

*Dirassat & Abhath*  
The Arabic Journal of Human  
and Social Sciences



مجلة دراسات وأبحاث  
المجلة العربية في العلوم الإنسانية  
والاجتماعية

*EISSN: 2253-0363*  
*ISSN : 1112-9751*

البروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في عصر الذكاء الاصطناعي.  
دراسة في الأبعاد والتأثيرات.

**Digital propaganda on social media in the age of artificial intelligence.**

**A study in dimensions and effects.**

د. سلمي بن مليط - Selma Ben Melit

أستاذة محاضرة قسم "ب"، جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية.

Lecturer "B" , University of August 20, 1955 Skikda, Faculty of Humanities and Social Sciences, Department of Information and Communication Sciences, Laboratory of Media and Communication Studies.

s.benmelit@univ-skikda.dz.

تاريخ القبول : 02 - 04 - 2024

تاريخ الاستلام: 12 - 08 - 2023

**الملخص:**

تهدف هذه الدراسة المعنونة بالبروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في عصر الذكاء الاصطناعي - دراسة في الأبعاد والتأثيرات- إلى التعرف على البروباغندا الرقمية التي تحدث في مواقع التواصل الاجتماعي، وبالضبط على موقع الفيسبوك باعتباره الوسيلة الأكثر استخداما وانتشارا من قبل المستخدمين حسب دراسات أكاديمية سابقة، وذلك بعد ظهور بعض الظواهر السياسية والاجتماعية، أو الثقافية والاقتصادية، وحتى البيئية مثل: الكوارث الطبيعية، عن طريق منشورات سيرانية لبعض مستخدمي الفيسبوك، تحمل في مضامينها بروباغندا رقمية تهويلية أو تخويفية، ترغيبية موجّهة لفئات معينة من الجمهور، كما تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن أهم أبعاد هذه البروباغندا الرقمية ومختلف تأثيراتها على الفرد المستخدم لمواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى التعرف على أبرز مساهمات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة هذه البروباغندا الرقمية، وبالتالي إمكانية التأثير على مصداقية المعلومة، وردود فعل المتلقي تجاه هذه الظواهر والحوادث التي من شأنها أن تخلق بروباغندا رقمية، وقد اتبعت الباحثة في هذه الدراسة منهج مسح جمهور وسائل الإعلام والذي يعد أنسب المناهج لدراسة هذه الظاهرة، وهذا ما تم التفصيل فيه في هذه الدراسة التي تبحث في مسائل الدراسات الاعلامية والاتصالية الجديدة في البيئة الرقمية، والتي تعد اضافة علمية في مجال بحوث علوم الإعلام والاتصال.

**الكلمات المفتاحية:** البروباغندا؛ البروباغندا الرقمية؛ الذكاء الاصطناعي؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ البيئة الرقمية.

**Abstract:**

This study, entitled Digital Propaganda on Social Media in the Age of Artificial Intelligence - A Study in Dimensions and Effects - aims to identify digital propaganda that occurs on social networking sites, and specifically on Facebook as the most widely used and widespread means by users, according to previous academic studies. After the emergence of some political, social, cultural, economic, and even environmental phenomena, such as: natural disasters, through cyber publications for some Facebook users, which carry in their contents intimidating or intimidating digital propaganda directed at certain groups of the public, this study also seeks to reveal the most important dimensions This digital propaganda and its various effects on the individual user of social networking sites, in addition to identifying the most important contributions of artificial intelligence technology in the manufacture of this digital propaganda, and thus the possibility of affecting the credibility of the information, and the recipient's reactions towards these phenomena and incidents that would create digital propaganda. In this study, the researcher followed the media audience survey approach, which is the most appropriate method for studying this phenomenon.

**Keywords:** propaganda; digital propaganda; artificial intelligence ; social media ; digital environment.

## 1-مقدمة:

تقوم على الخداع، وهناك الكثير من الأمثلة عبر التاريخ القديم والحديث.<sup>3</sup>

وبالحديث عن البروباغندا المعاصرة أو الرقمية، فإنها تلك التي تحدث على مواقع التواصل الاجتماعي مستغلة في ذلك التقنيات الحديثة للذكاء الاصطناعي بغية التأثير في الرأي العام وتوجيه أفكار وقرارات الأفراد السياسية والاجتماعية وحتى الدينية وذلك باستخدام تقنيات تكنولوجية، وأساليب سيكولوجية عديدة من أهمها: القولية والتنميط وتسمية الأشياء بغير مسمياتها وأيضاً إطلاق الشعارات، والاعتماد على الأرقام والإحصائيات ونتائج الاستفتاء والاستفادة من الشخصيات اللامعة والتظاهر بمنح فرص الحوار والتعبير عن الرأي لجميع الاتجاهات.

## 2-اشكالية الدراسة

تعد البروباغندا الرقمية إحدى افرازات ثورة تكنولوجيا علوم الاعلام والاتصال، فمع تنامي وسائل الاتصال، وانتشار مواقع التواصل الاجتماعي، وظهور عصر الذكاء الاصطناعي وجدت البروباغندا نفسها مأزومة في بيئة رقمية، تتميز بوفرة المعلومات، والمصادر، وتنوعها كما، ونوعاً، فخلقت لنفسها محورا جديداً، استطاعت من خلاله إعادة تموضع ذاتها بما يتناسب والمعطيات المُستجدة؛ حفاظاً على أبعادها وتأثيراتها وتماسكها أمام التحدّيات الكثيرة، إذ اعتمدت البروباغندا في السابق اعتماداً كلياً على شخصية رجل الدعاية الذاتية وتطلعاته الفردية، ومهاراته الشخصية.

أما اليوم، فهي تعتمد بالأساس على خوارزميات الذكاء الاصطناعي وتقنياته في التحليلات، والمعادلات، الاستدلالات وحتى في توليد الشائعات وانتشارها السريع، تحديد الشرائح الجماهيرية المستهدفة، والتأثير على الرأي العام ولعل جميع هذه العناصر أدت إلى انتشار البروباغندا الرقمية في عصر الذكاء الاصطناعي، ورواجها الواسع على مواقع التواصل الاجتماعي خاصة عند حدوث بعض الظواهر والحوادث العالمية.

إن البروباغندا الرقمية أصبحت لا تقتصر فقط على المشاكل السياسية كما كان سابقاً، وإنما أيضاً مست جميع مناحي الحياة، فتم استخدامها لعدة أغراض سواء كان من أجل الحصول على الشهرة، أو من أجل التسويق إلى منتج

تعد البروباغندا من أقوى أسلحة هذا العصر الهدف الأساسي منها، السيطرة على عقول الناس في المجتمع من أجل التحكم في الأوضاع السياسية والاجتماعية في البلاد، وغالبا من يقوم بالبروباغندا اللجان الالكترونية أو وسائل الاعلام باعتبارهما الأكثر تأثيراً على العقول.

ويشير معنى البروباغندا إلى نشر المعلومات بطريقة مُوجهة أحادية المنظور وتوجيه مجموعة مركزة من الرسائل بهدف التأثير على آراء أو سلوك أكبر عدد من الأشخاص، وهي مُضادة للموضوعية في تقديم المعلومات، حيث أن البروباغندا في معنى مُبسّط، هي عرض المعلومات بهدف التأثير على المتلقّي المستهدف، كونها كثيراً ما تعتمد على إعطاء معلومات ناقصة وبمنظور آخر، فإنها تعني الكذب المتعمد الذي يهدف إلى التسفيه والتأثير على الأشخاص عاطفياً عوضاً عن الرد بعقلانية، والهدف منها تغيير السرد المعرفي للأشخاص المستهدفين لأجندات سياسية، فهي سياسياً تعني الترويج واقتصادياً تعني الدعاية ودينياً تعني التبشير.<sup>1</sup>

ويعود تاريخ البروباغندا كمصطلح إلى القرن السابع عشر وهي مشتقة من اسم منظمة الكرادلة الرومان الكاثوليك والتي تأسست عام 1622 والتي تدعى جماعة الدعاية لحسن النية، تهدف إلى مواصلة العمل التبشيري، فهي كلمة من الناحية التبشيرية والدينية بشكل عام، وتبدو لها دلالة هادفة ومحط تقدير، إلا أنه حتى من هذا الجانب فإن الكثير يعتقد بأن الدعاية التبشيرية كانت تخفي أهداف الحروب المعلنة التي شهدتها العالم والكثير من الجرائم والاستغلال الاقتصادي والتجاري والثقافي الذي عايشته الشعوب.<sup>2</sup>

أما بالنسبة لظهور البروباغندا كمفهوم، فيمكن اعتبار الخداع المستخدم في الخطابات، واللغة الرنانة والاطراء التي كان يستخدمها المحامون وهيئة المحلفين والفلاسفة في أثينا مثل: "أرسطو" و"سقراط" منذ عام 500 قبل الميلاد انعكاساً لمفهوم البروباغندا، حيث اقترح "ميكافيلي" في كتابه "الأمير" عام 1513، استخدام الحرب النفسية ضد العدو وهي نوع من أنواع البروباغندا، وكذلك أشار الكاتب "سونزي" في كتابه "فن الحرب" إلى مفهوم البروباغندا، حيث قال أن كل الحروب

**المحور الثاني:** أبعاد البروباغندا الرقمية ودوافع صانعيها على مواقع التواصل الاجتماعي.

**المحور الثالث:** تأثيرات البروباغندا الرقمية على المتلقي.

**المحور الرابع:** اسهامات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة البروباغندا الرقمية.

### 3- أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة المعنونة بالبروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في عصر الذكاء الاصطناعي - دراسة في الأبعاد والتأثيرات- في أهمية الموضوع في حد ذاته كونه يعالج أحد أهم الممارسات الاتصالية في البيئة الرقمية من طرف الاعلامي أو المواطن الصحفي والذباب الالكتروني المتمثلة في صناعة البروباغندا الرقمية، التي من خلالها يمكن تشكيل رأي عام مقصودا أو غير ذلك ضمن مخطط حرب نفسية لتغيير سلوك الجماهير وإدراكهم أو التحكم فيهم كما هناك من يستعمل هذا النوع من القتال الحديث غير المكلف، ضمن مخطط مقصود لـ"اجتياح العقول" وتعبئتها وهو ما نراه جلياً، إذا ما سلطنا الضوء على موقع الفاييسبوك كموقع احترف مستخدموه صناعة بروباغندا رقمية في مختلف المجالات.

