

التضليل الإعلامي في بث المعلومات

م. د. عبد الحسين كاظم مريخ العطواني

مديرية الإعلام / وزارة الكهرباء

مستخلص البحث

هذا البحث يهدف إلى معرفة التضليل الإعلامي في بث المعلومات التي تقوم بها وسائل الإعلام، وقد توجه الباحث إلى المركز العراقي لحرية الإعلام، احد منظمات المجتمع المدني غير الحكومية، كون هذا المركز لديه نشاط متعدد في مجال الإعلام وفي منأى عن التأثيرات التي تفرضها المؤسسات الإعلامية على العاملين من حيث إتباع سياسة المؤسسة وأجندتها والجهة الممولة لها.

وتحقيقاً لأهداف الدراسة فقد استعمل الباحث المنهج المسحي باعتماد الدراسة الوصفية، إما أداة البحث فهي (الاستبانة)، وقد تم تقسيم البحث إلى أربعة مباحث، خصص المبحث الأول إلى (الإطار المنهجي للبحث) متضمناً مشكلة البحث وتساؤلاته، وأهميته، وأهدافه، ومنهجه وعينته، ومجتمع البحث ومجالاته، وأداته، واختبار أداة الصدق، إما المبحث الثاني فقد تناول التضليل وبفقرات مفصلة للإعلام والتضليل، ومفهوم التضليل، وأهداف التضليل الإعلامي، ووسائل التضليل الإعلامي، وأساليب التضليل الإعلامي، وفي المبحث الثالث جاءت المعلومات بثلاث فقرات: الإعلام والمعلومات، ومفهوم المعلومات، وأنواع المعلومات. أما المبحث الرابع فتناول الدراسة التطبيقية للبحث وبفقرتين خصصت الفقرة الأولى نبذة مختصرة عن معلومات مجتمع البحث، أما الفقرة الثانية فهي لعرض وتحليل النتائج المستحصلة من المبحوثين، وأخيراً خلص الباحث لبعض النتائج أهمها: إن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لا تسير بالاتجاه الصحيح، وتشويه المعلومات بدافع إشغال البلد في الصراعات السياسية، وإن الوسائل الإعلامية الأكثر استخداماً في تضليل المعلومات هي القنوات الفضائية، كما وإن الممارسات التي تركز عليها وسائل الإعلام في تضليل المعلومات هي إثارة النزعات الطائفية، والتضخيم من قدرة زمر داعش الإرهابية.

الكلمات المفتاحية : (التضليل، التضليل الإعلامي، المعلومات، وسائل الإعلام، الأساليب، الإعلام، القنوات الفضائية، الأخبار، الدراسة، البحث، النزعات الطائفية، الوسائل)

Mass Media Communications Misdirecting in Broadcasting Information**Lecturer Dr. Abdulhussein Kadhim Mareekh****Directorate of Information / Ministry of Electricity****Abstract**

The current research aims at identifying Mass Media Communications Misdirecting in Broadcasting Information made by media. The researcher headed for the Iraqi Center of Media Liberty, one of non-governmental civil society organizations, that this center has multiple activities in the field of media and is far away from the effects imposed by the media institutions on employees with respect to the adoption of the institution policy, its agenda and the trends financing it.

To achieve the study goals, the researcher used the survey curriculum by depending on the descriptive study. As to the research instrument, it was (the questionnaire). The research was divided into four sections. The first section was dedicated to (the research methodological framework) including the research problem, questions, significance, aims, method, sample, population, fields, instrument and validity instrument test. As to the second section, it addressed the misdirecting with detailed items for media and misdirecting, the concept of misdirecting, the aims, means and methods of media misdirecting. In the third section, the information came in three items: media and information, the concept and types of information, while the fourth section dealt with the research applied study with two items, the first item was dedicated to an outlined brief on the research population information, while the second item was to display and analyze the results obtained from the respondents, and finally the research arrived some results the most important of which was that the information broadcasted by media, such as satellite channels, were not in the correct direction as well as exposed to manipulation and distortion to occupy the country with political struggles, arouse sectarian conflicts and amplify the ability of ISIS terrorist gangs.

Key words: (Misguided , Mass media communications misdirecting , Information, Means mass media communication means, Methods , Mass media communications , Satellite channels, News , Study , Research , Sectarianism, Means)

مقدمة

تمثل وسائل الإعلام إثراء للمحتوى للمعلومات بما تحويه من مزيج ثري ووافر من النصوص، وملفات أصوت، ولقطات الفيديو، وهذا المحتوى متعدد الوسائط خاصة خلال السنوات الأخيرة عاكسا تعدد الثقافات والمستويات والأذواق .

فقد وفرت وسائل الإعلام بنية معلوماتية للمجتمع من حيث الحوار والنقاش والنقد والتعبير عن دافع الأحداث دون الحاجة إلى الالتقاء على أرض الواقع بما تتميز به من قدرة في دمج مختلف الاتصالات والبيانات بإشكال مختلفة، وإحداث طفرة مذهشة وسريعة من حيث تنوعها وكثرة مصادرها، ومن المفترض بهذه الوسائل الإعلامية أن تضطلع بهذه المهمات الاجتماعية وتحافظ على أصالة المجتمع وتوجهاته وتطلعاته م خلال مصداقية المعلومات التي تبثها وأهميتها بما تؤديه من وظائف كبيرة وخطيرة في المحتوى .

وبما أن التضليل يعد سمة من سمات الإعلام كونها أصبحت أمرا واقعا في المؤسسات الإعلامية عن طريق تقديم بعض الوقائع على غير حقيقتها، ولما لهذه الظاهرة تأثيرها الواضح في تشويه المعلومات، وبالتالي على تغييرا فكار الرأي العام بشكل منحدر أو اقل إنسانية.

لذلك تهدف دراستنا إلى تقديم تحليل الملامح الرئيسية عن التضليل الإعلامي في بث المعلومات واستخدامها في سياق وضع العراق الحالي، ومدى تأثيرها في إمكانية تقديم فاعلية وسائل الإعلام بصورة دقيقة من ناحية وصولها إلى الجمهور، ومدى تكرار ذلك والمغريات الأخرى بهدف التناول والتقويم الموضوعي لدور هذه الوسائل في أحداث عملية التغيير التي شهدتها البلاد والخروج بمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات المهمة في هذا الجانب، وقد استعان الباحث بالمنهج الوصفي للوصول إلى النتائج المتوخاة من البحث، وبذلك جاء هذا البحث مقسما إلى أربعة مباحث وعلى الشكل الآتي :

فقد تناول المبحث الأول الإطار المنهجي للبحث متضمنا : مشكلة البحث وتساؤلاته، وأهمية البحث، وأهداف البحث، ومنهج البحث وعينته ، ومجتمع البحث ومجالاته ، وأداة البحث ، واختيار أداة الصدق، أما المبحث الثاني فيتحدث عن التضليل الإعلامي ليشمل : الإعلام والتضليل، وأهداف التضليل ، ووسائل التضليل ، وأساليب التضليل ، وفي المبحث الثالث تناول الباحث المعلومات بدأ : بالإعلام والمعلومات، ثم مفهوم المعلومات، وأنواع المعلومات، وخصائص المعلومات الجيدة، في حين تناول المبحث الرابع الدراسة الميدانية للبحث، والنتائج التي توصل إليها البحث .

المبحث الأول: الإطار المنهجي للبحث.

أولا: مشكلة البحث وتساؤلاته

أضافت وسائل الإعلام خاصية جديدة وهي الارتقاء بتنوع المعلومات، وأثبتت وجودها بغض النظر عن توجهاتها ، ونوع الأنظمة التي تعمل معها مما زادت من الأهمية التي ساهمت في إحداث تغيير جذري في طريق تواصل الناس في مختلف مناحي الحياة، ولكونها أصبحت ذات بنية متكاملة من حيث الخبرات التي تمتلكها والأساليب التي تتبعها في مجال التأثير بالرأي العام، وبما أن العديد من الملاحظين والمحللين يؤكدون على أن ظاهرة التضليل الإعلامي أصبحت منتشرة بالشكل الذي بدفعنا إلى دراسة هذه الظاهرة ومحاولة التعرف على اثر

التضليل ففي تدفق المعلومات عموماً، والممارسة الإعلامية خصوصاً، وطبيعة العلاقة التي تربطهما، وقدرة هذه العلاقة على الخلط والتشويه تمهيداً لرسم أجندة تكفل تحقيق مصلحة سياسة الوسيلة الإعلامية، فضلاً عن محاولة الإجابة عن التساؤلات الآتية :

١. ماهو مفهوم وأنواع التضليل الإعلامي ؟
٢. ماهي وسائل التضليل الإعلامي ؟
٣. ماهي أهداف التضليل الإعلامي وتأثيراته في المجتمع ؟
٤. ما هي الأساليب التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في تضليل المعلومات ؟

ثانياً : أهمية البحث

تتجلى أهمية البحث في الجوانب الآتية :

١. يستمد البحث أهميته من الموضوع الذي يتناوله، فالإعلام يعد من أبرز سمات عصرنا الحالي، وانطلاقاً من معايينة تغيرات حقيقية في ممارسة العمل الإعلامي والصناعة الإعلامية عموماً .
 ٢. يبرز الجوانب المختلفة التي تعين عمل الإعلام .
 ٣. يوفر معلومات للباحثين والمهتمين بالإعلام، ويمكن أن يمثل نقطة انطلاق نحو أبحاث في هذا المجال .
 ٤. إبراز المفاهيم الحديثة المرتبطة بالموضوع كنموذج للتضليل بالنظر لحدوثها وقلّة المواضيع التي تناولتها .
- فضلاً عن أنها تبحث في تأثير التضليل الإعلامي فالمعلومات المرتبطة في الحياة العامة والأساليب التي تتبعها وسائل الإعلام للتعامل مع هذه الظاهرة، وعن طريقها يمكن معرفة ردود أفعال الناس وتوجهاتهم تجاه التضليل الإعلامي في القضايا المختلفة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، للوصول إلى أهداف محددة عن الغرض من التضليل وأهدافه، وكذلك للتوصل إلى نسب محددة يمكن عن طريقها إعطاء الجماهير مدى خطورة هذه الأساليب .

