



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
مركز البحوث النفسية

مجلة

العلوم النفسية

مجلة علمية محكمة معتمدة تصدر عن مركز البحوث النفسية

المجلد 34 العدد 4 الجزء 1

ISSN : 1816 - 1970

رقم الأيداع : ٦١٤ / ١٩٩٤

الرمز الدولي : ١٩٧٠ - ١٨١٦

كانون الاول / 2023





مجلة العلوم النفسية مجلة علمية محكمة

رئيس التحرير/ أ.د. لطيف غازي مكي

مدير التحرير/ أ.م.د. زكريا عبد أحمد عميري

أعضاء هيئة التحرير

الاسم	مكان العمل	البلد
- أ.د. علي عودة محمد الحلفي	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	العراق
- أ.د. ياسر خلف الشجيري	جامعة الأنبار / كلية التربية للعلوم الإنسانية / قسم العلوم التربوية والنفسية / طرائق التدريس	العراق
- أ.د. صفاء طارق حبيب	جامعة بغداد / كلية التربية ابن رشد	العراق
- أ.د. أسامة حامد الدليمي	جامعة الموصل / كلية التربية للعلوم الإنسانية / قسم العلوم التربوية والنفسية	العراق
- أ.د. ناسو صالح سعيد	مكتب وزير – المكتب الاستشاري	العراق
- أ.د. عدنان ماردي جبر	جامعة واسط / كلية التربية للعلوم الإنسانية / قسم العلوم التربوية والنفسية	العراق
- أ.د. هيثم أحمد الزبيدي	جامعة ديالى / كلية التربية للعلوم الإنسانية / قسم العلوم التربوية والنفسية	العراق
- أ.د. يوسف حمه صالح	جامعة صلاح الدين / كلية الآداب – قسم علم النفس	العراق
- أ.د. سعدي جاسم عطية	الجامعة المستنصرية / كلية التربية الأساسية / علم النفس التربوي	العراق
- أ.د. علي صكر جابر	جامعة القادسية / كلية التربية الأساسية / علم النفس التربوي	العراق
- أ.د. دونالد أوين كامرون	رئيس الجمعية الأمريكية للطب النفسي - الشخصية والصحة النفسية / واشنطن	الولايات المتحدة
- أ.د. عماد حسين عبيد المرشدي	جامعة بابل / كلية التربية الأساسية / علم نفس النمو	العراق
- أ.د. عبد الرزاق محسن سعود	الجامعة العراقية / كلية التربية – الطارمية / علم النفس التربوي	العراق

الاسم	مكان العمل	البلد
- أ.د. مصطفى قسيم هيلات	كلية الأميرة عالية الجامعة / علم النفس التربوي	الأردن
- أ.د. مهند عبد الستار النعيمي	جامعة ديالى / كلية التربية الأساسية / قياس وتقويم	العراق
- أ.د. بشرى عبد الحسين حميد	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية / علم النفس الاجتماعي	العراق
- أ.د. عبد المهدي صوالحة	جامعة أربد / الإرشاد النفسي والتوجيه التربوي	الأردن
- أ.م.د. عدنان طلفاح محمد	جامعة سامراء / كلية التربية / علم النفس التربوي	العراق
- أ.م.د. صباح عايش بنت محمد	جامعة الشلف / كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية / علم النفس التربوي	الجزائر
- أ.م.د. مقبل بن عايد خليف الغزي	جامعة القصيم الحدود الشمالية / كلية التربية / قسم التربية والاحتياجات الخاصة	السعودية
- أ.م.د. راوية الشربيني	جامعة القاهرة / كلية رياض الأطفال / علم نفس النمو	مصر
- أ.م.د. عبد الناصر أحمد محمد العزام	جامعة البلقاء التطبيقية / قسم العلوم النفسية / علم النفس التربوي	الأردن
- أ.م.د. ميسون كريم ضاري	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	العراق
- أ.م.د. هناء مزعل حسين الذهبي	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	العراق
- أ.م.د. إنعام مجيد عبيد الركابي	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	العراق
- أ.م.د. سيف محمد رديف	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	العراق
- أ.م.د. علا حسين علوان	وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	العراق

مجلة العلوم النفسية
مجلة علمية محكمة معتمدة متخصصة تصدر عن
مركز البحوث النفسية
جمهورية العراق
قسمة اشتراك

أرجو قبول اشتراكي في مجلة العلوم النفسية :

..... لمدة () سنة ابتداءً من

..... الأسم :

..... العنوان :

..... قيمة الاشتراك :

طريقة الدفع :- نقداً () شيك () حوالة بريدية ()

رقم: تاريخ / /

التوقيع : : التاريخ

الأفراد : (125000) الف دينار عراقي داخل العراق (100) \$ او ما يعادلها خارج العراق للمؤسسات أو المؤتمرات : (90.000) الف دينار عراقي داخل العراق (70) \$ او ما يعادلها خارج العراق	قيمة الاشتراك لعدد واحد
---	----------------------------

شروط النشر في المجلة

أولا : تنشر المجلة الأبحاث والدراسات الأكاديمية القيمة والأصيلة باللغتين العربية والإنكليزية في حقل مجالات اهتمام المجلة نفسيا وتربويا ، والتي لم تقبل أو تنشر سابقا ، ويتحمل الباحث المسؤولية القانونية في كل القضايا المتعلقة بالأمانة العلمية إذا كان بحثه منشور أو قدم للنشر .

ثانيا: يخضع كل بحث مقدم للنشر في المجلة الى الاستئلال الإلكتروني على أن لاتزيد درجة الاستئلال عن (20) .

ثالثا : يقدم الباحث المقبول بحثه للنشر في المجلة تعهد خطي بعدم نشر بحثه في مجلة أخرى أو حصوله على قبول نشر مسبقا .

رابعا: يقدم البحث مطبوعا على نظام (Word 2007) مصحوبا بالعنوان للبحث مع أسم الباحث الثلاثي واللقب العلمي والأختصاص وأسم الجامعة والكلية والقسم والبريد الإلكتروني في بداية الصفحة الأولى للبحث باللغتين مع خلاصة للبحث باللغة العربية والإنكليزية مثبت فيها عنوان البحث واسم الباحث ومكان عمله على أن لاتزيد عن (250) كلمة فقط .

خامسا: يجب أن لاتتجاوز عدد صفحات البحث المقدم للنشر في المجلة أكثر من (25) صفحة فقط بما فيها الجداول والأشكال والملاحق ، وبخلافه يتحمل الباحث مبلغا أضافيا مقداره (2) الفين دينار عن كل صفحة أضافية ، ولايتجاوز البحث بعد الزيادة عن (35) صفحة بكل الأحوال .

سادسا: موافقة أثنين من المحكمين المختصين الذين يقومون بالبحث علميا قبل نشره ، بالإضافة الى تقويم البحث من ناحية اللغة العربية والإنكليزية .

سابعاً: يراعى في كتابة البحث الآتي :

1- الأصول العلمية في كتابة البحث من حيث الدقة في التوثيق والأمانة العلمية في العرض.

