التضليل الإعلامى وعلاقته بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعى

دكتورة حنان كيلانى*

مقدمة:

شهدت تكنولوجيا الإتصال تطورات متلاحقة فى منتصف عقد التسعينات من القرن الماضى وتحققت نبوءة مارشال مكلوهن وأصبح العالم أشبه بالقرية الصغيرة بعد ظهور الإنترنت كوسيلة إتصال وحدوث تطورات سريعة لشبكة الإنترنت حيث بلغ عدد مستخدمى شبكة الإنترنت إلى أكثر من 3.2 بليون مستخدم فى أغسطس 2015 (Internet world stats). ووصل عدد مستخدمى شبكة الإنترنت فى العالم العربى فى مايو 2015 إلى 157 مليون (http://anhri.net/?p=144042&lang=en). كما أن عدد مستخدمى الإنترنت فى مصر بلغ 48.3 مليون مستخدم فى يناير 2015 (هبة السيد، 2015).

وقد أدى ظهور مواقع التواصل الاجتماعى إلى خلق نموذج جديد من الإعلام التفاعلى المعتمد على المخاطبة الرقمية المزدوجة فساعدت الأفراد أن يعيشوا فى مجتمع إفتراضى وساعدت على تغيير أنماط حياتهم اليومية فأتاحت الإتصال التفاعلى حيث يتواصل الناس بعضهم البعض من أى مكان فى العالم. وقد أصبحت مواقع التواصل الاجتماعى فى تزايد مستمر وخاصاً منذ أن بزغت ثورات الربيع العربى عام 2011. ومن حينها والناس يتمتعون بتبادل المعلومات بينهم البعض وخاصة عندما تكون أخباراً. على الرغم من أنهم قد لا يعتقدون فى هذه المعلومات، إلا أنهم يتمتعون بنشرها من خلال شبكات التواصل الاجتماعى. وبذلك يسهل إنتشار المعلومات الخاطئة (misinformaion) والمعلومات المضللة (disinformation)

*أستاذ مساعد بكلية الإعلام – جامعة مصر الدولي

سريعاً مع مرور الوقت عن طريق المجموعات الاجتماعية عبر شبكات التواصل مثل تويتر وفيس بوك.

سارعت بعض القنوات الفضائية المصرية الخاصة إلى الإنضمام إلى شبكات التواصل الاجتماعى حيث أن الأولى ساهمت فى الآونة الأخيرة فى نشر وتبنى آراء غريبة عما يعتنقه أفراد مجتمعنا كما تتنافى مع ما جاء به تعاليم الأديان السماوية. ومن تلك الأفكار الغريبة ما تم نشره من قضايا الجن والدجل والعلاج بالقرآن فى برامج التوك شو على هذه القنوات فساعدتها على نشر تلك الأفكار بسرعة أكبر لتصل إلى آفاق أوسع لما لمواقع التواصل الاجتماعى أهمية كبيرة وشهرة واسعة وقد كثر التعامل معها بين الناس فيتصلون عبر هذه المواقع للتعرف على بعضهم البعض ومعرفة أخبارهم وتبادل الأخبار والموضوعات الجديدة من حولهم.

وبما أن التضليل الإعلامى بدأ منذ بدايات وسائل الإعلام إلا أن الثورة المعلوماتية قد حملته ونقلته عبر وسائل مختلفة ومنها شبكات التواصل الاجتماعى والتى من طبيعتها نشر وتعميم الرسالة التضليلية أيا كانت طبيعتها فقد تكون لخلق تأثير إيجابى على الرأى العام وربما تساهم فى خلق حالة من البلبلة بشكل متعمد ومقصود عن طريق بث معلومات عبر تلك الشبكات. كما ساعد الإعلام فى التضليل لترديد الأكاذيب وتزييف الحقائق عن طريق أدواته من كلمة وصورة وصوت. وتتدرج تلك البلبلة تحت مسمى التضليل الثقافى الذى يسعى إلى خلق تأثير إعلامى هائل من أجل التأثير على المجتمع المصرى والسيطرة على ثقافته وإحلال ثقافة جديدة من خلال بث معتقدات أخرى مكانها وهذا يتم من خلال جميع وسائل الإعلام وخاصة شبكات التواصل الاجتماعى التى قد تساعد على نشر المعلومات المضللة أو ترويج الأفكار الهدامة داخل المجتمع. لقد تناولت العديد من وسائل الإعلام قضايا الجن والعلاج بالقرآن إما للتضليل وإما للإثارة والتشويق ولهذا فقد تنوعت آراء الجمهور المصرى تجاه هذه القضايا، فمنهم من صدق تلك القضايا بإعتبار أن الجن ذكر فى القرآن ومنهم من لم يقتنعوا بها واتهموا القائمين عليها بنشر الخرافات والدجل.

ومن ثم يسعى هذا البحث إلى دراسة التضليل الإعلامى من خلال التأثيرات السلبية لشبكات التواصل الاجتماعى لمشاركتها الفعلية فى نشر أفكار مضللة للجمهور المصرى عبر استخدام أداة تحليل مضمون لبعض البرامج الفضائية التى روجت لفكرة العلاقة بين الجن والإنسان ومايكتنفها من ملابسات كمس الجن للإنسان والعلاج بالقرآن والتى شاهدها الجمهور على تلك المواقع وقامت أيضاً بتحليل تعليقات الجمهور المشاهد لهذه الحلقات على موقعى التواصل الاجتماعى فيس بوك ويوتيوب.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة في:

1- تسليط الضوء على السلبيات الناتجة عن سوء استخدام شبكات التواصل الاجتماعى فى ترسيخ ونشر الفكر الخرافى عن طريق رفع البرامج التى تروج لقضايا الجن والعلاج بالقرآن.

2- ضعف الوعى لدى الجمهور المصرى مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعى بخطورة ترديد وبث قيم وأفكار مغلوطة ودخيلة على المجتمع المصرى. ومن ثم يسهم هذا البحث فى لفت نظر الجمهور إلى مخاطر العديد من المعلومات التى تبث عبر هذه الوسائل ليراجعها ويناقشها المتخصصون حتى لايقع الجمهور فريسة فى فخ ما تنقله من أفكار.

3- ندرة الأبحاث والدراسات التى تناولت التضليل الإعلامى وخاصة عبر شبكات التواصل الاجتماعى على المستوى المحلي والعربي والتى تهتم بدراسة الآثار السلبية وسرعة نشر الأفكار المضللة على شبكات التواصل الاجتماعى.

الإطار المعرفى للدراسة:

مفهوم التضليل الإعلامى:

يرجع تاريخ التضليل الإعلامى إلى قديم الأزل حيث يعد أبليس أول مضلل إعلامى يكره الحق ويزين الباطل تحت مسميات براقة لتحسين القبح لآدم وحواء، قال

تعالى: "فوسوس إليه الشيطان قال ياآدم هل أدلك على شجرة الخلد وملك لايبلى" (طه 120) (محمد منير حجاب، 2007،27). وقد ذكره Sun Tzu الصينى فى سياق "فن الحرب" ثلاثة قرون قبل الميلاد. كما استخدمه ألكسندر المقدونى وجانكيز خان ببراعة واشتهر به عمرو بن العاص (شفيق، 2014،22).

وقد ظهر مصطلح التضليل الإعلامى فى روسيا فى 1949 نتيجة لسياسات ستالين للتحكم في المعلومات (Karlova, N.A. & Fisher, K.E. 2013). وظهر فى الستينات فى اللغة الإنجليزية بمصطلح Disinformation الذى يشير إلى "التسريب المقصود للمعلومات المضللة. وظهر فى عام 1974 فى فرنسا وتضمن دلالات سياسية "النية المبيتة لتغليظ الرأى العام وإبقائه على جهل تام بمشكل خطير أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول مسائل هامة". وقد عرف Fencel التضليل الإعلامى على إنه "التلاعب بالرأى العام لأهداف سياسية، بمعلومات معالجة بوسائل ملتوية" (شفيق، 2014،23). يشير الباحث الفرنسي في الشؤون الإستراتيجية "فرانسوا جيريه" إلى شيوع استخدام هذا التعبير كثيراً في الفترة الأخيرة من خلال وسائل الاتصال الجديدة ألا وهى الإنترنت حيث يعتمد التضليل الإعلامي على مشروع منظّم ومخطط يهدف إلى تشويش الأذهان والتأثير على العقل كما على العواطف والمخيّلة . ليس له سوى هدف واحد هو إدخال الشكوك وخلق الاضطراب وهدم المعنويات ويجعل من وسائل الإعلام هدفا له فتقوم بنشر وتعميم الرسالة التضليلية باتجاه الرأي العام. ("قاموس التضليل الإعلامي"2011).

وكلمة التضليل فى اللغة تعنى إخفاء الحقيقة والصواب وعدم التوجيه السديد. أما معنى التضليل فى الإصطلاح فهى تعمد إخفاء بعض الأمور لئلا يهتدى الباحث إلى ما يريد. وبذلك فإن التضليل الإعلامى يعنى "صرف إنتباه الجمهور عن عنصر الحقيقة فى موضوع معين أو إخفاءها عنه". ونخلص من ذلك أن التضليل هو إخفاء الحقائق والمضلل هو من يحاول قلب الحقائق، والمضلل إعلامياً هو من لا يهتدى إلى وجه الصواب (إيمان بركة، 2008). كما يعني مصطلح التضليل الإعلامي الفبركة وهى التأثير في شخص أو جماعة أو هيئة أو أمة بطريقة تنطوي على

التمويه والخداع والتلاعب. فتكمن الخطورة في تغييب الصورة الذهنية لدى المخدوعين بالتضليل إلى درجة شعورهم بأن الواقع المضلل هو الواقع الحقيقي، وقد عرفه هربرت شيللر "إن التضليل الإعلامي يقتضي واقعاً زائفاً هو الإنكار المستمر لوجوده أصلاً" (محمد بن علي العصيمي، 2014).

هذا وقد لعب التضليل الإعلامى دوراً رئيسياً فى العصر الحديث فى الحربين الأولى والثانية كأسلوب من أساليب الحرب النفسية لبث الرعب وسلاحاً مؤثراً بين الخصوم. وقد استخدمته الإذاعات من داخل ألمانيا إبان الحرب العالمية الثانية لإعلان معارضة "هتلر" ونظامه النازى بينما كان الهدف الحقيقى خداع أعداء هتلر ونظامه لتحطيم الروح المعنوية لديهم (محمد منير حجاب، 36). تتكرر هذه الصورة الآن في كل من الدول المتقدمة والنامية لأهداف سياسية ولكن بوسائل الإعلام الجديد ذات التاثير الهائل على أفكار وقناعات الأفراد والمجتمعات. فقد استغلت الدول الغربية الإعلام لتكوين صورة سلبية عن الإسلام وترسخها في أذهان مجتمعاتها. فحول المدافعين عن حقوقهم الي إرهابيين بعد 11 سبتمبر ثم شن حملة إعلامية ضد المسلمين بإسم الإرهاب دون غيرهم لتتولد عنها الإسلاموفوبيا عند الكثير في هذه الدول. كما روجت أكذوبة أسلحة الدمار الشامل حيث تم حشد الإعلام العالمي لتضليل الرأى العام لتبرير الحرب التي شنت على العراق. ثم ظهرت بعد ذلك الحقائق لتكشف زيف الإدعاءات التي سوقت في الإعلام الغربى (د. مصطفى على الصغير). وبذلك فإن الوضع الحالى للعالم العربى والإسلامى يعكس التشويش الذهنى والبلبلة الفكرية والتشتت النفسى الذى نعاصره نتيجة الحملات الدعائية والنفسية الموجهة إلينا من قبل الغرب بإدعائه الحرب ضد الإرهاب والشرق الأوسط وفى نطاق صراع الحضارات (د. محمد منير حجاب، 2007، 6).

