعلت استخدام هذه المواقع من طرف أفراد العينة وبوتيرة دائمة ضرورة لا بد منها.

الجدول رقم (17) يوضح توزيع المبحوثين حسب المدة المقضية من طرفهم على مواقع التواصل الاجتماعي عند استعلامهم حول ثورة طوفان الأقصى

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اقل من ساعة	43	56.6	56.6	56.6
	من ساعة إلى 03 ساعات	17	22.4	22.4	78.9
	من 03 إلى 06 ساعات	9	11.8	11.8	90.8
	أكثر من 06 ساعات	7	9.2	9.2	100.0

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

Total	76	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 56.6 % من أفراد العينة تقضي "أقل من ساعة" على هذه المواقع للاستعلام حول ثورة طوفان الأقصى، بينما تأتي نسبة 22.4 % لـ "من ساعة إلى 03 ساعات"، ثم نسبة 11.8 % لـ "من 03 ساعة إلى 06 ساعات"، ثم نسبة 9.2 % لـ "أكثر من 06 ساعات".

ويمكن تفسير ذلك باهتمام أفراد العينة بمواضيع أخرى على هذه المواقع أو استخدام هذه الأخيرة في الأمور العلمية الخاصة بدراساتهم كإنجاز البحوث.

الجدول رقم (18) يوضح توزيع المبحوثين حسب اللغة المفضلة لديهم عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي للاستعلام حول ثورة طوفان الأقصى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid اللغة العربية	52	68.4	68.4	68.4
اللغة الفرنسية	15	19.7	19.7	88.2
اللغة الانجليزية	9	11.8	11.8	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 68.4 % من أفراد العينة يستعملون اللغة العربية عند استخدامهم هذه المواقع للاستعلام حول هذا الحدث، ثم اللغة الفرنسية بنسبة 19.7 %، ثم اللغة الإنجليزية بنسبة 11.8 %.

ويمكن تفسير ذلك بأهمية اللغة العربية بالنسبة لأفراد العينة في الاستعلام حول هذا الحدث عبر هذه المواقع كونها قضية عربية إسلامية بالدرجة الأولى وكذلك ربما عدم تمكن أغلبية أفراد

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

العينة من إتقانهم للغات الأجنبية الأخرى هو ما جعلهم يفضلون استخدام اللغة العربية للاستعلام حول هذا الحدث عبر هذه المواقع.

الجدول رقم (19) يوضح توزيع المبحوثين حسب المضامين التي يهتم بها أفراد العينة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول ثورة طوفان الأقصى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid الصور	29	38.2	38.2	38.2
مقاطع الفيديو	38	50.0	50.0	88.2
النصوص مكتوبة	2	2.6	2.6	90.8
التسجيلات الصوتية	3	3.9	3.9	94.7
التغريدات والهاشتاج	4	5.3	5.3	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 50.0 % من أفراد العينة تهتم عبر هذه المواقع للاستعلام حول هذا الحدث بمقاطع الفيديو، ثم تأتي الصور بنسبة 38.2 %، ثم التغريدات والهاشتاج بنسبة 5.3 %، ثم التسجيلات الصوتية بنسبة 3.9 %، ثم أخيرا النصوص المكتوبة بنسبة 2.6 %.

ويمكن تفسير ذلك بأهمية مقاطع الفيديو والصورة أي الصورة والصوت في نقل هذا الحدث والتعبير عنه.

✓ المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الجدول رقم (20) يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم في إمكانية مصادفتهم منشورات يشوبها تضليل إعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	نعم	46	60.5	60.5	60.5
	لا	30	39.5	39.5	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 60.5 % من أفراد العينة قد أجابوا بـ "نعم" أي مصادفتهم لمنشورات يشوبها تضليل إعلامي على هذه المواقع، بينما نسبة 39.5 % أجابت بـ "لا" أي عدم مصادفتهم لمنشورات يشوبها تضليل إعلامي على هذه المواقع.

ويمكن تفسير ذلك بارتفاع الوعي الرقمي لدى أفراد العينة ما جعل لهم القدرة على التمييز المنشورات المضللة وغير المضللة.

الجدول رقم (21) يوضح توزيع المبحوثين حسب طبيعة تلك المنشورات التي تحتوي على تضليل إعلامي حول طوفان الأقصى:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	منشور كتابي مرفق بصورة	32	42.1	42.1	42.1
	منشور كتابي فقط	12	15.8	15.8	57.9
	منشور متعدد الوسائط	19	25.0	25.0	82.9
	صورة فقط	11	14.5	14.5	97.4
	تسجيل صوتي	2	2.6	2.6	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 42.1 % من أفراد العينة قد تعرضت لمنشور كتابي مرفق بصورة يحتوي على تضليل إعلامي حول هذا الحدث ثم المناشير المتعددة الوسائط التي تحتوي على تضليل إعلامي وذلك بنسبة 25.0 %، ثم المنشورات الكتابية فقط بنسبة 15.8 %، ثم منشورات الصورة فقط بنسبة 14.5 % وأخيرا منشورات التسجيلات الصوتية بنسبة 2.6 %.

ويمكن تفسير ذلك بالأهمية البالغة للصوت والصورة في التضليل الإعلامي حول هذا الحدث، إضافة إلى أن التضليل الإعلامي لكي يحقق أهدافه يستخدم جميع الطرق والوسائل والأساليب والتقنيات والأشكال.

الجدول رقم (22) يوضح توزيع المبحوثين حسب كيفية التعامل مع المنشورات التي تحتوي على تضليل إعلامي حول طوفان الأقصى:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	مشاهدتها أو قراءتها دون التفاعل معها	32	42.1	42.1	42.1
	إبداء الرأي فيها	25	32.9	32.9	75.0
	مشاركتها مع الآخرين	8	10.5	10.5	85.5
	تجاهلها مباشرة	5	6.6	6.6	92.1
	التعليق وتصحيح الأفكار	5	6.6	6.6	98.7
	أخرى	1	1.3	1.3	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 42.1 % من أفراد العينة " تشاهد هذه المنشورات أو تقرأها دون التفاعل معها" تليها نسبة 32.9 % ممن يبدون رأيهم في هذه المنشورات، ثم نسبة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

10.5 % ممن يشاركونها مع الآخرين، ثم نسبة 6.6 % لكل من يتعامل مع هذه المناشير بالتجاهل المباشر والتعليق وتصحيح الأفكار، وأخيرا نسبة 1.3 % لطرق أخرى في كيفية التعامل مع هذه المناشير المضللة بالنسبة لأفراد العينة.

ويمكن تفسير ذلك بالوعي الفكري المرتفع لدى أفراد العينة بخطورة نشر مثل هذه الأخبار والمعلومات المضللة حول هذا الحدث، لذلك هم يتعاملون بعدم التفاعل معها وتجاهلها وعدم مشاركتها مع الآخرين بالرغم من مشاهدتهم أو قراءتهم لها، والاكتفاء بقراءتها أو مشاهدتها وإبداء الرأي فيها أو ربما التعليق تصحيح الأفكار.

الجدول رقم (23) يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم حول المدى الذي ساهمت به مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الحقيقة حول ثورة طوفان الأقصى:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عال	29	38.2	38.2	38.2
متوسط	38	50.0	50.0	88.2
منخفض	9	11.8	11.8	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 50.0 % من أفراد العينة ترى بأن هذه المواقع قد ساهمت وبمدى متوسط في نقل الحقيقة حول هذا الحدث تليها نسبة 38.2 % بمدى " عال " لمساهمة هذه الوسائل في نقل الحقيقة حول هذا الحدث، ثم نسبة 11.8 % بمدى " منخفض " في نقل هذه الحقيقة.

ويمكن تفسير ذلك بأن كثرة مصادر المعلومة وعم التحقق من صحتها وعدم وجود رقابة إضافة إلى عدم وجود قوانين رادعة لمحاربة جريمة التضليل عبر هذه المواقع حسب أفراد العينة هو ما جعلها تساهم وبمدى متوسط في المساهمة في نقل الحقيقة حول هذا الحدث.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

الجدول رقم (24) يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم حول المدى الذي ساهمت به مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid عال	36	47.4	47.4	47.4
متوسط	32	42.1	42.1	89.5
منخفض	8	10.5	10.5	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 47.4 % من أفراد العينة ترى بأن هذه المواقع قد ساهمت وبمدى " عال " في مجابهة التضليل الإعلامي حول هذا الحدث. تليها نسبة 42.1 % من أفراد العينة ممن لاحظوا مساهمة هذه المواقع لكن بمدى متوسط في مجابهة هذا التضليل، وأخيرا نسبة 10.5 % ترى بانخفاض مدى مساهمة هذه المواقع في مجابهة هذا التضليل حول هذا الحدث.

ويمكن تفسير ذلك بتحول هذه المواقع من أداة للتواصل إلى سلاح يساهم في نقل الحقيقة ومجابهة التضليل الإعلامي الذي يتعرض له هذا الحدث وذلك من خلال البث المباشر والنقل الحي لواقع هذا الحدث من وجهة نظر أفراد العينة.

