Journal Of the Iraqia University (77-1) 30 September (2026)

ISSN(Print): 1813-4521 OnLine ISSN:2663-7502
Journal Of the Iraqia University
available online at
https://iasj.rdd.edu.iq/journals/journal/view/247

دور التضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران: دراسة ميدانية

م.م محمد المهدي صلاح عبد الحسن اسماعيل

كلية الامام الكاظم(ع) للعلوم الاسلامية الجامعة / قسم الاعلام

Research Title The Role of Media Misinformation in Shaping Public Attitudes Towards the US-Israeli Conflict Against Iran: A Field Study

Prepared by: M.M. Mohammad Al-Mahdi
mohamad almahdi salah eabd alhasan asmaeil
Phone number
Imam Al-Kadhim (AS) College of Islamic Sciences University / Media Department
e-mail : m.aliraqa84@gmail.com

الملخص:

يهدف البحث الى التعرف مدى مساهمة التضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي–الإسرائيلي ضد إيران. ومعرفة مدى التأثير المعرفي للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران. ومعرفة مدى التأثير السلوكي للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران. ومعرفة مدى التأثير الوجداني للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران. واعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي على عينة عشوائية من جمهور محافظة ذي قار قوامها (٤٣١) فرد من الإناث والذكور. وتوصل الباحث الى النتائج الآتية: يتبين أن التضليل الإعلامي يُعد عاملاً مؤثرًا في تشكيل اتجاهات الجمهور، إذ يسهم في إعادة بناء إدراكه للقضايا المتعلقة بالصراع. وأظهرت النتائج أن الجمهور يتعرض بشكل متكرر لمعلومات متناقضة، مما يؤدي إلى ضعف وضوح الصورة الذهنية حول أطراف الصراع وأسبابه. وكشفت الدراسة عن وجود صعوبة لدى المبحوثين في التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة، وهو ما يعكس ضعفًا نسبيًا في مهارات التحقق الإعلامي.

الكلمات المفتاحية: التضليل الإعلامي، اتجاهات الجمهور، أمريكا، إسرائيل، إيران.

Abstract:

This research aims to identify the extent to which media misinformation contributes to shaping public attitudes towards the US-Israeli conflict against Iran. It also seeks to determine the cognitive impact of media misinformation on shaping public attitudes towards the US-Israeli conflict against Iran, its behavioral impact, and its emotional impact. The researcher employed a media survey methodology on a random sample of 431 male and female residents of Dhi Qar Governorate. The researcher concluded that media misinformation is an influential factor in shaping public attitudes, contributing to the restructuring of public perceptions of issues related to the conflict. The results also showed that the public is frequently exposed to contradictory information, leading to a lack of clarity in their understanding of the parties involved in the conflict and its causes. The study revealed that respondents had difficulty distinguishing between true and false news, reflecting a relative weakness in media verification skills.

Keywords: Media misinformation, public opinion trends, America, Israel, Iran.

المقدمة

يشهد العالم المعاصر تحولات عميقة في طبيعة الصراعات الدولية، إذ لم تعد المواجهات تقتصر على الأبعاد العسكرية أو السياسية التقليدية، بل امتدت لتشمل الفضاء الإعلامي بوصفه ساحة موازية لا تقل أهمية وخطورة. وفي هذا السياق، برز مفهوم التضليل الإعلامي كأحد أبرز أدوات التأثير في الرأي العام، حيث يتم توظيفه بصورة منهجية لتشكيل إدراك الجمهور وتوجيه مواقفه إزاء القضايا والصراعات الدولية. ويأتي الصراع بين الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى، بوصفه نموذجًا واضحًا لتداخل الأبعاد العسكرية مع الحرب الإعلامية، إذ تترافق العمليات السياسية والعسكرية مع حملات إعلامية مكثفة تهدف إلى كسب التأييد الشعبي محليًا ودوليًا.ولقد أسهم التطور التكنولوجي الهائل، خاصة في مجال وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية، في تسريع انتشار المعلومات وتداولها على نطاق واسع، إلا أن هذا التطور ذاته أتاح بيئة خصبة لانتشار الأخبار الزائفة والمحتوى المضلل. ولم يعد المتلقي مجرد مستقبل سلبي للرسائل الإعلامية، بل أصبح جزءًا من عملية إعادة إنتاجها ونشرها، ما زاد من تعقيد المشهد الإعلامي وجعل من الصعب التمييز بين الحقيقة والتزييف. وفي ظل هذا الواقع، بات التضليل الإعلامي يعتمد على تقنيات متقدمة تشمل التلاعب بالصور والفيديوهات، واستخدام السرديات الانتقائية، وتوظيف العاطفة والخطاب الأيديولوجي، بما يحقق أهدافًا سياسية واستراتيجية محددة.ويكتسب هذا الموضوع أهمية خاصة في ظل تصاعد التوترات الإقليمية والدولية المرتبطة بهذا الصراع، حيث تسعى الأطراف المختلفة إلى توظيف وسائل الإعلام لتقديم روايات متباينة للأحداث، بما يخدم مصالحها ويعزز من صورتها أمام الجمهور. فالإعلام هنا لا يكتفي بنقل الوقائع، بل يساهم في إعادة تشكيلها من خلال اختيار الزوايا التي يتم التركيز عليها، وإغفال أخرى، واستخدام أطر تفسيرية محددة تؤثر في كيفية فهم الجمهور للأحداث. ومن ثم، يصبح الجمهور عرضة لتأثيرات متعددة قد تقود إلى تكوين اتجاهات ومواقف قائمة على معلومات غير دقيقة أو مشوهة.وإن خطورة التضليل الإعلامي لا تكمن فقط في نشر معلومات خاطئة، بل تمتد إلى قدرته على إعادة تشكيل الوعي الجمعي وتوجيه السلوكيات، بما قد يؤثر في مواقف الأفراد تجاه قضايا حساسة مثل الحروب والصراعات الدولية. وفي حالة الصراع بين هذه الأطراف، يمكن أن يؤدي التعرض المكثف للمحتوى المضلل إلى تعزيز الصور النمطية، وزيادة الاستقطاب، وتكوين مواقف متشددة أو غير موضوعية. كما أن الاعتماد المتزايد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للمعلومات يفاقم من هذه المشكلة، نظرًا لسرعة انتشار المحتوى وضعف آليات التحقق لدى كثير من المستخدمين.ومن هنا، تبرز الحاجة إلى دراسة علمية ميدانية تسعى إلى تحليل دور التضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه هذا الصراع، من خلال الكشف عن طبيعة المحتوى المضلل، ومستوى تعرض الجمهور له، ومدى تأثيره في مواقفه واتجاهاته. كما تهدف هذه الدراسة إلى فهم العلاقة بين المتغيرات الإعلامية والسلوكية، وتقديم رؤية علمية يمكن أن تسهم في وضع استراتيجيات فعالة لمواجهة التضليل وتعزيز الوعي الإعلامي. وبذلك، فإن هذا الموضوع لا يقتصر على كونه قضية إعلامية فحسب، بل يمثل إشكالية مجتمعية وثقافية وسياسية تتطلب مقاربة متعددة الأبعاد لفهمها والتعامل معها بشكل علمي ومنهجي.

المبحث الأول: الإطار المنهجي

اولاً: مشكلة البحث

تنبع مشكلة هذا البحث من التزايد الملحوظ في استخدام التضليل الإعلامي كأداة استراتيجية في إدارة الصراعات الدولية، ولا سيما في سياق الصراع بين الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى، حيث لم يعد الإعلام يقتصر على نقل الأحداث، بل أصبح فاعلًا رئيسيًا في إعادة تشكيلها وتوجيه دلالاتها بما يخدم مصالح الأطراف المختلفة. وفي ظل الانتشار الواسع لوسائل الإعلام الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي، تزايد تدفق المعلومات بشكل غير مسبوق، مترافقًا مع انتشار واسع للأخبار الزائفة والمحتوى المضلل الذي يصعب التحقق من مصداقيته، الأمر الذي أدى إلى خلق بيئة إعلامية مشوشة تتداخل فيها الحقيقة مع التزييف. وتتمثل الإشكالية الأساسية في عدم وضوح مدى تأثير هذا التضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور، خاصة في القضايا ذات الطابع السياسي والصراعي المعقد، إذ يتعرض الأفراد إلى رسائل إعلامية متباينة ومتناقضة قد تؤدي إلى تكوين تصورات غير دقيقة أو مواقف قائمة على معلومات مشوهة. كما تتفاقم المشكلة في ظل ضعف مهارات التحقق من المعلومات لدى شريحة واسعة من الجمهور، واعتمادهم المتزايد على وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر رئيسي للأخبار، مما يجعلهم أكثر عرضة للتأثر بالمحتوى المضلل.وعليه، تتحدد مشكلة البحث في محاولة الكشف عن طبيعة العلاقة بين التعرض للتضليل الإعلامي واتجاهات الجمهور تجاه هذا الصراع، من خلال التساؤل الرئيسي: **ما مدى مساهمة التضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي–الإسرائيلي ضد إيران؟** ويندرج تحت هذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية الآتية:

١- ما مدى التأثير المعرفي للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران؟

٢- ما مدى التأثير السلوكي للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران؟

٣- ما مدى التأثير الوجداني للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران؟

ثانياً: أهمية البحث

تتجلى أهمية هذا البحث في تعدد أبعاده وتكاملها، إذ يجمع بين القيمة العلمية والتطبيقية والاجتماعية، في سياق دراسة ظاهرة معاصرة شديدة التأثير تتمثل في التضليل الإعلامي المرتبط بالصراع بين الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى.

