Misinformation Exercised by the Political Factions on Yemeni Social Network Users During the Different Phases of the Yemeni Crisis and the Extent to Which They Are Aware of Its Methods and Effects

Esmail Al-Absi

Abstract

The study aims to identify the extent of awareness of Yemeni social network users of the methods and effects of misinformation exercised by the political factions during the phases of the Yemeni crisis.

A descriptive survey was used and applied on a sample of 168 Yemeni users of social networks (Facebook and Twitter). A scale was designed out of 52 paragraphs, covering 4 areas of study and, after the confirmation of the validity and reliability of the scale, it was applied on the sample. The research arrived at a number of findings. The social communication network, Whatsapp, received the priority of users' interests. The sample's respondents recognize that Facebook is the main social network site used by the political Yemeni factions to disseminate misinformation during the Yemeni crisis.

The results showed a predominance of an average awareness among the users of the methods of misinformation. However, their increased awareness is confined to three misinformation methods, the main one of which is "the reliance on rumors and dissemination of false news" by 84.6 %, then their awareness of "the styles of collective propaganda against the opponent" and "attack of the publications against their political faction" by 84.6%.

The results also revealed a high rate of the users' awareness for most of the effects of misinformation, most notably: "The revelation of parties' defects and ineffectiveness" with a high rate, amounting to 97.0%, followed by the raised awareness of "the surge and the complication of the crisis" by 88.3%, and their awareness of its impact on "growing social and political uncertainty" by 87.6%, on "the collapse of the elements of national security" by 86.6 %, and on "the clear nature of opportunistic writers and intellectuals" by 85.0%.

The results showed a lack of statistical differences in users' perception of misinformation methods and effects in regard to their age, gender, study-level, and profession.

ISSN : 1026-9576
DOI : 10.34120/0117-038-152-007

التضليل المعرفي في مراحل الأزمة اليمنية من قبل الفرقاء السياسيين لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي اليمنيين ومدى إدراكهم لأساليبه وآثاره

إسماعيل عبد الحافظ العبسي

أستاذ مساعد، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة تعز، الجمهورية اليمنية

الملخّص

هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف مدى إدراك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي اليمنيين لأساليب التضليل المعرفي وآثاره من قبل الفُرقاء السياسيين في مراحل الأزمة اليمنية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وطبقت على عينة، قوامها (168) مفردة، من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر) من اليمنيين، وصمم مقياس مكون من (52) فقرة، توزعت في (4) محاور، وبعد التأكد من صدق المقياس وثباته، طبق على العينة، وأبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة: أن شبكة التواصل الاجتماعي (واتس أب) تحظى بأولويات اهتمام المستخدمين، وإدراك أفراد العينة؛ أن شبكة (فيسبوك) تتصدر شبكات التواصل الاجتماعي في أساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين في مراحل الأزمة اليمنية. وغلبة الإدراك المتوسط للمستخدمين لأساليب التضليل المعرفي، فيما انحصر الإدراك المرتفع في ثلاثة من أساليب التضليل المعرفي، تصدرها أسلوب "الاعتماد على الإشاعات ونشر الأخبار الكاذبة"، بنسبة (84.6%)، تلاه أسلوبا "عرض منشورات دعائية ضد الخصم بشكل جماعي"، و"مهاجمة المنشورات المناوئة لفريقها السياسي"، بنسبة (84.6%). كما كشفت النتائج عن ارتفاع نسبة إدراك المستخدمين لأغلب آثار التضليل المعرفي؛ أبرزها: "ظهور عيوب الأحزاب وعدم فاعليتها"، بنسبة عالية، بلغت (97.0%)، تلاه إدراكهم لآثاره في " تصاعد الأزمة وتعقيدها"، بنسبة (88.3%)، وآثاره في "تزايد الشك الاجتماعي والسياسي"، بنسبة (87.6%)، و"اتضاح حقيقة فئة الكتاب والمثقفين الانتهازيين"، بنسبة (85.0%)، وبيّنت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائياً في إدراك المستخدمين لأساليب التضليل المعرفي وآثاره؛ تعزى إلى السن، النوع، المستوى الدراسي، المهنة.

مقدمة

استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي تحرير مستخدميها من التلقي المعرفي السلبي – الذي ظل من أبرز سمات وسائل الإعلام التقليدية وخصائصها– وجعلت منهم شركاء فاعلين في التعبير عن الآراء والمواقف حيال الأحداث وأطراف الصراعات الاجتماعية من حولهم، ليجدوا أنفسهم يدورون في فلك كل طرف، معبرين عن ذلك في تفاعلاتهم التي تُمثل اتجاهات موالية أو معارضة لها. وليس أدل على ذلك مما شهدته دول عربية في السنوات الماضية من أحداث كبيرة، استخدمت فيها شبكات التواصل الاجتماعي في تحريك الشارع، خاصة في عام (2011)، الذي تلازم مع ما تسمى ثورات الربيع العربي، ودللت دراسات على أن مستخدمي هذه الشبكات وقعوا تحت طائلة التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لأساليب التضليل المعرفي من قبل أطراف الصراعات التقليدية في مجتمعاتهم.

وفي اليمن، بدأ معترك الصراع بين الأطراف السياسية اليمنية، عبر شبكات التواصل الاجتماعي في وقت مبكر، وتحديداً في عام (2007)، عندما استخدم الحراك الجنوبي هذه الشبكات في مواجهة نظام الرئيس السابق علي عبد الله صالح، وهو الدور نفسه الذي اتبعه الحوثيون في عام (2010)، معتبرين أن جبهة شبكات التواصل الاجتماعي جزء من جبهات الحرب ضد النظام نفسه، الذي من جانبه لم يقف سلبياً، بل استطاع تفويج أفراد وجماعات من أجهزة المخابرات وهيئات تنظيمية في الحزب الحاكم (المؤتمر الشعبي العام)؛ لخوض هذه الحرب التي وصلت ذروتها إلى ما أطلق عليها ثورة الشباب (11/ فبراير/ 2011)، التي ظهر فيها الفُرقاء السياسيون اليمنيون بوضوح، وظهرت فيها آراء مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ومواقعهم من مختلف فئات المجتمع اليمني، ولم تستثن مثقفاً أو عسكرياً أو قبلياً أو غيرهم من الرجال والنساء، من ذوي الانتماءات السياسية والمستقلين على حد سواء، واستمر مستخدمو هذه الشبكات من اليمنيين بمواقفهم عبر مراحل الأزمة، منذ بدايتها حتى تعقدها وانسدادها، بعد سقوط العاصمة صنعاء في قبضة حركة "أنصار الله" (الحوثيين)، وإعلانهم عن نجاح ما أسموها

ثورة (21/ سبتمبر/ 2014)، واجتياحهم بقية المحافظات اليمنية؛ الأمر الذي أدى إلى تدخل المملكة العربية السعودية في قيادتها للتحالف العربي، ودخول اليمن في حرب ضروس لم تتوقف منذ قرابة أربعة أعوام. وتزامن ذلك – كما أثبتت الملاحظة –مع استمرار الفُرقاء السياسيين باستخدام أساليب التضليل المعرفي، عبر شبكات التواصل الاجتماعي، باعتبارها من الوسائل المُهمة في الحرب، وكان ذلك من الدواعي الموضوعية للقيام بهذه الدراسة.

أ- الإطار المنهجي

أولاً- مشكلة الدراسة

تبلورت مشكلة هذه الدراسة من واقع الحرب الدائرة في اليمن، المستمرة منذ قرابة أربعة أعوام، وبدا فيها أن الفُرقاء السياسيين اليمنيين لم يكتفوا بإبقاء الحرب بحدود جبهات القتال، ولا باستخدام وسائل الإعلام التقليدية في نقل الأخبار والتقارير والتحليلات والنشرات مكتوبة ومرئية ومسموعة لجمهور المتلقين، بل استطاعوا النفوذ إلى شبكات التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر، يوتيوب، واتس أب، إنستجرام، وغيرها)، من خلال صفحات خاصة بهم وبمناصريهم، هدفت إلى إثارة تفاعلات ومشاركات فئات مختلفة في المجتمع (مثقفين وسياسيين وصحفيين وطلاب وغيرهم)، والحفاظ على مواقف مؤيديهم، والعمل على حث المتعاطفين معهم على البقاء في صفهم ضد خصومهم، واستقطاب فئات اجتماعية جديدة، مستخدمين أساليب تضليلية وكيدية، يتجاوزون فيها حدود القيم الأخلاقية والدينية والوطنية، فصار من الأهمية البحث في مدى إدراك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي اليمنيين المضامين التي يتم عرضها من قِبل الفُرقاء السياسيين؛ لذلك تمحور التساؤل الرئيس لمشكلة هذه الدراسة فيما يأتي: ما مدى إدراك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من اليمنيين لأساليب التضليل المعرفي بين الفُرقاء السياسيين ولآثارها في مراحل الأزمة اليمنية؟

ثانياً- أهداف الدراسة وتساؤلاتها

تتحقق أهداف هذه الدراسة، من خلال الإجابة عن التساؤل المحوري للإشكالية والتساؤلات الفرعية الآتية:

1- ما شبكة التواصل الاجتماعي التي تحظى بالأولوية لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من اليمنيين؟

2- ما شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين في الأزمة اليمنية؟

3- ما مدى إدراك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي اليمنيين لأساليب التضليل المعرفي من قِبل الفُرقاء السياسيين اليمنيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية؟

4- ما مدى إدراك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من اليمنيين للآثار المترتبة على استخدام الفُرقاء السياسيين لأساليب التضليل المعرفي عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية؟

5- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إدراك مجموعة الدراسة لأساليب التضليل المعرفي من قِبل الفُرقاء السياسيين اليمنيين، عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية، تعزى إلى متغيرات (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة)؟

6- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى إدراك مجموعة الدراسة لآثار التضليل المعرفي من قِبل الفُرقاء السياسيين اليمنيين، عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية؛ تعزى إلى متغيرات (النوع، السن، المستوى التعليمي، المهنة)؟

ثالثاً- أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في كونها الأولى من حيث عنايتها بتعرّف مدى إدراك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من اليمنيين لأساليب التضليل المعرفي من قِبَل

الفُرقاء السياسيين اليمنيين ولآثارها في مرحل الأزمة اليمنية، وقد مثلت عينة الدراسة مختلف فئات المجتمع اليمني من المستخدمين الفعليين لشبكات التواصل الاجتماعي. وتكمن الأهمية في مقياس أساليب التضليل المعرفي ووسائله وآثارها في مراحل الأزمة اليمنية، وكان المقياس من تصميم الباحث؛ ليكون قابلاً للتطبيق في بيئات عربية مماثلة، وفي البيئة اليمنية في أوقات لاحقة.

رابعاً - الدراسات السابقة

1- دراسة (السامر، 2015) [1]، وهدفت إلى تعرف الأساليب الدعائية التي اعتمدتها الدعاية الأمريكية في العراق، للكشف عن منطق الخطاب الدعائي الأمريكي، باستخدام المنهج الوصفي في تحليل البيانات التي أصدرتها سلطة الائتلاف المؤقتة وقيادة الجيش الأمريكي في العراق، وبلغ عددها (195) بياناً، باستخدام طريقة تحليل المضمون. وتوصلت الدراسة إلى أن سلطة الائتلاف بعد الاحتلال الأمريكي للعراق عمدت إلى توجيه الخطاب الأمريكي المخطط إلى الرأي العام العراقي وكسب وده، وبما يتفق مع سياسة الوجود الأمريكي في العراق، والعمل على إظهار صورة حسنة للجندي الأمريكي، وأن الخطاب الدعائي الأمريكي في العراق اعتمد الجانب العاطفي بعد الاحتلال مباشرة؛ مما جعل الاستمالات العاطفية هي الغالبة على أغلب الأساليب الدعائية.