الجدول رقم (25) يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم في الكيفية التي ساهمت بها مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة هذا التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid النقل الحي للأحداث	32	42.1	42.1	42.1
دعم لثورة طوفان الأقصى	22	28.9	28.9	71.1

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

زيادة الوعي بأهمية التصدي للتضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى	6	7.9	7.9	78.9
توفير الفرصة لمناقشة ما يتعرض له الشعب الفلسطيني من اعتداءات	5	6.6	6.6	85.5
التشجيع على المشاركة في الأنشطة والمظاهرات المؤيدة لثورة طوفان الأقصى	5	6.6	6.6	92.1
المساهمة في إحياء القضية الفلسطينية من خلال ثوره الطوفان الأقصى	3	3.9	3.9	96.1
توسيع وتعميق دائرة التضامن العربي والدولي حول ثورة طوفان الأقصى	3	3.9	3.9	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 42.1 % من أفراد العينة ترى بأن هذه المواقع قد ساهمت في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى من خلال النقل الحي للأحداث، تليها نسبة 28.9 % ترى بأنها ساهمت بذلك من خلال دعم ثورة طوفان الأقصى، ثم نسبة 7.9 % ممن يرون بأنها ساهمت بذلك من خلال زيادة الوعي بأهمية التصدي لهذا التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى، ثم نسبة 6.6 % ممن يرون أنها ساهمت بذلك من خلال

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

توفير الفرصة لمناقشة ما يتعرض له الشعب الفلسطيني من اعتداءات وكذلك من خلال التشجيع على المشاركة في الأنشطة والمظاهرات المؤيدة لثورة طوفان الأقصى، ثم نسبة 3.9% ممن يرون تلك المساهمة من خلال المساهمة في إحياء القضية الفلسطينية من خلال هذه الثورة وأيضا توسيع وتعميق دائرة التضامن العربي والدولي مع هذا الحدث.

ويمكن تفسير ذلك بالمتابعة الدائمة والدقيقة من طرف أفراد العينة لهذا الحدث إلى درجة ملاحظتهم واستنتاجهم للقيم الإيجابية التي تحملها هذه المنشورات والعمل بها وتطبيقها في التفاعل الإيجابي مع هذا الحدث.

الجدول رقم (26) يوضح توزيع المبحوثين حسب رأيهم حول أبرز الوسائل التي ساهمت في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى:

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
فيس بوك	27	35.5	35.5	35.5
تويتر	16	21.1	21.1	56.6
انستغرام	16	21.1	21.1	77.6
فايبر	8	10.5	10.5	88.2
يوتيوب	4	5.3	5.3	93.4
سناب شات	1	1.3	1.3	94.7
أخرى كالتيك توك	4	5.3	5.3	100.0
Total	76	100.0	100.0	

تحليل وتفسير النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 35.5% من أفراد العينة ترى بأن "الفيس بوك" هو أبرز موقع ساهم في مجابهة هذا التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى، ثم نسبة

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

21.1 % لكل من " تويتتر " و " أنستغرام"، ثم نسبة 10.5 لـ " فاير"، ثم نسبة 5.3 لكل من " اليوتيوب" و " أخرى كالتيك توك"، ثم نسبة 1.3 لـ "سناپ شات".

ويمكن تفسير ذلك بكون هذه المواقع التي احتلت المراتب الأولى لدى أفراد العينة في مجابهة التضليل الإعلامي حول هذا الحدث هي المواقع الأكثر انتشارا وسهولة في الاستخدام لدى أفراد العينة.

المطلب الثاني: نتائج الدراسة

أ-البيانات الشخصية:

- ✓ أن نسبة 63.2 % من أفراد العينة حسب متغير الجنس هم من الإناث.
- ✓ أن نسبة 68.4 % من أفراد العينة حسب متغير الطور الدراسي هم من الطور الدراسي " ليسانس" ثم " الماستر" ثم " الدكتوراه".
- ✓ أن نسبة 42.1 % من أفراد العينة حسب متغير التخصص هم من مختلف التخصصات (أخرى).

ب-المحور الأول: متابعة أفراد العينة لثورة طوفان الأقصى على مختلف وسائل الإعلام.

- ✓ أن مانسبته 48.7 % من أفراد العينة تهتم وبمدى عال بمتابعة مستجدات الأحداث حول ثورة طوفان الأقصى.
- ✓ أن مانسبته 59.2 % من أفراد العينة يقيمون حجم اهتمام وسائل الإعلام العالمية بتغطية أحداث ثورة طوفان الأقصى بالمتوسط.
- ✓ عدم الرضا الكلي بنسبة 50.0 % من طرف أفراد العينة على نوعية تغطية وسائل الإعلام العالمية لأحداث ثورة طوفان الأقصى.
- ✓ أن نسبة 72.4 % من أفراد العينة يرون بأن الوسيلة المفضلة لديهم للحصول على المستجدات حول أحداث ثورة طوفان الأقصى هي مواقع التواصل الاجتماعي.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

✓ أن نسبة 61.8 % من أفراد العينة يرون بعدم حظ ثورة طوفان الأقصى بتغطية إعلامية متوازنة من قبل وسائل الإعلام العالمية.

ج-المحور الثاني: التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى.

✓ أن نسبة 52.5 % من أفراد العينة قد تعرضوا لتضليل إعلامي حول ثورة طوفان الأقصى في وسائل الإعلام العالمية.

✓ أن نسبة 43.4 % من أفراد العينة ترى بأن مستويات التضليل الإعلامي الممارسة من قبل وسائل الإعلام العالمية حول ثورة طوفان الأقصى كانت عالية.

✓ أن نسبة 42.1 % من أفراد العينة ترى بأن الوسيلة الأكثر ممارسة للتضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى هي مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ أن نسبة 78.9 % من أفراد العينة لاحظت أن هناك اختلاف بين ما تنقله وسائل الإعلام الدولية ومواقع التواصل الاجتماعي.

د-المحور الثالث: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى.

✓ أن نسبة 48.7 % من أفراد العينة تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي وبوتيرة عالية في الحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى.

✓ أن نسبة 52.6 % من أفراد العينة ترى بأن الوسيلة الأكثر استخداماً من طرفهم كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى هي "الفيس بوك" ثم "الأنستغرام" بنسبة 23.7 %.

✓ أن نسبة 64.5 % من أفراد العينة يعتمدون مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى منذ بداية الثورة.

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

✓ أن نسبة 65.6 % من أفراد العينة يستخدمون هذه المواقع بوتيرة دائمة للاستعلام حول ثورة طوفان الأقصى.

✓ أن نسبة 56.6 % من افراد العينة تقضي أقل من ساعة على هذه المواقع للاستعلام حول ثورة طوفان الأقصى.

✓ أن نسبة 68.4 % من أفراد العينة يفضلون اللغة العربية عند استخدامهم لهذه المواقع للاستعلام حول هذا الحدث.

✓ أن نسبة 50.0 % من أفراد العينة تهتم بمضامين مقاطع الفيديو التي تتناول هذا الحدث.

هـ- المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى.

✓ أن نسبة 60.5 % من أفراد العينة قد صادفتهم منشورات تضليل إعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

✓ طبيعة المنشورات التي تحتوي على تضليل إعلامي كانت المنشورات الكتابية المرفقة بصورة وذلك بنسبة 42.1 %.

✓ كيفية التعامل مع المنشورات المضللة كانت بمشاهدتها أو قراءتها دون التفاعل معها وذلك بنسبة 42.1 %.

✓ ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الحقيقة حول ثورة طوفان الأقصى بمدى متوسط بنسبة 50.0 %.

✓ المدى الذي ساهمت به مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى كان بمدى عال بنسبة 47.4 %.

✓ كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى كانت من خلال النقل الحي للأحداث وذلك بنسبة 42.8%.

✓ أن نسبة 35.5% من أفراد العينة يرون بأن أبرز الوسائل التي ساهمت في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى هي " الفيس بوك " ثم " التويتر والأنستغرام".

المطلب الثالث: إثبات أو نفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة

1- مناقشة الفرضية الأولى: يتابع أفراد العينة ثورة طوفان الأقصى عبر مختلف وسائل الإعلام.

توصلت الدراسة إلى:

✓ أن ما نسبته 59.2% من أفراد العينة يقيمون حجم اهتمام وسائل الإعلام العالمية بتغطية أحداث ثورة طوفان الأقصى بالمتوسط وهذا ما يوضحه الجدول رقم (5).

✓ عدم الرضا الكلي بنسبة 50.0% من أفراد العينة على نوعية تغطية وسائل الإعلام العالمية لأحداث ثورة طوفان الأقصى وهذا ما يوضحه الجدول رقم (6).

✓ أن نسبة 61.8% من أفراد العينة يرون بعدم حظ ثورة طوفان الأقصى بتغطية إعلامية متوازنة من قبل وسائل الإعلام العالمية وهذا ما يوضحه الجدول رقم (8).

• إذن الفرضية الأولى التي تقول بأن: أفراد العينة يتابعون ثورة طوفان الأقصى عبر مختلف وسائل الإعلام صحيحة ومؤكدة.

2- مناقشة الفرضية الثانية: يعتمد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى.

توصلت الدراسة إلى:

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

✓ أن نسبة 72.4 % من أفراد العينة يرون بان الوسيلة المفضلة لديهم للحصول على المستجدات حول أحداث ثورة طوفان الأقصى هي مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يوضحه الجدول رقم (7).

✓ أن نسبة 48.7 % من أفراد العينة تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي وبوتيرة عالية في الحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى وهذا ما يوضحه الجدول رقم (13).

