



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



الرقم التسلسلي: 2024/.....
رقم التسجيل ط1: 191935077590
رقم التسجيل ط2: 191935078440

اتجاهات طلبة الإعلام حول التضليل الاعلامي الدولي

لأحداث غزة أكتوبر 2023

دراسة ميدانية لطلبة الماستر 2 قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ:

- د. اسعيداني سلامي

إعداد الطالبتين:

- صيقع نورة

- وحشي آية

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	صفة
د. شادي خولة	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف المسيلة	رئيسا
د. اسعيداني سلامي	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مشرفا ومقررا
د. بلعباس عبد الحميد	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف المسيلة	ممتحنا

السنة الجامعية: 2023-2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

نحمد الله عز وجل اولاً واخيراً على ما اعطانا من قوة ومثابرة لمواصلة هذا الجهد لإتمام عملنا المتواضع وإخراجه في صورته العلمية الحالية

كما لا يسعنا فخراً وعرفاناً بالجميل إلا ان نتقدم بجزيل الشكر للدكتور اسعيداني سلامي على قبوله الإشراف على هذا العمل، والذي خصه بالعناية من خلال جملة الملاحظات والارشادات والتوجيهات، التي لم يبخل علينا بها، من مرحلة اختيار عنوان البحث وطوال فترات إنجازه فلك منا فائق الشكر والامتنان

وكذا نشكر السادة اعضاء لجنة المناقشة الموقرين على قبولهم مناقشة وتقييم هذا العمل.

إهداء

لفلسطين، ما هان الحق عليك ولا خافَ عودتنا إيماناً و يقيناً ُ

نُهدي ثمرة جهدنا المتواضع إلى من وهبتنا الحياة والامل، والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة،

ومن علمتنا ان نرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر، براً، واحساناً ووفاءً لهما:

والدتانا العزيزتان خيرة وسهيلة

إلى روح والدي الغالي محمد وحشي رحمه الله

إلى من وهبنا الله نعمة وجودهم في حياتنا إلى العقد المتين من كانوا عوناً لنا في رحلة بحثنا:

إخواننا وأخواتنا كل باسمه.

إلى من كاتفونا ونحن نشق الطريق معاً نحو النجاح في مسيرتنا العلمية إلى رفيقات دربنا:

حسناء , هدى , مروة , منار.

وأخيراً إلى كل من ساعدنا، وكان له دور من قريب أو من بعيد في إتمام هذه العمل، سائلين المولى

عز وجل أن يجزي الجميع خير جزاء في الدنيا والآخرة

فهرس المحتويات

شكر وعرفان	5
إهداء	6
فهرس المحتويات	7
قائمة الجداول	8
قائمة الأشكال	9
قائمة الملاحق	10
مقدمة:	11

الفصل الأول

الإطار المنهجي

1- إشكالية الدراسة	5
2- أهمية الدراسة:	6
3- أهداف الدراسة:	7
4- أسباب إختيار الموضوع:	7
5- المفاهيم والمصطلحات:	8
6- منهج الدراسة:	9
7- أدوات جمع البيانات:	10
8- مجتمع وعينة الدراسة:	11
9- الدراسات السابقة:	11

الفصل الثاني

الاتجاهات الإعلامية

المبحث الأول: مدخل عام للاتجاه	15
المطلب الأول: مفهوم الاتجاه	15
المطلب الثاني: أنواع الاتجاه	20
المطلب الثالث: خصائص الاتجاه	21
المبحث الثاني: الاتجاه في الإعلام	23

23	المطلب الأول: أهمية الاتجاه الإعلامي وعوامل نموه
24	المطلب الثاني: وظائف الاتجاه الإعلامي
25	المطلب الثالث: مكونات الاتجاه الإعلامي

الفصل الثالث

التضليل الإعلامي

28	المبحث الأول: مدخل عام للتضليل الإعلامي
28	المطلب الأول: تعريف التضليل الإعلامي
30	المطلب الثاني: أنواع التضليل الإعلامي
33	المطلب الثالث: خصائص التضليل الإعلامي
37	المبحث الثاني: أساليب وإستراتيجيات التضليل الإعلامي وأهدافه
37	المطلب الأول: أساليب التضليل الإعلامي
43	المطلب الثاني: إستراتيجيات التضليل الإعلامي
45	المطلب الثالث: أهداف التضليل الإعلامي

الفصل الرابع

الجانب التطبيقي

48	المبحث الأول: عرض وتحليل ومناقشة النتائج
48	المطلب الأول: عرض البيانات الشخصية لأفراد العينة
	المطلب الثاني: عرض بيانات المحور الأول: اتجاهات مفردات العينة حول المضامين المضللة المتداولة عبر القنوات الإعلامية الدولية
51	
58	المطلب الثالث: عرض بيانات المحور الثاني: المضامين المضللة التي تداولتها القنوات الإعلامية الدولية
65	المطلب الرابع: عرض بيانات للمحور الثالث: الاستراتيجيات التضليلية التي تناولتها القنوات الإعلامية الدولية
72	المبحث الثاني: نتائج الدراسة
74	خاتمة
75	قائمة المصادر المراجع
79	الملاحق
	ملخص الدراسة

قائمة الجداول

- الجدول 1: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس 48
- الجدول 2: توزيع افراد العينة حسب السن 49
- الجدول 3: توزيع أفراد العينة حسب التخصص 50
- الجدول 4: يمثل توزيع أفراد العينة حسب ثقتهم بالقنوات الاعلامية المداولة لأخبار غزة 51
- الجدول 5: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بأن القنوات الأجنبية مدعومة من قبل الكيان .. 52
- الجدول 6: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير المضامين المضللة عليهم كطلبة إعلام 53
- الجدول 7: يمثل أفراد العينة حسب يمثل أفراد العينة حسب متابعتهم للقنوات الاعلامية الدولية 54
- الجدول 8: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير المضامين المضللة على اتجاهاتهم حول الاحداث . 55
- الجدول 9: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثير المضامين المضللة على الرأي العام والسياسات العامة 56
- الجدول 10: يبين توزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم لمصادر اعلامية معينة 57
- الجدول 11: يبين توزيع افراد العينة حسب ملاحظتهم لتواجد مضامين مضللة على القنوات الدولية التي يتابعونها 58
- الجدول 12: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم ببث محتوى مضلل من قبل القنوات الاخبارية الدولية 59
- الجدول 13: يبين توزيع الأفراد حسب رأيهم لتأثير المضامين المضللة على وسائل التواصل الاجتماعي 60
- الجدول 14: يبين توزيع افراد العينة حسب ملاحظتهم التلاعب بالصور كطريقة للتضليل 61
- الجدول 15: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم التلاعب بما يخص أخبار أحداث غزة عن طريق الكذب التضليلي 62
- الجدول 16: يبين توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم تأثر المضامين بالتطورات السياسية والاجتماعية العالمية 63
- الجدول 17: يبين توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في زيادة انتشار المضامين المضللة 64
- الجدول 18: يبين توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم لاستخدام القنوات الإعلامية الدولية لاستراتيجيات تضليلية بشكل متكرر 65
- الجدول 19: يبين توزيع افراد العينة حسب اعتقادهم استعانة القنوات بمصادر مجهولة وغير موثوقة كاستراتيجية تضليلية 66

- الجدول 20: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثير الاستراتيجيات التضليلية على تشكيل رأي الجمهور بشأن أحداث غزة 67
- الجدول 21: يبين توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم لوجود لغة استفزازية مستخدمة من طرف القنوات والتلاعب بعناوين الأخبار كإستراتيجية 68
- الجدول 22: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثر تصور الجمهور لأحداث غزة نتيجة تغيير ترتيبها 69
- الجدول 23: يبين توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في ان القنوات الاجنبية تناولت وبشكل كبير استراتيجيات تضليلية 70
- الجدول 24: يبين توزيع أفراد العينة حسب حاجة تشديد الرقابة على القنوات الاعلامية الدولية لمنع التضليل 71

قائمة الأشكال

- الشكل 1: يمثل أفراد العينة حسب الجنس 48
- الشكل 2: يمثل أفراد العينة حسب السن 49
- الشكل 3: يمثل أفراد العينة حسب المستوى التعليمي. 50
- الشكل 4: يمثل أفراد العينة حسب ثقتهم بالقنوات الإعلامية المداولة لأخبار غزة 51
- الشكل 5: يمثل أفراد العينة حسب اعتقادهم بأن القنوات الأجنبية مدعومة من قبل الكيان 52
- الشكل 6: يمثل أفراد العينة حسب تأثير المضامين المضللة عليهم بصفتهم طلبة إعلام 53
- الشكل 7: يمثل أفراد العينة حسب متابعتهم للقنوات الإعلامية الدولية 54
- الشكل 8: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير المضامين المضللة على اتجاهاتهم حول الأحداث .. 55
- الشكل 9: يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثير المضامين المضللة على الرأي العام والسياسات العامة 56
- الشكل 10: يمثل أفراد العينة حسب تفضيلهم لمصادر إعلامية معينة 57
- الشكل 11: يبين توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم لتواجد مضامين مُضللة على القنوات الدولية التي يتابعونها 58
- الشكل 12: يمثل أفراد العينة حسب اعتقادهم ببث محتوى مضلل من قبل القنوات الإخبارية الدولية 59
- الشكل 13: يبين توزيع الأفراد حسب رأيهم لتأثير المضامين المضللة على وسائل التواصل الاجتماعي 60
- الشكل 14: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم التلاعب بالصور كطريقة للتضليل 61
- الشكل 15: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم التلاعب بما يخص اخبار احداث غزة عن طريق الكذب التضليلي 62
- الشكل 16: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم تأثر المضامين بالتطورات السياسية والاجتماعية العالمية 63
- الشكل 17: يمثل نسب توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في انتشار المضامين المضللة 64
- الشكل 18: يمثل نسب توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم لاستخدام القنوات الإعلامية الدولية لاستراتيجيات تضليلية بشكل متكرر 65
- الشكل 19: يمثل نسب توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم استعانة القنوات بمصادر مجهولة وغير موثوقة كاستراتيجية تضليلية 66
- الشكل 20: يمثل نسب توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثير الاستراتيجيات التضليلية على تشكيل رأي الجمهور بشأن أحداث غزة 67

- الشكل 21: يمثل نسب توزيع الأفراد حسب ملاحظتهم لوجود لغة استفزازية مستخدمة من طرف القنوات والتلاعب بعناوين الأخبار كإستراتيجية 68
- الشكل 22: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثر تصور الجمهور لأحداث غزة نتيجة تغيير ترتيبها 69
- الشكل 23: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في ان القنوات الاجنبية تناولت بشكل كبير استراتيجيات تضليلية 70
- الشكل 24: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب حاجة تشديد الرقابة على القنوات الاعلامية الدولية لمنع التضليل 71

قائمة الملاحق

- الملحق 1: استمارة الاستبيان 79
- الملحق 2: الاستمارة الإلكترونية للاستبيان 82
- الملحق 3: حسابات بعض الصحفيين المبادرين لمحاربة التضليل الاعلامي الدولي 83
- الملحق 4: وثيقة إيداع المذكرة 85
- الملحق 5: تصريح الالتزام بالنزاهة العلمية 86

مقدمة

مقدمة:

مرت وسائل الاعلام والاتصال بالعديد من المراحل التاريخية المختلفة عبر مئات السنين فقد انطلقت من عصر الاتصال غي اللفظي من رسوم ورموز تخص مختلف الحضارات الانسانية المتعاقبة إلى عصر اللغة والانسان الناطق بما نعرفه من انواع اتصالية متعددة تحاكي الحواس والكلمات بتعدد اللغات واختلافها حسب الرسالة والمستقبل ثم مرحلة ظهور الطباعة وبداية مرحلة الاعلام والاتصال المكتوب بكل اشكاله ثم جاءت مرحلة ظهور مختلف وسائل الاعلام والاتصال التقليدية مثل ؛ الاذاعة، السينما، التلفزيون، والهاتف، واخيرا مرحلة الميديا الرقمية الجديدة وظهور شبكة الانترنت والاتصال الرقمي ووسائطه المختلفة بإعتبارها همزة وصل بين الخبر وجمهوره المستهدف حيث نرى ان ظهور هذه الشبك يعمل على توسيع المجال الاتصالي للفرد واعطائه فرصة لنقل معارف وتجاربه على غرار شخصه ومستواه وهذا بناء جسور تكسر الحواجز الجغرافية والزمنية واستقباله للرسائل والاخبار وكل ما هو جديد يهمه، اذ انها تسهم ايضا في اتاحة المجال للدخول في صفحات ومجموعات ومحادثات تقوم بطرح الافكار المختلفة والمتعددة حسب الميول وحسب ما هو شائع في كل زمن مما يجعلها وتكون هذه الافكار ذات تأثير هادف احيانا يكون بدوره غير متوقع وغير محدود مما يجعلها سلاح ذو حدين (قنبلة موقوتة تدمر المجتمع)، حيث نرى اعلاميا ان الصحفي اصبح همزة وصل بين الشعوب والبلدان وما يحدث فيها.

وبالحديث عن الاعلام فإن الصحفي ملزم بالموضوعية والمصداقية والنزاهة في كتابة التقارير أو نقل الاحداث والقضايا للمتلقي سواء عبر مواقع التواصل الاجتماعي (انستغرام، تيليغرام) أو وسائل اعلامية تقليدية (تلفزيون)، بحيث ان دورها يكمن في ايصال الاخبار للمستخدمين في الوقت الذي يريدون وبالشكل الذي يحدونه وبالرغم من كل هذا فإن بعضها يعمل على ما بات يعرف اعلاميا واكاديميا بنشر اللخبار الكاذبة أو بالاحرى مايسمى بالتضليل الاعلامي اين تسعى المصادر الهادفة إلى تكويع الجماهير لاهدافها الخاصة على حد قول"باولو فريير " وهنا يتعوض الفرد إلى قمع أو كبت واخضاع كلي، مما يجعل

الاعلامي يخرق اخلاقيات المهنة الاعلامية في ضوء خبرة حرفية تجمل الاكاذيب وتزويرها لخدمة اهداف منحرفة عن المصلحة العامة على حساب اخرى لترسيخ واقع محدد في ذهن المتلقي والوصول إلى المبتغى من التضليل ولو اخذنا مثال على التصليل الاعلامي ما شهدنا في احداث غزة، حيث مارس الاعلامي تضليلا دوليا لتشويه حركة الطهاد لدعم المخططات الاسرائيلية، فمازال الاعلامي الغربي يخدع العالم ويزيف الحقيقى على الارض ومايحدث من دمار ووحشية ضد الاطفال والنساء والشباب والشيوخ في قطاع غزة على مرأى ومسمع منه قادة العالم الذي يزعم شعارات حماية حقوق الانسان واحترام القوانين الدولية، وعذا ما دفع إلى بروز العديد من المبادرات خصوصا "الانستغرام والتيليغرام" لمحاربة الاخبار الزائفة ومن بين المبادرات برزت العديد من الصفحات على الانستغرام لصحفيين فلسطينيين منهم **aymen algedi** و **motaz azaiza** حيث يقومون من خلالها على كشف الحقائق ومحاربة الاخبار الكاذبة بنشر فيديوهات الأحداث فور وقوعها وبثوث مباشرة وصور حصرية تضيء الشفافية على الأفعال الوحشية التي يقوم بها الكيان الصهيوني ومن يضلله عبر القنوات العبرية والصفحات الخاصة وفي هذا الإطار جاءت هذه الدراسة من أجل تقديم صورة لما يجري دوليا من تضليل للحقيقة

ومن أجل الوصول إلى فهم دقيق لهذا الموضوع عمدنا إلى تقسيم الدراسة إلى أربعة فصول نلخص محتواها كالاتي.

الفصل الأول: وهو الفصل المنهجي والتعريفى للدراسة، عنوانه بإشكالية الدراسة وإجراءاتها المنهجية، إذ يتناول الإجراءات والخطوات المنهجية التي اتبعتها الدراسة بشكل تفصيلي، وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى قسمين رئيسيين، في الأول قمنا بتحديد إشكالية الدراسة، طرح تساؤلاتها، وأسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة وأهدافها وتحديد أهم المفاهيم والمصطلحات، إضافة إلى عرض الدراسات السابقة والتعليق عليها.

وفي الجزء الثاني: تم التطرق إلى الإجراءات المنهجية التي اتبعتها الدراسة، المنهج المستخدم عينة الدراسة، إضافة إلى أداة جمع البيانات.

أما الفصل الثاني: الذي جاء بعنوان "الاتجاهات الإعلامية"، فقد قسمناه إلى مبحثين تحت كل مبحث ثلاثة مطالب، في المبحث الأول تم التطرق إلى مفهوم الاتجاه انواع الاتجاه وخصائصه. أما المبحث الثاني فتناول أهمية الاتجاه الاعلامي وعوامل نموه وظائف الاتجاه الاعلامي ومكوناته.

في الفصل الثالث: والذي جاء بعنوان التضلليل الإعلامي، اندرجت تحته اثنين من المباحث تناول كل مبحث ثلاثة مطالب، في الأول تناول مدخل عام للتضلليل الإعلامي تعريف التضلليل الإعلامي أنواعه وخصائصه، في المبحث الثاني تطرقنا أساليب التضلليل الإعلامي استراتيجياته وأهدافه.

اما الفصل الرابع: فتمثل في الجانب التطبيقي، حيث تم تفرغ البيانات ومن ثم تحليلها وتفسيرها وصولاً إلى نتائج الدراسة.

الفصل الأول

الإطار المنهجي

1- إشكالية الدراسة

تشير الاتجاهات إلى الانماط أو الميولات السائدة في مختلف المجالات والتي يمكن ملاحظتها في سلوكيات ومعتقدات الفرد أو الجماعة بحيث تختلف باختلاف المجال، إذ نرى تنوع الاتجاهات والذي يكون نتيجة لتأثيرات متعددة مثل التغيرات الديمغرافية، التطورات التكنولوجية، العولمة، التغيرات الاقتصادية والسياسية وما إلى ذلك، إذ يعكس بدوره الطبيعة الديناميكية للمجتمعات وقدرتها على التكيف مع المتغيرات مستمرة الظهور، بحيث فهم هذا التنوع يساعد الأفراد والمنظمات على اتخاذ قرارات مستنيرة وتخدم صالح المجتمع بصفة سليمة.

من المؤكد إختلاف إتجاهات الطلبة حول التضليل الاعلامي والذي يشكل بدوره خطرا كبيرا على نفسه الافراد واستقرار المجتمعات، لما يحرفه من حقائق ومعلومات في شتى الميادين الاقتصادية منها والاجتماعية والسياسية، توكبا مع التطور الرقمي في وقتنا الحالي لما زادها شيوعا وتأثيرا وخطورة، بحيث يستخدم بدوره لتحقيق اهداف معينة مثل تشكيل الرأي العام، التأثير على السياسات الحكومية، تشويه سمعة المنظمات وغيرها من المصالح.

تعد فترة الازمات والتي تمر بها اي دولة، ضامة لعدة اهداف تخدم صالحها، بحيث تعد افضل واحسن فترة لممارسة التضليل الاعلامي ونشر الاخبار الزائفة، وهذا بالإسقاط على ما نراه في دولة فلسطين المحتلة، جراء احداث اكتوبر 2023، بحيث كانت الفترة التي بدأت فيها الاحداث والتي هيا متواصلة إلى يومنا هذا، إذ رأينا بها تراكمية كبيرة عبر وسائل الاعلام الدولية فيما يخص تزيف الاخبار والاحداث وبث صور وفيديوهات تخدم صالح المستعمر وتزين صورته للعالم.

ومن خلال ما تناولنا مسبقا رأينا انه من الضروري الالتفات إلى توجهات طلبة الاعلام ماستر 2 حول التضليل الاعلامي الدولي لاحداث غزة اكتوبر 2023 معتبرين ان معرفة

اتجاهاتهم من امثل الطرق للحصول على الاحكام الصحيحة فيما يخص القضية والتضليل الدولي الحاصل بها.

إذ تحددت اشكالية الدراسة في معرفة اتجاهات الطلبة حول التضليل الاعلامي الدولي للاحداث والتي جاءت بشكل اوضح في التساؤل العام:

فيما تمثلت اتجاهات طلبة الاعلام ماستر 2 بجامعة المسيلة حول التضليل الاعلامي الدولي لاحداث غزة اكتوبر 2023 ؟

تندرج تحته تساؤلات فرعية عدة:

- ماهي اتجاهات طلبة الاعلام حول المضامين المضللة التي تم تداولها عبر القنوات الاعلامية الدولية ؟

- ما نوع المضامين المضللة التي تم تداولها عبر القنوات الاعلامية الدولية ؟

- ما اهم الاستراتيجيات التضليلية التي تناولتها القنوات الاعلامية الدولية ؟

2- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في:

- نتناول موضوعا خصبا للدراسة نظرا لاستمرارية العدوان وتكذيب الحقائق
- حماية المستخدمين من مخاطر التضليل الإعلامي وأثره في تغيير الاتجاهات الإعلامية للطلبة
- تقديم تغذية راجعة لشبكات التواصل الاجتماعي والقنوات التلفزيونية الفضائية إلى تحري الصدق والدقة الموضوعية والابتعاد عن الفبركة في تناولها لأحداث غزة
- التنبيه بخطوة التضليل الإعلامي الذي يستدعي تحصين المعرفة
- تبيان طرق التعامل مع ترويج الإشاعات والحد منها خاصة أننا مجتمع مسلم لقوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُ قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ) الحجرات الآية 9

3- أهداف الدراسة:

إن الأهداف بالنسبة للدراسة كالأركان بالنسبة للبناء، وبالتالي فإن لكل دراسة أو بحث علمي أهداف ينبغي الوصول إليها لتحقيقها، ومنه يجب على كل باحث في أي مجال كان تسطير الخطوط العريضة لبحثه ويضعها نصب عينيه طمعا في تحقيقها ومن هذا المنطلق حصرنا أهداف دراستنا فيما يلي:

- إلقاء الضوء على التضليل الإعلامي باعتباره ظاهرة ذات تأثير على جميع مناحي الحياة
- التعرف على البنية الشكلية لمواضيع الأخبار الكاذبة داخل مواقع التواصل الاجتماعي والقنوات التلفزيونية
- معرفة طرق مكافحة الأخبار الكاذبة المفبركة والقضاء على أسبابها
- التوعية بمخاطر التضليل الإعلامي على الفرد

4- أسباب إختيار الموضوع:

يعد اختيار الموضوع من أصعب المراحل بالنسبة للباحث والذي تصاحبه عدة دوافع مختلفة متسببة في ذلك وعليه فمن الأسباب التي دفعتنا للخوض في هذا الموضوع:

الأسباب الذاتية:

- أهمية الموضوع في حد ذاته
- الميل الشخصي لهذا النوع من المواضيع
- الارتباط النسبي للتخصص بالموضوع
- الرغبة في التعرف على أسباب انتشار الأخبار الكاذبة عبر القنوات الدولية ومواقع التواصل الاجتماعي
- الرغبة في كشف أساليب التلاعب والتضليل الحاصلة
- الرغبة في تنمية المعارف والقدرات وزيادة الرصيد المعرفي

الأسباب الموضوعية:

- جدية الموضوع وكثرة تكذيب حقائقه مع استمرارية انتشار العدوان على الأراضي الفلسطينية
- قابلية الموضوع للدراسة وأهميته كونه يعد من مواضيع الساعة المطروحة للنقاش
- تفشي الأخبار الكاذبة وانتشارها على التلفزيون ومواقع التواصل الاجتماعي
- تزويد مكتبة جامعتنا بدراسة تكون بمثابة أرضية خصبة تمهد لدراسات جديدة بأخذ دور دراسة سابقة

5- المفاهيم والمصطلحات:

استندت هذه الدراسة على عدد من المصطلحات والمفاهيم في بنائها المعرفي والمنهجي وهي:

- **الاتجاه:** هو تهيؤ عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو أشخاص أو مواقف أو أشياء، موضوعات، رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة.
- **التضليل:** هو عبارة عن معلومات خاطئة أو معلومات كاذبة تنتشر عن قصد أو عمد للخداع هدفها تشتيت العقل عن الحقائق
- **التضليل الإعلامي:** هو عرض جزء من الحقيقة أو البناء الخاطئ على حقائق واضحة وثابتة وموثقة وذلك للوصول إلى تحقيق الهدف من وجود هذا البناء الخاطئ في المفاهيم أو الخلط بين مفهومية أو أكثر على إعتبار أنها مترادفات لمعنى واحد وذلك في غياب وتغيب مفهوم كل عنصر من عناصر الخليط على حده فإن كانت وسائل الإعلام قادرة على نشر المعرفة وتزويد الناس بالمعلومات والحقائق الكفيلة بتوسيع آفاقهم فإنها تستطيع أن تفرض على الناس مفاهيم وآراء هابطة مضادة لما يتطلعون إليه من أهداف وقيم إجتماعية سامية.