### 4- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة المعنونة بالبروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في عصر الذكاء الاصطناعي - دراسة في الأبعاد والتأثيرات إلى:

- ✓ الكشف على تأثيرات وأبعاد البروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في عصر الذكاء الاصطناعي.
- ✓ التعرف على طبيعة مواضيع البروباغندا الرقمية التي تحدث على موقع الفاييسبوك، من وجهة نظر مستخدميه.
- ✓ التعرف على أبرز اسهامات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك، من وجهة نظر مستخدميه.
- ✓ التعرف على دوافع صناع البروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مستخدم الفاييسبوك.

معين، أو بهدف التهويل والتخويف والترغيب لظاهرة معينة وجميعها أغراض تهدف إلى السيطرة على العقل والتحكم فيه وتوجيهه إلى شيء محدد عن طريق التلاعب بالعواطف والمشاعر.

والبروباغندا الرقمية كمصطلح حديث أصبحت تعبر عن عملية خداع المستخدم المتلقي أو المواطن السبيرياني في الفضاء الافتراضي من قبل الذباب الالكتروني بواسطة تطبيقات الذكاء الاصطناعي، بهدف التأثير على رأيه وتوجيهه واستمالته بما يخدم مصالحهم، وتكوين رأي عام يخدم أهداف محددة مسبقا، باستخدام أساليب عديدة، مثل تقديم معلومات ناقصة تفتقر للدقة والمصادقية وباستخدام أسلوب التأثير العاطفي على المتلقي باستغلال الدين أو العادات أو المعتقدات بطرق ممنهجة وذكية.

ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل التالي:

**ما هي تأثيرات وأبعاد البروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في عصر الذكاء الاصطناعي؟**

ومنه تتفرع تساؤلات فرعية تتمثل في:

- ماهي طبيعة مواضيع البروباغندا الرقمية عبر موقع الفاييسبوك من وجهة نظر مستخدميه ؟
- ما هي اسهامات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك من وجهة نظر مستخدميه؟
- ماهي دوافع صناع البروباغندا الرقمية من وجهة نظر مستخدم الفاييسبوك ؟
- ما هي الاشباع المحققة من استخدام البروباغندا الرقمية من وجهة نظر مستخدم الفاييسبوك؟

وللاجابة على التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية قسمت هذه الدراسة إلى ثلاثة جوانب : جانب منهجي، ونظري، والآخر تطبيقي شمل الدراسة الميدانية، حيث قسم الشق النظري إلى أربعة محاور :

**المحور الأول:** سياسة البروباغندا الرقمية وهندسة العقول في عصر الذكاء الاصطناعي.

الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي، والدور الذي بدأت تلعبه هذه البروباغندا الرقمية من وجهة نظر مستخدم الفايبروك.

5-2-1 اجرائيا: هي استخدام التكنولوجيا الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي، لنشر رسائل ومعلومات معينة. بهدف التأثير على الرأي العام وتوجيهه نحو آراء وأجندات معينة.

5-3 مفهوم الذكاء الاصطناعي: Artificial intelligence هو العلم والهندسة اللذان يجعلان الحاسب الآلي ذكية وهو اصطناعي لأنه عبارة عن برامج وأجهزة تتعاون لتؤدي عملية فهم معقدة يمكن أن يضاهي ذكاء البشر من فهم وسمع ورؤية وشم وكلام وتفكير.<sup>8</sup>

5-3-1 اجرائيا: هو فرع من فروع علوم الكمبيوتر، يهتم بتطوير الأنظمة والبرامج التي تتمتع بالقدرة على التفكير والتعلم واتخاذ القرارات بشكل مشابه للذكاء البشري.

5-4 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي: Social media منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها.<sup>9</sup>

5-4-1 اجرائيا: هي منصات عبر الأنترنت تمكن المستخدمين من التواصل والتفاعل مع بعضهم البعض، ومشاركة المحتوى والأفكار والمعلومات.

5-5 مفهوم البيئة الرقمية: Digital environment هي البيئة التي يتم فيها إتاحة البيانات أو مصادر المعلومات، والتي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كالشبكات الأتنتية بصفة عامة.<sup>10</sup>

5-5-1 اجرائيا: هي ذلك المحيط الذي يشمل الأجهزة الالكترونية المتصلة بشبكة الأنترنت، والبرمجيات، التطبيقات التكنولوجية، وشبكات التواصل الاجتماعي، بحيث تتطور هذه البيئة باستمرار وتؤثر بشكل فعال على حياة الناس وأعمالهم وتفاعلاتهم الاجتماعية.

✓ التعرف على الاشباعات المحققة من استخدام البروباغندا الرقمية من وجهة نظر مستخدم الفايبروك.

#### 5- مفاهيم الدراسة:

تشكل مفاهيم البحث العلمي أحد أهم الركائز الأساسية التي تدعم وتقوي محتوى البحث العلمي، فكثيرا ما تتعدد المفاهيم والمعاني الخاصة بالمصطلحات العلمية المستخدمة في البحوث الاجتماعية، لذلك لا بد على الباحث أن يحدد المفاهيم التي تتفق مع أهداف بحثه والتي من شأنها أن تساعده في تحديد الخطوط العريضة لبحثه العلمي.<sup>4</sup>

#### 5-1 مفهوم البروباغندا: Propaganda

هي أحد أشكال الاتصالات التي تهدف إلى التأثير على موقف المجتمع تجاه بعض المواقف أو القضايا المعينة، وكثيرا ما تعتمد البروباغندا على إعطاء معلومات ناقصة، وبذلك يتم تقديم معلومات كاذبة عن طريق الامتناع عن تقديم معلومات كاملة، وهي تقوم بالتأثير على الأشخاص عاطفيا عوضا عن الرد بعقلانية، والهدف من هذا هو تغيير السرد المعرفي للأشخاص المستهدفين لأجندات سياسية.<sup>5</sup>

وتعرف البروباغندا أيضا على أنها تكتيك مدروس للضغط الاجتماعي، الذي يميل إلى خلق جماعات في بناء نفسي، أو اجتماعي موحد، عبر تجانس في الحالات العقلية، والعاطفية للأفراد موضع الاعتبار، فالبروباغندا تستعمل عادة بالمفهوم السلبي، والمقصود بها الخداع، أو الكذب، لاعتمادها على ذكر حقائق مجتزئة، أو كاذبة، أو مبالغ فيها، وغالبا ما تشتغل على وتر العاطفة، والمشاعر لدى الجماهير دون العقل، وهي ضد الموضوعية، والمصداقية، والشفافية، وتهدف إلى إحداث تأثيرات في المُتلقيين لتأييد مواقف معينة، أو تعديل اتجاهات وتوجهات، وسلوكيات محددة، أو تغيير آراء، وقناعات راسخة.<sup>6</sup>

5-1-1 اجرائيا: هي مختلف الرسائل الاتصالية التي تحمل معلومات ناقصة أو كاذبة، بهدف التأثير، السيطرة والتحكم التغيير في آراء و سلوكيات المتلقي.

#### 5-2 مفهوم البروباغندا الرقمية: Digital propaganda

رسالة اتصالية رقمية ممنهجة ومدروسة بعناية فائقة لصناعة الاعتقاد (هندسة الموافقة) للتحكم بالبشر والسيطرة على المجتمعات، وهو مفهوم جديد بدأ مع الانتشار

**6-منهج الدراسة:**

باختيار عينة قصدية من مستخدمي الفايبيوك المتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة إلى 37 سنة، قدرت ب 160 مفردة.

**9-أدوات جمع البيانات:**

نظرا لطبيعة الموضوع المدروس المتمثل في: البروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي في عصر الذكاء الاصطناعي - دراسة في الأبعاد والتأثيرات- استلزم من الباحثة استخدام الاستبيان الالكتروني الذي يعد بمثابة أداة مهمة خاصة مع ظهور المجتمعات الافتراضية التي دفعت بالباحثين لدراستها من خلال أداة الاستبيان الالكتروني الذي مكن الباحثين من الوصول إلى عينات من مجتمعات افتراضية<sup>15</sup>، وقد قسمت أداة الاستبيان الالكتروني إلى أربعة محاور بالإضافة إلى محور البيانات السوسيوديمغرافية.

✓ أولا: البيانات السوسيوديمغرافية.

✓ المحور الأول: طبيعة مواضيع البروباغندا الرقمية عبر موقع الفايبيوك من وجهة نظر مستخدميه.

✓ المحور الثاني: اسهامات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة البروباغندا الرقمية على موقع الفايبيوك من وجهة نظر مستخدميه.

✓ المحور الثالث: أبعاد البروباغندا الرقمية وتأثيراتها على المتلقي من وجهة نظر مستخدمي الفايبيوك.

✓ المحور الرابع: دوافع صناع البروباغندا الرقمية والشباعات المحققة منها من وجهة نظر مستخدمي الفايبيوك.

**10- صدق وثبات الاستمارة:****10-1 صدق الاستمارة:**

ويعني عرض استمارة الاستبيان على عدد من المحكمين أصحاب الاختصاص في موضوع البحث، وفي مناهج البحث العلمي وذلك للكشف عما يكون في تصميم الاستمارة من قصور أو أخطاء علمية، أو منهجية تؤثر في موضوعية الاستبيان وصدق محتواه وبناءه.<sup>16</sup>

واعتمادا على ذلك تم عرض استمارة الاستبيان الالكتروني على مجموعة من أساتذة المنهجية وعلوم الاعلام والاتصال وقد استجبت لآراء المحكمين لإجراء ما يلزم من التعديلات في

يعرف المنهج بأنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم المختلفة بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تهيم على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة.<sup>11</sup> وقد اتبعت الباحثة في هذه الدراسة المنهج المسحي المتمثل في مسح جمهور وسائل الاعلام الذي يستهدف الى التعرف على الآراء والأفكار والاتجاهات، الأبعاد، والمفاهيم والقيم والدوافع والمعتقدات والانطباعات والتأثيرات المختلفة لدى قراء الصحف ومستعمي الاذاعة ومشاهدي التلفزيون ومستخدمي المواقع الاعلامية على الأنترنت ووسائل الاعلام الجديدة<sup>12</sup>، ومنه فإن منهج مسح جمهور وسائل الاعلام يتناسب مع أهداف دراستنا في التعرف على أبعاد البروباغندا الرقمية وتأثيراتها على مواقع التواصل الاجتماعي في عصر الذكاء الاصطناعي من وجهة نظر مستخدمي الفايبيوك.

**7-مجتمع البحث:**

هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث، فالمجتمع يعتبر شمول كافة وحدات الظاهرة التي نحن بصدد دراستها.<sup>13</sup>

وقد تمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة جميع مستخدمي الفايبيوك المتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة – 37 سنة، في الفترة الممتدة من 03 فيفري 2022 إلى غاية 10 فيفري 2023م.