١- الأهمية العلمي: تبرز أهمية البحث في كونه يسهم في إثراء الحقل المعرفي لدراسات الإعلام والاتصال، ولا سيما ما يتعلق بموضوعات التضليل الإعلامي والحروب المعلوماتية وتأثيراتها في تشكيل الرأي العام. كما يقدم إطارًا تحليليًا يمكن من خلاله فهم العلاقة بين التعرض للمحتوى الإعلامي المضلل وبناء الاتجاهات لدى الجمهور، في ظل بيئة رقمية تتسم بالتعقيد وسرعة تدفق المعلومات. ويساعد البحث كذلك في اختبار وتطوير عدد من النظريات الإعلامية، مثل نظريات التأثير الإعلامي والتأطير ووضع الأجندة، من خلال تطبيقها على حالة واقعية معاصرة، الأمر الذي يعزز من رصانة الدراسات الأكاديمية في هذا المجال ويوفر أساسًا يمكن البناء عليه في بحوث لاحقة.

٢- الأهمية العملية: تنبع أهمية البحث من كونه يقدم نتائج يمكن الإفادة منها من قبل المؤسسات الإعلامية وصناع القرار في فهم آليات عمل التضليل الإعلامي وكيفية تأثيره في الجمهور، بما يسهم في تطوير استراتيجيات إعلامية أكثر فاعلية لمواجهته. كما يمكن أن تساعد مخرجات البحث في تصميم حملات توعوية تستهدف رفع مستوى الوعي الإعلامي لدى الجمهور، وتعزيز مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات، خاصة في أوقات الأزمات والصراعات. إضافة إلى ذلك، يوفر البحث مؤشرات عملية حول مصادر التضليل وأنماطه، مما يساعد الجهات المعنية على رصد هذه الظاهرة والحد من انتشارها.

٣- الأهمية الاجتماعية: إن البحث يكتسب بعدًا مهمًا نظرًا لتأثير التضليل الإعلامي المباشر في وعي الأفراد وسلوكياتهم ومواقفهم تجاه القضايا السياسية الحساسة. إذ يسهم في تسليط الضوء على مخاطر انتشار المعلومات المضللة في المجتمع، وما قد تسببه من تعزيز للانقسام والاستقطاب الفكري، أو تكوين مواقف قائمة على أسس غير دقيقة. كما يدعم البحث الجهود الرامية إلى بناء مجتمع أكثر وعيًا وقدرة على التعامل مع المحتوى الإعلامي بشكل نقدي ومسؤول، الأمر الذي يعزز من الاستقرار الاجتماعي ويحد من التأثيرات السلبية للحروب الإعلامية في تشكيل الرأي العام. وبذلك، فإن هذا البحث لا يقتصر على كونه دراسة أكاديمية، بل يمثل خطوة مهمة نحو فهم أعمق لدور الإعلام في تشكيل الوعي الجمعي في العصر الرقمي.

ثالثاً: أهداف البحث

الهدف الرئيسي: التعرف على مدى مساهمة التضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي–الإسرائيلي ضد إيران.

ويندرج تحت هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية الآتية:

١- معرفة مدى التأثير المعرفي للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران.

٢- معرفة مدى التأثير السلوكي للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران.

٣- معرفة مدى التأثير الوجداني للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران.

رابعاً: منهج البحث

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي بوصفه من أكثر المناهج ملاءمة لدراسة الظواهر الإعلامية المعاصرة، لاسيما تلك المرتبطة بالتضليل الإعلامي وتأثيره في تشكيل اتجاهات الجمهور. ويهدف هذا المنهج إلى وصف الظاهرة محل الدراسة كما هي في الواقع، وتحليل أبعادها المختلفة، والكشف عن العلاقات القائمة بين متغيراتها، دون التدخل في توجيهها أو التأثير عليها. ويأتي اختيار هذا المنهج نظرًا لقدرته على تقديم صورة شاملة ودقيقة عن طبيعة التعرض للمحتوى المضلل، وأنماطه، ومستوى تأثيره في مواقف الجمهور تجاه الصراع بين الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى. وفي إطار هذا المنهج، يتم توظيف أسلوب المسح الإعلامي (Survey Method) كأداة رئيسية لجمع البيانات الميدانية من أفراد العينة، حيث يُعد من الأساليب المناسبة لدراسة اتجاهات الجمهور وآرائهم وسلوكياتهم في ظل التعرض لوسائل الإعلام المختلفة. ويسمح هذا الأسلوب بالحصول على بيانات كمية يمكن تحليلها إحصائيًا للكشف عن طبيعة العلاقة بين مستوى التعرض للتضليل الإعلامي واتجاهات الجمهور نحو الصراع.أما أداة جمع البيانات فتتمثل في استبانة علمية مصممة بعناية، تتضمن مجموعة من المحاور التي تقيس مستوى التعرض لوسائل الإعلام، ودرجة الثقة بالمصادر الإعلامية، ومستوى إدراك التضليل الإعلامي، إضافة إلى قياس الاتجاهات المعرفية والعاطفية والسلوكية تجاه موضوع الصراع. ويتم التأكد من صدق الأداة وثباتها باستخدام الأساليب العلمية المعتمدة في البحوث الاجتماعية.

خامساً: مجتمع وعينة البحث

١- مجتمع البحث: يُقصد بمجتمع البحث جميع الأفراد الذين تنطبق عليهم خصائص الظاهرة موضوع الدراسة، والذين يسعى الباحث إلى تعميم نتائج البحث عليهم. (العدل، ٢٠١٤، ص٢٨٧). وفي إطار هذه الدراسة، يُعرَّف مجتمع البحث بأنه يتمثل في الجمهور العراقي، وجمع البيانات من خلال استخدام أداة من أدوات جمع البيانات استمارة الاستبيان.

٢- عينة البحث: عينة الدراسة تلعب دورًا حاسمًا في البحث الكمي حيث تمثل الوسيلة التي تمكن الباحثين من العمل بكفاءة وفعالية والتوصل إلى استنتاجات تطبيقية على نطاق أوسع من السكان أو المجموعات المستهدفة، وعينة الدراسة تمثل جزءًا صغيرًا من السكان أو المجموعة الكبيرة التي تهدف الدراسة إلى فهمها أو تحليلها، وتعرف عينة الدراسة على أنّها: مجموعة من وحدات المجتمع الأصلي تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية ويجب أن تكون هذه الوحدات ممثلة تمثيلا صادقا من المجتمع الأصلي من أجل تعميم نتائجها عليه (نجم، ٢٠٢٤، ص١٠٣).

فعينة البحث في هذه الدراسة هي «جمهور محافظة ذي قار». وتمّ اختارهم بالطريقة العشوائية البسيطة. وقد سعى الباحث اختار العينة وفقاً للعدد المحدد من قبل قانون كوكران، وإنّ قانون كوكران لاختيار العينة يكون على الشرح التالي:

$$n = \frac{\frac{z^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N}\left[\frac{z^2 pq}{d^2} - 1\right]}$$

حيث:

تبلغ قيمة **z** عند مستوى ثقة ٩٥٪، ١.٩٦.

d هو مقدار الخطأ المسموح به، والذي يعتبر عادةً بمقدار يساوي ٠.٠٥.

N هو حجم المجتمع.

Pq هي حالة تجانس الأشخاص في المجتمع؛ فكلما زادت درجة التجانس بين أفراد المجتمع، كان حجم العينة الذي نحتاجه أصغر. لكن إذا لم تكن لدينا معلومات عن حالة المجتمع، فسنأخذ لـ **p** و**q** قيمة تعادل ٠.٥.

