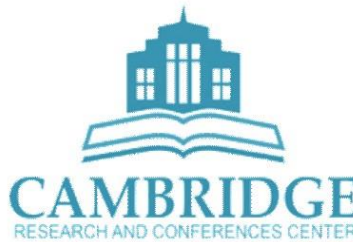


CJSP
ISSN-2536-0027

مجلة كامبريدج للبحوث العلمية

مجلة علمية محكمة تصدر
عن مركز كامبريدج للبحوث
والمؤتمرات في مملكة البحرين

العدد - ٣٤ - حزيران - ٢٠٢٤



صدر العدد بالتعاون مع

جامعة المشرق

العراق بغداد . طريق المطار الدولي

دور الإعلام في مكافحة المحتوى الهابط

الباحث م. م. محمد رشيد مجيد رشيد

جامعة سومر / كلية الهندسة قسم الاتصالات

مستخلص

يلعب الإعلام دوراً حيوياً في مكافحة المحتوى الهابط من خلال عدة وسائل واستراتيجيات تهدف إلى تعزيز الوعي العام وتقديم بدائل إيجابية. بدايةً، يتمثل دور الإعلام في توعية الجمهور بالمخاطر والتأثيرات السلبية للمحتوى الهابط على الفرد والمجتمع. هذا يشمل تسليط الضوء على الآثار النفسية والاجتماعية السلبية، مثل تدهور القيم الأخلاقية، وزيادة معدلات العنف، وتشويه صورة المرأة، وتعزيز السلوكيات العدوانية.

علاوة على ذلك، يعمل الإعلام على تقديم محتوى بديل يساهم في رفع مستوى الذوق العام وتعزيز القيم الإيجابية. يتجسد ذلك من خلال إنتاج وعرض برامج تعليمية، وثائقية، وثقافية تلبي احتياجات الجمهور وتوفر له مصادر غنية بالمعلومات والمعرفة. يمكن للإعلام أيضاً تشجيع المواهب المحلية من خلال تسليط الضوء على الإنجازات الإبداعية والفنية التي تعكس القيم المجتمعية النبيلة.

كما يلعب الإعلام دوراً رقابياً يتمثل في مراقبة المحتوى الإعلامي المنتشر، والعمل مع الجهات المختصة لفرض القوانين والتشريعات التي تمنع نشر المحتوى الهابط. يمكن للإعلام أن يساهم في حملات توعية تشارك فيها المجتمع المدني والمؤسسات التعليمية لتعزيز القيم الأخلاقية.

أخيراً، يتطلب مكافحة المحتوى الهابط تضامناً من جميع الأطراف المعنية بما في ذلك وسائل الإعلام، الأسر، والمدارس، من أجل بناء بيئة إعلامية صحية ومفيدة تساهم في تنشئة جيل واع ومثقف. من خلال هذه الجهود المتكاملة، يمكن للإعلام أن يكون سلاحاً فعالاً في محاربة المحتوى الهابط وتحقيق تأثير إيجابي ومستدام في المجتمع.

المبحث الأول: الاطار المنهجي

المقدمة

أصبحت الوسائل الاجتماعية ومنصات الإنترنت في عصر الإعلام الحديث مصدراً رئيساً للمعلومات والترفيه للملايين حول العالم. وبزيادة كمية المحتوى المتاحة بشكل كبير، ظهرت ظاهرة المحتوى الهابط كتحدٍ كبير يواجه المستهلكين وصانعي المحتوى على حد سواء.

يشير المحتوى الهابط نحو نوع من المحتوى الذي يعتمد على الصدمة أو الجذب السريع للانتباه دون أخذ في الاعتبار القيمة الفعلية للمعلومات أو الجودة؛ إذ يمكن أن يتخذ هذا المحتوى أشكالاً مختلفة، مثل: العنوانات الزائفة، أو المعلومات غير الصحيحة، أو الصور الصادمة، أو الفيديوهات المثيرة للجدل.

يعد المحتوى الهابط ضاراً في الفرد والمجتمع على حد سواء؛ إذ يؤدي إلى نشر المعلومات الخاطئة والمضللة مما يؤثر سلباً على قدرة الأفراد على اتخاذ قرارات مستنيرة. إضافة إلى ذلك، يمكن أن يساهم المحتوى الهابط في زيادة التوترات الاجتماعية وتفاقم الانقسامات بين فئات المجتمع المختلفة.

تتطلب مكافحة المحتوى الهابط جهوداً مشتركة من قبل المنصات الرقمية، والحكومات، والمجتمع المدني. وواجب على الجهات المذكورة العمل معاً لتعزيز الوعي بأخطار المحتوى الهابط، وتطوير الآليات للتحقق من صحة المعلومات، وتعزيز المهارات الرقمية للأفراد؛ لتمكينهم من التمييز بين المحتوى الصحيح والمضلل.

إن فهم مفهوم المحتوى الهابط وتأثيراته السلبية يعد خطوة أساسية نحو بناء مجتمع رقمي أكثر صحة واستدامة . ويتطلب ذلك جهوداً مستمرة من الأطراف المعنية جميعاً ؛ للحد من انتشار هذا النوع من المحتوى وتعزيز الوعي بضرورة البحث عن المعلومات الصحيحة والموثوقة .

مشكلة البحث:

هذه المشكلة تتيح فرصة لاستكشاف كيفية تأثير الإعلام في مكافحة المحتوى الهابط من خلال تحليل دور وسائل الإعلام المختلفة، بما في ذلك الصحافة التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية، وتقييم الاستجابة القانونية والأخلاقية لتلك الوسائل. كما يمكن أن تشمل البحث استقصاء استراتيجيات تحرير المحتوى والتدقيق الصحفي للتصدي للمعلومات الكاذبة أو المضللة، بالإضافة إلى استخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في عمليات التحقق من الحقائق وتصحيح المعلومات.