**8-عينة البحث:**

تعد العينة من المفردات العلمية الأساسية التي تمثل مفتاحا لتحقيق الانجاز العلمي وفق معايير الدقة والجودة العلمية في البحوث العلمية، وهي عملية اختيار عدد قليل من مجموعة أكبر أي مجتمع البحث، لتصبح أساسا للتقدير أو التنبؤ بانتشار معلومات أو حالة أو نتيجة غير معروفة في المجموعات الأكبر.<sup>14</sup>

ونظرا لضخامة مجتمع البحث، وعدم معرفة العدد الحقيقي لمستخدمي الفايبيوك في الفترة الممتدة من 03 فيفري 2022م إلى غاية 10 فيفري 2023م، قامت الباحثة

المحافظة على أمن البيانات: يجب على صناع البروباغندا الرقمية حماية البيانات المخزنة وتأمينها بشكل مناسب لحماية الخصوصية والأمن السيبراني .

المراقبة والتقييم: يجب على صناع البروباغندا الرقمية مراقبة العمليات والنتائج المتحققة وتقييمها بشكل منتظم لتحسين الأداء .

تستند سياسة البروباغندا الرقمية إلى هذه المبادئ لضمان تعاطي أخلاقي ونزيه ومسؤول للبروباغندا الرقمية، وحتى تحافظ على مصداقية القائمين عليها وثقة المستهلكين.

#### 2-11 البروباغندا الرقمية وهندسة العقول:

تهندس البروباغندا الرقمية عقل المتلقي من خلال استخدام مجموعة من العوامل والتقنيات التي تهدف إلى تأثير وتوجيه آراء واعتقادات المتلقي، وفيما يلي بعض الطرق التي يمكن استخدامها:

تحليل البيانات: يتم جمع وتحليل البيانات الرقمية للمتلقى لفهم اهتماماته وسلوكه على الأنترنت، ويتم استخدام هذه البيانات لتخصيص المحتوى والإعلانات لتناسب اهتمامات المتلقي وتعزيز الرسائل المراد نشرها.

الاستهداف الجغرافي: يتم استخدام تقنيات الاستهداف الجغرافي لتوجيه الرسائل الرقمية للمتلقين في مناطق محددة، يمكن استخدام هذه الطريقة لتوجيه الرسائل السياسية أو الاجتماعية للمتلقين في مناطق معينة لتحقيق تأثير أكبر<sup>20</sup>.

استخدام وسائل التواصل الاجتماعي: يتم استخدام منصات التواصل الاجتماعي لنشر الرسائل والمعلومات المرغوب فيها، يتم استخدام الخوارزميات لتحديد المحتوى الذي يتم عرضه لكل مستخدم بناءً على اهتماماته وسلوكه على المنصة.

إنشاء محتوى مؤثر: يتم إنشاء محتوى رقمي مؤثر يستخدم لنشر الرسائل المرغوب فيها، حيث يمكن استخدام الصور والفيديو والنصوص والرسوم البيانية لإيصال الرسائل بشكل أكثر فاعلية وتأثير على عقل المتلقي .

استخدام الإعلانات المستهدفة: يتم استخدام الإعلانات المستهدفة عبر الأنترنت لتوجيه الرسائل الرقمية لفئات معينة من المتلقين، ويتم استخدام

محتوى الاستمارة وحذف ما ينبغي حذفه لتتخذ الاستمارة شكلها النهائي.

#### 10-2 ثبات الاستمارة

يعتبر مقياس "ألفا كرونباخ" أحد أبرز المقاييس العالمية التي تستخدم في قياس مستوى الاتساق الداخلي لأدوات جمع البيانات وتحليلها، وتعتبر القيمة المقبولة لمعامل الثبات في الدراسات الاستطلاعية التي حددها كرونباخ هي 70%<sup>17</sup>.

وبالرجوع إلى نتائج ثبات الاتساق لاستمارة الاستبيان الالكتروني، ألفا كرونباخ 83 %، وهو ما يؤكد صلاحية الأداة للتطبيق.

#### 11-المحور الأول: سياسة البروباغندا الرقمية وهندسة العقول في عصر الذكاء الاصطناعي:

##### 11-1 المبادئ الأساسية لسياسة البروباغندا الرقمية:

إن البروباغندا في معناها الصحيح كلمة ناعمة ونسبها مشرف، ولها تاريخ مشرف خاصة في مجال التسويق<sup>18</sup>، لكن بمرور الزمن أصبحت تحمل دلالات الخداع والكذب خاصة بتطور التقنية وبروز خوارزميات الذكاء الاصطناعي الذي دلل من الصعوبات وبسط أبعديات عمل البروباغندا الرقمية. بحيث تعتمد سياسة البروباغندا الرقمية الهادفة على مجموعة من المبادئ الأساسية التي تتمثل في:

الصدق والشفافية: يجب أن يكون لدى صناع البروباغندا الرقمية النزاهة والشفافية في كافة العمليات والجوانب المرتبطة بإنشاء وتوزيع البروباغندا.

احترام خصوصية المستخدمين: يجب على صناع البروباغندا الرقمية الاحترام الكامل لخصوصية المستخدمين وعدم جمع معلوماتهم الشخصية دون إذنه.

المسؤولية الاجتماعية: يجب أن تكون البروباغندا الرقمية مسؤولة اجتماعياً وأن تحترم قيم الأخلاق والمجتمع والثقافة والبيئة<sup>19</sup>.

الحفاظ على الجودة: يجب أن تكون البروباغندا الرقمية موثوقة وذات جودة عالية ومتوافقة مع متطلبات الجمهور المستهدف .

الرقمية<sup>23</sup> باستخدام أساليب معينة منها: سياسة القطيع، الكذب الكبيرة، الغموض المتعمد، أنصاف الحق، تحفيز الاستنكار، النقل خارج السياق.

- الأبعاد الاقتصادية: وهنا تقوم البروباغندا الرقمية بالاهتمام بكل ما هو تجاري، تسويقي لمنتجات معينة بهدف زيادة الإيرادات والمداخيل.
- الأبعاد البيئية: وكما يوحي الاسم، تشمل هذه الأبعاد الاهتمام البيئي، وكل ما يتعلق بالتأثير على البيئة وكيفية اختيار المواضيع الحساسة المتعلقة بالحالة البيئية .
- الأبعاد التكنولوجية: وهي تلك الأبعاد المتعلقة بعالم التقنيات و الخوارزميات الذكية، التكنولوجيات الرقمية الحديثة والمستحدثة التي من شأنها أن تساهم في صناعة البروباغندا الرقمية.

تتفاعل هذه الأبعاد وتتداخل مع بعضها البعض، وتتأثر بالظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية المتغيرة بسرعة، لذا فإن تقديم بروباغندا رقمية فعالة يتطلب النظر إلى كل هذه الجوانب ودراستها بشكل جيد.

## 12-2 دو افغ صناع البروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي:

وتختلف دوافع صناع البروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي ويمكن تلخيصها فيما يلي:

- زيادة الإيرادات: يهدف صناع البروباغندا الرقمية إلى جذب المستخدمين والعملاء لزيادة المبيعات والإيرادات.
- تحسين الصورة العامة: يمكن أن تستخدم البروباغندا الرقمية لتحسين صورة المنتج أو الشركة بشكل عام من خلال توضيح إنجازاتها أو الجوائز التي حصلت عليها والأحداث التي شاركت فيها<sup>24</sup>.
- توسيع الجمهور: يهدف الكثير من صناع البروباغندا الرقمية إلى جذب جماهير جديدة وتوسيع نطاق المستخدمين لتحقيق المزيد من الإيرادات .
- التفاعل مع العملاء: يمكن استخدام البروباغندا الرقمية لجذب العملاء وتوفير معلومات عن المنتجات والاستجابة للاستفسارات أو خدمة العملاء<sup>25</sup>.

البيانات المتاحة عن المستخدمين لتحديد الفئات المستهدفة وعرض الإعلانات المناسبة لهم<sup>21</sup>.

استخدام الروابط والمشاركات: يتم استخدام الروابط والمشاركات على وسائل التواصل الاجتماعي لتوجيه المتلقين إلى المحتوى المرغوب فيه، حيث يمكن استخدام هذه الروابط والمشاركات لتوجيه المتلقين إلى مواقع الويب أو الصفحات التي تحتوي على المعلومات المرغوب فيها.

تهدف جميع هذه العوامل إلى التأثير على عقل المتلقي وتوجيهه نحو الرسائل والمعلومات المرغوب فيها، وهذا ما يستدعي استخدامها بشكل أخلاقي ومسؤول لتجنب إساءة استخدام البروباغندا الرقمية.

## 12- المحور الثاني: أبعاد البروباغندا الرقمية ودوافع صناعها على مواقع التواصل الاجتماعي:

### 1-12 أبعاد البروباغندا الرقمية:

تتضمن أبعاد البروباغندا الرقمية عدة جوانب وعناصر ومنها:<sup>22</sup>

- الأبعاد الوظيفية: وتشمل هذه الأبعاد العملية المستخدمة لتحويل البروباغندا إلى إجراءات تتطلبها الحالة التطبيقية للظاهرة، أو استخدام الأدوات التكنولوجية لتحسين كفاءة البروباغندا الرقمية وتحقيق أهدافها من هذه الظاهرة.
- الأبعاد الأخلاقية: وتتضمن هذه الأبعاد المسؤولية الأخلاقية لصناع البروباغندا عند توجيه البروباغندا الرقمية لإقناع المستهلكين، وفي كثير من الأحيان يتم استخدام الخداع لجذب المستخدمين.
- الأبعاد الاجتماعية: وتشمل هذه الأبعاد التأثير الاجتماعي والثقافي، ويتعلق بالتركيز على المجتمع وحالته والتعرف على المشاكل، والأمثلة التي يواجهها لاستغلالها في صناعة مواضيع البروباغندا الرقمية باستخدام أساليب معينة منها: الإلهاء، التبسيط المخل الاستشهادات، الافتراضات غير المعلنة .
- الأبعاد الدينية: وتتمثل في التأثير على كل ما يتعلق بالدين وقيمه وعاداته وكل الشعائر والطقوس الدينية.
- الأبعاد السياسية: وتشمل هذه الأبعاد في التأثير على السياسات الحكومية والقوانين واللوائح، ومن الممكن أن ينشط رجال السياسة اليوم بواسطة البروباغندا



- اتخاذ القرارات: تستخدم البروباغندا الرقمية لدفع القرارات وتحفيز المستخدمين، على اتخاذ القرارات تجاه مواضيع البروباغندا الرقمية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

#### 14- المحور الرابع: اسهامات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة البروباغندا الرقمية:

يعد الذكاء الاصطناعي من التقنيات المبتكرة التي تستخدم في صناعة البروباغندا الرقمية، حيث يمكن أن ينعكس إسهام الذكاء الاصطناعي في صناعة البروباغندا الرقمية في عدة مجالات منها:

❖ تحليل البيانات: يمكن للذكاء الاصطناعي أن يساعد في تحليل الكم الهائل من المعلومات والبيانات الموجودة على الأنترنت وفي وسائل التواصل الاجتماعي، والتي يمكن استخدامها لإنتاج بروباغندا رقمية فعالة<sup>28</sup>.

