

تأثرات الحرب الناعمة عبر وسائل  
الإعلام الجديد على المجتمع  
دراسة مسحية  
على جمهور المجتمع العراقي

**The effects of soft war through new media on society**

**A survey study on the audience of Iraqi society**

**Shefa Abdel Zihra Sharqi**

د. شفاء عبد الزهرة شرقي

shifaalkinani@yahoo.com



## ملخص عربي

ان مشكلة البحث تتمثل في رصد غزو الحرب الناعمة للمجتمع العراقي عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة، واستعانت الباحثة بإداتي الملاحظة عبر متابعتها الدقيقة لمواقع التواصل الاجتماعي المختلفة ومن خلالها نضجت فكرة البحث وأداة الاستبانة للإجابة على أسئلة الاستبانة من قبل المبحوثين التي أعدتها الباحثة بالأسلوب العلمي كي تصل إلى نتائج دقيقة بعد توزيع الاستبانة على مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

**كلمات افتتاحية:** الحرب الناعمة، وسائل الإعلام الجديد، تأثيرات.

### **Abstract Arabic:**

The research problem is to monitor the invasion of the soft war of Iraqi society through various social media. The researcher used the observation tools through careful follow-up of various social networking sites. Through it, the idea of the research and the questionnaire tool matured to answer the questionnaire questions by the respondents. Which was prepared by the researcher using the scientific method in order to reach accurate results after distributing the questionnaire to users of social networking sites.

## الفصل الأول الاطار المنهجي

### أولاً: مشكلة البحث

إن مشكلة البحث تتمثل في اشكالا مختلفة منها قضية اجتماعية او سياسية او اقتصادية أو أية ظاهرة دخيلة على المجتمعات تؤثر سلباً في البناء الاجتماعي وتعود بنتائج سيئة على المجتمع وتتمثل مشكلة البحث هنا في معرفة تأثيرات الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد من وجهة نظر الجمهور العراقي.

### ويمكن تحديد تساؤلات البحث بالآتي:

ما تأثيرات الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد على أفراد المجتمع؟  
ما أكثر التطبيقات الذي يحمل في طياته حرباً ناعمة؟

هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بنشر قيم وعادات وتقاليد أثرت على قيم وعادات وتقاليد المجتمع العراقي؟

هل التزم أفراد المجتمع بالعادات والتقاليد بعد غزو الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد؟  
كيف نحافظ على البناء الأسري من غزو الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد؟

### ثانياً: أهداف البحث

نعني بأهداف البحث هو التوصل إلى إجابات عن التساؤلات التي وضعت لإنجاز هذا البحث وهي كما يأتي:

- ١- التعرف على تأثيرات الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد على أفراد المجتمع.
- ٢- رصد أكثر التطبيقات الذي يحمل في طياته حرباً ناعمة.
- ٣- الكشف عن مدى ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بنشر قيم وعادات وتقاليد أثرت على قيم وعادات وتقاليد المجتمع العراقي.
- ٤- معرفة مدى التزام أفراد المجتمع بالعادات والتقاليد بعد غزو الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد.
- ٥- رصد كيفية المحافظة على البناء الأسري من غزو الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد.

### ثالثاً: نوع الدراسة ومنهج البحث

تعد الدراسة من الدراسات الوصفية بالاعتماد على المنهج المسحي بنوعيه الوصفي والتحليلي الذي يعد من أنسب المناهج في دراسات الإعلام.

### رابعاً: أدوات البحث

استعملت الباحثة لجمع المعلومات أدواتي الملاحظة عبر ملاحظتها لوسائل الإعلام الجديد وكيفية غزو الحرب الناعمة للمجتمع عبر هذه الوسائل وكذلك أداة الاستبانة.

أداة الاستبانة: هي أداة لجمع المعلومات التي تعبر عن آراء المبحوثين على وفق الأسئلة والبنود المكتوبة التي تحتويها، إذ تألف هذه البنود المحتوى للاستبانة فضلاً عن الإجابات من المبحوثين على أن تتم الصياغة بطريقة صحيحة.