أهمية البحث:

١. حماية الجمهور والمجتمع: يعمل البحث على فهم كيفية تأثير المحتوى الهابط على الجمهور والمجتمع، وبالتالي يمكن أن يساهم في تطوير استراتيجيات فعالة لمكافحة هذا النوع من المحتوى وحماية الأفراد والمجتمعات من التأثيرات السلبية.
٢. تعزيز الثقة في وسائل الإعلام: من خلال فهم دور وسائل الإعلام في مكافحة المحتوى الهابط، يمكن أن يساهم البحث في تعزيز الثقة في وسائل الإعلام وتعزيز دورها كمصادر موثوقة للمعلومات.
٣. تعزيز الوعي العام: يساهم البحث في زيادة الوعي بين الجمهور حول مخاطر المحتوى الهابط وكيفية التعرف عليه والتصدي له، مما يساهم في تحسين القدرة على اتخاذ قرارات معلومة وتقديم رد فعل مناسب في وجه هذا النوع من المحتوى.
٤. تطوير سياسات وقوانين فعالة: يمكن أن يساهم البحث في تطوير سياسات وقوانين فعالة لمكافحة المحتوى الهابط وتطبيقها بشكل فعال، مما يساهم في تقليل انتشار هذا النوع من المحتوى وتقوية البيئة الإعلامية.

أهداف البحث:

١. تحليل دور وسائل الإعلام في مكافحة المحتوى الهابط: يمكن تحديد كيفية استخدام وسائل الإعلام التقليدية والرقمية لمواجهة المحتوى الهابط، وتحليل فعالية الاستجابات والاستراتيجيات المختلفة المتبعة.
٢. تقييم الأساليب الصحفية والتحقق من الحقائق: يمكن أن يتضمن البحث تقييم الأساليب الصحفية المستخدمة للتصدي للمحتوى الهابط وضمان دقة المعلومات، بالإضافة إلى تقييم الأدوات والتقنيات المستخدمة في عمليات التحقق من الحقائق.
٣. فهم تأثير المحتوى الهابط على الجمهور: يمكن أن يهدف البحث إلى فهم كيفية تأثير المحتوى الهابط على آراء الجمهور وسلوكياتهم، وتحديد العوامل التي تزيد من تأثيره وانتشاره.
٤. تطوير استراتيجيات مكافحة المحتوى الهابط: يمكن أن تهدف الدراسة إلى تطوير استراتيجيات فعالة لمكافحة المحتوى الهابط، بما في ذلك التدريب على التعرف على المحتوى الهابط وتحريره وتصحيحه.
٥. تقييم السياسات والتشريعات القائمة: يمكن أن يتضمن البحث تقييم السياسات والتشريعات الموجودة لمكافحة المحتوى الهابط، وتحديد نقاط القوة والضعف واقتراح التحسينات اللازمة.

أسئلة البحث:

السؤال الرئيسي:

كيف يمكن لوسائل الإعلام المختلفة أن تلعب دوراً فعالاً في مكافحة المحتوى الهابط وتعزيز الوعي العام بأخطاره، وما هي الاستراتيجيات والأدوات التي يمكن استخدامها لتحقيق ذلك؟

الأسئلة الفرعية:

هناك عدة أسئلة فرعية يمكن أن تتفرع من السؤال الرئيسي:

١. كيف يمكن للصحافة التقليدية ووسائل الإعلام الرقمية أن تتعامل مع المحتوى الهابط بطريقة تضمن الدقة والمصداقية؟

٢. ما هي دور الصحفيين والمحررين في التصدي للمحتوى الهابط وضمان نقل الحقائق بشكل صحيح؟

٣. كيف يمكن استخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في مساعدة وسائل الإعلام على تحديد ومراقبة المحتوى الهابط؟

٤. ما هو دور التوعية والتنشيف العام في تمكين الجمهور من التعرف على المحتوى الهابط وتجنب التأثيرات السلبية؟

٥. كيف يمكن تحسين التعاون بين وسائل الإعلام والسلطات القانونية للتصدي للمحتوى الهابط بشكل فعال؟ الدراسات السابقة:

١. دراسة لـ جون سميث (٢٠١٨) بعنوان "دور وسائل الإعلام في محاربة الأخبار الزائفة والمعلومات الضارة"

- ملخص الدراسة: تناولت هذه الدراسة الأساليب التي يستخدمها وسائل الإعلام لمكافحة الأخبار الزائفة والمعلومات الضارة، بما في ذلك تدريب الصحفيين على التحقق من الحقائق، واستخدام التحليل النقدي للمصادر، وإطلاق حملات توعية للجمهور بأهمية التحقق من المعلومات قبل تداولها.

٢. دراسة لـ سارة جونز (٢٠١٩) بعنوان "تأثير الإعلام الاجتماعي في مكافحة التضليل الإعلامي والمعلومات الخاطئة"

- ملخص الدراسة: استعرضت هذه الدراسة كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة لمكافحة التضليل الإعلامي والمعلومات الخاطئة، من خلال تشجيع المستخدمين على مشاركة المصادر الموثوقة والتحقق من صحة المعلومات قبل نشرها.

٣. دراسة لـ ماريلا رودريغيز (٢٠٢٠) بعنوان "تحليل دور وسائل الإعلام التقليدية في مكافحة الإشاعات والتضليل الإعلامي"

- ملخص الدراسة: تطرقت هذه الدراسة إلى الجهود التي تبذلها وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحف والتلفزيون لمحاربة الإشاعات والتضليل الإعلامي، بما في ذلك توفير تغطية إعلامية موضوعية ومتوازنة، وتقديم تحليلات عميقة للأحداث، وتقديم منصات للحوار المفتوح وتصحيح المعلومات الخاطئة.

مصطلحات البحث:

الدور لغة :

لغويًا: يمكن فهم كلمة (الدور) بدلالة الحركة في محيط أو بيئة معينة من الفعل(دار)، دوراً، ودوراناً، بمعنى طاف حول الشيء، ويقال أيضاً دار حوله، وبه، وعليه، وعاد إلى الموضع الذي أبتدأ منه^١، إذ يعرف قاموس (ويبيستر) مصطلح الدور لغويًا بأنه الجزء الذي يؤديه الشخص في موقف محدد^٢، وكذلك هو المركز أو المنصب الذي يحتله الفرد، والذي يحدد واجباته وحقوقه الاجتماعية^٣، وكذلك فإن الدور هو مجموعة طرق الحركة في مجتمع ما التي تسم بطابعها سلوك الأفراد في ممارسة وظيفة خاصة^٤، وهناك

من يرى إنه السلوك المتوقع من شاغل أو لاعب المركز الاجتماعي، كما إن هناك من يرى إن الدور أنموذج منظم للسلوك ومتعلق بوضع معين للفرد في تركيبة تفاعلية.