❖ تخصيص الرسائل: يتيح الذكاء الاصطناعي لصناع البروباغندا تخصيص الرسائل وفقاً للمتلقى واحتياجاته واهتماماته، الأمر الذي يساعد على جذب الجمهور المستهدف، وبالتالي تحقيق أهداف البروباغندا الرقمية.

❖ التوقيت المناسب: يمكن للذكاء الاصطناعي التعرف على أوقات التفاعل الأكثر نجاحاً للجمهور المستهدف، وبالتالي يمكن استخدام هذه المعلومات لنشر رسائل البروباغندا الرقمية في الوقت المناسب<sup>29</sup>.

❖ الخدمات الصوتية: يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي لتطوير الخدمات الصوتية المرتبطة بالبحث والاستفسارات، مثل المساعدة الصوتية الخاصة "بأبل" و"ألكسا من أمازون"، والتي يمكن استخدامها لنشر البروباغندا.

❖ النصوص الذكية: يمكن للذكاء الاصطناعي التعرف على المواضيع الرئيسية التي يهتم بها الجمهور المستهدف وبالتالي يمكن استخدام هذه المعلومات لإنتاج نصوص ذكية ومحتويات متميزة لجذب الجمهور ونشر البروباغندا<sup>30</sup>.

15- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية بالاعتماد على برنامج الحزمة الاحصائية spss v 25:

جدول رقم (01): يوضح الخصائص السوسيوديمغرافية لعينة الدراسة

النسبة %	التكرار
----------	---------

– السيطرة على الرأي العام: يمكن استخدام البروباغندا الرقمية لنشر أفكار وآراء تشجع على القيام بشيء معين مثل شراء المنتجات أو الانضمام إلى الحملات الإعلانية.

– التأثير على السياسة: يمكن استخدام البروباغندا الرقمية لتأثير على السياسات الحكومية والقوانين واللوائح، والتي قد تؤثر على سير الأعمال أو إنجاز الأهداف.

على الرغم من أن بعض هذه الدوافع ايجابية، إلا أن استخدام البروباغندا الرقمية يمكن أن تكون لها العديد من الدوافع المضادة (تنفع صناع البروباغندا وتضر بالمجتمع) في نفس الوقت، نذكر منها:

السيطرة والتحكم والإلهاة، الترهيب، التخويف، الترهيب الدعوة الى الانضمام لحشد معين، التضليل والتشويه.

#### 13- المحور الثالث: تأثيرات البروباغندا الرقمية على

المتلقي:

تؤثر البروباغندا الرقمية على المتلقي بعدة طرق، من أهمها:

- تأثير نفسي: تستخدم البروباغندا الرقمية أساليب سيكولوجية للتأثير على عقل المتلقي بطريقة معينة وذلك من خلال استخدام الألوان والصور والأصوات للإيحاء بمشاعر معينة، ويوجد العديد من الاستراتيجيات التي تطبق في البروباغندا الرقمية للوصول لهذا الهدف<sup>26</sup>.

- تأثير سلوكي: تستخدم البروباغندا الرقمية لتحفيز المتلقي على اتخاذ إجراءات معينة، مثل الشراء من الموقع أو البحث عن المزيد من المعلومات عن المنتجات والخدمات المعروضة، ويتم هذا عبر استخدام جملة من التقنيات التي تشجع المستخدمين على تنفيذ الإجراءات التي يرغب بها المسوقون.

- تأثير إدراكي: تستخدم البروباغندا الرقمية لتغيير وتعديل الإدراك والمعرفة لدى المتلقي، وذلك من خلال توفير المعلومات المختلفة والتي تساعد المستخدمين للوصول إلى المعرفة الجديدة والمهمة، وتعتبر البروباغندا الرقمية من بين الأدوات التي يتم استخدامها لهذا الهدف<sup>27</sup>.

التساؤلات المدخلة المتمثلة في: مدى دلالة الفروق الاحصائية بين استخدامات الذكور والإناث للفايسبوك، بل اكتفينا باستخدام البيانات المجمعة لمعرفة الخصائص السوسيوديمغرافية لعينة الدراسة فقط.

جدول رقم(02): يوضح طبيعة مواضيع البروباغندا الرقمية المتابعة لدى المبحوثين

النسبة المئوية%	التكرار	
%25	70	سياسية
%22	62	اجتماعية
%20	57	ثقافية
%18	50	اقتصادية
%15	44	رياضية
%100	283	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

يمثل الجدول أعلاه طبيعة مواضيع البروباغندا الرقمية المتابعة من قبل مستخدمي الفاييسبوك، حيث كان سؤالاً متعدد الاختيارات، وكانت النتائج كالتالي:

اتضح أن مواضيع البروباغندا الرقمية السياسية هي الأكثر متابعة من طرف المستخدمين بنسبة 25%، ثم مواضيع البروباغندا الرقمية الاجتماعية بنسبة 22%، تليها المواضيع الثقافية بنسبة 20%، بعدها تظهر لنا المواضيع الاقتصادية بنسبة 18%، لتأتي في الأخير مواضيع البروباغندا الرقمية الرياضية بنسبة 15%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بعدة مؤشرات وأسباب منها: ميول ورغبة مستخدمي الفاييسبوك في متابعة مواضيع البروباغندا الرقمية السياسية والاجتماعية، بالإضافة إلى بروز أحداث وظواهر كثيرة في المواضيع السياسية والاجتماعية في الفترة المحددة لهذه الدراسة مقارنة بالمجالات الاقتصادية والثقافية والرياضية، لتتشكل بذلك دوافع معينة لصناع البروباغندا الرقمية في هذه المجالات، كما يمكن تفسير هذه النتائج أيضا باشتراك مستخدمي الفاييسبوك في صفحات على موقع الفاييسبوك خاصة بصناعة البروباغندا الرقمية في المجال السياسي والاجتماعي.

جدول رقم(03): يبين أساليب رسائل البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك من وجهة نظر المبحوثين

النسبة %	التكرار	
%14	59	القولبة، التنميط وإطلاق الشعارات، اثاره الغرائز
%18	77	تسمية الأشياء بغير مسمياتها وادعاء الموضوعية

النوع الاجتماعي / الجنس	ذكر	أنثى
العمر	70	44%
	90	56%
	22	14%
	66	41%
	10	6%
المستوى الدراسي	42	26%
	20	13%
	--	--
	10	6%
	30	19%
المجموع	80	50%
	40	25%
	160	100%

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

يتضح من خلال الجدول رقم 01 الذي يمثل الخصائص السوسيوديمغرافية لعينة الدراسة وفقا لمتغير النوع الاجتماعي أن فئة الاناث هن الأكثر استخداما للفايسبوك وذلك بنسبة 56% مقارنة بنسبة فئة الذكور التي قدرت ب 44%، أما حسب متغير العمر فقد تبين أن مستخدمي الفاييسبوك من الفئة العمرية من [22 إلى 25] سنة هم الأكثر استخداما للفايسبوك وذلك بنسبة 41%، تليها الفئة العمرية من [30 إلى 33] سنة بنسبة 26%، لتأتي بعدها الفئة العمرية من [18 إلى 21] سنة بنسبة 14%، ثم الفئة العمرية من [34 إلى 37] بنسبة 13%، وفي الأخير تأتي الفئة العمرية من [26 إلى 29] سنة بنسبة 6%، أما حسب متغير المستوى الدراسي فقد تبين أن مستخدمي الفاييسبوك ذو مستوى جامعي هم الأكثر استخداما له بنسبة 50%، تليها فئة المستخدمين من مستوى دراسات عليا بنسبة 25%، ثم فئة المستخدمين ذو مستوى ثانوي بنسبة 19%، وفي الأخير تأتي فئة المستخدمين ذو مستوى متوسط بنسبة 6%، في حين لم نسجل أية نسبة مئوية بالنسبة لفئة مستخدمي الفاييسبوك ذوي مستوى ابتدائي.

ويمكن تفسير هذا الاختلاف في النسب فيما يخص خصائص عينة الدراسة إلى طبيعة موضوع الدراسة والعينة المعتمد عليها عند نشر استمارة الاستبيان الالكترونية في الصفحات والمجموعات الافتراضية على موقع الفاييسبوك.

وبالنسبة لربط المتغيرات السوسيوديمغرافية ببعض متغيرات الدراسة من خلال الجداول المركبة، فقد قدرنا بأن هذه الدراسة غير معنية بذلك، حيث أنها لم تشمل على

بث مباشر	10	6%
رسائل نصية	8	5%
صور، ملصقات	10	6%
المجموع	160	100%

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

يمثل الجدول أعلاه أشكال البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك، حيث اتضح أن شكل المنشورات هو الغالب على أشكال البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك حسب وجهة نظر مستخدميه وذلك بنسبة 48%، يليه شكل الفيديوهات بنسبة 35%، ثم شكل البث المباشر والصور والملصقات بنسبة 6%، في حين يأتي في الأخير شكل الرسائل النصية بنسبة 5%.

ويمكن تفسير ذلك بأن المنشورات على موقع الفاييسبوك هو الشكل الغالب على مواضيع البروباغندا الرقمية وذلك لعدة خصائص تتميز بها المنشورات الفاييسبوكية منها:

- ✓ تتيح للمستخدمين الانتشار السريع للأخبار والأحداث على مستوى العالم من خلال مشاركتها على حساباتهم الشخصية أو مجموعات افتراضية.
  - ✓ توفر وسيلة فعالة للتواصل بين الأفراد ومشاركة أفكار وآراء حول مواضيع مختلفة.
  - ✓ تتضمن المنشورات على الفاييسبوك صوراً وفيديوهات وروابط تشجع المستخدمين على الانخراط ومشاركة المحتوى.
  - ✓ يمكن للمستخدمين الرد على المنشورات ووضع إعجابات أو تعليقات تفاعلية.
  - ✓ تسمح منشورات الفاييسبوك للمستخدم بالوصول إلى جمهور أوسع والترويج لمنتجاتها أو خدماتها.
- جدول رقم (05): يوضح تقنيات مشاركة البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك من وجهة نظر المبحوثين.