ركائز سياسة التضليل الإعلامي:

1. الدعاية السوداء: تعرف الدعاية بأنها "استخدام أى وسيلة من وسائل الإعلام العامة أو الشعبية بقصد التأثير على العقول وأفراد جماعة معينة أو عواطفهم من أجل تحقيق غرض عام معين، سواء كان هذا الغرض عسكرياً أم اقتصادياً أم

سياسيا وذلك فى إطار خطة منظمة". والدعاية فى عرف الإعلاميين مليئة بالأكاذيب، وهى عدو الحقيقة. وقد زعم أصحابها أنها تسير وفقاً للنظام الديمقراطى فيظهروا بمظهر حضارى يجذب أصحاب الثقافات المتخبطة فاختلقوا الدعاية حتى يؤثروا فى الرأى العام اعتماداً على التزيين والتشويه بحسب الضرورة (حسنين شفيق، 2014، 152).

2. الشائعات المغرضة: الشائعة هى الأخبار المنتشرة وقد أورد المعجم الوسيط أن الشائعة هى الخبر ينتشر ولاتثبت فيه. وقد عرفها د. مختار التهامى بأنها الترويج لخبر مختلق لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه فى سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسى فى الرأى العام المحلى أو الإقليمى أو العالمى أو القومى تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمى بأجمعه. أما محمد عبد القادر حاتم فعرف الإشاعة على أنها عبارة عن فكرة خاصة بعمل رجل الدعاية على أن يؤمن بها الناس كما يعمل على أن ينقلها كل شخص إلى الآخر حتى تذيع بين الجماهير جميعها، ويجب أن تكون قابلة للتصديق غير مبالغ فيها (محمد منير حجاب، 2007، 18). التداول والنشر هما عنصراها الأساسيان ويتم عبر الكلمة المنطوقة من خلال الأحاديث والدردشة أو تنتقل عبر وسائل الاتصال التقليدية وأخيراً عبر وسائل الاتصال الإلكترونى كالإنترنت والتليفونات المحمولة. كما يتم التداول عبر أشكال أخرى كالأغانى والتمثيل والنكت والرسوم الكاريكاتورية (محمد منير حجاب، 2007، 22-23).

3. الحرب النفسية:هى استخدام مخطط من جانب دولة أو مجموعة من الدول للدعاية وغيرها من الإجراءات الإعلامية الموجهة إلى جماعات عدائية أو محايدة أو صديقة للتأثير على آرائها وعواطفها وموقفها واتجاهاتها وسلوكها بطريقة تعين على تحقيق سياسة الدولة وأهدافها المستخدمة أو الدولة

المستخدمة. ومن أهداف الحرب النفسية التركيز على هدف واحد فى وقت واحد (حسنين شفيق، 2014، 155).

أشكال التضليل الإعلامى:

1. **التلاعب بالأخبار:** وهذا التضليل يكون من خلال التلاعب بالمعلومات وترتيب الحقائق، بحيث تعطي معاني وانطباعات معينة، ويتم تفسيرها بشكل معين، يخالف الواقع. وهناك أيضاً التضليل بالانتقائية المتحيّزة التي تنتقي بعض الكلمات والحقائق والاقتباسات والمصادر وتتجاهل الأخرى، وتقوم بالتركيز على حقيقة وإغفال الحقيقة الأخرى المرتبطة بها. هذا بجانب التضليل بإهمال خلفية الأحداث، مما يجعلها ناقصة ومشوهة، ولا يستطيع المتلقي فهمها وتفسيرها. أو يمكن أن يتم التضليل بالمزج والخلط، وعدم التمييز بين الأخبار من ناحية والرأي والتحليل والتعليق من ناحية أخرى، فلا يعرف المتلقي هل هذا جزء من الخبر أو هو رأي الصحفي ووجهة نظره.
2. **التضليل بالكذب:** ويتم هذا عن طريق التضليل بتكرار الفكرة الخاطئة وترسيخها مهما تكن خاطئة، وتعزيز السلوك المنحرف وترسيخه مهما يكن منحرفاً، وذلك بالتكرار المستمر المتواصل حتى تستقر في وعي الجمهور. وبمعنى آخر أنه عندما تعجز وسائل الإعلام المعادية عن تحقيق مرادها بالتأثير في الرأي العام تلجأ إلى التشويه ونشر الأكاذيب وتلفيق الأخبار غير الحقيقية.
3. **التضليل بالكلمة:** ويمكن تطبيقه باستخدام مفردات معينة تؤدي إلى إصدار أحكام بالإدانة على المواقف والأشخاص والجماعات والدول، أو تحمل وجهة نظر بالتأييد أو الرفض. واستخدامه فى العناوين ومقدمات الأخبار المعتمدة على المبالغة والتهويل والغموض والمعلومات الناقصة، مما لا يتفق أحياناً مع مضمون الخبر أو المادة الصحفية. التضليل أيضاً تكون بالإيهام والتدليس في المصادر والمعلومات، وعرض معلومات مضللة بكلمات غير واضحة المصادر.

4. **التلاعب بالصور:** إما في طريقة التقاطها، أو تغيير مضمونها، والتحكم في الألوان، أو إضافة صور أشخاص أو أشياء أو حذفها، أو يتم الادعاء بأن هذه الصور تمثل الواقع بينما هي مصنعة لتعطي انطباعاً معيناً.
5. **التضليل باستطلاعات الرأى:** التضليل بالقراءة المخادعة للإحصائيات واستطلاعات الرأي الصحيحة، لكى يتم التلاعب بطريقة عرضها وتفسيرها، سواءاً بالكلمات أو بالرسوم البيانية.
6. **الخداع والتضليل فى عمل الإستخبارات:** يتضمن عمل أجهزة المخابرات إما الحصول على معلومة عن العدو (تجسس) أو منع العدو من الحصول على معلومة (مكافحة التجسس)(فهد الشميمرى، 2010).

أساليب التضليل الإعلامى:

1. **التحريف:** فهو ما تقوم به بعض القنوات التليفزيونية من تحريف لكلمات بالقص والحذف وذلك لهدف مرسوم مسبقاً لإيصاله للمتلقى.
2. **التكتيم أو التعتيم أو الحذف:** تعمد وسائل الإعلام إلى إخفاء المعلومات التي يؤدي نشرها إلى تعذر أو صعوبة في تحقيق أهدافها المرسومة لها.
3. **التنكير:** يقوم الكاتب بصياغة الأخبار والمعلومات بصيغة المبني للمجهول، بحيث يظهر الشخص أو الجهة مدار الحديث نكرة وكأن الناس لا يعرفونها.
4. **لفت الأنظار:** عند وقوع أحداث كبيرة تهدد تحقيق الأهداف المرسومة تلجأ وسائل الإعلام إلى أسلوب لفت الأنظار بحيث تغير مجرى الحديث وتسلط الأضواء على متعلقات أخرى غير أصل المعلومات لتحصر التفكير فيما يخفف من الآثار المترتبة على الأحداث الواقعة.
5. **التجاهل:** وهنا تعبث وسائل الإعلام الممارسة للتضليل الإعلامي بأمر ما عندما يريد الجمهور معرفة معلومات عن جهات متعددة ومواقفها المختلفة إزاء القضايا بعينها، وتتجاهل تلك المواقف التي يعرقل نشرها تنفيذ أهدافها الرامية إلى التأثير في الرأي العام بشكل معين.

6. **الإثارة:** عندما يثير أمر ما اهتمام المتلقي فإنه يظل مشدوداً إلى معرفة التفاصيل والمزيد طالما يشعر بالإثارة النفسية، وتحت تأثير الإثارة يسمع ويقرأ ويشاهد جميع المعلومات الواردة إليه وتصاغ المعلومات بشكل تسلسلي على هيئة قصة جديدة وتنشر لأول مرة مثلا، أو أنها جاءت في وثائق عثر عليها في مكان ما.
7. **الإيهام والتدليس:** تمنح وسائل الإعلام لنفسها مصداقية تمارس بها التدليس على المتلقين وتقوم بإيهام الجمهور أنها تأتي بالأخبار من مصادرها الأصلية بحيث يظن القارئ أو المستمع أو المشاهد أن الوسيلة الإعلامية حصلت على المعلومات من مصدرها الأصلى.
8. **التخليط أو إثارة البلبلة:** من أهم موانع اتخاذ المواقف الحاسمة هو ضبابية الأوضاع واختلاط الأمور وهذا ما تمارسه وسائل الإعلام المعادية لتحقيق مآربها وتصنع حالة من البلبلة وخلط الأمور من خلال تضارب الأنباء ونشر المعلومات والأخبار التي يكذب بعضها بعضاً في الزمن الواحد (حسنين شفيق، 2014).

أهداف التضليل الإعلامي:

يهدف التضليل الإعلامى إلى إعادة ترتيب أولويات الحدث بما يخدم التنافس أو الصراع. كما يهدف التضليل الإعلامى إلى بلبلة تفكير المشاهدين وتوجيه سلوكهم والتحكم بمعطيات المعلومة وتوجيهها عمداً وتوظيفياً لخدمة المُضلِل. كما يهدف إلى انتاج واقع جديد من خلال التلاعب بدلالات الحدث أو المعلومة أو الخبر وتسويقها على خلاف مدلولاتها الحقيقية. وكذلك التحكم بالمتلقي للمعلومة لحمله لسياقات مرسومة سلفاً. كما يهدف إلى صناعة تاريخ يستهدفه المُضَلِل من خلال التفاعل مع نتائج التضليل، أو تحريف مسارات التاريخ الفعلي بما يريد المضلِل. إلى جانب الهيمنة على توجهات الرأي العام المضاد من خلال صناعة عقل الإجماع الذي يخلقه التضليل (حسين درويش العادلى).

شبكات التواصل الاجتماعى:

ظهرت مواقع التواصل الاجتماعى على شبكة الإنترنت فى أوائل التسعينات من القرن الماضي مع الجيل الثانى للويب إذ صمم (راندي كونرادز) موقعاً اجتماعياً للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام 1995 وأطلق عليه أسم (Classmates.com)، وأصبح أول موقع تواصل إلكتروني بين سائر الناس. وضعت هذه المواقع الأساس للإعلام الجديد أو البديل التي تتيح للأفراد التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي ولذلك فإنها تعتبر الأكثر شيوعاً على شبكة الإنترنت لخصائصها المميزة عن سائر المواقع الإلكترونية (نبيل عيد، 2013)).