ثالثاً : أهداف البحث

نسعى عن طريق هذا البحث لتحقيق مجموعة من الأهداف الأساسية التي يمكن ذكرها فيما يأتي :

١. الإحاطة بالمفاهيم المختلفة المرتبطة بالتضليل الإعلامي .
٢. معرفة الوسائل المستعملة في التضليل الإعلامي .
٣. تسليط الضوء على أهداف التضليل الإعلامي ومساوئه على المجتمع.
٤. معرفة الأساليب التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في تضليل المعلومات .

رابعاً : منهج البحث وعينته

نظراً لطبيعة الموضوع الذي يعالجه البحث، فقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي ، لأنه من البحوث الوصفية التي تعتمد على تفسير المعلومات والظواهر ، بالاستعانة بأداة

الاستبانة , للوصول إلى تحديد مختلف المفاهيم لمفهوم التظليل الإعلامي , إما عينة البحث فهي عينة قصدية مسحية على العاملين في المركز العراقي لحرية الإعلام بعينة بلغت (٥٠) فردا من المركز العراقي لحرية الإعلام البالغ عددهم (٧٥٠) فردا .

خامسا : مجتمع البحث ومجالاته

- ١ . الحدود البشرية : تحدد مجتمع البحث بالمركز العراقي لحرية الإعلام .
- ٢ . الحدود المكانية : المقر العام للمركز العراقي لحرية الإعلام في العاصمة بغداد .

سادسا : أداة البحث

استعان الباحث باستمارة (الاستبانة) أداة لجمع المعلومات لأنها من أهم وسائل جمع المعلومات وأكثرها شيوعا في البحوث الوصفية .

سابعا : اختبار أداة الصدق

قام الباحث بعرض (الاستبانة) على مجموعة من الخبراء لغرض بيان مدى صلاحيتها لأهداف البحث ومتطلباته , والذين أشاروا إلى بعض التعديلات على عدد من الأسئلة , وكذلك صياغة عدد آخر منها لتكون أكثر دقة ومعبرة عن مجتمع البحث^١

التظليل

أولا : الإعلام والتظليل

لابد من التوضيح أن تأثير وسائل الإعلام على الجمهور لا يكون تابعا مباشرا ومتوافقا مع المتصل, أو مضمون الاتصال, وذلك أن المواقف المسبقة للقارئ أو المستمع, لها صلتها العميقة بالموقف ويمكن أن تعمل أو تقف حاجزا أو تعطل التأثير المقصود وان تقوم بأحداث تأثير مدمر(١) .

فعملية الاتصال تتكون من شقين أساسيين هما : إرسال المعلومات, واستقبال المعلومات, ففيما يخص إرسال المعلومات فتتم بإحدى الطريقتين أو كليهما معا وكما يأتي(٢):

• الطريقة الشفهية : وتصلح عادة للمواقف التي تتطلب المواجهة المباشرة بين المرسل والمستقبل وتعد هذه الطريقة هي الأفضل لإرسال المعلومات إلى الآخر وذلك للأسباب الآتية :

- ١ . إنها تشعر الفرد المرسل إليه بأهميته الذاتية .
- ٢ . إنها تتيح الفرصة للمرسل لكي يتأكد من استيعاب وفهم المرسل إليه للمعلومات .
- ٣ . إنها أسرع وسائل الاتصال .

*١ . أ.م. د. رشيد حسين عكله

قسم العلاقات العامة - كلية الإعلام - جامعة بغداد

٢ . م . د . صباح أنور

قسم العلاقات العامة - كلية الإعلام - الجامعة العراقية

٣ . م . د . عبد الستار حميد

قسم الإعلام - كلية الآداب - جامعة الانبار

٤ . م . د . علي عبد الهادي

قسم العلاقات العامة - كلية الإعلام - الجامعة العراقية

٥ . م . د . مرتضى نوري

مديرية البحوث والتطوير - وزارة الداخلية

• الطريقة الكتابية : على الرغم من مزايا الطريقة الشفاهية في الاتصالات, إلا أن ذلك لا يقلل من أهمية الطريقة الكتابية , أو يغني عنها, إذ تستخدم فاعلية في حال كبر عدد المرسل إليهم وعلى المستويات كافة, ومن ثم فإن الحاجة إلى الطريقة الكتابية تصبح ضرورية .
إما فيما يخص استقبال المعلومات, فيتم باستخدام الحواس المختلفة لاسيما الرؤية, و السمع, أو كليهما, والواقع أن فاعلية الاتصال بشقيها تتوقف على عوامل أساسية هي^(٣):
١ . الإرسال الدقيق للمعلومات .

٢ . الفهم الدقيق للمعلومات المرسلة من جانب المرسل إليه

٣ . قبول المرسل إليه المعلومات المرسلة له من جانب المرسل .

فالإعلام عندما يقوم بتقديم المعلومات والحقائق يرى إلى نشر الوعي والثقافة بين الجماهير, ويرى إلى تهيئة المجتمع للاستجابة للتغيير الاجتماعي (وانه يرمي إلى اليقظة والنمو والتكيف الحضاري), كما أن مفهوم الإعلام قام على أساس الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية والارتقاء بمستوى الرأي العام وتنويره وتثقيفه لا تحذيره وخداعه, إذن فهو الإدلاء بالمعلومات الخاصة بالوقائع والإحداث التي تتم داخل المجتمع وخارجه, وكذلك تحديد اتجاهات القوة الفاعلة والعلاقات بها ثم تسهيل مليّة التحديث والتقديم عن طريق التعرف على المستجدات في التجارب الأخرى(٤) .

فإذا كانت وسائل الإعلام ذات مهمة أساسية تتلخص في إنتاج ونقل ونشر الأفكار والمعلومات, فإن السيطرة عليها تقتصر بالسيطرة على تدفق المعلومات وتداولها, ونشر الأفكار والحوار حولها, ولكي تقوم بذلك فإنها تستتر في أحيان كثيرة تحت مظلة الخصوصية الثقافية, وحماية الثقافة الوطنية والقيم السائدة والتراث, وهذه المبالغة أدت وتؤدي إلى خلق نمط من أنماط الرسائل الإعلامية التي تنظر إلى العالم بعين واحدة هي عين الرقيب أو عين المغربل (Gate Keeper) , وتحاول أن تفضل مقاييس معينة لما ينشر أو لا ينشر, أو يذاع أو لا يذاع, وتلعب الفضائيات أدوارا متشابهة وان كانت متقاربة في ذلك(٥) .

فالإعلام يجب أن يتسم بالصدق والدقة والصراحة وعرض الحقائق الثابتة والإخبار الصحيحة بدون تحريف بعده البث المسموع أو المرئي أو المكتوب للإحداث الواقعية, بعكس بعض إشكال الاتصال الأخرى التي لا تتوخى هذه الجوانب(٦) .

ولذلك فان عملية ممارسة التضليل الإعلامي أصبحت سمة من سمات الإعلام, وهي ليست تهمة بل أمر واقع له مبرراته العملية, فكلية إعلام أو إعلان تفترض في اولى تعريفاتها الإخبار والتحليل ونقل الواقع بحسب منطلقات الإعلامي, فما هو الصواب بالنسبة له, تحمل جرعات من الايدولوجيا أو المنطلقات الفكرية الخاصة إذا ما أردنا تبسيط المعنى, إذن التضليل وتقديم الواقع على غير حقيقته هي أمور نسبية تختلف معاييرها بين مؤسسة إعلامية وأخرى, أو بين إعلامي وأخر(٧).

إن نشر الإخبار والمعلومات بصدق وأمانة وعدالة وموضوعية, وعدم الإساءة إلى الآخرين يعد من أهم حقوق الجماهير, إلا أن الحروب النفسية التي يصنعها المتحكمين في لعبة صناعة الإخبار لتوجيه الرأي العام وباستخدام التكنولوجيا الحديثة تجعل الشعوب ضحية لموجة من الاخادييع والأضاليل, وبالتالي خطورتها على امن المجتمع وسلامته عن طريق عدم

تقييد الإعلام بضوابط العملية الإعلامية. ومن هنا فنقدم في هذا البحث مساحة واسعة من القرائن والمعلومات التي تبين ممارسة ظاهرة التضليل في بث المعلومات بدأ بماهية التضليل الإعلامي وانعكاساته على الرأي العام .

ثانياً : مفهوم التضليل

يأتي التضليل في اللغة من الفعل (ضل) الشئ ضاع وهلك، ورجل (ضليل) و (مضلل) أي ضال جدار، و(الضلال) ضد الرشاد(٨) ، ويعتقد البعض أن مفهوم التضليل بشكل عام هو الكذب، وإن الكذب هو عكس الحقيقة، إلا أن مفهوم التضليل لكي يحقق مغزاه لا يجب أن يكون عكس الحقيقة لكنه يجب أن يحتوي على جزء من الحقيقة لكي يخفي معالم التضليل ويستتكر وجوده(٩). والتضليل خلق واقع مزيف ومغلوطة ومقنع بما فيه الكفاية، وذلك بهدف إيقاع الخصم في الخطأ بينما هو يفكر بشكل صحيح(١٠).

ويعرف الباحث الفرنسي (فرانسو جيريه) التضليل الإعلامي بأنه: 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 المواطنين العاديين، كما يجعل من وسائل الإعلام أداة لنشر وتعميم الرسالة التضليلية باتجاه الرأي العام(١١).

فالتضليل تصب غايته على صرف الانتباه عن عنصر الحقيقة في موضوع معين أو إخفائها عن الجمهور المستقبل ووسائله هي التلوين والرمز أو التقييم أو الاجتزاء في نقل المعلومات عن الحدث وعن سياسة معينة في ظرف زمني محدد، وغالباً ما تبرز الحاجة إليه أحيان الأزمات السياسية وفي أوقات الحروب الداخلية أو الدولية ، ومن أمثلة ذلك ما تصدره الدول من بيانات سياسية لوسائل الإعلام والرأي العام من أحداث داخلية، أو مواقف معينة بصورة مغايرة للحقيقة وما يخدم مصلحة الدولة المعنية، ومثلها أيضاً البيانات العسكرية بين الدول المتحاربة من احتلال مواقع عسكرية . أو تحقيق انتصارات ميدانية غير حقيقتها(١٢).