### خامساً: مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث من جمهور المجتمع العراقي ومن المستويات كافة، والشرائح المختلفة بالإعتماد على عينة كرة الثلج والتي تدرجت عبر مواقع التواصل الاجتماعي حتى تمكنت من الوصول للإجابات.

### سادساً: مجالات البحث

- ١- المجال المكاني: يتحدد المجال المكاني في داخل العراق.
- ٢- المجال الزمني: تنحصر حدود الدراسة الزمانية بالمدة منذ ٢٠٢٣/٨/١٥ إلى ٢٠٢٣//م، إذ قامت الباحثة بتصميم الاستبانة ووضعها بصورتها النهائية وتوزيعها على المبحوثين واسترجاعها وتفريغها وترميز بياناتها والمعالجة الإحصائية للاستبانة وتحليلها.

## الفصل الثاني الإطار النظري

### أولاً: الحرب بالناعمة

#### الحرب الناعمة:

أنها القدرة على الحصول على ما تريد عن طريق الجاذبية بدلاً من الإرغام أو دفع الأموال، وهي تنشأ من جاذبية ثقافة بلد ما، عندما تبدو سياستنا مشروعة في عيون الآخرين تتسع قوتنا الناعمة ولقد كان لأميركا قوة ناعمة منذ زمن طويل، فعندما تريد من الآخرين يعجبون بمثلك ويريدون ما تريد فأنتك لن تضطر إلى الإنفاق كثيرا على العصي أي على عوامل الإرغام لتحريكهم اتجاهك، فالأغراء أكثر فاعلية من الإرغام (جوزيف نايف نايف)، القوة الناعمة وسيلة للنجاح، ٢٠٠٧، ص ١٢).

ثانياً. أهداف الحرب الناعمة (طالب غلوم طالب، استراتيجية تطوير إمكانات القوة الناعمة،

٢٠١٨، ص ٤١):

#### تهدف القوة الناعمة في الدرجة الأولى:

- تعزيز القيم والمؤسسات الدولية.
- إضعاف موارد المنافسين لها وأعدائها.
- دعمها لعملية توسيع مساحة وجاذبية الرموز الثقافية والتجارية والإعلامية.
- تقليص نفوذ منافسيها وأعدائها.
- بسط وتحسين جاذبية الدولة وصورتها.
- تثبيت سياسة الدولة الخارجية.

وتتم عبر مرحلة الغرس أي يتم من خلال تلقين وغرس الأفكار والعقائد الجديدة المطلوب توصيلها من المخطط إلى الهدف، (سامية أبو نصر، الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة، ص ٦٣ - ٦٤).

إذاً هي غزو ثقافي يعتمد على نشر أفكار وثقافات دول معينة و هنالك تداخل في استخدام القوة الخشنة مع القوة الناعمة والتي يمكن تعريفها هي غزو للمجتمع دون شعورة بصناعة هوليودية متمثلة في أفلام الفيديو وكل شيء بأسلوب بعيداً عن القوة كي لا يشعر الفرد، هذه الحرب لها

تأثير كبير في نفوس المجتمع خصوصاً إنه مسيطر عليه دعائياً يمكن القول أن الحرب الناعمة هي الأشد خطورة وهي متشابهة في المضمون لمصطلحات أخرى مثل الحرب المعنوية وغسيل الدماغ والغزو الثقافي ومهما تعددت التسميات إلا أن الهدف واحد هو تدمير العدو دون شعوره. أن السبب الأساس للجوء للقوة الناعمة بدلا من القوة الصلبة لعجز العدو في الوصول إلى أهدافه في عن طريق القوة الصلبة هذا جانب ومن جانب آخر من أجل تخريب وأسقاط الخصم من داخله دون الانتباه إلى ما يحصل من جانبه.