2- يقدم البحث بنسختين مطبوعة على ورق أبيض (A4) مطبوعة على الحاسوب وعلى جهة واحدة من الورقة مع قرص (CD)، بالمواصفات الآتية :

- الحاشية العليا 4.50 سم .
- الحاشية السفلى 4.50 سم .
- الحاشية اليمنى 3.75 سم .
- الحاشية اليسرى 3.75 سم .
- يكون الخط المستخدم نوع (Meersoft Word)، حجم الخط (14) بالنسبة للمتن و(12) بالنسبة للجداول .
- تحتوي كل صفحة على (22) سطر فقط وفقاً لبرنامج التنضيد .
- يكون التباعد بين الأسطر للصفحة الواحدة (1.15).
- تكون الأشكال والجداول واضحة ، وتستخدم فيها الأرقام العربية والنظام العالمي للوحدات .
- يكون البحث خالي من الأخطاء اللغوية والنحوية ولا تتحمل المجلة مسؤولية ذلك .
- لا تستعمل الهوامش في أسفل الصفحات وإنما يشار رقمياً الى المصادر حسب موضوعها في نهاية البحث من خلال ذكر أسم الباحث والسنة وعنوان البحث من جهة النشر والطبعة وتكتب بأسلوب (APA) ...مثال
- الهاشمي ،عدنان علي (2009). تحمل المسؤولية الاجتماعية وعلاقتها باتخاذ القرار لدى التدريسيين في الجامعة ،رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة.....، كلية ، قسم
- يلتزم الباحث بدفع مبلغ قدره (125) الف دينار من داخل العراق ، و (100) دولار أمريكي من خارج العراق .

- يلتزم الباحث بالتعليمات المؤشرة من الخبراء ،ويعيد الباحث النسخة الأصلية للمجلة مع نسخة جديدة ورقية أخرى مصححة .
 - لاتعاد البحوث الى أصحابها قبلت أم لم تقبل للنشر .
 - لايزود الباحث بكتاب قبول النشر ، الأبعد التزامه بالتعليمات أعلاه وتسليم النسخ الورقية كافة .
 - المجلة غير مسؤولة عن نشر الأبحاث بعد مرور (90) يوم من دون مراجعة الباحث للمجلة والتزامه بالتعليمات كافة .
- ثامنا : تحتفظ المجلة بحقها في أن تحذف أو تعيد صياغة بعض الكلمات أو الجمل بما يتلائم مع أسلوبها في النشر .
- تاسعا: تنتقل حقوق نشر البحث الى المجلة حال أشعار الباحث بقبول بحثه للنشر .

مجالات اهتمام المجلة



1. البحوث والدراسات في مجالات العلوم التربوية والنفسية بفروعها المختلفة والطب النفسي، و الباراسايكولوجي .
2. المؤتمرات والندوات العلمية الوطنية والعربية والعالمية التي تعقد حول التخصصات في الفقرة المذكورة اعلاه
3. نشاطات وفعاليات المركز والمؤسسات الاخرى التي تهتم بالمجالات - الواردة في الفقرة (1) .

((في هذا العدد))

ت	الموضوع	الباحث	الصفحة
1	الذكاء الانفعالي وعلاقته بالاستقرار النفسي لدى طلبة الجامعة	أ. م. د إنعام مجيد عبيد الركابي وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	28 - 1
2	الإرهاق لدى الصحفيين العراقيين	م.م. هبه حسين قاسم وزارة التعليم العالي والبحث العلمي / مركز البحوث النفسية	56 - 29
3	التسامح لدى طلبة المرحلة المتوسطة النازحين	أ.د. عبد الرزاق محسن سعود م.م. أثير عبدالجبار محمد الجامعة العراقية/ كلية التربية/ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	108 - 57
4	الدافعية الوالدية لدى عينة من الاساتذة من المتعنين الجدد في الوزارات العراقية	م. م. احمد عباس حسن الذهبي وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	134 - 109
5	الاحتراق النفسي للكثافة الطلابية لدى المعلمين في المدارس الابتدائية (الحكومية-الاهلية) دراسة مقارنة	أ.م.د. ميسون كريم ضاري وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ مركز البحوث النفسية	158 - 135
6	واقع ثقافة العمل التطوعي في المؤسسات التربوية / دراسة استطلاعية في المديرية العامة لتربية بغداد الكرخ الأولى	أ.م. سلام عبد الجليل الرمضان م. د. وسناء مالو علي النعيمي وزارة التربية - تربية الكرخ الأولى	186 - 159
7	الأداء المهني وعلاقته بالالتزام القيمي لدى رؤساء الأقسام في جامعتي السليمانية ودهوك	أ.د. محمد محيي الدين صادق د. هير وحمه رشيد بايان جامعة صلاح الدين- كلية التربية / أربيل، اقليم كوردستان، العراق	238 - 187

ت	الموضوع	الباحث	الصفحة
8	اثر التعلم بالاكشاف لمادة القرآن الكريم والتربية الاسلامية في التحصيل والتفكير الابتكاري لدى طالبات الصف الرابع الاعدادي	م.م جمال رجب م.م عذراء رشيد الجامعة العراقية/ كلية التربية	270 - 239
9	التقييم الجوهري للذات وعلاقته بالضغوط النفسية لدى طلبة الجامعة	م.د علي محسن سلمان جامعة تكريت/ كلية التربية للبنات	306 - 271
10	إدارة المعرفة لدى عمداء الكليات الاهلية لمحافظة بغداد من وجهة نظر رؤساء الأقسام	موفق كاظم مهدي وزارة التعليم العالي والبحث العلمي	342 - 307
11	تقنية القناع وآلية التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي	أيوب رمضان فتاح أ.د. محمد صبري صالح جامعة دهوك/ كلية العلوم الإنسانية/ قسم الدراما	366 - 343
12	ازمة ريع العمر وعلاقتها بسلوك التعظيم لدى الموظفين	أ. د سناء عيسى محمد الداغستاني د. مروة روضان هاشم الفيلي جامعة بغداد/ كلية الاداب/ قسم علم النفس	420 - 367
13	أثر استخدام استراتيجية الرؤوس المرقمة في تنمية الدافع المعرفي لدى تلاميذ الصف السادس الأساس في مادة العلوم للجميع	م.م. خليل أبو بكر محمود جامعة صلاح الدين أربيل/ كلية:التربية الأساسية/ قسم العلوم:العامة	460 - 421
14	الأثر السلبي لوسائل الاتصال والإعلام في العملية التربوية	أ.م. عبد الله حسين حسن جامعة بغداد / مركز التعليم المستمر	502 - 461

ت	الموضوع	الباحث	الصفحة
15	الحاجات التدريبية المستقبلية لمدرسي ومدرسات الطلبة المتميزين من وجهة نظرهم على وفق بعض المتغيرات	أ.د. سعدي جاسم عطيه الجامعة المستنصرية - كلية التربية الاساسية	580 - 503
16	أثر طرق معالجة القيم المتطرفة على تقديرات دالة المعلومات لاختبار الاستدلال المنطقي وفقاً لنظرية المنحنى المميز للفقرة	أ.م.د. لقاء شامل خلف مديرية/ تربية الرصافة الاولى/ وزارة التربية	614 - 581
17	فاعلية برنامج ارشادي بأسلوب العلاج النفسي الإيجابي في تنمية تنظيم الذات الأكاديمي لدى طلاب المرحلة المتوسطة	م.م. حسنين علي حسين الشرع أ.م. د سناء حسين خلف كلية التربية للعلوم الانسانية - الجامعة ديالى	664 - 615
18	الرعاية الاجتماعية لمرضى الفشل الكلوي/ دراسة اجتماعية ميدانية في مدينة بغداد	نور الهدى فالح عبود أ.م.د.ميسم ياسين عبيد جامعة بغداد/ كلية التربية/ قسم الاجتماع	696 - 665
19	اثر تزييف الاستجابة المتعمد للمقاييس النفسية في الخصائص القياسية وفقاً لنظرية القياس التقليدية	م.د. بلال طارق حسين علوان جامعة الانبار/ كلية التربية للعلوم الانسانية/ العلوم التربوية والنفسية/ قياس وتقويم	728 - 697
20	اثر برنامج ارشادي بأسلوب الاستبصار في تنمية الحكمة العاطفية لدى طالبات المرحلة الاعدادية	أ.م.د. أميرة مزهر حميد المديرية العامة لتربية ديالى/ معهد الفنون الجميلة للبنات	764 - 729

تقنية القناع وآلية التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي

أ.د. محمد صبري صالح

أيوب رمضان فتاح

جامعة دهبوك/ كلية العلوم الإنسانية/ قسم الدراما

المستخلص:

يحاول البحث الكشف عن تقنية القناع وآلية استخدامه في التضليل الإعلامي داخل مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال وصفه لشكلين من الأقفعة المستخدمة في تلك المواقع ، حيث عالج الموضوع من خلال مبحثين ، تناول في المبحث الأول منها القناع الديني وفاعلية التضليل الإعلامي وإخفاء شخصية المستخدم ، التي سبط الضوء فيها على استغلال النص الديني كوسيلة إعلامية لتضليل المتلقي من خلال اعتماد المعلومات المغلوطة التي يعتمد فيها على توظيف الخرافة والأسطورة في جذب الناس نحو أهمية الموضوع ، وفي المبحث الثاني تناول القناع التعليمي واستراتيجية الاستهداف ، الذي يعتمد التضليل الإعلامي من خلال إظهار شخصية المستخدم ، واستعمال الصور التي تحيل إلى الشخصية أو الاسماء التي تحيل إلى الوظيفة أو الصفة أو الكنية.