النسبة %	التكرار	
55%	88	التrend
14%	22	الهاشتاج
31%	50	Digital propaganda sponsor / راعي البروباغندا الرقمية
100%	160	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

توظيف الشخصيات اللامعة	53	12%
التركيز على المواضيع غير المألوفة	46	11%
الهروب من مناقشة المواضيع	69	16%
تكرار رسائل البروباغندا الرقمية	67	16%
الاعتماد على الأرقام والإحصائيات المزيفة	55	13%
المجموع	426	100%

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

يمثل الجدول أعلاه أساليب رسائل البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك، وننوه إلى أنه منح للمبحوثين فرصة اختيار أكثر من نوع واحد للأساليب وكانت النتائج كالتالي: تبين أن أكثر أسلوب مستخدم في الرسائل الاتصالية للبروباغندا الرقمية المعروف على موقع الفاييسبوك من وجهة نظر مستخدمي الفاييسبوك هو أسلوب تسمية الأشياء بغير مسمياتها وادعاء الموضوعية وذلك بنسبة 18%، يليه أسلوب الهروب من مناقشة المواضيع وتكرار رسائل البروباغندا الرقمية بنسبة 16%، ثم أسلوب القولية والتنميط، اطلاق الشعارات، اثاره الغرائز بنسبة 14%، بعده يأتي أسلوب الاعتماد على الأرقام والاحصائيات المزيفة بنسبة 13%، ثم أسلوب توظيف الشخصيات اللامعة بنسبة 12%، ليأتي في الأخير أسلوب التركيز على المواضيع غير المألوفة بنسبة 11%.

ويمكن تفسير ذلك بأن البروباغندا الرقمية تستخدم أساليب عديدة في رسائلها الاتصالية ومن أبرزها، أسلوب تسمية الأشياء بغير مسمياتها وادعاء الموضوعية وذلك كون وسائل الإعلام عامة ووسائل التواصل الاجتماعي خاصة تُمسك اليوم بزمام الرأي العام، وتعمل على توجيهه وصياغته على النحو الذي تريده مدعية في ذلك الموضوعية والحياد فإن ذلك يستتبع بالبداهة تحكُّمها في بعض المفاهيم والمصطلحات التي تتداولها وتسعى لتدويلها بين الناس، إذ تتجنب غالباً التعرض المباشر للقضايا التي ترغب في تحويلها أو تغييرها وإنما تعمل على إعادة صياغتها بلغة جديدة تتناسب مع سياساتها وبثها بين الناس الذين يتقبلونها لا شعورياً على المدى الطويل.

جدول رقم (04): يوضح أشكال البروباغندا الرقمية على

موقع الفاييسبوك من وجهة نظر المبحوثين.

النسبة المئوية %	التكرار	
48%	77	منشورات
35%	55	فيديوهات

ومجموعات افتراضية بنسبة 12%، ليأتي في الأخير المواطن الصحفي بنسبة 6%.

ويمكن تفسير ذلك كون الذباب الإلكتروني أو ما يعرف باللجان الإلكترونية، أحد أهم أسلحة الحرب الإلكترونية الحديثة على مواقع التواصل الاجتماعي، لا تحتاج إلى تكاليف مالية كبيرة وترسانة فتاكة من الأسلحة، بل مجرد حواسيب وروبوتات مبرمجة وفيرسات تكفي لإلحاق أضرار وتأجيج صراعات.

فالذباب الإلكتروني هو عبارة عن حسابات وهمية مبرمجة وموجهة باتجاه معين، وبطرق ممنهجة تدار عن طريق برمجيات ومواقع تقوم بكتابة التعليقات والإجابات وإعادتها تلقائياً، وهذا ما يتناسب مع طبيعة البروباغندا الرقمية لاسيما وأن للذباب الإلكتروني ميكانيزمات عمل خاصة في نشر عدة بروباغندات رقمية في مجالات مختلفة نذكر منها<sup>31</sup>:

- ✓ الانتشار بقوة في مختلف المواقع الاخبارية العالمية وفي صفحات الشخصيات المؤثرة.
- ✓ تجنيد أشخاص ذوي التأثير العالي من رجال دين إعلاميين، أكاديميين ورياضيين، اللذين لديهم الآلاف وبعضهم لديه الملايين من المتابعين والزج بهم في حرب التعليقات لأن وجهة نظرهم تحظى بقبول جماهيري ولهم صدى اعلامي واسع.
- ✓ التلاعب بالصور والفيديوهات بإظهار صور وفيديوهات مفبركة لأحداث غير حقيقية أو وقعت مثلاً في الدولة -أ- والدعاية لها على أنها ملتقطة في الدولة -ب- خاصة القضايا المتعلقة بانتهاكات حقوق الإنسان والصراعات والتي عادة ما تثير تفاعل كبير في الأوساط الإعلامية.
- ✓ النشر والتعليق عن طريق حساب شخصية حقيقية أو موثقة مولية حتى تعطى مصداقية للمنشور ثم تقوم الكتائب الإلكترونية بدعمه ورفع مستوى التفاعل فيه بإبداء الإعجاب والترويج له في أكبر عدد ممكن من المواقع ومختلف وسائل التواصل الاجتماعي.
- ✓ مهاجمة الرأي أو الجهة المعارضة بالشتم، الابتزاز التخوين (الاتهام بخيانة الوطن والعمالة لقوى أجنبية) والشخصنة بتحويل النقاش من فكري حول قضية سياسية أو اجتماعية الى أمور شخصية متعلقة بصاحب المنشور أو الفئة المخالفة.

يوضح الجدول أعلاه تقنيات مشاركة البروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك، حيث تبين أن تقنية الترندي هي أكثر تقنيات مشاركة البروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك حسب وجهة نظر مستخدميه وذلك بنسبة 55%، تليها تقنية صفحات sponsoring راعي البروباغندا بنسبة 31%، ثم تأتي في الأخير تقنية الهاشتاغ بنسبة 14%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن صناع البروباغندا الرقمية يستخدمون تقنية الترندي لمشاركة مواضيع البروباغندا كون هذا الأخير هو الذي يشكل أعلى الوسوم فاعلية وأكثرها تداولاً على مواقع التواصل الاجتماعي، فهي تطرح أهم الأحداث السياسية والاجتماعية المهمة والروابط المشتركة التي تكون محل اجماع ونقاش أو صراع في رقعة جغرافية محلية أو دولية، حيث يتم صناعة ترند لموضوع بروباغندا معين عن طريق الكتائب الإلكترونية برفع معدل التفاعل، النشر وإعادة النشر وتكرار المحتوى على أوسع نطاق.

أما فيما يخص صفحات راعي البروباغندا الرقمية فقد يشير هذا المصطلح بشكل عام إلى كيان أو هيئة معينة يستخدم وسائل الاعلام الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي، المدونات، المواقع الاخبارية المستقلة لتشجيع الأفراد على تبني وجهات نظر معينة يمكن أن يشمل ذلك عدداً من الأفراد والهيئات، بما في ذلك الحكومات، الشركات الجماعات، الشخصيات العامة، المدافعين عن القضايا.

جدول رقم (06): يمثل الأشخاص الصانعون للبروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك من وجهة نظر المبحوثين

النسبة %	التكرار	
19%	30	وسائل الاعلام
63%	100	الذباب الإلكتروني
12%	20	مدراء (Admin) صفحات ومجموعات افتراضية
6%	10	المواطن الصحفي
100%	160	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

يبين الجدول الموضح أعلاه أشخاص الصانعون للبروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك، حيث اتضح أن غالبية مستخدمي الفايسبوك أجمعوا على أن الذباب الإلكتروني هو الأكثر صناعة للبروباغندا الرقمية وذلك بنسبة 63%، يليه وسائل الاعلام بنسبة 19%، ثم مدراء صفحات

✓ برمجة منشورات وتعليقات تعمل بشكل آلي هدفها الأساسي هو تكرار الشائعات والتعليقات في نفس القضية، فمن كثرة تكرار المحتوى حتى تدخل في لاوعي المتلقي وتصبح مؤثرة عليه.

جدول رقم (07): يبين دو افع صناع البروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك من وجهة نظر المبحوثين

النسبة المئوية%	التكرار	
14%	62	أبعاد وظيفية
13%	55	أبعاد أخلاقية
16%	70	أبعاد اجتماعية
18%	81	أبعاد سياسية
16%	70	أبعاد اقتصادية
15%	67	أبعاد دينية
8%	34	أبعاد بيئية
100%	439	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

يوضح الجدول المبين أعلاه أبعاد البروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك من وجهة نظر مستخدميه، حيث تبين أن الأبعاد السياسية هي البعد الأول للبروباغندا الرقمية بنسبة 18%، تليها كل من الأبعاد الاجتماعية والاقتصادية بنسبة 16%، ثم الأبعاد الدينية بنسبة 15%، بعدها تأتي الأبعاد الوظيفية بنسبة 14%، ثم الأبعاد الأخلاقية بنسبة 13%، لتأتي في الأخير الأبعاد البيئية بنسبة 8%.

ويمكن تفسير هذه النتائج كون أبعاد البروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة على موقع الفايسبوك تتخذ الطابع السياسي والاجتماعي، الاقتصادي أكثر من الأبعاد الأخرى وذلك راجع لمدى نشاط صناع البروباغندا في هذه المجالات، فعالم السياسة تتنوع أحداثه وأخباره يوميا وكذلك بالنسبة للأبعاد الاجتماعية فلا يخل يوما من الظواهر الجديدة والمتجددة اجتماعيا.

أما بالنسبة للأبعاد الاقتصادية فلا يخف على الجميع أن الرقمنة فتحت العديد من المهام التي ترفع من الاقتصاد كالتجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني للمنتجات والسلع، ولعل هذه من أبرز الأسباب التي جعلت من صناع البروباغندا أن يتخذوها كمواضيع خصبة للبروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك.

جدول رقم (09): يمثل تأثيرات البروباغندا الرقمية على المستخدم على موقع الفايسبوك من وجهة نظر المبحوثين.

النسبة%	التكرار	
---------	---------	--

جدول رقم (07): يبين دو افع صناع البروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك من وجهة نظر المبحوثين

النسبة المئوية%	التكرار	
13%	80	زيادة الإيرادات
7%	44	تحسين الصورة العامة
9%	55	توسيع الجمهور
8%	49	التفاعل مع العملاء
12%	75	التأثير على السياسة
11%	67	التضليل والتشويه
16%	100	السيطرة والتحكم والإلهاء
16%	96	الترهيب ، التخويف ، الترغيب
8%	53	الدعوة الى الانضمام لحشد معين
100%	619	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

من خلال الجدول الموضح أعلاه الذي يمثل دوافع صناع البروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك من وجهة نظر مستخدميه.