وتتم عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي تارة والوسائل التقليدية تارة أخرى، من خلال إرسال مقاطع الفيديو حسب توجه كل مستخدم وعن طريق التكرار هذا الأسلوب الدعائي ذو الأثر الكبير في تحقيق هدف الدعائي، من أجل تحقيق هدف واحد هو خلخلة المجتمع العراقي وزرع التفرقة بين هذا المجتمع مستغلين الانقسامات الطائفية والعرقية.

### الأنترنت: أداة سيطرة العولمة

ان الصراع المستقبلي موجه الى السيطرة على الحاسوب والتلفزيون والهاتف، ولهذا يمكن المجموعة التي تسيطر على الأنترنت أن تسيطر على العالم مستقبلاً (منير ممدوح الشامي و صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام السياسي، ١١٠٢م، ص ١٥١ - ١٥١).

خصوصاً أن كل قفزة تكنولوجية تجلب وراءها عديد من التغييرات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية كم هائل يستحيل على أي مفكر ان يتصور أبعاده ومداه، وهذا ينطبق على التكنولوجيا إذ كانت أكثر تأثيراً على البشر في التأريخ (غازي عبد الرحمن القصيبي، العولمة والهوية الوطنية، ٢٠٠٢م، ص ١٦١).

تعرف وسائل التواصل بأنها مواقع وتطبيقات مخصصة لإتاحة القدرة للمستخدمين للتواصل فيما بينهم من خلال وضع معلومات وتعليقات ورسائل وصور، عن طريق الاجهزة المختلفة مثل الحواسيب المكتبية والنقالة والهواتف الذكية، إذ أكد الكثير من الخبراء إن وسائل التواصل الاجتماعي تسيطر على نحو ٧١٪ من السوق الإعلامية والاتصالية العالمية، وأن لكل وسيلة خصائصها ومميزاتها جعلت لها القدرة على تحقيق التواصل فيما بين الافراد جمال سند السويدي، وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيس بوك، ٢٠١٤م، ص ٢٠).

وترى الباحثة ان لوسائل التواصل الاجتماعي دور فاعل في هذا الجانب اي أن لوسائل التواصل

الاجتماعي لها الدور الكبير في تحقيق اهداف القوة الناعمة؛ إذ تمكنت من نقل افكار وآراء الشعوب وثقافتها ولغتها وأصبحت هذه المواقع متاحة الاستخدام خصوصًا ما تتميز به من السهولة فهي لا تحتاج الى خبراء ومتخصصين حول كيفية الاستعمال.  
من هذه المواقع هي (الفييس بوك، وتويتر، وانستقرام، وفايبر، ووي شات، تيليجرام، وواتساب، وتويتر، وتيك توك، واليوتيوب، وسكايب، وسناب شات، وماسنجر).

## الفصل الثالث الدراسة الميدانية

### ١- النوع الاجتماعي

جدول (١) يبين توزيع أفراد العينة بحسب النوع

المرتبة	النسبة	التكرار	النوع	ت
الثانية	٣٣,٢٥%	١٣٣	ذكر	١
الأولى	٦٦,٧٥%	٢٦٧	أنثى	٢
	١٠٠%	٤٠٠	المجموع	

يتضح من جدول (١) بأن نسبة الإناث اعلى من نسبة الذكور وهذا دليل على ان العينة وصلت للإناث بنسبة اعلى من الذكور نتيجة اهتمام النساء بالموضوعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من الرجال لاسيما وأن المرأة العراقية تخشى على أسرتها من العادات الدخيلة على المجتمع وتحاول الحفاظ على بناء الكيان الأسريّ خصوصاً أن الأسرة هي اللبنة الأساسية في المجتمع، حيث جاءت نسبة الذكور (٣٣,٢٥%) وبواقع تكرار (١٣٣) ونسبة الإناث (٦٦,٧٥%) وبواقع (٢٦٧) تكراراً.