2- دراسة (شتلة، مرعي، 2014)[2]، وهدفت إلى تعرف استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية (2014). استعان الباحثان بمنهج المسح الإعلامي، واعتمدا على استمارة الاستبانة أداة لجمع بيانات الدراسة، وتم اختيار العينة بأسلوب العينة العشوائية غير المنتظمة، وطبقت على عينة، قوامها (400) مفردة من الشباب الجامعي المصري، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، تمثل أهمها في أن أبرز استخدامات الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية كان للمتابعة والمشاركة في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية (2014)، وأشارت النتائج أيضاً

إلى أن أهم الإشباعات التي تحققت لدى الشباب كانت الإشباعات السياسية، ومتابعة العملية الانتخابية، وما دار حولها من نقاشات، وكذلك كانت هناك علاقة ارتباطية دالة إحصائيّاً بين تقييم الشباب لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية، والإشباعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع.

3- دراسة (عبدالرزاق، 2013)[3]، وهدفت إلى تعرف دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال توزيع استبانة على عينة قوامها (430) مفردة، مثّلت الشباب الجامعي في ثلاث جامعات عراقية: الموصل والأنبار وتكريت، وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها أن مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) تسهم في تشكيل الاتجاهات السياسية لطلاب الجامعات الثلاث، وأنها تسهم في طرح قضايا معاصرة تهم الشباب الجامعي، وفي التأثير على السلوكيات السياسية والفكر السياسي لدى الشباب الجامعي وتعكسه على الشارع السياسي العراقي، كما أظهرت نتائج الدراسة أن (80%) من أفراد العينة مقتنعون بأن شبكات التواصل الاجتماعي كانت محرضاً أساسياً على بعض التغيرات في الساحة السياسية العربية، وأن (62.8%) من أفراد العينة زاد وعيهم السياسي، نتيجة استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي.

4- دراسة (حمدي، 2009)[4]، وهدفت إلى تعرف دور الشبكات الاجتماعية الافتراضية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب وتشكيل اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية، وخلصت الدراسة إلى أن (93.43%) من الشباب عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت، وأن موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) حصل على(96%) من عينة الدراسة من الشباب عن دوره في نشر المعرفة السياسية لديهم، وتشجيعهم على المشاركة في الحياة السياسية.

5- دراسة (Boroughs 2010)[5]، وتناولت المشاركة عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الانتخابات الأمريكية، وأشارت إلى أن الشبكات الاجتماعية مثلت مصدراً

رئيسيّاً للأخبار حول المرشحين، وشكّلت أساساً جديداً للممارسة الديمقراطية على شبكة الإنترنت.

6- دراسة (Boulianne ،Shelley2007)[6]، وعرضت لإمكانية تنشيط الحياة المعرفية للشباب من خلال الإنترنت، وخصوصاً المعلومات السياسية، وانتهت الدراسة إلى أن شبكة الإنترنت تستطيع أن تزيد من كم المعلومات السياسية لدى الشباب.

7- دراسة (Hayes 2009)،[7]، وهدفت إلى الكشف عن دور استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة المشاركة السياسية لدى الشباب الأمريكي، وكشفت النتائج عن زيادة مشاركة الشباب في الموضوعات والقضايا الخاصة بالانتخابات في مواقع الشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية أدت إلى زيادة المعلومات السياسية لدى الشباب؛ فبداية معرفة الشباب الأمريكي بأوباما مرشح الرئاسة الأمريكية في (2008) كانت من خلال مشاهدة مقطع فيديو له في (اليوتيوب).

8- دراسة (Sara2009)،[8]، وهدفت إلى تعرف دور شبكة التواصل الاجتماعي في الانتخابات الأمريكية، وانتهت الدراسة إلى أن من يستخدمون (الفيسبوك) لديهم تحديد أفضل للمرشحين بسبب تبادلهم للأخبار السياسية، عبر هذا الموقع الاجتماعي مع الأصدقاء.

التعليق على الدراسات السابقة

تعرضت بعض هذه الدراسات (العربية وغير العربية) للاستخدامات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي ودورها في تنمية الوعي والمعارف السياسية في أوساط فئات مختلفة من المجتمعات، وبينت معظم نتائجها أنها كانت محرضاً أساسياً على إحداث بعض التغييرات على الساحة السياسية العربية، فيما تعرضت دراسة السامر (2015) للأساليب الدعائية التي اعتمدها الاحتلال الأمريكي في العراق، ووجدنا أن هذه الدراسات تقترب من موضوع دراستنا، إلا أن أياً منها لم يتعرض للتضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين، عبر شبكات التواصل الاجتماعي ومدى إدراك المستخدمين لأساليبها وآثارها

في مراحل أي أزمة، ناهيك عن الأزمة اليمنية، لذلك تعتبر هذه الدراسة هي الأولى من نوعها؛ كونها تبحث في متغيرين لم يسبق دراستهما، على حد علمنا حتى الآن.

خامساً- منهج الدراسة

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي، كونها تسعى إلى تعرف مدى إدراك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي لأساليب التضليل المعرفي ولآثارها في مراحل الأزمة اليمنية.

سادساً- أداة الدراسة ومقياسها

اعتمدت الدراسة استمارة استقصاء، احتوت على مقياس إدراك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من اليمنيين لأساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين ولآثارها في مراحل الأزمة اليمنية، وهي من تصميم الباحث، وتضمنت (52) فقرة بحثية، على أساس مقياس (ليكارت) الثلاثي، (كثيراً، إلى حد ما، لا)، وبعد الانتهاء من إعداده تم عرضه على خمسة محكمين(*)، وبعد مراجعة الملاحظات، اختبر ثبات المقياس بطريقة (ألفا كرونباخ)، وذلك بتطبيقه على عينة استطلاعية، قوامها (30) مفردة من منتسبي كلية الآداب بجامعة عدن، بتاريخ (3/ 11/ 2017)، وقد بلغت قيمة معامل (ألفا كرونباخ) (87,)، وهي قيمة مقبولة لهذا النوع من المقاييس، وجاء المقياس متضمناً أربعة محاور، على النحو الآتي:

1- شبكات التواصل الاجتماعي التي تحظى بأولوية اهتمام مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وتضمن (6) فقرات بحثية.

2- شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين في مراحل الأزمة اليمنية، وتضمن (6) فقرات بحثية.

3- أساليب التضليل المعرفي الأكثر استخداماً من قبل الفُرقاء السياسيين في مراحل الأزمة اليمنية، وتضمن (17) فقرة بحثية.

4 – الآثار المترتبة على استخدام الفُرقاء السياسيين لأساليب التضليل المعرفي، عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية، وتضمن (19) فقرة بحثية.

سابعاً- مجتمع الدراسة وعينتها

مجتمع الدراسة يتمثل في اليمنيين من مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، وقد اختير (300) مفردة من مستخدمي شبكتي التواصل الاجتماعي (فيس بوك، تويتر)، بطريقة العينة العشوائية البسيطة، وذلك بإرسال استمارة المقياس إلكترونياً؛ إلى النشطين في النشر على صفحاتهم وفي المجموعات التي تسنى لنا الوصول إليها، وقد بدأ إرسال استمارة مقياس الدراسة في (1/ 11/ 2017)، وانتهت في (30/ 11/ 2017). بلغ العدد الكلي للاستمارات المسترجعة إلكترونياً (212) استمارة. وبعد التأكد من صلاحيتها للدراسة، استبعدت (43) استمارة إما لأنها أعيدت فارغة من الإجابة، وإما لعدم استكمالها للحقول؛ ليتبقى (168) استمارة، ووجدنا أن هذا العدد كافٍ للقيام بالدراسة، وتحقيق أهدافها، وفيما يلي خصائص العينة:

الجدول (1): خصائص العينة من حيث النوع

النوع	العدد	النسبة %
ذكر	122	72.6
أنثى	46	27.4
المجموع	168	100

الجدول (2): خصائص العينة من حيث السن

السن	العدد	النسبة %
أقل من 30 سنة	92	54.8
30 سنة فأكثر	76	45.2
المجموع	168	100

الجدول (3) : خصائص العينة من حيث المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	العدد	النسبة %
ثانوي	36	21,43
جامعي	98	58,34
ماجستير	21	12,50
دكتوراه	13	7,73
المجموع	168	100

الجدول (4) : خصائص العينة من حيث المهنة

المهنة	العدد	النسبة %
طالب	69	41,07
موظف	48	28,58
عمل حر	27	16,07
دون عمل	24	14,28
المجموع	168	%100

وبناء على النتائج في الجداول (1، 2، 3، 4) الموضحة خصائص العينة نستنتج أن غالبية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي من فئة الشباب، ممن تقل أعمارهم عن (30) عاماً، وقد بلغت نسبتهم (54.8%)، وتبيّن ارتفاع نسبة الذكور إلى (72.6%)، وأن أغلبهم من فئة الطلاب، وقد بلغت نسبتهم (41.07%)، وبخاصة فئة الطلاب الجامعيين، الذين بلغت نسبتهم (58.34%).

ثامناً- حدود الدراسة

تتحدد هذه الدراسة من حيث الموضوع، في حدود التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين، عبر شبكات التواصل الاجتماعي، ومدى إدراك المستخدمين اليمنيين لأساليبها وآثارها في مراحل الأزمة اليمنية، وفي الحدود الزمانية في الفترة من (10/ 11/ 2017 – 15/ 01/ 2018). والحدود المكانية، الجمهورية اليمنية.

تاسعاً- التعريفات الإجرائية

ورد في هذه الدراسة عدد من المصطلحات والمفاهيم، وحددت تعريفاتها الإجرائية، على النحو الآتي:

- التضليل المعرفي: هو المضامين الدعائية والكيدية، التي تعرض بشكل أخبار ومعلومات مختلفة في صفحات خاصة بمنظمات وشخصيات اعتبارية أو أفراد يمثلون الفُرقاء السياسيين أو أتباعهم ومؤيديهم، وتروّج عبر شبكات التواصل الاجتماعي لأهداف خصم سياسي في مواجهة خصم آخر، في مراحل الأزمة اليمنية.
- أساليب التضليل المعرفي: هي تلك الحيل الفنية واللغوية المتبعة في تغيير الحقائق، بالتعديل أو الإضافة أو الحذف؛ لتتحقق من خلالها الأهداف المعرفية المطلوبة في الجمهور المستهدف.
- آثار التضليل المعرفي: هي النتائج السلبية المتوقعة؛ نتيجة لاستخدام أساليب التضليل المعرفي، عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية.
- شبكات التواصل الاجتماعي: ونقصد بها ست شبكات، وهي: فيسبوك، تويتر، يوتيوب، واتس أب، إنستجرام، ماي سبيس.
- الإدراك: هو مستوى وعي عينة الدراسة بأساليب التضليل المعرفي، من قبل الفُرقاء السياسيين وآثارها في مراحل الأزمة اليمنية.
- الفُرقاء السياسيون: هم الأطراف الحزبية والاجتماعية المتحاربة في اليمن، ودول التحالف العربي وإيران، الداعمة لهذه الأطراف.
- مراحل الأزمة اليمنية: وتحددها هذه الدراسة بالظروف التي مرت بها العلاقات والتحالفات السياسية والحزبية بين الفُرقاء السياسيين اليمنيين، وآثارها في تعقيدات الواقع الاجتماعي والسياسي اليمني، طيلة الفترة الممتدة من (سبتمبر/ 2014 – فبراير/ 2018).