فقد تبين أن دوافع السيطرة والتحكم والإلهاء، الترهيب التخويف، الترغيب احتلوا المرتبة الأولى بنسبة 16%، يليهم دافع زيادة الإيرادات في المرتبة الثانية بنسبة 13%، ثم دافع التأثير على السياسة في المرتبة الثالثة بنسبة 12%، يأتي بعده دافع التضليل والتشويه في المرتبة الرابعة بنسبة 11%، في حين احتل دافع توسيع الجمهور المرتبة الخامسة بنسبة 9% أما دافعي التفاعل مع العملاء والدعوة إلى انضمام إلى حشد معين فقد احتلوا المرتبة السادسة بنسبة 8%، ليأتي في الأخير دافع تحسين الصورة العامة بنسبة 7%.

ويمكن تفسير هذه النتائج بمخططات الأجندات السياسية وأهدافها حيث أن دوافع السيطرة والتحكم في الرأي العام والهأ الأفراد، وترهيبهم وتخويفهم تارة وترغيبهم تارة أخرى هي من أساليب البروباغندا الرقمية.

حيث يلجأ صناع البروباغندا الرقمية إلى التلاعب باللغة وتزييف المنطق من أجل إيصال معلوماتهم إلى العقل الباطن للأفراد، تمهيدا لغسل أفكارهم، وتحويلها إلى متعاطفين مع

ويمكن تفسير هذه النتائج بمدى فعالية خوارزميات الذكاء الاصطناعي في معرفته للتوقيت المناسب لعرض بعض قضايا البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك لتكون أكثر تأثيرا وبذلك تحقق الأهداف المرجوة، بالإضافة إلى اسهامه في تخصيص بعض الرسائل الاتصالية المتوافقة مع متطلبات الجماهير المستهدفة عن طريق كتابة النصوص الذكية بفضل تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

جدول رقم (11): يمثل نوع الجمهور المستهدف من

صناع البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك

النسبة المئوية %	التكرار	
56%	90	جمهور عام / الرأي العام
19%	30	جمهور خاص
25%	40	كلاهما
100%	160	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

يمثل الجدول المبين أعلاه نوع الجمهور المستهدف من صناع البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك من وجهة نظر مستخدميه، حيث اتضح أن الجمهور العام أو الرأي العام هو المستهدف الأول من البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك وذلك بنسبة 56%، يليه كل من الجمهور العام والخاص بنسبة 25%، ثم الجمهور الخاص بنسبة 19%.

ويمكن تفسير ذلك بطبيعة سيرورة عمل البروباغندا الرقمية حيث أن من أولوياتها استهداف الرأي العام والتحكم فيه وتغيير آرائه لما يخدم مصالح صناع البروباغندا الرقمية.

جدول رقم (12): يمثل أشكال تفاعل المتلقي مع مواضيع

البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك

النسبة %	التكرار	
17%	68	الاعجابات
26%	101	مشاركة المنشور
34%	133	التعليق على المنشور
23%	90	النقرات على الروابط والمشاركات
100%	392	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

من خلال الجدول المبين أعلاه الذي يمثل أشكال تفاعل المتلقي مع مواضيع البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك، اتضح أن شكل التعليق على المنشور من الأشكال البارزة في التفاعل على البروباغندا الرقمية من قبل

تأثيرات سلوكية وقيمية	85	32%
تأثيرات ادراكية	100	39%
تأثيرات نفسية	77	29%
المجموع	262	100%

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

يمثل الجدول أعلاه تأثيرات البروباغندا الرقمية على المستخدم المتلقي على موقع الفاييسبوك من وجهة نظر مستخدميه، وكانت النتائج كالتالي:

اتضح أن التأثير الادراكي هو أول التأثيرات التي تحدث للمتلقين وذلك بنسبة 39%، تليها التأثيرات السلوكية والقيمية بنسبة 32%، ثم التأثيرات النفسية بنسبة 29%.

ويمكن إرجاع هذه النسب إلى مدى قوة تأثير رسائل البروباغندا الرقمية على المستخدمين إدراكيًا، لاسيما وأن من أولى أهداف البروباغندا الرقمية السيطرة على رأي الجمهور والتحكم فيه وهذا مع يتوافق مبدئيًا مع التأثير الادراكي.

جدول رقم (10): يبين أبرز اسهامات تكنولوجيا الذكاء

الاصطناعي في صناعة البروباغندا الرقمية.

النسبة المئوية %	التكرار	
19%	77	تحليل البيانات
22%	88	تخصيص الرسائل
23%	93	التوقيت المناسب
15%	61	الخدمات الصوتية
20%	81	النصوص الذكية
100%	400	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

يوضح الجدول أعلاه أبرز اسهامات تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في صناعة البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك من وجهة نظر مستخدميه، وننوه إلى أنه منح للمبحوثين فرصة اختيار أكثر من عنصر.

وقد تبين أن التوقيت المناسب لعرض مواضيع البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك هو أكثر اسهامات الذكاء الاصطناعي لصناعة البروباغندا الرقمية وذلك بنسبة 23% يليه تخصيص الرسائل وذلك بنسبة 22%، ثم النصوص الذكية بنسبة 20%، ليأتي في الأخير تحليل البيانات بنسبة 19%.

الاجتماعي لنشر الرسائل الاعلامية وإعلام الأفراد ببعض المواضيع السياسية والاجتماعية وغيرها، ويتم تصميم هذه الرسائل وفقاً لأجندات معينة، تستخدم لتغيير تصورات الجمهور وإقناعه بوجهة نظر معينة.

جدول رقم (14): يبين الأهداف الخفية للبروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك من وجهة نظر المبحوثين

النسبة %	التكرار	
16%	85	التأثير على الرأي العام وتغيير السلوكيات
14%	77	التحريض وتشويه الصورة
15%	81	التحفيز على اتباع سلوك معين
23%	122	تحقيق أجندة سياسية أو غيرها
18%	100	التحكم والسيطرة
14%	75	التلاعب بالإدراك والمشاعر
100%	540	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

يمثل الجدول الموضح أعلاه الأهداف الخفية للبروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك من وجهة نظر مستخدميه حيث تبين أن هدف تحقيق أجندة سياسية أو غيرها هو من أولى الأهداف الخفية للبروباغندا الرقمية بنسبة 23%، ثم يأتي هدف التحكم والسيطرة بنسبة 18%، يليه هدف التأثير على الرأي العام وتغيير السلوكيات بنسبة 16%، ثم يأتي بعده هدف التحفيز على اتباع سلوك معين بنسبة 15%، ليأتي في الأخير هدف التحريض وتشويه الصورة والتلاعب بالإدراك والمشاعر بنسبة 14%، ومهما كانت هذه الأهداف الخفية للبروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك من وجهة نظر مستخدميه إلا أنها تبقى هناك أهداف أخرى يسعى إليها صناع البروباغندا، كل حسب أجندته ومجاله وتخصصه.

جدول رقم (15): يبين الاشباعات المحققة لصناع البروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك من وجهة نظر المبحوثين

النسبة %	التكرار	
22%	82	اشباعات نفسية
32%	122	اشباعات سياسية
20%	75	اشباعات اجتماعية
26%	100	اشباعات اقتصادية (ربحية)
100%	379	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

مستخدمي الفايسبوك وذلك بنسبة 34%، ثم يأتي شكل مشاركة المنشور بنسبة 26%، ثم شكل النقرات على الروابط والمشاركات بنسبة 23%، ليأتي في الأخير شكل الإعجابات بنسبة 17%.

ويمكن إرجاع ذلك كون التعليق على المنشور يعد من الطرق الفعالة للمساهمة في نشر الآراء بين الأفراد، كما أنه شكل من أشكال التفاعل الاجتماعي عبر الأنترنت.

ويمكن أن يكون التعليق إيجابياً أو سلبياً أو حتى نقدياً في مواضيع البروباغندا الرقمية، حيث يسمح التعليق المفتوح للأفراد بالتعبير عن آرائهم والتفاعل مع المنشور بطريقة شخصية ومباشرة.

وبالإضافة إلى ذلك فإن التعليقات الذكية والبناءة يمكن أن تساعد في تحسين المحتوى وجعله أكثر فعالية وفائدة ولأن التعليق هو شكل من أشكال التفاعل الاجتماعي فإنه يتيح للأفراد التفاعل مع المحتوى في مواضيع البروباغندا الرقمية في المجتمع الرقمي.

ولعل هذا ما جعله أكثر استخداماً من مستخدمي الفايسبوك في التفاعل مع منشورات البروباغندا الرقمية.

جدول رقم (13): يوضح الأهداف العلنية للبروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك من وجهة نظر المبحوثين.

النسبة %	التكرار	
35%	120	الاعلام والإخبار وتشكيل آراء معينة
15%	54	التثقيف والتنوير
22%	77	كسب الولاء والمتابعة
28%	100	التعاطف والبحث عن الحقيقة
100%	351	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

يبين الجدول الموضح أعلاه الأهداف العلنية للبروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك، حيث اتضح أن أهداف الاعلام والإخبار وتشكيل آراء معينة هم أولى أهداف البروباغندا الرقمية من وجهة نظر مستخدمي الفايسبوك وذلك بنسبة 35%، يليه هدف التعاطف والبحث عن الحقيقة بنسبة 28%، ثم هدف كسب الولاء والمتابعة بنسبة 22%، ليأتي في الأخير هدف التثقيف والتنوير بنسبة 15%.

ويمكن تفسير ذلك بمدى توافق أهداف الاعلام والإخبار وتشكيل آراء معينة مع المفهوم المدعى للبروباغندا الرقمية في كونها تقوم على استخدام التكنولوجيا ووسائل التواصل

قليلاً لأن تقليل التأثير، الذي تمارسه البروباغندا الرقمية على المتلقي يتطلب إعادة التفكير في كيفية تحديد ما هو موثوق وما هو غير ذلك وتأكيد نزاهة الناشرين وفقاً للمعايير المعترف بها عالمياً، مما يساعد ذلك على تقوية الثقة في المعلومات التي نلقاها وتعزيز المعرفة العامة.

#### 17-نتائج الدراسة:

✓ اتضح أن مواضيع البروباغندا الرقمية السياسية والاجتماعية هما الأكثر متابعة من طرف مستخدمي الفاييسبوك، والذي يمكن تفسيره بميول ورغبة مستخدمي الفاييسبوك في متابعة مواضيع البروباغندا الرقمية السياسية والاجتماعية بالإضافة إلى بروز أحداث وظواهر كثيرة في المواضيع السياسية والاجتماعية في الفترة المحددة لهذه الدراسة، وإمكانية اشتراك مستخدمي الفاييسبوك في صفحات على موقع الفاييسبوك تتعلق بصناعة البروباغندا الرقمية في المجال السياسي والاجتماعي.