ويشير "الدكتور عبد الرزاق الدليمي" إلى أن 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 التضليل.

حيث إعتبره، إبراهيم نجم الدين: أحد الوسائل الدعائية والحرب النفسية ضمن الحرب الإعلامية والتضليل الإعلامي ليس مجرد أكاذيب يجري نشرها إنه عملية بث معلومات ونشرها تكون معظمها من الأكاذيب لتوجيه إهتمامات الناس باتجاه معين والتأثير في خياراتهم وقراراتهم وقد يستعمل التهويل والتخويف لزعزعة الثقة أو التخلي عن خيار أو موقف ويهدف إلى خلق واقع مزيف ومغلوط ومقنع بما فيه الكفاية وذلك بهدف إيقاع الخصم في الخطأ بينما يفكر بشكل صحيح وقد استخدمت قوى الغزو والعدوان سياسة نشر الشائعات ونشرها عبر جميع شبكاتهم المرئية منها والمسموعة بهدف زعزعة ثقة الشعب.

- **الأخبار المفبركة:** لغة: تأتي كلمة "فبركة" من الفعل "فبرك" الذي يعني "تزوير" أو "تلفيق"، وبالتالي فإن الفبركة في لغتها الأصلية تشير إلى إعادة توجيه الحقائق والأحداث بطريقة مغلوطة ومزيفة، ومعظم الأحيان تكون هذه العمليات بنية خبيثة لتضليل الناس أو الإضرار بأشخاص.

وتعود الاخبار المفبركة في مجال الإعلام إلى إنشاء معلومات مغلوطة أو مزيفة بشكل متعمد، وينطوي على استخدام موارد متعددة لتقديم هذه المعلومات بطريقة تبدو وكأنها حقيقية يمكن أن تكون أمثلة على ذلك الأخبار الزائفة والتقارير المضللة التي تنشر للتأثير على الرأي العام أو لتحقيق أهداف سياسية أو اجتماعية واقتصادية.

6- منهج الدراسة:

عند القيام بأي دراسة علمية لا بد من إتباع خطوات علمية فكرية منظمة وعقلانية هادفة لبلوغ نتيجة ما وذلك بإتباع المنهج المناسب لطبيعة الموضوع لدراسته دراسة سليمة.

يعرف المنهج على أنه أسلوب أو طريقة والتي يستعين بها الباحث لمواجهة مشكلة بحثه أو في دراسته لمشكلة موضوع البحث والمنهج العلمي أيضا يعرف بأنه مجموعة القواعد العامة التي يعتمد عليها الباحث في تنظيم ما لديه من أفكار ومعلومات من أجل توصله إلى النتائج المرجوة إذ إن الموضوع والاهداف هما بدورهما من يحددان للباحث نوع المنهج اللازم إتباعه والعمل به، وبما إن دراستنا تتمحور حول اتجاهات طلبة الاعلام حول التضليل الاعلامي الدولي لاحداث غزة اكتوبر 2023 فهي دراسة تنتمي للدراسات التحليلية الوصفية. المنهج الوصفي التحليلي هو طريقة بحثية تهدف إلى جمع البيانات ووصف الظواهر بدقة، ثم تحليل هذه البيانات لفهم العلاقة والانماط الكامنة بين عناصر الظاهرة المدروسة، هذا المنهج يجمع بين الوصف التفصيلي والتحليلي النقدي، حيث يبدأ الباحث بوصف الظاهرة بدقة ويعطي خلفية شاملة عنها، ثم ينتقل إلى تحليلها لتحديد الاسباب والتأثيرات والعلاقات المختلفة.

7- أدوات جمع البيانات:

إن شفافية ودقة اي بحث علمي تترتب إلى حد كبير على اختيارنا لأداة مناسبة والتي يجب ان تتماشى بدورها مع طبيعة الموضوع دون ان ننسى إمكانياتنا كطالبة باحثين للحصول على المعلومات، وبما ان طبيعة الدراسة تتطلب منا الاستعانة بأداة منهجية جيدة لأجل الإلمام بصفة دقيقة بجوانب الموضوع إعتدنا بدورنا على الإستبيان والذي يعرف بأنه أداة لجمع البيانات اللازمة لأختيار الفروض كما أنها نموذج ينظم مجموعة من الأسئلة التي توجه للأفراد من أجل الحصول على معلومات لحل مشكلة ما قمنا بتقسيم الإستبيان إلى ثلاث محاور حسب تساؤلات الدراسة بحيث ضم المحور الأول والذي يهدف إلى معرفة آراء وإتجاهات الطلبة فيما يخص القنوات الإعلامية الدولية التي تعرض المضامين المضللة ضم 7 اسئلة، أما المحور الثاني والذي يدوره يهدف إلى معرفة تواجد المضامين المضللة ضمن ما تعرضه القنوات الإعلامية الدولية 7 اسئلة أيضا، وبالنسبة للمحور الثالث فقد ضم كذلك 7 اسئلة تعمل على معرفة أهم الإستراتيجيات التضليلية التي تناولتها القنوات الإعلامية

الدولية فيما يخص الاحداث، وقد قمنا بعرض الاستبيان على الاستاذ المشرف لمعرفة اي ملاحظة تعمل على زيادة أو نقصان اي شي يخص طريقة طرق الاسئلة وما إلى ذلك، وبعد التعديلات المقترحة إعتدنا على الصورة النهائية للإستبيان وتم توزيعه على العينة المستهدفة.

8-مجتمع وعينة الدراسة:

إن اختيار العينة له اهمية اساسية في اي بحث علمي، وهي تختلف باختلاف الموضوع فصحة نتائج الدراسة أو خطئها يتوقف على طريقة اختيار العينة حيث ان اختيار العينة الملائمة للبحث من اهم المشاكل التي يواجهها الباحث احيانا، فالعينة من الضروري ان تحمل كل الخصائص والمميزات التي تمثل المجتمع الاصلي الذي اخذت منه العينة حتى تمثله تمثيلا صحيحا وقد اعتمدنا في بحثنا على اسلوب العينات القصدية.

حيث تمثل مجتمعها البحثي في 242 طالب اخذنا منه عينة قصدية بعدد 116 طالب تم تطبيق عليها الاستبيان الالكتروني. في الفترة الممتدة بين 15 ماي 2024 إلى 27 ماي 2024.

9--الدراسات السابقة:

• الدراسة الاولى: التضليل الاعلامي عبر الميديا الاجتماعية خلال جائحة كوفيد

19، دراسة تحليلية على عينة من صفحات الفيسبوك للطالبة سدراتي اسماء،

جامعة العربي بن مهدي ام البواقي، سنة 2021/202

تمحورت اشكالياتها كالآتي: ماهي مظاهر التضليل الاعلامي المرتيكة بجائحة كوفيد

19 عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر ؟

وقد سطرت مجموعة اهداف للمذكرة نذكر منها ؛ معرفة نوع الاساليب التي جاءت في

المضامين الاعلامية المضللة خلال جائحة كوفيد 19

-معرفة طرق مكافحة الاخبار الكاذبة والقضاء على اسبابها

-التوعية بمخاطر التضليل الاعلامي على الفرد والمجتمع بأكمله

أما بالنسبة للمنهج المتبع فقد اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي بالاستعانة بأسلوب تحليل المضمون حيث انه اسلوب البحث العلمي يسعى إلى وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الاعلامية، حيث تمثل مجتمع الدراسة لديها على اثنتين من اشهر الصفحات التي تعنى بالتقريب عن البيانات الكاذبة خلال زمن ابجائحة من اجل تنوير الرأي العام وهما منصة فنتيتوا لمكافحة الاخبار الكاذبة وصفحة Fake News dz، اما بالنسبة لعينة الدراسة فقد عمدت إلى عينة قصدية وتمثلت في خطوات اختيار نفردات عينة الدراسة في اجراءات اساسية ؛عينة الصفحات، عينة المواضيع، العينة الزمنية.

حيث توصلت لنتائج عدة منها أن من بين أكثر الصفحات التي كانت تنشر لتتوير العقول ومحاربة الاخبار المزيفة هي صفحة Fake news dz ومنصة فنتيتوا للاخبار المزيفة، وأن اللغة التي تغلبت بدورها على جل المضامين المنشورة على الصفحات هي اللغة العربية الفصحى.

• **الدراسة الثانية: التضليل الإعلامي ومنظمة ناشيونال جيوغرافيك دراسة وصفية تحليلية للطالبين بونقاب جمال الدين ونوي محمد جامعة الشهيد حمة لخضر _الوادي_ سنة 2020/2019** تمركزت إشكالياتها فيما يلي: ما مدى وجود مؤشرات التضليل الاعلامي في محتوى المادة الاعلامية لمنظمة ناشيونال جيوغرافيك (المجلة؛الموقع الالكتروني؛ القناة) سطرت هذه المذكرة عدة أهداف نذكر منها: الكشف عن مدى وجود مؤشرات تضليل إعلامي في المادة المنظمة

تحديد شكل المادة الاعلامية للمنظمة والتعرف على اللغة المستخدمة فيها.

وبالنسبة للمنهج المستخدم فقد اعتمد الباحثان المنهج الوصفي التحليلي بالاستعانة بأسلوب تحليل المضمون بحيث تمثل مجتمع الدراسة لديهم في أعداد من المجلة وفيديوهات القناة ومختلف محتويات الموقع الالكتروني للمنظمة ؛أما بالنسبة لعينة الدراسة فقد كانت عينة قصدية.

وفي الأخير وفيما يتعلق بالنتائج المرجو الوصول إليها وجد الباحثان ان التضليل الذي تتعرض له المواد الاعلامية للمنظمة قليل بالمقارنة مع التضليل الممارس في الاعلام الاخباري

• الدراسة الثالثة: الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من

وجهة نظر المستخدمين: دراسة ميدانية خلال ازمة كورونا للدكتورة زهية يسعد

اعتمدت في بداية بحثها على اشكالية انتشار الاخبار المزيفة أثناء الأزمات عبر وسائل التواصل الاجتماعي من وجهة نظر المستخدمين وتحديدًا خلال الازمة الصحية العالمية التي ثبت بها فيروس كورونا المستجد

إذ هدفت في بحثها هذا إلى معرفة إلى معرفة سبب انتشارها بين جمهور المستخدمين؛ مستخدمة في جمع بياناتها الاستبيان الالكتروني والذي تم توزيعه على العينة العشوائية متابعة خطوات المنهج الوصفي التحليلي الذي سهل لها الوصول إلى النتائج التالية:

يرى أغلب المبحوثين ان الاخبار التي يتعرضون لها على مواقع التواصل حول فيروس كورونا وخاصة على الفايسبوك مزيفة ؛ كما يؤكد بعضهم على ان التزييف فيها يخص الاخبار المتعلقة بالفيروس كثيرة جدا مما جعلهم يتطرقون للبحث في وسائل اعلامية اخرى لمعرفة الحقيقة لتفادي التأثير النفسي السلبي الذي تسببه الاخبار المزيفة.

-أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

- الدراسة الاولى: كانت استفادتنا منها متمثلة في الجانب المنهجي وترتيبه واساسياته العملية
- الدراسة الثانية: استفدنا منها فيما يخص المنهج المتبع والذي تمثل في المنهج الوصفي التحليلي إذ سهلت علينا طريقة عمله وتعريفه واساسياته.
- الدراسة الثالثة: سهلت علينا بدورها اساسيات عمل الجانب التطبيقي (الدراسة الميدانية)

الفصل الثاني

الاتجاهات الإعلامية

المبحث الأول: مدخل عام للاتجاه

المطلب الأول: مفهوم الاتجاه

- الاتجاهات لغويا: جمع اتجاه واجه وبمعنى تجه وبمعنى جاه الوجه معروف والجمع وجوه ووجه كل شيء مستقبلة وفي التنزيل العزيز (فأينما تولوا فثم وجه الله) [البقرة 115:]

والوجه: المحيا قال تعالى (فأقم وجهك للدين حنيفا) [الروم: 30]

أي اتبع ذلك الدين القيم

المواجهة: المقابلة والمواجهة استقبالك الرجل بكلام أو وجهه والتوجه: الإقبال الانهزام وتوجه الرجل ولى وكبر

قال أوس بن حجر

كعهديك لا ظل الشباب يكنني ولا يفن ممن توجه دالف

جمع باحثوا الاتجاهات مجموعة كبيرة من التعاريف والتي تفاوتت

بدورها من باحث الآخر حسب كل وقت وآخر.

يعتبر المفكر الإنجليزي "هربرت سبنسر" من أوائل علماء النفس الذين استخدموا اصطلاح الاتجاهات (Attitudes). فهو الذي قال أن الوصول إلى الأحكام الصحيحة في المسائل المثيرة للجدل (يعتمد إلى حد كبير على الاتجاه الذهني للفرد الذي يصغي إلى هذا الجدل أو يشارك فيه)¹

¹سواء حسن عماشه، الاتجاهات النفسية والاجتماعية أنواعها ومدخل لقياسها، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع داخل وخارج مصر، طبعة 1، 2010، ص 14

- اصطلاحاً: هو تهيؤ عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو السالبة نحو اشخاص أو مواقف أو اشياء، موضوعات، رموز في البيئة التي تستثير هذه الاستجابة¹
- تعاريف خاصة بالاتجاه:

عرفه روكيتش بأنه تنظيم مكتسب له صفة الاستمرار النسبي للمعتقدات التي يعتمدها الفرد نحو موضوع أو موقف بهيئه للاستجابة بإجابة لها الافضلية عنده².

كما عرف أحمد صالح 1988 الاتجاه بأنه مجموع استجابات القبول أو الرفض إزاء موضوع اجتماعي جدلي معين، الاتجاهات تعمل كموجهات للسلوك ودوافع له.

تعريف محمد ربيع 1998: يراه على أنه استعداد مكتسب ثابت نسبياً يحدد استجابات الفرد حيال الأشخاص أو المبادئ أو الأفكار كما انه يرى الاتجاه على أنه موقف الفرد حيال شيء ما وأيضا يرى بأن الاتجاهات تنظيم مستقر لثلاثة مكونات ' انفعالية ' معرفية ' نزوعية ' كذلك يعرفه على انه حالة وجدانية قائمة وراء رأي الشخص أو اعتقاده فيما يتعلق بموضوع معين من حيث رفضه لهذا الموضوع أو قبوله ودرجة هذا الرفض أو هذا القبول.

وباختلاف الباحثين وبمرور الوقت ظهرت تعاريف مختلفة للاتجاه وذلك بإسقاطه في قوالب تعريفية مقارنة بعدة مصطلحات أخرى أدت إلى خلق التعاريف المختلفة التالية:

1- تعريف الاتجاه على أنه استجابة: الاتجاه استجابة عامة لدى الفرد إزاء موضوع معين وهذه الاستجابة تتضمن درجة ما من الإيجاب أو السلب مرتبط بموضوع الاتجاه.

2- تعريف الاتجاه على أنه استعداد: عرف الاتجاه على أنه استعداد يكتسبه الفرد من البيئة المحيطة به، أي أنه استعداد مكتسب ثابت نسبياً يحدد شعور الفرد وسلوكه نحو موضوعات معينة وتتضمن حكماً عليها بالقبول أو الرفض.

¹عطوي احمد، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، دار نصار لبنان، 1981، ص 117

²علي عبد الرحمان صالح، 2015، ص12

3- تعريف الاتجاه على أنه استعداد واستجابة: حالة استعداد عقلية ونفسية وعصبية تتكون لدى الفرد من خلال الخبرة والتجربة التي يمر بها وتؤثر هذه الحالة تأثيرا ملحوظا على استجابات الفرد أو سلوكه إزاء جميع المواقف والأشياء التي تتعلق بهذه الحالة والاتجاه هو الوعي بالشعور والاستعداد للاستجابة فيما يتعلق بموضوع معين أو مجموعة من الموضوعات¹

4- تعريف الاتجاه على أنه عاطفة وجدانية: الاتجاه عاطفة إلا أنه أقل منها في الحدة الانفعالية، ويعني ذلك اختلاف الأفراد في اتجاهاتهم تبعا لاختلاف الخبرات والمواقف التي يتعرضون لها، والعلاقات التي يتفاعلون في إطارها.

تتواجد بعض المتغيرات التي يمكن الإسقاط عليها مفهوم الاتجاه نرى منها:

- **العاطفة:** يطلق على العاطفة أحيانا اسم (اتجاه نفسي) خاصة لدى علماء النفس الأمريكيين، العاطفة Sentiment ماهي الا اتجاه وجداني مركب وقد يطلق اسم عاطفة على الاتجاه النفسي فقط إذا كان مشحونا بشحنة انفعالية قوية وقد يستخدم لفظ اتجاه Attitude بمعنى أوسع ولكنه أقل تحديدا كما في الاتجاه الجمالي والاتجاه الاجتماعي بمعنى الحساسية للعلاقات الاجتماعية، والواجبات الاجتماعية، والآراء الاجتماعية، ويذكر العلماء أن المقاييس والاختبارات والاتجاهات قد صممت من أجل لقاء الضوء على السمات المزاجية أو السمات الشخصية بوجه عام أساليب معينة من السلوك:

-الميل: مجموع استجابات القبول تجاه موقف معين

-الرغبة: مجموع استجابات القبول أو الرفض تجاه موقف معين

¹سناء حسن عمارة، الاتجاهات النفسية والاجتماعية انواعها ومدخل لقياسها، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع داخل وخارج مصر، طبعة 1، 2010، ص -16-15

-الاتجاه: مجموع استجابات القبول أو الرفض أو المحايدة تجاه موضوع معين

الاتجاه = الميل = الرغبة.

- **الميل:** يرى (فؤاد السيد) أن الاتجاه النفسي ميل عام مكتسب نسبي في ثبوته، عاطفي في اعماقه، يوجه سلوك الفرد وهو احدى حالات التهيؤ والتأهب العقلي العصبي التي تنظمها الخبرة. فالانتباه هنا اهم عنصر من عناصر الميل، فغالبا ماينتبه الفرد إلى ما يميل إليه، ويميل إلى ما ينتبه له بحيث فرق كل من ثورنديك وهاجس بين الاتجاه والميل على أساس العمومية والخصوصية¹.

وضع علماء النفس الاجتماعي نصب أعيننا ثماني قوالب لمفهوم الاتجاه، وذلك حسب الإطار النظري الذي تبناه كل منهم، نراهم فيما يلي:

1-الاتجاه يعد ميلا: Tendency يرى بوجارديس بأنه ميل يتجه بالسلوك قريبا من بعض عوامل البيئة أو بعيدا عنها فيفضي عليها معاني موجبة أو سالبة تبعا للإنجذاب نحوها أو النفور منها²

2-الاتجاه يعد نزعة انفعالية: Emotional Trend يعرف رامنر الاتجاه بأنه نزعة انفعالية بدرجة ما انتظمت نتيجة الخبرة ونستجيب بالايجاب أو السلب نحو أو ضد موضوع سيكولوجي غالب

3- الاتجاه يعد استعدادا: Predisposition عرف دارين الاتجاه بأنه استعداد عقلي نوعي ازاء خبرة في طريقها إلى الظهور

4-الاتجاه يعد موقفا: Situation يرى توماس وزنانكي ان الاتجاه مراده انه موقف نفسي للفرد نحو احدى القيم أو المعايير السائدة في البيئة الاجتماعية

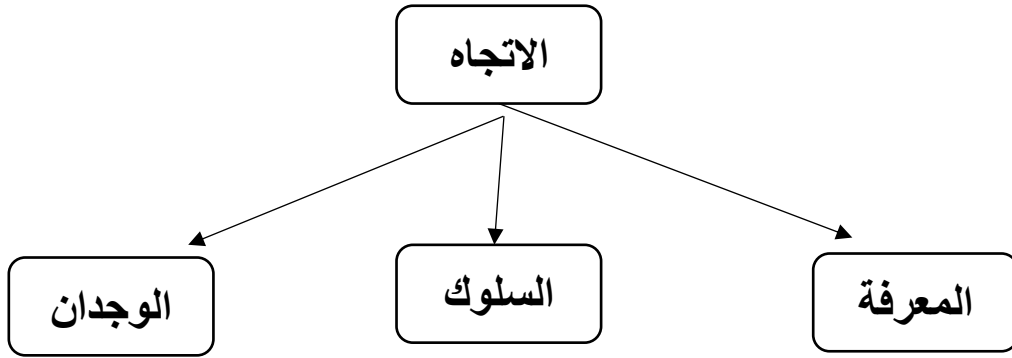
¹سناء حسن عماشه، الاتجاهات النفسية والاجتماعية انواعها ومدخل لقياسها، النيل العربية للنشر والتوزيع داخل وخارج مصر، الطبعة 1، 2010، ص 8-17-16

²عباس محمود عوض، في علم النفس الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 34

5-الاتجاه بوصفه مجموعة من المعتقدات والقيم: عرف ماركس الاتجاه بأنه فئة من المعتقدات والقيم المنظمة ازاء الناس والأشياء والموضوعات، أو استنتاجات خرج بها الشخص نتيجة اقوال الناس وفعالهم

6-الاتجاه بوصفه متغيرا وسيطا أو تكوينيا فرضيا: عرف "اوسكب " الاتجاه بوصفه متغيرا أو وسيطا غير مرئي يؤثر على العلاقة بين المثيرات أو الاستجابات كسلوك ظاهر¹

7-الاتجاه في ضوء مكوناته الثلاثة (المعرفي - الوجداني - السلوكي) إذ يعتبر نموذج ثلاثي الابعاد كما هو مبين في الشكل التالي: المنبهات (أفراد، موضوعات اجتماعية، أشياء)



- الاستجابة الاستدراكية عبارات لفظية في المعتقدات
- السلوك الصريح عبارات لفظية عن السلوك
- الاستجابات العصبية عبارات لفظية عن المشاعر

نشير لمعنى كل مكون من المكونات الثلاثة للاتجاه على النحو الآتي:

- المكون المعرفي Cognilive Component: ويشتمل على معتقدات الفرد وأفكاره

أو تصورات ومعلوماته عن موضوع الإتجاه

¹سناء حسن عماشه، الاتجاهات النفسية والاجتماعية انواعها ومدخل لقياسها، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع داخل وخارج مصر، الطبعة 1، 2010، ص 18-19

- المكون الوجداني Affective Component: ويشير إلى مشاعر الفرد وانفعالاته نحو موضوع الاتجاه
- المكون السلوكي Behavioral Component: ويشير إلى استعداد الفرد للقيام بأفعال واستجابات معينة تتفق مع اتجاهه¹

المطلب الثاني: أنواع الاتجاه

تعددت تقسيمات الاتجاهات وأنواعها باختلاف الزاوية التي ينظر منها علم النفس الاجتماعي للاتجاه كما يلي:

- 1- اتجاهات جماعية أو فردية: والاتجاهات الجماعية هي تلك الاتجاهات المشتركة بين عديد من الناس كإعجاب الناس بزعيم سياسي أو بطل، أما الاتجاهات الفردية فهي تلك الاتجاهات التي تميز فرداً عن آخر كإعجاب الفرد بشخصية معينة أو بفئة معينة من الناس.
- 2- اتجاهات علنية وسرية: الإتجاه العلني هو الذي لا يجد الفرد حرجاً من إظهاره والتحدث عنه امام الآخرين اما السري فهو عكس ذلك إذ يرغب الفرد في عدم إظهاره والإحتفاظ به في قرارة نفسه²
- 3- اتجاهات قوية وضعيفة: فالاتجاهات القوية هي التي تسيطر على جانب كبير من حياة الإنسان، وتجعله يسلك في بعض المواقف سلوكاً جاداً مثل الاتجاه نحو الدين، أما من يقف من الاتجاه موقفاً ضعيفاً لا يستطيع مقاومته ولا احتمالاً فإنه يفعل ذلك لأنه لا شعر بشدة الاتجاه.