عاشراً- المعالجات الإحصائية للبيانات

أجريت المعالجات الإحصائية باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية (SPSS)؛ حيث حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية، كما اختبرت الفروق من خلال الاختبار الإحصائي (t-test)، واختبار التباين الأحادي (ANOVA).

ب- الإطار النظري

ويحتوي الأدبيات الآتية :

- التضليل المعرفي وأساليبه

يتمحور مفهوم التضليل المعرفي (Cognitive Deception) – في نظرنا – حول التقاء مفردتين ظلتا متلازمتين ومتناقضتين في آن واحد وعلى مر العصور، هما (المعرفة والتضليل)؛ فقد أضحى معلوماً في تاريخ المعرفة، أنه كلما أراد المُضلِّلون إخفاء الحقائق وخداع الرأي العام في مجتمعاتهم، فإنهم يعمدون إلى استخدام أساليب متعددة للتضليل؛ بهدف تشويه المعرفة، في إخفاء حقائقها وإحلال بدائل مخلة بها، تنتحل صفتها الوظيفية وتحاول فرض وتشكيل وعي جمعي مخالف لجوهرها، ينحرف بها ويخرجها عن مضامينها وأهدافها.

ويفضي قاموس اللغة العربية بمدلول التناقض بين هاتين المفردتين بوضوح؛ فقد جاء في المعرفة: "عرّفه يُعرفه مَعرِفةً وعِرفَاناً: علّمَه، فهو عارف وعريف وعروفة"[9]. فيما جاء معنى التضليل: الضلالة (ضد الهُدى والرشاد)، وتضليل الرجل؛ أن تنسبه إلى الضلال، والتضليل: أن تُصير الإنسان إلى الضلال[10]. وإضافة إلى وضوح معنى التضليل في اللغة العربية؛ نجده في اللغة اليونانية القديمة قد اتخذ عمقاً فلسفياً، ومثّل حضوراً قوياً في الفلسفة اليونانية؛ فالتضليل يعني: السفسطة، (سوفا) وتعني العلم، و(إسطا) اسم للغلط، فسوفسطا معناه (علم الغلط)، ومنها السوفيسما (sophisma)

أو القياس الفاسد، وهي اسم للحكمة المموهة والعلم والزخرف (أي مغالطة)، إنها فن الخداع بمقاييس تضليلية "[11].

ويتأكد التناقض بين هاتين المفردتين (المعرفة والتضليل) في كون المعرفة تُعرف اصطلاحاً بأنها: "رسم المعروف في نفس العارف بحال واحدة؛ لأنها إن لم تكن كذلك تتحد نفس العارف ورسم المعروف بلا معرفة. أو هي إدراك صور الموجودات والأشياء على ما هي عليه. . . تقال أيضاً على استتباب المحصول المُدرك خضوعاً إذا تكرر إدراكه، فإن المدرك إذا أدرك شيئاً، فحفظ محصولاً في نفسه، ثم أدركه ثانياً وأدرك مع إدراكه له أنه هو ذلك المُدرك الأول، قيل لذلك الإدراك الثاني بهذا الشرط معرفة "[12].

والمعرفة: إدراك الأشياء، وتصورها، ولها عند القدماء عدة معانٍ، منها: إدراك الشيء بإحدى الحواس، ومنها العلم مطلقاً، تصوراً كان أم تصديقاً، أو إدراك البسيط أو الجزئي، ومنها الإدراك بعد الجهل. والمعرفة عن المحدثين على أربعة معان: أولها حصول صورة الشيء في الذهن، سواء كان مصحوباً بانفعال أم غير مصحوب به. وثانيها الفعل العقلي، تم به النفوذ إلى جوهر الموضوع لتفهم حقيقة ما. وثالثها مضمون المعرفة بالمعنى الأول. أما رابعها، فالمعرفة بدرجات، أدناها الحسية وأعلاها العقلية، تامة وغير تامة، مطابقة للشيء[13].

ويشير مصطلح معرفة (Cognition) إلى جميع العمليات النفسية التي بواسطتها يتحول المدخل الحسي (Sensory Input)، فيطور ويختصر ويختزن لدى الفرد إلى أن يستدعي استخدامه في المواقف المختلفة. ومن أهم العمليات النفسية التي تتعرض لها المدخلات الحسية عمليات الإدراك، والتخيل، والتذكر، والاستدعاء، والتخزين، والتحويل، والتفكير وغيرها من العمليات النفسية المختلفة. ويتضح من ذلك أن المعرفة تدخل في جميع ما يمكن للإنسان أن يفعله أو يمارسه في حياته بصفة عامة. كما يتبين كذلك أن كل ظاهرة نفسية لدى الإنسان هي ظاهرة معرفية [14].

والتضليل اصطلاحاً: هو ممارسة الكذب والتملق والزيف والتلاعب بالأفكار المفسدة للسياسة؛ فالتضليل هو السفسطة (المغالطة)، "وقد أجمعت غالبية الاتجاهات الفكرية والفلسفية وتقاطعت فيما بينها متطابقة متوافقة مع الحركة المعجمية القاموسية في شتى مجالاتها على أن الحركة السفسطائية هي حركة ملتصقة ومتماهية مع التضليل السياسي. وقديماً كان معنى السفسطائي يدل على الإنسان الحاذق أو العالم في موضوع ما، وهو مرادف لكلمة (sophos) التي تدل بذاتها على كل مهارة أو حيلة، وتحول هذا المفهوم فأصبح السفسطائي يعني مغالطاً" [15].

أما أفلاطون؛ فقد ربط بين السياسة الفاسدة والحركة السفسطائية (التضليلية)، مسمياً زعماءها "ملقني السياسة الفاسدة، إنهم المتلاعبون بأفكار الشعب وعواطفه"، وبيّن (ماكوفلكي ألكسندر) أن "السفسطائيين أصحاب حِرفة التملُّق والكذب، لقد علموا الكذب والرياء والخداع والطمع وحب المال والسيطرة، بدلاً من الصدق والصراحة والأخلاق والخير، لقد حولوا فن السياسة إلى فن تمليق الشعب بغية السيطرة عليه إلى فن الركض وراء الشعب لكي ينالوا عطفه، إلى مُشاغلة الشعب وإلهائه بالمظاهر المخادعة وعلموه المدالة والتقليد والغش والشر، فأصبحت السياسة تنتهج جدلية المكر والخداع وتزييف الحرية والحقيقة والمظاهر المخادعة" [16].

ومازال التضليل يتخذ المعاني والدلالات نفسها التي اصطلح عليها في الفلسفات العريقة على مر التاريخ، وبلغة اليوم – كما جاء في تعريف الباحث الروسي في منتصف ستينيات القرن الماضي (فلاديمير فولكون) (Vladimir Volkoff)– هو "توجيه الرأي العام لأهداف سياسية، بواسطة إعلام معالج بوسائل ملتوية" [17]. وجاء التضليل في تعريف آخر بأنه "نشر معلومات خاطئة بين الناس لإجبارهم على تصديق شيء ما أو إخفاء حقيقة ما" [18].

وبناء على هذه التعريفات؛ يتضح أن مفهوم التضليل، يرتكز على ثلاثة عناصر جوهرية هي:

1 – التوظيف الجائر للمعرفة بمختلف مقوماتها؛ من خلال نشر المعلومات الخاطئة، وتوجيهها بما يلبي أهداف طرف أو أطرف معينة.

2 – استخدام وسائل الإعلام والاتصال في تحقيق الأهداف التضليلية.

3 – الدعاية بأنواعها واحدة من أبرز مقوماته.

ويتلخص مفهوم التضليل (Deception) في توظيفه المعرفة، عبر وسائل الاتصال بأساليب دعائية؛ بهدف تحقيق الإقناع في أوساط الرأي العام المستهدف.

وقد أدت وسائل الاتصال التقليدية منذ بداياتها دوراً مهماً في نقل المعرفة ونشرها وأحياناً إنتاجها. ومع التطور التقني والعلمي الذي رافق تلك الوسائل؛ فقد فتحت الوسائل الاتصالية الإلكترونية الحديثة ـ متمثلة بالبث المباشر عبر الأقمار الصناعية وشبكة الأنترنت والوسائط المتعددة ـ الباب على مصراعيه لنقل المعارف ونشرها وتداولها [19]. فالهدف المنشود من وسائل الاتصال، هو: الإسهام مع وسائط أخرى ومؤسسات مجتمعية عدة في عملية تنوير العقل البشري وترشيد القرارات البشرية [20].

فوسائل الإعلام تؤثر في التكوين المعرفي للأفراد، من خلال عملية التعرض الطويلة المدى لوسائل الإعلام كمصادر للمعلومات والمعارف؛ حيث تؤثر تلك الوسائل في طريقة تفكيرنا، وأسلوب تقييمنا للأشياء من خلال ما نتلقاه منها من معلومات. فالمعتقدات والقناعات التي يكونها الفرد حول القضايا والأحداث ما هي إلا حصيلة المعرفة التي يكتسبها من هذه الوسائل. ففي كثير من الأحيان تقوم باجتثاث أصول معرفية لقضية ما، وتحل أصول معرفية جديدة بدلاً منها، وأحياناً أخرى ترسخ غيرها في فكر المتلقي [21].

ولعل التضليل المعرفي (Cognitive Deception)، هو أبرز الاستخدامات السلبية لوسائل الاتصال الحديثة، وهو محور القوة في إدارة الصراعات بين قوى مختلفة، تجد في نفسها أنها تنفرد بالحقيقة، وأنها القادرة على تمثيل غيرها، خاصة في مجتمعات الدول النامية التي مازال النفوذ فيها لقوى عنصرية أو عصبوية أو طائفية أو جهوية.

ويرى (كلود يونان)، "أننا في عصر الثورة المعلوماتية نعيش الصراع المعلوماتي عبر شبكات الإنترنت، تلك التقنيات التكنولوجية المتطورة تركن في شاشاتها المتسللة،

عابرة الأمكنة إلى المعلومات المتموضعة في الكلمات، ويحصل الصراع السياسي عبر هذه الوسائل، بواسطة الكلام الذي ينتهج في كثير من الأحيان التضليل منهجاً له " [22].

ويعتمد التضليل المعرفي (Cognitive Deception) أساليب شتى في تحقيق أهدافه، سواء من خلال اتباع أسلوب التكتم وحجب المعلومات والتجاهل التام للأحداث الميدانية أو السياسية أو الاقتصادية المهمة، ومنع حركة الصحفيين والمراسلين والسيطرة على وسائل الإعلام، واغتيال أو اعتقال شخصيات صحفية لديها وثائق أو معلومات حساسة، أومن خلال نشر وبث معلومات قد يكون بعضها صحيحاً للوصول إلى الأهداف، أبرزها [23]:

1 – التشهير والفضح والإساءة لسمعة الخصوم (زعماء، سياسيين، إعلاميين).