أما اصطلاحاً: فالدور لا يرتبط بمجال معين إذ يتحدد دون غيره ويدخل في اختصاصات مختلفة اقتصادية وسياسية واجتماعية وطبيعية، وذلك ضمن عملية تحديد النتائج الخاصة بطبيعة العلاقات الارتباطية بين جزئيات ظاهرة ما، أو بين مجموعات محددة من الظواهر، وحتى في نطاق المجال الواحد يمكن إن يظهر التنوع في معنى الدور، وبالتالي في تعريفه، وإذا ما نظرنا في إطار حقل العلوم السياسية نجد إن له أكثر من تعريف، إذ يعرف في المصطلحات السياسية والاقتصادية والاجتماعية بأنه موقف أو سلوك أو وظيفة لشخص داخل مجموعة^٥، إذ يتصل مفهوم الدور غالباً بالدراسات السايكولوجية - الاجتماعية الحديثة، ويستفاد منها في دراسة وتغيير السلوك السياسي الخارجي للدولة، لذلك فإن الدور يمكن التعبير عنه بوظيفة الدولة كأنموذج منظم للسلوك ضمن مجموعة من النشاطات الاجتماعية، وبالتالي فإن سلوك الدولة كوحدة ضمن مجموعة وحدات (دول) كل منها تعبر عن سلوك سياسي خارجي يختلف في تكوينه وقدراته المادية والمجتمعية تبعاً لطبيعة المتغيرات المحيطة والمؤثرة بكل دولة، وبالتالي سلوكها الخارجي^٦، وكما يتضمن مفهوم الدور كذلك الممارسة الفعلية، أي ترجمة التصور إلى سلوكيات وقرارات عملية وهنا تثار قضية الاتساق بين الدور كتصور أو توجه عام وبين ممارسة هذا الدور، ولا يعد الدور تصوراً فقط بل اقتناع وقدرات وإمكانات أيضاً لممارسته بفعالية واقتدار^٧.

المبحث الثاني

المطلب الأول نظرية الغرس الثقافي :cultivation theory

تهدف نظرية الغرس في الأساس الي قياس نتيجة تعرض المشاهدين لوسائل الاعلام خاص التلفزيون والسينما وتأثير عمليات التكرار في المشاهدة والتشابه في المضامين المعروضة علي ادراك المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي^٨ والواقع الصوري الذي يقدمه الاعلام ووسائله نظرية الغرس من النظريات التي تقيس تأثيرات الرسالة الاعلامية علي الجمهور وتراعي النظرية كم من الاعتبارات الهامة

تركزت افكار النظرية علي دراسة دور التلفزيون وباقي وسائل الاعلام^٩ في غرس الثقافة عند الجمهور بشكل عام، والفئات التي تجلس طويلا امامه (الاطفال - سيدات البيوت - المراهقين) وللعلم يمكن تطبيق افكارها مع وسائل الاعلام الأخرى

الغرس يعني كثافة التعرض للتلفزيون والتعلم من خلال ملاحظة الصورة عبر الاستخدام الانتقائي للرسائل، والتي تفقد المشاهد الي الاعتقاد بأن العالم الذي يشاهده علي شاشة التلفزيون هو صورة من العالم الواقعي الذي يعيش فيه

الغرس يحدث عبر النقل المكثف للصورة الرمزية للأحداث،فتتكون الثقافة التي هي ببساطة (عبارة عن وعاء من الرموز والصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية والمواقف كما عرف جورج جرنبر Gerbner الغرس علي انه (الغرس هو ما تفعله الثقافة في مجتمع ما).

الغرس الثقافي هنا يعني سلسلة عمليات متوالية ومتداخلة من

١- التأثير /والنتائج المترابطة علي المدى البعيد

٢- اختزال التلفزيون للتيارات المختلفة وعكسه للراء والصور والمعتقدات ليستوعبها الجمهور

٣- الاندماج بين المعرفة الاجتماعية/ من العادات والتقاليد الراسخة^{١٠} والمعرفة المكتسبة من الجلوس

لساعات طويلة امام التلفزيون ومن ثم التدعيم الذي يحدث منذ ذلك التعرض

لذا اضحي التلفزيون احد عناصر او وكلاء عملية التنشئة الاجتماعية 'عندما ينقل التراث الثقافي من القيم والاعراف ويوفر للمشاهدين صورة عن العالم يرونها بشكل طقوسي غير انتقائي

٤- **التأثير التراكمي** /الممتد او كما يقول جوديت افرا judit evra تأثيرات قطرة التقطير ويحدث ذلك عندما يشاهدالناس خاصة الاطفال والمراهقين التسلية وينسون الهموم والمشاكل وهنا يدركون ان ما يشاهدونه حقيقي يدمنون عليه فتنقل امامة فرصة الحصول علي معلومات من بدائل اخري غير التلفزيون 'خاصه وان مواد التلفزيون معظمها ياتي في اطار تسلية وترفيه

٥- **نظام الجرعات** /يعني ان تأثير وسائل الاعلام وخاصة التلفزيون ، لاياتي مباشرة بشكل تراكمي بل يحدث عن طريق الجرعه اي التأثير المرتفع بلقطات بعينها وصور تبقي راسخة في ثقافة المشاهد وصورة الذهنية عن الاحداث المقدمة

٦- **تأثير الخطوة خطوة** / المتلقون يستجيبون بطريقة متشابهه لمعظم الصور التأثير ينبع من المشاهدة الاجمالية للصور والاحداث ،فهم لايميزون بين الصور والاشخاص الرجل مثل كل الرجال الطفل مثل كل الاطفال

خطوات قياس الغرس الثقافي

اهم خطوات قياس الغرس

اولا/ **تحليل نظم الرسائل الاعلامية من خلال معايير الاداء الافكار التي يتم تناولها الاحداث التي يتم تناولها كمضامين اعلامية**

ثانيا/ **قياس تعرض الجماهير للبرامج التلفزيونية**

ويتم ذلك من خلال هل هو تعرض كثيف--- متوسط--- قليل او معدوم ،
القياس يتم بسؤال المتلقي --- او التقارير الذاتية---- او ملاحظة علميا

ثالثا/ **تكوين اسئلة عن الواقع الاجتماعي ومعتقدات المبحوثين**

الهدف من ذلك هو معرفة بعد مدركاتهم ومعارفهم وسلوكهم تكمن اهمية ذلك لانها تساعد في معرفة ،ماذا غرست وسائل الاعلام في الجمهور فيما بعد وهو ما يعرف بفروق الغرس بعد وقبل المشاهدة

مفهوم المحتوى الهابط

لما كان عنوان البحث ، قد اشتمل على مفردة (المحتوى الهابط) لم يكن في الوسع بد من التعريف لها ، وبيان تلك المفردة ، وإيضاح المقصود بها .