الكلمات المفتاحية : القناع - وسائل الإعلام - وسائل التواصل الاجتماعي - الإعلان التجاري - الأهداف الربحية - صور التخفي الإعلامي - التضليل - التضليل الديني - التضليل الاجتماعي

Mask technology and the mechanism of disinformation in social media

Ayoub Ramadan Fattah

Abstract:

The research attempts to reveal the mask technology and the mechanism of its use in media disinformation within social networking sites, by describing two forms of masks used in those sites, as it deals with the subject through two sections. In the first topic, he dealt with the religious mask and the effectiveness of media disinformation and concealment of the user's personality, in which he highlighted the exploitation of the religious text as a means of media to mislead the recipient through the adoption of false information in which it depends on the employment of myth and legend to attract people towards the importance of the topic. In the second topic, it dealt with the educational mask and the targeting strategy, which depends on media disinformation by showing the user's personality, and the use of images that refer to the personality or names that refer to the job, capacity or nickname.

المقدمة:

تعد وسائل التواصل الاجتماعي الوسيلة الأكثر استخداماً والأسرع في نقل المعلومات ، وهي بدورها كما تقدم خدم التواصل ، فإنها تركت هفوات كبيرة في آلية النشر على حسابات المستخدمين ، الأمر الذي ترك الترويج والنشر للمعلومات متاحاً بشكله المجاني للجميع.

وكما هو معروف فإن الأهداف الربحية هي الغاية الأعظم في توجهات مواقع التواصل ، من خلال ما تروج له من إعلانات تجارية ، لذا فإن تلك المواقع لا تسعى في آلية عملها في غربة المحتوى المنشور على الصفحات أو القنوات التي تبث محتويات فيديو ، فهي ضمن آلية عملها تسعى إلى نشر المحتوى الأكثر قبولا عند المتلقي ، بل وتروج له في الإنتشار مهما كان محتواه.

ولعل هذه الدراسة تسعى إلى تسليط الضوء على (القناع) بوصفه تقنية للتخفي والاستتار ، - علماً أنه خرج في معناه الدلالي من وظيفته الدرامية التي كان يشتغل في حيز حركتها الفنية ، وما يمنحه لها من دلالة تضاف إلى دلالاتها الإيقاعية والحركية - ، إلى معنى آخر يحمل في طياته مضمون الاستتار والتخفي حينما دخل في آلية عمل المستخدم في مواقع التواصل الاجتماعي.

ولعل الفكرة القائمة تسعى إلى إماطة اللثام عن شكل القناع الذي يعمل ضمن منظومة التواصل الاجتماعي، فهو يتمحور في أدائه بين أن يكون صورة معبر عن معنى معين ، أو استراتيجية لتسمية تحيل إلى إيقاع المتلقي في فخ الاحتيال.

وقد حاول الباحث في هذا العمل أن يعرج إلى شكلين من أشكال الأقنعة التي تعمل في منظومة مواقع التواصل الاجتماعي ، وهما شكلان متعاكسان في الوظيفة والأداء ، فالأول يتمثل في القناع الديني الذي يعمل على إخفاء المستخدم ، والثاني هو القناع التعليمي الذي يسعى إلى إظهار وإشهار المستخدم ، علماً أن كلا الشكلين يسعيان إلى التضليل الإعلامي وبث المعلومات المغلوطة إلى الناس.

الفصل الأول الإطار المنهجي

مشكلة البحث:

يعد (القناع) بوصفه تقنية للتخفي داخل وسائل التواصل الاجتماعي ، واحدا من أهم المشاكل التي تواجه النشر والترويج للمحتوى الغير حقيقي أو الغير صادق الذي يتم نشره على الصفحات الإلكترونية المختلفة، علما أن كل الوسائل المذكورة تتيح للمستخدم إمكانية إنشاء حساب أو أكثر من حساب بشكل وهمي ، كما تتيح له إمكانية بث أو نشر أي محتوى ترويجي يرغب به المستخدم دون خضوع (المنشور) إلى سلطة الرقابة الأدبية أو الأخلاقية والعلمية ، الأمر الذي مكن العديد من المستخدمين في جميع أنحاء العالم وعلى مختلف المجالات والأصعدة أن يروجوا لمنشورات غير قانونية أو غير أخلاقية وأدبية ، من أجل التسويق لمنتج ما، أو إشاعة فكرة ما ، أو من أجل إعلان حرب إلكترونية اتجاه جهة ما ، فمبدأ التسييط السياسي أو حتى الشخصي موجود في كل زمان ومكان ، فكيف وهو الآن متاح بهذا الشكل التقني الواسع والسهل في الاستخدام والتعاطي ، فضلا عن ذلك فإن مواقع التواصل الاجتماعي بلا استثناء واتاحت ميزة تفعيل الترجمة التلقائية لأي منشور ، سواء أكان نصا كتابيا أم صيغة بصرية وصوتية ممنتجة بهيئة فيديو ، لتتيح له الإنتشار في جميع أرجاء العالم وبجميع اللغات⁽¹⁾

وقد نوهت دراسة (استخدامات وانتهاكات الفيسبوك: مراجعة لإدمان الفيسبوك) إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون إدمانًا لبعض الأفراد ، في النظر إلى الارتباط بين دوافع استخدام الوسائط وتطور الإدمان ، وقد كشفت عن استخدام الفيس بوك يظهر نتائج الإدمان بحجة الحفاظ على العلاقات ، وتمضية الوقت ، والترفيه ، وإقامة

Youtube catalog, automatic subtitles, (1)

<https://support.google.com/youtube/answer/2734796?hl=ar>

العلاقات الجديدة ، علما أن تلك الحجج اتاحت للمستخدم التماذي في إجراءات البحث عن الصداقة أو الدخول في مواقع التسويق الإلكتروني من خلال التقمص المستمر ، وهي في نفس الوقت تكون هذه الدوافع مرتبطة بإدمان الفيس بوك من خلال الاستخدام المعتاد أو المفرط أو بدافع الرغبة ، كما يمكن أن يصبح الاستعمال معتادا أو مفرطا عند بعض المستخدمين للهروب من المزاج السلبي⁽¹⁾

ويذهب الباحث أن (التقمص) الوارد في البحث المشار إليه ، كما في استخدام القناع كوسيلة للتخفي والاستتار ضد أي المواجهة مع الآخر في وسائل التواصل ، خاصة إذا كان المستخدم يهدف إلى ترويج الأكاذيب أو الاحتيال أو أي تسويق يسقط من خلاله الآخرين في الفخ أو مصيدة الشراء الوهمي ، كما حصل مع جائحة كورونا التي روج لها الكثير الكثير من علاجات كاذبة ، وعدد وفيات كاذبة ، واغلاق مدن ، وغيرها من الترويجات التي من شأنها اثارة الذعر في البلد ، وكذلك كما حصل مع مرحلة الانتخابات العراقية مثلا ، من تسويق لشخصيات وتسقيط لشخصيات أخرى.