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها "عبارة عن تطبيقات تكنولوجية مستندة إلى الويب تتيح التفاعل بين الناس، وتسمح بنقل البيانات الإلكترونية وتبادلها بسهولة، وتوفر للمستخدمين إمكانية العثور على آخرين يشتركون فى نفس الاهتمامات بتكوين ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية Virtual Communities حيث يستطيع المستخدمون التجمع فى كيانات اجتماعية تشبه الكيانات الواقعية" (محمد جابر خلف الله،2013). وبذلك تسمح للأفراد بإنشاء صفحة شخصية تتيح لمتصفحيها حرية الاختيار لمن يريدون في المشاركة معهم في اهتماماتهم وتبادل المعلومات في المجالات المختلفة. كما تتيح لمستخدميها إمكانية إرفاق ومشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة (نبيل عيد، 2013). ولذلك فإن شبكات التواصل الاجتماعى تعرف أيضاً بأنها "شبكات إلكترونية تجمع مجموعة من الأفراد ذوى ميول واتجاهات متقاربة للتواصل وتبادل الأفكار والآراء والمقترحات" (تركى،2014).

يوجد ما يزيد عن 71 مليون مستخدم نشط للإعلام الاجتماعي من بين 135 مليون مستخدم للإنترنت في العالم العربى بمنتصف 2014 وقد تخطت وسائل الإعلام الاجتماعي دورها كوسيلة إعلامية فقط باستخداماتها المبتكرة من قبل وسائل

الإعلام التقليدية في نقل الخبر، وتفاعلية، بل وفي صنع الخبر أيضاً (نظرة على الإعلام الاجتماعى فى العالم العربى، 2014).

أنواع شبكات التواصل الاجتماعى:

تختلف شبكات التواصل الاجتماعى فى طبيعتها والهدف من استخدامها ولكن جميعها تعتبر مواقع للتعارف والتواصل بين الأفراد والمجموعات المختلفة. احتلت ثلاثة شبكات هامة للتواصل الاجتماعى وهم: فيس بوك وتويتر وموقع مقاطع الفيديو يوتيوب. أكدت دراسة صادرة عن مؤسسة "إبسوس" للأبحاث التسويقية أن معدل انتشار الإنترنت فى العالم العربى وصل إلى 26% كما بلغ معدل تفاعل مستخدمى الإنترنت بالمنطقة مع الشبكات الاجتماعية 89%. أما عن مصر، فقد وصل عدد مستخدمى الإنترنت 37.14 مليون مستخدم فى أوائل 2014 بحسب إحصائية صادرة عن وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. كما أوضحت الدراسة أن 98% من إجمالى مستخدمى الإنترنت فى مصر يستخدمون فيس بوك كشبكة التواصل الاجتماعى الأولى لهم بينما يستخدم 35% من إجمالى المشتركين تويتر (مروة رزق، 2014). ولقد أقبل علي هذه الشبكات ما يزيد عن ثلثي مستخدمي شبكة الإنترنت نتيجة لتطور هذه المواقع الإجتماعية.

فيس بوك: بدأت الشبكات الاجتماعية فى الظهور فى أواخر التسعينات للربط بين زملاء الدراسة. وفى 28 أكتوبر عام 2003 تم افتتاح الموقع على يد مارك زوخربرج Mark Zuckerberg وهو طالب فى جامعة هارفرد وعمره 23 سنة مع مجموعة من زملائه فى قسم علوم الحاسب الآلى وكان هدفهم إقامة شبكة تضم طلبة الجامعة فى موقع واحد. واستخدم هذا الموقع صور بعض الطلبة واتهم باختراق للخصوصية. واستمر الموقع قاصراً على طلبة الجامعة حتى عام 2006 ليفتح لجميع الأفراد البالغين من العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر ولديهم حساب إلكترونى صحيح (حسنين شفيق،92-2014،93).

واحتلت شبكة فيس بوك المركز الثالث فى 2013 من حيث الشهرة والإقبال بعد موقعي (جوجل ومايكروسوفت)، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص (نبيل عيد). ارتفع العدد الإجمالي لمستخدمي فيس بوك في العالم العربي من 51 مليون مستخدما في ديسمبر 2012، ليصل إلى 71 مليون مستخدما، نهاية ديسمبر 2013. ومازالت مصر تحتكر أكبر حصة من مستخدمي فيس بوك في العالم العربي حيث كانت النسبة 23%، ولا تزال مصر تمثل حوالي ربع العدد الإجمالي لمستخدمي فيس بوك في المنطقة، وحصلت على أعلى رقم من مستخدمي فيس بوك الجدد في العام 2013 بزيادة تصل إلى 4.2 مليون مستخدم (نظرة على الإعلام الاجتماعى فى العالم العربى، 2014).

تويتر: كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام 2006، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة ثم أتاحت هذه الشركة المعنية استخدام تلك الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام. ثم أقدمت هذه الشركة بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم واستحدثت لها أسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) في أبريل عام 2007 (نبيل عيد، 2013).

أخذ (تويتر) أسمه من مصطلح (تويت) ويعني (التغريد)، وأتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة تعرف بإسم "تويتس" لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة". ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة وإمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحدث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS) (نبيل عيد). وقد ارتفع نجاح وشعبية هذه الشبكة وأصبحت واحدة من الشبكات الثلاث الأكثر استخداماً بعد شبكتى فيس بوك وماي سبيس (حسنين شفيق،153، 2014).

يوتيوب: تأسس يوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة باي بال "PayPal" عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية. ويعتمد يوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتليفزيون والفيديو والموسيقى. وقامت جوجل عام 2006 بشراء الموقع مقابل (1,65) مليار دولار أمريكي ويعتبر يوتوب من الجيل الثاني، وأصبح اليوتيوب عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة تايم الأمريكية (نبيل عيد، 2013).

وتوضح دراسة مركز برو أن 31% من مقاطع الأخبار ترفع بواسطة المستخدمين بدون أذن الجهات الإعلامية وتساهم الموبايلات والتابلت بشكل كبير فى زيادة هذه النسبة و61% ترفعها المؤسسات الإعلامية بنفسها. وقد أوضحت الدراسة أشهر خمس مقاطع فيديو منذ يناير 2011 وحتى مارس 2012 ومن بينها تسونامى وزلزال اليابان (حسنين شفيق،174، 2014).

إيجابيات وسلبيات شبكات التواصل الاجتماعى:

من أبرز إيجابيات شبكات التواصل الاجتماعى أنها تعتبر وسيلة هامة لتقارب المفاهيم بين الأفراد والتعرف على ثقافات الشعوب المختلفة وتقريب المسافات بالإضافة لدوره المتميز كوسيلة اتصال ناجحة في التفاعل الاجتماعي (نبيل عيد، 2013). كما تساعد هذه الشبكات على التقرب والتواصل مع الآخرين وتفتح مجالاً للإبداعات والمشاريع التي تحقق الأهداف لتنمية المجتمع كما له من إستخدامات تعليمية وحكومية وتجارية (محمد جابر خلف الله، 2013). بينما نجد أن من ابرز سلبياتها تأثيرها المباشر والسلبي على المجتمع الأسري والمساهمة في انهياره (نبيل عيد، 2013). كما أنها تساعد على التحايل والابتزاز والتزوير. وكذلك تعمل على عرض المواد الإباحية والفاضحة والخادشة للحياء وتساهم فى انتهاك الحقوق الخاصة والعامة وانتهاك الخصوصية وانتحال الشخصيات، كما تعمل على نشر أفكار هدامة وتجمعات مخالفة للقيم والقانون، كما تعمل على التشهير ونشر الشائعات والمضايقات (محمد جابر خلف الله، 2013).

الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة زوايا مختلفة لشبكات التواصل الاجتماعى نظراً لأهميتها الذى يتزايد بالنسبة لمعظم فئات المجتمع ولكن لم تتمكن الباحثة من الحصول على أية دراسات تفيد موضوع الدراسة إلا ما قد ندر حيث تم دراسة الفكر الخرافى من قبل ولكن بعيداً عن شبكات التواصل الاجتماعى. وذلك ربما لخوف الباحثين من الأقتراب من هذه القضايا بالإضافة إلى حداثة الدراسات عن شبكات التواصل.

أولاً: دراسات حول شبكات التواصل الاجتماعى:

من بعض الدراسات على المستوى العالمى فى مجال شبكات التواصل دراسة سوينجاز Soengas (2013) "دور الإنترنت والشبكات الاجتماعية في الانتفاضات العربية – بديل للرقابة على الصحافة الرسمية" التى هدفت إلى تحليل قوة الإنترنت والشبكات الاجتماعية في الانتفاضات العربية. كما حاولت دراسة مساهمة تكنولوجيا الإتصالات في المجتمعات الأقل تقدماً في حالات الصراع ودراسة قيمة شبكة الإنترنت كحلقة وصل بين الشباب الذين دعموا التغيرات من الخارج والذين شاركوا بشكل مباشر في الاحتجاجات. وقد أجريت الدراسة مقابلات على الإنترنت مع 30 شاباً من تونس ومصر وليبيا الذين يعيشون في برشلونة ومدريد وسانتياغو دي كومبوستيلا خلال تطور الصراعات والذين شاركوا في الربيع العربى من خلال الشبكة لأهمية التكنولوجيا كأداة اتصال افتراضية. ومن أهم نتائج هذه الدراسة إثبات أن شبكات الإنترنت والتواصل الإجتماعى خدمت كعناصر للدعم الافتراضى للثورات وكتوازن مضاد للرقابة الرسمية ووسائل الإعلام الحكومية. وأثبتت هذه الشبكات فائدتها للتغلب على العزلة من المجتمع العربي، من أجل جعل الصراعات مرئية وجذب صلة الدعم من الخارج. أظهرت الدراسة أيضاً أن لهذه الشبكات معوقات في وجه الدعاية الموحدة للبنية التحتية التي كانت متاحة في كل بلد.

هدفت دراسة ألمانزا وفونسسكا وكاستيلو (2013) " الشبكات الاجتماعية والشباب: دراسة مقارنة للفيس بوك بين كولومبيا واسبانيا" لتحليل كيفية استخدام

الفيس بوك من قبل الشباب للتواصل فيما بينهم والتجارب التي تستفاد من ذلك لما لهذه الشبكات من تأثير على التنشئة الاجتماعية وكذلك الجوانب العاطفية والوجدانية لتنميتها. في حين يدعي المراهقين لمعرفة مخاطر هذه الشبكات، يعترفون بقبول الغرباء كأصدقاء وتقاسم كميات كبيرة من البيانات الحقيقية حول حياتهم الخاصة. ولهذا فمن الضروري فهم وسائل الإعلام والظاهرة الرقمية التى يعيش الشباب من خلالها. وقد استخدم هذا البحث أداة تحليل المضمون والمقابلات الشخصية لمقارنة استخدام الفيسبوك من قبل الشباب في كولومبيا واسبانيا مناصفة على عينة قوامها (200 مفردة) و40 مقابلة شخصية من طلاب المدارس بين 12 و 15 عاماً. ومن أهم النتائج أنه على الرغم من أن استخدام الفيس بوك محظور قانوناً لمن هم أقل من 13 عاماً، فإن عدد من المستخدمين دون السن القانونية لهذه الشبكة الاجتماعية يتزايد دون أي ضوابط من الآباء أو المدارس.