✓ تبين أن أكثر أسلوب مستخدم في الرسائل الاتصالية للبروباغندا الرقمية المعروض على موقع الفاييسبوك من وجهة نظر مستخدميه هو أسلوب تسمية الأشياء بغير مسمياتها وادعاء الموضوعية وذلك كون وسائل الإعلام عامة ووسائل التواصل الاجتماعي خاصة تُمسك اليوم بزمام الرأي العام، وتعمل على توجيهه وصياغته على النحو الذي تريد مدعية في ذلك الموضوعية والحياد، فإن ذلك يستتبع بالبداية تحكُّمها في بعض المفاهيم والمصطلحات التي تتداولها وتسعى لتدويلها بين الناس، إذ تتجنب غالباً التعرض المباشر للقضايا التي ترغب في تحويلها أو تغييرها وإنما تعمل على إعادة صياغتها بلغة جديدة تتناسب مع سياساتها وبثها بين الناس الذين يتقبلونها لا شعورياً على المدى الطويل.

✓ اتضح أن شكل المنشورات هو الغالب على مواضيع البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك من وجهة نظر مستخدميه ولعل ذلك لعدة خصائص تتميز بها المنشورات الفاييسبوكية منها: تتيح للمستخدمين الانتشار السريع للأخبار والأحداث على مستوى العالم من خلال مشاركتها على حساباتهم الشخصية أو مجموعات افتراضية، توفر وسيلة فعالة للتواصل بين

يبين الجدول الموضح أعلاه الاشباعات المحققة لصناع البروباغندا الرقمية على موقع الفاييسبوك من وجهة نظر الباحثين، حيث اتضح أن الاشباعات السياسية هي أولى الاشباعات المحققة لصناع البروباغندا الرقمية من وجهة نظر مستخدمي الفاييسبوك وذلك بنسبة 32%، تليها الاشباعات الاقتصادية (ربحية) بنسبة 26%، ثم الاشباعات النفسية بنسبة 22%، لتأتي في الأخير الاشباعات الاجتماعية بنسبة 15%، ويمكن ارجاع ذلك إلى مدى توافق هذه الاشباعات مع طبيعة دوافع صناع البروباغندا الرقمية وأهدافها والتي قد تكون أغلبها مخططات لأجندات سياسية.

جدول رقم(16): يبين بعض الاقتراحات والحلول لمواجهة الآثار السلبية للبروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الباحثين

النسبة %	التكرار	
44%	70	التحلي بالوعي الرقمي
12%	20	التنوع في مصادر الأخبار
25%	40	التحقق من الأخبار
19%	30	تطوير القدرة على النقد
100%	160	المجموع

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج

spss v25

من خلال الجدول رقم 13 الذي يمثل مجموعة من الاقتراحات والحلول لمواجهة الآثار السلبية للبروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مستخدمي الفاييسبوك، اتضح أن التحلي بالوعي الرقمي يتصدر المرتبة الأولى بنسبة 44%، تليه في المرتبة الثانية التحقق من الأخبار بنسبة 25%، ثم في المرتبة الثالثة تطوير القدرة على النقد بنسبة 19%، وفي الأخير التنوع في مصادر الأخبار بنسبة 12%.

#### 16-خاتمة:

ختاماً يمكن القول بأن البروباغندا الرقمية، كأى نوع آخر من البروباغندا، يمكن أن تؤثر تأثيراً كبيراً على آراء المستخدمين ومعتقداتهم، ومن المهم علينا، بصفتنا مستخدمين، أن نتحلى بالوعي والحذر تجاه مصادر المعلومات التي نلقاها عبر الإنترنت وأن نتأكد من صحتها قبل قبولها باعتبارها حقائق، لاسيما وأننا في عصر الذكاء الاصطناعي القادر على غرلة المحتويات الرقمية والكشف عن ما هو حقيقي أو مزيف وبذلك نستطيع الحد من أثارها ولو



يتناسب مع طبيعة البروباغندا الرقمية، لاسيما وأن للذباب الالكتروني ميكانيزمات عمل خاصة في نشر عدة بروباغندات رقمية في مجالات مختلفة.

✓ تبين أن دوافع السيطرة والتحكم والإلهاء الترهيب التخويف، الترغيب هم أكثر الدوافع لصانعو البروباغندا الرقمية كونها تتعلق بمخططات الأجناس السياسية وأهدافها حيث أن دوافع السيطرة والتحكم في الرأي العام والهاء الأفراد وترهيبهم وتخويفهم تارة وترغيبهم تارة أخرى هي من أساليب البروباغندا الرقمية، لذلك يلجأ صناع البروباغندا الرقمية إلى التلاعب باللغة وتزييف المنطق من أجل إيصال معلوماتهم إلى العقل الباطن للأفراد، تمهيدا لغسل أفكارهم، وتحويلها إلى متعاطفين مع أغراضهم وذلك لاعتناق أفكارهم باستخدام طرق سيكولوجية فعالة لتحقيق السيطرة والتحكم في الأفراد.

✓ تبين أن الأبعاد السياسية، الاجتماعية والاقتصادية هي من الأبعاد الأولى للبروباغندا الرقمية على موقع الفيسبوك وذلك راجع لمدى نشاط صناع البروباغندا في هذه المجالات، فعالم السياسة تتنوع أحداثه وأخباره يوميا وكذلك بالنسبة للأبعاد الاجتماعية فلا يخل يوما من الظواهر الجديدة والمتجددة اجتماعيا، أما بالنسبة للأبعاد الاقتصادية فلا يخف على الجميع أن الرقمنة فتحت العديد من المهام التي ترفع من الاقتصاد كالتجارة الالكترونية والتسويق الالكتروني للمنتجات والسلع، ولعل هذه من أبرز الأسباب التي جعلت من صناع البروباغندا أن يتخذوها كمواضيع خصبة للبروباغندا الرقمية على موقع الفيسبوك.

✓ اتضح أن التأثير الادراكي هو أول التأثيرات التي تحدث للمتلقين من تلقيم لمواضيع البروباغندا الرقمية على موقع الفيسبوك وذلك راجع إلى مدى قوة تأثير رسائل البروباغندا الرقمية على المستخدمين إدراكيا، لاسيما وأن من أولى أهداف البروباغندا الرقمية السيطرة على رأي الجمهور والتحكم فيه وهذا مع يتوافق مبدئيا مع التأثير الادراكي.

✓ تبين أن التوقيت المناسب لعرض مواضيع البروباغندا الرقمية على موقع الفيسبوك هو أكثر اسهامات الذكاء الاصطناعي لصناعة البروباغندا الرقمية، ويمكن تفسير

الأفراد ومشاركة أفكار وآراء حول مواضيع مختلفة، تتضمن المنشورات على الفيسبوك صوراً وفيديوهات وروابط تشجع المستخدمين على الانخراط ومشاركة المحتوى، يمكن للمستخدمين الرد على المنشورات ووضع إجابات أو تعليقات تفاعلية، تسمح منشورات الفيسبوك للمستخدم بالوصول إلى جمهور أوسع والترويج لمنتجاتها أو خدماتها.

✓ تبين أن تقنيتا الترندي وراعي البروباغندا الرقمية هما أكثر تقنيتين لمشاركة البروباغندا الرقمية على موقع الفيسبوك من وجهة نظر مستخدميه، وذلك كون الترندي هو الذي يشكل أعلى الوسوم فاعلية وأكثرها تداولاً على مواقع التواصل الاجتماعي، فهي تطرح أهم الأحداث السياسية والاجتماعية المهمة والروابط المشتركة التي تكون محل اجماع ونقاش أو صراع في رقعة جغرافية محلية أو دولية، حيث يتم صناعة ترند لموضوع بروباغندا معين عن طريق الكنائس الإلكترونية برفع معدل التفاعل، النشر وإعادة النشر وتكرار المحتوى على أوسع نطاق، أما فيما يخص صفحات راعي البروباغندا الرقمية فقد يشير هذا المصطلح بشكل عام إلى كيان أو هيئة معينة يستخدم وسائل الاعلام الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي، المدونات، المواقع الاخبارية المستقلة لتشجيع الأفراد على تبني وجهات نظر معينة يمكن أن يشمل ذلك عددا من الأفراد والهيئات، بما في ذلك الحكومات، الشركات الجماعات، الشخصيات العامة، المدافعين عن القضايا.

✓ اتضح أن غالبية مستخدمي الفيسبوك أجمعوا على أن الذباب الالكتروني هو الأكثر صناعة للبروباغندا الرقمية وذلك كون الذباب الالكتروني أو ما يعرف باللجان الإلكترونية، أحد أهم أسلحة الحرب الإلكترونية الحديثة على مواقع التواصل الاجتماعي، لا تحتاج إلى تكاليف مالية كبيرة وترسانة فتاكة من الأسلحة، بل مجرد حواسيب وروبوتات مبرمجة وفيرسات تكفي لإلحاق أضرار وتأجيج صراعات، فالذباب الإلكتروني هو عبارة عن حسابات وهمية مبرمجة وموجهة باتجاه معين وبطرق ممنهجة تدار عن طريق برمجيات ومواقع تقوم بكتابة التعليقات والإجابات وإعادتها تلقائياً، وهذا ما

✓ تبين أن هدف تحقيق أجندة سياسية أو غيرها هو من أولى الأهداف الخفية للبروباغندا الرقمية ثم هدف السيطرة والتحكم، والتأثير على الرأي العام وتغيير السلوكيات، ومهما كانت هذه الأهداف الخفية للبروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك من وجهة نظر مستخدميه إلا أنها تبقى هناك أهداف أخرى يسعى إليها صناع البروباغندا، كل حسب أجندته ومجاله وتخصصه.

✓ اتضح أن الاشباعات السياسية هي أولى الاشباعات المحققة لصناع البروباغندا الرقمية من وجهة نظر مستخدمي الفايسبوك، ويمكن ارجاع ذلك إلى توافق هذه الاشباعات مع طبيعة دوافع صناع البروباغندا الرقمية وأهدافها والتي قد تكون أغلبها مخططات لأجندات سياسية.

✓ تمثلت أبرز الاقتراحات والحلول لمواجهة الآثار السلبية للبروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مستخدمي الفايسبوك في التحلي بالوعي الرقمي والتحقق من الأخبار.