وفي تعريف لوسائل التواصل الاجتماعي في أنها تكنولوجيا يتم استخدامها عبر شبكة الإنترنت العالمية ، تتيح لمستخدميها إمكانية التفاعل مع المستخدمين الآخرين كالعائلة والأصدقاء ، وكذلك مشاركة الصور والمدونات والفيديوهات والألعاب ، ولا يقتصر استخدامها على الاستخدام الفردي والشخصي فقط ، بل يمكن للشركات استخدامها بهدف

(1) JOHN REECE1 and SOPHIA XENOS, The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction, School of Health Sciences, RMIT University, Melbourne, Victoria, Australia, School of Design and Social Context, RMIT University, Melbourne, Victoria, Australia, 2014, pp133.

الوصول إلى العملاء والتفاعل معهم ، ووضع الإعلانات ، وتقديم خدمات الدعم المختلفة⁽¹⁾

ولعل هذا التعريف يتيح للمستخدم حرية الاستعمال في التلصص من خلال الأقنعة ، علماً أن القناع أداة لتجسيد المقدس عبر الخصائص الأكثر إبهاراً في الجسد الإنساني المتمثلة في محاكاة الآلهة ، إذ يعبر رمزياً عن المظاهر الانتماء وضمان العيش واستمرار الحياة ودرء أخطار الطبيعة⁽²⁾

فالقناع عنصر في الطقوس والاحتفالات المقدسة للإنسان الذي يجعل من الطبيعة روحاً حية تتجلى في كل مفاصل الحياة ، معلناً توحده فيها وامتداده اتجاه فاعليتها ، حتى أنه لا يستطيع أن ينفك من الإيمان بقدرتها على التأثير مباشرة في صيرورتها ، لتمتج المظاهر والأشياء والكائنات فيصعب الفصل بينها فصلاً قاطعاً ، بحيث يستطيع الإنسان أن يتشكل بأشكال الحيوانات المختلفة والعكس ، وحيث يمكن للإنسان أيضاً إن يخاطب الحيوان ويقدم القرابين مثلما يقدمها لأحد الآلهة أو الأرباب⁽³⁾

إلا أن تعدد استخدام القناع أتاح الفرصة لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من اشغاله لحسابهم ضمن وسيلة التخفي أو الاستتار من المواجهة ، فقد شهدت السنوات الأخيرة سيطرة كبيرة لتلك المواقع مما جعلها أشبه بوسيلة إعلامية وإعلانية وتسويقية جديدة ، تلك التي استغلها في نشر الأخبار وجعل منها مصدراً كاذباً من خلال التضليل الإعلامي واستغلال الوسائل التقنية التي تساعد على الترويج ، وقد أشار الباحث الفرنسي

(1) ميمي محمد عبد المنعم توفيق ، شبكات التواصل الاجتماعي - النشأة و التأثير - ، مجلة كلية التربية ، كلية التربية ، جامعة عين شمس ، العدد الرابع والعشرون ، (الجزء الثاني) ، 2018 ، ص202.

(2) روبرت فورنو ، الشعوب البدائية ، عالم الفكر ، ع4 ، 1979 ، ص206.

(3) عبد الستار عبد الله صالح ، السحر المضاد : دراسة انثروبولوجية في المكونات الأولى للقناع ، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن ، 2014 ، ص23.

(فرانسوا جيرييه) إلى أن التضليل الإعلامي مشروع منظم ومخطط يهدف إلى تشويش الأذهان والتأثير على العقل كما على العواطف والمخيلة ، وليس له سوى هدف واحد هو إدخال الشكوك وخلق الاضطراب ، وهدم المعنويات ، ويعمل التضليل على جميع مستويات أصحاب القرار حتى الموظفين العاديين، كما يجعل من وسائل الإعلام أداة النشر وتعميم الرسالة التضليلية باتجاه الرأي العام⁽¹⁾

لذا فإن شيوع استخدام التضليل في وسائل الإعلام الرقمية يعتمد على ركيزتين ، الأولى تتمحور في الدعاية السوداء التي تستهدف التأثير في عقول افراد المجتمع وعواطفهم ، والثانية تركز إلى ترويج الشائعات التي تبث الأخبار المغلوطة أو تعم المبالغة أو التهويل ، وهي واضحة الاستخدام في كونها لا تحمي القارئ من التضليل والخداع⁽²⁾

ومن هنا تكمن الحاجة لهذه الدراسة بأنها ضرورة للكشف عن الحقائق المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي أمام الجمهور ، والتي تُمكن من صياغة المشكلة البحثية في طرح السؤال حول:

كيفية استخدام تقنية القناع وآلية التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي؟

أهمية البحث والحاجة إليه:

يهتم البحث بالكشف عن مفهوم القناع بوصفه تقنية للتخفي والتضليل الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي، وتكمن الحاجة إليه كونه يفيد التمييز بين المحتوى الإعلامي المضلل والكاذب ، عن الحقيقي والصادق.

(1) مجد نبيل محمود عثمان ، الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية ، رسالة ماجستير ، جامعة البترا ، 2015 ، ص14.

(2) خالد محمد غازي ، الصحافة الإلكترونية والتقنية الرقمية.. مفاهيم تأسيسية عربية ، وكالة الصحافة العربية ، ناشرون، القاهرة - مصر ، 2021 ، ص273.

أهداف البحث:

يستهدف البحث الحالي التعرف على:

- الصفحات الوهمية الموجودة على مواقع التواصل الاجتماعي.
- مفهوم التضليل الإعلامي كآلية لصناعة المعلومات المغلوطة.
- أسلوب وطريقة التفكير والانجاز لعمل المستخدمين داخل مواقع التواصل الاجتماعي.

فرضية البحث:

يفترض البحث وجود صفحات وهمية على مواقع التواصل الاجتماعي تعمل ضمن خطة ممنهجة لنشر واستهلاك معلومات مضللة ، ومحتوى ملفق ، وهي تشكل مصدر قلق متزايد ، خاصة مع سهولة الوصول إلى المستخدمين مع عدم وعيهم بوجود مثل هذه المعلومات الكاذبة ، وهذه الصفحات تستغل تقنية القناع كآلية في اشتغالها من خلال التخفي وراء صور أو أسماء وهمية من أجل التأثير على الآخرين.

حدود البحث:

- الحدود الزمانية: يعتمد البحث الحدود الزمانية لتاريخ إنشاء موقع فيسبوك سنة (2004) وما بعدها، لأنه الموقع الأكثر إنتشارا في العالم.
- الحدود المكانية: (مُطلَقة)
- حدود الموضوع : يتحدد موضوع البحث بقراءة (القناع) كوسيلة مساعدة على التضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي.

تحديد المصطلحات:

القناع:

أصبح القناع مرادفاً لحامله أو للشخصية التي يجسدها أو الدور الذي يمثله ، في أن (قناع) يعني به الجزء الذي يضعه الممثل على وجهه بشكل يبرز الأجزاء المكونة للوجه كالأنف والشففتين ، فأصبح وسيلة مرتبطة بالوجهة فقط ، ثم تعددت دلالاته حتى أصبح يتداول في عدة أوساط تعبر عن (الرعب والسخرية) ، (الوحشية والثقافة) ، (الواقع والوهم) ، وكذلك يعد تقنية ووسيلة للتخفي.