✓ أن نسبة 64.5 % من أفراد العينة يعتمدون مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى منذ بداية الثورة وهذا ما يوضحه الجدول رقم (15).

✓ أن نسبة 65.6 % من أفراد العينة يستخدمون هذه المواقع بوتيرة دائمة للاستعلام حول ثورة طوفان الأقصى وهذا ما يوضحه الجدول رقم (16).

• إذن الفرضية الثانية التي تقول بأن: أفراد العينة يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى صحيحة ومؤكدة.

3- مناقشة الفرضية الثالثة: يرى أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى.

توصلت الدراسة إلى:

✓ ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الحقيقة حول ثورة طوفان الأقصى بمدى متوسط بنسبة 50.0 % وهذا ما يوضحه الجدول رقم (23).

✓ المدى الذي ساهمت به مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى كان بمدى عال بنسبة 47.4% وهذا ما يوضحه الجدول رقم (24).

✓ كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى كانت من خلال النقل الحي للأحداث وذلك بنسبة 42.8 % وهذا ما يوضحه الجدول رقم (25).

✓ إذن الفرضية الثالثة التي تقول بأن: يرى أفراد العينة أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى صحيحة ومؤكدة.

4-مناقشة الفرضية الرابعة: يرى أفراد العينة أن هناك تضليلا إعلاميا يمارس من قبل وسائل الإعلام العالمية حول ثورة طوفان الأقصى.

توصلت الدراسة إلى:

✓ أن نسبة 52.5 % من أفراد العينة قد تعرضوا لتضليل إعلامي حول ثورة طوفان الأقصى في وسائل الإعلام العالمية وهذا ما يوضحه الجدول رقم (09).

✓ أن نسبة 43.4 % من أفراد العينة ترى بأن مستويات التضليل الإعلامي الممارسة من قبل وسائل الإعلام العالمية حول ثورة طوفان الأقصى كانت عالية. وهذا ما يوضحه الجدول رقم (10).

✓ أن نسبة 78.9 % من أفراد العينة لاحظت أن هناك اختلافا بين ما تنقله وسائل الإعلام الدولية ومواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يوضحه الجدول رقم (12).

✓ إذن الفرضية الرابعة التي تقول بأن: أفراد العينة يرون أن هناك تضليلا إعلاميا يمارس من قبل وسائل الإعلام العالمية حول ثورة طوفان الأقصى صحيحة ومؤكدة.

المطلب الرابع: النتائج العامة للدراسة في ضوء الإجابة عن التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية:

ولأن النتائج العامة للدراسة يجب أن تكون إجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة وأسئلتها الفرعية فقد كانت النتائج العامة لدراستنا كما يلي:

- التساؤل الرئيسي: ما مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة ذلك التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى؟

من خلال نتائج جدول المحور الرابع من الاستمارة (السؤال الرابع - الجدول 24) والمتعلق بالتساؤل الرئيسي لدراستنا فقد أكدت الدراسة بأن هذه المواقع قد ساهمت وبمدى " عال " في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى وذلك بالرغم من اختلاف أفراد العينة من حيث الجنس والمستوى التعليمي وكذلك التخصص العلمي.

- السؤال الفرعي الأول: ما مدى متابعة أفراد العينة لثورة طوفان الأقصى عبر مختلف وسائل الإعلام؟

من خلال جداول المحور الأول والخاص ب: متابعة أفراد العينة لثورة طوفان الأقصى على مختلف وسائل الإعلام.

فقد كشفت الدراسة بأن أفراد العينة يهتمون بمتابعة مستجدات ثورة طوفان الأقصى من خلال مختلف هذه الوسائل وبمدى "عال" (الجدول رقم 4 - المحور الأول)، كما يهتمون أيضا بتقييم حجم هذا الاهتمام من طرف وسائل الإعلام العالمية بتغطية هذا الحدث (الجدول رقم 5- المحور الأول)، وأيضا يقيمون نوعية هذه التغطية من طرف هذه الوسائل الخاصة بهذا الحدث (الجدول رقم 6 - المحور الأول)

- السؤال الفرعي الثاني: ما حقيقة ممارسة وسائل الإعلام العالمية لتضليل إعلامي حول ثورة طوفان الأقصى من وجهة نظر أفراد العينة؟

من خلال جداول المحور الثاني والخاص ب: التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى

فقد كشفت الدراسة وأكدت من خلال أفراد العينة الذين أجابوا بتعرضهم لتضليل إعلامي حول هذا الحدث عبر مختلف وسائل الإعلام العالمية، وأن مستويات هذا التضليل قد كانت عالية، وبأن الوسيلة الإعلامية الأكثر ممارسة لذلك التضليل كانت مواقع التواصل الاجتماعي ثم القنوات التلفزيونية ثم الصحافة المكتوبة، كما أكدوا بأن هناك اختلاف بين ما تنقله وسائل الإعلام العالمية ومواقع التواصل الاجتماعي (الجدول رقم: 09-10-11-12/ المحور الثاني)

• السؤال الفرعي الثالث: ما مدى اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى من وجهة نظر أفراد العينة؟

• من خلال جداول المحور الثالث والخاص ب: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى

فقد أكدت الدراسة على أن مدى اعتماد أفراد العينة على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى كان مدى "عال"، وذلك بدليل استخدامهم لهذه المواقع بوتيرة "دائمة" وأيضا "منذ بداية الثورة" (الجدول رقم: 13-14-15 / المحور الثالث)، وأن المواقع الأكثر استخداما من طرفهم كانت " الفيس بوك " ثم " أنستغرام " ثم " تويتر " ثم " اليوتيوب ثم " الفايبير " ثم " سناب شات".

• السؤال الفرعي الرابع: ما هي رؤية أفراد عينة الدراسة لمساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى؟

من خلال جداول المحور الرابع والخاص ب: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى

فقد كشف وأكد أفراد العينة من خلال هذه الدراسة على أن الكيفية التي ساهمت بها مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة هذا التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى كانت من خلال النقل الحي للأحداث، وأن مدى هذه المساهمة كان مدى "عال"، وبأن الوسيلة الأبرز والأكثر استخداما من طرفهم في ذلك كانت الفيس بوك" ، ثم " تويتر " و " أنستغرام"، ثم فايبير"،

الفصل الثاني الإطار النظري للدراسة

ثم كل من " اليوتيوب " و " أخرى كالتيك توك "، ثم "سناپ شات". (الجداول 24-25-26 /المحور الرابع).

خلاصة الفصل

كما أشرنا في مقدمة هذا الفصل بأن جمع المعلومات في الجانب النظري تختلف عنه في الجانب الميداني، لأن هذا الأخير تبدوا فيه العملية على نحو أكبر وأعقد، لأننا نحاول من خلاله الحصول على معلومات غير متاحة أو مشاعة وهي في أذهان أفراد العينة تختلف من فرد لآخر. فبعد استعراضنا لأهم الإجراءات المنهجية التي قمنا بها تمهيدا للوصول إلى الإجراءات الميدانية والحصول على هذه المعلومات والبيانات من أجل التحقق من مدى الإجابة على التساؤلات التي أثرت في الدراسة من خلال النتائج المتحصل عليها ومناقشة تلك النتائج وإيجاد التفسيرات والتبريرات التي جعلتها بهذه الكيفية ومدى تحققها على أرض الواقع. نكون بذلك قد أزلنا لبس وغموض بعض العناصر في هذا الفصل، كما نكون أيضا قد تأكدنا من شروط صحة أداة القياس والتي تسمح لنا بالوثوق في النتائج المتوصل إليها حول موضوع دراستنا " دور مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى"



المخاتمة

خاتمة:

أدت مواقع التواصل الاجتماعي دورا حاسما ومهما وبارزا في محاربة التضليل الإعلامي الذي تتعرض له ثورة طوفان الأقصى، فقد كانت لمقاطع الفيديو والصور المؤثرة التي قام بها شهود العيان بالتقاطها وقام النشاط بتداولها على مواقع التواصل الاجتماعي أثرا كبيرا في تغيير مواقف الكثيرين اتجاه الصراع الفلسطيني - الإسرائيلي.

فقد أخذت هذه الثورة حيزا بارزا في الساحة الإعلامية في الآونة الأخيرة نظرا لتغييرها المشهد الإعلامي تغييرا جذريا بسبب ما تتعرض له من تضليل إعلامي خدمة للجهات المعادية للمقاومة الفلسطينية.

كما أن البروز اللافت لها (ثورة طوفان الأقصى) على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي كان له الأثر البالغ في لفت الانتباه إلى أن هذه المواقع قد تحولت بالفعل من أداة للتواصل إلى أداة فاعلة في نقل الحقيقة ودعم المقاومة والنضال وذلك من خلال النتائج التي تم التوصل إليها من خلال دراستنا وهي كالتالي:

- أكدت الدراسة أن ما نسبته 72.4 % من أفراد العينة ترى بأن الوسيلة المفضلة لديها للحصول على المستجدات حول أحداث ثورة طوفان الأقصى هي " مواقع التواصل الاجتماعي"، ثم التلفزيون بنسبة 22.4 % ثم الصحافة المكتوبة بنسبة 3.9 % ثم الراديو بنسبة 1.3 %.