وحسب الصيغة أعلاه فالعدد المحدد هو ٣٨٤. وعلى هذا الأساس فقد تمّ توزيع الاستبانة لأكثر من ٤٠٠ شخص من جمهور محافظة ذي قار وقد تمّ جمع ٤٣١ استبانة منها لدراستها كعينة البحث.

سادساً: صدق وثبات البحث

١- الصدق: يعد الصدق من الشروط الضرورية واللازمة لبناء الاختبارات والمقاييس والصدق يدلل على مدى قياس الفقرات للظاهرة المراد قياسها، وان أفضل طريقة لقياس الصدق هو الصدق الظاهري والذي هو عرض فقرات المقياس على مجموعة من الخبراء للحكم على صلاحيتها، وقد تحقق صدق المقياس ظاهرياً من خلال عرض الفقرات على مجموعة من المتخصصين في الإعلام.

ت	اسم المحكم	التخصص
١	د. ازهر سهيل نجم	إدارة الاعلام
٢	م.م حسين اكرم تقي	إدارة الاعلام
٣	م.م عباس هاتف	صحافة استقصائية

٢- الثبات: وهو الاتساق في نتائج المقياس إذ يعطي النتائج نفسها بعد تطبيقه مرتين في زمنين مختلفين على الإفراد نفسهم، وتم حساب الثبات عن طريق معامل كورباخ الفا. معامل (ألفا) للاتساق الداخلي: أن معامل ألفا يزودنا بتقدير جيد في اغلب المواقف وتعتمد هذه الطريقة على اتساق أداء الفرد من فقرة إلى أخرى ولاستخراج الثبات وفق هذه الطريقة تم استخدام جميع استمارات البحث ثم استخدمت معادلة (ألفا) وقد بلغ معامل ثبات المقياس (٠.٨٩٦) ويعد المقياس متسقاً داخلياً، لان هذه المعادلة تعكس مدى اتساق الفقرات داخلياً.

عدد الأسئلة	الفا كورنباخ
١٩	٠.٨٩٦

سابعاً: الدراسات السابقة

١- دراسة آدم كلاين (Adam Klein) عنوان الدراسة: Characterizing "the Enemy": Zionism and Islamism in the Iranian and Israeli Press، ٢٠٠٩، مجلة Communication, Culture & Critique – الولايات المتحدة.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل كيفية تصوير "العدو" في الخطاب الإعلامي لكل من وسائل الإعلام الإيرانية والإسرائيلية، من خلال تحليل مضمون عدد من الأخبار المتعلقة بالقضايا السياسية والصراعات. اعتمدت الدراسة على تحليل ٥٢ مادة إعلامية، وخلصت إلى أن الإعلام الإيراني يصور إسرائيل كـ"نظام عدواني" وعدو للإسلام، في حين يركز الإعلام الإسرائيلي على تصوير القيادة الإيرانية كتهديد مباشر. وتبين أن التغطية الإعلامية لا تلتزم بالحياد، بل تستخدم أساليب تأطير وتضخيم تخدم الأجندات السياسية، مما يسهم في تشكيل اتجاهات الجمهور بصورة منحازة.

٢- دراسة روسي جاسبال (Rusi Jaspal) عنوان الدراسة: Representing the 'Zionist Regime': Mass Communication of Anti-Zionism in the English-Language Iranian Press، ٢٠١٤، British Journal of Middle Eastern Studies.

تناولت الدراسة كيفية توظيف الإعلام الإيراني الناطق بالإنجليزية لنشر خطاب معادٍ لإسرائيل على المستوى الدولي، من خلال تحليل محتوى صحيفتي Tehran Times وPress TV. وأظهرت النتائج أن الإعلام الإيراني يعتمد على استراتيجيات خطابية تقوم على بناء صورة تهديدية لإسرائيل، وتقديمها ككيان عدائي، مما يساهم في تشكيل تصورات الجمهور الدولي وتوجيه مواقفه. كما أكدت الدراسة أن هذا الخطاب يمثل أداة أيديولوجية تهدف إلى التأثير في الرأي العام العالمي.

٣- دراسة شيرين أفخامي (Shirin Afkhami) عنوان الدراسة: Satellite TV and the Iranian Green Movement: The impact of foreign-based Farsi-speaking news channels، ٢٠١٨، Corvinus Journal of International Affairs.

بحثت الدراسة في تأثير القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة بالفارسية على الجمهور الإيراني خلال الاحتجاجات السياسية. وأظهرت النتائج أن هذه القنوات لعبت دورًا مهمًا في تشكيل وعي الجمهور وتوجهاته، خاصة في ظل ضعف الثقة بالإعلام المحلي. كما بينت أن الإعلام الخارجي استطاع بناء مصداقية نسبية لدى الجمهور، رغم توظيفه لأجندات سياسية، مما يعكس قدرة وسائل الإعلام على التأثير في الاتجاهات خلال الأزمات والصراعات.

٤- دراسة أولوسي أديغبولا وآخرون (Adegbola et al.) عنوان الدراسة: Reporting Bias in Coverage of Iran Protests by Global News Agencies، ٢٠٢٢، مجلة International Communication Gazette.

ركزت الدراسة على تحليل التحيز الإعلامي في تغطية الاحتجاجات الإيرانية من قبل وكالات أنباء عالمية مختلفة. وأظهرت النتائج وجود اختلافات واضحة في التغطية الإعلامية تبعًا للانتماءات السياسية للدول، حيث تم توظيف الأطر الإعلامية بشكل يخدم المصالح السياسية لكل طرف. وأكدت الدراسة أن هذا التحيز يسهم في تقديم صورة غير متوازنة للأحداث، مما يؤثر في إدراك الجمهور واتجاهاته تجاه الصراع.

٥- دراسة عز الدين الرنتيسي، عنوان الدراسة: تحليل الخطاب الإعلامي للدبلوماسية الرقمية الإسرائيلية تجاه الجمهورية الإيرانية عبر الفيسبوك، ٢٠٢٤، مجلة البحوث الإعلامية – مصر.

هدفت الدراسة إلى تحليل الخطاب الإعلامي الإسرائيلي الموجه للجمهور الإيراني عبر وسائل التواصل الاجتماعي، مع التركيز على الاستراتيجيات الإقناعية المستخدمة. وتوصلت إلى أن هذا الخطاب يعتمد على تشويه صورة النظام الإيراني، وتحميله مسؤولية الأزمات الداخلية، ومحاولة التأثير في الرأي العام الإيراني لتبني مواقف سلبية تجاه حكومته. كما أظهرت الدراسة أن هذا النوع من الخطاب يمثل شكلًا من أشكال "هندسة الجمهور" والتأثير النفسي والإعلامي المنظم.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

يمكن تحديد أوجه استفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في مجموعة من النقاط الأساسية، وذلك في إطار تناولها لظاهرة التضليل الإعلامي في سياق الصراع بين الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى، على النحو الآتي:

- الإسهام في بلورة مشكلة البحث وتحديد أبعادها بشكل أكثر دقة ووضوح.
- المساعدة في صياغة التساؤلات البحثية الرئيسية والفرعية بصورة علمية.
- اختيار الإطار النظري المناسب من خلال التعرف على أبرز النظريات المستخدمة في هذا المجال.

- تحديد المفاهيم الأساسية وتعريف المصطلحات المرتبطة بموضوع الدراسة.
- الاسترشاد بالمناهج العلمية التي اعتمدتها الدراسات السابقة، خاصة المنهج الوصفي المسحي.
- الإفادة في تصميم أداة الدراسة (الاستبانة) وتحديد محاورها ومتغيراتها.
- تعزيز الجانب العلمي والمنهجي للبحث وزيادة مصداقيته.

وبذلك، أسهمت الدراسات السابقة في دعم مختلف مراحل البحث، بدءًا من تحديد المشكلة وحتى تفسير النتائج، مما يعزز من القيمة العلمية للدراسة الحالية.