وهذا ما يؤكد انه من الممكن ترك الدال وحذف المدلول، وبالتالي الفصل بينهما، ما يعطي تشويهاً مفبركاً للعملية قد تتعدد التأويلات وتفقد الدلالة الرمزية قيمتها حينها، وتقع المشاهد بين الحقيقة الخفية المفقودة وبين الوضعية المزيفة غير الدالة، وفي تكرار العملية تزداد يقيننا، إن هذا الزيف أصبح واقعاً وحقيقة في نفسه وبنفسه، وصار الرمز هنا هو الواقع وبذاتية المرجعية(١٣).

لذلك فأن التضليل يعد من أخطر إشكالات الهيمنة الإعلامية، هي الإشكالات التي تبدو غير مرئية، وتعتبر عن نفسها غالباً بأشكال من التضليل الإيديولوجي المبطن التي تتقنها فئة اجتماعية واحدة، هي فئة المثقفين الانتهازيين الذين لا يقولون لأحد أنهم متواطئون مع أي جهة من أجل منافع مادية صغيرة، أو كثيرة بل بسبب الوقائع وموازين القوى(١٤).

والتضليل يعنى تزويد وسائل الإعلام بمعلومات كاذبة لا تخلو من مزج واضح بين الواقع وتفسيرها بشكل مقصود مخلطة بالكاذب كي لا يفاجئ المتلقي عند تلقيه التذويب، فلا يعد بإمكانه معرفة الحقيقة من التضليل، ولم ينتقل المصطلح إلى اللغة الإنكليزية (Disinformation) إلا في الستينيات ليشير إلى (التسرب المقصود للمعلومات المضللة)(١٥) .

فإذا كانت وسائل الإعلام لاسيما القنوات الفضائية وفرت للإنسان مناخا فيه درجة عالية من التنوع وشبه الليبرالية، لكن في المقابل شكك آخرون بما تقدمه هذه القنوات، فهناك وسائل إعلام لا يعرف الجمهور نصفها على الأقل لكثرتها، كما أن هذه الكثرة لا تقدم إلا القليل من الإعلام في تأثيره الداخلي، وتغيب بصورة مطلقة على الصعيد الخارجي رغم الجلية التي تتسبب بها والتي يسميها البعض صخبا يؤدي إلى صراع يجب ألا يستمر دون علاج (١٦).

لذلك ومما تقدم يمكن أن يعرف الباحث (التضليل) بالآتي: هو عملية مدروسة ومعدة مسبقا لاختيار بعض المعلومات التي تناسب غرض المتصل من بين مجموعة من الوقائع والإحداث المثيرة للجدل بحيث يوازن الأمور بين استخدام الكذب في تثبيت بعض الأفكار غير السليمة التي لا يمكن أن تلقى القبول باستخدام الصدق.

ثالثا: أهداف التضليل الإعلامي

هناك العديد من الأهداف التي يسعى إليها القائمون على عملية التضليل الإعلامي، منها التعقيم على الإخبار الحقيقية، أو حجب المعلومات عن العدو وتضليله عن طريق مجموعة من الإخبار، 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 لإحداث تغييرات في سلوك آلاف الأفراد والجماعات (١٧).

بينما يورد (شيلدر) أهداف التضليل الإعلامي على النحو الآتي^(٨):

١. السلبية : وهي السلبية الفردية والتي تتحول بالجمع إلى سلبية جماعية، تجعل أمر قيادة العقول أسهل بكثير من قيادة جماعات ايجابية وربما يمكن الاستغناء عن التضليل الإعلامي إذا وصل الرأي العام إلى السلبية التامة .
٢. 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 .
٣. إرساء القيم الاستهلاكية لخدمة مصالح القوى الاستثمارية لتلبية احتياجات رؤوس الأموال حتى وان تعارض مع المصلحة العامة .
٤. تقرير وتبرير وتعزيز الوضع الراهن : مما يضمن إظهار الأنظمة بأنها تبذل قصارى جهودها ولا يوجد من يدنو من الجهد المبذول .

رابعا : وسائل التضليل الإعلامي

يستعمل القائمون على التضليل الإعلامي عدد من الوسائل للوصول إلى أهدافهم المحددة للتضليل، كما أن الوسائل التي يتضمنها هذا التقسيم بعضها من أقدم الوسائل وأكثرها استخداما خلال مراحل الأزمات ومراحل الصراع، مع تغطيتها لمساحات شاسعة،^(٩).

١. الصحافة : تلعب دورا هاما في عملية التضليل عن طريق الإخبار والنشرات والتحقيقات الصحفية .
٢. الوسائل الحية المسموعة والمرئية (القنوات الفضائية) كونها تعد أكثر الوسائل فعالة في عملية التضليل لتغيير الاتجاهات، وتشويه الحقائق لسعة انتشارها .

٣. الانترنت من خلال الرسائل المصورة .
٤. وسائل التواصل الاجتماعي (الفيس بوك , وتويتر) .
٥. الكتيبات والمنشورات .
٦. الإذاعات الداخلية , والخارجية الموجهة .
٧. المؤتمرات , والندوات , والاجتماعات , واللقاءات , والدعوات الخاصة .

خامسا: أساليب التضليل الإعلامي :

هناك العديد من الأساليب المستخدمة في التضليل الإعلامي باستخدام وسائل الإعلام المتاحة المعلننة والسرية ووسائل الاتصال للتأثير على أمتلقي وسنمين أهمها :

١. التخويف : والغرض منها التلاعب بمشاعر الجماهير بالتلويح باستخدام القوة حول أمر ما ليث الرعب والخوف والكرهية وبالتالي اختيار الإيحاءات الاجتماعية التي تثير الاستجابة المرغوبة .
٢. البساطة : قد يتصف التضليل بأبسط قدر من البساطة في صياغة الرسالة الاتصالية, وفي الهدف المطلوب لان التعقيد في صياغة الرسالة يولد الملل بل يؤدي ذلك إلى إثارة سلبية (٢٠).
٣. التكرار : من الثوابت الإعلامية أن التكرار لعبارة ما بشكل كاف سوف يجعل الجمهور يتقبلها مع مرور الوقت, والأمثلة كثيرة وخصوصا باستخدام تكرار الشعارات السياسية (٢١).
٤. الكذب الصريح : استخدام الكذب واختلاق الكذبات الكبيرة, ومن أمثلتها المبالغة في تصوير القوة العراقية وتضخيم المعلومات عنها قبل حرب العراق مع دول التحالف ١٩٩٠ (٢٢).
٥. استئثار الفضول : بتقديم معلومات غير مطابقة لتوقعات المتلقين, ومن ثم تشجيعهم على التوفيق مع هدف التضليل كالفكاهة والاستعارات البلاغية (٢٣)
٦. إغراق وسائل الإعلام بأكثر الأخبار تناقضا بحيث 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 (٢٤).

كما يستعمل التضليل الإعلامي أساليب أخرى ضد الجمهور لتحقيق الغرض المرجو

كالخداع , والإشاعة والتشويش , وإخفاء الحقائق والمعلومات , واختلاق وقائع مسرحية. ومن ثم فإن الصورة الصادقة لا يستطيع أن ينقلها ضمير متعدد الولاءات, والحقيقة الساطعة لا يستطيع أن يؤمن بها فكر متعدد الانتماءات, والرأي الحر لا يستطيع أن تعبر عنه إرادة متعددة التوجهات, والهوية المتميزة لا يستطيع أن تلتقي مع ثقافة متعددة الخيارات أو متعددة الروافد (٢٥).

المعلومات

أولا: الإعلام والمعلومات

الإعلام ناقل للمعلومات من طرف إلى طرف آخر إذ لا إعلام بدون نقل معلومات, والإعلام هنا يلتقي بالتعليم, وإذا كان التعليم ذا أهمية بالغة في كافة حقول المعرفة فالإعلام كذلك, فالإعلام الحديث عملية تعليمية بما ينقله من معلومات وهذا شرط أساس, كما أن الإعلام

الحديث مطالب بالتثقيف والتوعية ويتطلب هنا توافر المعلومات (٢٦).

والمعلومات تتنوع تنوعا كثيرا في طريقة نقلها إلى المتلقي، فمنها المقروء في الكتب والصحف، ومنها المسموعة كما في الإذاعة، ومنها المرئية مثل التلفزيون، ومنها المباشر كالمسرح والندوات والمحاضرات واللقاءات المباشرة، ونظرا لتنوع هذه الوسائل، فإن المعلومات المستخدمة لا بد وان تتفق وطبيعة الوسيلة حتى يمكن تحقيق لهدف المرجو من المعلومة وتأثيرها في المستقبلين (٢٧).

كما أن وسائل الإعلام تقوم بتنمية الحواس في الإنسان فهي تساعد الأفراد على أن يروا ويسمعوا الأشياء على مدى ابعده مما توفره لهم عيونهم وآذانهم، بل أنها وهي تفعل ذلك إنما تزيد أحاسيس الإنسان بالناس من حوله ومن ثم تزيد التفاهم البشري (٢٨).

ولان الارتقاء بالعملية الإعلامية مطلب مرتبط أولا وأخيرا بالصحافي الإعلامي، فإن الأمل معقود على وعيه بالإخطار الناجمة من محاولات احتوائه من طرف قوى الداخل، فالصحافي ضمير الشعب وعينه، وهو وكيل لمجتمعه، وممثل له في السلطة الرابعة، وقد أصبح الصحافي مستهدفا من قبل جهات تريد إخضاعه لها بمختلف الأساليب، كما مستهدف من القوى الخارجية التي تريد أن توجه لخدمة أغراضها (٢٩).