أما فى الوطن العربى فقد تمت دراسات عن شبكات التواصل الاجتماعى وتأثيراته المختلفة. هدفت دراسة خالد محمد البدر (2013) للتعرف على نسق القيم الاجتماعية لدى جيلى الآباء والأبناء المؤثر فى اتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعى. وقد أجريت هذه الدراسة فى مدينة الرياض على عينة قوامها 200 مفردة بواقع 100 من الآباء و100 من الأبناء. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفى عن طريق منهج المسح بالعينة الذى اعتمد على الاستبانة كأداة للدراسة. ومن أهم نتائج هذه الدراسة أن لنسق القيم الفكرية تأثير قوى جداً على اتجاهات الآباء نحو شبكات التواصل الاجتماعى بينما كان هذا التأثير قوى فقط على اتجاهات الأبناء نحو تلك الشبكات. وأن الاتجاهات المؤيدة بشدة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعى هى تيسير التواصل مع الأهل والأقارب والأصدقاء بتكلفة منخفضة ودعم ثقافة الحوار البناء القائم على قبول الآخر وأحتوائه والتواصل مع أبناء الحضارات والثقافات الأخرى. وأن الاتجاهات الرافضة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعى هى: إمكانية ارتكاب جرائم النصب والتزوير الإلكترونى وضعف التواصل الاجتماعى المباشر وفتح المجال أمام ابتزاز النساء.

أجريت دراسة مركز شؤون المرأة (2011) بعنوان "الشباب وشبكة التواصل الاجتماعى" فى قطاع غزة على عينة مقدارها (1500) من مختلف فئات المجتمع الفلسطينى الذكور والإناث بالتطبيق على القطاع الخاص والمنظمات الأهلية والمنظمات الحقوقية والنسوية والنقابات المهنية والموظفية والطلاب والأكاديميين بهدف التعرف على أهم القضايا المجتمعية والسياسية التى يتداولها أفراد المجتمع الفلسطينى عبر شبكات التواصل الاجتماعى. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفى عن طريق المسح بالعينة واستخدمت استمارة استبيان كأداة للدراسة. ومن أهم نتائج الدراسة استخدام غالبية مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعى أسماء مستعارة وأن أهم أدوات التواصل الاجتماعى المستخدمة هى على الترتيب: البريد الإلكترونى، ومحركات البحث وموقع فيس بوك. وأن غالبية مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعى لديهم حساب فى إحدى شبكات التواصل الاجتماعى: فيس بوك وتويتر ويوتيوب. وأن غالبية المبحوثين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعى منذ أكثر من عامين. وقد زاد الاهتمام بشبكات التواصل الاجتماعى بعد نجاح الثورات العربية وكذلك زاد معدلات استخدامها يومياً.

وعلى المستوى المحلى، أهتمت دراسة جيهان حسن أمين حسين (2014) إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعى فى تنمية الوعى السياسى لشباب ثورة 25 يناير. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفى التحليلى وقد قامت الباحثة بإعداد استبيان وتطبيقه على الشباب من سن 18 إلى 35 عام مستخدمى شبكات التواصل الاجتماعى. وأيضاً أعدت الباحثة استمارة تحليل مضمون وقامت بتحليل صفحة "كلنا خالد سعيد" على الفيس بوك لمدة 3 شهور. وأشارت نتائج الدراسة إلى أن فيس بوك من شبكات التواصل الاجتماعى التى أدت الدور الأكبر فى ثورة 25 يناير.

حاولت دراسة عمرو محمد أسعد (2011) التعرف على طبيعة استخدامات الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية من ناحية وعلاقتها بقيمهم المجتمعية من ناحية أخرى. تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التى تستهدف وصف

وتحليل ظاهرة مواقع الشبكات الاجتماعية من حيث طبيعة استخدامات الشباب المصرى لها وعلاقاتها بقيمهم المجتمعية إيجاباً أو سلباً. واستخدم الباحث منهج المسح واشتملت عينة الدراسة الميدانية على مستخدمى موقعى يوتيوب وفيس بوك من طلاب الجامعات المختلفة قوامها 400 طالب. كذلك تحليل الصفحات الشخصية للشباب المصرى فى موقع فيس بوك للكشف عن طبيعة الأنشطة التى يمارسونها وتفاعلات أصدقائهم معهم. ومن أهم نتائج الدراسة التحليلية أن جاءت مقاطع الفيديو الترفيهية فى مقدمة مقاطع الفيديو الأكثر مشاهدة من الشباب المصرى فى موقع يوتيوب. واشتملت تعليقات المستخدمين حول مقاطع الفيديو فى موقع يوتيوب على إبداء الآراء ووجهات نظر بنسبة كبيرة مثلت 95.7% يليها تعليقات الإطراء على المستخدمين لعرض مقاطع الفيديو بنسبة 83.9%. كما اشتملت التعليقات على السباب واستخدام ألفاظ غير لائقة التى أدت إلى اختلاف وجهات النظر بين مستخدمى الموقع بنسبة 80.6%. جاءت اللغة الإنجليزية فى مقدمة اللغات التى كتب بها المستخدمون تعليقاتهم حول مقاطع الفيديو بنسبة 95.7% ويرجع ذلك إلى تفاعل جنسيات مختلفة من المستخدمين دون وجود أى قيود.

هدفت دراسة أشرف جلال حسن (2009) إلى رصد وتوصيف أثر الوسائل الإتصالية الحدثية (الإنترنت) على طبيعة وحجم العلاقات والتفاعلات الاجتماعية والاتصالية داخل الأسرة المصرية والقطرية. تم التطبيق على عينة عشوائية متعددة المراحل قوامها (600) مفردة وزعت ما بين صغار السن والوالدين في قطر ومصر، في محاولة للوصول إلى رؤية محددة نحو ترشيد استخدام التقنيات الحديثة وتفعيل دور المسؤولية الأسرية والمجتمعية في هذا السياق. ومن أهم النتائج وجود ارتباطاً سلبياً بين معدل استخدام المواقع الاجتماعية ومستوى التفاعل الاجتماعي بين الأفراد. كما أن هناك ارتباطاً سلبياً أيضا بين معدل الاستخدام وانخفاض مستوى التحصيل الدراسي لدى أفراد العينة. وأن هناك علاقة ارتباطية إيجابية بين زيادة معدل الاستخدام واتجاه المبحوثين نحو تكوين علاقات اجتماعية ثابتة ومستقرة وليست عابرة. وأنه كلما شعر الأفراد بالخصوصية باستخدام جهاز الكمبيوتر زاد انعزالهم عن

الواقع وانخفض مستوى تفاعلهم الاجتماعي بعكس أقرانهم الذين يستخدمون الكمبيوتر في مكان لا يتمتع بالخصوصية ويستطيع المحيطون بالفرد الوصول إليه.

اجرت نرمين زكريا خضر (2009) دراسة لمعرفة دوافع استخدام الشباب المصري لموقع فيس بوك، والكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية والصداقات التي يكونها الشباب المصري. كما هدفت أيضا إلى رصد وتحليل الآثار النفسية والاجتماعية (السلبية والإيجابية) المترتبة على تعامل عينة الدراسة مع موقع فيس بوك. استخدمت عينة عمدية متاحة من مستخدمي فيس بوك من طلاب الجامعات المصرية (الحكومية والأجنبية) قوامها (136) مفردة موزعة بالتساوي بين جامعة القاهرة والجامعة البريطانية. ومن أهم النتائج أن دافع التسلية والترفيه يأتي فى مقدمة دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع فيس بوك بنسبة مقدارها (69.9%). بينما جاء دافع خلق صداقات جديدة، ودافع التواصل مع الآخرين وتطوير علاقات اجتماعية معهم في المرتبتين الثانية والثالثة بنسبة (41.2%) و(37.5%) لكل منهما على التوالي. كما أوضحت الدراسة أن تقديم المبحوثين لأنفسهم كما هم بصدق وبدون أي تلوين أو خداع للآخرين بنسبة (82.4%)، مقابل (19.9%) لتقديم المبحوثين أنفسهم للآخرين باستخدام اسم مستعار. وتوصلت الدراسة إلى أن العبارات التي حظيت بأعلى أهمية نسبية لدى طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية بمقياس ليكرت الثلاثي تمثلت في العبارات التالية: "التعامل مع الموقع جعلني أشعر بالانفتاح على أخبار الآخرين"، بوزن نسبي (90.44)، يليها عبارة "أتخلص من الشعور بالوحدة عندما أجلس على موقع فيس بوك"، بوزن نسبي (83.09%)، ثم عبارة "لقد قمت بتطوير علاقات اجتماعية عديدة من خلال التعامل مع الموقع"، في المركز الثالث بوزن نسبي (75.25%). وهذا يدل على غلبة الطابع الإيجابي على الآثار الاجتماعية المترتبة على استخدام طلبة الجامعات لموقع فيس بوك.

ثانياً: دراسات حول التضليل الإعلامى:

أجرى محمد بن علي العصيمي (2014) دراسة لمعرفة ما إذا كان التضليل الإعلامي جريمة قانونية تستوجب المساءلة الجنائية. هدفت الدراسة إلى تحديد

المقصود بجريمة التضليل الإعلامي، وبيان خطورتها على أمن المجتمع وسلامته، والأساليب المستخدمة في التضليل الإعلامي، وتوضيح موقف الإسلام والقانون من جريمة التضليل الإعلامي، وتحديد المسؤول عنها جنائيًّا، وذكر النصوص القانونية الواردة بشأن هذه الجريمة. اعتمدت الدراسة على المنهج التأصيلي منهجًا أساسيًّا لتجريم التضليل الإعلامي في الفقه الإسلامي وأنظمة الحكم في المملكة العربية السعودية. كما استخدم البحث المنهج الوصفي الذي يقوم على وصف مفاهيم التضليل الإعلامي. ومن أهم النتائج أن الإعلام ليس مجرد وسيلة لمعرفة الأخبار فقط، بل أن الوظائف المتعددة للإعلام تجعله قوة مؤثرة في العديد من المجالات: الاجتماعية، والثقافية، والسياسية، وغيرها. وأن المقصود بجريمة التضليل الإعلامي هو تضليل الرأي العام عبر وسائل الإعلام المختلفة عن طريق عدم تقيد الإعلام بضوابط العملية الإعلامية، وتعمد الامتناع عن نشر الحقيقة في موضوع معين، أو تعمد إخفاء جانب منها، أو استخدام أحد أشكال التضليل الإعلامي عند تناول الأخبار. كما أن هناك عدة صعوبات قانونية في تحديد الأشخاص المسؤولين عن ارتكاب جريمة التضليل الإعلامي.