المحتوى الهابط أو "الهبوطي" يشير إلى نوع من المحتوى الذي يركز على جذب انتباه الجمهور من خلال استخدام عناوين مثيرة للجدل أو المثيرة، أو من خلال تضخيم العناصر السلبية أو المثيرة للجدل في محتواه. يهدف هذا النوع من المحتوى إلى زيادة عدد المشاهدات أو التفاعلات، سواء عبر النقر على الروابط أو التعليقات، على حساب جودة المحتوى أو القيمة المضافة الفعلية. قد يكون المحتوى الهابط جزءاً من استراتيجية التسويق أو الإعلان، وغالباً ما يكون له تأثير سريع ولكن يمكن أن يكون له تبعات سلبية على السمعة أو المصداقية في المدى الطويل.

المطلب الثاني تعريف المحتوى الهابط

تعريف المحتوى الهابط في الاصطلاح

يعرف المحتوى الهابط اصطلاحاً بأنه: مصطلح يطلق على أي محتوى إلكتروني ينطوي على سلوكيات أو أفكار أو قيم سلبية، تُخل بالقيم الأخلاقية والثقافية للمجتمع، وتُهدد سلامة أفراده، وتُعيق تقدمه.

المحتوى الهابط هو نوع من المحتوى الذي يستخدم أساليب جذب الانتباه بشكل سلبي أو مثير للجدل بهدف زيادة مشاركة الجمهور أو جذب المشاهدين. يتم ذلك عادة عن طريق تضخيم العناصر السلبية، أو استخدام عناوين مثيرة للجدل، أو تشويه الحقائق لجلب المزيد من الانتباه، ويتم ذلك على حساب الجودة أو الدقة. يهدف المحتوى الهابط غالباً إلى تحقيق أهداف قصيرة الأجل مثل زيادة حركة المرور أو التفاعلات على منصات التواصل الاجتماعي، دون مراعاة الآثار السلبية طويلة الأمد على السمعة أو المصداقية.

تعريف المحتوى الهابط في القانون

في السياق القانوني، ليس هناك تعريف محدد لمصطلح "المحتوى الهابط"، ولكن يمكن أن يُفهم هذا المصطلح في إطار القوانين ذات الصلة بالتشهير أو الافتراء. يُمكن أن يشمل المحتوى الهابط في القانون العبارات أو الأفعال التي تنتهك حقوق الشخص أو تسيء لسمعته بشكل غير مبرر أو غير دقيق. على سبيل المثال، في بعض الدول، يمكن أن يُعتبر النشر الكاذب عن شخص ما بغرض التشهير به محتوى هابطاً وقد يعرض الفاعل للمساءلة القانونية. لكن يجب الانتباه إلى أن تقدير ما إذا كان المحتوى الذي يعتبر "هابطاً" قانونياً أم لا يعتمد على التشريعات والقوانين المحلية المعمول بها في كل دولة، ويختلف هذا التقدير من قضية لأخرى بناءً على الظروف والسياق.

يختلف تعريف المحتوى الهابط قانونياً من دولة إلى أخرى، لكن بشكل عام يعرف بأنه:

- أي محتوى يتضمن ألفاظاً نابية أو إهانات جنسية صريحة أو غير صريحة.
- أي محتوى يُحرض على العنف أو الكراهية أو التمييز ضد أي فئة من فئات المجتمع.
- أي محتوى يُهدد أمن القومي أو يُسيء إلى رموز الدولة.

المطلب الثالث: خصائص وأنواع المحتوى الهابط وأسباب انتشاره

خصائص المحتوى الهابط:

١. عناوين مثيرة للجدل: تستخدم عناوين جذابة ومثيرة للجدل لجذب انتباه القراء.
٢. تضخيم العناصر السلبية: يتم تضخيم الجوانب السلبية في القصص أو الأحداث لجعلها تبدو أكثر جاذبية.
٣. الإثارة والمثيرات: يحتوي على عناصر مثيرة للجدل أو الشوائب التي تثير الانتباه دون مراعاة دقة المعلومات.
٤. عدم الدقة والتضليل: يمكن أن يحتوي المحتوى الهابط على معلومات غير دقيقة أو مضللة تهدف إلى خداع الجمهور.
٥. الاستنتاجات المثورة: يقدم المحتوى الهابط توجهات أو استنتاجات مثورة بدون تحقيق دقيق أو تقديم أدلة موثوقة.
٦. التحريض والكراهية: قد يحتوي المحتوى الهابط على تحريض أو كراهية موجهة ضد فئة معينة من الأشخاص أو المجموعات.

أنواع المحتوى الهابط:

١. الأخبار الزائفة (Fake News): تشمل معلومات غير صحيحة تهدف إلى خداع الجمهور أو نشر رؤى مغلوطة.
٢. التشهير والافتراء: يهدف إلى تشويه سمعة الأفراد أو المؤسسات من خلال نشر معلومات كاذبة.
٣. المعلومات الضارة: يمكن أن تتضمن محتوى يشجع على استخدام المخدرات، أو يروج للعنف، أو ينشر معلومات تؤثر سلباً على الصحة النفسية أو الجسدية.

٤. المضللة والتضليلية: يشمل تقديم معلومات جزئية أو معلومات تم تحريفها لصالح أجندة معينة.

أسباب انتشار المحتوى الهابط:

١. الطلب على المحتوى الجذاب: يميل الجمهور إلى التفاعل مع المحتوى الذي يثير الانتباه والجدل، مما يزيد من انتشار المحتوى الهابط.
٢. سهولة الانتشار عبر الإنترنت: يسهل على المحتالين نشر المحتوى الهابط بسرعة وبسهولة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية الأخرى.
٣. التصديق السريع: يميل بعض الأفراد إلى تصديق المعلومات دون التحقق من صحتها، مما يجعلهم عرضة لانتشار المحتوى الهابط.
٤. الأجندات السياسية أو الشخصية: قد ينشر الأفراد أو المنظمات المحتوى الهابط لتحقيق أهداف سياسية أو شخصية، مثل تشويه سمعة الخصم أو تشويه صورة معينة.
٥. الفشل في التحقق الصحفي: قد ينتج المحتوى الهابط عن عدم القيام بالتحقق الصحفي الكافي أو عدم تطبيق المعايير الصحفية اللازمة قبل نشر المعلومات.