لذلك فإن وسائل الإعلام أدوات فعالة وهي تضع بين أيدينا سلطة هائلة لنفعل لمجتمعنا، ويرى (ولير شرام) إن بإمكانها أن تساعدنا على رفع مستواه، أو الخفض من شأنه، كما يمكنها أن تجعلنا نشارك في التعليم أو المعلومات المفيدة، أو العزوف عن الإقبال عن مثل هذا التقدم، ولكن لا يمكن لوسائل الإعلام القيام وحدها بهذه المهمة، مثل آلات الطباعة، وأدوات التوصيل الحسية، وفي مقدورنا استعمالها كيفما شأنا، ولذلك يقع على عاتقنا أن نفكر بتمعن كيف نستعملها وما هو الهدف من استعمالها (٣٠).

ثانيا : مفهوم المعلومات

يوجد خلط بين مصطلحي (الإعلام) و (المعلومات) على الرغم من الفارق بينهما باعتبار (المعلومات) المادة الخام للإعلام، بينما (الإعلام) عملية تتضمن مجموعة أوجه النشاط من بينها نشاط نقل المعلومات وتداولها، (فيعرف سمير حسين) الإعلام : (بأنه كافة أوجه النشاط الاتصالية تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والإخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا والمعلومات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف، بما يؤدي إلى خلق اكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك، والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة عن هذه القضايا والموضوعات، وبما يسهم في تزوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة) (٣١).

أما مفهوم المعلومات فيعرف قاموس (المنجد) لفظ المعلومات بأنه كل ما يعرفه الإنسان عن قضية أو حادث، ويعرفه معجم (لاورس) بأنه الإخبار أو التحقيقات، أو كل شيء ما يؤدي إلى كشف الحقائق وإيضاح الأمور، ويرى (لانكاستر) إن المعلومات شيء غير محدد المعالم، فلا يمكن رؤيتها أو سماعها أو الإحساس بها ونحن نحاط علما بموضوع ما، إذا ما تغيرت حالتنا المعرفية بشكل ما، ويرى كذلك أن المعلومات هي ذلك الشيء الذي يغير الحالة المعرفية

للشخص في موضوع ما، ويرى (بروكس) إن المعلومات هي التي تعدل أو تغير من البناء المعرفي بأي طريقة من الطرق (٣٢).

لذلك فإن الباحث يرى أن المعلومات هي ظاهرة اجتماعية تشكل قيمة عالية لاسيما في عصر التكنولوجيا الذي تتعدد فيه وسائل الاتصال ومصادر المعلومات، وتباين اتجاهات وسياسية بعضها عن البعض، وبالتالي حاجة الإنسان إلى مدى مصداقية المعلومات التي تبثها هذه الوسائل وانعكاساتها على تغيير سلوك الرأي العام .

ومن هنا يلاحظ أن قوة نظم الرسائل الإعلامية تركز بسيطرتها على المعلومات التي يعتمد عليها الأفراد والمجتمعات والمنظمات لتحقيق أهدافهم، ودرجة الاعتماد هذه تحدد كيف توفر وسائل الإعلام سواء كانت هذه التأثيرات على السلوك أم المعتقدات (٣٣).

وكلمة (معلومات) هي إحدى المشتقات الكثيرة التي تنتهي إلى الفعل (علم) وهو من العلم بالشيء، كما أنها جمع المفردة (معلومة) وقد تعددت تعريفات المعلومات، لكن الدراسات المعلوماتية وضعت تفسيرات متنوعة للمعلومات (٣٤):

١. الشيء الذي لم يعرفه الفرد من قبل .
٢. الشيء الذي يؤثر فيما يعرفه الفرد من قبل .
٣. الشيء المفيد بطريقة ما للشخص المتلقي له .
٤. الشيء المستخدم في صنع القرار .
٥. الشيء الذي يقلل من الشك .
٦. الشيء الذي يقدم أكثر مما هو مبين .
٧. الشيء الذي يغير من اعتقاد أو توقع الشخص المتلقي له .

إن الشيء الذي لم يكن الشخص يعرفه، ثم وصله فتعرف عليه فأضافه إلى رصيده الفكري هو ما يوصف بالمعلومات، فالمعلومات تصلنا من مصادر متعددة مثل الملاحظة، والقراءة، والسمع، والبصر، والتذوق، والشم، واللمس وغيرها .

وتعرف (المعلومات) بأنها بيانات تم تصنيفها وتنظيمها بشكل يسمح باستخدامها والاستفادة منها أي أنها بيانات معالجة (٣٥).

وتعرف الموسوعة البريطانية (المعلومات) بأنها الحقائق والأفكار التي تتبادلها الناس في حياتهم العامة، ويكون ذلك التبادل عادة عبر وسائل الاتصال المختلفة، وعبر مراكز ونظم المعلومات المختلفة في المجتمع (٣٦). كما تعرف (المعلومات) على أنها مجموعة من البيانات المنظمة والمتسقة بطريقة توليفية مناسبة، بحيث تعطي معنى خاص، وتركيبية متجانسة من الأفكار والمفاهيم، تمكن الإنسان من الاستفادة منها في الوصول إلى المعرفة واكتشافها (٣٧).

ومن خلال ما ورد من تعريفات (للمعلومات) يمكن أن نعرف المعلومات : بأنها مجموعة من الأفكار والآراء والمبتكرات التي يحصل عليها الإنسان عن طريق مختلف الوسائل المتاحة والمصادر المتعددة، في الجوانب التي لها مساس في حياته، كالتعليمية، والاجتماعية،

والاقتصادية، والثقافية، والتاريخية، والعقائدية، والوقائع والإحداث الآنية، والتي بمجموعها تشكل منطلقات وتوجهات الفرد المعرفية.

ثالثاً : أنواع المعلومات

هناك أنواع من المعلومات حيث يمكن تصنيفها وفق عدة معايير وكما يأتي :

١. تصنيف المعلومات حسب مجالات استخدامها^(٨٣) :
 - معلومات تخطيطية : وهي المعلومات التي تركز عليها عمليات التخطيط، ويتطلب الأمر أن تكون المعلومات وافية ودقيقة ومناسبة لكي تتم عملية التخطيط بنجاح .
 - معلومات انجازية . وهي المعلومات التي يعتمد عليها في انجاز الأعمال والمروعات والتي يجب أن تتوفر بالموصفات المطلوبة وفي الوقت المناسب .
 - معلومات تعليمية : وتعد تلك المعلومات أساس العملية التعليمية وهي مهمة في التحصيل العلمي وزيادة المعارف .
 - معلومات بحثية : وهي المعلومات التي يحتاجها الباحثون بمختلف اتجاهاتهم وتخصصاتهم الموضوعية في انجاز أبحاثهم .
 - معلومات إنمائية : وهي المعلومات التي يحتاجها الفرد بغرض تنمية حصيلته العلمية والثقافية بما ينعكس إيجاباً على أدائه في عمله، فالمعلومات تعد أساسية لتطور ونماء المجتمعات وازدهارها .
 - معلومات صناعية وتجارية : وهي معلومات تحتاجها المؤسسات الصناعية والتجارية لتطوير منتجاتها وتحسين أدائها وقدراتها التنافسية في السوق لضمان استمراريتها فيه.

٢. تصنيف المعلومات حسب مصادرها الرسمية وغير الرسمية^(٣٩) :

أ. معلومات رسمية : تعدد المعلومات الرسمية المنتج الأول لتنظيم المعلومات الجيدة وهي

تشتمل على عدة أنواع من المعلومات منها :

- الاحتياجات الرقابية
 - التشريعات الحكومية . الإجراءات المحاسبية .
 - المتطلبات الثانوية .
 - الميزانيات للمؤسسة .
 - عمليات اتخاذ القرارات .
 - المتطلبات التخطيطية .
- ب. معلومات غير رسمية : وتشمل الآراء والأفكار والخبرات الشخصية وغيرها من المعلومات التي لا تستند لجهة رسمية، وقد تتكامل مع المعلومات الرسمية، كما قد تستخدم كبديل لها في حالة عدم توافر الأخيرة، وتوقف قيمة المعلومات غير الرسمية على الاستفادة منها .

٣ . تصنيف المعلومات حسب طبيعة المعلومات نفسها (٤٠) :

- معلومات تاريخية: وهي معلومات يتم تجميعها عبر الزمن وتتعلق بفترات زمنية سابقة.
- معلومات علمية: وهي المعلومات التي تخضع إلى اختبارات وتجارب قبل تعميمها حول الموضوع التي تتعلق به .
- معلومات أدبية: وهي المعلومات التي تعكس اتجاهات وأراء وأفكار الأشخاص الذين قاموا بإعدادها.
- معلومات تقنية: وهي المعلومات التي توضح كيفية أداء وانجاز وتنفيذ الأمور الفنية والإعمال المتخصصة .
- معلومات وظيفية: وهي المعلومات التي تتعلق بأي من المجالات العامة مثل المعلومات السياسية والاقتصادية والثقافية .. الخ .
- معلومات إدارية: وهي المعلومات التي تتعلق بكافة مجالات وأنشطة ووظائف المؤسسات.

ثالثاً : خصائص المعلومات الجيدة

حتى نقول عن المعلومات أنها ذات جودة يجب أن تتوفر فيها مجموعة من الخصائص نذكرها فيما يأتي^(١٤) :

- ١ . الدقة: وهي أن تكون المعلومات محددة وخالية من الأخطاء ومستندة إلى حقائق .
- ٢ . الملائمة: وهي أن تكون المعلومات مناسبة لحجم وطبيعة الاستخدام دون زيادة أو نقص أو خروج من الموضوع .
- ٣ . الوضوح: وهي أن تكون المعلومات بسيطة ومفهومة وغير معقدة أو غامضة، وتكون سهلة الفهم والتطبيق .
- ٤ . الشمول: وهي أن تعطي المعلومات جميع جوانب الموضوع الذي خصصت له وجمعت من أجله .
- ٥ . التوقيت: وهي أن تتوفر المعلومات وتصل إلى الجهة التي تطلبها في التوقيت السليم والمناسب وبالسرعة الممكنة .
- ٦ . المرونة: وهي قدرة المعلومات على تلبية احتياجات المستخدم ورغباته، وان تخدم أكثر غرض في نفس الوقت.
- ٧ . التكلفة: وهي أن لا تزيد تكلفة الحصول على المعلومات عن العائد المتوقع على استخدامها.
- ٨ . الموضوعية: حيث يجب أن لا تميل المعلومات إلى جهة معينة أو تنحاز إلى رأي معين، أو تخلط فيها الأهواء الشخصية .
- ٩ . القابلية للقياس: وتعني هذه الخاصية إمكانية القياس الكمي للمعلومات .