¹ عبد اللطيف محمد خليفة، مقاييس المعتقدات والاتجاهات، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2006، ص9-

10

² محمد عبد السلام يونس، القياس النفسي، الطبعة 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2008، ص 39

4- اتجاهات موجبة وسالبة: الاتجاهات الموجبة هي التي توجه الفرد نحو شيء معين ك ممارسة الرياضة مثلا، أما الاتجاهات السالبة فهي التي تنجح بالفرد بعيداً نحو شيء آخر كالإدمان مثلا.

5- اتجاهات عامة وخاص: والاتجاه العام هو الاتجاه الذي يكون معمما نحو موضوعات متعددة ويكون أكثر ثباتاً واستقراراً من الاتجاه الخاص فالالاتجاه الخاص هو الاتجاه الذي يكون محدوداً نحو موضوع نوعي محدد. وهناك نوعان آخران من الاتجاهات هما:

- اتجاهات معرفية: أي يحكمها البناء المعرفي.

- اتجاهات أخرى يحكمها الشعور.

والاتجاهات المعرفية تقوم على معلومات أكثر موضوعية من تلك التي تقوم على المشاعر والأحاسيس المرتبطة بشيء أو بقضية ما¹

المطلب الثالث: خصائص الاتجاه

يتميز الاتجاه بعدد من الخصائص يمكن إجمالها فيما يلي²:

- يتكون ويرتبط بمثيرات ومواقف اجتماعية، ويشترك عدد من الأفراد والجماعات فيه.
- لا يكون من فراغ ولكنه يتضمن دائماً علاقة بين فرد وموضوع من موضوعات البيئة.
- مكتسب ومتعلم خبري وليس فطرياً، قابل للقياس والتقويم من خلال السلوك الملاحظ
- يمكن التعبير عنها بعبارات تشير إلى نزعات انفعالية، نزعة فردية لا تشكل جزءاً من ثقافة المجتمع
- تتفاوت في وضوحها وجلالتها فمنها ما هو واضح المعالم ومنها ما هو غامض

¹ لبريكي الطاهر، الاتجاهات النفسية لطلبة التربية البدنية والرياضية نحو العمل بمهنتي التدريس والتدريب الرياضي، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر 3، 2010_2011، ص30-31

² تفرش عيسى، اتجاهات طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الرياضية، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، جامعة المسيلة 2022/2023، ص 12-13

- يصعب التعبير عنها باعتبارها نزعات إنسانية وردود الفعل العاطفية للشخص نحو الأشياء والأشخاص
- قد تكون محدودة أو عامة (معمة) تتشكل من بعدين رئيسيين هما بعد معرفي وبعد آخر انفعالي
- الاتجاه ليس موقفاً عابراً، إذ يمثل علاقة مستقرة بين الذات وموضوعات محددة
- الاتجاهات عادة ما تكون تقييمية بمعنى أنها أدوات تحكم من خلالها على الأشياء بطريقة إيجابية أو سلبية بدرجات متفاوتة
- تغلب عليه الذاتية أكثر من الموضوعية من حيث محتواه ومضمونه المعرفي
- قابل للتغيير رغم تميزه بالثبات النسبي، نتيجة تعرض الفرد لظروف جديدة أو بيئة أخرى أو أفكار جديدة ومختلفة عن معاهده، الاتجاه فعل متحرك ديناميكي مع أنه يستغرق وقتاً طويلاً للتشكل.
- الاتجاه يوضح وجود علاقة بين الفرد وموضوع الاتجاه.
- الاتجاه له صفة الثبات والاستمرار النسبي، ولكن من الممكن تعديلها وتغييرها تحت ظروف معينة.
- الاتجاه يتعدد ويختلف حسب المثيرات التي ترتبط به.
- يرتبط الاتجاه بالسلوك فالإتجاه يعد منبئاً للسلوك المستقبلي للفرد، فالإتجاه يحدد طريقة سلوك الفرد ويفسره.
- الاتجاه قابل للقياس، ويمكن التنبؤ به
- الاتجاه علاقة بين الفرد وموضوع أو شيء ما، ويستدل على الاتجاه من ملاحظة السلوك نحو الموضوع والشيء المعين.
- الاتجاه دينامي، أي يحرك سلوك الفرد نحو الموضوعات التي انتظم حولها.
- قد يكون الاتجاه سلبياً أو محايداً، وقد يكون قوياً أو ضعيفاً نحو شيء أو موضوع معين.

المبحث الثاني: الاتجاه في الإعلام

المطلب الأول: أهمية الاتجاه الإعلامي وعوامل نموه

1- أهمية الاتجاه الإعلامي:

يوضح صورة العلاقة بين الفرد وعالمه الاجتماعي ويوجه استجابات الفرد والأشخاص والأشياء والموضوعات بطريقة تكاد تكون ثابتة تحمل الفرد على أن يحس ويدرك ويفكر بطريقة محددة وازاء موضوعات البيئة الخارجية، يعتبر الاتجاه المعلن عن مساندة الفرد لما يسود مجتمعه من معايير وقيم ومعتقدات، إذ نرى تبلور أهمية الإعلام بصفة خاصة في انه يمثل منبرا ومصدرا مهما في بناء الافكار والمعارف والحصول على المعلومات والتعبير عن اراء المواطن، فوسائل الإعلام الحديثة في ضوء حرية تدفق المعلومات وعصر السماوات المفتوحة باتت من اهم وابرز الأدوات لانتقال الثقافات وتبادل الخبرات بين المواطنين في مختلف الدول بشتى أنحاء العالم.

2- عوامل نمو الاتجاه الإعلامي:

هناك عدة عوامل على درجة كبيرة من الاهمية تؤثر في تكوين الاتجاهات وتدعم نموها منها:

- تأثير التعلم: ذلك لأن التعلم يزود الإعلامي والمستهلك معلومات تساعد على نمو الاتجاهات، فكلما طالت فترة التعلم (ابتدائي، ثانوي إلخ) بدأت اتجاهاتهم بالتححرر من نمط التقليد المتوارث في العادات.
- تأثير الاسرة: الاسرة عامل أساسي في تكوين الاتجاهات ونموها لدى الاعلاميين والمستهلك للخدمات الاعلامية إذ أن اتجاهات الأسرة والوالدين خاصة وما يقدمانه من تعزيز لبعض الاساليب السلوكية تأثيرا عميقا على تكوين اتجاهاتهم ونموها، وكلما يتقدم هؤلاء بالعمر يتناقض هذا التأثير.

- تأثير الأصدقاء: ويعد تأثيرهم عاملاً مهماً يساعد في تكوين الاتجاهات ونموها في وقت مبكر
- تأثير العمر: تشير بعض الآراء إلى أن الفترة الحاسمة لتكوين الاتجاهات تقع ما بين (12_30) حيث تتبلور وتستقر بعد ذلك
- دور وسائل الإعلام والدعاية: للإعلام تأثير كبير في تغيير اتجاهات المستهلكين للخدمات الإعلامية نحو موضوع ما: (كأن يغير اتجاهه نحو البيئة من اتجاه سلبي إلى اتجاه إيجابي)
- الجاذبية الشخصية: والمقصود بها العوامل المتبادلة من زاوية الميل أو عدم الميل، والنفور بين العاملين التي تؤدي إلى تغيير الاتجاهات وهي عوامل ومؤثرات تمنح المدير القابلية على تكوين أو تدعيم أو تغيير الاتجاهات لدى الآخرين¹.

المطلب الثاني: وظائف الاتجاه الإعلامي

- تساعد الاتجاهات الإعلامية على نمو الشخصية وتطورها وعدة وظائف أخرى منها:
- **الوظيفة النفعية التكيفية:** يعني أف الاتجاهات تساعد الفرد في تحقيق عدد كبير من أهدافه التي يرسمها لنفسه، مما يؤدي إلى زيادة تكيفه مع البيئة التي يعيش فيها خصوصاً إذا كانت هذه الاتجاهات منسجمة مع اتجاهات الجماعة التي يعيش فيها متآلفة مع معاييرها.
- **الوظيفة المعرفية التنظيمية:** تتشكل لدى الفرد عن طريق اتجاهات نزعة لتحسين الإدراك والمعتقدات، وقد أكدت هذه الفكرة المدرسة الجشطالتيّة "كاتز" على أن تغيير الاتجاهات تتطلب أسلوباً يتجانس مع الوظيفة التي يؤديها الاتجاه
- **وظيفة تحقيق الذات:** يتبنى الفرد مجموعة من الاتجاهات توجه سلوكه، تتيح له الفرصة للتعبير عن ذاته وتحديد هويته ومكانته في المجتمع الذي يعيش فيه، كما

¹ نبيهة صالح السامرائي، علم النفس الإعلامي، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2020، 90،91

- تدفعه اتجاهاته للاستجابة بقوة ونشاط وفاعلية للمؤثرات البيئية المختلفة، الامر الذي يؤدي إلى إنجاز الهدف الرئيسي في الحياة ألا وهو تحقيق الذات.
- **الوظيفة الدفاعية:** ترتبط العديد من اتجاهات الفرد بحاجاته الشخصية ودوافعه الفردية أكثر من ارتباطه بالخصائص الموضوعية لموضوع الاتجاه، لهذا يقوم الفرد أحيانا بتكوين بعض الاتجاهات لتبرير فشله أو عدم قدرته على تحقيق أهدافه، فقد يكون الطالب اتجاها سلبيا نحك المنهاج أو المدرسة أو النظام التعليمي بمجمله عندما يفشل في إنجاز المستوى التحصيلي الذي يرغب فيه، فيساعد هذا على تبرير فشله وعلى الاحتفاظ بكرامته واعتزازه بنفسه¹
- الاتجاهات تساعد على تكييف العاملين فهمي تعمل كمقوم معنوي يستوعب المتغيرات المختلفة في العمل
- تشكيل مصدر إقناع يحتفظ بها الفرد للدفاع عن النفس
- تقييم إطار مرجعي للفرد تساعد في عمليات الإدراك
- يمكن اعتمادها في تفسير سلوك الفرد والتنبؤ به
- تنمية الاتجاهات تساعد على إحداث تغيرات ايجابية نحو العمل²

المطلب الثالث: مكونات الاتجاه الإعلامي

- المكون المعرفي: ويضم المعتقدات والآراء والأفكار المتعلقة بالموضوع المتطرق إليه الاعلام.
- المكون الوجداني: وهو عبارة عن مشاعر الفرد وانفعالاته نحو موضوع الاتجاه الإعلامي.

¹نقرش عيسى اتجاهات طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الرياضية، مذكرة تع تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، جامعة المسيلة 2022/2023، ص17-18

²تنبهة صالح السامرائي، علم النفس الاعلامي، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2020، ص89

- **المكون السلوكي:** ويختص بالنوايا أو الميل للسلوك أو التصرف بشكل معين إزاء موضوع الاتجاه الإعلامي.
- وفيما يلي تفصيل لهذه المكونات الثلاث:
- **المكون المعرفي:** وهو يعد المرحلة الأولى في تكوين الاتجاه، ويتضمن المعارف ومعتقدات الفرد نحو موضوع الاتجاه الإعلامي، وهو الذي يكتسب عن طريق البيئة المحيطة بالفرد، ودرجة ثقافته وتعليمه، وهو عبارة عن مجموع الخبرات والمعارف والمعلومات التي تتصل بموضوع الاتجاه الإعلامي والتي آلت إلى الفرد عن طريق النقل أو التلقين من قبل الاعلام أو عن طريق الممارسة المباشرة، وهو ما يؤمن به الفرد من آراء ووجهات نظر نحو موضوع معين اكتسبها من خبراته السابقة مع مثيلات هذا الموضوع مما يسهم في إعداده وتهيئته وتأهبه للاستجابة لها، وتقويمها في المواقف والظروف المتشابهة بنفس التفكير النمطي المبني على معرفته المسبقة بها.¹
- **المكون الوجداني:** هو شعور عام يؤثر على استجابة القبول أو الرفض لموضوع الاتجاه، ويشير إلى مايتعلق بالشيء أو الموضوع من نواحي عاطفية وجدانية تظهر في سلوك الانسان، بمعنى هل هذا الموضوع يجعل الانسان اذ تعامل معه مسرورا أو غير مسرور؟ وهل هذا الشيء يعتبر مكروها أو محبوبا له بصفة خاصة؟ وعلى ذلك فإن الانسان يتحرك في سلوكه وتعبيره طبقا لذلك مع هذا الاتجاه.
- **المكون السلوكي:** هو الذي يمثل الوجهة الخارجية له، فيمثل انعكاسا لقيم الفرد واتجاهاته وتوقعات الآخرين، والخطوات الإجرائية التي ترتبط بتصرفات الإنسان إزاء موضوع الاتجاه الإعلامي بما يدل على قبوله أو رفضه بناء على تفكيره النمطي حوله وإحساسه الوجداني، فالاتجاه يرتبط بالسلوك حيث يعد منبئا للسلوك المستقبلي للفرد، فالاتجاهات تتبئ بشكل قوي بالسلوك عندما يكون الأفراد لديهم خبرات مباشرة بهدف الاتجاه ويعبرون عن اتجاهاتهم بشكل متكرر، مما يحدث ثباتا في الاتجاه.

¹مجدي عزيز ابراهيم، 2009، ص 22-23

الفصل الثالث

التضليل الإعلامي

المبحث الأول: مدخل عام للتضليل الإعلامي

المطلب الأول: تعريف التضليل الإعلامي

- لغة: تقترن مفردة تضليل في المعاجم والقواميس بالشر والباطل ففي قاموس لسان العرب لابن منظور؛ فإن التضليل من معاده (ظلل) و(تضليل الانسان تسييره إلى الضلال؛ أي الباطل)

- اصطلاحاً: حي عرفها المعجم السياسي الفرنسي طبعة 1978 بالاتي؛: هو الخبر الكاذب الموجه ؛ والذي يقدم على أنه حقيقة تهدف توريط الرأي العام في الخطأ ؛ التوجيه العقول وتزييف الجماهير العريضة وادارة اللعبة السياسة بشكل غير نظيف.

- المفهوم العام للتضليل الاعلامي:

هو العبث بمحتوى اتصالي وتوجيهه بشكل ممنهج لخدمة اهداف تتحرف عن المصلحة العامة للحصول على نتائج تتعارض مع الحقيقة لترسيخ واقع محدد في ذهن المتلقي ؛ حيث انه يمارس من دون اي إحساس بالمسؤولية اتجاه اخلاقيات المهنة الاعلامية في ضوء خبرات خرافية تجمل الاكاذيب وتزيينها ؛ وبمعنى ادق إخفاء الحقائق عن الجمهور عبر الوسائل الاعلامية المختلفة (التقليدية والالكترونية) واغراق بالاخبار والمعلومات المزيفة والمحرفة مما يحول الواقع إلى مجرد اوهام.

- التضليل الاعلامي:

يكون ناجحاً عندما يشعر المظلون بأن الأشياء هي على ما هي عليه من الوجهة الطبيعية والحتمية ؛ بإيجاز شديد نقول ان التضليل الاعلامي يقتضي واقعا زائفاً هو الإنكار المستمر لوجوده أصلاً.

وعلى ذلك فلا بد من ان يؤمن الشعب الذي يجري تضليله بحياد مؤسساته الاجتماعية

والرئيسية¹.

¹المتلاعبون بالعقول تأليف هيربرت إيرفينغ أشليير 249 ص 1 جزء ترجمة عبدالسلام رضوان

ظهر مصطلح التضليل الاعلامي لأول مرة في اللغة الروسية مع بداية العشرينيات في القرن الماضي؛ وشاع استعماله في الاتحاد السوفياتي سابقا بعد الحرب العالمية الثانية لتبعث به الممارسات الاعلامية في البلدان الرأسمالية الهادفة إلى استبعاد الجماهير الشعبية؛ ولم ينقل المصطلح إلى اللغة الإنجليزية الا في الستينيات ليشير إلى: "التسريب المقصود للمعلومات المضللة"؛ اما في فرنسا مع بداية الثمانينيات من القرن الماضي؛ ويتضمن دلالات سياسية فكان معناه "النية المبنية لتغليب الرأي العام وإبقائه على جهل تام بشكل خطير إذن فالتضليل الاعلامي يعني: محاولات مصادر معن عنها؛ أو غير معن عنها للتلاعب بالرأي العام أو بجهلت اخرى عن طريق وسائل الاعلام وبإستعمال معلومات كاذبة أو مفبركة؛ أو ممسرحة أو اخفاء معلومات حقيقية لتحقيق اهداف سياسية اساسا¹.

التضليل الاعلامي عند فيليب بروتون: أنه فعل عنيف ونكره يعمل على سلب حرية المظلل (2000 breton; la parole manipulée)؛ فيجعله أداة اقواله وافعاله اذا فهو يتركز على إستراتيجية مركزية فريدة من نوعها في بعض الأحيان تعمل على تقليص حرية الجمهور في مناقشة أو اعتراض على ما يقترح عليه؛ علماء أن هذه الاستراتيجية يجب أن تكون غير مرئية؛ لأن الكشف عنها يعني محاولة التضليل (breton la parole manipulée 2000) ويضيف "بروتون" أن في فعل التضليل يطفو الكذب؛ تارة بعد معرفي وتارة اخرى بصور وحدانية وكلاهما يهدف إلى التدليس والتغليب والاعتقاد بما ليس موجودا²

¹ شفيق حسنين؛ التضليل الاعلامي والغيوبية المهنية؛ ص 16-17

² التواصل وآليات التضليل عند فيليب سنة النسر 2022 دار النشر صفحة سبعة للنشر والتوزيع

المطلب الثاني: أنواع التضليل الإعلامي

- التضليل بالانتقائية المتحيزة التي تنتقي بعض الكلمات والحقائق والاقتباسات والمصادر وتتجاهل الأخرى وتقوم بالتركيز على حقيقة واغفال الحقيقة الأخرى المرتبطة بها.
- التضليل بالتلاعب بالمعلومات وترتيب الحقائق بحيث تعطي معنى وانطباعات معينة ويتم تفسيرها بشكل معين يخالف الواقع.
- التضليل بإهمال خلفية الأحداث مما يجعلها ناقصة ومشوهة ولا يستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها.
- التضليل بالمزج والخلط وعدم التمييز بين الأخبار من ناحية والرأي والتحليل والتعليق من ناحية أخرى فلا يعرف المتلقي هل هذا جزء من الخبر أو هو رأي الصحفي ووجهة نظره.
- التضليل بالمعلومات التي ليس لها علاقة بالحدث على حساب الحقائق المهمة.
- التضليل بالعناوين ومقدمات الأخبار المعتمدة على المبالغة والتوهيل والغموض والمعلومات الناقصة مما لا يتفق أحيانا مع مضمون الخبر أو المادة الصحفية.
- التضليل باستخدام مفردات معينة تؤدي إلى إصدار أحكام بالإدانة على المواقف والأشخاص والجماعات والدول أو تحمل وجهة نظر بالتأييد أو الرفض.
- التضليل بالإيهام والتدليس في المصادر والمعلومات وعرض معلومات مضللة بكلمات غير واضحة المصادر وهي معلومات وأخبار غير صحيحة.
- لتضليل بادعاء التوازن الشكلي بين رأيين فقط واختيارين لا غير مع تعمد إهمال وجهات النظر الأخرى وتغيب الكثير من الاحتمالات والآراء والحلول.
- التضليل باختيار قضايا ومشكلات زائفة والابتعاد عن قضايا أخرى تهم الجمهور وتساهم في تشكيل الوعي الصحيح.
- التضليل بإغراق الجمهور بمعلومات لا تهمه ولا يحتاج إليها مما يطلق عليه النفايات المعلوماتية.

- التضليل بالإغراق بكم كبير جدا من المعلومات لا يستطيع المتلقي الربط بينها أو تفسيرها مما يعوقه بالسلبية وشعوره بالعجز أمام طوفان المعلومات.
- التضليل بلفت الأنظار عن قضية معينة بتسليط الأضواء على قضية أخرى وحصر التفكير فيها وتشتيت الانتباه عن القضية الأصلية.
- التضليل التعقيم والتغيب والحذف والتجاهل سواء كان ذلك قضية أو حدث أو مشكلة مما يجعلها خارج وعي الجمهور.
- التضليل بالتضخيم والتهويل لقضية أو حدث أو مشكلة ليترك ذلك انطباعا زائفا بحجمها لدى الجمهور.
- التضليل بالتهوين وتقليل قيمة الموضوع رغم اهميته للجمهور وعلاقته بمصالحهم واهتماماتهم.
- التضليل بالنفكيك والتجزئ وحصص النقاش في جزئيات بعينها وقطعها عن الإطار العام وسياقها الطبيعي وصورتها الكاملة.
- التضليل بقلب الصورة حتى يصل الأمر أحيانا إلى تصوير المجرم بأنه ضحية والضحية هو المجرم المعتدي.
- التضليل بالمصطلحات المصنوعة المنحوتة التي تبني وترسخ مفهوما معينا يتوافق مع مصالح صانع المصطلح الذي قام باستحدثائه والترويج له لتغيب الحقائق وتزييف الوعي.
- التضليل باستخدام مصطلحات قد تكون صحيحة ومقبولة ومتفق عليها في أصلها ولكنها تستخدم تعمدًا وتضليلًا في سياق خاطئ لا يرتبط بها.
- التضليل بالإحصائيات واستطلاعات الرأي غير الحقيقية اما انها لم تحدث اصلا أو انها كانت حافلة بالأخطاء الإجرائية التي تؤدي إلى خطأ الناتج.
- التضليل بالقراءة المخادعة للإحصائيات واستطلاعات الرأي الصحيحة لكن يتم التلاعب بطريقة عرضها وتفسيرها سواء بالكلمات أو بالرسوم البيانية.