هدفت دراسة أحمد شيهابات (2012) "وسائل الإعلام الاجتماعية السيبرانية الحرب: الأحداث الجارية في الثورة السورية2011 " إلى تحليل تعامل كل من الجيش السوري الإلكتروني (SEA) والجيش السوري الحر (SFA) مع شبكات وسائل التواصل الإجتماعى، "الحرب الإلكترونية"، "الهجمات الالكترونية"، والتضليل الإعلامي والدعاية في الثورة السورية عام 2011. وكانت أهمية نشر المعلومات خلال ثورة ما يسمى "الربيع العربي" حاسمة في تحديد نتائج الثورات. خلافاً لما حدث في مصر وتونس، استعاد النظام السوري الاتصال بالإنترنت في البلاد خلال الإنتفاضات وألغت القيود على فيس بوك ومواقع التواصل الإجتماعى حتى تنصب فخ للناشطين على مواقع التواصل الإجتماعى وتضييق الخناق عليهم. كما أوضحت هذه الدراسة إطار الثورة السورية، وكيف بدأت ردود النظام لفهم دور وسائل شبكات التواصل الإجتماعى خلال الثورة السورية، ثانياً، يسلط الضوء على النشاط الرقمي

قبل وأثناء الثورة. ثالثاً، استكشفت الدراسة الحرب الإلكترونية لشبكات التواصل وتوجهات الهجمات الإلكترونية التي كتبها SEA إلى الثوار والمعارضين الدولية الأخرى. واستند هذا البحث على الملاحظة الذاتية للSEA وSFA في حسابات الفيسبوك وتويتر. وقد استخدمت القنوات الفضائية كمصادر ثانوية كما كانت مصادر مفيدة في الصراع.

أجريت دراسة أحمد خليفة الدهاش (2010) بمدينة الرياض على عينة قوامها (65) من العاملين بوزارة الشؤون الإسلامية والأوقاف والدعوة والإرشاد بهدف التعرف على مدى استخدام الشبكة العنكبوتية فى مواجهة انتشار الفكر المتطرف. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفى عن طريق مدخل المسح بالعينة الذى اعتمد على الاستبيان كأداة للدراسة. ومن أهم نتائج الدراسة أن المواقع الإلكترونية التى تبث الفكر المتطرف تتميز بتوفير مختلف الوسائط السمعية والبصرية المتعلقة بمنهجها الفكرى للترويج للخروج على الأنظمة والطعن بالعلماء، بجانب استخدامها فى التواصل بين معتنقى هذا الفكر. تتسم المواقع التى تبث الفكر المتطرف بعدة خصائص: ترويج المفاهيم الخاطئة لعقيدة الجهاد وللأفكار التكفيرية وإيقاع الكثير من الشباب فى حبائل جماعات مشبوهة. كما ثبت وجود دوراً فعالاً للشبكة العنكبوتية فى مواجهة الفكر المتطرف بإمكانية التشويش على بعض المواقع داخل الشبكة وإمكانية دخول المخالفين وإعادة صياغة النصوص بأفكار وتوجهات مخالفة.

أجرى علي آل طالب (2007) رسالة ماجستير على "الأثر الإعلامي واستراتيجية القرار السياسي". وتكمن أهمية البحث في تسليط الضوء على الصناعة الإعلامية الغربية المضللة ومدى تطويعها وفق المصالح الاستراتيجية للمنظومة الغربية والأمريكية بالذات ومدى تأثيرها في الواقع العربي والإسلامي وكافة دول العالم الثالث فيما يتعلق بالتضليل الإعلامي الذي بات يُستخدم أداةً للقهر. وقد استخدم المنهج الوصفي بجانب استجابته للمنهج التأريخي في أحيان كثيرة. وأرتكز البحث على الفترة التي أعقبت أحداث سبتمبر 2001. ومن أهم النتائج يظل الإعلام بصورته العامة مرهونًا بالأجندة السياسية. تفريغ الإعلام من مضامين الأمانة والحياد

إلى لعب أدوار سيئة؛ كبث الأكاذيب، وتشويه الحقائق، وصناعة الخديعة والفبركات، والسبب يعود لاستغلاله سياسياً، وفي الوقت نفسه عدم تمتعه بالاستقلالية كمنظومة قيم اتصالية حديثة. وقد أوضحت الدراسة أن الحل للخروج من المأزق الإعلامي العربي هو الأخذ بالأولويات، والأخذ بعوامل الإصلاح السياسي الذي ولا شك سيلقي بظلاله على العديد من القضايا المهمة والرئيسية، لأن الإعلام العربي وتصحيح مساره يظل مرهونًا بتحسن الحال السياسي.

ثالثاً: دراسات حول قضايا الجن فى وسائل الإعلام:

تتعلق جميع الدراسات السابقة التى تناولت قضايا الأفكار الخرافية والمعتقدات الخاطئة أو المغلوطة من 1968 إلى 2007 بدراسات علم النفس والاجتماع. ولذلك فإنه لاتوجد دراسات إعلامية سوى دراستين فقط تناولا دور القنوات الفضائية فى نشر الفكر الخرافى: واحدة من مصر والأخرى من قطر وسيتم عرضهما على النحو التالى ولكن من الضرورى إلقاء الضوء على عدم وجود دراسات توضح دور شبكات التواصل الاجتماعى كإحدى وسائل الإعلام الجديد فى نشر الفكر الخرافى وقضايا مس الجن والعلاج بالقرآن وكيف تم التعامل معها على هذه الشبكات.

تناولت دراسة عزة علام (2012) المعالجة الإعلامية لقضية الفكر الخرافى ودور القنوات الفضائية العربية فى نشر الفكر الخرافى والتعرف على مدى تأثيرها على المشاهد المصرى ومدى اهتمامه بمشاهدة البرامج والإعلام التى تهتم بالدجل والشعوذة. قامت الدراسة بتحليل الأفلام السينمائية التى تتناول فكرة الدجل والشعوذة والتى تعرض فى قنوات الدراما والأفلام للكشف عما إذا كانت تشجع هذه الأفكار أم تحاربها. وقد تم أيضاً تحليل تسعة برامج التى تروج للفكر الخرافى ومجموع عدد حلقاتها 156 حلقة وقد بلغت عينة الأفلام 13 فيلماً سينمائياً عرضت مشاهد دجل وشعوذة بدورة تليفزيونية من الفترة 2010/1/1 إلى 2010/3/31 أى فترة ثلاثة أشهر كاملة. وقامت الباحثة بدراسة ميدانية على عينة قوامها (400) مفردة بواقع 200 مبحوث من القاهرة و200 مبحوث من الغربية. ومن أهم نتائج دراسة الأفلام

أن أكثر المشكلات التى تناولتها تلك الأفلام كانت مشكلة الصراع بين اللجوء للطب واللجوء للدجالين فى علاج الأمراض يليها الاعتماد على الدجل فى حل مشكلة الزواج. ومن أهم نتائج دراسة البرامج وجود مشاركة من الجمهور دليل على تفاعل الجمهور مع مثل هذه النوعية من البرامج وأن معظم المتصلين بهذه البرامج من الإناث من فئة الشباب. ويلاحظ أن الهدف متعلق بعلاج الأمراض بنسبة (11.1%).

حاولت دراسة عنود محمد الشمرى (2007) التعرف على اتجاهات طالبات جامعة قطر نحو برامج القنوات الفضائية المروجة للخرافات والاعتقادات الخاطئة. استخدمت الدراسة المنهج الوصفى واعتمدت على منهج المسح على عينة قوامها (400) مفردة. هدفت الدراسة إلى معرفة أسباب مشاهدة طالبات الجامعة لبرامج هذه القنوات ونوع البئية الاتصالية النى تتمتع بها طالبات الجامعة. كما حاولت دراسة أنماط المشاهدة التى يتمتع بها طالبات الجامعة وحقيقة ظاهرة التليفزيونات المروجة للخرافة والاعتقادات الخاطئة مثل السحر والشعوذة ونتائجها. ومن أهم نتائج الدراسة أن التليفزيون يقوم بدور قوى كأداة إعلامية فى التأثير على الجمهور ويغير أنماط الترفيه والتسلية الجماعية بين الشباب. كما أوضحت الدراسة أن الآباء لايقومون بدورهم المهم فى تقنين العادات الإتصالية للأبناء ولذلك يقع الأبناء فريسة للبرامج الضارة. وأظهرت الدراسة أن قناة كنوز وقناة شهرزاد دور كبير فى نشر التنجيم والسحر والخرافات بين طالبات الجامعة.

الإجراءات المنهجية:

أولا: تساؤلات الدراسة التحليلية للبرامج المرفوعة على اليوتيوب:

1- متى يتم إذاعة البرنامج وما هى مدة عرضه؟
2- ما القوالب الفنية المستخدمة فى تقديم البرامج؟
3- ما النوع الاجتماعى لمقدم البرنامج؟
4- ما سمات الأشخاص القائمين بعلاج مش الجن بالقرآن من حيث المهنة؟

5- ما سمات الجمهور الذى يشاهد هذه البرامج من حيث النوع؟
6- ما مدى مشاركة الجمهور فى البرنامج (يشارك بالحضور، الإتصال بالهاتف، الإتصال بالبريد الإلكترونى، رسائل المحمول)؟
7- ما الأدوات التى يستخدمها الممارس للدجل فى البرامج مثل: (البخور، الماء، قراءة القرآن)؟

ثانياً: تساؤلات الدراسة التحليلية لتعليقات الجمهور لتلك البرامج على شبكات التواصل الاجتماعى:

1- هل يوجد "أعجبنى" Like حول الفيديو فى صفحة كل برنامج؟
2- ما عدد "أعجبنى" Like حول الفيديو فى صفحة كل برنامج؟
3- هل يوجد تعليقات نصية Comments حول الفيديو فى صفحة كل برنامج؟
4- ما عدد التعليقات حول الفيديو فى صفحة كل برنامج؟
5- ما طبيعة تعليقات المستخدمين حول الفيديو فى صفحة كل برنامج؟
6- ما اللغة المستخدمة فى تعليقات الأعضاء حول الفيديو فى صفحة كل برنامج؟

فروض الدراسة التحليلية لتعليقات الجمهور لتلك البرامج على شبكات التواصل الاجتماعى:

1. توجد علاقة إرتباطية دالة بين نوعية مقاطع الفيديو وعدد مشاهدات مقاطع الفيديو.
2. توجد علاقة إرتباطية دالة بين نوعية مقاطع الفيديو والاستجابة نحو مقاطع الفيديو (بأعجبني).
3. توجد علاقة إرتباطية دالة بين نوعية مقاطع الفيديو وعدد تعليقات المستخدمين نحوها.

منهج الدراسة:

تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التحليلية التى تحاول وصف الظاهرة موضوع الدراسة وهى التأثير السلبى لشبكات التواصل الاجتماعى فى من خلال بثها بعض الأخبار والمعلومات والآراء التى تطرح حول تلك الأخبار والتأثيرات الناتجة عنها. وقد استخدم منهج المسح وفى إطاره تم استخدام مسح المضمون باستخدام تحليل المضمون والتركيز على الشق الكيفى الخاص بالبرامج الحوارية التليفزيونية التى ناقشت قضايا مس الجن للأنسان والعلاج بالقرآن والتى قد رفعت على شبكات التواصل الاجتماعى. كما تم تحليل مضمون العبارات والتعليقات على تلك البرامج بعد نشرها على شبكات التواصل المختلفة مثل يوتيوب وفيس بوك. كما استخدمت الباحثة المنهج المقارن فى مجال المقارنة بين اتجاهات البرامج الخمس فى تناول قضايا مس الجن للأنسان والعلاج بالقرآن وكذلك المقارنة بين تعليقات الجمهور المختلفة على شبكات التواصل.