- كشفت الدراسة أن ما نسبته 64.5 % من أفراد العينة أجابت بأنها تستخدم هذه المواقع منذ بداية الثورة، بينما أجابت فئة أخرى بـ "منذ شهر من بداية الثورة" وذلك بنسبة 26.3 %، ثم نسبة 7.9 % لـ "بعد أكثر من ستة أشهر من بداية الثورة"، ثم نسبة 1.3 % لـ "من شهر إلى ثلاث أشهر من بداية الثورة"

- كشفت الدراسة أن ما نسبته 56.6 % من أفراد العينة تستخدم هذه المواقع بوتيرة دائمة، ثم بوتيرة " أحيانا " بنسبة 38.2 %، ثم بوتيرة "نادرة" بنسبة 5.3 %.

وأن ما نسبته 47.4 % من أفراد العينة ترى بأن هذه المواقع قد ساهمت وبمدى " عال " في مجابهة التضليل الإعلامي حول هذا الحدث.

- أن ما نسبته 52.6 % من أفراد العينة ترى بأن الوسيلة الأكثر استخداما من طرفهم كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى هي " الفيس بوك "، تليها وسيلة " أنستغرام " بنسبة 23.7 %، ثم " تويتر " بنسبة 13.2 %، ثم " اليوتيوب " بنسبة 5.3 %، ثم " الفاير " بنسبة 3.9 %، ثم " سناب شات " بنسبة 1.3 %.

- أن ما نسبته 42.1 % من أفراد العينة ترى بأن هذه المواقع قد ساهمت في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى من خلال النقل الحي للأحداث.

لنخلص في النهاية إلى أن هذا المشهد الرقمي الذي خلفته مواقع التواصل الاجتماعي ليس مجرد مرآة للواقع، بل هو ساحة دعم ونضال ومساندة حيث يتشكل الوعي العام ويؤثر بشكل مباشر على الأحداث المهمة شريطة استخدام هذه المواقع بمسؤولية وفعالية لدعم القضايا العادلة والإنسانية وهو تحدٍ يتطلب جهودا اجتماعية من الأفراد، المنظمات وحتى الشركات العالمية أيضا وبناءا عليه تم تبني التوصيات التالية:

✓ اعتماد وسائل إعلام عربية تمتلك كفاءات عالية وتكون ناطقة بمختلف لغات العالم لا سيما لغة العدو مع إمكانية وصول بثها إلى أبعد الأماكن حتى يكون تأثيرها واسعا.

✓ اعتماد الإشاعة الدفاعية أو الإشاعة المضادة بهدف الرد على إشاعات العدو وأساليبه الدعائية والعمل على التشكيك في مصداقية وسائل إعلام العدو.

✓ إنشاء معاهد ومراكز تساعد في تحليل الشائعات مع تقديم مختلف السبل لمحاربتها عند الظهور وقبل أنتطور.

✓ العمل على تنوير الرأي العام في كل القضايا المتعلقة بالقضية الفلسطينية لأنها مغيبة في الإعلام الغربي تحت الضغط.

✓ ضرورة نشر الحقائق والمعلومات الصحيحة ومحاربة الشائعات بالدلائل الحسية وإظهار الغرض الحقيقي من بثها لمنع تضليل الرأي العام.

✓ الاهتمام بنشر الوعي الجماهيري للتصدي لتأثيرات الشائعات عليه.

✓ تصحيح الصورة التي يروج لها الإعلام الإسرائيلي بمساندة الإعلام الغربي من خلال فضح ألاعيبهم ومخططاتهم للجمهور الغربي.

✓ الإعلام الأمريكي إعلام مضلل ومحتواه يمجّد إسرائيل لذلك يجب على الإعلام الغربي والعربي النزيه تحليل الأخبار والتأكد من مصداقيتها قبل نشرها.

✓ استثمار مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الثقافة الوطنية وتعزيز روح الانتماء لدى الأفراد، بعيدا عن الطائفية.

✓ معاقبة أصحاب الحسابات التي تروج للأفكار الهدامة وتبث الإشاعات التي من شأنها خلق الفتنة، سواء كانت هذه الحسابات لأفراد أو مؤسسات.

✓ ضرورة تفعيل دور مختلف مؤسسات التنشئة الاجتماعية (الأسرة - المؤسسات التعليمية - دور العبادة - وسائل الإعلام ...) وإشراكها في عملية "التربية الإعلامية" لأنها السبيل الوحيد لفهم كافة أفراد المجتمع لآلية عمل الإعلام، وكيفية تأثيره على حياتنا وطريقة استخدامه بصورة حكيمة وإيجابية، لأن الهدف من هذه العملية هو إكساب هؤلاء الأفراد التفكير النقدي الهادف إلى تحليل المحتوى الإعلامي وكشف مختلف أهدافه لانتقاء ما يتفق مع مبادئه وقيمه واستبعاد كل ما يخالف ذلك سواء كان ذلك على مستوى الإعلام المسموع، أو المسموع، أو المكتوب، أو المرئي.

✓ استخدام وسائل الإعلام وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي بمسؤولية وفعالية لدعم مختلف القضايا العادلة والإنسانية وهذا في حد ذاته تحد يتطلب تظافر جهود مختلف الجهات المعنية لأن المشهد الرقمي الذي تخلفه هذه الوسائل (خاصة مواقع التواصل الاجتماعي) ليس مجرد مرآة للواقع، وإنما أصبح ساحة دعم وكفاح من نوع آخر أين يتشكل الرأي العام ويؤثر بشكل مباشر على مختلف الأحداث المهمة.



قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

❖ القرآن الكريم:

1. سورة سبأ الآية 50.

❖ القواميس والمعاجم:

2. أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، لسان العرب، بيروت، دار صادر، "مادة ضلل"، المجلد 11.
3. ابراهيم مذكور، المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، الهيئة العامة لشؤون المطابع الأميرية "مادة علم، 1896م.
4. ابن منظور، المحيط، بيروت، لبنان، المجلد الثالث.
5. ابن منظور، لسان العرب، القاهرة، دار الحديث، المجلد الأول، 2003.
6. أحمد بن فارس زكرياء أبو الحسن، معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبد السلام محمد هارون، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، الجزء الأول، 1979.
7. أحمد بن محمد بن علي المقرئ، المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي، دار الفكر، بيروت، مادة "ضل"، المجلد 2.
8. أحمد مختار عمر، معجم اللغة العربية المعاصر، القاهرة، عالم الكتاب، الطبعة الأولى، 2008.
9. جرجس ميشال جرجس، معجم مصطلحات لتربية والتعليم، بيروت، لبنان، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، 1426هـ/2005م.
10. الخليل بن أحمد الفراهيدي، كتاب العين معجم لغوي تراثي، بيروت، لبنان، مكتبة لبنان ناشرون، "مادة علم"، الطبعة الأولى، 2004م.
11. فؤاد أقوام البستاني، منجد الطلاب، بيروت، دار الشرق.
12. قاموس Le petit ROBERT .
13. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، الجزء الأول، ط3، مجمع اللغة العربية، معجم الوجيز، الطبعة الأولى، 1980.
14. محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي، مختار الصحاح، بيروت، دار الكتاب العربي، 1981.
15. محمد بن يعقوب محمد بن إبراهيم الفيروز أبادي، القاموس المحيط، القاهرة، شركة القدس للنشر والتوزيع، 2009.
16. محمد رواس، معجم لغة الفقهاء، بيروت، دار النفائس، الطبعة الأولى، 1416هـ/1990م.

17. محمد عبد الرحمان، على البياري، المعجم الشامل لترجمة مصطلحات علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2013.
18. محمد فريد وجدي، دائرة معارف القرن العشرين، المجلد الثاني، بيروت، دار الفكر، 2006.
19. محي الدين، محمد عبد اللطيف السبكي، المختار من صحاح اللغة، دار السرور، "مادة علم" 1353هـ/1934م.

❖ **الكتب:**

20. بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، عمان، الأردن، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، 2015.
21. بيير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الحلوجي، دمشق، دار كنعان، 2004.
22. جلال الشافعي، من التضليل الإعلامي، الأردن، دار البشير للطباعة والنشر، 2005.
23. جون سكوت، علم الاجتماع المفاهيم الأساسية، ترجمة محمد عثمان، بيروت، الشبكة العربية للأبحاث والنشر، الطبعة الأولى، 2009.
24. الحسن محمد هند، النظام القانوني لحرية الرأي، القاهرة، دار الكتب القانونية، 2005م.
25. حسين محمود الهيتمي، العلاقة العامة وشبكة التواصل الاجتماعي، عمان، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015.
26. حميد حميد السعدون، الغرب والإسلام والصراع الحضاري، عمان، دار وائل، 2002م.
27. دلال القاضي، محمود البياتي، منهجية البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، عمان، دار الحامد، الطبعة الأولى، 2008.
28. راييس نور الدين، نظرية التواصل واللسانيات الحديثة، فاس، مطبعة سايس، الطبعة الأولى، 2007.
29. ربحي مصطفى عليان، المبحث العلمي، أسسه مناهجه وأساليبه، إجراءاته، الأردن، بيت أفكار الدولية، 2001.
30. رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، عمان، دار دجلة، الطبعة الأولى، 2017.
31. سامي خشبة، مصطلحات فكرية، القاهرة، مكتبة الأكاديمية، 1994.