المبحث الثالث : مخاطر وتأثيرات ومضار المحتوى الهابط وكيفية مواجهتها

المحتوى الهابط يمثل تهديداً للفرد والمجتمع بشكل عام، ويمكن أن يتسبب في تأثيرات سلبية ومضار عديدة، منها:

١. فقدان الثقة والمصادقية: عندما ينتشر المحتوى الهابط بشكل واسع، قد يؤدي ذلك إلى فقدان الثقة في وسائل الإعلام والمصادر الإخبارية بشكل عام، مما يضر بمصداقيتها ويقلل من قيمتها كمصادر موثوقة للمعلومات.
٢. تأثير على القرارات السياسية والاجتماعية: يمكن أن يؤدي المحتوى الهابط إلى تشويه الحقائق ونشر معلومات غير دقيقة، مما يؤثر على صنع القرارات السياسية والاجتماعية بشكل خاطئ وغير مبني على الحقائق.
٣. زيادة التوتر وانقسام المجتمع: قد يؤدي المحتوى الهابط إلى زيادة التوتر في المجتمع وتعميق الانقسامات الاجتماعية والسياسية، حيث يمكن أن يكون المحتوى الهابط عاملاً في تحفيز الانقسام والتحريض على الكراهية.
٤. تأثير على الصحة النفسية: يمكن أن يسبب المحتوى الهابط قلقاً وضغطاً نفسياً عند الأفراد الذين يتعرضون له، خاصة إذا كان يتعلق بمواضيع حساسة أو مخيفة.
٥. تأثير على الاقتصاد: قد يؤدي انتشار المحتوى الهابط إلى تأثير سلبي على الاقتصاد، سواء من خلال التأثير على سمعة الشركات أو التأثير على قرارات الاستثمار.
٦. تشويه سمعة الأفراد والمؤسسات: يمكن أن يسبب المحتوى الهابط تشويهاً لسمعة الأفراد والمؤسسات، مما قد يؤدي إلى تداول معلومات كاذبة أو مضللة عنهم.
٧. تأثير على الديمقراطية: يمكن أن يعرض المحتوى الهابط الديمقراطية للخطر من خلال تشويه الحقائق وتضليل الجمهور، مما يؤثر على سلامة العملية الديمقراطية وشفافيتها.

المطلب الأول: المخاطر والتأثيرات السلبية للمحتوى الهابط

يتفرع هذا المطلب الى فرعين؛ وذلك حسب الحاجة لبيان ذلك :

الفرع الأول: مخاطر المحتوى الهابط:

- يهدد القيم الأخلاقية والثقافية للمجتمع.
 - يسيء إلى سمعة الأفراد والمجتمعات.
 - يشجع على السلوكيات السلبية، مثل: العنف والكرهية.
 - يهدد سلامة أفراد المجتمع عموماً، والأطفال خصوصاً.
- الحلول لمواجهة المحتوى الهابط:**
- نشر الوعي بمخاطر المحتوى الهابط .
 - تفعيل الرقابة على منصات التواصل الاجتماعي .
 - تشريع قوانين تجرم نشر المحتوى الهابط .
 - تشجيع نشر المحتوى الإيجابي والهادف .
- الفرع الثاني: التأثيرات السلبية للمحتوى الهابط الآتي:**
- التأثير على الصحة النفسية :
- يمكن أن يسبب المحتوى الهابط مشاعر سلبية ، مثل : القلق ، والاكتئاب ، والتوتر ، لدى الأطفال والمراهقين .
- التأثير على القيم الأخلاقية :
- يمكن أن يؤدي المحتوى الهابط إلى انحدار القيم الأخلاقية لدى الأفراد عامة ، والشباب خاصة .
- التأثير على العلاقات الاجتماعية : يمكن أن يؤدي المحتوى الهابط إلى تفكك العلاقات الاجتماعية ، وتشويه صورة الأفراد .
 - التأثير على الأمن القومي : يمكن أن يستخدم المحتوى الهابط لتهديد الأمن القومي ، ونشر الفتن بين أفراد المجتمع .
 - التريبة الأخلاقية : أما لمواجهة تلك التأثيرات لا بد أن يكون دور للأسرة والمجتمع في مواجهة المحتوى الهابط :
- يجب على الأسرة والمجتمع تربية الأطفال على القيم الأخلاقية والوعي بمخاطر المحتوى الهابط .
- المراقبة :
- يجب على الأسرة مراقبة ما يشاهده أطفالهم على الإنترنت ومنعهم من الوصول إلى المحتوى الهابط .
- الحوار :
- يجب على الأسرة والمجتمع فتح حوار مع الشباب حول مخاطر "المحتوى الهابط" وضرورة نشر المحتوى الإيجابي.
- المطلب الثاني: أضرار المحتوى الهابط وكيفية معالجتها**
- من أضرار المحتوى الهابط ، الآتي :
 - أضرار المحتوى الهابط على الفرد :
- ١_ التأثير على الصحة النفسية :
- الشعور بالاكتئاب والقلق : قد يدي التعرض للمحتوى الهابط بشكل متكرر إلى الشعور بالاكتئاب والقلق خاصة لدى الأشخاص الذين يعانون من مشاكل نفسية سابقة .
- ضعف التركيز :** قد يؤدي هدر الوقت في مشاهدة المحتوى الهابط إلى صعوبة التركيز على المهام الدراسية أو المهنية .

انخفاض احترام الذات : قد تؤدي المقارنة مع الصور النمطية غير الواقعية في المحتوى الهابط إلى شعور الشخص بالنقص وانخفاض احترام الذات .

اضطرابات النوم : قد يؤدي التعرض للمحتوى الهابط قبل النوم لاضطرابات النوم وصعوبة الخلود إلى النوم .

٢_ تدهور القيم الأخلاقية :

التشجيع على السلوكيات السلبية : قد يؤدي التعرض للمحتوى الهابط إلى تقليد السلوكيات السلبية ، مثل : العنف ، والكذب ، والغش ، والاستهلاك المفرط .

إضعاف الشعور بالمسؤولية : قد يؤدي التعرض للمحتوى الهابط لإضعاف الشعور بالمسؤولية تجاه المجتمع . **التقليل من أهمية القيم الأخلاقية :** قد يؤدي التعرض للمحتوى الهابط إلى التقليل من أهمية القيم الأخلاقية ، مثل : الصدق ، والعدل ، والاحترام .

٣_ انتشار العنف والجريمة :

التشجيع على العنف : قد يؤدي التعرض للمحتوى العنيف إلى تقليد العنف في الحياة الواقعية . **زيادة الشعور بالعدوانية :** قد يؤدي التعرض للمحتوى الهابط لزيادة الشعور بالعدوانية والسلوكيات العدوانية الترويج للجريمة : قد يؤدي التعرض للمحتوى الهابط إلى الترويج للجريمة وتسهيل ارتكابها .