وأخيراً نقول بأن موضوع التضليل الإعلامي في بث المعلومات يكتسب أهمية فائقة في وقتنا الحالي نظراً لتيسر الوسائل الإعلامية المروجة له في وقت تتكالب فيه قوى الإرهاب المتمثلة بزمر داعش الإرهابية على البلاد ومحاولته إضعافه عن طريق إضعاف ثقة أبناءه

بنفسها , وإشغالهم بموضوعات بعيدة ومختلفة عن القضايا والإحداث الأساسية التي تهم مستقبل وسيادة البلد, والتركيز على تأجيج الفتن الطائفية بين مكونات الشعب العراقي بتقديم صورة مضللة إلى الشعب, وبأساليب جذابة وبمختلف الوسائل الإعلامية بالإضافة إلى الشبكة العنكبوتية وتفرعات استخداماتها , وبالتالي تشويش أذهان الرأي العام لكي يختلط الحق بالباطل ويصعب الفصل بينهما وتجعل من الفرد صعوبة فهمها أو تحليلها أو تصنيفها وفرزها , لذلك يتطلب مواجهة هذه الاكاذيب الهدامة لقيم المجتمع وطموحاته ومواجهته المصيرية ضد أعداءه بتكثيف الجهود الإعلامية الوطنية لتصب في توجيه موحد مدفوع نحو مواجهة التضليل الذي هدفه الأول والأخير هو الإضرار بمصالح الشعب بعده المستهدف من العملية التضليلية .

الإطار الميداني

أولاً: نبذة مختصرة عن مجتمع البحث (المركز العراقي لحرية الإعلام) :

١. المركز العراقي لحرية الإعلام هو إحدى منظمات المجتمع المدني غير الحكومية المسجلة لدى الأمانة العامة لمجلس الوزراء - دائرة المنظمات غير الحكومية رقم التسجيل (١٧٥٧٩٢) (مصنفة مؤسسة إعلامية), كما مسجل أيضاً لدى: محافظة بغداد - لجنة المنظمات غير الحكومية, وزارة الشباب - دائرة المنظمات غير الحكومية, وزارة حقوق الإنسان, وزارة الثقافة - دائرة العلاقات الخارجية, وزارة العمل والشؤون الاجتماعية, اتحاد الصحفيين العراقيين.
٢. تاريخ تأسيس المركز ٩ / ١٢ / ٢٠١٢ .
٣. موقع المركز (المقر العام) العراق - بغداد - حي القاهرة - قرب جامعة الإمام جعفر الصادق .
٤. رئيس المركز (المستشار الإعلامي حيدر عباس طاهر) , ونائب رئيس المركز (المستشار القانوني ضياء محسن طاهر) .
٥. عدد أعضاء المركز (٧٥٠) عضواً .
٦. يعنى المركز برفد المجتمع ببرامج مهنية تطويرية , استطاع من تنفيذ عدد من البرامج التطويرية المتنوعة في مجال الإعلام حيث وصل عدد المتخرجين من الدورات التي أقامها المركز إلى (١٥٠٠) متدرب وفي الاختصاصات :
 - إعداد ناشطي حقوق الإنسان الدوليين وحرية التعبير .
 - إعداد مستشاري الإعلام .
 - إعداد المدربين (TOT Training Of Trainer)
 - إعداد مستشاري التحليل السياسي .
 - إعداد المبرمجين وإدارة المواقع الالكترونية والوكالات .
 - بالإضافة إلى الدورات التخصصية المهنية منها (كتابة الخبر الصحفي - التقرير الخبري - كتابة التحقيق وكتابة المقال الصحفي - إعداد المراسل الصحفي والمراسل الحربي) .

ثانياً: عرض وتحليل النتائج المستحصلة من المبحوثين

سنتناول في هذا المبحث عرض النتائج المستحصلة الأساسية التي جاءت بها الاستبانة، فقد تم عرض التكرارات الملاحظة لاستجابات المبحوثين بحسب المستويات المعتمدة لكل فقرة ونسبها الرئيسية والمتغيرات الفرعية لفقرات الفحص التي أجابوا عنها وبما يتلاءم وأهداف لبث.

جدول (١) يوضح جنس المبحوثين

النسبة	العدد	الجنس
60%	30	ذكر
40%	20	أنثى
100%	50	المجموع

يتضح من الجدول (١) إن الذكور بلغ تكرارها (٣٠) مبحوثاً وبنسبة (٦٠٪)، أما الإناث فقد بلغ تكرارها (٢٠) مبحوثاً وبنسبة (٤٠٪)، لذلك تشير المبحوثين هم من جنس الذكور باختلاف تخصصاتهم العلمية.

جدول (٢) يوضح الفئات العمرية للمبحوثين

النسبة	العدد	الفئة العمرية
24%	12	20-29
34%	17	30-39
24%	12	40-49
16%	8	50-59
2%	1	60
100%	50	المجموع

يتضح من الجدول (٢) إن عينة البحث توزعت على خمس فئات عمرية تبدأ بالفئة (٢٠-٢٩)، وتنتهي بالفئة (٦٠)، كما يتضح إن الفئة العمرية (٢٩-٣٠) كانت أعلى نسبة للمبحوثين، إذ أشار إليها (١٧) مبحوثاً وبنسبة (٣٤٪) وتعد هذه الفئات شبابية أو قريبة منها. ثم تلتها الفئتين العمريتين (٢٠-٢٩)، و(٤٠-٤٩) بالمرتبة الثانية إذ أشار إلى كل منهما (١٢) مبحوثاً وبنسبة (٢٤٪)، وفي المرتبة الثالثة جاءت الفئة العمرية (٥٠-٥٩) إذ أشار إليها (٨) مبحوثين وبنسبة (١٦٪)، وفي المرتبة الأخيرة فئة (٦٠) أشار إليها (١) مبحوث واحد وبنسبة (٢٪). ولذلك نستنتج بان عينة البحث اغلب أعمارهم تشير إلى الفئات الشبابية والمتوسطة.

جدول (٣) يبين المستوى التعليمي للمبحوثين

النسبة	العدد	المستوى التعليمي	ت
6%	3	ابتدائية	1
10%	5	متوسطة	2
24%	12	إعدادية	3
8%	4	دبلوم	4
52%	26	بكالوريوس	5
-	-	دبلوم عال	6
-	-	ماجستير	7
-	-	دكتوراه	8
100%	50	المجموع	

يتضح من الجدول (٣) إن المستوى التعليمي بحسب التسلسل الهرمي للتكرار الملاحظ كما يلي: إذ أشار (٢٦) مبحوثاً وبنسبة (٥٢٪) (بكالوريوس) ليحتل التسلسل الهرمي الأول، تلتها (إعدادي) إذ أشار إليها (١٢) مبحوثاً وبنسبة (٢٤٪)، ثم جاءت بالمرتبة الثالثة (متوسطة) إذ أشار إليها (٥) مبحوثاً وبنسبة (١٠٪)، وفي المرتبة الرابعة (دبلوم) إذ أشار إليها (٤) مبحوثين وبنسبة (٦٪)، وفي المرتبة الخامسة والأخيرة (ابتدائية) إذ أشار إليها (٣) مبحوثين وبنسبة (٦٪). وعليه بان النسبة الأكثر من عينة البحث يحملون شهادات جامعية، وهذا ينعكس إيجابياً على مستوى تطور عينة البحث.

جدول (٤) يوضح استجابات المبحوثين للسؤال هل تعتقد أن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام تسيير بالاتجاه الصحيح؟

الاستجابات	العدد	النسبة
نعم	9	18%
لا	36	72%
لا اعرف	5	10%
المجموع	50	100%

وعن رأي المبحوثين بالمعلومات التي تبثها وسائل الإعلام هل تسيير بالاتجاه الصحيح فقد أظهرت النتائج أن أعلى نسبة لاستجابة للمبحوثين جاءت (بالرفض) وواقع (٧٢٪)، وتلتها استجابة (التأييد) وبنسبة (١٨٪)، أما استجابة (لا اعرف) فقد شكلت نسبة (١٠٪) وكما موضح في الجدول (٤) وسنشير إلى الأسباب التي جعلت أغلب العينة ترفض بان المعلومات التي تبثها الوسائل لا تسيير بالاتجاه الصحيح في السؤال (٦).