التضليل الإعلامي:

مفهوم لأشكال متعددة تشتغل بمضامينها الأدائية التي تعتمد الآليات فنية في نقل الخبر أو تصنيع المعلومة، ومنها ما يمكن أن يكون على هيئة التلاعب الإعلامي الذي يدخل ضمن آليات عمل التضليل ، إذ يعتمد استخدام المغالطات بشكل منطقي ومقنع بأسلوب خطابي من خلال التلاعب والعبث بالمحتوى الأصلي للخبر، كأن يتم تسريع أو تبطيء فيديو إخباري معين ، أو يتم التلاعب بالمحتوى الصوتي من خلال المونتاج، لذا فإن التلاعب الإعلامي يشمل التصنيع والتضليل معا ، لأنه غالبا ما يتضمن حجب معلومات أو وجهات نظر معينة⁽¹⁾

(1) كريغ سيلفرمان ، دليل التحقيق من عمليات التضليل والتلاعب الإعلامي - آليات التحقيق على المنصات الرقمية والتحري عن حسابات التواصل الاجتماعي للكشف عن الأنشطة الموجهة وعمليات التلاعب بالمحتوى ، ترجمة: محمد زيدان ، التدقيق اللغوي: سليمان العميرات ، ط1 ، معهد الجزيرة للإعلام ، 2020 ، ص27.

الفصل الثاني الإطار النظري.

المبحث الأول: القناع الديني وفاعلية التضليل الإعلامي.

ليس المقصود بـ(القناع الديني) الدين نفسه ، وليس المقصود به دين معين ، لكن الفكرة من البحث في هذا المجال هو تسليط الضوء على استغلال الدين - اي دين - كـ(نص إعلامي) مُدَجَّن داخل منظومة مواقع التواصل الاجتماعي.

ويهدف هذا المبحث إلى الكشف عن ممارسات التضليل الإعلامي في مواقع التواصل الاجتماعي من خلال استغلال المفاهيم الدينية المغلوطة ، وتوظيفها لصالح جهة معينة ، أو استغلال جهة أو مجاميع مجتمعية معينة ، سواء في الفيس بوك ، أو اليوتيوب ، أو أي موقع آخر للتواصل ، أو أي محرك بحث آخر يمكن أن يحقق تواصلاً وتفاعلاً مع الجمهور .

ومن الجدير بالإشارة إلى المؤتمر الدولي للحوسبة والطاقة وتكنولوجيا الاتصالات (GUCON) بعنوان (إطار عمل لكشف وتعقب الإساءات الدينية في وسائل التواصل الاجتماعي) الذي تم عقده في (27-28 سبتمبر 2019) في (نيودلهي - الهند) تناولت محاوره الإساءة الدينية في وسائل التواصل الاجتماعي كظاهرة شائعة في السنوات الأخيرة ، والتي بدورها تؤثر على السلوك الأخلاقي الديني ، وتولد أفكاراً خاطئة للأشخاص المرتبطين في وسائل التواصل الاجتماعي ، كما عرج المؤتمر إلى أن هناك أساليب عديدة يتم استخدامها لاستغلال مشاعر الناس على وسائل التواصل الاجتماعي ، كما تقدمت أوراق العمل في إطار تحديد وتعقب المستخدمين المشبوهين الذين يضللون الناس من خلال نشر معلومات دينية متضاربة يتم تعقبها من خلال استخدام الكلمات المفتاحية

الدينية ، بأن هناك صفحات كثيرة على (تويتر ، وفيس بوك) تم تعقب منشوراتها التي تحمل بيانات الدينية تم تفسيرها بشكل خاطئ.⁽¹⁾

وفي إشارة أخرى لدراسة (إيوانا أ. كومان) بعنوان (الدين والثقافة الشعبية ووسائل التواصل الاجتماعي: بناء صورة زعيم ديني على الفيسبوك) ينتقد فيها شركة (Applebee) بقوله: (على الرغم من ظهور الأديان على الإنترنت ، وأهمية وسائل التواصل الاجتماعي ، إلا أن الأبحاث مكرسة لبناء القادة الدينيين بصورهم رمزية على وسائل التواصل الاجتماعي ، فمن الصعب العثور عليها ، بدءًا من وسائل التواصل الاجتماعي لشركة (Applebee) لعام 2013 ، وما خلفته من الأزمات التي أثارها الفيس بوك في الحرية التي يمنحها لمستخدميه لإعطاء معنى للأزمة التي تتحدد في دور القائد الديني في الحياة اليومية ، وهي تظهر في وجود متعلم ديني نشط على وسائل التواصل الاجتماعي ، كما أنه من الواضح أن الجمهور منزعج في إيمانه الديني وقناعاته من السلوك الغير واضح المعالم ، وهذا ما يدل على أن المجتمع لم يعد يستوعب الخيال الديني ، لأنه لم يعد مجرد مظلة موروثية ، بل هو إطار ثقافي جديد متجه للحوار عبر الإنترنت)⁽¹⁾

(1) A Framework for Detecting and Tracking Religious Abuse in Social Media, International Conference on Computing, Power and Communication Technologies (GUCON), 27-28 September 2019, to IEEE Xplore, New Delhi, India, <https://ieeexplore.ieee.org/document/8940585>

(1) Ioana A. COMAN, Religion, popular culture and social media: the construction of a religious leader image on Facebook, Communication Department / ICS, University of Wisconsin - Green Bay, College of Journalism and Communication, University of Bucharest, 2017. pp5.

ويرى الباحث أنه من الواضح أن التضليل في عصر وسائل التواصل الاجتماعي ، أخذ عدة طرق وأساليب تباينت في مهنيتها أو تقديمها للجمهور بحسب تحديد الفئة المستهدفة منه ، وحتى عمل القناع الديني ضمن منظومة وسائل التواصل الاجتماعي فإنها لا تقف عند حدود معينة من التضليل ، لأنها غالبا ما تستغل عرض أفكارها من خلال الأسطورة أو الخرافة ، أو إيجاد شخصية وهمية تمنحه صفة البطل الديني ، وهي بدورها تستهدف الجزء الغير متعلم أو الغير ناضج فكريا من المجتمع ضمن فئات عمرية تتراوح بين المراهقة وبداية الشباب.

وقد رصد الباحث بعض الأمثلة الموجودة على صفحات ال(فيس بوك) باسم (الرقية الشرعية) ، تلك التي اتخذت من النص الديني ستارا لها للايقاع بالمستخدمين في التضليل الإعلامي الذي يسعى إلى الابتزاز ونشر معلومات مخلوطة بين الناس:

ففي الصفحة باسم (الرقية الشرعية) وفيها (5300) متابع ، وقد وضع المستخدم صورة تحمل اسم (الرقية الشرعية) مكتوبة بخط مقارب للخط العثماني المدون في القرآن ، كما أن جميع منشورات الصفحة عن فك السحر ، والحجامة ، وغيرها من الأمور التي تسعى إلى نشر الدجل والشعوذة ، كما في منشوره المؤرخ في 31 اغسطس 2022 ، الذي يعرض فيه : (ستكون في قادم الأيام شهادات مرضى شفاهم الله بعد معاناة طويلة من السحر وكيف تغلبو . ليكون حافزا نفسيا لكل مبتلى)⁽²⁾

وفي صفحة أخرى مثلا باسم (الرقية الشرعية - صحة وتجميل) وفيها 1682 متابع ، وضع صاحبها صورة لأحد المشايخ ، وهي ايضا تتناول مواضيع مختلفة من المنشورات التي تعالج السحر ، والحجامة ، وكذلك وضع منشورات جاهزة من الأنترنيت فيها بعض

(2) صفحة (الرقية الشرعية) على الفيس بوك على الرابط:

<https://www.facebook.com/fouad1ban>

الآيات القرآنية ، وبعض المقولات على السنة المشايخ ، كما تناول في أحد منشوراته بتاريخ 2 سبتمبر 2022 مقولة عن: (الشفاء الروحي

فائدة من المجربات العظيمة لرد كيد ومكر الأعداء والسحرة وأهل الضرر والظلمة وهي من خلاصة العلم الروحاني ومن قممه العظيمة وقد جربتها كثيراً وصحت والله الحمد والمنة

وهي أن تتلو قول الله تبارك وتعالى

بسم الله الرحمن الرحيم (ورد الله الذين كفروا بغيظهم لم ينالوا خيراً وكفى الله المؤمنين القتال وكان الله قوياً عزيزاً)
عدد 313 مرة ثم تقول بعد ذلك:

اللهم بسر هذه الآية الشريفة وما فيها من السر والأسرار والنور والأنوار أن ترد كيد الكائدين ومكر الماكرين وسحر الساحرين وحسد الحاسدين وعمل العاملين وتسليط وإرسالات الشياطين بألف ألف لا حول ولا قوة إلا بالله العلي العظيم وصلي الله وسلم وبارك علي سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

ويا حبذا لو كررتها جملة أيام متتالية فوالله العظيم وقرآنه الكريم ترى في عدوك ما يسرك بإذن الله تعالى.
وسحروا أعين الناس⁽¹⁾.