المبحث الثاني: الإطار النظري

أولاً: التضليل الإعلامي

يُعدّ التضليل الإعلامي من أبرز الظواهر التي رافقت تطور وسائل الاتصال الحديثة، إذ لم يعد الإعلام مجرد وسيلة لنقل الأخبار والمعلومات، بل أصبح أداة فاعلة في التأثير على وعي الجمهور وتوجيه إدراكه للواقع. ويُقصد بالتضليل الإعلامي عملية نشر معلومات غير دقيقة أو مشوهة أو انتقائية، بقصد التأثير في الرأي العام وتوجيهه نحو مواقف أو اتجاهات معينة، وغالبًا ما يُستخدم هذا الأسلوب في السياقات السياسية والصراعات الدولية لتحقيق أهداف استراتيجية. ويأخذ التضليل الإعلامي أشكالًا متعددة، من بينها نشر الأخبار الكاذبة، والتلاعب بالصور والفيديوهات، واقتطاع التصريحات من سياقها، إضافة إلى استخدام العناوين المضللة أو المبالغ فيها. كما قد يظهر في صورة تحيز إعلامي مقصود من خلال التركيز على جانب معين من الحدث وإغفال جوانب أخرى، بما يؤدي إلى تقديم صورة غير متوازنة للواقع. ومع تطور التكنولوجيا، أصبح التضليل أكثر تعقيدًا، حيث يتم توظيف تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي لإنتاج محتوى يبدو واقعيًا لكنه في الحقيقة مفبرك. وتزداد خطورة التضليل الإعلامي في ظل الانتشار الواسع لوسائل التواصل الاجتماعي، التي أتاحت سرعة هائلة في تداول المعلومات دون المرور بعمليات تدقيق كافية. وقد أدى ذلك إلى انتشار واسع لما يُعرف بـ"الأخبار الزائفة"، حيث يصبح الجمهور أحيانًا مشاركًا في نشر المحتوى المضلل دون وعي، مما يضاعف من تأثيره وانتشاره. كما أن الخوارزميات التي تتحكم في عرض المحتوى قد تسهم في تعزيز هذا التأثير، من خلال عرض محتوى يتوافق مع ميول المستخدم، وهو ما يؤدي إلى خلق ما يُعرف بـ"فقاعات المعلومات"(الشهري، ٢٠٢٠، ص٣٨)يُعدّ التضليل الإعلامي من المفاهيم الحديثة نسبيًا في دراسات الإعلام والاتصال، وقد برز بشكل واضح مع تطور وسائل الإعلام الرقمية وانتشار منصات التواصل الاجتماعي. ويُقصد به عملية نشر معلومات زائفة أو مضللة أو مجتزأة أو مشوهة، بقصد التأثير في إدراك الجمهور وتوجيهه نحو تبني مواقف أو اتجاهات معينة تخدم أهدافًا سياسية أو أيديولوجية أو اقتصادية. ولا يقتصر التضليل على الكذب الصريح، بل قد يتخذ أشكالًا أكثر تعقيدًا، مثل عرض جزء من الحقيقة وإخفاء جزء آخر، أو إعادة صياغة المعلومات بطريقة توحي بدلالات غير حقيقية(Claire & Hossein, 2017, P61)ويختلف التضليل الإعلامي عن الخطأ الإعلامي غير المقصود، إذ يتميز بكونه فعلًا متعمدًا يسعى إلى تحقيق تأثير محدد في الجمهور، وغالبًا ما يُستخدم كأداة في الحروب النفسية والصراعات الدولية، حيث تتنافس الأطراف المختلفة على فرض رواياتها الخاصة للأحداث(مكاوي، ٢٠٢١، ص١١٩). يرتبط التضليل الإعلامي تاريخيًا بظهور وسائل الإعلام الجماهيرية، حيث استخدمته الحكومات والمؤسسات في فترات الحروب لتعزيز معنويات الشعوب أو التأثير في العدو، كما حدث خلال الحرب العالمية الأولى والحرب العالمية الثانية. ومع تطور وسائل الاتصال، أصبح التضليل أكثر تنظيمًا واحترافية، خاصة مع ظهور القنوات الفضائية ثم الإنترنت. وفي العصر الرقمي، شهد التضليل الإعلامي تحولًا نوعيًا، إذ لم يعد حكرًا على المؤسسات الكبرى، بل أصبح بإمكان الأفراد والجماعات إنتاج ونشر محتوى مضلل بسهولة، مستفيدين من سرعة انتشار المعلومات وانخفاض تكلفة النشر. كما أسهمت تقنيات الذكاء الاصطناعي في تعقيد الظاهرة، من خلال إنتاج محتوى مزيف عالي الجودة يصعب تمييزه عن الحقيقة(بدر، ٢٠١٩، ص٤٥)يتخذ التضليل الإعلامي أشكالًا متعددة، تختلف باختلاف السياق والهدف، ومن أبرزها:

- الأخبار الزائفة (Fake News): نشر معلومات غير صحيحة على أنها حقائق.
- التضليل البصري: التلاعب بالصور والفيديوهات أو استخدامها خارج سياقها الحقيقي.
- التحيز الإعلامي: عرض المعلومات بطريقة منحازة تخدم جهة معينة.
- التأطير المضلل: تقديم الحدث ضمن إطار تفسيري يوجه فهم الجمهور نحو معنى محدد.
- الاجتزاء: اقتطاع جزء من تصريح أو حدث وإغفال السياق الكامل.
- العناوين المضللة: استخدام عناوين مثيرة لا تعكس مضمون الخبر بدقة.

وتعتمد هذه الأساليب على توظيف العاطفة والإثارة، بهدف جذب انتباه الجمهور وزيادة احتمالية انتشار المحتوى(Lee, 2018, P71).

تتنوع دوافع استخدام التضليل الإعلامي، ومن أهمها:

- تحقيق أهداف سياسية، مثل التأثير في الرأي العام أو تشويه صورة الخصوم.
- خدمة مصالح اقتصادية، كالترويج لمنتجات أو التأثير في الأسواق.
- تحقيق مكاسب أيديولوجية، من خلال نشر أفكار أو معتقدات معينة.
- إثارة الفوضى أو زعزعة الاستقرار الاجتماعي.

وفي سياق الصراعات الدولية، يُستخدم التضليل الإعلامي كأداة استراتيجية لتوجيه إدراك الجمهور، كما في الصراع بين الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى، حيث تسعى كل جهة إلى فرض روايتها الخاصة للأحداث(Caroline, 2019, P183).

يترك التضليل الإعلامي تأثيرات عميقة على الجمهور، يمكن تلخيصها في الجوانب الآتية:

- التأثير المعرفي: تشويه إدراك الواقع وتكوين معلومات غير دقيقة.
- التأثير العاطفي: إثارة مشاعر الخوف أو الغضب أو التعاطف بشكل موجه.
- التأثير السلوكي: دفع الأفراد إلى تبني مواقف أو قرارات مبنية على معلومات مضللة.
- تعزيز الاستقطاب: زيادة الانقسام داخل المجتمع نتيجة تضارب المعلومات.

أدت وسائل التواصل الاجتماعي إلى تضاعف تأثير التضليل الإعلامي، بسبب عدة عوامل، منها سرعة تداول المعلومات، وغياب الرقابة الصارمة، واعتماد المستخدمين على هذه المنصات كمصدر رئيسي للأخبار. كما تلعب الخوارزميات دورًا في تعزيز المحتوى المثير للجدل أو العاطفي، مما يزيد من انتشار الأخبار المضللة(العلي، ٢٠٢٢، ص٦٤).

تتطلب مواجهة التضليل الإعلامي جهودًا متعددة المستويات، من أبرزها:

- تعزيز التربية الإعلامية لدى الجمهور وتنمية التفكير النقدي.
- دعم منصات التحقق من الأخبار والمعلومات.
- تطوير التشريعات المنظمة لعمل وسائل الإعلام الرقمية.
- تشجيع المؤسسات الإعلامية على الالتزام بالمهنية والموضوعية(David M, 2018, P95).

يتضح مما سبق أن التضليل الإعلامي يمثل تحديًا كبيرًا في العصر الرقمي، لما له من تأثيرات واسعة في تشكيل وعي الجمهور واتجاهاته، خاصة في ظل الصراعات الدولية المعاصرة. ولم يعد التعامل مع هذه الظاهرة مقتصرًا على المؤسسات الإعلامية، بل أصبح مسؤولية مشتركة تتطلب وعيًا مجتمعيًا وجهودًا علمية ومنهجية لفهمها والحد من آثارها.

ثانياً: اتجاهات الجمهور

تُعدّ اتجاهات الجمهور من المفاهيم الأساسية في دراسات الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي، إذ تشير إلى مجموعة الاستجابات المعرفية والعاطفية والسلوكية التي يُكوّنها الأفراد تجاه موضوع أو قضية أو شخص معين. وتمثل الاتجاهات حالة من الاستعداد النفسي المكتسب، الذي يوجّه سلوك الفرد ويؤثر في طريقة تفسيره للأحداث والمعلومات التي يتعرض لها(عبد الحميد، ١٩٩٤، ص٧٩).

وتتسم اتجاهات الجمهور بأنها ليست ثابتة تمامًا، بل قابلة للتغيير والتعديل نتيجة التعرض المستمر للمؤثرات المختلفة، وفي مقدمتها وسائل الإعلام، التي تلعب دورًا مهمًا في تشكيل هذه الاتجاهات، خاصة في القضايا السياسية والصراعات الدولية، مثل الصراع بين الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى(العبد، ٢٠٠٦، ص١٠٨).