أدوات جمع البيانات:

1- تم إعداد استمارة تحليل مضمون للتعرف على نوعية البرامج التى ناقشت قضايا الجن والشعوذة والتى رفعت على اليوتيوب، وكذلك التعرف على أكثر البرامج مشاهدة تناولت هذا الموضوع من الجمهور المصرى.

2- رصد تعليقات مستخدمي موقع يوتيوب YouTube حول مقاطع فيديوهات لبرامج تتناول موضوعات عن الدجل والشعوذة كإحدي المؤشرات الدالة عن ردود افعال الجمهور حول موضوع المعالجين بالرقية الشرعية والدجل والشعوذة ، وتفاعلهم حول تناول البرامج التليفزيونية لتلك الموضوعات ومدي مصدقيتها.

تحديد وحدات التحليل:

وحدة التحليل هي المقياس الذي يحصي به الباحث عدد مرات تكرار المضمون أو الظاهرة التي يسعي إلي تحليلها، وفي هذه الدراسة تم استخدام عدة وحدات للتحليل هي:

- وحدة الموضوع: أعتمدت الدراسة علي وحدة الموضوع لتحديد القضايا التي تدور حولها البرامج عينة الدراسة حيث تمثل وحدة الموضوع أكبر وأهم وحدات تحليل المضمون وأكثرها أحادى وهي عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها مضمون التحليل.
- وحدة مقياس الزمن: تم استخدام تلك الوحدة لمعرفة الزمن الذي تستغرقه القضايا في مضمون البرامج موضوع التحليل عن طريق حساب تلك الموضوعات بالساعة ومشتقاتها الدقيقة.
- وحدة البرنامج التليفزيوني: وهي تمثل الوحدة الطبيعية للمادة الإعلامية وتم استخدامها لحساب عدد الحلقات موضوع التحليل.
- وحدة العد والقياس: وقد تم استخدامها لمعرفة موضوع الدجل والسحر والشعوذة في البرامج موضوع التحليل.

فئات تحليل المضمون للبرامج موضوع الدراسة:

1. **فئات المضمون وتشمل:**
   - فئة نوعية المعالجة وهى تهدف إلى معرفة اتجاهات هذه البرامج لقضايا موضوع الدراسة ما إذا كانت موضوعية، متحيزة أو هجومية.
   - فئة نوع مقدم البرنامج.
   - فئة نوع الجمهور الذى يشارك فى البرنامج.
   - فئة الهدف من مشاركة الجمهور فى البرنامج.
   - فئة الأدوات التى يستخدمها مقدم البرنامج.
2. **فئات الشكل وتشمل:**
   - فئة مدة البرنامج وهى تهدف إلى التعرف على المدة الزمنية التى استغرقها البرنامج عن طريق تحديد الوقت بالساعة والدقيقة.
   - فئة القوالب الفنية وهى تهدف إلى التعرف على شكل البرنامج: حديث مباشر، حوار، أو إذا كان يجمع بين الحديث المباشر والحوار.
   - فئة مشاركة الجمهور فى البرنامج.

عينة الدراسة التحليلية للبرامج المرفوعة على يوتيوب:

تمثل مجتمع الدراسة التحليلية فى خمسة من البرامج الحوارية فى خمس قنوات هم: قناة "النهار" وقناة "الحياة1" وقناة "الحياة2" وقناة "القاهرة والناس" وقناة "سى بى سى" والتى قد تم رفعهم على يوتيوب. أما بالنسبة للبرامج فقد وقع الأختيار على خمس برامج لما عرضته من المحتوى والمضمون المراد تحليله ودراسته فى هذا البحث وهو الأعتقاد فى لبس الجن للإنسان والعلاج بالقرآن الكريم وهم برنامج "صبايا الخير" لريهام سعيد فى قناة النهار، برنامج "بوضوح" لعمرو اليثى وبرنامج "أسرار من تحت الكوبرى" لطونى خليفة، برنامج "مصر الجديدة" لمعتز الدمرداش وثلاث حلقات من برنامج "لازم نفهم" لمجدى الجلاد برغم أن هذه الحلقات تم إذاعتها بعد الدورة التليفزيونية محل الدراسة وذلك لأهمية هذه الحلقات التى تتضمن الرد على البرامج سالفة الذكر التى تروج لهذه الأفكار. وقد تم اختيار بعض الفقرات فقط فى بعض البرامج تحت الدراسة للتركيز على موضوع البحث. اشتملت عينة الدراسة التحليلية على تحليل هذه البرامج محل الدراسة على مدى دورة برامجية مدتها ثلاثة أشهر فى الفترة من شهر 2014/9/1 إلى 2014/12/31 وقد بلغ عدد الحلقات التى تم تحليلها(15 حلقة) (وبعض الفقرات داخل الحلقة الواحدة) بإجمالى زمن (57 ثانية : 45 دقيقة:14 ساعة).

إجراءات الصدق والثبات للدراسة التحليلية:

1- **صدق التحليل (Validity):** صدق التحليل للتأكد من أن أسلوب القياس يقيس ما يفترض قياسه وهل يوفر هذا الأسلوب بالفعل المعلومة المطلوبة ومدي ملاءمة الإستمارة لموضوع الدراسة.

- لتحقيق درجة الصدق للتحليل من خلال التحديد الدقيق لوحدات التحليل وفئاته وتعريف كل وحدة وكل فئة تعريفاً دقيقاً واضحا شاملاً تم الاتفاق عليه.
- دراسة آراء ومعلومات واتجاهات بعض الخبراء للتعرف علي مفهوم المصطلحات التي سيتم استخدامها في التحليل حتي يتم التوصل إلي أدق

المفاهيم وأشملها، وتم ذلك من خلال مناقشات الباحثة مع أساتذة بكلية الاعلام.

- عرض بيانات الإستمارة علي مجموعة من المحكمين للتأكد من صلاحيتها للتطبيق وقد اتفق المحكمون على ملاءمة الإستبانة لموضوع الدراسة حيث تراوحت نسب اتفاقهم بين 85% إلى 100%، وتم تعديل بعض الفئات.

2- ثبات التحليل (Reliability): إمكانية تكرار التحليل والحصول علي نتائج ثابتة، وتسعي عملية الثبات إلي التأكد من وجود درجة عالية من الإتساق عن طريق الإتساق الزمني بمعني ضرورة توصل الباحثين إلي نفس النتائج بتطبيق نفس فئات التحليل ووحداته علي نفس المضمون إذا أجري التحليل في أوقات مختلفة، ولقد تم تطبيق إستمارة تحليل المضمون علي عدد (3) مقاطع فيديو لبرنامج بوضوح بعد ثلاثة شهور وجدت الباحثة أن نسبة الثبات وصلت (97%) وهذا يعني ثبات المقياس وصلاحيته للتطبيق.

الأساليب الإحصائية:

قامت الباحثة بالمراجعة الميدانية والمكتبية لصحيفة الإستبيان وتم ترميز الإجابات وإدخالها علي برنامج SPSS وقد تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1- الجداول التوافقية Crosstabs

2- كا² Chi-Square

3- معامل التوافق Contingency Coefficient

نتائج الدراسة التحليلة للبرامج:

مضمون البرامج التي تم تحليلها:

(1) برنامج "**بوضوح**":

يعرض البرنامج علي قناة *الحياة 1* ويقدمه الإعلامي عمرو الليثي مرتين أسبوعياً (السبت – الأربعاء) ويقدم موضوعات مختلفة وتم اختيار الحلقات التي تتفق مع موضوع البحث بواقع عدد (6) حلقات. تم استضافة الشيخ عمرو الليثي في جميع الحلقات التي تم إختيارها وقدمه المذيع علي أنه الراقي الشرعي عمرو الليثي. تقوم فكرة الحلقات علي توضيح حيل الدجالين والمشعوذين بعرض كل تفاصيل خداع المترددين عليهم. وتقوم أيضاً علي استقبال مكالمات تليفونية وأسئلة علي فيس بوك من المشاهدين ممن يعانون من أعراض مرضية ومنهم من يعاني من مس الجن أو الحسد. يقوم الشيخ عمرو الليثي بتوضيح الحالة ما اذا كانت مرضية وتحتاج إلي طبيب أو تعاني من حسد أو سحر وتحتاج رقية شرعية، ثم يقدم النصائح للمشاهدين. يوجه الإعلامي عمرو الليثي المشاهدين بأنه يمكن للبرنامج مساعدة بعض الحالات وعرضها علي الشيخ عمرو الليثي لعلاجها.

(2) برنامج "**صبايا الخير**":

يعرض البرنامج علي قناة *النهار* الأولي أيام الإثنين – الثلاثاء – الأربعاء من كل أسبوع ويقدم موضوعات مختلفة وتم اختيار حلقات يوم 2014/12/10 ويوم 2014/12/15 وفقرة من حلقة يوم 2014/12/17 لتناولها موضوع مس جني، ويقدمه الإعلامية ريهام سعيد. تناولت تلك الحلقات أسرة لديها (5) بنات لديهن لبس من الجن، كما أوضحت مقدمة البرنامج أن الشيوخ والأطباء فشلوا في علاجهن. قامت بعرض تفاصيل الحالة لدي البنات الخمس وعما يحدث لهم من أعراض غريبة مثل (قئ دم – تشنجات). قامت بإستضافة طبيب نفسي لتوضيح الحالة وقال أنهم مصابين بهستريا تحويلية. توجهت الإعلامية لعيادات أطباء طب نفسي وأوضح أحدي الأطباء أن الطب النفسي لا يتعارض مع العلاج بالقرآن بعد مشاهدة الطبيب لفيديو حالات البنات الخمس. بينما أقرت طبيبة أخري إصابة البنات بمرض نفسي

وطلبت رؤية أحدي البنات وفعلاً قامت أسرة البرنامج بعرض أحدي الفتيات علي الطبيبة وبعد أن تحدثت معها ومع أهلها طلبت أن يتم وضع البنات الخمس تحت الملاحظة منفصلين لمدة شهر وأنها غير مقتنعة بإصابتهن بمس جني ورفض أسرة البنات علاجهم وحدثت مشادة كلامية بين الطبيبة وأسرة الفتيات.

استعانت الإعلامية ريهام سعيد بعلاء حسنين عضو مجلس الشعب السابق لعلاج الفتيات الخمس اللاتى تعرضن لمس جنى بالقرآن الكريم، فى الوقت الذى عرضت فيه بعضهن على أحدى الطبيبات النفسيات والتى أكدت أن هذه الحالات تعد مرضاً نفسياً ويتطلب علاجهن بالمكوث فى المستشفى لمدة شهر فى أماكن منفصلة. قام علاء حسنين عضو مجلس الشعب السابق بعلاج الفتيات بالقرآن الكريم بالرغم من أن سماع القرآن الكريم يصيبهن بحالات تشنج وبعد ما يزيد على الساعة أكد على أنهن أصبن بمس جنى نتيجة إلقاء "زيت مغلى" داخل حمام المنزل، فقتل "جنى"، وهو ما دعا أقرانه إلى الإنتقام من الفتيات. أوضحت الإعلامية شفاء الخمس بنات بعد أن تم شفائهن بالعلاج بالقرآن وليس لمدة شهر كما ذكرت طبيبة الطب النفسي كما أوضحت أنها لا تهتم بالهجوم عليها وارسلتهم لأداء فريضة العمرة.