٤_ هدر الوقت والجهد :

قضاء وقت طويل في مشاهدة المحتوى الهابط : قد يؤدي ذلك إلى إهمال الأنشطة المهمة ، مثل : الدراسة أو العمل .

إهمال الواجبات والمسؤوليات : قد يؤدي هدر الوقت في مشاهدة المحتوى الهابط إلى إهمال الواجبات والمسؤوليات الشخصية .

الشعور بالندم والضياع : قد يشعر الشخص بالندم والضياع بعد هدر وقت طويل في مشاهدة المحتوى الهابط .

كيف يمكننا الحد من أضرار المحتوى الهابط؟

يمكننا الحد من تلك المضار ومعالجتها بالطرائق الآتية:

١_ على مستوى الفرد:

توعية الأفراد بمخاطر المحتوى الهابط: من المهم أن يكون الأفراد على دراية بمخاطر المحتوى الهابط على صحتهم النفسية، وقيمهم الأخلاقية، وسلوكهم.

تنمية مهارات التفكير النقدي: من المهم أن يمتلك الأفراد مهارات التفكير النقدي لتقييم المحتوى الذي يتعرضون له وتمييز المحتوى الهابط من المحتوى المفيد.

استخدام الإنترنت بشكل مسؤول: من المهم استخدام الإنترنت بشكل مسؤول وقضاء وقت في الأنشطة المفيدة مثل : الدراسة أو العمل أو القراءة .

الحد من التعرض للمحتوى الهابط : من المهم أن يحدد الشخص وقتًا محددًا لمشاهدة المحتوى على الإنترنت وأن يختار المحتوى الذي يفيد ويُنثري حياته .

٢_ على مستوى المجتمع :

سن قوانين وتشريعات : من المهم سن قوانين وتشريعات تجرم نشر المحتوى الهابط ، وتحاسب من ينشره . **توعية المجتمع بمخاطر المحتوى الهابط :** من المهم توعية المجتمع بمخاطر المحتوى الهابط من خلال

حملة التوعية والندوات والمؤتمرات .

دعم الإنتاج الثقافي والإبداعي : من المهم دعم الإنتاج الثقافي والإبداعي الذي يقدم محتوى هادفاً ومفيداً .
تشجيع استخدام الإنترنت بشكل إيجابي : من المهم تشجيع استخدام الإنترنت بشكل إيجابي من خلال نشر المحتوى المفيد والإبداعي .

٣_ على مستوى العائلة :

التواصل مع الأبناء : من المهم أن يتواصل الآباء مع أبنائهم حول مخاطر المحتوى الهابط ، وأن يشرفوا على استخدامهم للإنترنت .

توفير بيئة آمنة : من المهم أن يوفر الآباء بيئة آمنة لأبنائهم على الإنترنت من خلال استخدام برامج الرقابة الأبوية .

توجيه الأبناء إلى المحتوى المفيد : من المهم أن يوجه الآباء أبنائهم إلى المحتوى المفيد على الإنترنت ، مثل : المواقع التعليمية والثقافية .

أضرار المحتوى الهابط على المجتمع :

١_ زعزعة الاستقرار الاجتماعي :

نشر الكراهية والفتن : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى نشر الكراهية والفتن بين أفراد المجتمع ؛ مما قد يهدد استقراره .

التحريض على العنف : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى التحريض على العنف والجرائم ؛ مما قد يهدد الأمن العام .
إضعاف الشعور بالانتماء للمجتمع : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى إضعاف الشعور بالانتماء للمجتمع ، وتقسيم أفراداه .

٢_ انتشار الفوضى والشائعات :

نشر المعلومات المضللة : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى نشر المعلومات المضللة والشائعات ؛ مما قد يسبب الفوضى والارتباك في المجتمع .

إضعاف الثقة في المؤسسات : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى إضعاف الثقة في المؤسسات الرسمية والعالمية .
التأثير على صنع القرار : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى التأثير على صنع القرار في المجتمع من خلال نشر المعلومات المغلوطة .

٣_ تدهور القيم والخلق :

التشجيع على السلوكيات السلبية : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى تشجيع السلوكيات السلبية ، مثل : العنف ، والكذب ، والغش ، والاستهلاك المفرط .

إضعاف الشعور بالمسؤولية : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى إضعاف الشعور بالمسؤولية تجاه المجتمع .
التقليل من أهمية القيم الأخلاقية : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى التقليل من أهمية القيم الأخلاقية ، مثل : الصدق ، والعدل ، والاحترام .

٤_ التأثير على الهوية الثقافية :

نشر ثقافة الاستهلاك : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى نشر ثقافة الاستهلاك والتركيز على المظاهر الخارجية .
إضعاف الهوية الثقافية الوطنية : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى إضعاف الهوية الثقافية الوطنية من خلال نشر ثقافات غريبة .

التأثير على اللغة العربية : قد يؤدي المحتوى الهابط إلى التأثير على اللغة العربية من خلال استخدام اللغة العامية ، واللهجات المحلية بشكل مبالغ فيه .

كيف يمكننا الحد من أضرار المحتوى الهابط على المجتمع ؟

يمكننا الحد من تلك المضار ومعالجتها بالطرائق الآتية :

١ _ على مستوى المجتمع :

سن قوانين وتشريعات : من المهم سن قوانين وتشريعات تجرم نشر المحتوى الهابط وتحاسب من ينشره .
توعية المجتمع بمخاطر المحتوى الهابط : من المهم توعية المجتمع بمخاطر المحتوى الهابط من خلال حملات التوعية والندوات والمؤتمرات .

دعم الإنتاج الثقافي والإبداعي : من المهم دعم الإنتاج الثقافي والإبداعي الذي يقدم محتوى هادفاً ومفيداً .
تشجيع استخدام الإنترنت بشكل إيجابي : من المهم تشجيع استخدام الإنترنت بشكل إيجابي من خلال نشر المحتوى المفيد والإبداعي .

٢ _ على مستوى العائلة :

التواصل مع الأبناء : من المهم أن يتواصل الآباء مع أبنائهم حول مخاطر المحتوى الهابط ، وأن يشرفوا على استخدامهم للإنترنت .

توفير بيئة آمنة : من المهم أن يوفر الآباء بيئة آمنة لأبنائهم على الإنترنت من خلال استخدام برامج الرقابة الأبوية .