جدول (٥) يوضح استجابات المبحوثين على دوافع وسائل الإعلام بعدم بثها المعلومات بالاتجاه الصحيح

الفقرات	الاستجابات	ك	الكلية %
إشعال البلد بالصراعات السياسية	دائماً	27	75%
	أحياناً	9	25%
	نادراً	-	-
المجموع		36	100%
حجب المعلومات التي تهم الناس	دائماً	20	55,56%
	أحياناً	15	41,67%
	نادراً	1	2,77%
المجموع		36	100%
إخفاء جرائم الحرب والمهمات غير الأخلاقية	دائماً	17	47,22%
	أحياناً	14	38,89%
	نادراً	5	13,89%
المجموع		36	100%
تهميش القضايا وصرف اهتمام الجماهير عنها	دائماً	22	61,11%
	أحياناً	14	38,89%
	نادراً	-	-
المجموع		36	100%
إحداث تغييرات في سلوك الأفراد والجماعات	دائماً	18	50%
	أحياناً	15	41,66%
	نادراً	3	8,33%
المجموع		36	100%

وعن أفراد العينة التي أيدت بأن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لا تسير في الاتجاه الصحيح والبالغ تكرارها (٣٦) فرداً كما موضح في الجدول رقم (٤)، ارتفاع الاستجابة (دائماً) على باقي الاستجابات الأخرى وفقاً لما يأتي:-

احتلت الفقرة (إشعال البلد بالصراعات السياسية) المرتبة الأولى بنسبة (٧٥%- دائماً)، و(٢٥%- أحياناً)، في حين لم تسجل إجابة (نادراً) إي تكرار. وفي المرتبة الثانية جاءت (تهميش القضايا وصرف اهتمام الجماهير عنها) بنسبة (٦١%- دائماً)، و(٣٨%- أحياناً)، إما (نادراً) فلم تحصل على أي استجابة وجاءت (حجب المعلومات التي تهم الناس) بالمرتبة الثالثة بنسبة (٥٥,٥٦% - دائماً)، و(٤١,٦٧%- أحياناً)، و(٢,٧٧%- نادراً). إما المرتبة الرابعة فقد سجلتها فقرة (إحداث تغييرات في سلوك الأفراد والجماعات) بنسبة (٥٠% - دائماً)، و(٤١,٦٦%- أحياناً) و(٣٣,٨% نادراً). وفي المرتبة الأخيرة (إخفاء جرائم الحرب والمهملات غير الأخلاقية) بنسبة (٤٧,٢٢%- دائماً) و(٣٨,٨٩% أحياناً)، (١٣,٨٩% - نادراً). لذلك نستنتج أن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لا تسير بالاتجاه الصحيح، بل أن نسبة التلاعب والتشويه بالمعلومات استندت إلى مساهمة هذه الوسائل، كما أن النتائج تشير بأن هناك دوافع تعمل عليها وسائل الإعلام لتشويه المعلومات كانت واضحة ومدمومة في استنتاجات المبحوثين لتأثيرها المؤلم وانعكاساتها السلبية على البلد يمكن أن ترجع أسبابها إلى غياب الحس الوطني عن بعض المؤسسات الإعلامية لتعدد واختلاف أجندها ومصادر تمويلها.

جدول (٦) يوضح استجابات المبحوثين على أي من الوسائل الإعلامية أكثر استعمالاً في تضليل المعلومات

الفقرات	الاستجابات	ك	الكلية %
القنوات الفضائية	دائماً	38	76%
	أحياناً	11	22%
	نادراً	1	2%
المجموع		50	100%
اللقاءات المباشرة بأنواعها	دائماً	15	30%
	أحياناً	29	58%
	نادراً	6	12%
المجموع		50	100%
المسلسلات التلفزيونية	دائماً	9	18%
	أحياناً	15	3%
	نادراً	26	52%
المجموع		50	100%
الدعاية السياسية والتجارية	دائماً	21	42%
	أحياناً	22	44%
	نادراً	7	14%
المجموع		50	100%
المطبوعات	دائماً	7	14%
	أحياناً	24	48%
	نادراً	19	38%
المجموع		50	100%

يتضح من النتائج المبينة في الجدول (٦) عن السؤال أي من الوسائل الإعلامية أكثر استعمالاً في تضليل المعلومات ارتفاع استجابة (أحي) لأغلب فقرات السؤال ما عدا فقرة

(القنوات الفضائية) فقد سجلت فيها استجابة (دائماً) أعلى نسبة بين الاستجابات الأخرى بواقع (٧٦٪)، ونسبة (٢٢٪- أحياناً)، و(٢٪- نادراً). تلتها فقرة (الدعاية السياسية والتجارية) بنسبة (٤٢٪- دائماً)، و(٤٤٪- أحياناً)، و(١٤٪- نادراً). وفي المرتبة الثالثة (اللقاءات المباشرة بأنواعها) بنسبة (٣٠٪- دائماً)، و(٥٨٪- أحي)، و(١٢٪- نادراً). أما في المرتبة الرابعة فتأتي (المسلسلات التلفزيونية) بنسبة (١٨٪- دائماً)، و(٣٠٪- أحي)، و(٥٢٪- نادراً). وفي المرتبة الأخيرة سجلت فقرة (المطبوعات) نسبة (١٤٪- دائماً)، و(٤٨٪- أحياناً) و(٣٨٪- نادراً). لذلك نستنتج أن الصفة الغالبة في ذهن المبحوثين عن الوسائل الإعلامية الأكثر استعمالاً في تضليل هي (القنوات الفضائية، والدعاية السياسية والتجارية).

جدول (٧) يوضح استجابات الأساليب التي تعتمدها وسائل الإعلام في تضليل المعلومات

الفقرات	الاستجابات	الكلّي	
		ك	%
التخويف	دائماً	31	62%
	أحياناً	11	22%
	نادراً	8	16%
المجموع		50	100%
البساطة	دائماً	12	24%
	أحياناً	25	50%
	نادراً	13	26%
المجموع		50	100%
التكرار	دائماً	34	68%
	أحياناً	8	16%
	نادراً	8	16%
المجموع		50	100%
الكذب الصريح	دائماً	33	66%
	أحياناً	12	24%
	نادراً	5	10%
المجموع		50	100%
استثارة الفضول	دائماً	26	52%
	أحي	17	34%
	نادراً	7	14%
المجموع		50	100%

وعن الأساليب التي تعتمدها وسائل الإعلام في تضليل المعلومات أكدت النتائج ارتفاع استجابة (دائماً) في جميع الفقرات ما عدا فقرة (البساطة) ارتفعت فيها نسبة (أحياناً) على باقي الاختيارات وكما يلي:- سجلت فقرة (التكرار) المرتبة الأولى بواقع (٦٨٪- دائماً)، و(١٦٪) لكل من (أحياناً، و نادراً). أما (الكذب الصريح) فقد جاء بالمرتبة الثانية بنسبة (٦٦٪- دائماً)، و(٢٤٪- أحياناً)، و(١٠٪- نادراً)، وفي المرتبة الثالثة (التخويف) بنسبة (٦٢٪- دائماً)، و(٢٢٪- أحياناً)، و(١٦٪- نادراً)، في حين تلتها فقرة (استثارة الفضول) لتسجل المرتبة الرابعة بنسبة (٥٢٪- دائماً)، و(٢٤٪- أحياناً)، و(١٤٪- نادراً)، وفي المرتبة الأخيرة (البساطة) بنسبة (٢٤٪- دائماً)، و(٥٠٪- أحياناً)، و(٢٦٪- نادراً).

لذلك نستنتج بأن الأساليب التي تستعملها وسائل الإعلام في تضليل المعلومات والمبينة أعلاه قد حصلت على تأييد واضح من قبل المبحوثين، وهذا يدل على أن المؤسسات الإعلامية غلب عليها الطابع السلبي في نقل المعلومات.

جدول (٨) يوضح استجابات المبحوثين عن إمكانية التمييز بين المعلومات الحقيقية والمعلومات المضللة التي تبثها وسائل الإعلام

النسبة	العدد	الاستجابات
92%	46	نعم
8%	4	لا
100%	50	المجموع

وحول إمكانية المبحوثين التمييز بين المعلومات الحقيقية والمعلومات المضللة التي تبثها وسائل الإعلام فقد كانت استجابة غالبية العينة بالموافقة بتكرار (٤٦) وبنسبة (٩٢٪)، بينما اشر (٤) مبحوثين من مجموع العينة وبنسبة (٨٪) بعدم القدرة على التمييز، وهي نسبة ضئيلة جداً لا تشكل تأثيراً قياساً إلى مجموع العينة.

لذلك نستنتج أن هنالك وعي واضح لدى المبحوثين يشير ال عنصرين مهمين، الأول هو عامل المتابعة لوسائل الإعلام، والأخر الخبرة التي اكتسبها المبحوث من خلال عمله في مجال الإعلام. بأجراء مقارنة بين المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام ومدى مصداقيتها على ارض الواقع.

جدول (٩) يوضح استجابات المبحوثين على فقرات السؤال عن مدى تركيز وسائل الإعلام على الممارسات الآتية ؟

الفقرات	الاستجابات	ك	النسبة الكلي %
إثارة النزعات الطائفية	دائماً	39	84,78%
	أحياناً	7	15,22%
	نادراً	-	-
المجموع		46	100%
تجاهل واضح للقضايا الوطنية	دائماً	26	56,52%
	أحياناً	19	41,31%
	نادراً	1	2,17%
المجموع		46	100%
التركيز على نقل الإخبار المعادية	دائماً	29	63,04%
	أحياناً	15	32,61%
	نادراً	2	4,35%
المجموع		46	100%
محاولة إسقاط الرموز الوطنية	دائماً	25	54,34%
	أحياناً	16	34,79%
	نادراً	5	10,87%
المجموع		46	100%
التضخيم من قدرة زمر داعش الارهابية	دائماً	27	58,70%
	أحياناً	15	32,61%
	نادراً	4	8,69%
المجموع		46	100%

اظهرت النتائج أن الممارسات التي تركز عليها وسائل الإعلام للذين أجابوا بـ (نعم) والتي اشر إليها غالبية المبحوثين بنسبة (٤٦٪) في السؤال السابق بارتفاع نسبة استجابة (دائماً) في جميع مستويات الاستجابة لتأتي (فقرة) (إثارة النزعات الطائفية) بالمرتبة الأولى حيث سجلت نسبة (٨٤,٧٨٪ - دائماً)، و(١٥,٢٢٪ - أحياناً)، ولم تحصل (نادراً) على أي نسبة. أما فقرة (التركيز على نقل الإخبار المعادية) فتأتي بالمرتبة الثانية بنسبة (٦٣,٠٤٪ - دائماً)، و(٣٢,٦١٪ - أحياناً)، و(٤,٣٥٪ - نادراً)،

أما (التضخيم من قدرة زمر داعش الإرهابية) فتأتي بالمرتبة الثالثة بنسبة (٥٨,٧٠٪ - دائماً)، و(٣٢,٦١٪ - احيي)، و(٨,٦٩ - نادراً)، وفي المرتبة الرابعة (تجاهل واضح للقضايا الوطنية) بنسبة (٥٦,٥٢٪ - دائماً)، و(٤١,٣١٪ - أحياناً)، و(٢,١٧ - نادراً)، وفي المرتبة الأخيرة جاءت (محاولة إسقاط الرموز الوطنية) لتسجل فيها نسبة (٥٤,٣٤٪ - دائماً)، و(٣٤,٧٩٪ - أحياناً)، و(١٠,٨٧ - نادراً).