- التضليل بالصورة أما في طريقة التقاطها أو تغيير مضمونها والتحكم في الالوان أو اضافة صور اشخاص أو اشياء أو حذفها أو يتم الادعاء بأن هذه الصورة تمثل واقع بينما هي مصنعة لتعطي انطباعا معينة.
- التضليل باختيار صورة حقيقة لشخص أو حدث إلا أنها التقطت من زاوية معينة أو في لحظة معينة لإعطاء رسالة مضللة حول الشخص أو الموقف أو الحدث.
- التضليل بالكاريكاتير السياسي والاجتماعي الذي يتعامل معه الناس باعتباره طرفة وتسلية بينما هو رأي وموقف ورسالة مؤثرة تجمع بين خصائص الكلمة وخصائص الصورة.
- التضليل باختيار أضعف وأسوأ شخصية ممكنة لتمثيل قضية ما في حوار أو حديث إعلامي لكي يتم اسقاط القضية وتشويهها عبر هذه الشخصية المهزوزة السيئة أو الضعيفة.
- التضليل بالحوار المشوه الذي يتم فيه التغييب الكلي المتعمد للقضية الجوهرية المحورية والاغراق بالتفاصيل الهامشية والثانويات الصغيرة ذات الأثر المحدود على القضية المحورية التي تم تغييبها قسرا.
- التضليل بتكرار الفكرة الخاطئة وترسيخها مهما تكن خاطئة وتعزيز السلوك المنحرف وترسيخه مهما يكن منحرفا وذلك بالتكرار المستمر المتواصل حتى تستقر في وعي الجمهور.
- إن الاعلام سلاح ذو حدين وهذا العالم ليس عالما مثاليا خاليا يعمة السلام والعدالة والمحبة بل ان تضارب المصالح واختلافها وتضادها يجعل من التضليل الإعلامي سلاحا فعالا في الصراعات ولكن يتم ذلك عبر أسلوب القوة الناعمة التي تؤثر ببطء وعلى المدى الطويل دون أن يلاحظها الكثيرون¹.

¹كتاب التربية الاعلامية (كيف نتعامل مع الاعلام)، فهد بن عبدالرحمن الشميري، ص 108.

المطلب الثالث: خصائص التضليل الإعلامي

1- الكذب:

أول خبر خادع وكاذب كان مع أبينا آدم عليه السلام وأما حواء جاء الشيطان وتوسل لهم يقول تعالى: في سورة طه " فوسوس إليه الشيطان قال يا آدم هل أدلك على شجرة الخلد وملك لا يبلى " {طه: 120}

ومن إبليس إلى إنسان ؛ اكتسب هذه السمة اللاأخلاقية والمدمرة للمجتمعات والأمم؛ فقد أخبرنا القرآن الكريم بقصص الانبياء والمرسلين وكيف القى عليها سادة شعوبهم بأنواع وألوان إخبارية مزيفة.

وهكذا حتى يومنا هذا ؛ عندما وضعت الدول المستعمر قاعدة لتفنيق الأكاذيب التي تقول: " إذا كنت تريد السيطرة على الناس ؛فقل لهم انهم في خطر ؛ وحذرهم من أن أمنهم مهدد ؛ ثم تشكك في وطنية خصومك بهذه الاستراتيجية الفعالة.

نجح أدولف 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 بحاجة لشن حرب على العراق بأي ثمن.

في الفترة الاخيرة ازداد تواتر نشر وإستقبال (الأخبار المضللة) بشكل كبير ؛حيث تداخل الصواب والخطأ لاسيما في ظل التبادل السريع للمعلومات عبر الشبكات الاجتماعية وانتشارها على نطاق واسع ؛مصادر رسمية ؛ وإتباع طريقة النسخ واللصق دون إثبات أو فحص ؛ ولا يقتصر التضليل الاعلامي على المعلومات أو البرامج التي تعرضها القنوات لتشويه صورة حزب سياسي أو معارض للانظمة ؛بل يتعدى ذلك كونه يمس الدين وقراراته ؛لأنه يتم وصفه بالارهاب ؛ وان المسلمين خطر على الشعوب في امريكا فيلم " القناص الامريكي " ويدور الفيلم حول قناص أمريكي كان في العراق وقتل أكثر من 150 عراقيا ؛ ويعتبر من أهم الأبطال الأميركيين بأسلوب عنصري وبغيض تجاه المسلمين وينتهي الفيلم بقتل هذا القناص وبعد انتهاء الفيلم يظهر [هاشتاق] "اقتل مسلم".

كما نجد هذه الظاهرة لدى الغاشم الصهيوني الاسرائيلي لمحاولة تحسين صورته لدى الاعلام العام في هذه الصورة التي تداولها رواد مواقع التواصل الاجتماعي { إنستغرام}...
 مهما كان الدافع نتيجة واحدة: التضليل الإعلامي ومواقع التواصل الاجتماعي اصبحت ارضا خصبة لانتشار مثل هذه الأخبار الكاذبة والشائعات الكاذبة على جميع المستويات وفي مختلف المجالات.

وأخيرا قال "جوزيف جوبلز" وزير الدعاية النازية والمحرك العقلي لرأس " أدولف هتلر"
 (أعطني إعلاما بلا ضمير؛ أعطيك شعبا بلا وعي)

2- التشويه:

وتعرف الشائعات بأنها خير مختلف لا اساس له في الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة أو إضافة معلومات كاذبة أو مشوهة تخبر معظمه صحيح؛ أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع أو الحقيقة؛ وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام لتحقيق اهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول؛ وتأتي خطورتها من خلال سعيها لتدمير القوى للمعنويات وبث الرعب؛ وتعتبر الشائعات من أخطر الأساليب المستخدمة في التأثير على الأمن بداية بكونها تنس بطريقة أشبه ما يكون بالسحر وسط الجماهير فمن الصعب معرفة مصدرها وان ضحاياها وسط الجمهور فمن الصعب معرفة مصدرها وانا ضحاياها يسمعونها من اصدقائهم؛ بل إنهم أحيانا يكونوا هم أنفسهم مرجوها¹

3- التلاعب:

قال تعالى: { وكذلك جعلنا لكل نبي عدوا شياطين الإنس والجن يوحى بعضهم إلى بعض زخرف القول غزوا ولو شاء ربك ما فعلوه فذرهم وما يفترون } في الآيات الكريمة

¹بورديو (2004): التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول؛ ترجمة درويش الحلوجي ط1؛ دمشق: دار كنعان للنشر والخدمات الاعلامية رياض شمس؛ حرية الرأي وجرائم الصحافة والنشر؛ مكتبة دار الكتب المصرية بالقاهرة؛ ط1947م.

بيان عام من الشرائع الإلهية سنة ماضية حاضرة دائمة ؛ عم الصراع بين الحق والباطل هذا الصراع المتجذر في أعماق التاريخ وقد وصل هذا الصراع ذروته في عصرنا في ظل الأساليب والوسائل التي يستغلها أعداء الإسلام لمحاربة الحقيقة ونفر الناس عنها وإخترق المجتمعات الإسلامية ؛ خاصة من خلال الإعلام الخادع حيث شياطين الرجال والجن جعلت من هذا الزخم الإعلامي طريق إغراء ووسيلة للخداع والتلاعب والتفكك ورافد لمجارف الهدم، إنه عامل تأخير ورد فعل؛ إلهاء للناس ومخدر لهم ليبقوا دائما غائبين عن وعيهم ؛ عن واقعهم معزولين عن ماضيهم ضائعين في مستقبلهم.

حيث تعتمد وسائل الإعلام الرصينة على الحقيقة ولغة الاقناع وتعالج القضية من كل زاوية تثار ؛ سواء كانت مؤيدة أم معارضة لان الحقيقة في النهاية ستصبح واضحة ؛ أمام وسائل الإعلام التي لها أجنداث معينة فإن وسائلها تختلف فهي تتجول وتصل إلى اروقة البتر والقهر.¹

وسائل التضليل متنوعة مثل الكذبة نفسها لكننا نفرق بين " لغة التبدير" أو ما يجب البعض أن يسميها "المشاهير" مثل الرئيس الأمريكي الأسبق "جون كيندي" بعد فشل الهجوم على كوبا في خليج الخنازير: للنصر مائة اب والهزيمة يتيمة:

ويسعى التضليل الإعلامي إلى خلق واقع جديد لا علاقة له بالواقع المحقق بالفعل يهدف خدمة المصالح والأهداف الخاصة ؛ وبالفعل اصبح الان العالم قرية مفتوحة تنتشر فيها المعلومات والابحار بطريقة لم تعرفها البشرية من قبل ومن السهل متابعة الاخبار هنا أو هناك ؛ على عكس الماضي حيث عانت الروافد الإعلامية من مسؤول احتكار رأس المال الحكومي أو الخاص.

¹حسن محمد هند ؛ النظام القانوني لحرية الرأي ؛ دار الكتب القانونية بالقاهرة ؛ ط2005 _ فيض القدير[214-76]

وهكذا تظل الحرب بين الخير والشر ؛ حيث تتغير المقاييس أحيانا وتتغير مراكز القوة في أوقات اخرى لكن تظل المثل والقيم حاجة ضرورية لمن ينخرطون في البحار ثقة هذه المهنة العظيمة¹

¹احسن خشان (2013): الصياغة اللغوية والتضليل الاعلامي ؛ مجلة التواصل في العلوم الانسانية والاجتماعية العديد

المبحث الثاني: أساليب وإستراتيجيات التضليل الإعلامي وأهدافه

المطلب الأول: أساليب التضليل الإعلامي:

أساليب التضليل الاعلامي أو بمعنى آخر الطرق المستخدمة للتضليل وهيا بدورها متعددة ومختلفة تستخدم في العديد من الوسائل الاتصالية منها والاعلامية المتاحة المعلنة والسرية بغرض التأثير على المتلقي نبينها بأنواعها كالاتي:

- **التخويف:** والغرض منها التلاعب بمشاعر الجماهير بالتلويح باستخدام القوة حول أمر ما لبث الرعب والخوف والكرهية وبالتالي اختيار الإيحاءات الاجتماعية التي تثير الاستجابة المرغوبة.
- **البساطة:** قد يتصف التضليل بأبسط قدر من البساطة في صياغة الرسالة الاتصالية، وفي الهدف المطلوب ان التعقيد في صياغة الرسالة يولد الملل بل يؤدي ذلك إلى إثارة سلبية
- **التكرار:** من الثوابت العالمية أن التكرار لعبارة ما بشكل كاف سوف يجعل الجمهور يتقبلها مع مرور الوقت، والأمثلة كثيرة وخصوصا باستخدام تكرار الشعارات السياسية)
- **الكذب الصريح:** استخدام الكذب واختلاق الكذبات الكبيرة، ومن أمثلتها المبالغة في تصوير القوة العراقية وتضخيم المعلومات عنها قبل حرب العراق مع دول التحالف
- **استثارة الفضول:** تقديم معلومات غير مطابقة لتوقعات المتلقين، ومن ثم تشجيعهم على التوفيق مع هدف التضليل كالفكاهة والاستعارات البالغة إغراق وسائل العام بأكثر الإخبار تناقضا حيث تفقد أي معنى عند استعمالها، إذ يضيع المشاهد أو القارئ في غاية من الإشارات والعلامات والمؤشرات التي تلغي بعضها البعض، بفعل الإفراط في ضخ المعلومات والأخبار وبفعل فوضى المعلومات والأخبار كما يستعمل التضليل الإعلامي أساليب أخرى ضد الجمهور لتحقيق الغرض المرجو الخداع، والإشاعة والتشويش، وإخفاء الحقائق والمعلومات، واختلاق وقائع مسرحية.

ومن ثم فإن الصورة الصادقة التي يستطيع أن ينقلها ضمير متعدد الولاءات، والحقيقة الساطعة التي يستطيع أن يؤمن بها فكر متعدد الانتماءات، والرأي الحر التي تستطيع أن تعبر عنه إرادة متعددة التوجهات، والهوية المتميزة أن تستطيع أن تلتقي مع ثقافة متعددة الخيارات أو متعددة الروافد.

- الإشارة إلى الآخر: يتم تعميم صورة سلبية عن الأعداء أو الخصوم والتشكيك في صدق معلوماتهم وجعل الجمهور يؤيد وجهة نظر محددة دون دراسة.
- الإخفاء: حجب المعلومات والأخبار السلبية أو التي تتعارض مع الرأي السائد أو السياسات المتبعة؛ وذلك من خلال عدم نشرها أو تقليل الاهتمام بها.
- التضخيم: تكبير شأن الأخبار المؤيدة للرأي المفروض أو تكبير أهمية أحداث دون وجود دلائل واضحة على ذلك.
- الأثارة العاطفية: يتم إثارة المشاعر والعواطف لدى الجمهور والتأثير على نفسية المتلقي وجعله يتخذ قرارات من دون تفكير مسبق¹

1- التلاعب بالأخبار والآراء:

وان كانت تتشارك فيه كل الانظمة السياسية البدائية والمتقدمة اليمينية واليسارية القديمة والحديثة ولا يقتصر فقط على المشكل السياسي وإن كان هذا ابرز وجوهه.

أ- أنظمة تقييد الإعلام: ومن اجل تحقيق التظليل لأهدافه؛ تفرض الحكومات أنظمة مقيدة للإعلام منها بنية المؤسسة الاعلامية: على مستوى الجهاز البشري؛ فلا يلتحق بالعمل فيها الا من له انتماء سياسي معين؛ ومعروف عنه سلفا ذلك للانتماء بل وأحيانا انتماء مذهبي؛ هذا على مستوى الأفراد العاملين العاديين؛ أما على مستوى قيادة المؤسسة فلا بد من ضمان ولائه التام للحكومة واستعداده لتبني كل ما يصدر عنها من قرارات؛ واي قيادة

¹التظليل الإعلامي في بث المعلومات.م د عبد الحسين كاظم مريخ العواطي.ص 115

تحيد عن ذلك يتم ابعادها أما الأفراد الذين تظهر عليهم بوادر التمرد فيتم نقلهم لآعمال ارشيفية ؛حتى فصلهم فصلا تعسفيا.

ب-الممارسة الاعلامية: من خلال "حارس البوابة "اي من تمر عليه الاخبار قبل نشرها ؛وغالبا ما يكون مدير التحرير أو رئيس القناة الذي أحسن اختياره على أسس فكرية وعقائدية ومذهبية فيستطيع من خلال تشكيلة واسعة من الوسائل والأدوات ان يتلاعب بالاخبار.¹

2 - وسائل التلاعب بالأخبار:

ويتم التلاعب بالأخبار عبر وسائل متعددة مثل:

أ-العناوين المضللة: كثيرا ما يعتمد الكاتب أو محرر العناوين إلى اختيار عنوان مؤثر جذاب، يحمل هذا العنوان رسالة مضللة؛ ففي الكثير من الأحيان يختلف العنوان عن الموضوع المكتوب بالفعل، وأي قارئ مبتدئ لو قرأ نص الموضوع سيعرف أنه مفبرك وسيكتشف الكذب والتفسيق والتضليل ولكن المحرر يلجأ لذلك لعلمه أن الكثيرين لا يقرؤون تفاصيل الخبر، فقط يأخذون العنوان ويبدؤون في نشر الخبر وإذاعته بين الناس، ولأن المحرر " يعرف أن الناس تستهويهم العناوين العريضة الجذابة للقصاص الإخبارية أكثر من المضمون الإخباري، ولهذا فإن الكثير من العناوين يتم التفتن في صياغتها في شكل موجز يحمل في طياته الإنحياز والتشويه الذي يقصده كاتب العناوين لإعطاء المعنى.

ب- نشر أخبار مجهولة المصدر: إذا كان التكتم على " المصدر " ضرورة يقتضيها العمل الإعلامي في بعض الأحيان، حينما يكون "المصدر" غير راغب في كشف عن هويته لأسباب أمنية، أو سياسية، أو خوفا من ضغط السلطات عليه للتراجع، أو لتجريده من وثائق ومستندات ربما يرى ألا يكشفها في لحظة ما، ليفصح عنها لاحقا؛ إلا أن هذه النافذة في العمل الإعلامي، تم استغلالها لصناعة "الإشاعة"، وتقديم تسريبات مغلوطة بهدف التشويش،

¹شفيق حسنين، التضليل الإعلامي والغيبوبة المهنية دار فكر وفن للطباعة والنشر طبعة 2011، ص 123

وتضليل الرأي العام. وأصبح من المؤلف أن يصدر الخبر بعبارة "صرح مصدر مسئول"، أو "صرح مصدر أمني"، أو "صرح مصدر رفض الإفصاح عن اسمه"، وغالبا لا يوجد مصدر من الأساس، والخبر من صناعة الوسيلة الإعلامية التي تنشره. وفي مصر، وبعد أن عزل الجيش المصري الرئيس المنتخب، نشرت أخبار عدة مجهولة المصدر، فعلى سبيل المثال، نشرت أخبار في الصحف، واذاعته قنوات تلفزيونية عدة، أن حرس الرئيس المصري المعزول محمد مرسي قوامه "كتائب عسكرية" تتبع لحركة حماس في قطاع غزة، وأن الحركة لها جنود مجندة في مصر تعمل على زعزعة الاستقرار الأمني، وهي التي اقتحمت السجون إبان الثورة 25 يناير، لاختراع معتقلين إسلاميين، مع تقديم مجموعة أفراد لتعميم الأمر على المنظمات الفلسطينية، وكثيرا ماتكون تلك الأخبار بلا مصدر سياسي أو أمني أو مسئول، وكل ما هنالك يتم التحديث عن مصادر مجهولة تحت شعار رفضت الكشف عن اسمها أو مصادر خاصة أو جهات أمنية أو تقارير مخبرانية. وانتعش هذا النمط من الصناعة، في ظل الفوضى، وغياب القانون، فقد دفعت تطورات الأحداث العربية إلى انتشار أخبار "مجهولة المصدر"، أو يتم نسبها زورا إلى جهة ما لمنحها الثقة، وفي ظل صراع القوى السياسية فإن الإشاعة والتضليل عادة ما تستتر خلف تلك الأخبار.¹

ويحسب الباحث الأردني محمد أبو رمان، في حديثه لصحيفة الغد الأردنية، فإن التساهل في المعايير المهنية، في الإعلام والتوسع غير المبرر في الاعتماد على المصادر المجهولة يجعل بعض وسائل الإعلام أدوات للتضليل، فهناك الكثير من الفوضى؛ لأن هناك الكثير من المصالح المتضاربة، وهناك تحالفات من بعض وسائل الإعلام مع مصادر المعلومات تلك من أصحاب هذه المصالح، من الذين يمكنهم بفضل إخفاء هوياتهم من قول ما يريدون دون أن يدفعوا كلفة ذلك.

بل أن الأمر يصل لدى بعض وسائل الإعلام، إلى "اختلاق مصادر أمنية، فمع غياب أي مساءلة إعلامية حقيقية، يمكن لأي كان أن يدعي أن لديه مصادر معلومات"، إنه وضع

¹تجريم التضليل الإعلامي، محمد بن علي العصيمي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية

خلط الأوراق، وجعل الجميع يخسرون وعلى رأسهم الصحافة المهنية الجادة؛ ففي ظل هذه الفوضى بات الناس يتشككون حتى في المعلومات المهمة المنسوبة إلى مصادر حقيقية، خاصة بعد أن ثبت زيف الكثير من الأخبار.

3-التضليل بالكذب:

إذا جئنا لممارسة الاعلامية سنجد أن الكذب هو نقل اخبار غير صحيحة ومكذوبة ؛ سواء اكان عن طريق الخطأ أو بهدف تضليل القارئ لان التضليل واقع في الحالتين ؛ولكن متى يلجأ الاعلامي إلى الكذب عامدا قاصدا؟ ان الاعلام لا يلجأ للكذب إلا إذا فشلت كل وسائل التضليل ؛فهو يحاول المحافظة على مصداقيته حتى لايفقد ثقة القارئ والمشاهد ولكن عندما يفشل كل وسائل التضليل يكون الحل هو تكرار الاكاذيب ؛ مع الاستمرار في بعض الاساليب مثل وسائل الاعلام من متابعة الاخبار المكذوبة ؛ ومنع كاميرات التصوير ؛ ومنع الصحفيين من الدخول والمبرر ان الاخبار سرية¹.

وقد اعتمدت الإدارة الأمريكية في تبرير حربها على العراق على عدد كبير من الاكاذيب مثل ذريعتي الحرب: اسلحة الدمار الشامل ؛ والعلاقة بالقاعدة اللتين اتهم بها صدام حسين ؛وقد تبين زيفهما بإعتراف الرئيس الأمريكي جورج بوش نفسه ؛ وماذا نقول ايضا عن الرسوم والتصميمات التي صرفها في الامم المتحدة وزير الدفاع الأمريكي كولن باول كإثبات عن وجود اسلحة الدمار الشامل النووية والجرثومية والكيميائية ؛وقد تبين لاحقا انها وهمية وبعد اسبوع واحد من انطلاق المعارك تم تسجيل خمس عشرة كذبة كبيرة اساسية ؛نشير هنا إلى السبع الابرز منها:

- موت صدام حسين

- احتلال ام القصر (اعلن سقوطها ثلاث مرات)

¹شفيق حسين التضليل الاعلامي والغيوبية المهنية دار فكر وفن للطباعة والنشر؛ طبعة 2011م ؛ ص 107

- استسلام مجموعات كبيرة من الجيش العراقي للقوات الأمريكية
- استسلام فرقة عراقية من ثمانية الاف جندي في البصرة
- سقوط البصرة
- سقوط الناصرية
- السحاب الف الية من الحراس الجمهوري من بغداد إلى جنوب البلاد¹

ومن الأمثلة على استخدام الكذب المقصود لتضليل الرأي العام ما اذاعته قناة المنار الشيعية في شهر 2013/11م فقد اذاعت عن خبر يقول "اسرائيل والسعودية تبحتان خطة مشتركة لمهاجمة إيران". وزعم الخبر ان وفدا عسكريا رفيع المستوى زار اسرائيل سرا؛ لوضع اللمسات النهائية للخطة العسكرية لضرب إيران² وقد نفت الخارجية الخبر جملة وتفصيلا لأن لا أساس له من الصحة ؛ وقد كانت الهدف منه يشعر للتحالف والتعاون مع العدو الاسرائيلي.

4-التضليل بالمصطلحات:

يقصد به إطلاق مصطلحات تعبر عن وجهة نظر المذيع فيمن يطلق عليه ذلك المصطلح ؛بغرض تشويه صورته واعطاء انطباع سلبي عنه للمتلقي بهدف تضليل المتلقين فنجد ان شبكة الـ"سي.إن.أن" مثلا تستخدم تعبير الأراضي المتنازع عليها بدلا من الأراضي المختلفة³

كما انا قضية الدس الصهيوني وتسلي الاسرائيليات المزورة عبر المصطلحات المزيفة إلى لغتنا العربية بشكل عام ؛ والى اللغة السياسية والإعلامية بشكل خاص ؛ هو من أهم القضايا التي يجب ان ينتبه لها الإعلامي العربي فقد وجدنا البعض منا يتداول كلمات

¹المرجع السابق، ص 125-126

²اذاعة الخبر قناة المنار في 2013/11/17.