توجيه الأبناء إلى المحتوى المفيد : من المهم أن يوجه الآباء أبنائهم إلى المحتوى المفيد على الإنترنت ، مثل : المواقع التعليمية والثقافية .

٣ _ على مستوى الفرد :

توعية الأفراد بمخاطر المحتوى الهابط : من المهم أن يكون الأفراد على دراية بمخاطر المحتوى الهابط على صحتهم النفسية ، وقيمهم الأخلاقية ، وسلوكهم .

المبحث الرابع

مكافحة المحتوى الهابط بواسطة المحتوى الهادف

المطلب الأول

دور العالم في مكافحة المحتوى الهابط

يكون دور العالم في مكافحة المحتوى الهابط بالآتي :

١ _ مسؤولية العالم في نشر الوعي بمخاطر المحتوى الهابط : يلعب العالم دوراً رئيساً في نشر الوعي بمخاطر المحتوى الهابط على فئات المجتمع المختلفة ، وذلك من خلال :

التركيز على التأثيرات السلبية : يجب على العالم إبراز التأثيرات السلبية للمحتوى الهابط على الفرد والمجتمع مثل :

_ التأثير على الصحة النفسية ، مثل : الشعور بالقلق ، والاكتئاب ، والأرق .

_ التأثير على القيم والخلق ، مثل : انتشار العنف ، والبلطجة ، والسلوكيات غير الأخلاقية .

_ التأثير على الأمن المجتمعي ، مثل : انتشار الجرائم والعنف .

تقديم محتوى توعوي : يمكن للعالم تقديم محتوى توعوي يشرح مخاطر المحتوى الهابط ، وكيفية التعامل معه مثل :

_ برامج تلفزيونية وإذاعية : تتناول مخاطر المحتوى الهابط وطرائق الوقاية منه .

_ مقالات صحفية : توضح مخاطر المحتوى الهابط ، وتقدم النصائح للتعامل معه .

_ حملات توعوية : على مواقع التواصل الاجتماعي لنشر الوعي بمخاطر المحتوى الهابط .

٢ _ توعية الجمهور بأهمية المحتوى الهادف :

يجب على العالم أن يركز على توعية الجمهور بأهمية المحتوى الهادف الذي يثري العقل والروح ، وذلك من خلال :

إبراز فوائد المحتوى الهادف ، مثل :

_ تنمية المهارات ، مثل : مهارات التفكير النقدي ، والإبداع ، والابتكار .

_ تعزيز القيم والخلاق ، مثل : نشر ثقافة التسامح ، والاحترام ، والتعاون .

_ الارتقاء بالمجتمع : من خلال نشر المعرفة والثقافة .

_ دعم صناعات المحتوى الهادف : من خلال إبراز أعمالهم ، وتقديم الدعم لهم .

٣_ دعم النتاج العالمية الهادف :

يجب على العالم دعم النتاج العالمية الهادف من خلال :

تمويل النتاج : من خلال تخصيص ميزانيات لدعم إنتاج محتوى هادف .

توفير التدريب : لصناعات المحتوى الهادف على مهارات النتاج والإخراج .

توفير المنصات : لعرض المحتوى الهادف ، مثل : القنوات التلفزيونية ، والإذاعية ، والمواقع الإلكترونية .

٤_ التعاون مع الجهات المعنية لمكافحة المحتوى الهابط :

يجب على العالم التعاون مع الجهات المعنية لمكافحة المحتوى الهابط ، مثل :

السلطات الحكومية : من خلال سن القوانين والتشريعات التي تحارب المحتوى الهابط .

المؤسسات التربوية : من خلال نشر الوعي بمخاطر المحتوى الهابط بين الطلبة .

المؤسسات المجتمعية : من خلال توعية المجتمع بمخاطر المحتوى الهابط .

٥_ استخدام المنصات الرقمية لنشر المحتوى الهادف :

يجب على العالم استخدام المنصات الرقمية لنشر المحتوى الهادف ، مثل :

_ مواقع التواصل الاجتماعي ، مثل : فيسبوك ، وتوتير ، وانستكرام .

_ القنوات الإلكترونية ، مثل : يوتيوب .

_ التطبيقات الذكية ، مثل : تطبيقات القراءة والموسيقى .

٦_ التركيز على المحتوى الإيجابي :

يجب على العالم التركيز على نشر المحتوى الإيجابي الذي يعزز القيم والأخلاق ، ويلهم الناس ، وذلك من خلال

_ إبراز قصص النجاح ، مثل : قصص الأشخاص الذين تغلبوا على التحديات وحققوا إنجازات عظيمة .

_ نشر ثقافة التسامح : من خلال إبراز نماذج من التعايش والاحترام بين الأديان والثقافات المختلفة .

_ الترويج للقيم الإنسانية ، مثل : العدل ، والمساواة ، والحرية .

٧_ تعزيز التربية العالمية :

يجب على العالم تعزيز " التربية العالمية " لدى الجمهور ، وذلك من خلال :

برامج توعوية : تعرف الناس بكيفية التعامل مع المحتوى الهابط ، وكيفية فرز المعلومات .

ورش عمل : تقدم تدريبات عملية على مهارات التحليل النقدي للمحتوى العالمي .

محتوى تفاعلي : يشجع الجمهور على المشاركة في نقاشات حول المحتوى الهابط .

٨_ تشجيع النتاج الإعلامي المستقل :

يجب على العالم تشجيع " النتاج الإعلامي المستقل " الذي يقدم محتوى هادفاً ومتنوعاً ، وذلك من خلال :

توفير المنصات : لعرض المحتوى المستقل .

دعم صناع المحتوى المستقل : من خلال تقديم المنح والجوائز .
خلق بيئة إعلامية داعمة : للمحتوى المستقل .

٩_ التعاون الدولي :

يجب على العالم التعاون مع الدول الأخرى لمكافحة المحتوى الهابط على المستوى الدولي ، وذلك من خلال:

تبادل الخبرات : بين الدول في مجال مكافحة المحتوى الهابط .

وضع قوانين دولية : تحارب المحتوى الهابط .

تنظيم حملات توعوية : على المستوى الدولي لنشر الوعي بمخاطر المحتوى الهابط .

١٠_ تقييم وتطوير الجهود :

يجب على الإعلام تقييم جهوده بشكل دوري في مكافحة المحتوى الهابط ، وتطويرها بشكل مستمر ، وذلك من خلال :

إجراء دراسات : لتقييم فعالية الجهود المبذولة في مكافحة المحتوى الهابط .