2 – الدعاية الإعلامية والحرب النفسية لإضعاف الروح المعنوية لدى جمهور الخصم، وخفض الثقة بالقيادة والمنظومة العاملة وإظهار الضعف في رؤيتها وتحليلها للأحداث وتحقيق النصر.

3 – إثارة الخلافات وافتعال الأزمات وشق الصفوف لدى جمهور الخصم وساحته.

4 – الفضح المتبادل للخصوم السياسيين والأطراف المختلفة لإحداث الشرخ المتبادل.

5 – إغراق الجمهور بمعلومات لا تهمه، ولا يحتاج إليها.

6 – التسريب السري والعلني للمعلومات عن الخصم، الذي يعتمد على شبكات ومصادر أمنية تتولى نشر المعلومات المسربة، من خلال الصحف ووسائل الإعلام ومواقع التواصل الاجتماعي، ولا فرق بين معرفة المتلقي أو عدم معرفته بأنها معلومات مسربة أو أنها دعاية أو إشاعة، المهم مفعول التسريب.

- فرقاء الأزمة السياسية اليمنية (Yemeni Crisis Political Factions)

يستخدم مصطلح الفُرقاء السياسيين (Political Factions) في قاموس المفردات الإعلامية والسياسية المعاصرة، وفي البحث عن المعنى اللغوي لكلمة الفُرقاء، وجد أن أقرب المفردات لها في قواميس اللغة العربية، هي كلمة الفُرقة، التي جاء معناها في "لسان العرب" [24] أنها، الافتراق، وفارق الشيء مفارقة وفِراقاً، باينه، وتفارق القوم

فارق بعضهم بعضاً" . وبناء على هذا المعنى اللغوي، يمكننا تعريف الفُرقاء السياسيين، بأنهم القوم الذين وصلوا إلى حالة فراق، ولم تعد هناك أية وسيلة يمكن أن تجمع بينهم .

وتُعرّف الأزمة (Crisis) لغة: بأنها "الشدة والقحط" [25]، ويقصد بها في اللغة الإنجليزية، "تغيير مفاجئ نحو الأفضل أو الأسوأ" [26]. والأزمة سياسياً وعسكرياً، هي اللحظة الفاصلة والحرجة بين السلم والحرب، عند تأزم العلاقات بين الدول؛ إذ تنشأ الأزمة في ظل حالة التوتر وضعف الثقة وعدم الاستقرار، وتتراكم وتستمد أسبابها من صراعات الماضي التي تنسحب إلى نزاعات في الحاضر وزرعاً لبذور الانتقام في المستقبل بعد أن تنحل وتستبدل بعد انتهاء الأزمة [27].

وقد اتخذت الأزمة السياسية اليمنية جوانب سياسية وعسكرية، لحقتها انهيارات متلاحقة في مختلف مؤسسات الدولة، وانتهاءً كاملاً لمختلف الخدمات الأساسية. أما فرقاء الأزمة السياسية اليمنية – كما تؤكد الملاحظة – فهم الممثلون لأطراف الحرب التي تشهدها اليمن منذ (2014)، وتحديداً منذ اجتياح الحوثيين (أنصار الله) للعاصمة صنعاء، وإعلان انتصار ما أسموها ثورة (21/ سبتمبر/ 2014)، ومحاصرة رئيس الجمهورية في منزله، وسيطرتهم بعد ذلك على بقية المحافظات اليمنية، بما فيها مدينة عدن في أقصى الجنوب ووصولاً إلى أطراف محافظة حضرموت شرقاً، بناءً على تحالف بينهم وبين القوات الموالية للرئيس السابق علي عبد الله صالح. وعلى أثر ذلك تمكنت قيادات حزبية وعسكرية وزعامات قبليّة مناوئة لما أسموه الانقلاب الحوثي من الفرار إلى السعودية وتركيا وقطر وغيرها من البلدان، وفي مقدمتها قيادات وكوادر في حزب التجمع اليمني للإصلاح، وبعض من قيادات الحزب الناصري، وكذا قيادات من الحزب الاشتراكي اليمني، وقيادات موالية للرئيس عبد ربه منصور هادي من حزب المؤتمر الشعبي العام. واستكمل الصراع حلقاته في تدخل دول التحالف العربي لدعم الشرعية بقيادة المملكة العربية السعودية في (26/ 4/ 2015)، ومواجهة الانقلابيين المدعومين من إيران. وقد ألقت هذه الحرب بظلالها على الواقع الاجتماعي والثقافي والسياسي اليمني، وبرزت قوى جديدة على الساحة اليمنية، حلّت في مناطق كانت تحت سيطرة

منظمات توصف بأنها إرهابية في المناطق الجنوبية، وأخرى تطالب بالانفصال، وأدى ذلك إلى محاولة الانقضاض على سلطة الحكومة الشرعية وإعلان الانفصال في مواجهات دامية في (28-30/ 1/ 2018) دعا إليها المجلس الانتقالي الجنوبي المدعوم من الإمارات، كما أعلنت عن ذلك الحكومة؛ ليشكل هؤلاء مجتمعين هوية الفُرقاء السياسيين في مراحل الأزمة اليمنية، وأطرافاً محورية في الصراعات العسكرية والإعلامية والسياسية القائمة.

- شبكات التواصل الاجتماعي (Social Networks)

الشبكات في اللغة "مشتقة من الخلط والتداخل، واشتبك الظلام اختلط "[28].

وفي التواصل في اللغة يذكر الفيومي: "وصلت الشيء بغيره وصلاً فاتصل به، والوصل ضد الهجر، وبينهما تواصل أي اتصال مستمر لا ينقطع "[29].

وشبكات التواصل الاجتماعي: مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، ظهرت مع الجيل الثاني للويب، أو ما يعرف باسم ويب (2.0)، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي، يجمعهم بحسب اهتمام واحد أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، شركة... إلخ)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر، مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض[30].

ويعرف "زاهر راضي" مواقع التواصل الاجتماعي، بأنها "منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها "[31]. ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي إلى الأقسام الآتية[32]:

1- شبكة الإنترنت (Online) وتطبيقاتها، مثل الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد الإلكتروني؛ فهي بالنسبة للإعلام، تمثل المنظومة الرابعة تضاف إلى المنظومات الكلاسيكية الثلاث.

2- تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة، ومنها أجهزة الهاتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. وتُعدّ الأجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل.

3- أنواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون "مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والإذاعات والبرامج" التي أضيفت إليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

وقد بدأت الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات (1995)، بيد أنها شهدت نقلة نوعية مع ظهور الفيسبوك في عام (2003)، حيث برز عن غيره من الشبكات بما يوفر من خدمات لا توفرها الشبكات الأخرى، من بينها مساعدة مستخدميه على التقاء الأصدقاء القدامى، وصناعة كيان عام خلال الإدلاء والمشاركة بما يريدون من معلومات، حول أنفسهم واهتماماتهم ومشاعرهم[33].

وتتميز شبكة الإنترنت بعدة سمات تجعلها وسيلة فعالة، منها: "الطبيعة التفاعلية، وصعوبة السيطرة والرقابة على المواقع الإلكترونية، واتساع نطاق القاعدة الاجتماعية المستخدمة لها، وعدم تقييدها بالحدود الجغرافية السياسية، وتحويلها الجمهور المتلقي من مجرد مستخدم ومستهلك مجهول للرسالة الإعلامية إلى مشارك فاعل في تشكيل تلك الرسالة، وتشجيعها على تحقيق أكبر قدر من الديمقراطية في المجتمع، كما أدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، وجعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها، فضلاً عن كونها تستند إلى إعلام متعدد الوسائط، يتسم بالانتشار وعالمية الوصول، وبتفتيت الجماهير، وبغياب التزامنية، وبقابلية التواصل، بصرف النظر عن مواصفات ومقاييس المُنشئ للمحتوى"[34].

- دور شبكات التواصل الاجتماعي في الأزمات السياسية

استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي زحزحة مواقع القوى التي ظلت طيلة المراحل السابقة مسيطرة على وسائل الإعلام التقليدية وتوجيهها بما يلبي أهدافها، ولم يعد الرأي العام سلبياً كونه صار شريكاً فاعلاً في مناقشة الأحداث وتوجيه المواقف

حيالها [35]. وإذا كان الجيل الأول من هذه الشبكات قد سهّل عملية الوصول إلى المعلومات والأخبار، "وأتاح للأفراد إمكانية إنتاج المضامين وبأشكال تعبيرية مختلفة (منتديات حوار، صفحات خاصة، غرف دردشة، مدونات وغيرها) فإن الجيل الثاني من هذه الشبكات (جيل الفيسبوك وتويتر واليوتيوب تحديداً) قد "أتاح منابر واسعة للنقاش والحوار وتبادل الآراء والأفكار، وحشد الجماهير لمناصرة قضية من القضايا، أو لتكوين رأي عام حول القائم منها، أو لإثارة إشكاليات مجتمعاتية لم تكن وسائل الإعلام والاتصال التقليدية تعيرها الاهتمام الكافي، أو تتبرم منها، أو تمارس الرقابة على من يثيرها ويطرحها للعلن" [36].

وتعمل وسائل الإعلام الجديد، وبخاصة الإنترنت، على "تدعيم الممارسة الديمقراطية؛ من خلال إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات ونشر الوعي السياسي لدى المواطنين، وتدعيم دور المعارضة السياسية، بالإضافة إلى استخدامها وسيلة لنشر الثقافة السياسية. كما تستخدم المواقع الاجتماعية من قبل التجمعات السياسية والتنظيمات كوسيلة للتحفيز السياسي وخلق الأنصار والمؤيدين والتفوّق على المنافسين أو المناقشة وطرح الأفكار" [37].

إن التطورات التي عرفتها وسائل الإعلام الجديد أدت إلى تحوله من حقل للمعلومات يتيح حرية التعبير عن الرأي إلى وسيلة للتفاعل والتواصل والمشاركة، التي تجسدت بشكل جلي فيما يسمى بالثورات العربية، وأسهمت في إسقاط ثلاثة أنظمة عربية خلال الأشهر الثمانية الأولى من عام (2011). وقد مثلت شبكات التواصل الاجتماعي أدوات ووسائل أججت ودفعت بالحراك الشعبي العربي إلى الأمام، وليست سبباً في وجوده؛ لأنه في حقيقة الأمر كان موجوداً من قبل. إن الفيسبوك وتويتر ويوتيوب، عملت على إشعال فتيل تلك الانتفاضات في تونس ومصر وليبيا واليمن.

إن تحقيق عنصر المشاركة يكون عبر تكوين وتوجيه رأي عام افتراضي حول قضية معينة، وهذا ما تقوم به شبكات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك وتويتر وغيرهما، التي تجعل بمقدور الناس معرفة مقدار التأييد المرغوب فيه، حول هذا الرأي، من خلال

الأعداد الهائلة من الأشخاص المشاركين الافتراضيين، وقد يكون وهميين، وليس بالضرورة ، أن يكونوا حقيقيين ويشاطرونهم الشعور والتأييد أنفسهما، "وهذه المشاركة الافتراضية التحريضية في الغالب تمنح الناس الشجاعة لاتخاذ خطوات لم يكونوا ليجرؤوا على القيام بها لولا ذلك التأييد المشترك، مثل الخروج في مظاهرات أو اعتصامات، تتزايد أعدادها شيئاً فشيئاً، عبر شبكات التواصل الاجتماعي التحريضية، حتى تصبح حشوداً غفيرة" [38].