وهي الفكرة التي أشار إليها (رامي محمد باعظيم) في أطروحته للدكتوراه الموسومة (كيف يؤثر الدين على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: تأثير تدين المستخدم عبر

(1) صفحة (الرقية الشرعية - صحة وتجميل) على الفيس بوك على الرابط:

<https://www.facebook.com/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D8%B9%D9%8A%D8%A9-100241574678260>

الإنترنت في الخصوصية المتصورة عبر الإنترنت واستخدامات التكنولوجيا في المملكة العربية السعودية) المقدمة إلى جامعة كينغستون - لندن ، التي ناقش فيها التأثير السلوكي الذي يخلفه التدين على حياة الناس ، وما ينتجه من أفكار ومعايير معنوية أو مواقف وقيم ، والذي يصفه بأنه تأثير استهلاكي يتم وفق مبدأ الحاجة ، الأمر الذي اتاح الفرصة لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي من التعبير أو استغلال المعايير المغلوطة للتدين في بث الوعي المفارق عن الجمهور.⁽¹⁾

ويذهب الباحث إلى أن العمل في ضوء معايير حرية النشر والاستخدام التي منحتها وسائل التواصل الاجتماعي للمستخدمين ، أعطت الحرية المطلقة والمساحة الواسعة للمستخدمين للمواقع والصفحات عبر الأنترنت من اجتياز حاجز السرعة ، وحاجز الجغرافيا المكانية في الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الناس، وبالتالي فإنه من الطبيعي أن نجد معلومات مغلوطة تم نشرها عبر حسابات وهمية تحمل أسماء وصفات مستعارة ، وكذلك صور تم فبركتها ضمن الإطار الديني المغلوط ، علما أن ما يوجد الآن على الأنترنت بشكل عام هو مباح للاستهلاك المجاني الذي يسمح للجميع بالدخول إليه دون رقابة ، وإنه من البديهي أن تتعدد الأفتنة الدينية على مواقع التواصل الاجتماعي في آلية عملها ، فتارة تعمل ضمن وسيلة التهريب من الحساب والعذاب ، وتارة تعمل على الترغيب بالنعيم بحياة جميلة لما بعد الموت ، وتارة أخرة تسعى إلى تعد الفرد بالرزق والعيش الرغيد ، وهذا ما يتطلب تصنيع (الأفتنة) الملائمة لكل اتجاه أو وسيلة يتم العمل على مسارها.

(1) RAMI MOHAMMED BAAZEEM, How Religion Influences the Use of Social Media: The Impact of the Online User's Religiosity on Perceived Online Privacy and the Use of Technology in Saudi Arabia, A thesis submitted in partial fulfilment of the requirements of Kingston University London for the Degree of Doctoral Philosophy, August, 2020, pp41.

وهي في نفس الوقت فإنها تخلف آثارا سلبية على المجتمع من خلال نشر المعلومات والأفكار التي يتم من خلال جذب الشباب نحوهم بطرق ووسائل مختلفة ، علما أن طرح المنظور الديني بشكله المغلوط يستهوي الكثيرين، في عرض المحتوى الذي يمجّد القيمة الجنسية ليتم خداعهم بسهولة ، فضلا عن ما تحقّقه وسائل التواصل الإلكترونية من انخفاض في الاتصال البشري الحقيقي واللامبالاة ، لأنه المستخدم يعيش في عالمه الافتراضي ضمن القيمة المعلوماتية المنشورة ، وهي إيديولوجية إعلامية تتساق تحت مسمى (حرية التعبير) التي تتسبب بقلب وتحريف الحقائق عن الأدیان.⁽²⁾

المبحث الثاني: القناع التعليمي واستراتيجية الاستهداف.

في سؤال طرحه (مانكا . س ، ورانييري . م) في (معهد تكنولوجيا التعليم ، المجلس الوطني للبحوث بإيطاليا) عن: (هل يوفر فيس بوك قيمة تعليمية؟ نظرة عامة على التطورات النظرية والتجريبية للإمكانيات والقضايا الحرجة) ، فإنه لم يتم تأكيد القيمة التعليمية لفيس بوك بشكل كامل ، كما كانت النتائج من النماذج التعليمية السائدة متناقضة بشكل عام ، علما أن ما تشير إليه المنشورات الخاصة بالأدبيات إلى أنها تستخدم بشكل أساسي كأداة لدعم العلاقات الاجتماعية القائمة ، وتمكين الحفاظ على رأس المال من خلال التسويق الاجتماعي ، فقد أكدت المراجعات المنشورة على صفحات الفيس بوك

(2) Tarequl Islam, THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON MUSLIM SOCIETY: FROM ISLAMIC PERSPECTIVE, (2019), International Journal of Social and Humanities Sciences (IJSHS), 3(3), 95, pp106.

المختلفة أن المحتوى الأدبي الذي يحمل الصفة التعليمية ليس له تأثير على الأداء الأكاديمي والنتائج المعرفية.⁽¹⁾

ويستند الباحث إلى هذه الإشارة في كون التعليم عبر المواقع الغير حكومية والغير تابعة لمواقع الجامعات الرسمية أو صفحات التواصل الاجتماعي لا يمكن أن تكون مصدرا للثقة المعرفية أو التعليمية ، وفي العودة إلى نفس الإشارة السابقة ، فإن الباحثان ركزا في التساؤل على (الفيس بوك) بالتحديد ، لأنه الموقع الأكثر خطورة في الترويج والوصول إلى أعداد هائلة من المستخدمين ، لذا فإن هذا المجال كما يراه الباحث هو الأكثر جذبا للمستخدمين من خلال النشر والترويج ، وهذا ما يعزز استخدام (الأقنعة التعليمية) بشكلها الكاذب ، تلك التي تضلل القارئ نحو مفاهيم تعليمية ومعرفية خاطئة ، ومن الجدير بالذكر أن مفهوم (القناع) في هذا المجال لا يعني التخفي والاستتار خلف صورة أو اسم مستعار ، بل على العكس ، فإن الأمر مرهون بصناعة صورة جاذبة لصاحبها تمنحه فرصة الرضا والقبول لدى الناس مع الإضافة إلى استغلال الاسم بصيغته الخاطئة أو المغلوطة التي تحيل إلى كنية العمل كما في (المعالج بالأعشاب ، أو المعالج الروحاني، وغيرها) ، أو استغلال الصفات التي تحيل إلى الوظيفة كما في (المهندس ، أو الكيميائي ، أو الصيدلاني ، أو المحامي ، وغيرها) ، أو الألقاب العلمية التي تستأثر بالقارئ نحو الانجذاب نحوها ، كما في (استاذ ، أو دكتور ، أو بروفيسور) ، ولعل هذا الاسماء أو الصفات أو الألقاب العلمية التي يتم نشرها أو الترويج لها في الفيس بوك هي أقنعة مزيفة لأصحابها ، فهي أن كانت حقيقة ، لا يمكن أن نعتبرها مكانا مناسباً للمصدر التعليمية أو

(1) Manca S., Ranieri M, (2014), Does Facebook provide educational value?