32. سعيد سراج، الرأي العام، مقوماته وأثره في النظم السياسية المعاصرة، القاهرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986.
33. سلطان بن محمد الهاشمي وآخرون، أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي على تنشئة الطفل في المجتمع العماني (التعليمية، الاجتماعية والنفسية والصحية)، عمان، دراسة مقدمة من جمعية الاجتماعيين العمانية إلى وزارة التنمية الاجتماعية، وزارة التنمية الاجتماعية، جوان 2020م.
34. سمير الصارم، التجسس الاقتصادي، دمشق، دار الفكر المعاصر للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، 1999.
35. شريف كمال، سامي الطرابيشي، كل شيء عن الفيس بوك وثورة الغضب، دار الروضة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2011.
36. شعبان طاهر الأسود، علم الاجتماع السياسي: قضايا العنف السياسي الثورة، القاهرة، "الدار المصرية اللبنانية، 2003.
37. صادق عباس، الإعلام الجديد "المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، عمان، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008.
38. صالح بن حمد العساف، المدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، الرياض، مكتبة العبيكان، ط4، 2006.
39. عبد الرحمان بدوي، مناهج البحث العلمي، مناهج البحث العلمي، الكويت، وكالة المطبوعات، 1977.
40. عبد الرزاق الدليمي، الدعاية والإرهاب، الأردن، دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010.
41. عبد الغني أحمد علي الحاوري، العلاقات الأسرية في ظل الإدمان على وسائل التواصل الاجتماعي، برلين ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، الطبعة الأولى، 2021 م.
42. عبد الله الغدامي، الثقافة التلفزيونية سقوط النخبة وبروز الشعبي، الدار البيضاء، المركز الثقافي العربي، ط2، 2005م.
43. عبد الوهاب الكيالي، "موسوعة السياسة"، بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، الجزء السابع، 1979.

44. عبير محمود جبار، التضليل الإعلامي حول مواقع التواصل الاجتماعي –الفيديو نموذجاً (جامعة جيهان، أربيل، كلية الآداب والفنون بقسم الإعلام، 2022 .
45. علاء الدين نزمين، إدارة استراتيجية التواصل والمنظمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2020.
46. علي غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، قسنطينة، الجزائر، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، 2009.
47. عمار بوحوش، منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، برلين، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، 2019.
48. قولر روجر، وسائل الإعلام وإعادة إنتاج السلطة، ترجمة محمد خطابي، المجلد 2005، العدد 24 (30 جوان 2005).
49. ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام وآخرون، تكنولوجيا إعلام واتصال، عمان، الأردن، الإحصاء العلمي، الطبعة الأولى، 2015.
50. محمد سعيد رمضان البوطي، كبرى التقنيات الكونية (وجود الخالق ووظيفة المخلوق)، دمشق، دار الفكر، 1997.
51. محمد صلاح الدين مصطفى وآخرون، خطوات البحث العلمي ومناهجه، القاهرة، مصر، جامعة دولا العربية 2010.
52. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الرياض، مكتبة العبيكان، ط4، 2004.
53. محمد عبد القادر حاتم، الإعلام والدعاية نظريات وتجارب، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط3، 1972.
54. محمد قيراط، الإعلام والمجتمع الرهانات والتحديات الحرة، العولمة، الأخلاق، الرأي العام، تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، الأعلام العربي، الواقع والتحديات، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001.
55. محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مصر، الدار العامة للنشر والتوزيع، 2003.
56. مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، عمان، الأردن، مؤسسة الوراق، الطبعة الأولى، 2000.

57. مصطفى حميد الطائي خير ميلاد أبوبكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية، الاسكندرية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2007.
58. مكايي حسين عماد، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، مصر، الدار المصرية اللبنانية، ط2، 1997.
59. ميلود مراد، دور الإعلام الجزائري في إدارة الأزمات، الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزء الأول، 2013م.
60. نادية سعيد عيشور وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دليل الطالب في إنجاز بحث سوسيولوجي، الجزائر، مؤسسة حسن رأس الجبل للنشر والتوزيع، 2017.
61. نبيل علي، الثقافة العربية في عصر المعلومات، رؤية لمستقبل الخطاب الثقافي العربي، رؤية نقدية، سلسلة كتب ثقافية شهرية يصدرها المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 2001.
62. نعيمة واكد، مقدمة في علم الإعلام (الجزائر، طاكسيج. كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2012م)، ص 8.
63. هيربرت شيلر، المتلاعبون بالعقول، كيف يجذب محركو الدمى الكبار في السياسة والإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري خيوط الرأي العام؟ ترجمة عبد السلام رضوان، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون، 1999.
64. وليام ليدرز، أمة من الغنم في لسياسة الخارجية الأمريكية والتعظيم الإعلامي وحجب الحقائق عن الشعب، ترجمة عدنان شوكت شومان، مركز الرابة للتنمية الفكرية، 2004م.
65. وليد ابراهيم الحاج، اللغة العربية ووسائل الاتصال الحديثة، عمان، دار البداية، الطبعة الأولى، 2011م/1432هـ.
66. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الجزائر، طاكسيجوم للدراسات للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2007.

❖ المجلات والمطبوعات:

67. إبراهيم محمد محمد صادق عامر، التأصيل العملي لطبيعة الثورة وأنواعها، مجلة البحوث المالية والتجارية، المجلد 19، العدد 4 (31 أكتوبر 2018)، ص ص 253-273.
68. أحمد إسماعيلي، إيديولوجيا الإعلام الجديد والوعي الزائف، مقارنة في استراتيجيات الإقناع وصناعة الواقع، ورقة بحثية، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الوديمقراطي العربي-برلين-ألمانيا، العدد الثامن (أوت 2019)، ص ص 09-347.

69. أروى سعيد بني صالح، أهمية وسائل التواصل الاجتماعي وتأثيرها على الأمن المجتمعي والوطني في الأردن، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، العدد 36 (ماي 2021)، ص ص.1-16.
70. إلهام محمود مرسي محمد، دور مؤسسات تشكيل الوعي الأساسية في مواجهة التضليل الإعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي واتجاهات المراهقين نحوها، مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، المجلد 14، العدد 14 (أبريل 2022)، ص ص.1-32.
71. أمال أيوب، راضية يوسف، دور الممارسات والمبادئ الأخلاقية في التقليل من مظاهر التضليل الإعلامي، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 7، العدد 4، 2019، ص ص.76-91.
72. أمال قاسمي، مطبوعة دروس في مقياس إنجاز مذكرة تخرج مقدمة لطلبة السنة لثالثة ليسانس) جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال (تخصص اتصال)، السنة الجامعية 2023/2022، ص ص.1-139.
73. بعزیز ابراهيم، تقنيات وأساليب التضليل الإعلامي المعاصرة بين تغييب الوعي وتوجيه اهتمامات الأفراد، مجلة استراتيجية، مجلة دراسات الدفاع والاستقبلية، العدد 06 (السداسي الثاني 2016)، ص ص.53-76.
74. حامد إيناس، مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في رصد انتهاكات حقوق الطفل بعد الثورات العربية، مجلة دراسات الطفولة، المجلد 18، العدد 69 (31 أكتوبر 2015)، ص ص.73-80.
75. الحسن اسعد بن ناصر بن سعيد، أثر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات وقيم الشباب من منظور التربية الإسلامية، مجلة كلية التربية، الجزء 3، العدد 179 (جويلية 2016م)، ص ص.325-359.
76. حنان كيلاني، التضليل الإعلامي وعلاقته بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 14، العدد 4 (31 ديسمبر 2015)، ص ص.219-290.
77. ستار مجهول العذاب، دور إجراءات مكاتب المفتشين العموميين في الحد من جرائم الاحتيال، مجلة العلوم الاقتصادية، المجلد 79، العدد 20 (أكتوبر 2014)، ص ص.105-140.
78. السعيد بومعيرة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 9، العدد 18 (01-01-2004)، ص ص.1-20.

79. السعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 9، العدد 18 (01-01-2004)، ص ص 87-115.
80. سلمى حسين كامل، إدمان الانترنت وعلاقته بالدافعية نحو التحصيل الدراسي لدى طلبة جامعة ديالي، مجلة الفتح للبحوث النفسية والتربوية، المجلد 12، العدد 68 (31 ديسمبر 2016)، ص ص 269-301.
81. سليمة حمودة، الإدمان على الانترنت: اضطرابات العصر، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 2015، العدد 21 (31 ديسمبر 2015) ص ص 213-224.
82. سمير بارة، تأثير المواطنة الافتراضية في ظل شبكات التواصل الاجتماعي على الهوية العربية: مقارنة لفهم العلاقة البناء والترهل، مجلة مقاربات، مجلة العلوم الإنسانية، مؤسسة مقاربات للنشر والصناعات الثقافية، المجلد 2018، العدد 30 (31 مارس 2018)، ص ص 45-68.
83. طائر مفيدة، تنبؤ فاطمة الزهراء، المقاومات التربوية للناشئة في ظل الإعلام الجديد، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 2017، العدد 11 (31 ديسمبر 2017)، ص ص 207-220.
84. عبد العزيز بن صالح المطوع، تأثير شبكة الواتساب على بعض المتغيرات لدى عينة من المتزوجين في المجتمع السعودي، مجلة البحث العلمي في التربية، المجلد 16، العدد 3، 201 (سبتمبر 2015)، ص ص 77-89.
85. عبد الغني احمد علي الحاوري، أمين عبد الله محمد حسني الزبيدي، مهارات التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي اللازمة لطلبة المرحلة الثانوية بالجمهورية اليمنية ومدى امتلاكهم لها، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، المجلد 2، العدد 09 (جوان 2020)، ص ص 78-102.
86. عبد الله قلش، مطبوعة مقياس منهجية البحث العلمي، 1.موجهة لطلبة السنة اولى جذع مشترك علوم اقتصادية وتجارية وعلوم التسيير(جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، السنة الجامعية /2016/2017)، ص ص 1-156.
87. غادة ممدوح سيد، الإعلام الجديد والشبكات الاجتماعية، مدخل نظري لفهم الخصائص والأساليب، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، المجلد 2017، العدد 09 (31 مارس 2017)، ص ص 389-421.