تتكون اتجاهات الجمهور من ثلاثة أبعاد رئيسية مترابطة، هي:

- البعد المعرفي: ويشمل المعلومات والمعارف التي يمتلكها الفرد حول موضوع معين، والتي تشكل أساس حكمه عليه.
- البعد العاطفي: ويتعلق بالمشاعر والانفعالات التي يكوّنها الفرد تجاه الموضوع، مثل الإعجاب أو الرفض أو الخوف.
- البعد السلوكي: ويعبّر عن الاستعداد لاتخاذ موقف أو سلوك معين بناءً على المعرفة والمشاعر، كالدعم أو المعارضة.

وتتفاعل هذه المكونات معًا لتكوين الاتجاه العام للفرد، وقد تتأثر بدرجات متفاوتة تبعًا لطبيعة الرسائل الإعلامية التي يتعرض لها(قزادري، ٢٠٢٠، ص٥٤).

تتميز اتجاهات الجمهور بعدد من الخصائص، من أهمها:

- أنها مكتسبة من خلال التنشئة الاجتماعية والخبرات الشخصية والتعرض للإعلام.
- أنها قابلة للتغيير بدرجات مختلفة تبعًا لقوة المؤثرات.
- أنها تتدرج في قوتها من اتجاهات ضعيفة إلى قوية راسخة.
- أنها تتسم بالاستمرارية النسبية لكنها ليست ثابتة بشكل مطلق.
- أنها تؤثر في السلوك وتوجه قرارات الأفراد(الدبيسي، ٢٠٢٠، ص٧٢).

تتعدد العوامل التي تسهم في تشكيل اتجاهات الجمهور، ومن أبرزها:

- وسائل الإعلام: تلعب دورًا محوريًا في تقديم المعلومات وصياغة الأطر التي يتم من خلالها تفسير الأحداث.
- الثقافة والقيم الاجتماعية: تؤثر في كيفية استقبال الأفراد للرسائل الإعلامية.
- الخبرات الشخصية: تسهم في تعزيز أو تعديل الاتجاهات.
- الجماعات المرجعية: مثل الأسرة والأصدقاء، التي تؤثر في آراء الفرد.
- التضليل الإعلامي: قد يؤدي إلى تكوين اتجاهات مبنية على معلومات غير دقيقة أو مشوهة(حسين، ٢٠١٩، ص٦١).

يُعدّ الإعلام من أهم العوامل المؤثرة في اتجاهات الجمهور، حيث لا يقتصر دوره على نقل الأخبار، بل يمتد إلى تفسيرها وتوجيه فهم الجمهور لها. ويحدث ذلك من خلال:

- اختيار الموضوعات التي يتم التركيز عليها (وضع الأجندة).
- تقديم الأحداث ضمن أطر تفسيرية معينة (التأطير الإعلامي).
- تكرار الرسائل الإعلامية بما يعزز من ترسيخها في ذهن الجمهور.

وفي سياق الصراعات السياسية، يسهم الإعلام في بناء صور ذهنية عن الأطراف المتنازعة، مما يؤثر في مواقف الجمهور واتجاهاته نحوها(عبد الحميد، ١٩٩٤، ص١٣٤).

يُعد قياس اتجاهات الجمهور من الجوانب المهمة في البحوث الإعلامية، ويتم ذلك من خلال أدوات علمية، أبرزها:

- الاستبيانات: التي تعتمد على مقاييس مثل مقياس ليكرت لقياس درجة الاتفاق أو الرفض.
- المقابلات: للحصول على فهم أعمق للاتجاهات.
- تحليل السلوك: مثل متابعة التفاعلات على وسائل التواصل الاجتماعي.

وتساعد هذه الأدوات في تحديد طبيعة الاتجاهات ومدى قوتها، والعوامل المؤثرة فيها(McCombs, 2004, P79).

يؤثر التضليل الإعلامي بشكل مباشر في تشكيل اتجاهات الجمهور، حيث يؤدي إلى:

- تكوين معارف غير دقيقة حول القضايا المختلفة.
- إثارة مشاعر سلبية أو إيجابية بشكل مصطنع.
- توجيه السلوكيات نحو مواقف معينة قد لا تعكس الواقع.

وفي الصراعات الدولية، يُستخدم التضليل الإعلامي كوسيلة للتأثير في الرأي العام، وكسب التأييد، وتشويه صورة الطرف الآخر، مما يجعل الجمهور عرضة لتبني اتجاهات منحازة أو غير موضوعية(Entman, 1993, P114)ويتضح أن اتجاهات الجمهور تمثل عنصرًا محوريًا في فهم تأثير وسائل الإعلام في المجتمعات المعاصرة، إذ تعكس كيفية تفاعل الأفراد مع القضايا والأحداث المختلفة. ومع تزايد تأثير الإعلام الرقمي وانتشار التضليل الإعلامي، أصبحت دراسة هذه الاتجاهات ضرورة لفهم طبيعة التغيرات التي تطرأ على وعي الجمهور وسلوكياته، خاصة في ظل الصراعات السياسية المعقدة، الأمر الذي يعزز من أهمية البحوث الميدانية في هذا المجال.

ثالثاً: الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران

يُعدّ الصراع بين الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى، أحد أبرز الصراعات الجيوسياسية في منطقة الشرق الأوسط، ويتسم بطبيعته المركبة التي تجمع بين الأبعاد السياسية والعسكرية والأمنية والإيديولوجية. ولا يُعد هذا الصراع مواجهة تقليدية مباشرة فقط، بل هو صراع متعدد المستويات يشمل المواجهة غير المباشرة، والحروب بالوكالة، والصراع الاستخباراتي، إضافة إلى الحرب الإعلامية. وترجع جذور هذا

الصراع إلى التحولات السياسية الكبرى التي شهدتها إيران بعد الثورة الإسلامية في إيران ١٩٧٩، والتي أدت إلى تغيير جذري في طبيعة علاقاتها مع الغرب، وعلى رأسه الولايات المتحدة، وكذلك مع إسرائيل. فقد تبنت إيران بعد الثورة خطابًا سياسيًا معارضًا للسياسات الأمريكية والإسرائيلية في المنطقة، ما أدى إلى تصاعد التوترات وتدهور العلاقات الدبلوماسية. وخلال العقود اللاحقة، شهدت العلاقات بين هذه الأطراف مراحل متباينة من التصعيد والتهدئة، إلا أنها ظلت محكومة بحالة من عدم الثقة والصراع المستمر. وقد ساهمت ملفات عدة في تأجيج هذا الصراع، أبرزها البرنامج النووي الإيراني، والنفوذ الإقليمي لإيران في عدد من الدول العربية، إضافة إلى الدعم الذي تقدمه لبعض الحركات المناهضة لإسرائيل(مهدي، ٢٠٢٣، ص٤٨).

ويتسم الصراع بعدة أبعاد رئيسية، من أبرزها:

- البعد السياسي: يتمثل في التنافس على النفوذ الإقليمي، ومحاولة كل طرف تعزيز موقعه في الشرق الأوسط.
- البعد العسكري: يشمل التهديدات المتبادلة، والضربات غير المباشرة، والعمليات السرية.
- البعد النووي: يرتبط بالقلق الدولي من البرنامج النووي الإيراني، ومحاولات الحد منه.
- البعد الأيديولوجي: يعكس التباين في الرؤى الفكرية والسياسية بين الأطراف.
- البعد الإعلامي: يتمثل في استخدام وسائل الإعلام لترويج الروايات المختلفة والتأثير في الرأي العام(منصور، ٢٠٢٣، ص٧٧).

وتعتمد أطراف الصراع على مجموعة من الأدوات لتحقيق أهدافها، من أبرزها:

- العقوبات الاقتصادية: التي تفرضها الولايات المتحدة للضغط على إيران.
- التحالفات الدولية والإقليمية: لتعزيز النفوذ السياسي والعسكري.
- الحروب بالوكالة: من خلال دعم أطراف محلية في مناطق النزاع.
- العمليات السيبرانية: مثل الهجمات الإلكترونية المتبادلة.
- الحرب الإعلامية: التي تُستخدم لتشكيل صورة الخصم والتأثير في الجمهور(العلياوي، ٢٠٢٣، ص١٣٨).