٢. إن خطورة الإعلام تكمن في القدرة على التأثير وبلورة الفكر الذي يتحكم في تصرفاتنا ويعدل أفكارنا ويجعلنا نقتبس احياناً ما لا يلائمنا ولا يتوافق مع عاداتنا وتقاليدينا استجابة لطبيعة المرحلة، برأيك/برأيك ما اكثر تطبيق يحمل في طياته حرباً ناعمة؟

### جدول (١) يبين التوزيع الرتبي لأكثر تطبيقاً يحمل في طياته حرباً ناعمة

المرتبة	النسبة	التكرار	الفئات	ت
الأولى	٣٧ر٥	١٥٠	الفييس بوك	
الثالثة	٦ر٢	٢٥	انستغرام	
الخامسة	٢ر٥	١٠	تيليجرام	
الثانية	٣١ر٢٥	١٢٥	تيك توك	
الرابعة	٥	٢٠	اليوتيوب	
الخامسة	٢ر٥	١٠	وي تشات	
الخامسة	٢ر٥	١٠	سكايب	
الخامسة	٢ر٥	١٠	سناب شات	
الخامسة	٢ر٥	١٠	فاير	
الخامسة	٢ر٥	١٠	تويتر	
الخامسة	٢ر٥	١٠	ماسنجر	
الخامسة	٢ر٥	١٠	واتساب	
	%١٠٠	٤٠٠		المجموع

يتضح من جدول رقم (٢) ان فئة (الفييس بوك) جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (١٥٠) تكراراً ونسبة قدرها (٣٧ر٥%) وتلتها بالمرتبة الثانية فئة (تيك توك) بواقع (١٢٥) تكراراً ونسبة قدرها (٣١ر٢٥%) في حين شغلت المرتبة الثالثة فئة (الانستغرام) بواقع (٢٥) تكراراً ونسبة قدرها (٦ر٢%)، وجاءت بالمرتبة الرابعة فئة (اليوتيوب) بواقع (٢٠) تكراراً ونسبة قدرها (٥%)، وتساوت الفئات (وي تشات، سكايب، سناب شات، فاير، تويتر، ماسنجر) بالمرتبة الخامسة بواقع (١٠) تكرارات ونسبة قدرها (٢ر٥%).

هذا دليل أن موقع فيس بوك يحمل في طياته حرباً ناعمة غير معلن عليها على الرغم من الخوارزميات المعتمدة في موقع فيس بوك الا أنه بشكللا او بأخر لو تأثيراً على مستخدمي مواقع

التواصل الاجتماعي من دون أن يشعروا لاسيما أن ما يُنشر من ثقافة مخطط لها، سواء كان منشورًا تحريضيًا أو صورة مخطط لها سيمائيا أو كل ما من شأنه يضعف البناء الأسري، فالיום أصبح موقع فيس بوك يحتل المرتبة الأولى في اهتمامات أبناء المجتمع العراقي خصوصًا أن تطبيق سهل الاستخدام ولا يوجد رقيب كحراس البوابة سابقًا.

أما تيك توك هذا البرنامج الأكثر خطرًا على المستخدمين ونلاحظ إنتشاره بشكلٍ واسع وأن ميزة تيك توك يمكن لأي مستخدم استعماله خصوصًا أن استعماله دون قيد أو شرط مجرد تنزيل البرنامج وحتى الأطفال أصبحوا مدمنين برنامج التيك توك بمحتوياته لمختلفة منها نشر محتوى إباحي ويشاهده جميع الأعمار كبار ومراهقين وأطفال هذه من العادات غير الصحية على مجتمعنا الذي تميز بالحفاظ على عاداته وتقاليده، بالإضافة إلى نشر محتويات ترفيهية لكنها في الأساس تسعى إلى هدم بناء الشخصية العراقية خصوصًا مع تكرار الألفاظ مما يؤثر على ثقافة المجتمع العراقي