88. غانم عبد الوهاب، بلعباس نادية، دور وسائل الإعلام في نشر الإشاعة وكيفية الحد من أثارها السلبية، دراسة في طرق النشر ودور السياق والفاعل الاجتماعي، مجلة الرواق، المجلد 1، العدد 2 (05 ديسمبر 2015)، ص ص 26-34.
89. فاطمة منصور فرج، دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتداول الشائعات المتعلقة بجائحة كورونا، دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة سرت، ليبيا، مجلة جامعة سرت للعلوم الإنسانية، المجلد 11، العدد 2 (31 ديسمبر 2021م)، ص ص 247-288.
90. قولر روجر، وسائل الإعلام وإعادة إنتاج السلطة، ترجمة محمد خطابي، مجلة علامات، المجلد 2005، العدد 24 (30 جوان 2005)، ص ص 75-88.
91. اللبان شريف درويش، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة إستراتيجية للدراسات والبحوث الإستراتيجية، المجلد 2، العدد 7 (31 جويلية 2014)، ص ص 96-135.
92. ليليا شاوي، مقارنة تلقي و دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي الأنستغرام، دراسة وصفية تحليلية لعينة من طلبة جامعة الجزائر (المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 10، العدد 01 (جوان 2022)، ص ص 291-318.
93. محمد أحمد حسين عبد المعطي، شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرها على مهارتي التفاوض التربوي والعلاقات التبادلية بينشخصية لدى معلمات رياض الأطفال بكلية التربية: دراسة تقويمية، مجلة كلية التربية، المجلد 31، العدد 1 (31 جانفي 2015) ص ص 532-676.
94. محمد سليم الزبون ضيف الله عودة أبو صعليك، الأثار الاجتماعية والثقافية لشبكة التواصل الاجتماعي على الأطفال في سن المراهقة، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7، العدد 2 (31 أوت 2014)، ص ص 225-251.
95. محمد عبد القدوس المصري، الإعلان الكاذب والمضلل (الماهية والأركان القانونية)، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، العدد 42، جويلية 2023م، 1445هـ، ص ص 2405-2428.
96. محمد هلال الصادق هلال، الوسائل التوضيحية وأثرها في الدعوة إلى الله تعالى، مجلة الدراية، العدد 15 (2015)، ص ص 288-392.

97. مسفر أحمد مسفر الوادعي، وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على الأمن الفكري من وجهة نظر طلبة المرحلة الثانوية ومعلمي العلوم الشرعية، بمنطقة عسير، مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد 171، ج3 (ديسمبر 2016م)، ص ص 13-70.
98. مظهر عهود يوسف، واقع توظيف الفيديو الرقمي (يوتيوب) الممارس من قبل أعضاء الهيئات التدريسية، وانعكاساته على الحاجات التدريبية الفعلية في مؤسسات التعليم العالي، المجلة الفلسطينية للتعليم المفتوح والتعليم الإلكتروني، جامعة فلسطين التقنية حضوري، المجلد 07، العدد 13 (31 جانفي 2019)، ص ص 63-83.
99. منال محمد بن حمد الناصر، تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على العلاقات الاجتماعية والأسرية لدى طلبة الجامعة السعودية الإلكترونية بينة الرياض، مجلة البحث العلمي في التربية، العدد 20، الجز 3، 2019 م، ص ص 241-291.
100. نادية بن ورقلة، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشعب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، المجلد 5، العدد 5 (15/جوان (حزيراء)/2013، جمادى الأولى 1434هـ)، ص ص 200-217.
101. ناصف العبد أمين محمد، تأثير التكنولوجيا الرقمية لشبكة الأنترنت على كفاءة وأداء الأسرة، تحليل سوسيولوجي لتأثيرات استخدام الأنترنت، مجلة الفكر الشرطي، المجلد 23، العدد 3 (31 جويلية 2014)، ص ص 275-298.
102. النصر رمضان سعد الله حربي، نشر الشائعات عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (أثارها المسؤولية المترتبة عليها . سبل التصدي لها) دراسة مقارنة، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات، بالإسكندرية، المجلد 06، العدد 37 (النصف الثاني ديسمبر 2021)، ص ص 713-780.
103. هالة حجابي عبد الرحمن حسني، التنشئة الاجتماعية للمراهقين في ضوء تأثير مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة دراسات عربية في التربية وعلم النفس (ASEP) العدد 75 (جويلية 2016)، ص ص 517-538.

❖ الرسائل والأطروحات:

104. أحلام بوهلال، تأثير استخدام شبكة الانترنت على العلاقات الأسرية الجزائرية، رسالة الماجستير (جامعة العربي التبسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016).
105. إيمان محمد سلامة بركة، الجريمة الإعلامية في الفقه الإسلامي، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الفقه المقارن (الجامعة الإسلامية - غزة، عمادة الدراسات العليا، كلية الشريعة والقانون، قسم الفقه المقارن، 1429 هـ، 2008م/1429م).
106. بريك نورالدين، شايب عبد الوهاب، شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تعزيز ثقافة الموارد لدى الطلبة الجامعيين - موقع فيسبوك - مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر (جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي، كلية علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع اتصال 2019/2018).
107. بن قلة رزيقة، تحليل مضمون الحملات الإعلامية الدعائية لتنظيم داعش (دراسة وصفية تحليلية لعينة من الفيديوهات الدعائية "يوتيوب نموذجاً"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر (جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، 2017/2016).
108. حكيمة لكحل، ربيحة الزايدي، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العلاقات الأسرية "الفيسبوك نموذجاً"، دراسة ميدانية لمجموعة من المعلمات المتزوجات، رسالة الماستر (جامعة زيان عاشور الجلفة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017/2016).
109. رضا عبد حمودة أكحيل، الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام (جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، أيار 2015).
110. زبيدة دهام، نادية عزيزو، دور مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام الجزائري ظاهرة الاختطاف للأطفال الفيسبوك نموذجاً، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر (جامعة خميس مليانة، تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2019).
111. سعاد بن حديري، علاقة النرجسية بالإدمان على شبكة التواصل الاجتماعي "فيسبوك نموذجاً" لدى المراهق الجزائري، دراسة ميدانية على التلاميذ السنة الثانية ثانوي، بمدينة بسكرة (جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2016).

112. سمية بولعابة، الإدمان على الانترنت وعلاقته بظهور اضطرابات النوم لدى عينة من الشباب الجامعي، رسالة الماجستير (جامعة محمد بوضياف، المسيلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017).
113. شيماء بزاري، زبيدة حمزة، بثينة سعادية، أثر يوتيوب على سلوك الطفل، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر (جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، 2021-2022).
114. صخر يوسف محمد زهران، حركة المقاومة الإسلامية "حماس"النشأة وتطور فكرها السياسي من عام (1408-1424هـ/1987م/2007م)، رسالة ماجستير (جامعة القدس، فلسطين، 1430هـ-2009م).
115. عبد الوهاب بن عبد العزيز الحداد، وسائل التواصل الاجتماعي والعربية الفصحى، مذكرة دكتوراه (جامعة ملایا، كلية اللغة واللسانيات، قسم اللغة العربية واللغات الشرق الأوسط).
116. فاطمة بنت محمد الأحمرري، أثر استخدام وسائل التواصل الاجتماعي الحديثة على الحوار الأسري، الهاتف الجوال، والشبكة العنكبوتية (الانترنت)- دراسة مطبقة على عينة من الأسر السعودية بمدينة الرياض، بحث لاستكمال متطلبات درجة الماجستير في علم الاجتماع، 1434-1435هـ).
117. ماجد رجب العبد سكر، التواصل الاجتماعي: أنواعه-ضوابطه-أثاره ومعوقاته، ماجستير (الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، قسم التفسير وعلوم القرآن آلية أصول الدين، 2011).
118. مجد نبيل، الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية (دراسة تحليلية 2001-2012)، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام في جامعة البترا لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير (جامعة البترا في الصحافة والإعلام، 2015).
119. محمد نبيل محمود عثمان، الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية، دراسة تحليلية، 2001، 2012)، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإعلام بجامعة البترا لاستكمال متطلبات نيل درجة الماجستير (جامعة البترا، في الصحافة والإعلام، 2015).
120. نومار مريم نريمان، استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وتأثيره في العلاقات الاجتماعية دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيسبوك، رسالة ماجستير (جامعة الحاج لخضر، كلية علوم الإعلام والاتصال وتكنولوجيا الاتصال الحديثة، 2012/2013).

❖ الجرائد:

121. الجريدة العالمية للدراسات متعددة التخصصات في أبحاث التراث، Volume 4، 2021، ص ص 24-44.