ويلعب الإعلام دورًا محوريًا في هذا الصراع، حيث تسعى كل جهة إلى تقديم روايتها الخاصة للأحداث، بما يخدم مصالحها ويؤثر في الرأي العام. ويتم ذلك من خلال استخدام استراتيجيات إعلامية متعددة، مثل التأطير، والتضخيم، والانتقاء، وأحيانًا التضليل، بهدف كسب التأييد الشعبي وتشويه صورة الطرف الآخر. وفي ظل انتشار وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح هذا الدور أكثر تأثيرًا، حيث يتم تداول الأخبار والمعلومات بسرعة كبيرة، ما يتيح المجال لانتشار الروايات المختلفة، سواء كانت صحيحة أو مضللة، ويزيد من تعقيد المشهد الإعلامي(منكاش، ٢٠٢٢، ٤٩).

ويترك هذا الصراع تأثيرات واسعة على منطقة الشرق الأوسط، من بينها:

- تصاعد التوترات الأمنية وعدم الاستقرار.
- زيادة حدة الاستقطاب السياسي والإيديولوجي.
- التأثير في الأوضاع الاقتصادية للدول المرتبطة بالصراع.
- تنامي دور الفاعلين غير الحكوميين في النزاعات.
- سابعاً: العلاقة بين الصراع والتضليل الإعلامي

ويرتبط هذا الصراع بشكل وثيق بالتضليل الإعلامي، حيث تُستخدم المعلومات المضللة كأداة استراتيجية للتأثير في اتجاهات الجمهور، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. وتعمل الأطراف المختلفة على توظيف الإعلام لتشكيل صورة ذهنية معينة عن الخصم، بما يعزز من موقفها السياسي ويضعف الطرف الآخر(قبلان، ٢٠٢٣، ص٦٧)يتضح أن الصراع بين الولايات المتحدة وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى، يمثل نموذجًا معقدًا للصراعات الحديثة التي تتداخل فيها الأبعاد السياسية والعسكرية والإعلامية. ولم يعد الحسم في مثل هذه الصراعات يعتمد فقط على القوة العسكرية، بل أصبح مرتبطًا أيضًا بالقدرة على إدارة الخطاب الإعلامي والتأثير في الرأي العام. ومن هنا تبرز أهمية دراسة هذا الصراع في سياق تأثير التضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور، لفهم أعمق لطبيعة التفاعل بين الإعلام والسياسة في العصر الراهن.

المبحث الثاني: الإطار العملي

المحور الأول: المعلومات الديمغرافية لعينة البحث

جدول رقم (١) يوضح المعلومات الديمغرافية لعينة البحث

ت	المتغيرات	ذكر		أنثى			
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة		
١	الجنس	٣٤٩	٨١.٠	٨٢	١٩.٠		
٢	العمر	من ١٧ الى ٢٥		من ٢٦ الى ٣٥		من ٣٦ الى ٤٥		من ٤٦ فما فوق	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
		١٠٣	٢٣.٩	١٨٥	٤٢.٩	٨٦	٢٠.٠	٥٧	١٣.٢
٣	التحصيل الدراسي	ابتدائية		ثانوية		بكالوريوس		دراسات عليا	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
		٢٩	٦.٨	٦٩	١٦.٠	٢٨٢	٦٥.٤	٥١	١١.٨
٤	السكن	المدينة		القضاء		الناحية		القرا والأرياف	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
		٣١٥	٧٣.١	٥٦	١٣.٠	٥٠	١١.٦	١٠	٢.٣

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه المعلومات الديمغرافية لعينة البحث من خلال الآتي:من خلال الفقرة الأولى جنس المبحوثين جاءت نسبة الذكور بالمرتبة الأولى بتكرار (٣٤٩) وبنسبة (٨١.٠٪)، أما الإناث جاءت والمرتبة الثانية بتكرار (٨٢) وبنسبة (١٩.٠٪)من خلال الفقرة الثانية عمر المبحوثين جاءت فئة الأعمار من ٢٦ الى ٣٥ عاماً بالمرتبة الأولى بتكرار (١٨٥) وبنسبة (٤٢.٩٪)، أما من هم أعمارهم من ١٧ الى ٢٥ عاماً بالمرتبة الثانية بتكرار (١٠٣) وبنسبة (٢٣.٩٪)، أما من هم أعمارهم من ٣٦ الى ٤٥ عاماً بالمرتبة الثالث بتكرار (٨٦) وبنسبة (٢٠.٠٪)، أما من هم أعمارهم من ٤٦ عاماً فما فوق بالمرتبة الرابعة بتكرار (٥٧) وبنسبة (١٣.٢٪)من خلال الفقرة الثالثة التحصيل الدراسي للمبحوثين جاءت فئة الحاصلين على شهادة البكالوريوس بالمرتبة الأولى بتكرار (٢٨٢) وبنسبة (٦٥.٤٪)، أما الحاصلين على شهادة الثانوية بالمرتبة الثانية بتكرار (٦٩) وبنسبة (١٦.٠٪)، أما الحاصلين على شهادة دراسات عليا بالمرتبة الثالثة بتكرار (٥١) وبنسبة (١١.٨٪)، أما الحاصلين على شهادة الابتدائية بالمرتبة الرابعة بتكرار (٢٩) وبنسبة (٦.٨٪)من خلال الفقرة الرابعة سكن المبحوثين جاءت فئة من سكناهم في المدينة بالمرتبة الأولى بتكرار (٣١٥) وبنسبة (٧٣.١٪)، أما فئة من سكناهم في القضاء جاءت بالمرتبة الثانية بتكرار (٥٦) وبنسبة (١٣.٠٪)، أما فئة من سكناهم في الناحية جاءت بالمرتبة الثالثة بتكرار (٥٠) وبنسبة (١١.٦٪)، أما فئة من سكناهم في القرا والأرياف جاءت بالمرتبة الرابعة بتكرار (١٠) وبنسبة (٢.٣٪).

المحور الثاني: التأثير المعرفي للتضليل الإعلامي

جدول رقم (٢) يوضح التأثير المعرفي للتضليل الإعلامي

ت	العبارة	كثيراً		أحياناً		قليلاً	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
١	أتعرض بشكل متكرر لمعلومات متناقضة حول الصراع عبر وسائل الإعلام.	١٤٥	٣٣.٦	١٧٦	٤٠.٩	١١٠	٢٥.٥
٢	أجد صعوبة في التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة المتعلقة بالصراع.	٢٣٩	٥٥.٥	١٤١	٣٢.٧	٥١	١١.٨
٣	تؤثر الأخبار المضللة في فهمي لأسباب الصراع وأطرافه.	١٢٨	٢٩.٧	١٩٥	٤٥.٢	١٠٨	٢٥.١
٤	أشعر أن بعض المعلومات التي أمتلكها عن الصراع قد تكون غير دقيقة.	١٦٦	٣٨.٥	١٤٢	٣٢.٩	١٢٣	٢٨.٦

٥	أغيّر آرائي حول الصراع بناءً على ما أتعرض له من معلومات إعلامية.	١٦٠	٣٧.٢	١٥١	٣٥.٠	١٢٠	٢٧.٨

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه مدى التأثير المعرفي للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران لعينة البحث من خلال الآتي:من خلال العبارة الأولى يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أتعرض بشكل متكرر لمعلومات متناقضة حول الصراع عبر وسائل الإعلام أحياناً بتكرار (١٧٦) وبنسبة (٤٠.٩٪)، حيث أن يعكس هذا الإدراك وجود مستوى متوسط من التعرض للتضارب المعلوماتي، ما يدل على أن البيئة الإعلامية التي يتابعها الجمهور تتسم بدرجة من التعدد في الروايات واختلاف في عرض الأحداث.أما العبارة الثانية يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أجد صعوبة في التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة المتعلقة بالصراع كثيراً بتكرار (٢٣٩) وبنسبة (٥٥.٥٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة مستوى مرتفعًا من الإرباك المعرفي لدى الجمهور، نتيجة كثافة المعلومات وتعدد مصادرها، فضلًا عن تشابك الروايات الإعلامية وتضاربها.أما العبارة الثالثة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون تؤثر الأخبار المضللة في فهمي لأسباب الصراع وأطرافه أحياناً بتكرار (١٩٥) وبنسبة (٤٥.٢٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة وجود تأثير معرفي متوسط للتضليل الإعلامي، حيث لا يصل إلى مستوى التأثير الدائم أو القوي، لكنه في الوقت ذاته يظل حاضرًا ويؤثر في بعض الأحيان على إدراك الجمهور لطبيعة الصراع.أما العبارة الرابعة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أشعر أن بعض المعلومات التي أمتلكها عن الصراع قد تكون غير دقيقة كثيراً بتكرار (١٦٦) وبنسبة (٣٨.٥٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة حالة من الشك المعرفي وعدم اليقين لدى الجمهور، نتيجة التعرض المستمر لمحتوى إعلامي متنوع يتسم أحيانًا بالتضارب أو التحيز أو التضليل.أما العبارة الخامسة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أغيّر آرائي حول الصراع بناءً على ما أتعرض له من معلومات إعلامية كثيراً بتكرار (١٦٠) وبنسبة (٣٧.٢٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة مستوى مرتفعًا من التأثير المعرفي للإعلام، حيث يظهر الجمهور قابلية واضحة لإعادة تشكيل مواقفه وتصوراته تبعًا لتدفق المعلومات.