نستنتج بيان النسب المبينة في الجدول (٩) تشير إلى أن وسائل الإعلام غالباً ما تركز على الممارسات التي تثير انتباه المواطن بالشكل الذي تجعله من الصعب عليه التمييز بين ما هو مزيف وحقيقي، إلا أن الاستجابات تبين أن هناك تصوراً واضحاً لدى غالبية أفراد العينة عن مدى التركيز على هذه الممارسات في ظاهرة التضليل التي هدفها الأول ولأخير زعزعة المواطن في أمنه واستقراره.

النتائج

- توصل الباحث هو عن طريق استعراض وتحليل ما تقدم إلى مجموعة من النتائج وكما يأتي:-
١. أظهرت معطيات الدراسة الميدانية أن نسبة المبحوثين (الذكور) أعلى من نسبة (الإناث) بواقع (٦٠٪) للذكور، مقابل (٤٠٪) للإناث.
 ٢. أظهرت النتائج أن أعلى نسبة للمبحوثين تراوحت أعمارهم بين (٣٠-٣٩) إذ اشر إليها (٣٤٪).
 ٣. تبين أن أكثر من نصف المبحوثين حصلوا على شهادة جامعية إذ أشار إليها (٥٢٪).
 ٤. أشار اغلب المبحوثين بنسبة (٧٢٪) إن المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام لا تسير بالاتجاه الصحيح.
 ٥. أكدت النتائج أن هنالك عدة دوافع للبعض من وسائل الإعلام للتلاعب وتشويه المعلومات التي تبثها، تأتي في مقدمتها إشغال البلد في الصراعات السياسية نتيجة لارتباطها بأجندة ومصادر تمويل معادية.
 ٦. تشير النتائج إلى أن الوسائل الإعلامية الأكثر استخداماً في تضليل المعلومات هي القنوات الفضائية، وتليها الدعاية السياسية والتجارية.
 ٧. بين المبحوثين أن الأساليب التي تعتمد عليها وسائل الإعلام في تضليل المعلومات متعددة جاء أسلوب (التكرار) بنسبة (٣٤٪)، وتلاه (الكذب الصريح) بنسبة (٣٣٪)، والتخويف بنسبة (٣١٪).
 ٨. أكد الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة (٤٦٪) لديهم القدرة على التمييز بين المعلومات الحقيقية والمعلومات المضللة التي تبثها وسائل الإعلام.
 ٩. تشير النتائج أن نسبة (٣٩٪) من المبحوثين اكدوا أن (إشارة النعرات الطائفية) من اولى الممارسات التي تركز عليها وسائل الإعلام، وتأتي بعدها (التركيز على نقل الإخبار المعادية) بنسبة (٢٩٪)، ثم (ممارسة التضخيم من قدرة زمر داعش الإرهابية) بنسبة (٢٧٪).

الهوامش و المصادر (setondnE)

- ١ ٥ صالح خليل أبو إصبع , الاتصال الجماهيري , (عمان : دار الشروق للنشر والتوزيع , ١٩٩٨) , ص ١٨٨ .
- ٢ ٥ د. فؤاده البكري , العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال , (مصر : دار نهضة الشرق , ٢٠٠١) , ص ٢٥٥ - ٢٢٦ .
- ٣ ٥ المصدر نفسه , ص ٢٢٦ .
- ٤ ٥ يسرى خالد إبراهيم , الفضائيات العربية المخصصة والإعلام العلمي , (بغداد : دار الشؤون الثقافية , ٢٠٠٧) , ص ١٨ .
- ٥ ٥ صالح خليل أبو إصبع , استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته , (عمان : دار مجدلاوي للنشر والتوزيع , ٢٠١٠) .
- ٦ ٥ د. عاطف عدلي العبيد , ود. نهى عاطف العبيد , نظريات الإعلام وتطبيقاته الغربية , (القاهرة : دار الفكر العربي , ٢٠٠٨) , ص ٦ .
- ٧ ٥ عبد الحلیم حمود , الإعلام التضليلي ودور الدعاية والإعلام الغربية في تشويه صورة الإسلام , (لبنان : مركز الدراسات والترجمة , دار المؤلف , ٢٠١٠) , ص ٥ .
- ٨ ٥ محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الرازي , مختار الصحاح , (بيروت : دار الكتاب العربي , ١٩٨١) , ص ٣٨٣ .
- ٩ ٥ جلال الشافعي (عمان : دار البشير للطباعة والنشر , ٢٠٠٥) , ١٨ .
- ١٠ ٥ شفيق حسنين , لتضليل الإعلامي والغييبوية لمهنية , (بلا بلد الطبع : دار فكر وفن , ٢٠١١) , ص ٢٤ .
- ١١ ٥ فرانسوا جيريه , قاموس التضليل الإعلامي , (كولان , باريس : دار نشر أرماني , ٢٠١١) , نقلًا عن مجد نبيل محمود عثمان , الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية , جامعة البتراء , ٢٠١٥ , ص ١٥ .
- ١٢ ٥ د. محمود عبد الله الخوالدة , و أ. حسين علي العموش , (علم النفس السياسي والإعلامي , عمان : دار الخالد للنشر والتوزيع , ٢٠٠٨) , ص ٣٦٧ .
- ١٣ ٥ حيدش سعد , جان بودريار , مجلة عربية لعلم الاجتماع , العددان ٢٩ - ٣٠ (لبنان : مركز دراسات الوحدة العربية , ٢٠١٥) , ٢٠٤ .
- ١٤ ٥ موفق مجادين , الإعلام وأدوات الهيمنة الرسمية , (من كتاب الإعلام ومسيرة الإصلاح في الأقطار العربية - بحوث ومناقشات الندوة التي إقامتها المنظمة العربية لمكافحة الفساد) , (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية , ٢٠١٠) , ص ١٢٠ .
- ١٥ ٥ عبد الرزاق الدليمي , الدعاية والإرهاب , (عمان : دار جرير للنشر والتوزيع , ٢٠١٠) , ص ٩٤ .
- ١٦ ٥ عصام سليمان الموسى , الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق طرق , مجلة المستقبل العربي , (لبنان : مركز دراسات الوحدة العربية , العدد ٢٧٦ , حزيران , ٢٠١٠) , ص ١١٠ .
- ١٧ ٥ Kang , j. and Morgan . M (١٩٨٨) . culture clash : Impact of us television in Korea . ١٢ - ٢٨ pp. ٥. No , ١٦٥ journalism Quarterly , vo
- ١٨ ٥ هيربرت شيلدر , المتلاعبون بالعقول , ترجمة عبد السلام رضوان , ط ٢ , (الكويت : عالم المعرفة , المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب , ١٩٩٩) , ص ٣٩ - ٤٦ .
- ١٩ ٥ المصدر نفسه .
- ٢٠ ٥ د. احمد بدر , الاتصال الجماهيري والدعاية الدولية , (الكويت : دار القلم , ١٩٧٤) , ص ١٨٠ .
- ٢١ ٥ صالح خليل أبو إصبع , الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة , (عمان : دار آرام للدراسات والنشر , ١٩٩٥) , ص ١٩١ .
- ٢٢ ٥ المصدر نفسه , ص ١٩١ .
- ٢٣ ٥ أ.د راسم محمد الجمال , و د. خيرت معوض عباد , إدارة العلاقات العامة - المدخل الاستراتيجي , (القاهرة : السدار المصرية اللبنانية , ٢٠٠٥) , ص ٢٥٩ .
- ٢٤ ٥ وليد شحيط , إمبراطورية المحافظين الجدد - التضليل الإعلامي وحرب العراق , (بيروت : دار الساقبي , ٢٠٠٥) , ص ١٢٤ , نقلًا عن : مركز صقر للدراسات الإستراتيجية , بحث بعنوان (الإعلام والدعاية والتضليل) سحب بتاريخ ٢٠ / ٧ / ٢٠١٦ من الموقع : Saqr centre strategic studies .