³مرجع سابق ص 128

ومصطلحات عبرية تم نقلها ودون تدقيق وتفحص عن الغرب تارة وعن الدول الصهيونية تارة أخرى ؛ فصارت مع الاسف شائعة ومتداولة

ان الاصرار على استخدام مصطلحات مضللة للتأكيد على خلق واقع جديد ومتابعة الإعلام الغربي عن ذلك بقصد أو عن جهل ؛ لهو مساعدة منافي تنشئة جيل جديد يجهل تماما الواقع الصحيح لأمتة؛ فاستخدام كلمة "إيلات" وهي في الأصل ميناء العقبة الاسرائيلي المحتل للتأكيد على انها ارض يهودية ولا علاقة لها بالعرب وبالمثل يقال عن الانتحاريين وهو تعبير خاطئ عن الاستشهاديين ؛ وعرب يوم الغفران المقصود بها عرب اكتوبر عام 1973.

يعيش واقعنا العربي حالة من الكسل الفكري غير مسبوقه في تاريخه؛ فهو من ناحية ينقل نقلا حرفياً المصطلحات الفكرية والكلامية دون إعمال الفكر أو التمحيص بحيث أصبح ضحية لهذه المصطلحات المشبعة بدلالات خطيرة بإتجاه الكذب وتزييف الواقع فتجعل الباطل حقا والحق باطل واكتفينا بابتلاع المحسوسات في اعلامنا بحيث اصبح عسيرا التمييز بين الصحف الصهيونية والصحف العربية وهو ما يجعلنا نصر اننا خسرنا معركتنا الاعلامية مع اسرائيل والغرب بشكل عام.

المطلب الثاني: إستراتيجيات التضليل الإعلامي:

الأخبار المضللة هي في أساسها لا تعتمد على معلومات خاطئة، بل تعتمد على السياق الخاطئ ووضع الكلام في غير محله، والسياق هنا ليس فقط سياق وقوع الحدث (الخبر)، بل حتى سياق نشره أيضاً موقع الأخبار الكاذبة والمضللة في نظرية البروباغندا، إذاً يعتبر توجيه الرأي العام الهدف الأول من بث الأخبار المفبركة أو المضللة، فالحكومات تحاول السيطرة على كل ما يصل إلى الجماهير، إما بمحاربة الصحافة الحرّة مصدر الأخبار الصحيحة، أو بنشر أخبار كاذبة أو مضللة. وكل ذلك يندرج تحت إطار صناعة البروباغندا أو الدعاية السياسية كما وصفها نعوم تشومسكي في كتابه "صناعة الإذعان"، ويذكر تشومسكي إلى جانب إدوارد هيرمان خمس إستراتيجيات تستخدمها الدول من أجل صناعة

الإذعان بين الشعوب، وذلك في نظرية البروباغندا والدعاية السياسية، وهذه الإستراتيجيات هي التملك، والإعلان، والنخبة الإعلامية، والنقد الشديد، وأخيراً صناعة العدو المشترك، كل واحدة من هذه الإستراتيجيات الخمس لها أساليبها في التطبيق، وكلها تهدف إلى السيطرة على الرأي العام وتوجيهه.

بإمكاننا أن نضع عملية إنتاج وتداول الأخبار الكاذبة والمضللة في ثلاث من أصل خمس إستراتيجيات تستخدم لإتمام عملية الدعاية السياسية، أولها "الامتلاك"، ولا نعني هنا امتلاك المؤسسات كما هو المقصود بالأساس في النظرية، ولكن امتلاك المساحة في الفضاء الرقمي التي لم تعد المؤسسات وحدها مسيطرة عليها كما كان الحال في الوقت الذي وضع فيه تشومسكي نظريته فالحكومات، وحتى بدون أن تشتري مؤسسات إعلامية بشكل رسمي تقوم الآن عبر توظيف مئات بل وآلاف الحسابات الآلية على مواقع التواصل الاجتماعي، بالسيطرة على جزء لا بأس به من المحتوى الذي يعرض أمام المستخدمين، وبذلك تمتلك الدول المحتوى دون أن تمتلك المؤسسات.

ليس التملك فقط هو ما يمكن أن يتحقق بالأخبار الزائفة والمضللة، فكما شرح تشومسكي في الإستراتيجية الرابعة في نظريته وهي "النقد الشديد" يمكن لهذه الأخبار أن تعمل على هجمات مضادة للروايات الصحيحة عبر نقدها والتشكيك في مصداقيتها، أو نشر روايات مضادة بشكل أكثر كثافة، أو حتى الانحراف بالرأي العام عن موضوع الحدث نفسه ونشر أخبار تتعلق بأمور مختلفة تماماً، فيضيع الخبر الرئيسي دون أن يهتم به أحد.

أما في الإستراتيجية الخامسة من نظرية الدعاية السياسية، فإن الحكومات تعتمد صناعة أعداء وهميين للشعوب من أجل إحكام السيطرة عليها والترويج لسياساتها القمعية والدكتاتورية، ولا نجد أنسب من الأخبار الزائفة كوسيلة لهذا الهدف، بمهاجمة اللاجئين وخلق الكراهية ضدهم، ووصف جماعات أو مؤسسات بالإرهاب، أو حتى شيطنة دول بأكملها، كل هذا يأتي في إطار صناعة العدو الذي لا يتم أبداً دون اللجوء إلى الأخبار الزائفة والمضللة.

إن أزمة الأخبار الكاذبة وصلت إلى مرحلة من التعقيد لا تسمح بالتعامل معها من قبل الحكومات والمؤسسات الإعلامية فقط، فالمسؤولية الآن أصبحت مشتركة بين الأفراد المستهلكين للمعلومة وبين المؤسسات والحكومات التي يجب أن تسعى للحد من انتشار هذه الأخبار، مع الوعي الكامل بأبعاد ونتائج استهلاكها¹.

المطلب الثالث: أهداف التضليل الإعلامي

هناك العديد من الأهداف التي يسعى إليها القائمون على عملية التضليل الإعلامي منها: التعليم على الأخبار الحقيقية أو حجب المعلومات عن العدو وتضليله عن طريق مجموعة من الأخبار، كما يمكن أن يستخدم التضليل الإعلامي لإخفاء جرائم الحرب والمهمات غير الأخلاقية التي يتم ارتكابها، أو في تهميش القضايا المهمة وصرف اهتمام الجماهير عنها أو الأحداث وتغييرات في سلوك الأفراد والجماعات² بينما يورد (شيلر) أهداف التضليل الإعلامي على النحو الآتي:

- **السلبية:** وهي السلبية الفردية والتي تتحول بالجمع إلى سلبية جماعية، تجعل أمر قيادة العقول أسهل بكثير من قيادة جماعات ايجابية وربما يمكن الإستغناء عن التضليل الإعلامي إذا وصل الرأي العام إلى السلبية التامة.
- **توجيه وتغيير الثقافة:** من الممكن فرض نوع معين من الثقافة عن طريق المطاردة المستمرة من وسائل الإعلام ومن ثم توجيه هذه الثقافة بكاملها لتغيير الاهتمامات بثقافات محددة تخدم أهداف التضليل.
- **إرساء القيم الإستهالكية:** لخدمة مصالح القوى الاستثمارية لتلبية احتياجات رؤوس الأموال حتى وإن تعارض مع المصلحة العامة.
- **تقرير وتبرير وتعزيز الوضع الراهن:** مما يضمن إظهار الأنظمة بأنها تبذل قصارى جهودها ومن يدنو من الجهد المبذول

¹معهد الجزيرة للإعلام، مجلة الصحافة عن المجلة AJR ENGLISH، اسامة الشامي، في 15 أغسطس 2019.

²التضليل الإعلامي في بث المعلومات.م د عبد الحسين كاظم مريخ العطواني؛ ص 114.

ترتبط وسائل الإعلام ارتباطاً وثيقاً بالسياسة، ومن هذا الصدد انبثق نموذج الإعلام السياسي القائم على صقل أساليب الحوار وتقديم المعلومات السياسية والعسكرية للجمهور بشكل إعلامي يضمن السلامة والهيبة.

- اعلام العدو حول إجراءات الاستسلام

- زيادة أثر الاسلحة القوية (لتحقيق التدمير السيكولوجي

- التصدي

- تقييض معنويات العدو بجعلهم يعتقدون ان الالتزام وارد¹

تبلورت معالم شكل الإعلام السياسي في نهاية الحرب العالمية الثانية، وأصبحت مجالاً مستقلاً يتعامل مع التأثير المتبادل بين الحكومة والشعب من جهة، والعلاقات الخارجية من جهة أخرى. وبحسب نظرية الإعلام السياسي، فإن الهدف من وجود إعلام سياسي ينبع من ضرورة إشراك الجماهير وتعبئتها بما يضمن كسب السياسيين مكاسب انتخابية في المقام الأول، والأمر نفسه ينطبق على السياسيين والمصالح والعلاقات الدولية.

في الإعلام السياسي، هناك ثلاث جهات فاعلة رئيسية: سياسيون، صحفيون ومواطنون، كل منهم يتحرك وفق اهتمامات مختلفة ومميزة عن الآخرين. بالنسبة للسياسيين، فإن الهدف هو توجيه الرأي العام نحو قضية تخدم حزبه بطريقة أو بأخرى ؛ بالنسبة للصحفيين، أي قصة سياسية هي مشروع إخباري يجتذب المتابعين بمجرفة تفتح الباب على مصراعيه للشهرة ؛ أما المواطنون، خاصة في الدول الديمقراطية، فهم معنيون بالإعلام السياسي لمحاسبة السياسيين وصانعي القرار والدفاع عن نواقصها.

¹التضليل الإعلامي وأقول "السلطة الرابعة" ؛ د السعيد بومعيزة _جامعة الجزائر

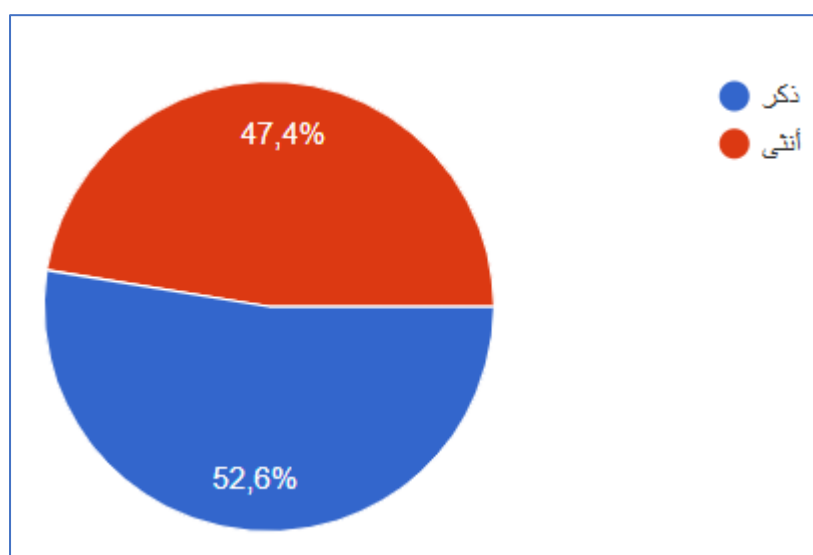
الفصل الرابع

الجانب التطبيقي

المبحث الأول: عرض وتحليل ومناقشة النتائج
المطلب الأول: عرض البيانات الشخصية لأفراد العينة
• الجنس

الجدول 1: يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	61	53
أنثى	55	47
المجموع	116	%100



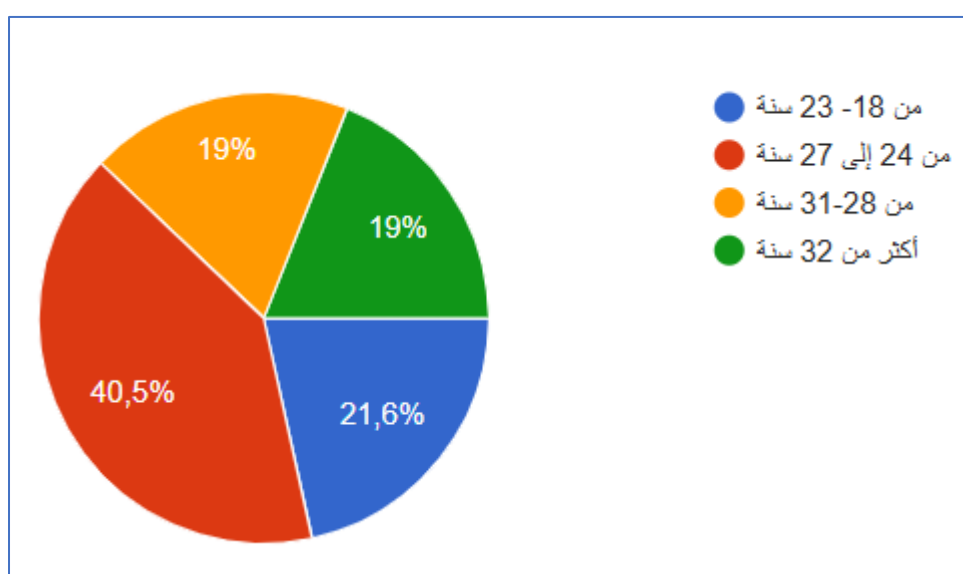
الشكل 1: يمثل أفراد العينة حسب الجنس

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الإناث متساوية تقريبا مع نسبة الذكور حيث قدرت بنسبة (52,6%) للذكور مقابل (47,4%) للإناث
كان عدد الإناث (55) مفردة وعدد الذكور (61) مفردة من إجمالي العينة وهذا راجع إلى عينة الدراسة التي كانت تخص طلبة ماستر 2 علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة.

• السن

الجدول 2: توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة %	التكرار	السن
21.6	25	من 18 إلى 23
40.5	47	من 24 إلى 27
19	22	من 28 إلى 31
19	22	أكثر من 32
%100	116	المجموع



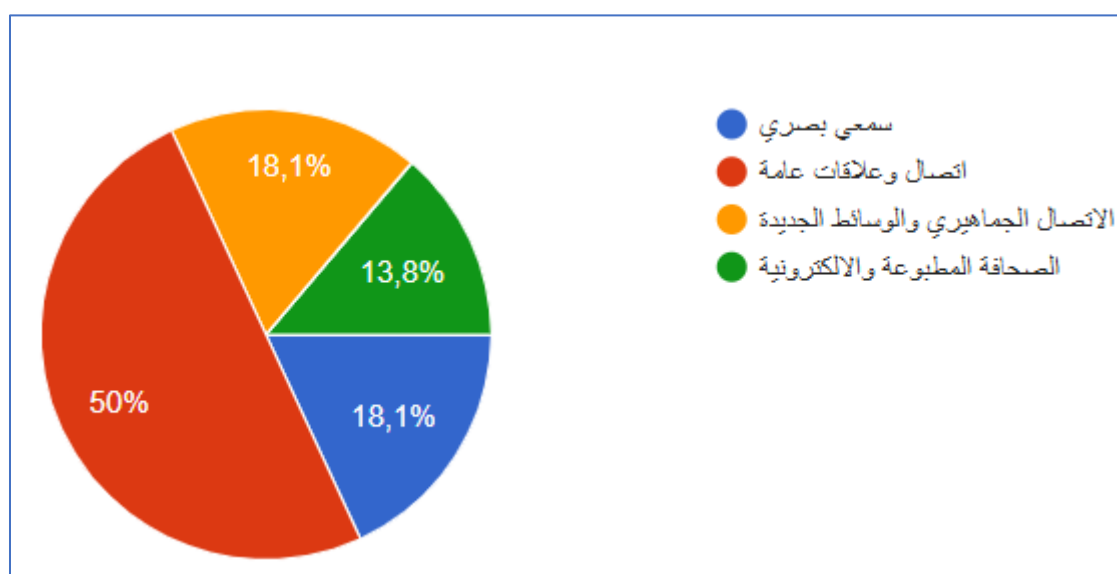
الشكل 2: يمثل أفراد العينة حسب السن

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة الفئة من 24 إلى 27 سنة كانت الأعلى والتي قدرت ب (40,5%) بمعدل 47 مفردة، أما بالنسبة للفئة من 18 إلى 23 فقد قدرت نسبتها ب (12,6%) بمعدل 25 مفردة، في حين أن الطلبة بالفئة العمرية من 28 إلى 31 سنة وأكثر من 32 سنة كانت نسبهم متساوية قدرت ب (19%) بمعدلات 22 مفردة لكل فئة. توضح نتائج الجدول بأن الطلبة حسب الفئة العمرية من 24 إلى 27 سنة كانت هي الأعلى نسبة مقارنة بالفئات العمرية الأخرى، وهذا راجع إلى أن أكثر الطلبة الجامعيين من فئة الشباب.

• المستوى التعليمي

الجدول 3: توزيع أفراد العينة حسب التخصص

النسبة %	التكرار	التخصص
18.1	16	سمعي بصري
50	58	اتصال وعلاقات عامة
18.1	21	الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة
13.8	16	الصحافة المطبوعة والإلكترونية
%100	116	المجموع



الشكل 3: يمثل أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

يتضح من خلال القراءة الجدولية للجدول رقم 3 أن نسبة الطلبة الذين يدرسون تخصص اتصال وعلاقات عامة هي الأعلى بتقدير (50%) بمعدل 58 مفردة إذ تخللت نصف العينة، في حين أن الطلبة الذين يدرسون تخصص سمعي بصري والاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة كانت نسبهم متساوية والتي قدرت ب (18,1%) بمعدل 21 مفردة، بحيث نرى تخصص الصحافة المطبوعة والإلكترونية كان أقل نسبة إذ قدر ب (13,8%) بمعدل 16 مفردة.

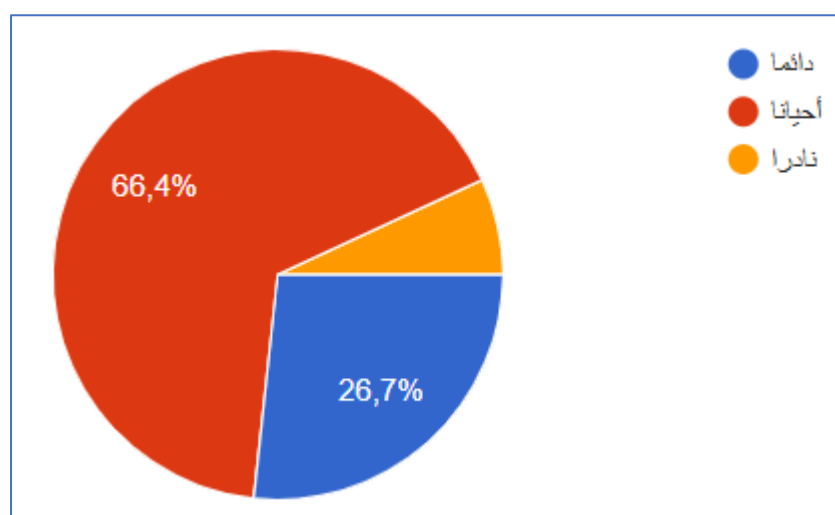
ومما سبق نرى تصدر تخصص الاتصال والعلاقات العامة نسبة أكثر تخصص الطلبة وهذا راجع لشمولية التخصص مقارنة بالتخصصات الأخرى.

المطلب الثاني: عرض بيانات المحور الأول:

اتجاهات مفردات العينة حول المضامين المضللة المتداولة عبر القنوات الإعلامية الدولية
1- أثق بالقنوات الإعلامية التي تداولت لأخبار أحداث غزة

الجدول 4: يمثل توزيع أفراد العينة حسب ثقتهم بالقنوات الإعلامية المتداولة لأخبار غزة

النسبة %	التكرار	
26.7	31	دائما
66.4	77	أحيانا
6.9	08	نادرا
%100	116	المجموع



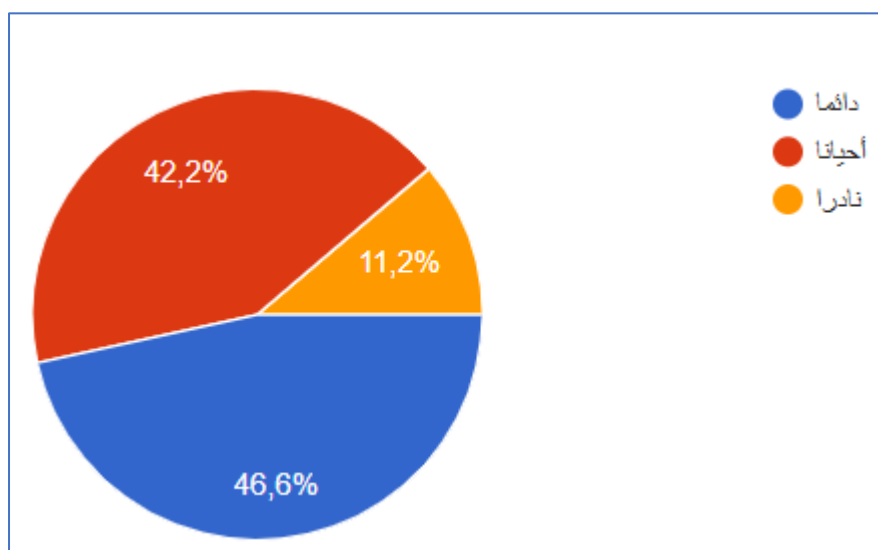
الشكل 4: يمثل أفراد العينة حسب ثقتهم بالقنوات الإعلامية المتداولة لأخبار غزة

يبين الجدول أن نسبة الطلبة الذين يثقون أحيانا بالقنوات الإعلامية المتداولة للأخبار أحداث غزة كانت عالية بنسبة مئوية قدرت ب (66,4%) بمعدل 77 تكرار، في حين أن الطلبة الذين يثقون دائما كانت أقل وجاءت بنسبة (26,7%) بتكرار 31، والتي كانت أقل بنسبة (6,9%) بتكرار 08 هي ندرة الثقة بالقنوات الإعلامية المتداولة لأخبار أحداث غزة.