أما المواقع الأخرى مثل الانستقرام واليوتيوب وفق وجهة نظر المبحوثين كانت الأقل خطرًا بالنسبة للبرامج الأخرى، في حين البرامج التواصلية هي (وي تشات وسكايب وسناب شات وفاير وتويتر وماسنجر وواتساب) جاءت بنسب قليلة جدًا بالنسبة لتأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على الجمهور العراقي، لاسيما أنها تكل فائدة للمجتمع عبر التواصل المتاح للجمهور. يتبين للباحثة أن مواقع التواصل الاجتماعي تحمل حרבًا ناعمة ويأتي بالدرجة الأولى الفيس بوك والدرجة الثانية تيك توك.

٣- هل ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي بنشر قيم وعادات وتقاليده أثرت على قيم وتقاليده

المجتمع العراقي؟

### جدول (٣) يبين التوزيع الرتبي لمساهمة مواقع التواصل الاجتماعي بنشر قيم وعادات وتقاليد أثرت على قيم وتقاليد المجتمع العراقي

المرتبة	النسبة	التكرار	الفئات	ت
الأولى	٧٥	٣٠٠	نعم	١
الثانية	٢٥	١٠٠	لا	٢
	%١٠٠	٤٠٠		المجموع

يتبين من جدول (٣) أن فئة (نعم) جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٣٠٠) تكراراً ونسبة قدرها (٧٥٪)، وجاءت في الثانية فئة (لا) بواقع (١٠٠) تكراراً ونسبة قدرها (٢٥٪). لاحظت الباحثة من خلال البيانات أعلاه أن مواقع التواصل الاجتماعي تساهم بنشر قيم وعادات وتقاليد أثرت على قيم وتقاليد المجتمع العراقي خصوصاً في نشر عنصر خطاب الكراهية، الذي يؤثر في بناء السلم الاجتماعي بين الأسرة الواحدة وخارج الأسرة عبر توثيقها لثقافات مختلفة منها منها التطرف والعنصرية والطائفية محاولة زج المجتمع في مشكلات طائفية تؤدي الى التناحر بين أبناء المجتمع الواحد.

#### ٤- هل التزم أفراد المجتمع بالعادات والتقاليد بعد غزو الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد؟

جدول (٤) يبين التوزيع الرتبي لمدى التزام الصحفيين في نشر الخطاب الصحفي بالمعايير المهنية.

المرتبة	النسبة	التكرار	الفئات	ت
الثالثة	١١ر٢٥	٤٥	نعم	١
الثانية	١٣ر٧٥	٥٥	لا	٢

الاولى	٧٥	٣٠٠	البعض التزم والبعض لم يلتزم
المجموع	٪١٠٠	٤٠٠	

يتضح من جدول (٤) أن فئة البعض التزم والبعض لم يلتزم جاءت في المرتبة الأولى بواقع (٣٠٠) تكراراً ونسبة قدرها (٧٥٪)، وجاءت في الثانية فئة (لا) بواقع (٥٥) تكراراً ونسبة قدرها (١٣٧٥٪)، وجاءت في الثالثة فئة (نعم) بواقع (٤٥) تكراراً ونسبة قدرها (١١٢٥٪).  
يتبين من معطيات الجدول أعلاه أن الجمهور العراقي البعض بقى محافظاً على عاداته وتقاليده والبعض انساق وفق هذه الحرب الدخيلة على المجتمع نتيجة ارتفاع النسبة إلى (٧٥٪) لهذه الفئة .

#### ٥- ما تأثيرات الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد على افراد المجتمع العراقي؟

جدول (٥) يبين تأثيرات الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد على افراد المجتمع العراقي

المرتبة	النسبة	التكرار	الفئات	ت
الأولى	٤٢٥	١٧٠	الانفكاك الأسري	١
الثانية	٣٢٥	١٣٠	كثرة حالة الطلاق	٢
الثالثة	٢٥	١٠٠	كثرة حالة الانتحار	٣
-	١٠٠	٤٠٠	المجموع	

يتضح من جدول (٥) أن فئة (الانفكاك الأسري) جاءت في المرتبة الأولى بواقع (١٧٠) تكراراً ونسبة قدرها (٤٢٥٪)، وجاءت في الثانية فئة (كثرة حالة الطلاق) بواقع (١٣٠) تكراراً ونسبة قدرها (٣٢٥٪)، وشغلت المرتبة الثالثة فئة (كثرة حالة الانتحار) بواقع (١٠٠) تكراراً ونسبة قدرها (٢٥٪).