وتستفيد الحكومات حول العالم من شبكات التواصل الاجتماعي، سواء في مراقبة أداء المستخدمين الناشطين عليها، أو في توجيه اهتمامات المستخدمين؛ فقد كانت الحكومة الإسرائيلية من أوائل الدول استخداماً للمدونات، إضافة إلى توظيفها في تويتر والفيسبوك، إلى درجة أنها اعتبرتها من أدوات الحرب المهمة، حتى إن (ديفيد سارنجا) مدير العلاقات الإعلامية لدى القنصلية الإسرائيلية في نيويورك قال في لقاء له عقده لأول مؤتمر صحفي من نوعه، عبر تويتر: " كما أن تعريف الحرب قد تغير فإن تعريف العلاقات الدبلوماسية يجب أن يتغير أيضاً" . وتستخدم الحكومة الإسرائيلية وباستمرار شبكات التواصل الاجتماعي "فيسبوك وتويتر" لمراقبة أولئك القادمين إلى الضفة الغربية؛ بغرض إبداء التعاطف ودعم القضية الفلسطينية؛ حيث إنها تقوم بمتابعة أولئك النشطاء، ثم تعد قائمة سوداء بأسمائهم ومخاطبة شركات الطيران، لمنعهم من السفر على طائراتها [39].

ج- نتائج الدراسة

- لغرض تحليل البيانات؛ تم اعتمد تصنيف المتوسطات الحسابية في نتائج الدراسة، على النحو الآتي:

1 - من (2.5- 3)، يعني أن المتوسط الحسابي مرتفع.

2 - من (1.6-2.4)، يعني أن المتوسط الحسابي متوسط.

3 - من (1-1.5)، يعني أن المتوسط الحسابي ضعيف.

- **الإجابة عن تساؤلات الدراسة :**

أولاً - ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لأولويات اهتمام أفراد العينة

الجدول (5) : ترتيب شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لأولويات اهتمام أفراد العينة

الشبكات / مدى الاهتمام	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة %	مدى الاهتمام
فيسبوك	168	2.36	0.707	78.6	متوسط
تويتر		1.45	0.619	48.3	ضعيف
يوتيوب		1.73	0.776	57.6	متوسط
واتس أب		2.82	0.411	94.	مرتفع
إنستجرام		1.47	0.720	49.	ضعيف
ماي سبيس		1.00	0.000	0.33	ضعيف

بيّنت النتائج في الجدول (5) أن شبكة التواصل الاجتماعي (واتس أب) تحظى بأولوية اهتمام الغالبية العظمى من أفراد العينة، بمتوسط حسابي بلغ (2.82)، وبنسبة مرتفعة، بلغت (94%)، تلاها اهتمامهم المتوسط بشبكتي التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، بمتوسط حسابي (2.36)، وبنسبة (78.8%)، و(يوتيوب) بمتوسط حسابي (1.73%)، وبنسبة (57.6%). كما بيّنت النتائج ضعف الاهتمام بشبكة التواصل الاجتماعي (تويتر)، بمتوسط حسابي (2.03)، وبنسبة (48.3%)، تلاه ضعف الاهتمام بشبكة التواصل الاجتماعي (انستجرام)، بمتوسط حسابي (1.47%)، وبنسبة (.49%)، وبلغ ضعف اهتمام أفراد العينة بشبكة التواصل الاجتماعي (ماي سبيس) أدنى مستوى، بمتوسط حسابي (1.00%)، وبنسبة (0.33%). ويمكن تفسير تصدر شبكة التواصل الاجتماعي (واتس أب) أولويات اهتمام الغالبية العظمى من أفراد العينة، بخصوصية التواصل الاجتماعي، عبر هذه الشبكة الذي يتسم بالتقارب والثقة بين المستخدمين، والذي يكون - غالباً-نتيجة التعارف القَبلي فيما بينهم؛ كونها تعتمد على التواصل عبر الأرقام الهاتفية، ومن خلالها يكون الاتصال شخصياً أو جماعياً (مجموعات مغلقة)، وهذا يعني أن المبحوثين يفضلون هذا النوع من الاتصال الذي - ربما - يوفر ضمانات التواصل الموثوق به، ولأن هذه الشبكة سهلة الاستخدام وغير مكلفة. كما يمكن تفسير ضعف اهتمام أفراد العينة بشبكة التواصل الاجتماعي (ماي سبيس)، بأن هذه الشبكة غير معروفة في اليمن والمنطقة العربية.

ثانياً - شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر استخداماً في التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين في مراحل الأزمة اليمنية

الجدول (6) : مدى إدراك أفراد العينة لاستخدام التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية

الشبكات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة %	مدى الإدراك
فيسبوك	168	2.81	0.469	93.6	مرتفع
تويتر		2.03	1.269	67.6	متوسط
يوتيوب		1.93	0.814	64.3	متوسط
واتس أب		2.40	0.787	80.0	متوسط
إنستجرام		1.54	0.735	51.3	متوسط
ماي سبيس		1.54	0.735	51.3	ضعيف

أظهرت النتائج في الجدول (6) أن أفراد العينة يدركون أن الفُرقاء السياسيين يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في التضليل المعرفي أكثر من غيرها من الشبكات في مراحل الأزمة اليمنية بمتوسط حسابي مرتفع، بلغ (2.81)، وبنسبة عالية، بلغت (93.6%). تلاها إدراك أفراد العينة لاستخدام الفُرقاء السياسيين المتوسط لشبكات التواصل الاجتماعي (واتس أب)، بمتوسط حسابي، بلغ (2.40)، وبنسبة (80.0%)، ثم شبكة التواصل الاجتماعي (تويتر)، بمتوسط حسابي (2.03)، وبنسبة (67.6%).

هذه النتيجة تؤكد صحة ما توصلت إليه دراسة (حمدي) (2009)، عن تصدر شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) الأولوية، لدى عينة الشباب، ودورها في نشر المعرفة السياسية لديهم. تلتها شبكة التواصل الاجتماعي (يوتيوب)، بمتوسط حسابي (1.93)، بنسبة بلغت (64.3%)، ثم شبكة التواصل الاجتماعي (إنستجرام)، بمتوسط حسابي (1.54)، وبنسبة (51.3%)، فيما بيّنت النتائج عدم إدراك أفراد العينة لاستخدام الفُرقاء السياسيين لشبكة التواصل الاجتماعي (ماي سبيس). ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الفُرقاء السياسيين يكثفون

استخدامهم شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في نشر رسائلهم الإعلامية من خلالها، باعتبارها الشبكة الأكثر وصولاً إلى مساحة واسعة من المستخدمين، ولأنها الأكثر استيعاباً لمضامين إعلامية مختلفة، تشمل نشر البيانات السياسية والأخبار والمعلومات عبر الفيديوهات والصور الثابتة والروابط لصفحات مختلفة، وهذه المميزات لا تتوافر مجتمعة في شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى. كما يفسر ضعف إدراك أفراد العينة لاستخدام الفُرقاء السياسيين لشبكة (ماي سبيس)؛ كونها من الشبكات غير المعروفة في اليمن والمنطقة العربية.

ثالثاً- مدى إدراك أفراد العينة لأساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية

الجدول (7) : مدى إدراك أفراد العينة لأساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية

م	مدى الإدراك / أساليب التضليل المعرفي	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة %	مدى الإدراك
-1	استخدام مقاطع من خطاب الخصم السياسي بهدف تجريده من محتواه وأهدافه	168	2.31	0.770	77.0	متوسط
-2	استخدام المقالات التأويلية المهينة لمضامين الخطاب السياسي للفرقاء		2.31	0.756	77.0	متوسط
-3	استخدام التحليلات السياسية الكيدية ضد الخصم		2.47	0.720	82.3	متوسط
-4	الاعتماد على الإشاعات ونشر الأخبار الكاذبة		2.54	0.688	84.6	مرتفع
-5	تسريب المكالمات وفضح أسرار قيادات الفُرقاء		2.26	0.712	75.3	متوسط
-6	استخدام الفوتوشوب في تصوير قيادات الفُرقاء السياسيين بمواقف مهينة		2.30	0.723	76.6	متوسط
-7	السخرية والاستهجان من الفُرقاء السياسيين باستخدام الرسوم الكاريكاتورية		2.33	0.734	77.6	متوسط
-8	السخرية من قيادة الفُرقاء السياسيين باستخدام الكوميديا وتقليد أدائها		2.30	0.767	76.6	متوسط

تابع الجدول (7) : مدى إدراك أفراد العينة لأساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية

-9	استخدام الجيوش الإلكترونية والجماعات المنظمة	168	2.36	0.738	78.6	متوسط
-10	عرض منشورات دعائية ضد الخصم بشكل جماعي		2.54	0.655	84.6	مرتفع
-11	التفاعل الجماعي المؤيد لفريق سياسي ضد فريق الخصم		2.42	0.668	80.6	متوسط
-12	مهاجمة المنشورات المناوئة لفريقها السياسي		2.51	0.656	83.6	مرتفع
-13	استخدام التعبيرات القمعية والهمجية ضد الخصوم		2.42	0.700	80.6	متوسط
-14	عدم مراعاة الآداب والقيم في النشر والتعليق ضد الخصوم		2.42	0.731	80.6	متوسط
-15	اعتماد التخوين وسيلة في استهداف الخصوم		2.49	0.689	83.0	متوسط
-16	تهكير حسابات الخصوم باستعادة حسابات المؤيدين		2.36	0.691	78.6	متوسط
-17	الترويج للدعاة ورجال الدين الذين يخدمون الأهداف السياسية لكل فريق		2.48	0.656	82.6	متوسط

أبرزت النتائج في الجدول (7) أن إدراكات أفراد العينة لأساليب التضليل المعرفي، قد تركزت في الإدراكين المتوسط والمرتفع؛ فقد تبيّن ارتفاع مستوى إدراك أفراد العينة لثلاثة من أساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكة التواصل الاجتماعي، تصدرها إدراكهم لأسلوب "الاعتماد على الإشاعات ونشر الأخبار الكاذبة"، بمتوسط حسابي بلغ (2.54) وبنسبة (84.6%)، تلاه إدراكهم المرتفع لأسلوبي "عرض منشورات دعائية ضد الخصم بشكل جماعي، "مهاجمة المنشورات المناوئة لفريقها السياسي"، بمتوسط حسابي بلغ (2.51)، وبنسبة (84.6%).