2-أعتقد أن القنوات الأجنبية داعمة للكيان

الجدول 5: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بأن القنوات الأجنبية مدعومة من قبل الكيان

النسبة %	التكرار	
46.6	54	دائما
42.2	49	أحيانا
11.2	13	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 5: يمثل أفراد العينة حسب اعتقادهم بأن القنوات الأجنبية مدعومة من قبل الكيان

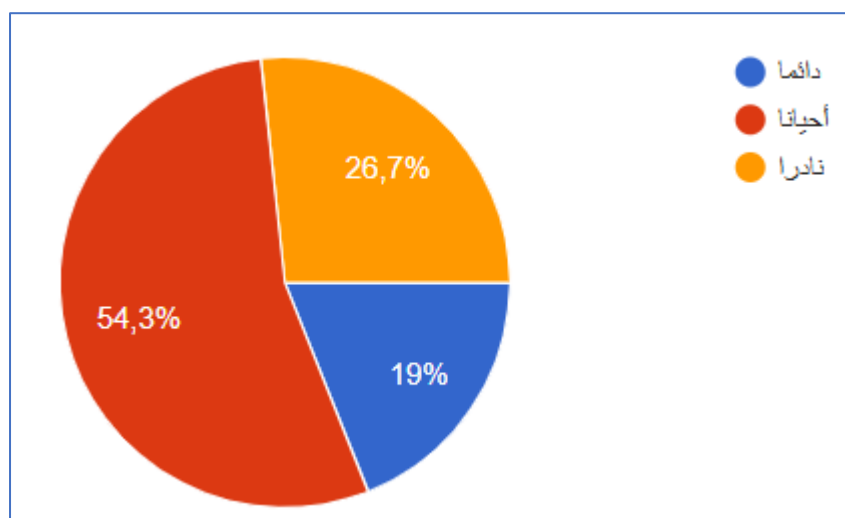
من خلال القراءة الجدولية للجدول رقم 5 والذي يمثل اعتقادات الطلبة فيما يخص دعم الكيان للقنوات الأجنبية نرى نسبة الطلبة الذين يرون بأن الكيان دائما ما يدعم القنوات الأجنبية عالية مقدرة ب (46,6%) بتكرار 54، بحيث الطلبة الذين يرون أن الدعم يكون أحيانا جاءت نسبتهم اقل قليلا وقدرت ب (42,2%) بمعدل 49 تكرار، في حين أن من يرون من الطلبة أن الدعم يكون نادر جاءوا بنسبة قليلة جدا قدرت ب (11,2%) بمعدل 13 تكرار.

وهذا راجع للدعم الأمريكي والأجنبي للكيان في شتى الميادين الذي يراه الطلبة في وقتنا الحالي.

3-تؤثر المضامين المضللة على صفتي كطالب إعلام

الجدول 6: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير المضامين المضللة عليهم كطلبة إعلام

النسبة %	التكرار	
19	22	دائما
54.3	63	أحيانا
26.7	31	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 6: يمثل أفراد العينة حسب تأثير المضامين المضللة عليهم بصفتهم طلبة إعلام

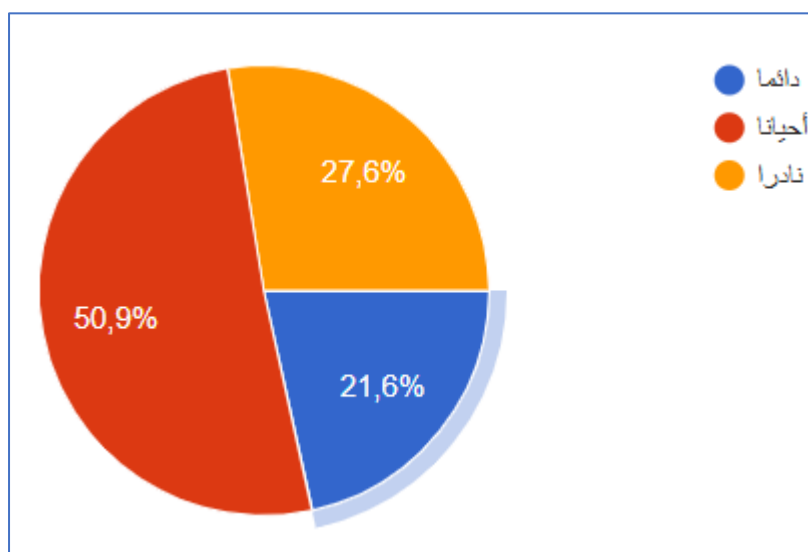
يبين الجدول رقم 6 أن تأثير المضامين المضللة على الطلبة بصفتهم طلبة إعلام أحيانا جاء بنسبة عالية قدرت ب (54,3%) بمعدل 63 تكرار، بحيث تليها ندوة التأثير بالنسبة للطلبة والتي جاءت بنسبة (26,7%) بتكرار 31، في حين ان الطلبة يرون التأثير بصورة دائمة قليل جدا إذ جاء بنسبة (19%) بتكرار 22.

وهذا نتيجة الوعي الإعلامي الذي يتحلون به طلبة الإعلام ماستر 2 بجامعة المسيلة

4-أتابع القنوات الإعلامية الدولية

الجدول 7: يمثل أفراد العينة حسب يمثل أفراد العينة حسب متابعتهم للقنوات الإعلامية الدولية

النسبة %	التكرار	
21.6	25	دائما
50.9	59	أحيانا
27.6	32	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 7: يمثل أفراد العينة حسب متابعتهم للقنوات الإعلامية الدولية

نرى الجدول رقم 7 والذي يمثل بدوره نتائج متابعة الطلبة للقنوات الإعلامية الدولية بحيث تظهر لنا النسبة الاعلى إذ قدرت ب (50,9%) بتكرار 59 والتي تشير للفئة التي تتابع القنوات أحيانا، في حين أن الطلبة الذين يتابعون القنوات الإعلامية الدولية نادرا جاءت بنسبة قدرت ب (27,6%) بمعدل تكرار 32، بحيث نرى أن الطلبة الذين يتابعون القنوات بصفة دائمة هم الأقل نسبة (21,6%) بتكرار 25.

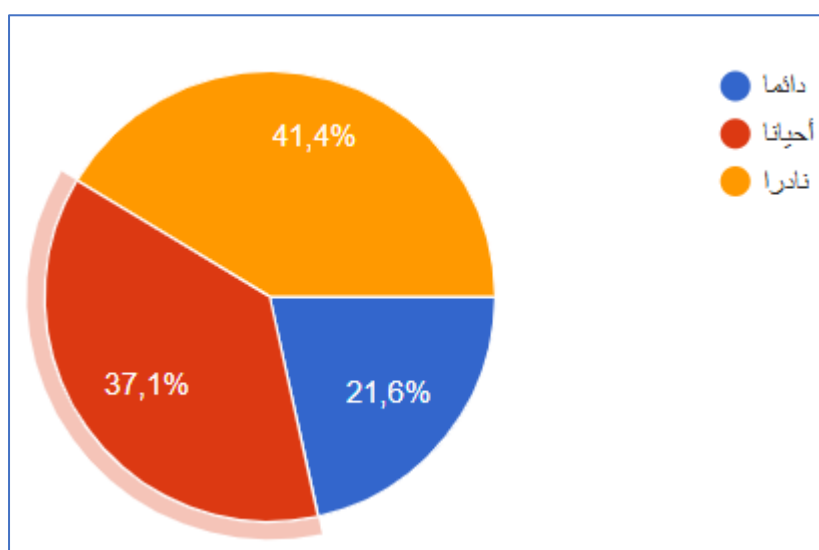
وهذا راجع لتعدد وتوفر القنوات الوطنية وتناولها للأخبار الدولية مما يتيح لهم

الاستغناء عن القنوات الدولية

5-المضامين المضللة تؤثر على اتجاهاتي حول الأحداث

الجدول 8: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير المضامين المضللة على اتجاهاتهم حول الأحداث

النسبة %	التكرار	
21.6	25	دائما
37.1	43	أحيانا
41.4	48	نادرا
%100	116	المجموع



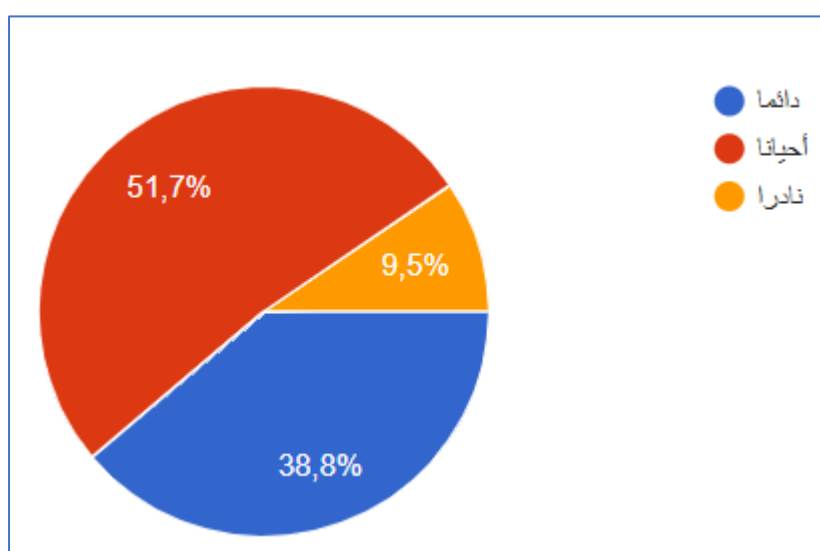
الشكل 8: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأثير المضامين المضللة على اتجاهاتهم حول الأحداث

يوضح لنا الجدول أعلاه تأثيرات المضامين المضللة على اتجاهات الطلبة حول الأحداث، إذ تظهر لنا نسبة الطلبة الذين يرون أن التأثير يكون نادرا ب(41,4%) بتكرار 48، في حين أن من يرون أن التأثير يتواجد أحيانا نسبتهم قدرت ب (37,1%) بمعدل 43 تكرار، وفي الأقل نسبة والتي جاءت ب (21,6%) بتكرار 25 يرون أن التأثير دائما ما يكون متواجداً.

نرى بالنسبة لطلبة الاعلام ماستر 2 بجامعة المسيلة إن التأثير الذي يأتي نتيجة المضامين المضللة يكون نادرا وهذا راجع للدعم الروحي والوطني والديني للقضية الفلسطينية لما هم عليه من إمام بكل تفاصيل القضية بصورة صحيحة منذ بدايتها

6- أعتقد أن المضامين المضللة لها تأثير سلبي على الرأي العام والسياسات العامة
الجدول 9: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثير المضامين المضللة على الرأي العام
والسياسات العامة

النسبة %	التكرار	
38.8	45	دائما
51.7	60	أحيانا
9.5	11	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 9: يمثل توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثير المضامين المضللة على الرأي العام
والسياسات العامة

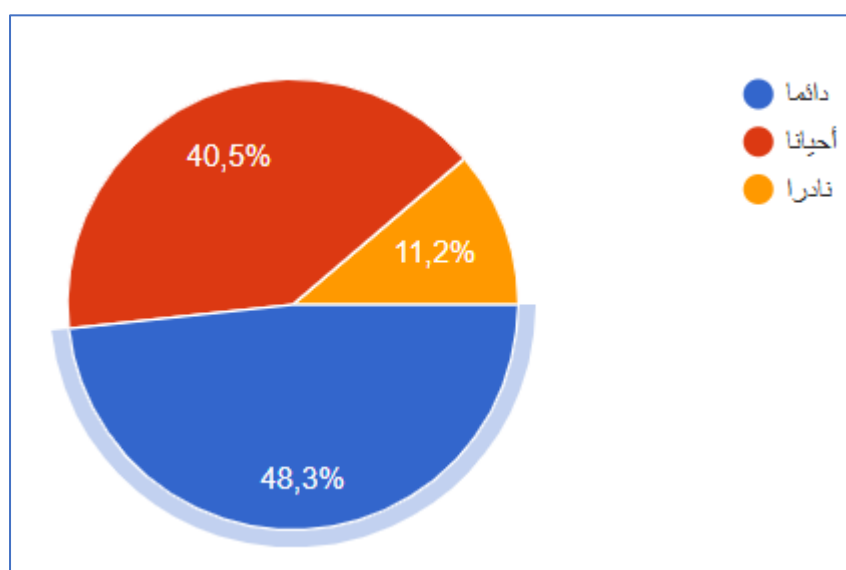
يبين الجدول أن التأثير على الرأي العام والسياسات العامة نتيجة المضامين المضللة يكون أحيانا والذي جاء بنسبة (51,7%) بمعدل 60 تكرار بصورة عالية، بحيث تليها أن التأثير يكون دائما والتي جاءت بنسبة (38,8%) بتكرار 45، أما بالنسبة لندرة التأثير فقد كانت أقل نسبة (9,5%) بمعدل 11 تكرار.

اذ نرى تصدر النسبة فيما يوضحه الجدول والذي يرجع إلى تواصل الأحداث وعدم تحرك الرأي العام بصفة صارمة.

7- أفضل استخدام مصادر اعلامية معينة بسبب خبرتها

الجدول 10: يبين توزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم لمصادر اعلامية معينة

النسبة %	التكرار	
48.3	56	دائما
40.5	47	أحيانا
11.2	13	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 10: يمثل أفراد العينة حسب تفضيلهم لمصادر إعلامية معينة

تبين لنا القراءة الجدولية للجدول رقم 10 بأنه دائما ما يفضل الطلبة متابعة مصادر اعلامية معينة بسبب خبرتهم الاعلامية والتي جاءت بنسبة عالية قدرت ب (48,3%) بمعدل 56 تكرار، أما بالنسبة للطلبة الذين يفضلون احيانا فقد كانت نسبتهم (40,5%) بتكرار 47، إذ نرى النسبة الأقل والتي قدرت ب (11,2%) بمعدل 13 تكرار هيا فيما يخص الطلبة الذين نادرا ما يفضلون بعض المصادر المعينة حسب الخبرة. وهذا التصدر النسبي راجع لتفضيل الطلبة تلقي مضامين موثوقة وذات خبرة عملية وعلمية صادقة.

المطلب الثالث: عرض بيانات المحور الثاني:

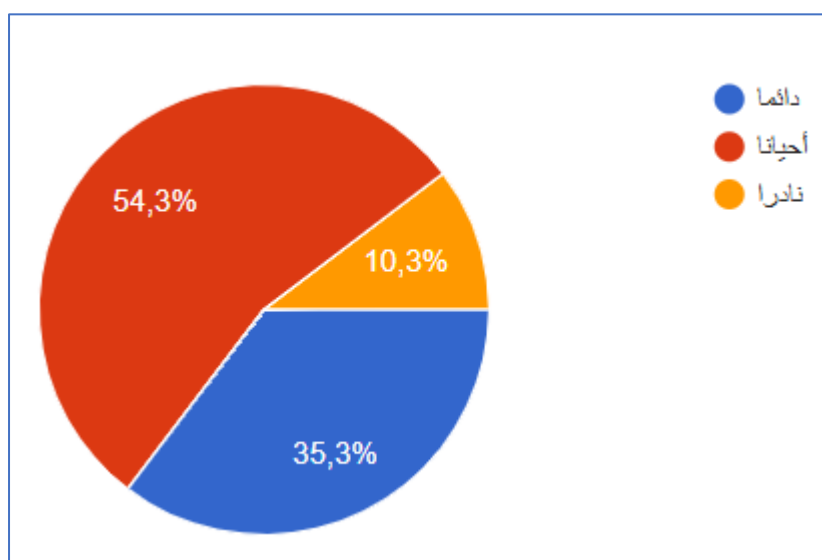
المضامين المضللة التي تداولتها القنوات الإعلامية الدولية

8- لاحظت وجود مضامين مضللة على القنوات الإعلامية الدولية التي اتابعها

الجدول 11: يبين توزيع افراد العينة حسب ملاحظتهم لتواجد مضامين مضللة على القنوات الدولية

التي يتابعونها

النسبة %	التكرار	
35.3	41	دائما
54.3	63	أحيانا
10.3	12	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 11: يبين توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم لتواجد مضامين مُضللة على القنوات الدولية التي يتابعونها

نرى فيما يوضحه الجدول رقم 11 بأن الاعلى نسبة تمركزت في ان الطلبة احيانا ما يلاحظون تواجد مضامين مضللة في القنوات التي يتابعونها والتي قدرت ب (54,3%) بمعدل 63 تكرار، إذ تليها نسبة (35,3%) بتكرار 41 والتي تخص الطلبة الذين دائما ما يلاحظون تواجد المضامين، اما بالنسبة للطلبة الذين يقولون انهم من النادر ما يلاحظون مضامين مضللة جئو بنسبة قليلة جدا مقارنة بالنسب الاخرى والتي قدرت ب (10,3%) بمعدل 12 تكرار.

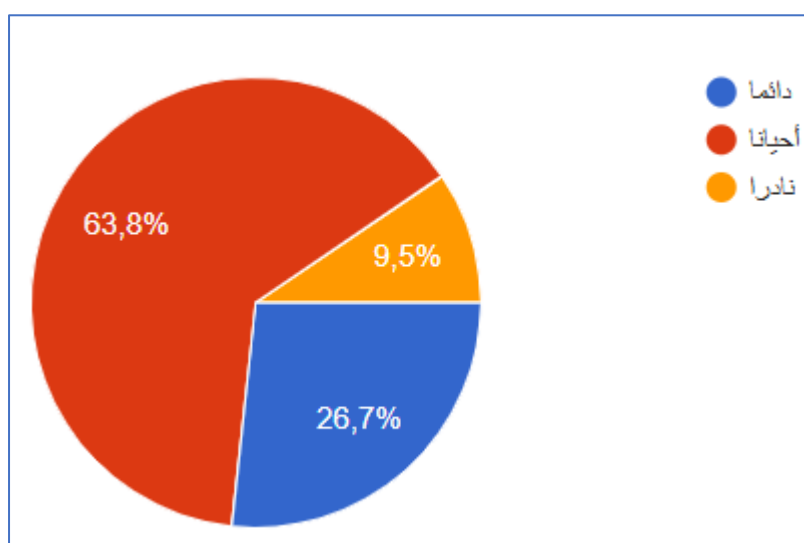
بحيث تموضع هاته النسب بالصورة السابقة جاء نتيجة التواجد الحقيقي للمضامين

المضللة على القنوات الاعلامية الدولية.

9-اعتقد أن هناك محتوى مضلل يتم بثه على القنوات الاخبارية الدولية

الجدول 12: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم ببث محتوى مضلل من قبل القنوات الاخبارية الدولية

النسبة %	التكرار	
26.7	31	دائما
63.8	74	أحيانا
9.5	11	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 12: يمثل أفراد العينة حسب اعتقادهم ببث محتوى مضلل من قبل القنوات الإخبارية الدولية. يبين الجدول أعلاه أن نسبة أفراد العينة والذين يعتقدون أحيانا انه يتم بث محتوى مضلل من قبل القنوات الإخبارية الدولية هي الأعلى والتي جاءت ب (63,8%) بمعدل 74 تكرار،

في حين أن من يعتقدون ذلك دائما كانوا بنسبة أقل قليلا وقدرت ب (26,7%) بتكرار 31، بحيث ان النسبة الأقل والتي ظهرت ب(9,5%) بتكرار 11 تخص من يعتقدون أنه نادرا ما يتم البث.

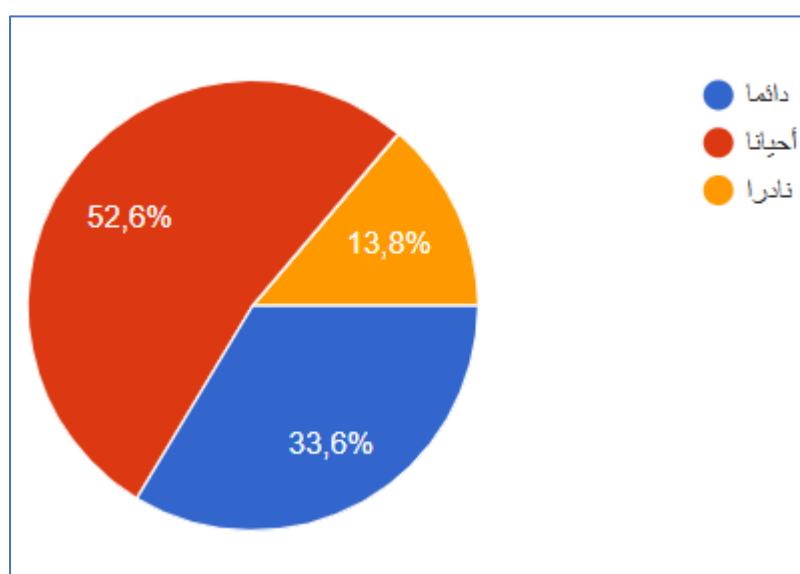
جاءت هاته النتائج نظير رؤيتهم المسبقة لتواجد المضامين المضللة على القنوات الإعلامية الدولية.

10- أرى أن المضامين المضللة أثرت على وسائل التواصل الاجتماعي

الجدول 13: يبين توزيع الأفراد حسب رأيهم لتأثير المضامين المضللة على وسائل التواصل

الاجتماعي

النسبة %	التكرار	
33.6	39	دائما
52.6	61	أحيانا
13.8	16	نادرا
%100	116	المجموع



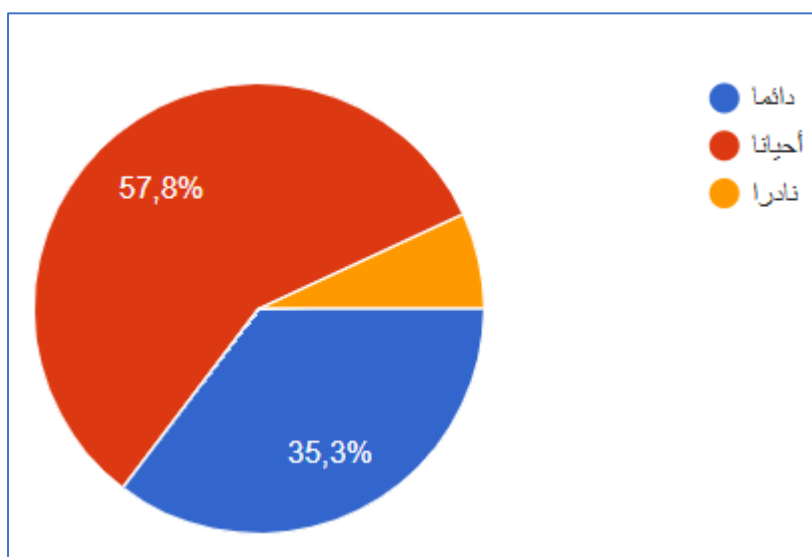
الشكل 13: يبين توزيع الافراد حسب رأيهم لتأثير المضامين المضللة على وسائل التواصل الاجتماعي

يوضح الجدول رقم 13 نسب افراد العينة الذين يرون تأثير المضامين على مواقع التواصل بحيث قدرت نسبة من يرون ذلك أحيانا ب (52,6%) بمعدل تكرار 61 والتي كانت أعلى نسبة، تليها من يرون ذلك دائما بنسبة متوسطة قدرت ب (33,6%) بتكرار 39، وفي الاقل نسبة نجد من يرون أن التأثير نادر بنسبة (13,8%) بمعدل 16 تكرار. هاته النتائج ظهرت لنا نتيجة التحركات التي شهدتها وسائل التواصل الاجتماعي فترة بداية الاحداث إلى يومنا هذا إذ نرى أن التأثير كان إيجابيا مما جعلها تعمل كوسائل محاربة للتضليل.