أن للحرب الناعمة التي تغزو المجتمعات أثرا كبيرا في تهديم البناء الأسري القائم على التعامل الإنساني والذي أوصى به الله سبحانه وتعالى والنبي محمد (ص) بعد ما انهى العادات في المجتمع الجاهلي ووضع نظام أساسه العدل وتوزيع الحقوق بالتساوي، لكن الغرب يسعى جاهداً وبشتى الأساليب عودة المجتمع العراقي إلى العصر الجاهلي من دون شعور ومن دون رحمة وهذا ما نلاحظه جلياً من خلال غياب الاحترام بين الأسرة الواحدة، وارتفعت حالات الطلاق نتيجة للتأثير الفكري على الشباب العراقي، واصبح الكثير يتأثر بثقافات دخيلة على مجتمعنا فضلاً عن ارتفاع حالات الإنتحار، هذه ابرز تأثيرات الحرب الناعمة على المجتمع العراقي.

## ٦- كيف نحافظ على البناء الأسريّ من غزو الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد؟

جدول (٦) التوزيع الرتبي لكيفية المحافظة على البناء الأسريّ من غزو الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد

المرتبة	النسبة	التكرار	الفئات	ت
الأولى	٤٢٫٥	١٧٠	توعية الأسرة بمفهوم الحرب الناعمة وكيفية مواجهتها	١
الثانية	٣٠	١٢٠	الحث على تقنين من استخدام تطبيقات وسائل الإعلام الجديد	٢
الثالثة	٢٧٫٥	١١٠	تحذيرهم من مخاطر الانفتاح على ثقافات الشعوب الأخرى	٣
	٪١٠٠	٤٠٠	المجموع	

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن فئة (توعية الأسرة بمفهوم الحرب الناعمة وكيفية مواجهتها) جاءت بالمرتبة الأولى بواقع (١٧٠) ونسبة قدرها (٤٢٫٥٪)، في حين جاءت في المرتبة الثانية فئة (الحث على تقنين من استخدام تطبيقات وسائل الإعلام الجديد) بواقع (١٢٠) تكراراً ونسبة قدرها (٣٠٪)، وشغلت المرتبة الثالثة فئة (تحذيرهم من مخاطر الانفتاح على ثقافات الشعوب الأخرى)، بواقع (١١٠) تكراراً ونسبة قدرها (٢٧٫٥٪).

يتبين من معطيات هذا الجدول من الضروري توعية الأسرة بمفهوم الحرب الناعمة وكيفية مواجهتها خصوصاً وأن الكثير من أبناء المجتمع ليس على دراية ومعرفة بمفهوم الحرب الناعمة ومن الضروري تكثيف حملات عبر وسائل الإعلام التقليدي والجديد بالمفاهيم الجديدة وطرق الحذر منها، حتى يمكن اعداد جيل واع ومثقف ومستعداً لمواجهة تأثيرات العولمة، فضلاً عن تقنين استخدامات التطبيقات ومتابعة المستخدمين خصوصاً الأطفال والمراهقين بصورة دقيقة ودورية كي نقوم في بناء الأسرة بناءً سليماً خصوصاً أن الأسرة هي اللبنة الأساسية في المجتمع.