❖ التقارير:

122. محمد عبد الرؤوف محمد، دور الإعلام في مكافحة الشائعات، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السادس، القانون والشائعات في الفترة من 22 إلى 23 أبريل 2019، جامعة طنطا، كلية الحقوق، ص، ص 15،16.

123. كلية دبي للإدارة الحكومية، تقرير الإعلام الاجتماعي، العدد 2، ماي 2011، ص 4.

❖ المؤتمرات والندوات:

124. ضياء أحمد الكرد، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على التوافق الزوجي في الأسرة الفلسطينية "الفييس بوك نموذجا"، مؤتمر كلية الشريعة الدولي الرابع "وسائل التواصل الاجتماعي وأثرها على المجتمع" 2014/04/24، جامعة النجاح، 2014، ص94.

125. ورقة علمية مقدمة في المؤتمر العربي الأوروبي حول تمكين الشباب ومنظماته مودع مصادرات المجتمع المدني في الدول العربية، جنوب البحر المتوسط، مالطا، 22-24 مارس 2012 م.

126. محمد عبد الرؤوف محمد، دور الإعلام في مكافحة الشائعات، بحث مقدم للمؤتمر العلمي السادس، القانون والشائعات في الفترة من 22 إلى 23 أبريل 2019، جامعة طنطا، كلية الحقوق، ص، ص 15،16

127. يونس بوظبور، ورشة التواصل الإلكتروني، نادي التربية على حقوق الإنسان، يوم 24-12-2010، ص03.

❖ المواقع الإلكترونية

128. " طوفان الأقصى".. أكبر هجوم للمقاومة الفلسطينية على إسرائيل متاح على الرابط: www.aljazeera.net بتاريخ: 2024/2/2 على الساعة 01: 21 م (بتوقيت مكة المكرمة)

129. " طوفان الأقصى" أكبر هجوم للمقاومة الفلسطينية على إسرائيل، متاح على الرابط: www.aljazeera.net، آخر تحديث 2024/02/02، 01: 21 (بتوقيت مكة المكرمة).

130. " لماذا طوفان الأقصى" .. وثيقة لحماس تروي أحداث 7 أكتوبر (المكتب الإعلامي لحركة المقاومة الإسلامية حماس، هذه روايتنا ... لماذا طوفان الأقصى؟)، متاح على الرابط: <http://www.aljazeera.net> ، بتاريخ: 2024/01/21 /آخر تحديث: 2024/01/21 الساعة: 07:20 م (بتوقيت مكة المكرمة)
131. " ماسر تسمية عملية " طوفان الأقصى وأخواتها؟ متاح على الرابط: <http://alghad.com> ، بتاريخ: الاثنين 2023/10/09، الساعة (01:38 م).
132. <http://jeddehpost.com>
133. <http://ar.m.wikipedia.org/wiki/> - ويكيبيديا.
134. http://islamic_content.com¹
135. ابراهيم شير، طوفان الأقصى... السياق الطبيعي للرد...، متاح على الرابط: <http://www.almayadeen.net>، كانون الثاني، الساعة: 14:00
136. أبرز حروب إسرائيل على قطاع غزة، متاح على الرابط: <http://www.aljazeera.net> ، آخر تحديث: 2023/10/11، 02:24 م (بتوقيت مكة المكرمة)
137. الأمين العام للجمعية العامة للأمم المتحدة، أوت 2022، استجابة لطلب الجمعية العامة في قرارها الصادر في ديسمبر 2021، 77، مكافحة التضليل الإعلامي من أجل تعزيز حقوق الإنسان والحريات الإنسانية، متاح على الرابط: <http://www.un.org/or/countering-disinformation1> ، ص ص 20-24.
- بتاريخ: 2023/10/09¹ <http://www.aljazeera.net>
- الجمهرة معلمة مفردات المحتوى الإسلامي
138. الجيش الإسرائيلي، متاح على الرابط: <http://ar.m.wikipedia.org/wiki/> ، بتاريخ: أكتوبر 2015.
139. خضر رسلان، طوفان الأقصى ... مكاسب استراتيجية عصية على العدوان والمجازر، متاح على الرابط: <http://www.al-binaa.com> ، بتاريخ: 08 نوفمبر 2023.
140. سعيد بلحاج، طوفان الأقصى...مكاسب استراتيجية لن تغيرها التفاصيل، متاح على الرابط
141. سليمان دخيل، التضليل (الخصائص والأساليب والأهداف)، متاح على الرابط: <http://net.work.srp-centre.iq> ، بتاريخ: 2022/04/10 ، على الساعة: 2:46 ص

142. سليمة راجي، الحملات الانتخابية وشبكات التواصل الاجتماعي بسكرة 10/9 سبتمبر 2012.
143. السنوسي محمد السنوسي، الأخلاق والإعلام.. خطورة الفصل وضرورة الوصل (1 - 3)، متاح على الرابط: <http://islam on line.net>، تاريخ الإطلاع: 2018/04/26.
144. السنوسي محمد السنوسي، ملامح الصدمة الإسرائيلية بعد طوفان الأقصى في ملحق استراتيجي لـ" السياسة الدولية"، مجلة البيان الرقمية، متاح على الرابط: <http://albayan.co.uk> بتاريخ: 11 فيفري 2024.
145. عمار يحي، تسع مهارات تجنبك تضليل وسائل الإعلام، متاح على الرابط: <http://www.aljazeera.net> بتاريخ: 2018/08/12.
146. عمر سليمان ملكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة في منهج الإعلام الإسلامي ، متاح على الرابط: <http://diae.net>، تاريخ النشر: 2016/09/10 (من طرف محمد ياسين جاية)، تاريخ الاطلاع: 2019/04/15.
147. عملية طوفان الأقصى، متاح على الرابط: <http://ar.m.wikipedia.org/wiki>
148. مركز الجزيرة للدراسات، الجزيرة للدراسات يخصص تقريره السنوي لرصد تداعيات"طوفان لأقصى" على الشرق الأوسط، متاح على الرابط: <http://studies.aljazeera.net> ، بتاريخ: 2024-04-18 (تحديث 2024-04-18 على الساعة : 09:22 م (بتوقيت مكة المكرمة)
149. المسجد الأقصى.. شاهد على تاريخ يمتد لآلاف السنين، متاح على الرابط: www.skynewsarabia.com، بتاريخ: 12 مايو 2021، الساعة 10:33 بتوقيت أبوظبي.
150. منية بن عياد، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في بناء الرأي العام تجاه حرب غزة ، متاح على الرابط: <http://CAUS.ORG.IB>، بتاريخ: 2024-05-14 . 1
151. موضوع3 <https://mawdoo3>



الملاحق

جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

"دور مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى"

دراسة ميدانية على عينة من الطلبة بجامعة محمد بوضياف المسيلة

تحية طيبة وبعد:

نضع بين أيديكم هذه الاستمارة المعتمدة في إنجاز بحث ولاستكمل متطلبات الحصول على درجة
الماستر في علوم الإعلام والاتصال، لذا نرجو منكم قراءتها والإجابة على الأسئلة التي تتضمنها بوضع
علامة (X) إمام الإجابة التي تراها مناسبة، ونعلمكم أن المعلومات التي سنقوم بجمعها عن طريق هذه
الاستمارة ستستخدم لأغراض البحث العلمي والموضوع المدروس

إشراف الدكتور:

سدار رابح

إعداد الطالبة:

سعادى فاطمة الزهراء

السنة الجامعية 2023|2024

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

الطور الدراسي: ليسانس ماجستير دكتوراه

التخصص: علم الاجتماع
 علوم الإعلام والاتصال
 علوم إسلامية
 علم النفس
 أخرى اذكرها

المحور الأول: متابعة أفراد العينة لثورة طوفان الأقصى على مختلف وسائل الإعلام

- س1: ما مدى اهتمامكم بمستجدات الأحداث حول ثورة طوفان الأقصى؟
- عال متوسط منخفض
- س2: كيف تقيمون حجم اهتمام وسائل الإعلام العالمية بتغطية أحداث ثورة طوفان الأقصى؟
- عالية متوسطة منخفضة
- س3: كيف تقيمون نوعية تغطية وسائل الإعلام العالمية لأحداث ثورة طوفان الأقصى؟
-

- س4: ما هي الوسيلة المفضلة لديكم للحصول على آخر المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى؟

الراديو التلفزيون الصحافة المكتوبة مواقع التواصل الاجتماعي

- س5: في رأيكم، هل حظيت ثورة طوفان الأقصى بتغطية إعلامية متوازنة من طرف وسائل الإعلام

العالمية؟

نعم

المحور الثاني: التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى

- س1: هل سبق لكم و أن تعرضتم لتضليل إعلامي حول ثورة طوفان الأقصى في وسائل الإعلام العالمية؟

لا

نعم

- س2: في رأيكم، ما هي مستويات التضليل الإعلامي الذي تمارسه وسائل الإعلام العالمية حول ثورة

طوفان الأقصى؟

منخفضة

متوسطة

عالية

- س3: من بين وسائل الإعلام التالية، من هي الوسيلة الأكثر ممارسة للتضليل الإعلامي حول ثورة طوفان

الأقصى؟ يرجى ترتيبها من 1 إلى 4، علما أن 1 للأكثر ممارسة للتضليل الإعلامي.