11- لاحظت أن المضامين المضللة كانت عن طريق التلاعب بالصور

الجدول 14: يبين توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم التلاعب بالصور كطريقة للتضليل

النسبة %	التكرار	
35.3	41	دائما
57.8	67	أحيانا
6.9	08	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 14: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم التلاعب بالصور كطريقة للتضليل

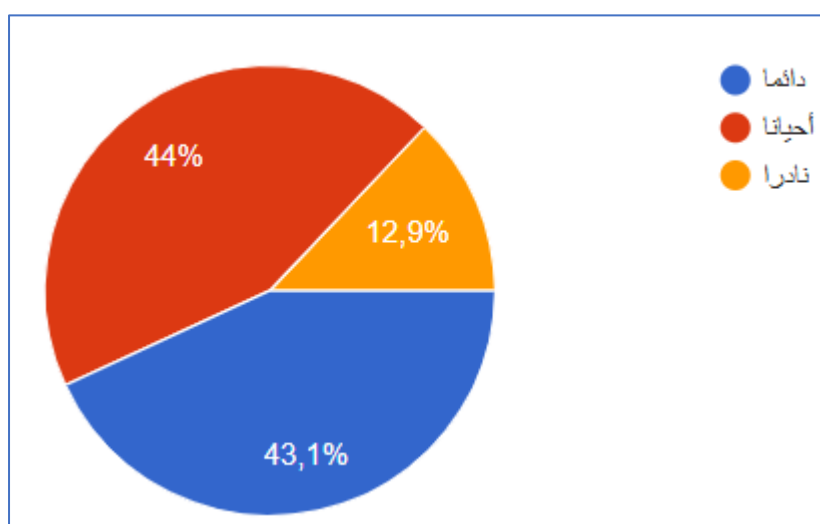
يبين الجدول أن أعلى نسبة والتي قدرت ب(57,8%) بمعدل 67 تكرار تخص الطلبة الذين يلاحظون أحيانا ان التضليل جاء على طريقة التلاعب بالصور، إذ تليها نسبة الطلبة الذين دائما ما يلاحظون طريقة التلاعب بالصور في المضامين التي جاءت بنسبة (35,3%) بتكرار 41، بحيث تمركزت بنسبة قليلة ندرة الملاحظة بالنسبة للطلبة بقيمة (6,9%) بمعدل 08 تكرار.

وهذا نتيجة التلاعب الحقيقي بالصور من قبل القنوات الممارسة للتضليل الإعلامي كوسيلة تضليلية.

12- أعتقد أن القنوات الإعلامية الأجنبية قامت بالتلاعب بالأخبار والتضليل بالكذب فيما يخص أحداث غزة

الجدول 15: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم التلاعب بما يخص أخبار أحداث غزة عن طريق الكذب التضليلي

النسبة %	التكرار	
43.1	50	دائما
44	51	أحيانا
12.9	15	نادرا
%100	116	المجموع



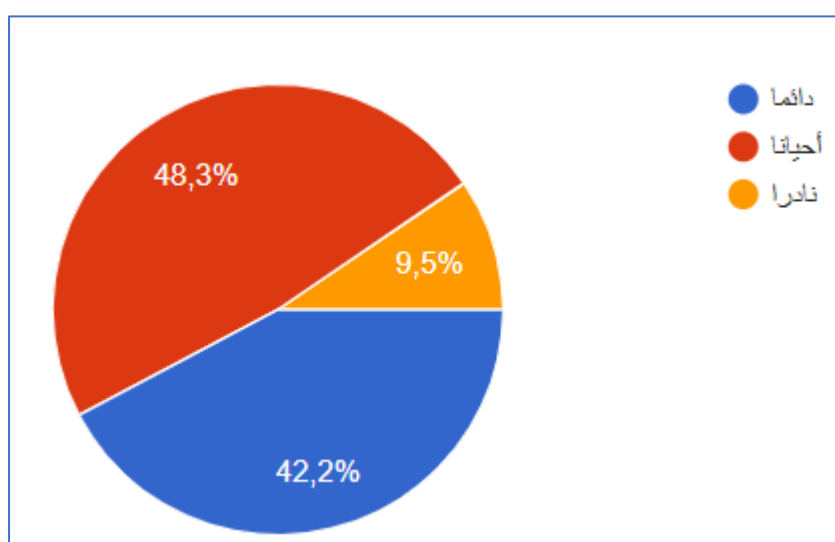
الشكل 15: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم التلاعب بما يخص اخبار احداث غزة عن طريق الكذب التضليلي

يبين الجدول أن الطلبة يرون أنه دائما وأحيانا ما يتم التلاعب بالأخبار فيما يخص أحداث غزة عن طريق الكذب لتضليل المتلقي بحيث جاءوا بنسب جد متقاربة والتي قدرت ب (44%) بتكرار 51 يخص الفئة التي تراها دائما و(43,1%) بتكرار 50 للفئة التي تراها احيانا، أما بالنسبة للفئة التي ترى أنه من النادر ما يتم التلاعب بالأخبار عن طريق الكذب فقد كانت ذات نسبة قليلة قدرت ب (12,9%) بتكرار 15.

هذا ما يفصح لنا عن شي واحد لا ثاني له وهو ممارسة التضليل بالكذب من قبل القنوات الإعلامية المصدرة للأخبار التي تخص احداث غزة.

13- أظن أن المضامين المضللة تتأثر بالتطورات السياسية والاجتماعية العالمية
الجدول 16: يبين توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم تأثر المضامين بالتطورات السياسية والاجتماعية العالمية

النسبة %	التكرار	
42.2	49	دائما
48.3	56	أحيانا
9.5	11	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 16: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم تأثر المضامين بالتطورات السياسية والاجتماعية العالمية

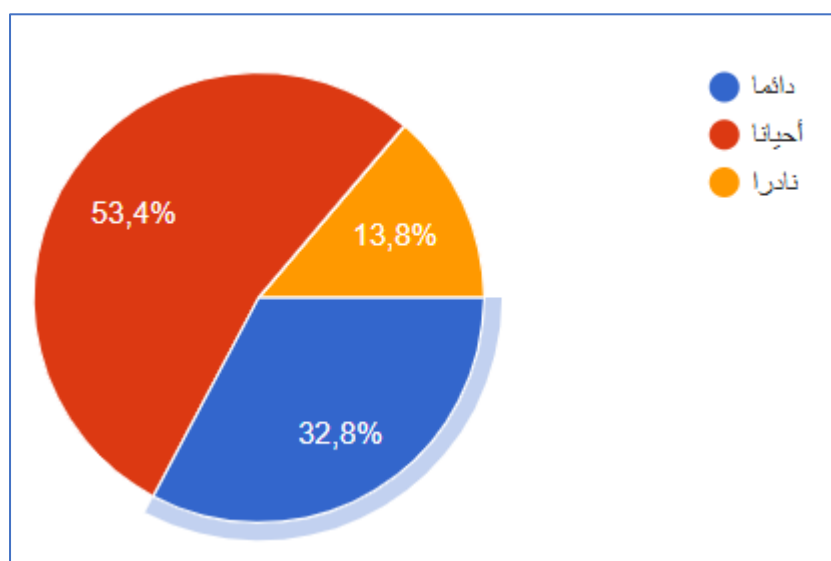
يبين الجدول أعلاه نسبة ملاحظة الطلبة أحيانا بتأثر المضامين جاء بنسبة عالية قدرت ب (48,3%) بتكرار 56، بحيث جاءت ملاحظتهم الدائمة للتأثر بنسبة (42,2%) بمعدل 49 تكرار، تليها أقل نسبة والتي قدرت ب (9,5%) بتكرار 11 والتي تخص الطلبة الذين نادرا ما يلاحظون ذلك التأثر.

جاءت هاته النتائج بصفة تبيان تواجد التأثر الذي يحصل للمضامين المضللة نتيجة التطورات السياسية والاجتماعية العالمية نسبة لما نراه يحدث في السياسات العالمية الاجنبية منها والعربية.

14- لاحظت زيادة في انتشار المضامين المضللة وامتدادها أكثر فأكثر عبر القنوات الإعلامية الدولية

الجدول 17: يبين توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في زيادة انتشار المضامين المضللة

النسبة %	التكرار	
32.8	38	دائما
53.4	62	أحيانا
13.8	16	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 17: يمثل نسب توزيع افراد العينة حسب رأيهم في انتشار المضامين المضللة

نرى في الجدول أعلاه انتشار المضامين المضللة أكثر فأكثر من منظور الطلبة فمنهم من قال أحيانا والتي تصدرت النسبة ب(53,4%) بتكرار 62، ومنهم من قال دائما بحيث قدرت نسبتهم ب (32,8%) بتكرار 38، والأقل نسبة والتي جاءت ب(13,8%) بتكرار 16 قالو انه نادر.

من النتائج التي أظهرتها اختيارات الطلبة نتأكد بأن الانتشار الذي شهدته المضامين المضللة كان بصورة كثيرة وسريعة الامتداد يوم بعد يوم.

المطلب الرابع: عرض بيانات للمحور الثالث:

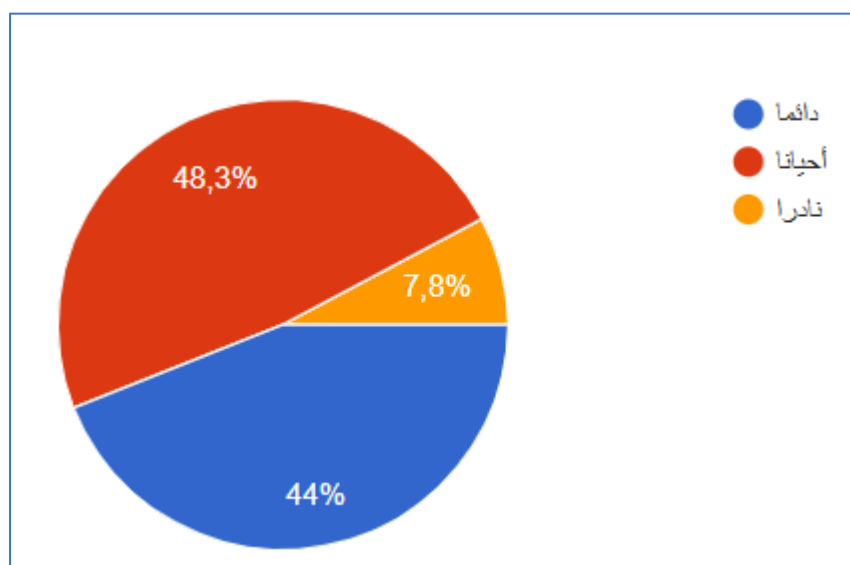
الاستراتيجيات التضليلية التي تناولتها القنوات الإعلامية الدولية

15- لاحظت وجود استراتيجيات تضليلية متعددة تستخدمها القنوات الإعلامية الدولية بشكل متكرر

الجدول 18: يبين توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم لاستخدام القنوات الإعلامية الدولية

لاستراتيجيات تضليلية بشكل متكرر

النسبة %	التكرار	
44	51	دائما
48.3	56	أحيانا
7.8	09	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 18: يمثل نسب توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم لاستخدام القنوات الإعلامية الدولية

لاستراتيجيات تضليلية بشكل متكرر

يوضح لنا الجدول رقم 18 ملاحظات الطلبة لممارسة القنوات الدولية لاستراتيجيات بشكل متكرر فنرى الفئة التي تراها احيانا جاءت بنسبة عالية قدرت ب (48,3%) بتكرار 56، والفئة التي دائما ما تراها جاءت اقل قليلا لكن متقاربة بنسبة (44%) بتكرار 51، والأقل والتي تراها نادرا جاءت بنسبة (7,8%) بمعدل تكرار 09

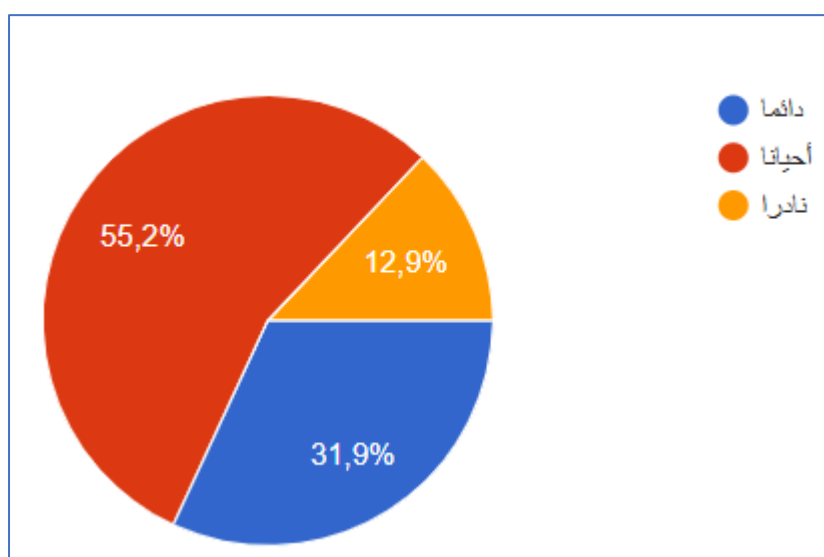
هذا نتيجة تواجد وتكرار استخدام استراتيجيات تضليلية من قبل القنوات الإعلامية

الدولية والتي قدمت المحتوى للطلبة المتلقين

16- أعتقد أن بعض القنوات تناولت مصادر مجهولة وغير موثوقة كاستراتيجية تضليل المشاهدين

الجدول 19: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم استعانة القنوات بمصادر مجهولة وغير موثوقة كاستراتيجية تضليلية

النسبة %	التكرار	
31.9	37	دائما
55.2	15	أحيانا
12.9	64	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 19: يمثل نسب توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم استعانة القنوات بمصادر مجهولة وغير موثوقة كاستراتيجية تضليلية

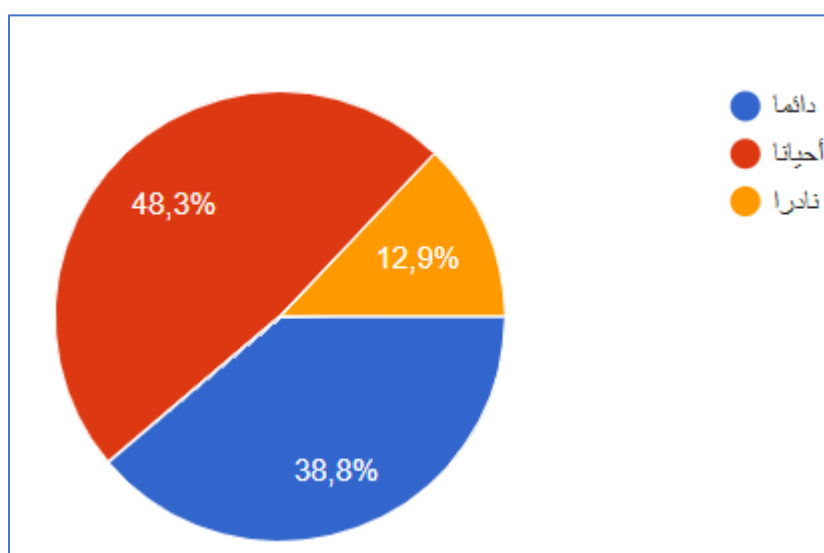
يبين الجدول أعلاه أنه من يرون ذلك أحيانا جاءوا بنسبة عالية قدرت ب (55,2%) بتكرار 64، أما من يعتقدون أنه دائما ما يتم الاستعانة بمصادر مجهولة جاءوا بنسبة (31,9%) بتكرار 37، والأقل نسبة هم الذين يعتقدون أنه من النادر ما يتم الاستعانة بتلك المصادر فكانوا بنسبة (12,9%) بمعدل تكرار 15.

وهذا الاعتقاد الطلبة انه حقا ما يتم الاستعانة بمصادر مجهولة وغير موثوقة كاستراتيجية تضليلية نتيجة ما تلقوه من قبل من مضامين مضللة كثيرة وبأشكال مختلفة

17- أعتقد أن الاستراتيجيات التضليلية تؤثر بشكل كبير على تشكيل رأي الجمهور بشأن أحداث غزة

الجدول 20: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثير الاستراتيجيات التضليلية على تشكيل رأي الجمهور بشأن أحداث غزة

النسبة %	التكرار	
38.8	45	دائما
48.3	56	أحيانا
12.9	15	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 20: يمثل نسب توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثير الاستراتيجيات التضليلية على تشكيل رأي الجمهور بشأن أحداث غزة

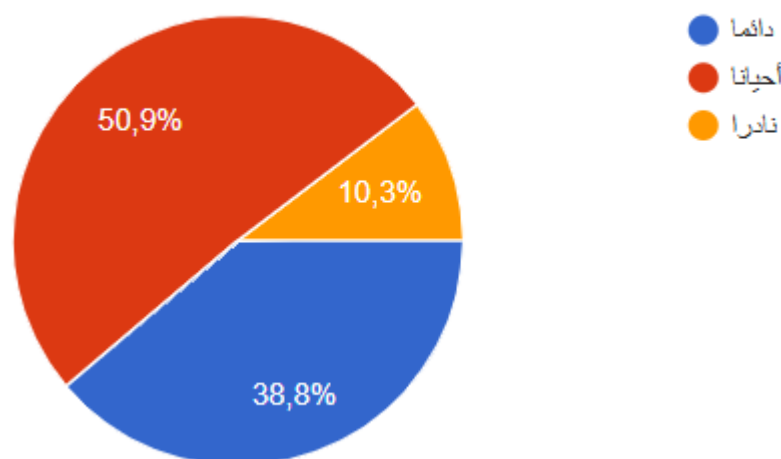
يبين الجدول رقم 20 حسب رأي الطلبة أنه أحيانا ما يتم تأثر تشكيل رأيهم بشأن أحداث غزة نتيجة الاستراتيجيات التضليلية بحيث قدرت نسبة ذلك ب (48,3%) بتكرار 56، تليها نسبة (38,8%) بمعدل تكرار 45 والتي يرون بها الطلبة أن الاستراتيجيات دائمة التأثير فيما يخص تشكيل الرأي، والنسبة الأقل جاءت تخص ندرة التأثير قدرت ب (12,9%) بتكرار 15.

هاته النتائج تبين لنا خطورة التضليل الإعلامي ومدى التأثير الذي تحدثه الاستراتيجيات التضليلية التي تستخدم من طرف القنوات الإعلامية الدولية.

18- لاحظت استخدام اللغة الاستفزازية والتلاعب بعناوين الأخبار كاستراتيجية لتضليل الجمهور بشأن أحداث غزة

الجدول 21: يبين توزيع أفراد العينة حسب ملاحظتهم لوجود لغة استفزازية مستخدمة من طرف القنوات والتلاعب بعناوين الأخبار كاستراتيجية

النسبة %	التكرار	
38.8	45	دائما
50.9	59	أحيانا
10.3	12	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 21: يمثل نسب توزيع الأفراد حسب ملاحظتهم لوجود لغة استفزازية مستخدمة من طرف القنوات والتلاعب بعناوين الأخبار كاستراتيجية

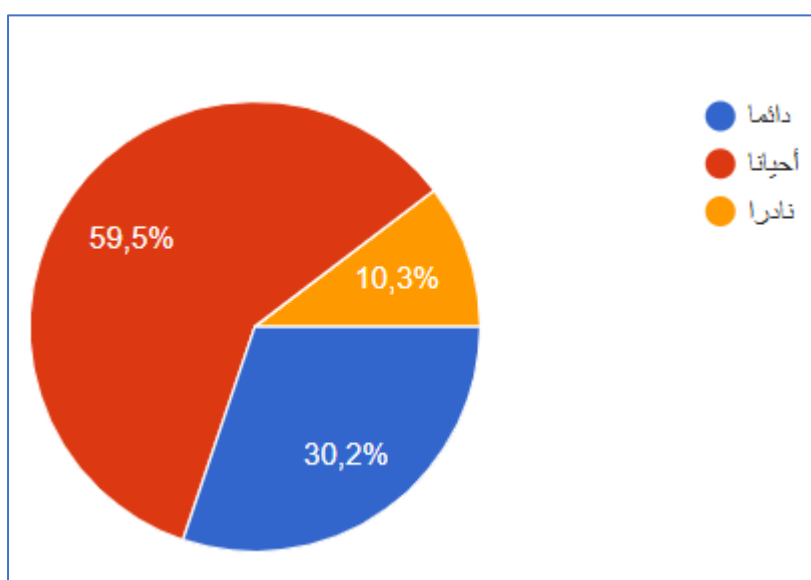
يبين الجدول أعلاه وحسب ملاحظة الطلبة أنه أحيانا ما يتم استخدام اللغة الاستفزازية والتلاعب بالعناوين حيث جاءت نسبة رأيهم عالية قدرت ب (50,9%) بتكرار 59، تليها ملاحظتهم الدائمة لذلك و قدرت بنسبة (38,8%) بتكرار 45، لتأتي النسبة الأقل والتي توري ملاحظتهم النادرة للغة والتلاعب بنسبة (10,3%) بمعدل 12 تكرار.

وهذا ما يبين لنا التواجد الحقيقي للغة المستفزة والتلاعب بالعناوين من قبل القنوات الإعلامية الدولية على أساس استراتيجيات تضليلية.

19- أعتقد أن تغيير ترتيب الأحداث أو الحقائق المقدمة يؤثر على تصور الجمهور لما يحدث في غزة

الجدول 22: يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثر تصور الجمهور لأحداث غزة نتيجة تغيير ترتيبها

النسبة %	التكرار	ترتيبها
30.2	35	دائما
59.5	69	أحيانا
10.3	12	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 22: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب اعتقادهم بتأثر تصور الجمهور لأحداث غزة نتيجة تغيير ترتيبها

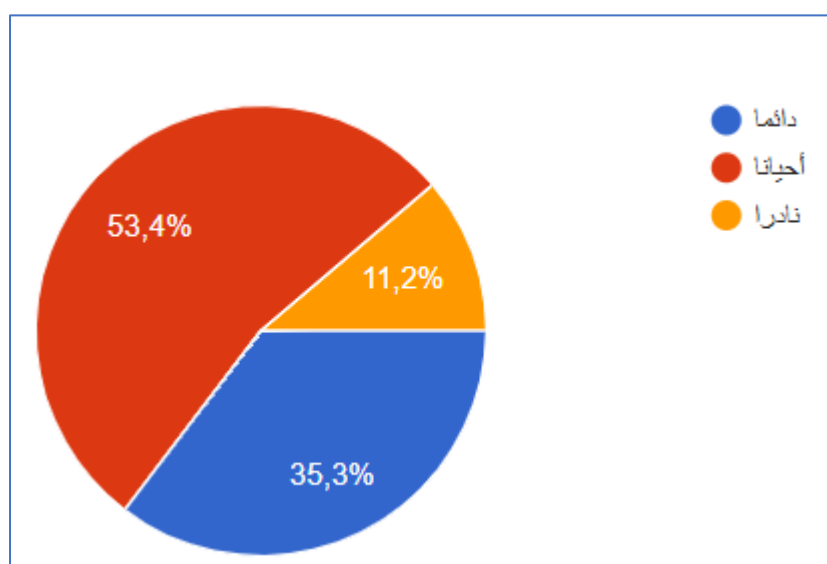
يبين الجدول أعلاه وحسب اعتقاد الطلبة أنه أحيانا ما يتم تأثر تصور الجمهور لأحداث غزة نتيجة تغيير ترتيبها بحيث جاءت بنسبة عالية قدرت ب (59,5%) بتكرار 69، تليها الفئة التي تعتقد انه دائما ما يتأثر الجمهور بذلك اذ جاءت بنسبة قدرت ب (30,2%) بتكرار 35، لتأتي الفئة التي تعتقد بدورها انه من النادر ما يكون هناك تأثر بأقل نسبة قدرت ب (10,3%) بمعدل 12 تكرار.