المحول الثالث: التأثير السلوكي للتضليل الإعلامي

جدول رقم (٣) يوضح التأثير السلوكي للتضليل الإعلامي

ت	العبارة	كثيراً		أحياناً		قليلاً	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
١	أقوم بمشاركة أخبار عن الصراع دون التأكد الكامل من صحتها.	١٨٩	٤٣.٩	١٤٣	٣٣.١	٩٩	٢٣.٠
٢	يدفعني ما أراه في الإعلام إلى دعم طرف معين في الصراع.	١٠٢	٢٣.٧	١٩١	٤٤.٣	١٣٨	٣٢.٠
٣	أغيّر موقفي أو سلوكي تجاه الصراع بناءً على المحتوى الإعلامي.	٢٢٢	٥١.٥	١٦١	٣٧.٤	٤٨	١١.١
٤	أشارك في نقاشات مع الآخرين حول الصراع متأثرًا بما أتابعه في الإعلام.	١٠٩	٢٥.٣	٢١٠	٤٨.٧	١١٢	٢٦.٠
٥	أؤثر في آراء الآخرين حول الصراع من خلال مشاركة محتوى إعلامي.	٢٦٦	٦١.٧	١٢٠	٢٧.٨	٤٥	١٠.٥

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه مدى التأثير السلوكي للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران لعينة البحث من خلال الآتي:من خلال العبارة الأولى يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أقوم بمشاركة أخبار عن الصراع دون التأكد الكامل من صحتها كثيراً بتكرار (١٨٩) وبنسبة (٤٣.٩٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة مستوى مرتفعًا من التأثير السلوكي للتضليل الإعلامي، حيث يتحول المتلقي من مجرد مستهلك للمحتوى إلى مشارك فاعل في نشره، بغض النظر عن دقته.أما العبارة الثانية يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون يدفعني ما أراه في الإعلام إلى دعم طرف معين في الصراع أحياناً بتكرار (١٩١) وبنسبة (٤٤.٣٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة وجود تأثير سلوكي متوسط للإعلام، حيث يسهم في توجيه ميول الجمهور ومواقفهم، وإن لم يكن هذا التأثير ثابتًا أو دائمًا لدى جميع الأفراد.أما العبارة الثالثة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أغيّر موقفي أو سلوكي تجاه الصراع بناءً على المحتوى الإعلامي كثيراً بتكرار (٢٢٢) وبنسبة

(٥١.٥٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة مستوى مرتفعًا من التأثير السلوكي لوسائل الإعلام، حيث لا يقتصر تأثيرها على تشكيل المعرفة أو إثارة المشاعر، بل يمتد ليشمل توجيه السلوك وتعديل المواقف.أما العبارة الرابعة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أشارك في نقاشات مع الآخرين حول الصراع متأثرًا بما أتابعه في الإعلام أحياناً بتكرار (٢١٠) وبنسبة (٤٨.٧٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة وجود تأثير سلوكي متوسط للإعلام، حيث يسهم في تحفيز التفاعل الاجتماعي والنقاش، دون أن يكون هذا التأثير دائمًا أو مرتفعًا لدى جميع الأفراد.أما العبارة الخامسة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أؤثر في آراء الآخرين حول الصراع من خلال مشاركة محتوى إعلامي كثيراً بتكرار (٢٦٦) وبنسبة (٦١.٧٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة مستوى مرتفعًا من التأثير السلوكي غير المباشر لوسائل الإعلام، حيث يتحول الأفراد من متلقين للمحتوى إلى فاعلين يسهمون في إعادة إنتاجه وتداوله داخل دوائرهم الاجتماعية.

المحور الرابع: التأثير الوجداني (العاطفي) للتضليل الإعلامي

جدول رقم (٤) يوضح التأثير الوجداني (العاطفي) للتضليل الإعلامي

ت	العبارة	كثيراً		أحياناً		قليلاً	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
١	أشعر بالقلق أو التوتر عند متابعة أخبار الصراع.	٧٨	١٨.١	١٩٨	٤٥.٩	١٥٥	٣٦.٠
٢	تثير بعض الأخبار مشاعر الغضب تجاه أحد أطراف الصراع.	١٦٠	٣٧.١	١٥٧	٣٦.٤	١١٤	٢٦.٥
٣	أشعر بالتعاطف مع طرف معين نتيجة ما أتابعه في الإعلام.	٢٠٦	٤٧.٧	١٠٨	٢٥.١	١١٧	٢٧.٢
٤	تؤثر الصور والفيديوهات المتداولة في مشاعري بشكل كبير.	١٦٧	٣٨.٧	١٢١	٢٨.١	١٤٣	٣٣.٢
٥	أشعر بالارتباك بسبب تضارب المعلومات حول الصراع.	١٥٩	٣٦.٩	١٤٥	٣٣.٦	١٢٧	٢٩.٥

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه مدى التأثير الوجداني للتضليل الإعلامي في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه الصراع الأمريكي الإسرائيلي ضد إيران لعينة البحث من خلال الآتي:من خلال العبارة الأولى يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أشعر بالقلق أو التوتر عند متابعة أخبار الصراع أحياناً بتكرار (١٩٨) وبنسبة (٤٥.٩٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة وجود تأثير وجداني متوسط لوسائل الإعلام، حيث تسهم التغطيات الإعلامية المتداولة في إثارة مشاعر القلق والتوتر لدى الجمهور بدرجات متفاوتة.أما العبارة الثانية يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون تثير بعض الأخبار مشاعر الغضب تجاه أحد أطراف الصراع كثيراً بتكرار (١٦٠) وبنسبة (٣٧.١٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة وجود تأثير وجداني واضح للمحتوى الإعلامي، يتمثل في استثارة الانفعالات السلبية لدى الجمهور، ولا سيما الغضب تجاه بعض الأطراف. أما العبارة الثالثة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أشعر بالتعاطف مع طرف معين نتيجة ما أتابعه في الإعلام كثيراً بتكرار (٢٠٦) وبنسبة (٤٧.٧٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة وجود تأثير وجداني واضح للإعلام في تشكيل مشاعر الجمهور وتوجيهها نحو أحد أطراف الصراع.أما العبارة الرابعة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون تؤثر الصور والفيديوهات المتداولة في مشاعري بشكل كبير كثيراً بتكرار (١٦٧) وبنسبة (٣٨.٧٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة وجود تأثير وجداني قوي للمحتوى البصري في تشكيل استجابات الجمهور الانفعالية تجاه أحداث الصراع.أما العبارة الخامسة يتضح لنا أن اغلب المبحوثين يرون أشعر بالارتباك بسبب تضارب المعلومات حول الصراع كثيراً بتكرار (١٥٩) وبنسبة (٣٦.٩٪)، حيث أن تعكس هذه النتيجة وجود حالة من عدم الوضوح والاضطراب الإدراكي لدى الجمهور، ناتجة عن اختلاف وتناقض الروايات الإعلامية حول الأحداث.