An overview of theoretical and empirical advancements of affordances and critical issues, Integrating Social Network Use in Education, Institute for Educational Technology, National Research Council of Italy, pp1.

الاستشارة العلمية ، وأما إن كانت مزيفة ، فهي أكثر وقعا في تضليل القارئ ، لأنها ستدخل بالتأكيد في مجال التضليل الإعلامي التعليمي.

كما يرى الباحث أن التداول والنشر عبر صفحات ورسائل الفيس بوك المجال الأكثر والأكبر تأثيرا في عملية التضليل الإعلامي على الجمهور ، حيث يمكن التلاعب بالمعلومات من خلال ادخال وتحويل أو تغيير صيغ المعلومات على المحتوى التعليمي أو التلاعب بمحتوى النصوص وتزوير المعاني أو المقصود منها، وهذا ما يجعل مجال أو استراتيجية الاستهداف أكثر خطورة في ترويج المحتوى التعليمي أو الترويج لصاحب محتوى تعليمي ، علما أن الأمر غير متوقف على الفيس بوك فقط ، بل أن يوتيوب أيضا تشارك في مسح المجال إلى الشخصوس بالظهور بالصوت والصورة أمام الجمهور ضمن تصنيع هذا المستوى من المحتوى الذي لا يخضع إلى الرقابة ، علما أن هناك من يبت معلومات طبية أو تعليمية في مجالات مختلفة وهي لا تخضع للمراجعة الأكاديمية.

وقد رصد الباحث بعض الأمثلة على ذلك من خلال متابعة صفحات الفيس بوك ، ففي صفحة (د.محمد أحمد يحيى الحسيني استشاري جراحة المخ والأعصاب والعمود الفقري) وفيها ٣٥ ألف المتابعون ١٠ المتابعات، وقد وضع صاحب الصفحة صورته الشخصية على أيقونة وغلاف الصفحة ، كما وضع رقم هاتف للاتصال، وعند تتبع المنشورات وجد أنها تدور في حيز الترويج الإعلان لعمله الطبي ، والصحفة عبارة عن منشورات طبية مدعومة بصورة طبية خاصة جدا ، لا يمكن للمستخدم العادي فهمها أو فهم محتواها ، وعلى ما يبدو أن هذه الطريقة في النشر والترويج من أجل ترغيب الناس بالتعامل مع هذه الشخص أو الجهة الطبية ، كما أن استعراض هذه النوعيات من الصور الطبية الخاصة بجراحة المخ والعمود الفقري هي نوع من الاستعراض الثقافي والمهني أمام الجمهور ، كما في منشور له بتاريخ 30 نوفمبر 2021: (مشاكل وآلام الظهر والعمود الفقري وتأثيرها السلبي على حياتك . مشاكل وآلام الظهر والعمود الفقري لها تأثير سلبي على حياتك وراحتك اليومية، وبتحرمك من الاستمتاع بممارسة أبسط الأنشطة.

■ دلوقتي أنت تقدر تتعالج من آلام الظهر و الرقبة والانزلاق الغضروفي، وترجع تمارس حياتك بدون ألم. ■ في عيادة دكتور محمد يحيى هنساعدك ترجع لحياتك الطبيعية، والتخلص من مشاكل الظهر والعمود الفقري وآلامها ،وده بيتم عن طريق المنظار والتدخلات الجراحية المحدودة للعمود الفقري . ■ للحجز او للاستفسار من خلال رسائل الصفحة ، ■ عيادة القاهرة ، ■ العنوان : مدينة نصر - برج طيبة - اول شارع كابول متفرع من شارع مصطفى النحاس - امام التوحيد والنور ، ■ تليفون 01010090386:

■ المواعيد : (الاحد و الثلاثاء والخميس من ٧ الى ٩ مساء) ■ عيادة الزقازيق. ■ العنوان : وسط البلد - امام مجلس المدينة - برج مكايي الدور السادس ، ■ تليفون : 01002746343 ، ■ المواعيد : (السبت من الساعة ١ الى الساعة ٥) (والاثنين والاربعاء من ٦ الى ٨ مساء)⁽¹⁾.

ويبدو أن الأمر لا يخرج في استراتيجية الاستهداف عن تحقيق المصالح المادية أو الترويج للذات التي هي بدورها لا تخرج عن تحقيق المصالح المادية ، لذا فإن المتضرر الوحيد هو المتلقي الذي بات ضحية للاستهداف بسبب الفبركة والتضليل الإعلامي ، وما ينقله من معلومات أو أخبار كاذبة ، وما يصنعه من صور وأصوات مركبة ، فكل تلك الممارسات هي حروب إعلامية تؤدي إلى تَسْطِيع عقول الناس ورفع التافهين وإهمال المبدعين ، فضلا عن ذلك فإن ما يختفي خلف القناع التعليمي كافٍ بأن يربك عقل المتلقي أو المشهد التعليمي الحقيقي برمته.

(1) صفحة د.محمد أحمد يحيى الحسيني استشاري جراحة المخ و الأعصاب و العمود الفقري على

الفيس بوك على الرابط: <https://www.facebook.com/Dr.MYahia>

وفي دراسة أجريت عام 2018 على موقع (تويتر) توصلت إلى أنه مقارنة بالمعلومات الدقيقة ، تنتشر المعلومات الخاطئة بشكل أسرع وأوسع نطاقاً ، ورأت الدراسة أنه من الصعب مكافحة انتشارها لسببين: كثرة مصادر المعلومات ، وسرعة الانتشار.⁽²⁾ وقد أحصى الباحث العديد من حسابات تويتر ، بأسماء مختلفة تحت مسمى (استشارات) ، حيث تأخذ كل تسمية منها جانباً معيناً من جوانب التعامل مع العملاء ، مثل ، الاستشارات (الطبية) ، (النسائية والتوليد) ، (القانونية) ، (الهندسية) ، (الأسرية) ، (الطب البديل) وغيرها الكثير من الحسابات.

النتائج:

- يمكن للتضليل الإعلامي في عصر وسائل التواصل الاجتماعي أن يسلك عدة طرق وأساليب أمام الجمهور بحسب تحديد الفئة المستهدفة منه.
- لا يقف عمل القناع الديني ضمن منظومة وسائل التواصل الاجتماعي عند حدود معينة في أساليب التضليل الإعلامي ، فقد يستغل عرض أفكارها من خلال الأسطورة أو الخرافة ، أو إيجاد شخصيات وهمية يمنحها صفة البطل الديني ، يمكن تصنيع صورة البطل الديني على مواقع التواصل الاجتماعي، بحيث لا يمكن العثور عليه من خلالها.
- يعد القناع الديني نص إعلامي مُدَجّن يعمل داخل منظومة مواقع التواصل الاجتماعي ، ويهدف إلى التضليل المجتمعي في بث المفاهيم الدينية المغلوطة وتوظيفها لصالح جهة معينة.