كما أظهرت النتائج الإدراك المتوسط لبقية أساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكة التواصل الاجتماعي، وهي على التوالي: "اعتماد التخوين وسيلة في استهداف الخصوم، بمتوسط حسابي، بلغ (2.49)، وبنسبة (83.0%)، "الترويج للدعاة ورجال الدين الذين يخدمون الأهداف السياسية لكل فريق"، بمتوسط حسابي بلغ (2.48)، وبنسبة (82.6%)، "استخدام التحليلات السياسية الكيدية ضد الخصم"، بمتوسط حسابي بلغ (2.47)، وبنسبة (82.3%)، وتساوت المتوسطات الحسابية في مستوى إدراك أساليب التضليل المعرفي الثلاثة؛ "التفاعل الجماعي المؤيد لفريق سياسي ضد فريق الخصم"، "استخدام التعبيرات القمعية والهمجية ضد الخصوم"، "عدم مراعاة الآداب والقيم في النشر والتعليق ضد الخصوم"، بمتوسط حسابي بلغ (2.42)، وبنسبة متساوية (80.6%). تلاها تساوي متوسطي حساب إدراك أفراد العينة لأسلوبي التضليل المعرفي؛ "تهكير حسابات الخصوم باستعادة حسابات المؤيدين"، "استخدام الجيوش الإلكترونية والجماعات المنظمة"، بمتوسط بلغ (2.36)، وبنسبة (78.6%)، "السخرية والاستهجان من الفُرقاء السياسيين باستخدام الرسوم الكاريكاتورية"، بمتوسط حسابي بلغ (2.33)، وبنسبة (77.6%). كما تساوى مستوى إدراك أفراد العينة لأسلوبي "استخدام مقاطع من خطاب الخصم السياسي بهدف تجريده من محتواه وأهدافه"، "استخدام المقالات التأويلية المهينة لمضامين الخطاب السياسي للفرقاء"، بمتوسط حسابي بلغ (2.31)، وبنسبة (77.0%). وتساوى مستوى الإدراك لأسلوبي "استخدام الفوتوشوب في تصوير قيادات الفُرقاء السياسيين بمواقف مهينة"، "السخرية من قيادة الفُرقاء السياسيين باستخدام الكوميديا وتقليد أدائها"، بمتوسط حسابي بلغ (2.30)، وبنسبة (76.6%)، "تسريب المكالمات وفضح أسرار قيادات الفُرقاء"، بمتوسط حسابي (2.26)، وبنسبة (75.3%). ويتضح من نتائج إدراكات أفراد العينة لأساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين؛ أن شبكات التواصل الاجتماعي مثّلت ساحة للصراع السياسي، وهذا الاستنتاج يتفق مع نتيجة دراسة (عبد الرزاق) (2013)، التي توصلت إلى أن (80%) من أفراد العينة مقتنعون بأن شبكات التواصل الاجتماعي كانت محرضاً أساسيا على بعض التغيرات في الساحة السياسية العربية.

رابعاً - الفروق بين متوسطات درجات العينة في إدراك أساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية (النوع/ العمر)

الجدول (8) : نتائج (t-test) لاختبار الفروق بين متوسطات درجات العينة في إدراك أساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية (النوع/ العمر)

المتوسطات / النوع/ العمر		العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	F	مستوى الدلالة	T	مستوى الدلالة
النوع	ذكور	122	21.48	4.317	2.903	.092	1.882	89
	إناث	46	23.22	3.203				
العمر	أقل من 30	92	18.60	19.05	.118	.732	360	89
	أكثر من 30	76	22.17	4.153				

بيّنت نتائج (t-test) في الجدول (8) عدم وجود فروق بين متوسطات درجات إدراك العينة لأساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية، تعزى إلى متغيري النوع والعمر.

خامساً- مدى إدراك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي للآثار السلبية الناتجة من استخدام الفُرقاء السياسيين لأساليب التضليل المعرفي في مراحل الأزمة اليمنية

الجدول (9) : مدى إدراك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي للآثار السلبية الناتجة من استخدام الفُرقاء السياسيين لأساليب التضليل المعرفي في مراحل الأزمة اليمنية

م	مدى الإدراك / أثار استخدام أساليب التضليل المعرفي	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة%	مدى الإدراك
-1	تصاعد الأزمة وتعقيدها	168	2.65	. 639	88.3	مرتفع
-2	اتساع الهوة بين المستخدمين المتعصبين للفرقاء السياسيين		2.48	. 639	82.6	متوسط
-3	اتضاح مواقف الأشخاص من خلال المشاركات والتفاعلات		2.46	. 688	82.0	متوسط
-4	توتر العلاقات بين المستخدمين وتدنيها		2.42	. 668	80.6	متوسط

-5	ظهـور حالـة مـن عـدم الثقـة بأهـداف الفُرقـاء وتصرفاتهم	168	2.48	. 621	82.6	متوسط
-6	تزايد حالة القلق وعدم الثقة بالآخرين		2.57	. 599	85.6	مرتفع
-7	غياب الأمل في حل الأزمة		2.42	. 700	80.6	متوسط
-8	انغماس المستخدمين بالمكايدات السياسية للفرقاء السياسيين		2.53	. 584	84.3	مرتفع
-9	نمو حالات ونماذج جديدة من التطرف		2.51	. 584	83.6	مرتفع
-10	انغماس المستخدمين بالمكايدات السياسية للفرقاء السياسيين		2.44	. 703	81.3	متوسط
-11	اتضاح حقيقة فئة الكتاب والمثقفين الانتهازيين		2.55	. 654	85.0	مرتفع
-12	تزايد الشك الاجتماعي والسياسي		2.63	. 590	87.6	مرتفع
-13	اللامبالاة والإهمال في الشؤون العامة		2.49	. 705	83.0	متوسط
-14	تزايد الانقسامات في أوساط المجتمع		2.53	. 705	84.3	مرتفع
-15	تفكك اللحمة الوطنية		2.57	. 617	85.6	مرتفع
-16	انهيار مقومات الأمن الوطني		2.60	. 555	86.6	مرتفع
-17	انهيار قيم اجتماعية وأخلاقية		2.47	. 638	82.3	متوسط
-18	تدني مستوى الثقة بالنُّخب الاجتماعية والسياسية		2.45	. 619	81.6	متوسط
-19	ظهور عيوب الأحزاب وعدم فاعليتها		2.91	2.096	97.0	مرتفع

كشفت النتائج في الجدول (9) عن غلبة إدراك أفراد العينة للآثار السلبية الناتجة من استخدام الفُرقاء السياسيين لأساليب التضليل المعرفي في مراحل الأزمة اليمنية؛ حيث تبيّن ارتفاع متوسطات إدراكهم لـ (10) آثار سلبية، جاء ترتيبها على النحو الآتي: "ظهور عيوب الأحزاب وعدم فاعليتها"، بمتوسط حسابي عال بلغ (2.91)، وبنسبة عالية، بلغت (97.0%)، تلاه "تصاعد الأزمة وتعقيدها"، بمتوسط حسابي بلغ (2.65)، وبنسبة (88.3%)، و "تزايد الشك الاجتماعي والسياسي"، لمتوسط حسابي بلغ (2.63)، وبنسبة (87.6%)، و "انهيار مقومات الأمن الوطني"، بمتوسط حسابي بلغ (2.60)، وبنسبة بلغت (86.6%)، وتساوت نسبتا الإدراك المرتفع لأفراد العينة للأثرين السلبيين "تفكك اللحمة الوطنية"، "تزايد حالة القلق وعدم الثقة بالآخرين"، بمتوسط حسابي بلغ (2.57)، وبنسبة (85.6%)، و "اتضاح حقيقة فئة الكتاب والمثقفين الانتهازيين"، بمتوسط حسابي بلغ (2.55)، وبنسبة (85.0%)، وتساوى إدراكهم للأثرين السلبيين "انغماس المستخدمين

بالمكايدات السياسية للفرقاء السياسيين"، و"تزايد الانقسامات في أوساط المجتمع"، بمتوسط حسابي بلغ (2.53)، وبنسبة (84.3%)، ثم الأثر السلبي "نمو حالات ونماذج جديدة من التطرف"، بمتوسط حسابي بلغ (2.51)، وبنسبة (83.6%).

كما أظهرت النتائج الإدراك المتوسط لبقية الآثار السلبية التي تضمنها المقياس، تصدرها إدراكهم للأثر السلبي؛ المتمثل في "اللامبالاة والإهمال في الشؤون العامة"، بمتوسط حسابي بلغ (2.49)، وبنسبة (83.0%)، تلاه إدراكهم للأثرين السلبيين، "ظهور حالة من عدم الثقة بأهداف الفُرقاء وتصرفاتهم"، "اتساع الهوة بين المستخدمين المتعصبين للفرقاء السياسيين"، بمتوسط حسابي بلغ (2.48)، وبنسبة (82.6%)، تلاهما إدراك الأثر السلبي، "انهيار قيم اجتماعية وأخلاقية"، بمتوسط بلغ (2.47)، وبنسبة (2.47%)، والأثر السلبي "اتضاح مواقف الأشخاص من خلال المشاركات والتفاعلات"، بمتوسط حسابي بلغ (2.46)، وبنسبة (82.0%)، وإدراكهم للأثر السلبي "تدني مستوى الثقة بالنُّخب الاجتماعية والسياسية"، بمتوسط حسابي بلغ (2.45)، وبنسبة (81.6%)، ثم إدراكهم للأثر السلبي "انغماس المستخدمين بالمكايدات السياسية للفرقاء السياسيين"، بمتوسط حسابي بلغ (2.44)، وبنسبة (81.3%)، وتساوى إدراكهم المتوسط للأثرين السلبيين "غياب الأمل في حل الأزمة"، "توتر العلاقات بين المستخدمين وتدنيها"، بمتوسط حسابي بلغ (2.42)، وبنسبة (80.6%).

سادساً- الفروق بين متوسطات درجات العينة في إدراك آثار التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية (النوع/ العمر)

الجدول (10) : نتائج (t-test) لاختبار الفروق بين متوسطات درجات العينة في إدراك آثار التضليل المعرفي في مراحل الأزمة اليمنية ، متغيري (النوع/ العمر)

النوع/ العمر	المتوسطات	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	F	مستوى الدلالة	T	مستوى الدلالة
النوع	ذكور	64	47.81	7.703	2.980	.088	.733	89
	إناث	27	49.00	5.189				
العمر	أقل من 30 سنة	50	48.38	7.398	.212	.646	.320	89
	30 سنة فأكثر	41	47.90	6.666				

بيّنت نتائج (t-test) في الجدول (10) عدم وجود فروق بين متوسطات درجات إدراك العينة لآثار التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية، تعزى إلى متغيري النوع والعمر.

الجدول (11) : نتائج (ANOVA) لاختبار الفروق بين متوسطات درجات العينة في إدراك أساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين في مراحل الأزمة اليمنية ، (المستوى الدراسي والمهنة)

المتوسطات / م الدراسي/ المهنة		مجموع المربعات	مربع المتوسط	F	مستوى الدلالة
المستوى الدراسي (ثانوي ، جامعي ، ماجستير ، دكتوراه)	بين المجموعات	18.815	6.272	.369	.776
	داخل المجموعات	1479.185	17.002		
المهنة (طالب ، موظف ، عمل حر ، دون عمل)	بين المجموعات	4.708	1.569	.031	.993
	داخل المجموعات	4459.820	51.262		

بيّنت نتائج (ANOVA) لاختبار الفروق عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات العينة في إدراك أساليب التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين في مراحل الأزمة اليمنية، تعزى إلى متغيري المستوى الدراسي والمهنة.

الجدول (12) : نتائج (ANOVA) لاختبار الفروق بين متوسطات درجات العينة في إدراك آثار التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين في مراحل الأزمة اليمنية ، (المستوى الدراسي والمهنة)

المتوسطات / م الدراسي/ المهنة		مجموع المربعات	مربع المتوسط	F	مستوى الدلالة
المستوى الدراسي (ثانوي ، جامعي ، ماجستير ، دكتوراه)	بين المجموعات	4.708	1.569	.031	.838
	داخل المجموعات	4459.820	51.262		
المهنة (طالب ، موظف ، عمل حر ، بدون عمل)	بين المجموعات	253.346	84.449	1.745	.164
	داخل المجموعات	4211.182	48.404		

بيّنت نتائج (ANOVA) لاختبار الفروق عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات درجات العينة في إدراك آثار التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين في مراحل الأزمة اليمنية، تعزى إلى متغيري المستوى الدراسي والمهنة.