- القنوات التلفزيونية الدولية

الملاحق

- الإذاعات الدولية
- الصحف الدولية بما فيها الالكترونية
- مواقع التواصل الاجتماعي
- س4: هل لمستم اختلاف بين ما تنقله وسائل الإعلام الدولية ومواقع التواصل الاجتماعي حول ثورة

طوفان الأقصى؟

لا

نعم

المحور الثالث: الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة طوفان الأقصى

- س1: ما مدى اعتمادكم على مواقع التواصل الاجتماعي للحصول على المستجدات حول ثورة

منخفض

متوسط

عال

- س2: ما هي الوسيلة الأكثر استخداما من طرفكم كمصدر للمعلومات حول ثورة الطوفان الأقصى؟

فايبر

انستغرام

فايسبوك تويتر

سناب شات

واتساب

يوتيوب

أخرى اذكرها.....

- س3: منذ متى و أنت تستخدم هذه الوسائل كمصدر للمعلومات حول ثورة الطوفان الأقصى؟

منذ بداية الثورة

بعد شهر من بداية الثورة

من شهر إلى ثلاث أشهر من بداية الثورة

الملاحق

- من ثلاث إلى ستة أشهر من بداية الثورة
- بعد أكثر من ستة أشهر من بداية الثورة
- س4: ما وتيرة استخدامكم لمواقع التواصل الاجتماعي للاستعلام حول ثورة طوفان الأقصى؟
دائماً أحياناً نادراً
- س5: ما هي المدة التي تقضونها على مواقع التواصل الاجتماعي عند استعلامكم حول ثورة طوفان الأقصى؟
اقل من ساعة من ساعة إلى 03 ساعات
من 03 إلى 06 ساعات أكثر من 06 ساعات
- س6: ما هي اللغة التي تفضلها في عند استخدامك لمواقع التواصل الاجتماعي للاستعلام حول ثورة طوفان الأقصى؟
اللغة العربية اللغة الفرنسية اللغة الانجليزية
- س6: ما هي المضامين التي تهتم بها عبر مواقع التواصل الاجتماعي حول ثورة طوفان الأقصى؟
الصور
مقاطع الفيديو
النصوص مكتوبة
التسجيلات الصوتية
التغريدات والهاشتاج
أخرى اذكرها.....

المحور الرابع: مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى

الملاحق

- س 1: هل سبق لكم و أن صادفتك منشورات يشوبها تضليل إعلامي على مواقع التواصل الاجتماعي؟

لا

نعم

- إذا كان الجواب بنعم، ما طبيعة تلك المنشورات التي تحتوي على تضليل إعلامي حول ثورة طوفان الأقصى؟

منشور كتابي مرفق بصورة

منشور كتابي فقط

منشور متعدد الوسائط

صورة فقط

تسجيل صوتي

رابط لمحتوى رقمي Link

أخرى اذكرها.....

- كيف تتعامل مع المنشورات التي تحتوي على تضليل اعلامي حول ثورة طوفان الاقصى؟

- مشاهدتها أو قراءتها دون التفاعل معها

- إبداء الرأي فيها

- مشاركتها مع الآخرين

- تجاهلها مباشرة

- التعليق وتصحيح الأفكار

- أخرى اذكرها.....

الملاحق

- س2: في رأيكم، إلى أي مدى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في نقل الحقيقة حول ثورة طوفان الأقصى؟

عالي متوسط منخفض

- س3: بنظرك إلى أي مدى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى؟

عالي متوسط منخفض

- س 4: بنظرك كيف ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في مجابهة هذا التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى؟

- النقل الحي للأحداث

- دعم لثورة طوفان الأقصى

- زيادة الوعي بأهمية التصدي للتضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى

- توفير الفرصة لمناقشة ما يتعرض له الشعب الفلسطيني من اعتداءات

- التشجيع على المشاركة في الأنشطة والمظاهرات المؤيدة لثورة طوفان الأقصى

- المساهمة في إحياء القضية الفلسطينية من خلال ثوره الطوفان الأقصى

- توسيع وتعميق دائرة التضامن العربي والدولي حول ثورة طوفان الأقصى

- س 5: بنظرك ما هي ابرز الوسائل التي ساهمت في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى؟

فايسبوك تويتر انستغرام فايبر
 يوتيوب واتساب سناب شات

أخرى اذكرها.....

الملخص

لم تقتصر ثورة طوفان الأقصى مع الاحتلال على الأحداث الميدانية وما يقع خلالها من جرائم وانتهاكات إسرائيلية فحسب، بل شملت ميدانا آخر تمثل في السردية وفبركة المعلومات والتضليل الإعلامي والتي تتخذها إسرائيل وبصورة ممنهجة وسيلة لدعم روايتها من أجل تبرير عدوانها على الفلسطينيين أمام الرأي العام.

ونظرا لتنامي دور مواقع التواصل الاجتماعي أمام التحدي الجديد الذي برز أمامها خاصة أثناء الأزمات والحروب.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة الدور التي تلعبه هذه المواقع (مواقع التواصل الاجتماعي) في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى، وقد اعتمدنا أداة الاستبيان لجمع البيانات وهذا بعد تحكيمها وتوزيعها على عينة قدرت بـ: (76 طالبا من جامعة محمد بوضياف - المسيلة-)، كما اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي لتحليل ووصف هذه البيانات.

وبناء عليه تم التوصل إلى لنتائج التالية والتي أهمها:

- ✓ أن نسبة 64.5 % من أفراد العينة يعتمدون مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات حول ثورة طوفان الأقصى منذ بداية الثورة.
- ✓ أن نسبة 72.4 % من أفراد العينة يرون بأن الوسيلة المفضلة لديهم للحصول على المستجدات حول أحداث ثورة طوفان الأقصى هي مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ أن نسبة 52.5 % من أفراد العينة قد تعرضوا لتضليل إعلامي حول ثورة طوفان الأقصى في وسائل الإعلام العالمية.
- ✓ أن نسبة 43.4 % من أفراد العينة ترى بأن مستويات التضليل الإعلامي الممارسة من قبل وسائل الإعلام العالمية حول ثورة طوفان الأقصى كانت عالية.
- ✓ أن نسبة 42.1 % من أفراد العينة ترى بأن الوسيلة الأكثر ممارسة للتضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى هي مواقع التواصل الاجتماعي.
- ✓ أن نسبة 78.9 % من أفراد العينة لاحظت أن هناك اختلافا بين ما تنقله وسائل الإعلام الدولية ومواقع التواصل الاجتماعي.

- ✓ أن نسبة 35.5 % من أفراد العينة يرون بأن أبرز الوسائل التي ساهمت في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى هي " الفيس بوك " ثم " التويترو الانستغرام " .
- ✓ كيفية مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى كانت من خلال النقل الحي للأحداث وذلك بنسبة 42.8 % .
- ✓ المدى الذي ساهمت به مواقع التواصل الاجتماعي في مجابهة التضليل الإعلامي حول ثورة طوفان الأقصى كان بمدى عال بنسبة 47.4 % .
- ✓ أن نسبة 68.4 % من أفراد العينة يفضلون اللغة العربية عند استخدامهم لهذه المواقع للاستعلام حول هذا الحدث .
- ✓ أن نسبة 65.6 % من أفراد العينة يستخدمون هذه المواقع بوتيرة دائمة للاستعلام حول ثورة طوفان الأقصى .

The Study Summary:

The AL- AQSA FLOOD REVOLUTION with the occupation was not limited to field events and the ISRAELI crimes and violations occurring during them only. rather it included another field represented by the narrative, fabrication of information, and media misinformation, which ISRAEL systematically takes as a means to support its narrative in order to justify its aggression against the PALASTINIANS in front of public opinion.

Given the growing role of social media sites in the face of the new challenge that has emerged before it, especially during wars and crises.

The study aimed to know the role played by these means (social media sites) in confronting the media misinformation that the AL - AQSA FLOOD REVOLUTION, was exposed to, we adopted the questionnaire tool the collect data, and this was after judging and distributing it to a sample estimated at (76 students) from

MOHAMED BOUDIAF university of M'sila, we also adopted the descriptive and analytical approach.

Accordingly, the following results were reached:

- ✓ 64.5 % of the sample depended on social networking sites as a source of information about the AL – AQSA FLOOD revolution since the beginning of the revolution.
- ✓ 72.4 % believe that the ir preferred means of obtaining updates about the AL – AQSA FLOOD revolution is social networking sites.
- ✓ 52.5 % of the sample members were exposed to media misinformation about the AL – AQSA FLOOD revolution in the international media.
- ✓ 42.1 % of the sample believe that the most common means of media misinformation about the AL – AQSA FLOOD revolution is social networking sites.
- ✓ 78.9 % of the sample noticed that there is a difference between what is reported by international media and social networking sites.
- ✓ 35.5 % believe that the most prominent means that contributed to confronting misinformation and media information about the AL – AQSA FLOOD revolution are Face book, then Twitter, then Instagram.
- ✓ How social media sites contributed to confronting media misinformation about the AL – AQSA FLOOD was through live broadcasting of events , with a percentage of 42.8%.
- ✓ The extent to which social media misinformation about the AL – AQSA FLOOD revolution was high, at 47.4% .

- ✓ 68.4% of the sample preferred the Arabic language when using these sites to inquire about this events.
- ✓ 65.6 % use these sites regularly to inquire about the AL – AQSA FLOOD revolution.