تطوير خطط عمل : بناءً على نتائج الدراسات .

تحديث القوانين والتشريعات : بشكل مستمر لمواكبة التطورات في مجال المحتوى الهابط .

المطلب الثاني

دور الدولة في مكافحة المحتوى الهابط

يكون دور الدولة في مكافحة المحتوى الهابط بالآتي :

• تشريع قوانين : يجب على الدولة تشريع قوانين تجرم نشر المحتوى الهابط .
• تفعيل الرقابة : يجب على الدولة تفعيل الرقابة على منصات التواصل الاجتماعي ، ومنع نشر المحتوى الهابط

• نشر الوعي : يجب على الدولة نشر الوعي بمخاطر المحتوى الهابط من خلال حملات التوعية .

المسؤولية الفردية :

لا تقع مسؤولية مواجهة المحتوى الهابط على عاتق الدولة والمجتمع فقط ، بل هي مسؤولية فردية أيضاً .

كيف يمكن للمستخدمين المساهمة في مواجهة المحتوى الهابط :

_ الإبلاغ عن المحتوى الهابط للمنصات التي يتم نشره عليها .

_ عدم مشاركة المحتوى الهابط أو التفاعل معه .

_ نشر المحتوى الإيجابي والهادف .

الخاتمة

النتائج والتوصيات

التقنيات الحديثة :

يمكن استخدام التقنيات الحديثة ، مثل : الذكاء الاصطناعي ؛ للمساعدة في رصد المحتوى الهابط ، ومنعه من الانتشار .

التعاون الدولي :

يمكن للتعاون الدولي بين الدول أن يساهم في الحد من انتشار المحتوى الهابط .

التحديات :

• صعوبة تعريف المحتوى الهابط بشكل دقيق .

• حرية التعبير .

• الخصوصية .

المستقبل من المتوقع أن يستمر المحتوى الهابط في الانتشار، مما يتطلب جهوداً مضاعفة من الأطراف جميعاً لمواجهته .

البحوث والمقالات

١. عبدالله ، مصطفى علي، و مروان خشلان يسر. "اعتماد طلبة الجامعات على مواقع التواصل الاجتماعي للحد من منشورات المحتوى الهابط: دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة واسط". مجلة لارك للفلسفة واللسانيات والعلوم الاجتماعية ٥٠٤ (٢٠٢٣)

٢. أبو الفتوح، نادر. "دور الإعلام في مواجهة فوضى الفتاوى". مجلة العربي للدراسات العالمية ٤٤ (٢٠١٩)

٣. عزي، الأخضر أبو علاء، و غالم جلطى. "دور الإعلام في الوقاية من الجريمة و الانحراف: الحكومة الإلكترونية أداة لتحقيق مقومات الحكم الرشيد". مجلة الحكمة ١٣٤ (٢٠١٢)

٤. موسى، انتصار رسمي. "تحليل المحتوى في بحث الاتصال والإعلام . في أعمال الملتقى الأول : علوم الإعلام والاتصال في الوطن العربي : رؤية نقدية للتجربة البحثية بيروت: الرابطة العربية للبحث العلمي وعلوم الاتصال، (٢٠١٥)

٥. صالح، سليمان راجح الشريف ، ونزار محمد إبراهيم الزبير . "واقع صناعة المحتوى الإعلامي في ليبيا وتحدياته : دراسة استكشافية لعينة من صناع محتوى الإعلام الرقمي". مجلة جامعة بنغازي العلمية س، ٣٥ ١٤ (٢٠٢٢)

المصادر والمراجع تكتب باللغة الانكليزية

١_Wasserman, H., & Madrid-Morales, D. (٢٠١٨). Fake news and Africa The politics of disinformation. Oxford Research Encyclopedia of Communication.

٢_Tandoc, E. C., & Ferrucci, P. (٢٠١٨). Audiences' acts of authentication in the age of fake news: A conceptual framework. New Media & Society, ٢٠(٨), ٢٧٤٥-٢٧٦٣.

٣_Wardle, C., & Derakhshan, H. (٢٠١٧). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe report.

٤_Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (٢٠١٨). The spread of true and false news online. Science, ٣٥٩(٦٣٨٠), ١١٤٦-١١٥١.

٥_Pennycook, G., & Rand, D. G. (٢٠١٨). The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings. Management Science.

٦_Ward, S. J. A. (٢٠٢٠). Journalism ethics at the crossroads: Democracy and the future of the profession. Routledge.

٧_Nielsen, R. K., & Graves, L. (٢٠١٧). News you don't believe: Audience perspectives on fake news. Reuters Institute for the Study of Journalism.

٨_Zollmann, F., & Riedl, M. (٢٠١٩). News from artificial intelligence: A content analysis of articles in the German-speaking media. *Studies in Communication | Media*, ٨(١), ١٠٧-١٣٢.

٩_Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (٢٠١٨). Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics. Oxford University Press.

١٠. Allcott, H., & Gentzkow, M. (٢٠١٧). Social media and fake news in the ٢٠١٦ election. *Journal of Economic Perspectives*, ٣١(٢), ٢١١-٢٣٦.

^١ إبراهيم مصطفى، وآخرون، المعجم الوسيط، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، القاهرة، ١٩٧٢، ص٣٠٢
^٢ New websters Dictionary, U.S.A Lexicon Publications, ١٩٩٣, p٨٦٢

^٣ إحسان محمد حسن، موسوعة علم الاجتماع، الدار العربية للموسوعات، ط١، بيروت، ١٩٩٩، ص٢٨٩
^٤ صادق الأسود، علم الاجتماع السياسي (أسسه وأبعاده)، مطبعة دار الحكمة، جامعة بغداد، ١٩٩٠، ص١٢٣.
^٥ أعياد عبد الرضا ال عبدال، دور مصر في النظام الشرق أوسطي وأفاق المستقبلية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التربية (أبن رشد)، جامعة بغداد، ٢٠٠٦، ص١.

^٦ اني الياس خضر الحديشي، العراق ومحيطه العربي (دور العراق كموازن إقليمي)، مجلة دراسات إستراتيجية، مركز الدراسات الدولية، جامعة بغداد، العدد(٦)، ١٩٩٩، ص٥٧.

^٧ جيد حميد شهاب البدري، الدور الإقليمي لتركيا في ترتيبات الأمنية الجديدة وأثرها في الأمن القومي العربي، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة بغداد، ١٩٩٧، ص٣١١.