الاستنتاجات العامة

توصلت الدراسة إلى الاستنتاجات الآتية:

1 – أن غالبية مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي هم من فئة الشباب، ما دون (30) سنة، وأن معظمهم من طلاب الجامعات.

2 – أن شبكة التواصل الاجتماعي (واتس أب)، هي الأكثر حضوراً وانتشاراً وتأثيراً لدى مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

3 – إدراك مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، أن الفُرقاء السياسيين اليمنيين يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي (فيسبوك) في التضليل المعرفي أكثر من غيرها من الشبكات في مراحل الأزمة اليمنية.

4 – يعتبر "الاعتماد على الإشاعات ونشر الأخبار الكاذبة"، و"عرض منشورات دعائية ضد الخصم بشكل جماعي"، و"مهاجمة المنشورات المناوئة لفريقها السياسي"، من أهم أساليب التضليل المعرفي المستخدمة من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكة التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية.

5 – إن أبرز الآثار الناجمة عن استخدام التضليل المعرفي من قبل الفُرقاء السياسيين، عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية، هي، على التوالي: "ظهور عيوب الأحزاب وعدم فاعليتها"، و"تصاعد الأزمة وتعقيدها"، و"تزايد الشك الاجتماعي والسياسي"، و"انهيار مقومات الأمن الوطني"، "تفكك اللحمة الوطنية"، و"تزايد حالة القلق وعدم الثقة بالآخرين"، "اتضاح حقيقة فئة الكتاب والمثقفين الانتهازيين" و"انغماس المستخدمين بالمكايدات السياسية للفرقاء السياسيين"، و"تزايد الانقسامات في أوساط المجتمع" و"نمو حالات ونماذج جديدة من التطرف".

6 – يعتبر إدراك فئات المجتمع اليمني لأساليب التضليل المعرفي وآثاره من قبل الفُرقاء السياسيين عبر شبكات التواصل الاجتماعي في مراحل الأزمة اليمنية، إدراكاً إيجابياً، وقد اتضح ذلك في عدم وجود فروق دالة إحصائياً بين أفراد العينة، تعزى إلى متغيرات (النوع، السن، المستوى الدراسي، المهنة)، وهذا يعني أن المستخدمين يدركون أهداف التضليل المعرفي وآثاره السلبية في واقع اليمن ومستقبله.

مقترحات الدراسة

تقترح الدراسة ما يأتي:

1 – تكريس مزيد من الدراسات، التي تعنى بتعرف أساليب التضليل المعرفي للفرقاء السياسيين، عبر مختلف وسائل الإعلام التقليدية ووسائل الإعلام الجديدة.

2 – إجراء مزيد من الدراسات المتعلقة بالتضليل المعرفي في بيئات عربية مختلفة؛ كون التضليل المعرفي للفرقاء السياسيين من أهم المخاطر التي تفقد المجتمعات تماسكها وحاجتها إلى المعرفة البناءة.

الهوامش والمراجع

(1) السامر، عبد السلام أحمد" : أساليب الدعاية الأمريكية في العراق : دراسة لبيانات سلطة الائتلاف المؤقتة وقوات الجيش الأمريكي بعد عام (2003)" **مجلة الباحث الإعلامي**، جامعة بغداد: العدد 28، 2015، ص 28 – 46.

(2) شتلة، ممدوح السيد عبد الهادي؛ مرعي، حنان كامل حنفي" : استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية (2014)" ، **دورية إعلام الشرق الأوسط**، العدد 11، خريف 2015.

(3) عبد الرزاق، رأفت مهند" : دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي : دراسة ميدانية لحالة الحراك الشعبي في العراق على عينة من طلبة جامعات كل من الموصل والأنبار وتكريت" ، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الآداب والعلوم، جامعة البترا الأردنية، 2013.

(4) عبد القوي، محمود حمدي: دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية. المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر، يوليو/ 2009، الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2009.

(5) Boroughs, B: "Social Working Websites and Voter Turnout", **Unpublished M.P.P.** Washington, Georgetown University, DC. USA, (2010).

(6) Boulianne, S. Connecting, informing, and mobilizing youth and the advantaged: The role of the Internet in political engagement (Unpublished Doctoral Dissertation). The University of Wisconsin, Wisconsin, USA, (2007).

(7) Hayes, R: "Providing What They Want and Need on Their Own Turf: Social Networking, The Web and Young Voters". A Paper presented at the annual of the NCA, 94th annual convention 2008, San Diego: CA, USA,(2009).

(8) "Sara,W.E :The internet and Politics: Facebook as a compaing too", **(M.S.Dissertation)**. Missouri University of Central Messouri, US, (2009).

(*) المحكمون: 1- أ.د. أحمد شوتري، كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر (3). 2- أ.د. كريم بالقاسي، كلية الإعلام والاتصال جامعة الجزائر (3). 3- د. الطاهر بصيص، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر (3). 4- د. هند أحمد الأشول مركز البحوث والتطوير التربوي بصنعاء. 5- طالب كيحول قسم الإعلام جامعة خميس مليانة الجزائر.

(9) جهامي، جيرار: **موسوعة مصطلحات الفلسفة عند العرب**، بيروت: مكتبة لبنان ناشرون، (ب ت)، ص 811.

(10) ابن منظور، محمد بن مكرم: **لسان العرب**، ج 28، القاهرة: دار المعارف، ص 2601.

(11) يونان، كلود: **التضليل الكلامي وآليات السيطرة على الرأي (الحركة السفسطائية نموذجاً) بحث في فلسفة التضليل الكلامي الدعائي السياسي**، ط 1، القاهرة: دار النهضة العربية، 2011، ص44-45.

(12) صليبيا، جميل: **المعمم الفلسفي**، ج 2، ط1، بيروت، دار الكتاب اللبناني، 1982، ص 393.

(13) شريف، نادية محمود: "الأنماط الإدراكية المعرفية وعلاقتها بمواقف التعلم الذاتي والتعلم التقليدي"، **مجلة العلوم الاجتماعية**، جامعة الكويت: العدد 3، السنة 9، 1981، ص 121 -138.

(14) الفرماوي، حمدي علي: "الأساليب المعرفية ومفهوم التمايز ـ دراسة نظرية"، **الكتاب السنوي في علم النفس**، المجلد 5، القاهرة: مكتبة الإنجلو المصرية، 2002، ص471.

(15) التضليل الكلامي وآليات السيطرة على الرأي (الحركة السفسطائية نموذجاً): بحث في فلسفة التضليل الكلامي الدعائي السياسي، ص 41.

(16) التضليل الكلامي وآليات السيطرة على الرأي (الحركة السفسطائية نموذجاً): بحث في فلسفة التضليل الكلامي الدعائي السياسي، ص 42.

(17) عظيمي، أحمد: **دعاية الكراهية**، ط1، الجزائر: الشروق للإعلام والنشر، 2010، ص 53.

(18) يحيى، هارون: **التضليل في مواقع التواصل الاجتماعي**، متاح على الرابط http://ar.harunyahya com/ar، 04/ 05/ 2017.

(19) تقرير التنمية الإنسانية، برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، 2003، ص 62.

(20) الخصيف، محمد بن عبد الرحمن: **كيف تؤثر وسائل الإعلام**، ط 1، الرياض: مكتبة العبيكان، 1994، ص 32.

(21) الشامي، جمال الدين محمد: **الأساليب المعرفية المحددة للشخصية الإنسانية**، جدة: كلية المعلمين، متاح على الرابط: http://www.jtc.edu.sa/articles.aspx?id، 18/ 05/ 2015.

(22) التضليل الكلامي وآليات السيطرة على الرأي (الحركة السفسطائية نموذجاً): بحث في فلسفة التضليل الكلامي الدعائي السياسي، ص 16.

(23) الزين حسن" : **دور التضليل الإعلامي في الحرب الناعمة أساليب وتقنيات التضليل الإعلامي**"، متاح على الرابط، http://softwar-lb.org/4658/296، 15/ 09/ 2017.

(24) لسان العرب، ج 38، ص 3398.

(25) لسان العرب، ج 1، ص 74.

(26) البعلبكي، منير: **المورد القريب**، ط1، بيروت: دار العلم للملايين، (ب، ت)، ص 105.

(27) الخضري، محسن أحمد" : إدارة الأزمات في المنظمات العراقية: دراسة ميدانية لعينة في شركات وزارة الإسكان والتعمير، "**رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة بغداد: 1994، ص 53.

(28) الرازي، زين الدين محمد بن أبي بكر: **مختار الصحاح**، تحقيق: يوسف الشيخ، بيروت: المكتبة المصرية والدار النموذجية، 2004، ص 166.

(29) الفيومي، أحمد محمد علي المقري: **المصباح المنير في غريب الشرح الكبير**، القاهرة: دار الفكر الإسلامي الحديث، 2000، ص 393.

(30) السيد، أمينة عادل سليمان؛ عبد العال، هبة محمد خليفة: "الشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الأخصائي والمكتبة – دراسة شاملة للتواجد والاستخدام لموقع الفيسبوك"، **بحث مقدم للجمعية المصرية للمكتبات والمعلومات**، للمشاركة في المؤتمر الثالث عشر لأخصائيي المكتبات والمعلومات في مصر، 5 – 7 يوليو 2009، ص 11.

(31) راضي، زاهر: "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، **مجلة التربية**، جامعة عمان الأهلية: العدد 15، 2003، ص23.

(32) الراوي، بشرى جميل: **دور مواقع التواصل النظري في التغيير/ مدخل نظري**، متاح على الرابط، http: / / alma3raka . net /spip . php؟ 14، فبراير/ 2014.

(33) صادق، عباس: **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص 15.

(34) درويش، السيد بخيت محمد: "تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية: مؤشرات ونموذج مقترح"، **دورية إعلام الشرق الأوسط**، العدد 9، 2013، ص 30.

(35) Shirky, C, The Political Power of Social Media, Foreign Affairs, (2011), Vol. (90), No. (1), p.40 -41.

(36) اليحياوي، يحيى: **دراسة إعلامية "الشبكات الاجتماعية والمجال العام بالمغرب: مظاهر التحكم والدمقرطة"**، الدوحة: الجزيرة نت، 08/ نوفمبر/ 2015، ص 4.

(37) تقييم الأدوار السياسية لشبكات التواصل الاجتماعية: مؤشرات ونموذج مقترح، ص 31 .

(38) بو سعدة، عمر: "التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي، الملتقى الدولي الأول حول شبكات التواصل الاجتماعي"، **مجلة لانكومينت**، مخبر البحث في اللغات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة: العدد 1، 2014، ص 88.

(39) "التأثيرات السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي في العالم العربي، الملتقى الدولي الأول حول شبكات التواصل الاجتماعي" .

المراجع بالحروف اللاتينية

References in Roman Script

(1) al-sāmr, ʿbd al-slām aḥmd: "ʾasālīb al-dʿāīẗ al-ʾamrīkīẗ fī al-ʿrāq: drāsẗ lbīānāt slṭẗ al-āʾitlāf al-muʾqtẗ ūqwāt al-ğīš al-ʾamrīkī bʿd ʿām (2003)", mğlẗ al-bāḥṯ al-iʿlāmī, ğāmʿẗ bġdād: al-ʿdd 28, 2015, ṣ 28 – 46.