(2) زاهر المحروقي ، وسائل التواصل والتضليل الإعلامي ، صحيفة عمان الإلكترونية ،

- يؤثر القناع الديني على السلوك المجتمعي الذي يخلفه التدين على حياة الناس ، وما ينتجه من أفكار ومعايير معنوية أو مواقف وقيم ، وهو تأثير استهلاكي يعمل وفق مبدأ الحاجة.
- أعطت معايير النشر والترويج على وسائل التواصل الاجتماعي الحرية المطلقة والمساحة الواسعة للمستخدمين في اجتياز حاجز السرعة ، وحاجز الجغرافيا المكانية والوصول إلى أكبر عدد ممكن من الناس ، وهو ما يمكن أن يسهل ترويج المنشورات المضللة لأكبر عدد من الناس.
- ساعدت نشر المعلومات المغلوطة والأفكار السلبية في طرح المنظور الديني واستخدام القيمة الجنسية في جذب الشباب نحو الوقوع فخ الدعوات المضللة.
- لا يمكن للتعليم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أن يكون مصدرا للثقة المعرفية أو التعليمية.
- يعد الفيس بوك الموقع الأكثر خطورة في الترويج والوصول إلى أعداد هائلة من المستخدمين ، وهو المجال الأكثر جذبا للمستخدمين من خلال النشر والترويج للتضليل الإعلامي واستخدام الأفعنة المختلفة من خلال استعمال الصور أو الاسماء الجاذبة.
- اعتمدت الأفعنة التعليمية في وسائل التواصل الاجتماعية على نمط الاستهداف من خلال صناعة صورة جاذبة لصاحبها ، واسم يحيل إلى كنية العمل ، أو الوظيفة ، أو استخدام الألقاب العلمية.
- تتيح مواقع التواصل الاجتماعي إمكانية التضليل الإعلامي على الجمهور في المحتوى التعليمي من خلال التلاعب بالمعلومات ، أو ادخال وتحوير صيغها ، أو التلاعب بمحتوى النصوص وتزوير المعاني أو المقصود منها.

الاستنتاجات:

يعد النص الديني المفبرك وسيلة للتضليل الإعلامي من خلال استخدام أو توظيف تقنية القناع ، حيث يكون المستخدم محمي بموجب الاستتار خلف قناع التدين الوهمي وما يبثه من أفكار مضللة إلى الناس ، لذا فإن الهدف من التضليل لا يخرج من حيز تحقيق المصالح أو إثارة البلبلة أو الفتنة ، وقد سعى المستخدمون لوسائل التواصل الاجتماعي إلى استغلال تلك المواقع بسهولة وسرع الترويج فيها ، فضلا عن تمنحه من حرية في النشر والتعبير دون قيود أو رقابة ، كما أن القناع أخذ أشكلا أخرى في الوظيفة ، فلم تعد وظيفته الإخفاء أو ستر وحجب المستخدم عن عيون الناس ، بل أخذ حيز الإظهار والإشهار في عمله كقناع للتعليم في شتى أمور الحياة والمعرفة.

التوصيات:

يوصي الباحث:

- بث التوعية الإلكترونية في المدارس ، من خلال متخصصين.
- التدخل الحكومي في بناء منظومة إلكترونية فاعلة تحد من أعمال بث الاخبار المزيفة والتضليل والإعلامي.

المقترحات:

- التوظيف الدرامي للمحتوى البصري المفبرك على وسائل الإعلام .

المصادر العربية:

الكتب:

- خالد محمد غازي ، الصحافة الإلكترونية والتقنية الرقمية.. مفاهيم تأسيسية عربية ، وكالة الصحافة العربية، ناشرون ، القاهرة - مصر .
- كريغ سيلفرمان ، دليل التحقيق من عمليات التضليل والتلاعب الإعلامي - آليات التحقيق على المنصات الرقمية والتحري عن حسابات التواصل الاجتماعي للكشف عن الأنشطة الموجهة وعمليات التلاعب بالمحتوى ، ترجمة: محمد زيدان ، التدقيق اللغوي: سليمان العميرات ، ط1 ، معهد الجزيرة للإعلام، 2020.
- عبد الستار عبد الله صالح ، السحر المضاد : دراسة انثروبولوجية في المكونات الأولى للقناع ، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان - الأردن ، 2014

الرسائل والأطاريح الجامعية.

- مجد نبيل محمود عثمان ، الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية ، رسالة ماجستير ، جامعة البترا ، 2015.
- Tarequl Islam, THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON MUSLIM SOCIETY: FROM ISLAMIC PERSPECTIVE, (2019), International Journal of Social and Humanities Sciences (IJSHS), 3(3), 95

المصادر الأجنبية:

- JOHN REECE1 and SOPHIA XENOS, The uses and abuses of Facebook: A review of Facebook addiction, School of Health Sciences, RMIT University, Melbourne, Victoria, Australia, School of Design and Social Context, RMIT University, Melbourne, Victoria, Australia, 2014.
- RAMI MOHAMMED BAAZEEM, How Religion Influences the Use of Social Media: The Impact of the Online User's Religiosity on Perceived Online Privacy and the Use of Technology in Saudi Arabia, A thesis submitted in partial fulfilment of the requirements of Kingston University London for the Degree of Doctoral Philosophy, August, 2020.
- Manca S., Ranieri M, (2014), Does Facebook provide educational value? An overview of theoretical and empirical advancements of affordances and critical issues, Integrating Social Network Use in Education, Institute for Educational Technology, National Research Council of Italy

الدوريات:

- روبرت فورنو ، الشعوب البدائية ، عالم الفكر ، ع4 ، 1979.
- فريدريك كارل ارنكتون ، الرمز والأسطورة والشعائر في المجتمعات البدائية ، عالم الفكر ، ع4 ، 1979.
- عبد الله شطاح ، الوجه والقناع - قراءة في الراوي والرؤية والروائية - ، مجلة المدونة، مخبرالدراسات الأدبية والنقدية، جامعة البليدة 2 ، العدد الثالث ، مارس 2015.
- ميمي محمد عبد المنعم توفيق ، شبكات التواصل الاجتماعي - النشأة و التأثير -، مجلة كلية التربية ، كلية التربية ، جامعة عين شمس ، العدد الرابع والعشرون ، (الجزء الثاني) ، 2018.

الرقميات:

- حسن يوسف ، القناع بين المقدس والمتخيل ، مجلة علامات ، موقع سعيد بنكراد ، ع21 ، 2004م ، <http://saidbengrad.free.fr/al/n5/3.htm>
- زاهر المحروقي ، وسائل التواصل والتضليل الإعلامي ، صحيفة عمان الإلكترونية ، <https://www.omandaily.om>
- صفحة (الرقية الشرعية) على الفيس بوك على الرابط: <https://www.facebook.com/fouad1ban>
- صفحة (الرقية الشرعية - صحة وتجميل) على الفيس بوك على الرابط: <https://www.facebook.com/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D8%B9%D9%8A%D8%A9-100241574678260>
- صفحة د.محمد أحمد يحيى الحسيني استشاري جراحة المخ و الأعصاب و العمود الفقري على الفيس بوك على الرابط: <https://www.facebook.com/Dr.MYahia>
- عبود عطية ، القناع ، مجلة القافلة الثقافية ، مجلة شهرية إلكترونية ، المملكة العربية السعودية ، <https://qafilah.com/ar/%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%B9>
- A Framework for Detecting and Tracking Religious Abuse in Social Media, International Conference on Computing, Power and Communication Technologies (GUCON), 27-28 September 2019, to IEEE Xplore, New Delhi, India, <https://ieeexplore.ieee.org/document/8940585>
- Youtube catalog, automatic subtitles, <https://support.google.com/youtube/answer/2734796?hl=ar>



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي مركز البحوث النفسية

وحدة الاصدارات والمطبوعات

ملاحظة...

الافكار الواردة في البحوث والدراسات المنشورة تُعبر عن
آراء أصحابها وليس بالضرورة عن رأي المجلة .

المراسلات

توجه جميع المراسلات الى رئيس التحرير على العنوان التالي:

مجلة العلوم النفسية - مركز البحوث النفسية

ص.ب. 47041 جادرية - بغداد - العراق

هـ 07729423220

رقم الإيداع في دار الكتب والوثائق

614 لعام 1994

بغداد - العراق