#### 18-الاقتراحات والتوصيات:

لم يتم صياغة قوانين محددة حتى الآن في الجزائر لردع آثار البروباغندا الرقمية، ولكن يمكن الاستناد إلى بعض القوانين الموجودة حالياً لمكافحة الجرائم الإلكترونية والتحرري الجنائي، وحماية حقوق الملكية الفكرية والخصوصية الشخصية ويمكن للجهات المعنية في الجزائر تعزيز هذه القوانين بإجراءات و ضوابط إضافية لمزيد من الحماية من آثار البروباغندا الرقمية والأخبار المزورة على مواقع التواصل الاجتماعي ونذكر منها:

- قانون مكافحة الجرائم الإلكترونية والإساءة إلى الاتصالات الإلكترونية الصادر عام 2009 .
- قانون حماية المستهلك الصادر عام 2018 والذي يحمي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إعلان المنتجات للحماية من الإعلانات الوهمية والمضللة.
- قانون حماية الملكية الفكرية الصادر عام 2018 الذي يحمي الحقوق الملكية لأصحاب المحتوى ويجرم الاستخدام غير المصرح به للمحتوى الرقمي.

ذلك بمدى فعالية خوارزميات الذكاء الاصطناعي في معرفة التوقيت المناسب لعرض بعض قضايا البروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك لتكون أكثر تأثيراً وبذلك تحقق الأهداف المرجوة، بالإضافة إلى اسهامه في تخصيص بعض الرسائل الاتصالية المتوافقة مع متطلبات الجماهير المستهدفة عن طريق كتابة النصوص الذكية بفضل تطبيقات الذكاء الاصطناعي.

✓ اتضح أن الجمهور العام أو الرأي العام هو المستهدف الأول من البروباغندا الرقمية على موقع الفايسبوك ويمكن تفسير ذلك بطبيعة سيرورة عمل البروباغندا الرقمية حيث أن من أولوياتها استهداف الرأي العام والتحكم فيه وتغيير آرائه لما يخدم مصالح صناع البروباغندا الرقمية.

✓ اتضح أن شكل التعليق على المنشور من الأشكال البارزة في التفاعل على البروباغندا الرقمية من قبل مستخدمي الفايسبوك وذلك لكونه يعد من الطرق الفعالة للمساهمة في نشر الآراء بين الأفراد، كما أنه شكل من أشكال التفاعل الاجتماعي عبر الأنترنت، ويمكن أن يكون التعليق إيجابياً أو سلبياً أو حتى نقدياً في مواضيع البروباغندا الرقمية، حيث يسمح التعليق المفتوح للأفراد بالتعبير عن آرائهم والتفاعل مع المنشور بطريقة شخصية ومباشرة مع المحتوى في مواضيع البروباغندا الرقمية في المجتمع الرقمي، ولعل هذه من أبرز المؤشرات التي جعلته أكثر استخداماً من مستخدمي الفايسبوك في التفاعل مع منشورات البروباغندا الرقمية .

✓ اتضح أن أهداف الاعلام والإخبار وتشكيل آراء معينة هم أولى أهداف البروباغندا الرقمية من وجهة نظر مستخدمي الفايسبوك ويمكن تفسير ذلك بمدى توافق هدف الاعلام والإخبار وتشكيل آراء معينة مع المفهوم المدعى للبروباغندا الرقمية في كونها تقوم على استخدام التكنولوجيا ووسائل التواصل الاجتماعي لنشر الرسائل الاعلامية وإعلام الأفراد ببعض المواضيع السياسية والاجتماعية وغيرها، ويتم تصميم هذه الرسائل وفقاً لأجندات معينة تستخدم لتغيير تصورات الجمهور وإقناعه بوجهة نظر معينة.

- إضافة إلى ذلك يجب الأخذ ببعض التوصيات التي تراها الباحثة جد مهمة لتجنب الآثار السلبية للبروباغندا الرقمية على مواقع التواصل الاجتماعي:
- التحقق من صحة المعلومات: يجب علينا التحقق من صحة المعلومات التي نتلقاها عبر الإنترنت وتجنب نشر المعلومات الكاذبة أو الإشاعات.
- الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في غربلة المحتويات الرقمية.
- تعليم المستخدمين وتوعيتهم بموضوع البروباغندا الرقمية: يجب تعليم المستخدمين بموضوع البروباغندا الرقمية وتوعيتهم بكيفية استخدامها، وطرق تجنب سلبياتها، والتعرف عليها، حيث أن الوعي الدقيق بهذه الأمور يمكن أن يساعدنا في مواجهة الآثار السلبية لها.

## قائمة المراجع:

- 2023/06/02، على الساعة 18:16،  
<https://www.bahethcenter.net/essaydetails.php?eid=38099&cid=24>  
 7: عامر عليوي، صناعة الاعتقاد والدبلوماسية الرقمية، جامعة العلوم والتكنولوجيا الرقمية، موقع طلبة نيوز، 2018، حمل بتاريخ 2023/01/22، على الساعة 22:00  
<https://www.talabanews.net/ar/%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9->  
 8: خالد ناصر السيد، أصول الذكاء الاصطناعي، مكتبة الرشد، الرياض، 2004، ص14.  
 9: صلاح عبد الحميد ويمنى عاطف، الاعلام والفضاء الالكتروني، أطلس للنشر والتوزيع، مصر، 2015، ص119.  
 10: قرزي فاطمة وآخرون، استخدام أدوات البحث في البيئة الرقمية لدى عينة من طلبة الدراسات العليا، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد14، العدد01، 2022، ص37.  
 11: مي العبد الله، رؤية نقدية لمنهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، مركز الجزيرة للدراسات، 2022، ص7.  
 12: سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017، ص163.  
 13: وفق السيد الامام، البحث العلمي، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص85.  
 14: وسام فاضل راضي، العينات في بحوث الإعلام، مكتب سنتر العلوم، بغداد، ط1، 2023، ص3.
- 1: هناء سليم غانم، البروباغندا المستوردة مفهومها، أنواعها، أسباب الانجراف السريع لها، دوافعها، علاجها، مجلة الحوار المتمدن، العدد7551، تاريخ النشر 2023/03/15، حمل بتاريخ 2023/06/02، على الساعة 22:30  
<https://www.ahewar.org/debat/show.art.asp?aid=786564>  
 2: خلدون، ماذا تعني البروباغندا وماهي أساليبها؟، موقع عالم نوح، تاريخ النشر 2017/02/12، حمل بتاريخ 2023/06/22، على الساعة 21:15  
<https://alam-nouh.com>  
 3: رانية نصر، البروباغندا والتلاعب بالوعي، مدونات الجزيرة مباشر، تاريخ النشر 2020/06/03، حمل بتاريخ 2022/06/22، على الساعة 22:12  
<https://www.aljazeera.com/blogs>  
 4: بلقي فطوم، الأسس المنهجية لتحديد المصطلحات والمفاهيم في البحوث الاجتماعية، مجلة المحترف لعلوم الرياضة والعلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد9، العدد1، 2022، ص518.  
 Altheide David L. & Johnson John M., Bureaucratic Propaganda. Boston: Allyn and Bacon, Inc, 1980,p55.  
 6: يحي داخ، فن الأنظمة المهيمنة في استخدام سلاح البروباغندا في عالمنا الحالي، مركز باحث للدراسات الفلسطينية والاستراتيجية، تاريخ النشر 2021/08/30، حمل بتاريخ

28: نصيرة بوعاية وشهزاد الوافي، تحليل البيانات الضخمة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مهنة التدقيق دراسة حالة شركة price waterhouse coopers. مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 09، العدد 3، 2021، ص 353.

29: مركز قاعة التقنية، كيفية استخدام الذكاء الاصطناعي في التسويق الرقمي، تاريخ النشر 2023/06/13، حمل بتاريخ 2023/07/17، على الساعة 16:00،

<https://www.tech-hall.com/how-to-use-ai-in-digital-marketing>

30: موقع rabbit click، الكتابة بالذكاء الاصطناعي، تاريخ النشر 2023/05/30، حمل بتاريخ 2023/07/12، على الساعة 16:10، <https://rabbit.click>

31: بوعلام برزيق، البروباغندا الرقمية ، كيف يعمل الذباب الالكتروني؟، مرجع سبق ذكره.

15: غربي صباح ومحمد تيشوش، الاستبيان الالكتروني كأداة لجمع البيانات من المجتمع الافتراضي، مجلة الحوار الثقافي، المجلد 11، العدد 3، 2023، ص 41.

16: محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط 05، 2015، ص 570.

17: Lee cronbach, Essentials of psychological testing, 3rd edition , harper and row, new york, 1991, p193.

18: ادوارد برنايز، البروباغندا أو ما يعرف بالعلاقات العامة، ترجمة ابراهيم محمد المالكي، دار يوريكا للنشر والتوزيع، ط 2، 2021، ص 50.

19: بوعلام برزيق، البروباغندا الرقمية ، كيف يعمل الذباب الالكتروني؟، مدونات الجزيرة، 2018/11/09، حمل بتاريخ 2023/03/12، على الساعة 22:30،

<https://www.aljazeera.net/blogs>

20: موقع ثاكتيكال تيش: الاستهداف الجغرافي القيمة السياسية لوجودك ، 2021، حمل بتاريخ 2023/05/22، على الساعة 12:14،

<https://ourdataourselves.tacticaltech.org/post/s/geotargeting-ar>

21: موقع الجزيرة، الاعلانات الموجهة وخصوصية مستخدمى الأنترنت، 2014/11/24، حمل بتاريخ 2023/05/22، على الساعة 13:20،

<https://www.aljazeera.net/tech>

22: ادوارد برنايز، البروباغندا أو ما يعرف بالعلاقات العامة، مرجع سبق ذكره، ص 55.

23: عبد الرازق دحنون، الدعاية السياسية والذكاء الاصطناعي، مجلة الحوار المتمدن، العدد 7633، 2023.

24: خضر ابراهيم حيدر، الميديا مفهومها المعاصر وعلاقتها بالإعلام الكلاسيكي، المركز الاسلامي للدراسات الاستراتيجية، 2019، ص 68.

25: بوعلام برزيق، البروباغندا الرقمية ، كيف يعمل الذباب الالكتروني؟، مرجع سبق ذكره.

26: وليد شايب الدراع وجهاد صحراوي، الفضاء السبراني وإشكالية الحرب النفسية للمعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، اعادة التحكم في الرأي العام رقميا، مجلة ألف في اللغة والاعلام والمجتمع، 2021.

27: اسراء حسان، أمثلة قديمة وحديثة عن البروباغندا في الإعلام، موقع المرسال، 2019، حمل بتاريخ 2023/05/23، على الساعة 16:23،

<https://www.almrsal.com/post/827479>