(3) برنامج "**أسرار من تحت الكوبري**":

يتناول البرنامج موضوعات مختلفة ومتنوعة، ويقدمه الإعلامي توني خليفة علي قناة *القاهرة والناس* يومياً ماعدا الجمعة وتناولت الباحثة تحليل فقرتين من البرنامج عن الجن. تناولت فقرة عرض حالة حوادث حريق في إحدي منازل قرية في الفيوم واللجوء للشيخ فرحات ذات القدرات الروحانية الخارقة وقام بإخراج الجن من إحدي الأبناء. وأوضح الشيخ فرحات أن الإعلامي توني خليفة مسحور واتفق علي علاجه بعد الحلقة. تناولت الفقرة الأخرى العلاج الجماعي لمن يلبسهم الجن من خلال أحدي القساسيين (الأب مكارى) ويضم العلاج الجماعي مسلمين ومسيحيين، ويقوم بإخراج الشياطين من جسدهم نتيجة بركة الصليب والبخور والترانيم، وقد تم استضافة سيدة مسلمة ظهرت متخفية في نقاب وهي غير منتقبة وأوضحت كيفية علاجها من مس جني خلال حضورها جلسة علاج جماعي للأب مكارى.

(4) برنامج "**مصر الجديدة**":

برنامج حواري يقدم موضوعات متنوعة، و يقدمه الإعلامي معتز الدمرادش علي قناة *الحياة 2* من السبت إلى الثلاثاء. وتناولت إحدى الفقرات موضوع الحسد والمس الجني وقام بإستضافة المعالجة الروحانية الدكتورة عبير فتيان كما قدمها مذيع البرنامج. تناولت الفقرات إتصالات تليفونية من أصحاب مشكلات متعلقة بتأخير الزواج أو مس أو جن وتقوم الضيفة بتوضيح الحالة وتشخيصها: سحر أو حسد أو لبس جن.

(5) برنامج "**لازم نفهم**":

برنامج حواري يناقش القضايا الهامة ويقدمه الإعلامي مجدي الجلاد على قناة *سى بى سى* ويذاع من السبت إلي الثلاثاء في الساعة 10 مساءاً. تقوم فكرة الثلاثة حلقات (18-19-2015/1/20) عن كيفية مواجهة ظاهرة المشعوذين والدجالين وكشف كذبهم من خلال إرسال صحفية لمراكز الرقية الشرعية (الشيخ عمرو الليثي) ومراكز (عبير فتيان) وتوضيح كيفية النصب علي المترددين عليهم. قام بإستضافة أساتذة في الطب وصحفي الذى تعلم المهنة من دجال تائب وقام بالعمل لمدة ستة أشهر كدجال بأسم (الشيخ المراكشي)، وأوضح أن أكثر المترددين من المثقفين ومن ذو مناصب مرموقة. قام بعرض فيديوهات عن المراكز المتخصصة في الرقية الشرعية والعلاج الروحاني وكيفية النصب علي المترددين مع مقاطع لآراء أستاذ متخصص في علم الاجتماع وشيوخ من الأزهر الشريف لكشف الحقيقة. وأوضح أنه يقدم بلاغ للنائب العام ضد تلك البرامج والقنوات التي تستضيف هؤلاء الدجالين.

نتائج الدراسة التحليلية للبرامج:

جدول رقم (1) أسماء البرامج وعدد الحلقات والمدة التي شغلتها البرامج

البرنامج	القناة	عدد الحلقات		الزمن			النسبة المئوية للزمن
		ك	%	ثانية	دقيقة	ساعة	
بوضوح	قناة الحياة 1	6	40	10	05	5	32.82
صبايا الخير	قناة النهار	3	20	22	52	4	31.44
لازم نفهم	قناة سي بي سي	3	20	32	14	4	27.37
اسرار من تحت الكوبري	قناة القاهرة والناس	2	13.3	48	37	0	4.07
مصر الجديدة	قناة الحياة 2	1	6.7	00	40	0	4.30
الإجمالي		15	100	52	29	14	100

بتضح من الجدول السابق أن برنامج بوضوح احتل المرتبة الأولي بنسبة (32.82%) وعدد الحلقات (6) حلقات، يليها برنامج صبايا الخير في المرتبة الثانية بنسبة (31.44%) وعدد حلقتين وفقرة من الحلقة الثالثة، يليها برنامج لازم نفهم بنسبة (27.37%) وعدد (3) حلقات وفي المرتبة الأخيرة برنامج أسرار من تحت الكوبري بنسبة (4.07%) وعدد فقرتين من عدد (2) حلقة ثم برنامج مصر الجديدة بنسبة (4.30%) لأنها فقرة من حلقة واحدة. ويرجع ذلك للتركيز علي موضوع البحث عن السحر والدجل والمشعوذين. ونجد أن أكثر عدد حلقات من برنامج بوضوح حيث ركز علي تناول كيفية كشف بدع المشعوذين والدجالين. أما حلقات ريهام سعيد فقامت بعرض مستفيض لحالات الخمس فتيات الآتى لديهن مس جني وعلاجهن وتناولتهن بحلقتين كاملتين. بينما تناولت حلقات أسرار من تحت الكوبري وبرنامج مصر الجديدة نفس الموضوعات وكيفية علاج الشيوخ أو المعالجين الروحنيين. وركزت حلقات لازم نفهم علي محتوى البرامج والقنوات الفضائية التى تضلل المشاهدين وتستضيف ضيوف تمارس الدجل والشعوذة.

جدول رقم (2) النوع الاجتماعي لمقدم البرنامج

البرنامج	النوع الاجتماعي لمقدم البرنامج		المجموع
	ذكر	أنثي	
بوضوح	1	–	**1**
صبايا الخير	–	1	**1**
لازم نفهم	1	–	**1**
اسرار من تحت الكوبري	1	–	**1**
مصر الجديدة	1	–	**1**
الإجمالي	4	1	**5**

يلاحظ من الجدول السابق أن أغلب مقدمي البرامج من الذكور بنسبة (83.3%.) والإناث بنسبة (16.4%)، وأن عدد مقدمي البرامج متساوي مع عدد الحلقات مما يدل علي أن الضيوف لا تشارك في تقديم البرامج المشار إليها.

جدول رقم (3) القوالب الفنية المستخدمة فى البرامج

البرامج	القوالب الفنية								الإجمالي	
	الحوار		حوار+ تقرير		حديث مباشرمن المذيع		حديث مباشر من الضيف			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بوضوح	18	81.82	4	18.18	0	0	0	0	22	100
صبايا الخير	2	22.22	1	11.11	4	44.44	3	33.33	9	100
لازم نفهم	7	43.7	2	12.50	3	18.75	4	25	16	100
أسرار من تحت الكوبري	0	0	2	50	2	50	0	0	4	100
مصر الجديدة	1	33.33	1	33.33	1	33.33	0	0	3	100
الإجمالي	28	50.91	10	18.18	10	18.18	7	12.73	55	100

يتضح من الجدول السابق أن الحوار هو أكثر القوالب المستخدمة في البرامج حيث أحتل المرتبة الأولي بنسبة (50.91%) ، وأحتل برنامج بوضوح أعلى نسبة (81.82%) لاستخدامه الحوار حيث ركز علي طرح فكرة يريد توصيلها للمشاهدين وهى بدع المعالجين بالقرآن والفرق بين المس والحسد، ثم برنامج لازم نفهم بنسبة (43.7%) حيث يتناول ضيوف من أطباء وصحفيين لتوضيح ضرورة الاهتمام والتركيز علي العلم وليس الدجل والشعوذة، يليها برنامج مصر الجديدة وأخيراً برنامج صبايا الخير.

تساوي كلا من "الحوار بالإضافة للتقرير" مع "حديث مباشر من المذيع" المرتبة الثانية بنسبة (18.18%) فنجد أن برنامج (أسرار من تحت الكوبري) بدأ بتقديم "حديث مباشر من المذيع" لتوضيح أسباب اختيار الضيوف والموضوع الذي يتناوله ثم تناول "حوار بالإضافة لتقرير" عن علاج السحر والحسد في إحدي قري الفيوم. بينما ركزت المذيعة فى برنامج (صبايا الخير) على إقتناعها بمشكلة الخمس فتيات، نفت المذيعة ما ردده منتقديها من أن علاج عدد من الفتيات مما وصفته بالمس الشيطانى على يد " معالج بالقرآن" عضو مجلس الشعب الأسبق فبركة وغير حقيقي، وأنها قامت بتأجير المواطنين، وإخراج تمثيلية لزيادة عدد المشاهدين، بل أكدت أن الفتيات الخمس تم علاجهن بعد معاناة طويلة.

أحتل "حديث مباشر من الضيف" المرتبة الثالثة بنسبة (12.73%) فقد ركز عليه برنامج (صبايا الخير) بتناول البرنامج خطوات استخراج الجن من جسد البنات الخمس وأيضاً "حوار الضيف" (نائب مجلس الشعب السابق) مع أسرة البنات بعد شفائهم. يليه برنامج (لازم نفهم) الذى ركز علي حديث مباشر من الضيف بنسبة (57.14%) حيث جعلهم يتحدثون عن نصب الدجالين والمشعوذين وكيفية استغلال إحتياجات الناس ولا يوجد مس أو أذي من الجن والذهاب لهم حرام شرعاً وذلك من خلال عرض فيديو تم تصويره داخل مراكز العلاج بالرقية الشرعية حيث يوضح طريقة النصب علي المترددين مع عرض فقرة تتضمن الآراء الدينية من الشيخ الأزهري ورأي أستاذ دكتور متخصص في علم الإجتماع.

جدول رقم (4) عناصر الإبراز المستخدمة في فقرات البرامج

البرامج	وسائل الإبراز المصاحبة عند تناول فقرات البرنامج								الاجمالي	
	عناوين ونصوص إلكترونية		فيديو		صورة ثابتة أرشيفية		جرافيك			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بوضوح	22	78.57	6	21.43	0	0	0	0	28	100
صبايا الخير	5	35.71	4	28.57	5	35.71	0	0	14	100
لازم نفهم	11	37.93	16	55.17	1	3.45	1	3.45	29	100
أسرار من تحت الكوبري	2	50	2	50	0	0	0	0	4	100
مصر الجديدة	2	50	2	50	0	0	0	0	4	100
الإجمالي	42	53.16	30	37.97	6	7.59%	1	1.27	79	100

*تم استخدام اكثر من عنصر داخل الفقرة

يوضح الجدول السابق أن أعلي استخدام للمعينات الفنية "عناوين ونصوص إلكترونية" بنسبة (53.16%). ونجد أن أعلي استخدام لها فى برنامج بوضوح حيث أهتم بكل الفقرات إبراز أرقام التليفونات وموقع البرنامج علي فيس بوك، تليها برنامج (أسرار من تحت الكوبري) وبرنامج (مصر الجديدة).