(2) štlẗ, mmdūḥ al-sīd ʿbd al-hādī, mrʿī, ḥnān kāml ḥnfī: "āstḫdām mwāqʿ al-šbkāt al-āğtmāʿīẗ ūʿlāqth bālmšārkẗ al-sīāsīẗ fī al-āntḫābāt al-rʾiāsīẗ al-mṣrīẗ (2014)", dūrīẗ iʿlām al-šrq al-ʾaūsṭ, al-ʿdd 11, ḫrīf 2015.

(3) ʿbd al-rzāq, rʾaft mhnd: "dūr mwāqʿ al-twāṣl al-āğtmāʿī fī tškīl al-ūʿī al-sīāsī, drāsẗ mīdānīẗ lḥālẗ al-ḥrāk al-šʿbī fī al-ʿrāq ʿli ʿīnẗ mn ṭlbẗ ğāmʿāt kl mn al-mūṣl wālʾanbār ūtkrīt", rsālẗ māğstīr ġīr mnšūrẗ, klīẗ al-ʾādāb wālʿlūm, ğāmʿẗ al-btrā al-ʾardnīẗ: 2013.

(4) ʿbd al-qwy, mḥmūd ḥmdī: dūr al-iʿlām al-bdīl fī tfʿīl al-mšārkẗ al-sīāsīẗ ldi al-šbāb-drāsẗ tṭbīqīẗ ʿli al-šbkāt al-āğtmāʿīẗ al-āftrāḍīẗ. al-muʾtmr al-ʿlmī al-dūlī al-ḫāms ʿšr-īūlīū/ 2009, al-iʿlām wāliṣlāḥ al-wāqʿ wālthdīāt, klīẗ al-iʿlām, ğāmʿẗ al-qāhrẗ, 2009.

(5) al-mḥkmūn:1- a.d/ aḥmd šūtrī, klīẗ al-iʿlām wālātṣāl ğāmʿẗ al-ğzāʾir (3). 2- a.d/ krīm bālqāsī, klīẗ al-iʿlām wālātṣāl ğāmʿẗ al-ğzāʾir (3). 3- d/ al-ṭāhr bṣīṣ, klīẗ al-iʿlām wālātṣāl, ğāmʿẗ al-ğzāʾir (3). 4- d/ hnd aḥmd al-ʾašūl mrkz al-bḥūṯ wāltṯwyr al-trbwy bṣnʿāʾ. 5- ṭālb kīḥūl qsm al-iʿlām ğāmʿẗ ḫmīs mlīānẗ al-ğzāʾir.

(6) ğhāmī, ğīrār: mūsūʿẗ mṣṭlḥāt al-flsfẗ ʿnd al-ʿrb, bīrūt: mktbẗ lbnān nāšrūn, (b t), ṣ 811.

(7) ābn mnẓūr, mḥmd bn mkrm: lsān al-ʿrb, ğ 28, al-qāhrẗ: dār al-mʿārf, ṣ 2601.

(8) īūnān, klūd: al-tḍlīl al-klāmī ūʾālīāt al-sīṭrẗ ʿli al-rʾaī (ālḥrkẗ al-sfsṭāʾīẗ nmūḏğā) bḥṯ fī flsfẗ al-tḍlīl al-klāmī al-dʿāʾī al-sīāsī, ṭ 1, al-qāhrẗ: dār al-nhḍẗ al-ʿrbīẗ, 2011, ṣ 44 -45.

(9) ṣlībīā. ğmīl: al-mʿmm al-flsfī. ğ 2. ṭ1. bīrūt. dār al-ktāb al-lbnānī. 1982. ṣ 393.

(10) šrīf. nādīẗ mḥmūd: "ālʾanmāṭ al-idrākīẗ al-mʿrfīẗ ūʿlāqthā bmwāqf al-tʿlm al-ḏātī wāltʿlm al-tqlīdī". mğlẗ al-ʿlūm al-āğtmāʿīẗ. ğāmʿẗ al-kwyt: al-ʿdd 3. al-snẗ 9. 1981. ṣ 121 -138.

(11) ālfrmāwy. ḥmdī ʿlī: "ālʾasālīb al-mʿrfīẗ ūmfhūm al-tmāīz .. drāsẗ nẓrīẗ". al-ktāb al-snwy fī ʿlm al-nfs. al-mğld 5. al-qāhrẗ: mktbẗ alʾanğlū al-mṣrīẗ. 2002. ṣ471.

(12) āltḍlīl al-klāmī ūʾālīāt al-sīṭrẗ ʿli al-rʾaī (ālḥrkẗ al-sfsṭāʾīẗ nmūḏğā) bḥṭ fī flsfẗ al-tḍlīl al-klāmī al-dʿāʾī al-sīāsī. ṣ 41.

(13) āltḍlīl al-klāmī ūʾālīāt al-sīṭrẗ ʿli al-rʾaī (ālḥrkẗ al-sfsṭāʾīẗ nmūḏğā) bḥṭ fī flsfẗ al-tḍlīl al-klāmī al-dʿāʾī al-sīāsī. ṣ 42.

(14) ʿẓīmī. aḥmd: dʿāīẗ al-krāhīẗ. ṭ1. al-ğzāʾir: al-šrūq lliʿlām wālnšr. 2010. ṣ 53.

(15) īḥī. hārūn: al-tḍlīl fī mwāqʿ al-twāṣl al-āğtmāʿī. mtāḥ ʿli al-rābṭ http://ar.harunyahya.com/ar. 042017/05/.

(16) tqrīr al-tnmīẗ al-insānīẗ. brnāmğ alʾamm al-mtḥdẗ al-inmāʾī. 2003. ṣ 62.

(17) ālḥṣīf. mḥmd bn ʿbd al-rḥmn: kīf tuʾṯr ūsāʾil al-iʿlām. ṭ 1. al-rīāḍ: mktbẗ alʿbīkān. 1994. ṣ 32.

(18) ālšāmī. ğmāl al-dīn mḥmd: alʾasālīb al-mʿrfīẗ al-mḥddẗ llšẖṣīẗ al-insānīẗ. ğdẗ: klīẗ al-mʿlmīn. mtāḥ ʿli al-rābṭ: http://www.jtc.edu.sa/articles.aspx?id. 182015 /05/.

(19) āltḍlīl al-klāmī ūʾālīāt al-sīṭrẗ ʿli al-rʾaī (ālḥrkẗ al-sfsṭāʾīẗ nmūḏğā) bḥṭ fī flsfẗ al-tḍlīl al-klāmī al-dʿāʾī al-sīāsī. ṣ 16.

(20) ālzīn ḥsn: "dūr al-tḍlīl al-iʿlāmī fī al-ḥrb al-nāʿmẗ"asālīb ūtqnīāt al-tḍlīl al-iʿlāmī". mtāḥ ʿli al-rābṭ. http://softwar-lb.org/46582017 /09 /15 ،296/.

(21) lsān alʿrb. ğ 38. ṣ 3398.

(22) lsān alʿrb. ğ 1. ṣ 74.

(23) ālbʿlbkī. mnīr: al-mūrd al-qrīb. ṭ1. bīrūt: dār alʿlm llmlāyin. (b. t). ṣ 105.

(24) ālḥḍrī. mḥsn aḥmd: "idārẗ alʾazmāt fī al-mnẓmāt alʿrāqīẗ: drāsẗ mīdānīẗ lʿīnẗ fī šrkāt ūzārẗ al-iskān wāltʿmīr". rsālẗ māğstīr ġīr mnšūrẗ. ğāmʿẗ bġdād: 1994. ṣ 53.

(25) ālrāzī. zīn al-dīn mḥmd bn abī bkr: mẖtār al-ṣḥāḥ. tḥqīq: īūsf al-šīẖ. bīrūt: al-mktbẗ al-mṣrīẗ wāldār al-nmūḏğīẗ. 2004. ṣ 166.

(26) ālfīūmī. aḥmd mḥmd ʿlī al-mqrī: al-mṣbāḥ al-mnīr fī ġrīb al-šrḥ al-kbīr. al-qāhrẗ: dār al-fkr al-islāmī al-ḥdīṯ. 2000. ṣ 393.

(27) ālsīd, amīnẗ ʿādl slīmān, ʿbd al-ʿāl, hbẗ mḥmd ḫlīfẗ: "ālšbkāt al-āğtmāʿīẗ ūtʾaṯīrhā ʿli al-ʾaḫṣāʾī wālmktbẗ – drāsẗ šāmlẗ lltwāğd wālāstḫdām lmūqʿ al-fīsbūk", bḥṯ mqdm llğmʿbẗ al-mṣrīẗ llmktbāt wālmʿlūmāt, llmšārkẗ fī al-muʾtmr al-ṯālṯ ʿšr lʾaḥṣāʾī al-mktbāt wālmʿlūmāt fī mṣr, 5 – 7 īūlīū 2009, ṣ 11.

(28) rāḍī, zāhr: "āstḫdām mwāqʿ al-twāṣl al-āğtmāʿī fī al-ʿālm al-ʿrbī", mğlẗ al-trbīẗ, ğāmʿẗ ʿmān al-ʾahlīẗ: al-ʿdd 15, 2003, ṣ23.

(29) ālrāwy, bšri ğmīl: dūr mwāqʿ al-twāṣl al-nẓrī fī al-tġyir/ mdḫl nẓrī, mtāḥ ʿli al-rābṭ, http://alma3raka.net/spip.php? , 14/ fbrāīr/ 2014.

(30) ṣādq, ʿbās: al-iʿlām al-ğdīd: al-mfāhīm wālūsāʾil wāltṭbīqāt, ʿmān: dār al-šrūq llnšr wāltūzīʿ, 2008, ṣ 15.

(31) drwyš, al-sīd bḫīt mḥmd: "tqyim al-ʾadwār al-sīāsīẗ lšbkāt al-twāṣl al-āğtmāʿīẗ: muʾšrāt ūnmūḏğ mqtrḥ", dūrīẗ iʿlām al-šrq al-ʾaūsṭ, al-ʿdd 9, 2013, ṣ 30.

(32) al-īḥīāwy, īḥī: drāsẗ iʿlāmīẗ "ālšbkāt al-āğtmāʿīẗ wālmğāl al-ʿām bālmġrb: mẓāhr al-tḥkm wāldmqrṭẗ", al-dūḥẗ: al-ğzīrẗ nt, 08/ nūfmbr/ 2015, ṣ 4.

(33) "tqyim al-ʾadwār al-sīāsīẗ lšbkāt al-twāṣl al-āğtmāʿīẗ: muʾšrāt ūnmūḏğ mqtrḥ, ṣ 31.

(34) bū sʿdẗ, ʿmr: "ālṯaṯīrāt al-sīāsīẗ lšbkāt al-twāṣl al-āğtmāʿī fī al-ʿālm al-ʿrbī, al-mltqi al-dūlī al-ʾaūl ḥūl šbkāt al-twāṣl al-āğtmāʿī", mğlẗ lānkūmīnt, mḫbr al-bḥṯ fī al-lġāt ūtknūlūğīā al-ātṣāl al-ḥdīṯẗ: al-ʿdd 1, 2014, ṣ 88.