الخاتمة

في ضوء ما تم تناوله في هذه الدراسة، يتضح أن التضليل الإعلامي أصبح أحد العوامل المؤثرة بفاعلية في تشكيل اتجاهات الجمهور تجاه القضايا والصراعات الدولية، ولا سيما الصراع بين الولايات المتحدة الأمريكية وإسرائيل من جهة، وإيران من جهة أخرى. فقد أظهرت النتائج أن التعرض للمحتوى الإعلامي المضلل لا يقتصر على التأثير في الجانب المعرفي فقط، بل يمتد ليشمل الجوانب السلوكية والوجدانية، بما يسهم في إعادة

تشكيل مواقف الأفراد وانطباعاتهم بشكل متغير تبعًا لطبيعة المعلومات المتداولة. كما بينت الدراسة أن الجمهور يواجه حالة من التداخل والتضارب في المعلومات، الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة التمييز بين الحقيقة والتضليل، ويخلق حالة من الارتباك وعدم اليقين تجاه مجريات الصراع. وفي الوقت نفسه، أظهرت النتائج أن المحتوى الإعلامي، خاصة المرئي منه، يسهم بشكل واضح في إثارة المشاعر وتوجيه الانفعالات مثل القلق والغضب والتعاطف، مما يعزز من التأثير الوجداني في تشكيل الاتجاهات. وتؤكد الدراسة كذلك أن وسائل الإعلام الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي تمثل بيئة خصبة لانتشار المعلومات المضللة، نظرًا لسرعة تداول المحتوى وضعف التحقق من مصادره، وهو ما يجعل الجمهور أكثر عرضة للتأثر وإعادة إنتاج هذا المحتوى عبر المشاركة والنشر. وبالتالي، فإن التضليل الإعلامي لا يعمل بمعزل عن الجمهور، بل يتفاعل معه ليشكل دورة مستمرة من التأثير والتأثر. وفي ضوء ذلك، يمكن القول إن فهم اتجاهات الجمهور تجاه هذا الصراع لا يمكن أن يتم بمعزل عن تحليل البيئة الإعلامية التي يتعرض لها، وما تتضمنه من مضامين مضللة أو منحازة. وعليه، توصي الدراسة بضرورة تعزيز الوعي الإعلامي لدى الجمهور، وتنمية مهارات التفكير النقدي والتحقق من المعلومات، للحد من تأثير التضليل الإعلامي في تشكيل الاتجاهات والمواقف، وبما يسهم في بناء إدراك أكثر دقة وموضوعية تجاه القضايا الدولية المعقدة.

اولاً: الاستنتاجات

- يتبين أن التضليل الإعلامي يُعد عاملاً مؤثرًا في تشكيل اتجاهات الجمهور، إذ يسهم في إعادة بناء إدراكه للقضايا المتعلقة بالصراع.
- أظهرت النتائج أن الجمهور يتعرض بشكل متكرر لمعلومات متناقضة، مما يؤدي إلى ضعف وضوح الصورة الذهنية حول أطراف الصراع وأسبابه.
- كشفت الدراسة عن وجود صعوبة لدى المبحوثين في التمييز بين الأخبار الصحيحة والمضللة، وهو ما يعكس ضعفًا نسبيًا في مهارات التحقق الإعلامي.
- تبين أن التضليل الإعلامي يؤثر في البعد المعرفي للجمهور من خلال تغيير فهمه لأسباب الصراع وتفسيراته.
- أظهرت النتائج وجود تأثير سلوكي واضح، يتمثل في مشاركة الأخبار والتفاعل معها دون التأكد من صحتها، مما يسهم في إعادة نشر المحتوى المضلل.
- تبين أن التضليل الإعلامي يمتد إلى التأثير في السلوكيات، مثل دعم طرف معين في الصراع أو تغيير المواقف تبعًا للمحتوى الإعلامي.
- أكدت الدراسة وجود تأثير وجداني واضح، يتمثل في إثارة مشاعر القلق والغضب والتعاطف تجاه أطراف الصراع.
- أظهرت النتائج أن الصور والفيديوهات تلعب دورًا كبيرًا في التأثير العاطفي، نظرًا لقوتها الإقناعية وسرعة تأثيرها.
- تبين أن تضارب المعلومات يؤدي إلى حالة من الارتباك وعدم اليقين لدى الجمهور، مما يضعف القدرة على تكوين اتجاهات مستقرة.
- كشفت الدراسة أن وسائل التواصل الاجتماعي تمثل البيئة الأكثر تأثيرًا في انتشار التضليل الإعلامي بسبب سرعة التداول وضعف التحقق.
- يتضح أن الجمهور ليس متلقيًا سلبيًا فقط، بل يساهم أحيانًا في نشر التضليل من خلال المشاركة وإعادة النشر.
- تؤكد النتائج الحاجة إلى تعزيز الوعي الإعلامي وتنمية مهارات التفكير النقدي للحد من تأثير التضليل في تشكيل الاتجاهات.

ثانياً: التوصيات

- ضرورة تعزيز برامج التربية الإعلامية في المؤسسات التعليمية بهدف تنمية قدرة الأفراد على تحليل المحتوى الإعلامي وتمييز الأخبار المضللة من الصحيحة.
- تشجيع الجمهور على التحقق من مصادر المعلومات قبل النشر أو التفاعل معها، للحد من انتشار الأخبار الزائفة والمحتوى المضلل.
- دعم إنشاء وتفعيل منصات تدقيق الحقائق (Fact-Checking) على المستويين المحلي والعربي لرصد الأخبار المتعلقة بالصراعات الدولية.
- توعية مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي بخطورة إعادة نشر المحتوى غير الموثوق ودوره في تعزيز التضليل الإعلامي.
- حث المؤسسات الإعلامية على الالتزام بـ المصداقية والموضوعية المهنية في تغطية القضايا والصراعات الدولية.
- تطوير استراتيجيات إعلامية مضادة للتضليل تعتمد على تقديم معلومات دقيقة وسريعة وموثوقة للجمهور.
- العمل على تنظيم المحتوى الإعلامي الرقمي من خلال تشريعات وقوانين تحد من انتشار الأخبار الكاذبة والمضللة.
- تعزيز دور الإعلام الرسمي في تقديم تفسير واضح ومتوازن للأحداث الدولية لتقليل الاعتماد على المصادر غير الموثوقة.
- إجراء المزيد من الدراسات الميدانية حول تأثير التضليل الإعلامي في فئات اجتماعية ومناطق جغرافية مختلفة لفهم أوسع للظاهرة.

- تشجيع الباحثين على دراسة العلاقة بين التضليل الإعلامي والاتجاهات السياسية والسلوكية في سياقات أخرى مشابهة.

المصادر والمراجع

١. أحمد بدر، الإعلام والحروب النفسية في العصر الرقمي، دار الفكر العربي، مصر، ٢٠١٩.

٢. باسل حسين، فن مخاطبة الجمهور، دار كلمات للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، ٢٠١٩.

٣. حسن عماد مكاوي، الإعلام الرقمي وقضايا التضليل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، مصر، ٢٠٢١.

٤. حياة قزادري، قياس الجمهور والرأي العام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠٢٠.

٥. عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام: اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام، دار الفكر العربي، مصر، ٢٠٠٦.

٦. عبد الرحمن العلي، الأخبار الزائفة والتضليل الإعلامي في وسائل التواصل الاجتماعي، دار اليازوري العلمية، الأردن، ٢٠٢٢.

٧. عبد الكريم علي الدبيسي، الرأي العام: عوامل تكوينه وطرق قياسه، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠٢٠.

٨. عبد الله بن محمد الشهري، الإعلام المضلل وصناعة الرأي العام، دار جامعة الملك سعود للنشر، المملكة العربية السعودية، ٢٠٢٠.

٩. العدل، عادل محمد، منهج البحث في العلوم الإنسانية، ط١، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠١٤.

١٠. العلياوي، سماح مهدي صالح، والطائي، زيد عدنان ناجي، العلاقات الدولية في ظل التعددية القطبية: الولايات المتحدة، روسيا، الصين، تكتل البريكس، منشورات زين الحقوقية، لبنان، ٢٠٢٢.

١١. قبلان، مروان، الأمن القومي العربي وتحديات الأمن الإقليمي، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. قطر، ٢٠٢٣.

١٢. محمد عبد الحميد، الرأي العام ووسائل الإعلام، دار الفكر، لبنان (بيروت)، ١٩٩٤.

١٣. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، دار الفكر، لبنان (بيروت)، ١٩٩٤.

١٤. منصور، شادي عبد الوهاب، تحليل العلاقات الدولية والتنبؤ بمستقبلها في المناهج الاستخباراتية، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ٢٠٢٣.

١٥. منكاش، زينب عبدالله، قراءة في علاقات إيران الإقليمية والدولية، قضايا سياسية (مجلة علمية محكمة)، العراق، ٢٠٢٢.

١٦. مهدي، محمد محمود، أمريكا وجماعات الضغط: إيران ومؤسسات صنع القرار السياسي، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ٢٠٢٣.

١٧. نجم، أزهر سهيل، منهج البحث الإعلامي بين النظرية والتطبيق، ط١، دار شمس الأندلس، بغداد، ٢٠٢٤.

18. Entman, R. M. Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51–58. Oxford University Press. United States. 1993.

19. Jack, Caroline, You Are What You Read: Why Changing Your Media Diet Can Change the World, Bloomsbury Publishing, United Kingdom, 2019.

20. Lazer, David M. J. et al., The Science of Fake News, Science Magazine (AAAS), United States of America, 2018.

21. McCombs, M .Setting the agenda: The mass media and public opinion. Polity Press. Cambridge, United Kingdom. 2004.

22. McIntyre, Lee, Post-Truth, MIT Press, United States of America, 2018.

23. Wardle, Claire & Derakhshan, Hossein, Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making, Council of Europe Publishing, France, 2017.