EISSN 2716 - 8778 / ISSN 2710 - 8481

المدرسة العليا العسكرية للإعلام والإتصال

مصداقية

مجلة دورية دولية علمية محكمة تعنى بالدراسات والبحوث الإتصالية والإعلامية، التاريخية، الأمنية والإجتماعية

جوان 2023 م

7

المجلد الخامس
العـدد الأول

رقم الإيداع: سبتمبر 2019

المدرسة العليا العسكرية للإعلام والإتصال

مجلة "مصداقية"
المجلد 5 العدد 1 / جوان 2023

فهرس المحتويات

الرقم	عنوان المقال	صاحب المقال	الصفحات
01	تمثلات صورة الذات في تشكيل الهوية الثقافية عبر الفضاءات الافتراضية: دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الشباب الجزائري المستخدم لموقع الفايسبوك	د. نبيل شايب	من 1 إلى 24
02	التزييف العميق والدعاية الرقمية في عصر التمكين الرقمي: قراءة في النماذج والرهانات	د. ليليا بوسجرة + د. عبد القادر بودربالة	من 25 إلى 36
03	دور الدعاية في الحروب الجديدة لعصر المعلومات: دراسة في آليات التأثير وأساليب المكافحة	أ.د/ تسعديت مسيح الدين	من 37 إلى 55
04	الحرب النفسية في البيئة الرقمية .. عيار الدعاية نموذجا	د. عبد المالك تكركارت	من 56 إلى 67
05	التضليل الإعلامي والحملات الدعائية في البيئة الرقمية: قراءة في الممارسات والاستراتيجيات الجديدة	د. أحمد بوخاري + أ.د/ جمال شعبان شاوش	من 68 إلى 83
06	تأثير تقنية "ديب فايكس – DeepFakes" على المضامين الإعلامية السمعية البصرية	أ.د/ زكرياء بن صغير	من 84 إلى 104
07	طرق حشد الرأي العام وأهميته	أ.د/ يوسف تمّار	من 105 إلى 121

« مجلة مصداقية »

كلمة العدد 1 / المجلد 5

يُسعد هيئة التحرير أن تقدم لكم عددا جديدا من مجلة "مصداقية"، والذي يشتمل على مجموعة متنوعة وثرية من المقالات والدراسات العلمية. إذ تطالعون فيه مقالات تتناول التحولات الجديدة المرتبطة بتطورات تكنولوجيات الاعلام والاتصال، وانعكاساتها على المجالات الإعلامية والأمنية على وجه الخصوص.

وقد تعرض الدكتور نبيل شايب في مقاله المعنون بـ **"تمثلات صورة الذات في تشكيل الهوية الثقافية عبر الفضاءات الافتراضية دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الشباب الجزائري المستخدم لموقع الفايسبوك"** يسعى الكاتب فيه إلى إبراز تمثلات صورة الذات الافتراضية في تشكيل الهوية الثقافية في الفضاءات الافتراضية باعتبارها الكيان الشخصي و الروحي للفرد بالموازاة مع العولمة الثقافية التي تتميز باحتكار المعلومات في ظل الانتشار الرهيب لمواقع التواصل الاجتماعي خاصة الواجهات الاتصالية للفايسبوك التي أصبحت وسيلة هامة لها لتلقي و تمرير الدوال الثقافية في الفضاء الافتراضي بما تحمله من معلومات وأفلام و صور وأفكار ثقافية تطيح بمعالم الهوية الثقافية الخاصة بالشعوب والأفراد خاصة تلك الثقافة المادية التي تسيطر على الواجهات الاتصالية الفايسبوك.

وفي مقال آخر للدكتورة "ليليا بوسجرة" في مقالها الموسوم **"التزييف العميق والدعاية الرقمية في عصر التمكين الرقمي قراءة في النماذج والرهانات"** لأهم التطورات في مجال الذكاء الاصطناعي، والتي برزت بشكل أوضح في السنوات الأخيرة من خلال التركيز على استخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي لإنشاء مقاطع الصوت والفيديو وتعديلها، وقد أوجدت خوارزميات الذكاء الاصطناعي الحديثة مشكلة لم نواجه مثلها من قبل، وهي قدرتها على إنشاء مقاطع صوت وفيديو حقيقية لم يسجلها أحد ولم تحدث في الواقع، على سبيل المثال يمكن لخبراء الذكاء الاصطناعي إنشاء مقاطع صوت وفيديو تظهر فيها شخصيات معروفة ومشاهير أو سياسيون معروفون وهم يؤدون حركات مضحكة أو تصرفات غير لائقة قد تهدد خصوصية الأفراد وسمعتهم وقد تمس بأمن دول كاملة تبعا لطبيعة الأشخاص المستهدفين بتلك الفيديوهات المزيفة التي تستهدف بالأساس تزييف العقول.

وفي مجال الدعاية دائما، تطرق مقال **"دور الدعاية في الحروب الجديدة لعصر المعلومات: دراسة في آليات التأثير وأساليب المكافحة"** للدكتورة مسيح الدين تسعديت، لموضوع حروب المعلومات الجديدة ودور الدعاية، فلطالما شكلت الدعاية وسيلة أساسية إلى جانب السلاح في شن الحروب وتحديد حصائلها، وقد اتسع استخدام الأساليب الدعائية مع ظهور وسائل الإعلام وتطورها، إلى أن صارت واقعا يوميا يكاد لا يتميز عن المادة الإعلامية التي تبثها تلك الوسائل. وبالتالي فقد حاولت الدراسة إبراز الدور الذي صار للدعاية والفواعل الحاملة لها خلال الصراعات الجديدة في عصر المعلوماتية وتعدد وسائل الإعلام والاتصال، محاولة الخروج بتوصيات قد تقلل من تأثير الحملات الدعائية وأساليب الحروب النفسية التي تستهدف ضرب استقرار الدولة الوطنية وتدميرها من الداخل دون اللجوء إلى القوة المادية.