هاته النتائج جاءت نتيجة وتوضيحا للتأثر الذي لاقاه الطلبة بصفتهم جمهور متلقي نتيجة التلاعب وتغيير ترتيب الأحداث فيما يخص أحداث غزة كطريقة تضليلية.

20-القنوات الاعلامية التي تناولت استراتيجيات تضليلية بشكل كبير وملحوظ هي القنوات الاعلامية الأجنبية

الجدول 23: يبين توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في ان القنوات الاجنبية تناولت وبشكل كبير استراتيجيات تضليلية

النسبة %	التكرار	
35.3	41	دائما
53.4	13	أحيانا
11.2	62	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 23: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب رأيهم في ان القنوات الاجنبية تناولت بشكل كبير استراتيجيات تضليلية

يبين الجدول اعلاه ان فئة احيانا جاءت بنسبة عالية قدرت ب (53,4%) بتكرار 62، وفئة دائما جاءت بنسبة متوسطة قدرت ب (35,3%) بتكرار 41، وان الفئة الأقل نسبة هي الفئة التي ترى ذلك نادرا قدرت ب (11,2%) بمعدل 13 تكرار. هاته النتائج تمدنا بتأكيد ممارسة القنوات الإعلامية الأجنبية للتضليل الإعلامي بصورة كبيرة عن غيرها من القنوات الإعلامية الأخرى.

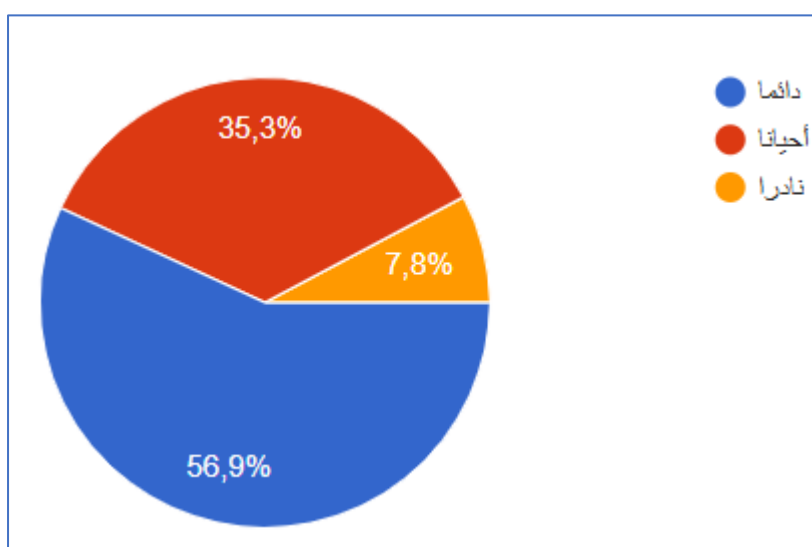
21- هناك حاجة إلى تشديد الرقابة على القنوات الاعلامية الدولية لمنع استخدامها

لإستراتيجيات التضليل

الجدول 24: يبين توزيع أفراد العينة حسب حاجة تشديد الرقابة على القنوات الاعلامية الدولية لمنع

التضليل

النسبة %	التكرار	
56.9	66	دائما
35.3	41	أحيانا
7.8	09	نادرا
%100	116	المجموع



الشكل 24: يبين نسب توزيع أفراد العينة حسب حاجة تشديد الرقابة على القنوات الاعلامية الدولية

لمنع التضليل

يبين الجدول 24 النسبة الاعلى والتي قدرت ب (59,9%) بتكرار 66 على انها تخص الفئة الطلابية التي ترى أنه دائما ما يجب تشديد الرقابة، تليها الفئة التي ترى أنه أحيانا ما يجب التشديد بحيث جاءت بنسبة (35,3%) بتكرار 41، وتأتي النسبة الأقل والتي هي تخص الفئة التي ترى أنه نادرا ما يجب ممارسة التشديد قدرت ب (7,8%) بمعدل 09 تكرار.

هاته النتائج جاءت نتيجة التأثير النفسي والاجتماعي الحاصل بسبب التضليل الإعلامي والذي يجب محاربته ومنع ممارسته من قبل القنوات الإعلامية الدولية لضمان سيرورة جيدة للأحداث وغيرها.

المبحث الثاني: نتائج الدراسة

- تواجد المضامين المضللة على القنوات الاعلامية الدولية والأجنبية منها وتزايدها بصورة كبيرة أكثر فأكثر لأحداث غزة
- تخلل التلاعب بالصور واللغة المستقزة وتزييف عناوين الأخبار الاستراتيجيات المستعملة من قبل القنوات الإعلامية الدولية
- تأثر الرأي العام والسياسات العامة بالمضامين المضللة التي تقدمها القنوات الإعلامية الدولية والأجنبية فيما يخص أحداث غزة
- مساهمة الصحفيين الفلسطينيين بنشرهم للحقائق كان لها دور كبير في محاربة التضليل الدولي وإيصال الأحداث بصورتها الحقيقية للجماهير العالمية
- وعي طلبة جامعة المسيلة "الجزائر" وبصفة خاصة طلبة علوم الاعلام والاتصال بخطورة التضليل الاعلامي وتأثيراته الجانبية
- قلة ثقة الطلبة الجامعيين تخصص اعلام بالقنوات الاعلامية الدولية بحيث يرجع هذا لإلمامهم بكل ما يخص ميدان الاعلام والصحافة نسبة لتخصصهم
- امتلاك وسائل التواصل الاجتماعي قوة ضاربة والتي كانت بدورها الفاعل الاساسي لمحاربة التضليل الاعلامي الدولي لأحداث غزة وتبيانها للحقائق

خاتمة

خاتمة:

في ختام هذا البحث حول اتجاهات الطلبة تجاه التضليل الإعلامي الدولي لأحداث غزة، يتضح أن الإعلام يلعب دورًا محوريًا في تشكيل الرأي العام ووجهات النظر، خاصة بين الشباب الجامعي. تظهر الدراسة أن هناك وعيًا متزايدًا بين الطلبة حول تأثير الإعلام المتحيز والتضليل الإعلامي، مما يعزز أهمية التفكير النقدي والوعي الإعلامي في مواجهة هذه التحديات. كما أن التطورات التكنولوجية وانتشار وسائل التواصل الاجتماعي قد زادت من تعقيد المشهد الإعلامي، حيث أصبح من الضروري تعزيز مهارات الفحص والتحليل لدى الطلبة لتفادي الوقوع في فخ الأخبار المزيفة. لذا، يُوصى بضرورة تضمين مناهج تعليمية تهتم بزيادة الوعي الإعلامي، وتشجيع النقاشات المفتوحة والمستتيرة حول الأحداث الجارية، لتعزيز قدرة الأجيال القادمة على التمييز بين الحقائق والأكاذيب في ظل التدفق الهائل للمعلومات

بحيث ان هذا الطرح جاء جراء النتائج المتحصل عليها والمتمثل بعضها فيما يلي:

- تواجد المضامين المضللة على القنوات الاعلامية الدولية والأجنبية منها وتزايدها بصورة كبيرة أكثر فأكثر
- تخلل التلاعب بالصور واللغة المستفزة وتزييف عناوين الأخبار الاستراتيجية المستعملة من قبل القنوات الإعلامية الدولية
- تأثر الرأي العام والسياسات العامة بالمضامين المضللة التي تقدمها القنوات الإعلامية الدولية والاجنبية



قائمة

المصادر المراجع

قائمة المصادر المراجع:

• القرآن الكريم

• الكتب

1. بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة درويش الحلوجي ط1، دمشق، دار كنعان للنشر والخدمات الإعلامية، 2004.
2. تجريم التضليل الإعلامي، محمد بن علي العصيمي، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية
3. التربية الاعلامية (كيف نتعامل مع الاعلام)، فهد بن عبدالرحمن الشميمري.
4. التضليل الإعلامي وأقول "السلطة الرابعة" د السعيد بومعيزة، جامعة الجزائر
5. عبد الحسين كاظم مريخ العطواني، التضليل الإعلامي في بث المعلومات..
6. التواصل وآليات التضليل عند فيليب دار النشر للنشر والتوزيع.
7. حسن محمد هند، النظام القانوني لحرية الرأي، دار الكتب القانونية بالقاهرة، ط1، 2005.
8. رياض شمس، حرية الرأي وجرائم الصحافة والنشر، مكتبة دار الكتب المصرية بالقاهرة، ط1، 1997.
9. سناء حسن عماشه، الاتجاهات النفسية والاجتماعية انواعها ومدخل لقياسها، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع داخل وخارج مصر، ط1، 2010.
10. شفيق حسنين، التضليل الإعلامي والغيوبية المهنية دار فكر وفن للطباعة والنشر طبعة 2011.
11. شفيق حسين التضليل الإعلامي والغيوبية المهنية دار فكر وفن للطباعة والنشر، طبعة 2011م.

12. عباس محمود عوض، في علم النفس الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2002.
13. عبد اللطيف محمد خليفة، مقاييس المعتقدات والاتجاهات، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2006.
14. عطوي احمد، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، دار نصار لبنان، 1981.
15. المتلاعبون بالعقول تأليف هيربرت إيرفينغ أشليتر ترجمة عبدالسلام رضوان، 2000.
16. محمد عبد السلام يونس، القياس النفسي، الطبعة 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2008.
17. نبيهة صالح السامرائي، علم النفس الإعلامي، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2020.

● المجالات والمقالات

18. شفيق حسنين؛ التظليل الاعلامي والغيوبية المهنية
19. احسن خشان، الصياغة اللغوية والتضليل الاعلامي، مجلة التواصل في العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد36، 2013.
20. اذاعة الخبر قناة المنار في 2013/11/17.

● الرسائل والمذكرات:

21. بريكي الطاهر، الاتجاهات النفسية لطلبة التربية البدنية والرياضية نحو العمل بمهنة التدريس والتدريب الرياضي، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر 3، 2010_2011.
22. نقرش عيسى، اتجاهات طلبة معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية نحو مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة الأحداث الرياضية، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، جامعة المسيلة 2022/2023.

الملاحق

الملحق 1: استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الاعلام والاتصال



استبيان

في إطار اعداد مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

بعنوان:

اتجاهات طلبة الإعلام حول التضليل الاعلامي الدولي لأحداث غزة أكتوبر 2023

دراسة ميدانية لطلبة الماستر 2 قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة

تحية طيبة وبعد؛

نحن بصدد إجراء دراسة ميدانية حول اتجاهات طلبة الإعلام حول التضليل الاعلامي الدولي
لأحداث غزة أكتوبر 2023، دراسة ميدانية لطلبة الماستر 2 قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة،
وبغرض الوصول إلى النتائج فقمنا بصياغة هذا الاستبيان (الالكتروني) الذي بين أيديكم راجيين منكم
الإجابة على جميع فقراته وسنتعامل مع إجاباتكم بكل أمانة وسرية.

البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

السن: من 18-23 سنة من 24 إلى 27 سنة من 28-31 سنة أكثر من 32 سنة

التخصص: سمي

الصحافة المطبوعة والالكترونية الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

نادرا	أحيانا	دائما	المحور الأول: اتجاهات مفردات العينة حول المضامين المضللة المتداولة عبر القنوات الإعلامية الدولية
			أثق بالقنوات الإعلامية التي تداولت لأخبار أحداث غزة
			أعتقد أن القنوات الاجنبية داعمة للكيان
			تؤثر المضامين المضللة على صفتي كطالب إعلام
			أتابع القنوات الإعلامية الدولية
			المضامين المضللة تؤثر على اتجاهاتي حول الأحداث
			أعتقد أن المضامين المضللة لها تأثير سلبي على الرأي العام والسياسات العامة
			أفضل استخدام مصادر اعلامية معينة بسبب خبرتها
نادرا	أحيانا	دائما	المحور الثاني: المضامين المضللة التي تداولتها القنوات الإعلامية الدولية
			لاحظت وجود مضامين مضللة على القنوات الإعلامية الدولية التي اتابعها
			اعتقد أن هناك محتوى مضلل يتم بثه على القنوات الاخبارية الدولية
			أرى أن المضامين المضللة أثرت على وسائل التواصل الاجتماعي
			لاحظت أن المضامين المضللة كانت عن طريق التلاعب بالصور
			أعتقد أن القنوات الإعلامية الاجنبية قامت بالتلاعب بالأخبار والتضليل بالكذب فيما يخص أحداث غزة
			أظن أن المضامين المضللة تتأثر بالتطورات السياسية والاجتماعية العالمية
			لاحظت زيادة في انتشار المضامين المضللة وامتدادها أكثر فأكثر عبر القنوات الإعلامية الدولية
نادرا	أحيانا	دائما	المحور الثالث: الاستراتيجيات التضليلية التي تناولتها القنوات الإعلامية الدولية
			لاحظت وجود استراتيجيات تضليلية متعددة تستخدمها القنوات الاعلامية الدولية بشكل متكرر
			أعتقد أن بعض القنوات تناولت مصادر مجهولة وغير موثوقة كاستراتيجية تضليل المشاهدين

		أعتقد أن الاستراتيجيات التضليلية تؤثر بشكل كبير على تشكيل رأي الجمهور بشأن أحداث غزة
		لاحظت استخدام اللغة الاستفزازية والتلاعب بعناوين الأخبار كاستراتيجية لتضليل الجمهور بشأن أحداث غزة
		أعتقد أن تغيير ترتيب الأحداث أو الحقائق المقدمة يؤثر على تصور الجمهور لما يحدث في غزة
		القنوات الاعلامية التي تناولت استراتيجيات تضليلية بشكل كبير وملحوظ هي القنوات الاعلامية الأجنبية
		هناك حاجة إلى تشديد الرقابة على القنوات الاعلامية الدولية لمنع استخدامها لإستراتيجيات التضليل

الملحق 2: الاستمارة الإلكترونية للاستبيان

Questions Réponses **116** Paramètres

116 réponses Afficher dans Sheets

Réponses acceptées

Résumé Question Individuel

< 1 sur 116 > 🖨️ 🗑️

Les réponses ne peuvent pas être modifiées.

إستبيان حول: اتجاهات طلبة الإعلام حول التضليل الاعلامي الدولي لأحداث غزة أكتوبر 2023

دراسة ميدانية لطلبة الماستر 2 قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة

* Indique une question obligatoire


نحن بصدد إجراء دراسة ميدانية حول اتجاهات طلبة الإعلام حول التضليل الاعلامي الدولي لأحداث غزة أكتوبر 2023، دراسة ميدانية لطلبة الماستر 2 علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة ، وبغرض الوصول إلى النتائج فقمنا بصياغة هذا الاستبيان (الإلكتروني) الذي بين أيديكم راجيين منكم الإجابة على جميع فقراته وسنتعامل مع إجاباتكم بكل أمانة وسرية .

على الرابط: <https://forms.gle/Y1W3FD1EytVpzZ1D8>

الملحق 3: حسابات بعض الصحفيين المبادرين لمحاربة التضليل الاعلامي الدولي

⋮ 🔄 aymanalgedi12 →






602 متابعه 1,3 مليون متابعين 411 منشورات


أيمن الجدي 🇲🇦 🇵🇸
aymanalgedi12 🌐


صحفي
غزة - فلسطين - ناشط إعلامي
رقم لتواصل +970 595 936 216
حسابي ayman_al_gedi@
www.gofundme.com/f/help-ayman-family-to-rebuid-their-...



يتابعه i.ha_ss_na.ا و salmouch_r@ و 12 من الأشخاص الآخرين




تعرف على المزيد مراسلة أتابع ▾


    

تهدية من رفح لقاء الاحباب ... رمضان حزين ... 2024 حرب غزة


  


⋮  **motaz_azaiza** →

827 متابعه 18,1 مليون متابعين 2.400 منشورات



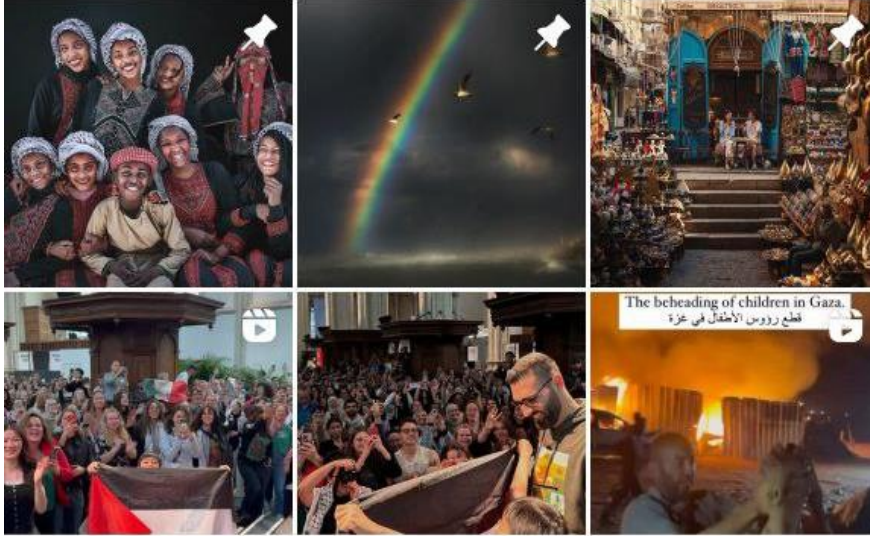
Motaz Azaiza مُغتَزز عزايزة ⚡
مصور فوتوغرافي


My photos traveled the world but my feet couldn't touch my
.Homeland
Gaza Strip—Occupied Palestine 🇵🇸 📍
عرض الترجمة
📎 الملف الشخصي على فيسبوك ورابط واحد آخر

يتابعه mer_ben3 و ay_mou_99@ و 68 من الأشخاص الآخرين 

البريد الإلكتروني مراسلة أتابع ▾


tizenship a... Geneva 🇨🇭 U.S.A UK Amsterdam





الملحق 4: وثيقة إيداع المذكرة



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
الجامعة محمد بوضياف بالمسيلة
FACULTY OF HUMANITIES
AND SOCIAL SCIENCES

Faculty of Humanities and Social Sciences
The-Deanship of the College for Studies and
Student Affairs

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



مكتبة العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلاب

وثيقة إيداع مذكرة ماستر

الموضوع:

تجاهات طلبة الإعلام حول التنميط
الاعلامي الخبري لأحداث عسكرية
أكتوبر 2023

إعداد الطلبة:

1- نورة مسيقو رقم التسجيل: 19193072790
2- آية وحشي رقم التسجيل: 19193078440
القسم: الإعلام والاتصال الشعبية، إمداد، (مستل) التخصص: الصحافة والاعلام
إشراف: اسمعيل مسيقو الرتبة: أستاذ مساعد في علم الاجتماع

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي، 2023-
2024 وأسمح بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وإمضاء الاستاذ(ة) المشرف(ة):

رئيس القسم

د/مسلمو السعدياني

قسم علوم الاعلام والاتصال

شمال عبد الزواق

Website:
Face Book:
Tel./Fax:

http://virtuel/campus.univ-m'sila.dz/faculty/
https://www.facebook.com/FshelUnivM'sila/
+ 213 35 35 3044

البريد الإلكتروني:
الجامعة:
مكتبة الكتب

الملحق 5: تصريح الالتزام بالنزاهة العلمية

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

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
ثيابة العادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالعلمية
الرقم: 2024

Faculty of Humanities and Social Sciences
Non-Dominantship of the College for Studies and
Student Status

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضي (ة) ادناه :

السيدة(ة): حيف سيرة

الصفة(طالب, استاذ باحث, باحث داعم): طالبة ماجستير

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 206986384

الصادرة بتاريخ: 2024.09.22 عن دائرة: عين الملاح

المسجل(ة) بكلية: العلوم الانسانية والابواب قسم: عين الملاح علوم اللغويات والاتصال

تخصص: ! شمال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 491935077590

والمكلف بإنجاز اعمال بحث(مذكرة التخرج, مذكرة ماستر, مذكرة ماجستير, أطروحة, تكتوراه)

عنوانها: ! اتجاهات طلبات الإعلام حول التضييل الإعلامي الدولي

لأحداث غزة أكتوبر 2023

اصرح بشرفي بالتي التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المعلوبة في

إنجاز البحث المذكور بموجب على التوقيع

المسيلة في: 2024.6.2

امضاء المعنى (ة):

المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 2016-07-28 المحدث للقواعد المتعلقة بالرقابة عن المرفقات العلمية ومكافئها



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



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نوبة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالظلية
الرقم: 2024/

Faculty of Humanities and Social Sciences
The Directorate of the College for Studies and
Research

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا المعنى (ة) ادناه :

السيد(ة): وحتي أيت

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث دلم): طالبه ماستر

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 209085179

الصادرة بتاريخ: 2023-04-02 عن دائرة: عين خضراء المسيلة

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والبيئيات قسم: علوم الإعلام والإتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة تحت رقم التسجيل: 191935078446

والمكلف بإنجاز اصل بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة، تكتوراه)

عنوانها: إتجاهات طلبة الإعلام حول التفضيل الإعلاني الدولي

لاحداث عنزة أكتوبر 2023

اصرح بشرفي باتني لترم بالمعايير العلمية والمهنية ومعايير الاخلاقيات المهنية والنزاهة الاكاديمية المطلوبة في
لإنجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة في: 2024.06.02

امضاء المعنى (ة): نور الدين



المرجع: القرار الوزاري رقم: 933 المؤرخ في: 2016-07-28 المحدد لقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقات العلمية وسكقتها

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى معرفة اتجاهات طلبة الاعلام حول التضليل الإعلامي الدولي لأحداث غزة أكتوبر 2023، من خلال إلقاء الضوء على التضليل الإعلامي باعتباره ظاهرة ذات تأثير على جميع مناحي الحياة، والتعرف على البنية الشكلية لمواضيع الأخبار الكاذبة داخل مواقع التواصل الاجتماعي والقنوات التلفزيونية.

واتبعنا في ذلك المنهج الوصفي التحليلي باستمارة استبائية إلكترونية وزعت على عينة قصدية متكونة من 116 فردا من طلبة الماستر 2 بقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة. وتوصلت الدراسة إلى تأثير الرأي العام والسياسات العامة بالمضامين المضللة التي تقدمها القنوات الإعلامية الدولية والأجنبية، وتواجد المضامين المضللة على القنوات الاعلامية الدولية والأجنبية منها وتزايدها بصورة كبيرة أكثر فأكثر، وكذلك تخلل التلاعب بالصور واللغة المستفزة وتزييف عناوين الأخبار الاستراتيجيات المستعملة من قبل القنوات الإعلامية الدولية. **الكلمات المفتاحية:** اتجاهات - طلبة الاعلام - التضليل الإعلامي - أحداث غزة.

Abstract:

This The study aimed to know the attitudes of media students about the international media disinformation of the events in Gaza in October 2023, by shedding light on media disinformation as a phenomenon that affects all aspects of life, and identifying the formal structure of false news topics within social networking sites and television channels.

In doing so, we followed the descriptive analytical approach with an electronic questionnaire form distributed to an intentional sample consisting of 116 students from Master 2 students in the Department of Media and Communication Sciences at the University of Messila.

The study found that public opinion and public policies were affected by the misleading content provided by international and foreign media channels, and the presence of misleading content on international and foreign media channels and their increase significantly more and more, as well as the manipulation of images, provocative language and falsification of news headlines and strategies used by international media channels.

Keywords: Trends - Media Students - Disinformation - Gaza Events.