## الاستنتاجات والمقترحات

- الحرب الناعمة لها تأثيرات عبر وسائل الإعلام الجديد على أفراد المجتمع.
- الفيس بوك والتيك توك أكثر التطبيقات يحملا في طياتهما حرباً ناعمة.
- أن مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت بنشر قيم وعادات وتقاليد أثرت على قيم وعادات وتقاليد المجتمع العراقي.
- بعض أفراد المجتمع التزم بالعادات والتقاليد بعد غزو الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد.
- الحرب الناعمة عبر وسائل الإعلام الجديد هددت البناء الأسري.
- ارتفاع حالات الطلاق والانتحار نتيجة لغزو الحرب الناعمة على مجتمعنا.

## المقترحات:

- تكثيف حملات عبر وسائل الإعلام التقليدي والجديد بالمفاهيم الجديدة وطرق مواجهتها.
- توعية الأسرة بمفهوم الحرب الناعمة وكيفية مواجهتها.
- الحث على تقنين من استخدام تطبيقات وسائل الإعلام الجديد.
- تحذير من مخاطر الانفتاح على ثقافات الشعوب الأخرى.
- متابعة المستخدمين خصوصاً الأطفال والمراهقين بصورة دقيقة ودورية كي نقوم في بناء الأسرة بناءً سليماً خصوصاً أن الأسرة هي اللبنة الأساسية في المجتمع.

## المصادر

- ١- جوزيف س. ناي، القوة الناعمة وسيلة النجاح في السياسة الدولية، نقله للعربية: محمد توفيق البجيرمي، تقديم: عبدالعزيز عبد الرحمن الثنيان، ط ٢، (الرياض: العبيكان، ٢٠٠٧م)، ص ١٢.
- طالب غلوم طالب، استراتيجية تطوير أمكانيات القوة الناعمة، (دبي: دولة الإمارات العربية، ٢٠١٨م)، ص ٤١.
- ٢- سامية أبو نصر، الإعلام والعمليات النفسية في ظل الحروب المعاصرة وإستراتيجية المواجهة، دار النشر للجامعات، ص ٦٣ - ٦٤.
- ٣- منير ممدوح الشامي و صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام السياسي، ط ٢، (القاهرة: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ٢٠١١م)، ص ١٥٠ - ١٥١.
- ٤- غازي عبد الرحمن القصيبي، العولمة والهوية الوطنية، ط ٢، (الرياض: مكتبة العبيكان، ٢٠٠٢م)، ص ١٦١.
- ٥- جمال سند السويدي، وسائل التواصل الإجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية من القبيلة إلى الفيس بوك، ط ٤، (أبو ظبي: مركز الإمارات للدراسات والبحوث، ٢٠١٤م)، ص ٢٠.
- غازي عبد الرحمن القصيبي، العولمة والهوية الوطنية، ط ٢، (الرياض: مكتبة العبيكان، ٢٠٠٢م)، ص ١٦١.

### Sources :

1. Joseph S. Nye, Soft Power as a Means of Success in International Politics, Translated into Arabic: Muhammad Tawfiq Al-Bujayrami, Presented by: Abdulaziz Abdul Rahman Al-Thunayan, 2nd Edition, (Riyadh: Al-Obeikan, 2007 AD), p. 12.
2. Talib Ghuloom Talib, Strategy for Developing Soft Power Capabilities, (Dubai: UAE, 2018), p. 41.
3. Samia Abu Nasr, Media and Psychological Operations in Light of Contemporary Warfare and Confrontation Strategy, Universities Publishing House, pp. 63-64..
4. Mounir Mamdouh Al-Shami and Salah Mohamed Abdel Hamid, Political Media, 2nd Edition, (Cairo: Taiba Foundation for Publishing and Distribution, p20).
5. Ghazi Abdul Rahman Al-Gosaibi, Globalization and National Identity, 2nd Edition, (Riyadh: Obeikan Library, 2002), p. 161.
6. Jamal Sanad Al-Suwaidi, Social Media and its Role in Future Transformations from the Tribe to Facebook, 4th Edition, (Abu Dhabi: Emirates Center for Studies and Research, 2014), p. 20.