- ٢٥) عبيد العزيز خليل المطوع، الربيع الأسود – ثورة أم ظاهرة أم فعلل من فعول تجفيف الأمة، (بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ٢٠١٣)، ص ٨٤.
- ٢٦) أ.د محمد الصريفي، الإعلام، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٩) ص ٢١.
- ٢٧) المصدر نفسه، ص ١٧.
- ٢٨) د. شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، (القاهرة: مكتبة الانجلو المصرية، ٢٠٠٣)، ص ١٢٩.
- ٢٩) عصام سليمان الموسى، مصدر سابق، ص ١٦٦.
- ٣٠) د. شاهيناز طلعت، مصدر سابق، ص ١٣٥.
- ٣١) أ.د عاطف عدلي العبد، و.د. نهى عاطف العبد، مصدر سابق، ص ١٦.
- ٣٢) المصدر نفسه، ص ١٨.
- ٣٣) صالح خليل أبو إصبع، استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، مصدر سابق، ص ١١٤.
- ٣٤) د. جاسم طارش العقابي، مبادئ العلاقات العامة المعاصرة، (بغداد: دار مكتبة عدنان، ٢٠١٤)، ص ٥٢٧.
- ٣٥) نجم عبد الله الأحميدي وآخرون، نظم المعلومات الإدارية، (عمان: دار وائل للنشر، ٢٠٠٥)، ص ٢٥.
- ٣٦) عامر إبراهيم قنديلجي، و إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقها، (عمان: الوراق للنشر، ٢٠٠٢)، ص ٢٩.
- ٣٧) المصدر نفسه، والصفحة نفسها.
- ٣٨) ربيحي مصطفى عليان، اقتصاد المعلومات، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٠)، ص ١١٧.
- ٣٩) محمد الصريفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٩)، ص ٢٨٩.
- ٤٠) سليمان مصطفى الدلاهمة، أساسيات نظم المعلومات المحاسبية وتكنولوجيا المعلومات، (عمان: الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨)، ص ٣٢.
- ٤١) إيمان فاضل السامرائي، وهيثم محمد الزغبسي، نظم المعلومات الإدارية، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤)، ص ٢٧-٢٨.
- المصادر
- إبراهيم، يسرى خالد، الفضائيات العربية المخصصة والإعلام العلمي، (بغداد: دار الشؤون الثقافية، ٢٠٠٧).
- أبو إصبع، صالح خليل، استراتيجيات الاتصال وسياساته وتأثيراته، (عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).
- أبو إصبع، صالح خليل، الاتصال الجماهيري، (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، ١٩٩٨).
- أبو إصبع، صالح خليل، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، (عمان: دار آرام للدراسات والنشر، ١٩٩٥).
- أحميدي، نجم عبد الله وآخرون، نظم المعلومات الإدارية، (عمان: دار وائل للنشر، ٢٠٠٥).
- بدر، احمد، الاتصال الجماهيري والدعاية الدولية، (الكويت: دار القلم، ١٩٧٤).
- جلال الشافعي (عمان: دار البشير للطباعة والنشر، ٢٠٠٥).
- الجمال، راسم محمد، و.د. خيرت معوض عباد، إدارة العلاقات العامة – المدخل الاستراتيجي، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠٠٥).
- جيريه، فرانسوا، قاموس التضليل الإعلامي، (كولان، باريس: دار نشر أومان، ٢٠١١)، نقلا عن عثمان، مجد نبييل محمود، الدعاية والتضليل الإعلامي في الأفلام الأمريكية، جامعة البترا، ٢٠١٥.
- حسنين، شفيق، لتضليل الإعلامي والغيبوبة لمهنية، (دار فكر وفن، ٢٠١١)، نقلا: مجد حمود، عبد الحليم، الإعلام التضليلي ودور الدعاية والإعلام الغربية في تشويه صورة الإسلام، (لبنان: مركز الدراسات والترجمة، دار المؤلف، ٢٠١٠).
- الحوالدة، محمود عبد الله، و أ.حسين علسي العموش، (علم النفس السياسي والإعلامي، (عمان: دار الخالد للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨).

- الدلاهمة، سليمان مصطفى، أساسيات نظم المعلومات المحاسبية وتكنولوجيا المعلومات، (عمان : الوراق للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨).
- الدليمي ، عبد الرزاق، الدعاية والإرهاب، (عمان : دار جرير للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).
- الرازي، محمد بن أبي بكر بن عبد القادر، مختار الصحاح، (بيروت : دار الكتاب العربي، ١٩٨١).
- السامرائي، إيمان فاضل، وهيثم محمد الأزغبى، نظم المعلومات الإدارية، (عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٤).
- سعد، حيدش، جان بودريار، مجلة عربية لعلم الاجتماع، العددان ٢٩ - ٣٠ (لبنان : مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٥).
- شحيط، وليد، إمبراطورية المحافظين الجدد - التضليل الإعلامي وحرب العراق، (بيروت : دار الساقى، ٢٠٠٥)، نقلًا عن : مركز صقر للدراسات الإستراتيجية، بحث بعنوان (الإعلام والدعاية والتضليل) سحب بتاريخ ٢٠ / ٧ / ٢٠١٦ من الموقع : Saqr centre strategic studies .
- شيللر، هيربرت، المتلاعبون بالقول، ترجمة عبد السلام رضوان، ط٢، (الكويت : عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، ١٩٩٩).
- الصريفى، محمد، الإعلام، (الإسكندرية : دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٩).
- الصريفى، محمد، إدارة تكنولوجيا المعلومات، (الإسكندرية : دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٩).
- طلعت، شاهيناز، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، (القاهرة : مكتبة الانجلو المصرية، ٢٠٠٣).
- العبد، عاطف عدلي، ود. نهى عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاته الغربية، (القاهرة : دار الفكر العربي، ٢٠٠٦).
- العقايبي، جاسم طارش، ميادئ العلاقات العامة المعاصرة، (بغداد : دار مكتبة عدنان، ٢٠١٤).
- عليان، ربحي مصطفى، اقتصاد المعلومات، (عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).
- فواده البركي، العلاقات العامة بين التخطيط والاتصال، (مصر : دار نهضة الشرق، ٢٠٠١).
- قندلجي، عامر إبراهيم، و إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، (عمان : الوراق للنشر، ٢٠٠٢).
- مجادين، موفوق، الإعلام وأدوات الهيمنة الرسمية، (من كتاب الإعلام ومسيرة الإصلاح في الأقطار العربية - بحوث ومناقشات الندوة التي إقامتها المنظمة العربية لمكافحة الفساد)، (بيروت : مركز دراسات الوحدة العربية، ٢٠١٠).
- المطوع، عبد العزيز خليل، الربيع الأسود - ثورة أم ظاهرة أم فعل من فعول تجفيف الأمة، (بيروت : المؤسسة العربية للدراسات والنشر، ٢٠١٣).
- الموسى، عصام سليمان، الثورة الرقمية تضع الإعلام العربي على مفترق طرق، مجلة المستقبل العربي، (لبنان : مركز دراسات الوحدة العربية، العدد ٢٧٦، حزيران، ٢٠١٠).

Arabic References

- 1- Ibrahim, Yousri Khalid, specialized Arabic satellite channels and the scientific media "Baghdad : house of cultural affairs , 2007"
- 2- Abo esbee , Salih Khalil , mass media communication strategies, policies, and effects "Amman: MajdaLawi house for publishing and circulating, 2010"
- 3- Abo esbee, Salih Khalil , public mass media communication "Amman: Al- Shoroq house for publishing and circulating, 1998"
- 4- Abo esbee, Salih Khalil , communication and mass media "Amman: Aram house for studies and publishing and circulating, 1995"
- 5- Al-hamaidi , Najim Abdullah and et al, administrative information systems , "Amman: Wail house for publishing, 2005)
- 6- Badir, Ahmed, public mass media communication and the international propaganda , "Kuwait : Al- qalum house, 1974"
- 7- Jal Al- Shafe'e "Amman: Al- Basheer house for publishing and circulating , 2005"
- 8- Al- Jammal, Rasim Mohammad , and Dr. Khaitat muadh Abbad , public relations administration -strategic entrance "Cairo: egg plain Lebanese house , 2005"

- 1- Jerry, Fransoa , mass media communication misdirecting dictionary “Kolan, Paris , Arman publishing house , 2011” from by uthman , majid Nabeel Mahmood , The propaganda and the miss guiding in the American movies , Al- Petra university , 2015”
- 2- Hasanen , Shfeq, mass media communications misdirecting and the occupational comma “Fiker and fan, 2011”, from:mjd.
- 3- Hmood, Abdulhalim , misdirecting mass media communications and the role of the propaganda , and western mass media communications in deforming Islam image “Lebanese: translation and studies centre , Author house, 2010”.
- 4- Al- Khwalada, Mahmood Abdullah , and Mr. Hussein Ali Al- Aamoosh “political and mass media communications psychology “Amman: Al- Khalid house for publishing and circulating , 2008”
- 5- Al- Dlahma, Sulaiman Mustafa , the basics of accounting information systems and information technology , “Amman: Al- Wrraq for publishing and circulating , 2008”
- 6- Al- Dulaimi, Abdulrazzaq, The propaganda and the terrorism “Amman: Jarer house for publishing and circulating , 2010”
- 7- Al-Razi, Muhammad bn Abi Bakir bin Abdalqadir , Mukhtar Al- Sihah “Beirut; Arabic book house, 1981”
- 8- Al- Samarra’I, Eman Fadhil, and haitham Muhammad Al- Zughbi, Administrative information systems , “Amman: safa house for publishing and circulating , 2004”
- 9- Saad, hedish, Jan bordarbar, Arabic magazine of sociology , ser. 29-30 “Lebanon: Arabic unity studies centre , 2015”
- 10- Shehet, Waleed Neo conservatives imperial –mass media communication, misdirecting and the war of Iraq “Beirut: Al- Saqi house, 2005” from : saqr centre strategic studies, paper entitled “mass media communication , propaganda , and misdirecting “ from the sight : saq centre strategic studies on 2017-2016.
- 11- Sheller , Harhert, minds manipulators , trans. By Abdulsalam radhwan, 2nd ed. , “Kuwait : knowledge world , national council for culture, fine arts, and Arts, 1999”
- 12- Al- Sirafi , Muhammad, mass media communications, Alexandria: Academic international house , 2009”
- 13- Al- Siraifi , Muhammad, information technology administration “Al- xendriya: academic international house , 2009”
- 14- Talaat, Shahinaz , mass media communications means and the social development , “Cairo: Egyptian Englo library, 2003”
- 15- Al- Abd, Atif Adhls, and Dr. Nuha Atif Al- Abd, mass media communications Theories and its Arabic publications “Cairo, Arabic international house , 2006”
- 16- Al- Eqabi, Jasim Tarish, principles of contemporary public relations, “Baghdad , Adnan library house, 2014”
- 17- Elyan, Ribhi Mustafa, information economics “Amman: safa house for publishing and circulating, 2010”
- 18- Fu’ad Al- Bakri, public relations between planning and communication, “Egypt, East raising house, 2001”
- 19- Qandalichi, Amir Ebrahim, and Eman Fadhil Al- Samarra’i, information technology and their applications, “Amman: Al- warraq for publishing, 2002”
- 20- Majadin, Mowafaq, mass media communications and the official dominating tools, “from mass media communications book and the path of reform in the Arabic countries –papers and discussions of the seminar held by the anti –corruption Arabic organization “, “Beirut : Arab unity studies centre, 2010”
- 21- Al- Mutawaa, Abdulaziz khilil- Black spring revolution, phenomenon, an act of the acts of drying the nation, “Beirut: Arabic foundation for studies and publishings, 2013.
- 22- Al- musa, Esam sulaiman, the digital revolution put Arabic mass media communications at the cross roads, Arabic future magazine, “Lebanon : Arabic

Foreign References

- Kang J., and morgan M. (1988) culture clash: impact of US. Television in Korea journalism Quarter, vol 165, N. 5