وفي نفس السياق، نجد مقال الدكتور عبد المالك تكركارت المعنون ب**"الحرب النفسية في البيئة الرقمية"**، يعالج فيه موضوع الحرب النفسية في البيئة الرقمية باعتبار الدعاية من أهم عيارات هذه الحرب الخطيرة وأبرز أعمالها وعملياتها على الإطلاق وأكثرها شيوعا، فتم التركيز عليها والتعمق في شأنها بحكم تزايد خطورتها في البيئة الرقمية،.. في عصر التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال بلا منازع، والتي هي ساحة جديدة للحروب وميدان آخر للقتال. للدعاية من القوة ما يجعلها قادرة على تغيير مسار التاريخ أو دفعه إلى مسار خاص ما كان ليتخذه لولا قوة الدعاية ومعلوم أن أجهزة الإعلام والدعاية تعمل بمساعدة أجهزة الاستخبارات ومراكز سبر الآراء ودراسات الجمهور وتحليل المعلومات وذلك لرسم صورة للحملة الدعائية وأعمالها البالغة التأثير وتعتبر الدعاية أكثر الطرق النفسية،إن لم تكن الطريقة الرئيسية التي يعتمد عليها عند تخطيط وإدارة الحملات لعرض ونشر الموضوعات المدعّمة للعمليات العسكرية على كافة مستوياتها وصورها ومن خلال كافة الوسائل المتاحة والمتوفرة وبذلك يمكن القول بحق أن الدعاية صارت أهم الاستعدادات الحربية وتعدّ جزءا رئيسيا من المجهود الحربي.

وفي مقالٍ مشترك، تطرق كل من الدكتور أحمد بوخاري والأستاذ الدكتور جمال شعبان شاوش إلى موضوع **"التضليل الإعلامي والحملات الدعائية في البيئة الرقمية قراءة في الممارسات والاستراتيجيات الجديدة"** للحملات الدعائية في البيئة الرقمية التي تقوم على التطبيقات والبرمجيات المتحكمة على نمط وطريقة تواصل الأفراد وفي طريقة استهلاك المضامين التي تأتي على شكل سرديات في الزمن الآني وبمعطيات سيكولوجية وسلوكية وتقنية تفاعلية. علاوة على ذلك، تعرض لهيمنة سلطة الممارسات الطوعية والناعمة التي تعتمد على وعود الشفافية والنقاش الحر والحرية والتواصل المباشر ...لغرض إخفاء الكثير من الأيديولوجيات الموجهة والقادرة على صناعة الرأي العام وتوجيهه.

وفي مقال آخر غير بعيد عن هذا السياق، موسوم **"تأثير تقنية الديب فايكس "DeepFakes " على المضامين الإعلامية السمعية البصرية"** يتناول الدكتور زكريا بن الصغير لتقنية التزييف العميق للمضامين، فعلى الرغم من أن المخاوف بشأن الأخبار الكاذبة بشكل متعمد ليس جديدا في وسائل الإعلام، إلا أن ظهور تقنية التزييف العميق من خلال التلاعب بالصوت والفيديو باستخدام الذكاء الاصطناعي غير المشهد، نظرا لأن هذه التقنية الجديدة أصبحت أكثر إقناعا، فيمكن استخدامها لوضع الشخصيات العامة في سيناريوهات مصطنعة، مما يجعل الأمر يبدو حقيقيا وهذا ما يقلل من مصداقية وسائل الإعلام ويجعلها أكثر حرصا على التحقق من صحة الفيديو والصوت خاصة للشخصيات العامة، لذلك تقدم هذه الورقة البحثية إطلالة على هذه التقنية ومدى خطورتها وما هي أهم الآليات لكشفها بالنسبة للإعلاميين.

وفي موضوع آخر للدكتور يوسف تمار، عنوانه **"طرق حشد الرأي العام وأهميته"**، يتناول فيه أهمية ومكانة الرأي العام في عدة مجالات في العصر الحالي. فالرأي العام قوة من قوى المجتمع و أساس من أسسه، فحضوره دائم في تفاعل مكونات الأنظمة الاجتماعية سواء تمظهر أم كان خفياً، فقد اعترف جورج بيردو Burdeau George بأن الرأي العام "جزء من الظواهر الاجتماعية بصفة بديهية "، لكن من الناحية المعرفية، يُعد الرأي العام من أكثر المفاهيم تعقيداً و أقلها فهماً، ذلك أنه يرتبط بمعتقدات الأفراد المكونين له و مدركاتهم بل وسلوكهم أيضاً، أي المتغيرات التي شكلت ولعهد طويل مواضيع بحث للكثير من المجالات المعرفية لمحاولة فهمها وتفسيرها، فعن أي شيء نتحدث عندما نذكر الرأي العام؟ وإذا فهمنا هذه الظاهرة، كيف يمكن حشدها لخدمة الصالح العام؟.

وفي الأخير، فإننا نتمنى أن يُلبّي هذا العدد الرغبات المعرفية للقراء وتطلعاته في هذه المجالات العلمية التي تناولتها المقالات. كما نأمل أن يقدم إضافة علمية في المجالات والميادين المعرفية التي يهتم بها قراء المجلة من طلبة وباحثين وأساتذة.

رئيس هيئة التحرير