أحتل استخدام الفيديو المرتبة الثانية بنسبة (37.97%) فقد ركز عليها برنامج (لازم نفهم) لتوضيح ما يحدث داخل مراكز العلاج بالرقية الشرعية حيث تم عرض الفيديو في منتصف الشاشة أغلب أوقات الحلقات، وفيديوهات لأجزاء من حلقات لبرامج تناولت موضوعات السحر والحسد مثل برامج عمرو الليثي ومعتز الدمرادش ويتخلل هذا الفيديو آراء لدكتور فى علم إجتماع ورأي لشيوخ من الأزهر لتكذيب المعلومات التي تعرض في الفيديو، وفيديوهات تعرض جلسات علاج خروج الجن من جسد الإنسان مع إذاعة صوت لأغنية من فيلم البيضة والحجر. كما أحتل المرتبة الثالثة صورة ثابتة أرشيفية بنسبة (7.59%) فقد ركز عليها برنامج (صبايا الخير) حيث استخدم "صورة ثابتة" علي حلقاتها (18+ للكبار فقط) أي أن الحلقات يشاهدها أكبر من 18 عام بنسبة (35.71).

واحتل "الجرافيك" المركز الاخير بنسبة (1.27%) فقد استخدمه برنامج (لازم نفهم) حيث قام بعرض تفاصيل وإحصائيات عن الدجل والشعوذة في العالم العربي وفقا للدراسات والأبحاث حيث أن (300 ألف شخص) في مصر يدعون علاج الأمراض بتحضير الأرواح – (250 ألف) يمارسون أنشطة الشعوذة في عموم الدول العربية (15مليار جنيه) ما ينفقه المصريين علي الدجل والشعوذة سنوياً – (63%) من المصريين يؤمنون بالدجل والشعوذة (50%) من المترددين علي الدجالين من النساء – (30%) من المترددين من الرجال – (20%) من المترددين من المثقفين.

جدول رقم (5) الشخصيات المشاركة في حلقات البرامج

البرنامج	الزمن والتكرار / الشخصيات المشاركة في البرامج	عدد الحلقات		الزمن		النسبة المئوية للزمن
		ك	%	دقيقة	ساعة	
بوضوح	راقي شرعي	6	25	05	05	29.16
	كيميائي	1	4.17	12	00	1.15
صبايا الخير	نائب مجلس شعب سابق	2	8.33	24	02	13.77
	أطباء طب نفسي	3	12.50	23	04	25.14
لازم نفهم	مدير مركز دراسات الشيخوخة والأمراض	1	4.17	48	00	4.59
	طبيب بشري وإعلامي	1	4.17	05	01	6.21
	صحفي	3	12.50	48	01	10.33
	شيوخ من الأزهر	3	12.50	25	00	2.39
أسرار من تحت الكوبري	معالج روحاني	1	4.17	19	00	1.82
	قسيس	1	4.17	17	00	1.63
مصر الجديدة	معالجة روحانية	1	4.17	40	00	3.82
الإجمالي		24	100	26	17	100

- تم إستضافة اكثر من ضيف داخل الفقرة

تعكس بيانات الجدول السابق أن أعلي نسبة مشاركة في البرامج التي تم تحليلها للراقي الشرعي في برنامج بوضوح بنسبة (25%) من إجمالي الحلقات وبالتالي أعلي فترة زمنية بنسبة (29.16%) من إجمالي زمن الحلقات حيث تم

إستضافته خلال الستة حلقات التي تم تحليلها كما يدعو مقدم البرنامج عمرو الليثي تواصل الجمهور لعرض الحالات علي (الراقي الشرعي) وعلاجهم في مركزه الخاص.

احتل أطباء الطب النفسي المرتبة الثانية في برنامج (صبايا الخير) بنسبة (12.5%) من إجمالي الحلقات وبنسبة (25.14%) من إجمالي الزمن حيث ركز البرنامج علي ترسيخ فكرة صعوبة علاج حالات الخمس فتيات لدي أطباء الطب النفسي وقد عرض رأي أحد الأطباء وأفاد بأنه لا يعارض العلاج بالقرآن. وعند التوجه إلي طبيبة أخري للطب النفسي لم تقتنع بحالة الخمس فتيات بأن لديهم مس جني وحدث مشادة كلامية حادة بينها وبين أسرة الفتيات علي طريقة العلاج، فلقد أوضحت الطبيبة أنهم بحاجة إلي الفصل والحجز داخل مستشفي لمدة شهر علي الأقل لتشخيص حالتهم، وأيضاً تم إستضافة عضو مجلس شعب سابق لديه خبرة في علاج السحر واستخراج الجن حيث أعطي له فترة زمنية بنسبة (13.77%) من إجمالي زمن الحلقات التي يتم تحليليها لتوضيح قدراته الخارقة في استخراج الجان وأن الفتيات تم شفائهن خلال فترة زمن الحلقة وذلك علي عكس ما طلبته طبيبة الطب النفسي.

احتل برنامج لازم نفهم الذى استضاف الصحفي محمد عبد الله المرتبة الثالثة بنسبة (10.33%) من إجمالي الحلقات، حيث تخفي الصحفي وقام بالعمل لمدة ستة أشهر كدجال وأشتهر بعلاجه للمس والسحر. وفى إحدى حلقات البرنامج، حدث إتصال تليفوني من الصحفية التي تم إرسالها لمراكز الرقية الشرعية لتوضيح طريقة النصب علي المترددين بشراء العسل والبخور وتم دفع مبلغ (1630) جنية قيمة مستلزمات علاج السحر وقامت أيضاً الصحفية بتفسيرات عديدة من خلال الفيديو المصور داخل هذه المراكز وطريقة أختراقها للمراكز بالرغم الحراسات والكاميرات.

أما برنامج أسرار من تحت الكوبري فقد احتل المرتبة الأخيرة والذى استضاف (راقي شرعي) يقوم بعلاج الناس واستخراج الجن وأنه لا يتقاضي أي مبالغ

مالية. ومن خلال الحوار عن كيفية الضيف لعلاج الحالات قال لمقدم البرنامج أنه مسحور وطلب منه توني خليفة رقيته بعد الأنتهاء من الحلقة، كما أستضاف أيضاً (قسيس) يقوم بالعلاج بالصليب والترانيم وأكد علي أنه لا يوجد جن والدين المسيحي لا يعترف بوجود الجن ولكن يوجد الأنس والشياطين، وأنه لديه قدرات من عند الخالق يستطيع علاج الحالات الصعبة واستخراج الشياطين.

جدول رقم (6) شكل مشاركة الجمهور في البرنامج

	شكل المشاركة				مجموع عدد مرات أستخدام الوسائل
	هاتفي	**تصوير خارجي**	**الفيس بوك**	**مقابلات**	
بوضوح	1	0	1	0	**2**
صبايا الخير	0	1	0	1	**2**
لازم نفهم	1	1	1	0	**3**
أسرار من تحت الكوبري	0	0	0	1	**1**
مصر الجديدة	1	1	0	0	**2**
الإجمالي	3	3	2	2	**10**

يوضح الجدول السابق أن أعلى تكرارات لمشاركة الجمهور بالبرامج تمت عن طريق وسيلتين فالأولى الإتصال بالهاتف لعرض المشاكل التي يتعرض لها الجمهور من سحر أو حسد أو مس جني والوسيلة الثانية عن طريق التصوير الخارجي كما في برنامج صبايا الخير حيث تم التسجيل داخل شقة الخمس فتيات. وقام أيضاً برنامج لازم نفهم بتصوير فقراته داخل مراكز الرقية الشرعية، يليها فى الترتيب استخدام "فيس بوك" لطرح سؤال والحصول علي الإجابة سريعاً. فقد تم طرح سؤال عن كيفية مواجهة الدجلين والمشعوذين وكانت الاجابات التالية :- التوعية الإعلامية – تفعيل دور الأزهر – رفع الثقافة البيئية للمجتمع المصري من خلال البرامج الإعلامية – إصلاح التعليم ونشر مناهج تنمي العقل والفكر- ترميم الخطاب الديني). كما أن معظم البرامج كانت تتيح أكثر من وسيلة من المشاركة والتي وصلت لثلاثة وسائل في برنامج لازم نفهم، ووسيلتين في برنامج بوضوح وصبايا الخير ومصر الجديدة، ووسيلة واحدة في برنامج أسرار من تحت الكوبري،

وفي النهاية نجد أن مجموع الوسائل 10 وسائل. وذلك يتفق مع ما توصلت إليه دراسة عزة علام (2012) أن وجود مشاركة من الجمهور دليل على تفاعل الجمهور مع مثل هذه النوعية من البرامج.

جدول رقم (7) النوع الإجتماعي للجمهور المشارك

البرامج	النوع الاجتماعي للجمهور المشارك				المجموع	
	ذكور		إناث			
	ك	%	ك	%	ك	%
بوضوح	19	42.22	26	57.78	45	**100**
صبايا الخير	1	14.29	6	85.71	7	**100**
لازم نفهم	3	75	1	25	4	**100**
أسرار من تحت الكوبري	1	50	1	50	2	**100**
مصر الجديدة	5	35.71	9	64.29	14	**100**
الإجمالي	29	40.85	42	59.15	71	**100**

يلاحظ من الجدول السابق ارتفاع مشاركة الإناث بصفة عامة في البرامج بنسبة (59.15%) موضوع التحليل فجد أن أعلي نسبة مشاركة للإناث كانت في برنامج (صبايا الخير) بنسبة (85.7%) في حلقة لخمس فتيات اللائي لديهن مس جني، أما برنامج مصر الجديدة فكانت النسبة (64.29%) وأيضاً برنامج بوضوح كانت نسبة الإناث (57.78%) وذلك من خلال الاتصال التليفوني ويرجع السبب فى ارتفاع نسبة مشاركة الإناث أن المرأة تعاني العديد من الإحباطات التي وضعتها على قائمة الباحثات عن الأمان في الغد، وأنهن مَن تسأل عن نهاية عنوستها، أو إمكانية زواجها، أو فرصة حصولها على عمل، أو نهاية مشكلة، أو توقع حدوث طلاق، أو غيره. ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة عزة علام (2012) بأن معظم المتصلين بهذه البرامج من الإناث.

يلاحظ من خلال تحليل حلقات برنامج (لازم نفهم) إتصال من الشيخ عمرو الليثي صاحب إحدي مراكز العلاج بالرقية الشرعية والضيف الدائم لبرنامج بوضوح وتنكر في بداية المكالمة لكي يدافع عن نفسه ثم أعترف بشخصيته الحقيقة. وقد تلقي هجوم شديد من مقدم البرنامج مجدي الجلاد والضيف الدكتور خالد منتصر بالسؤال

عن كيفية علاج المترددين على المركز بالرغم من عدم وجود أي مؤهلات أو تصاريح لديه وبالتالى يتم النصب علي المترددين عليه.

جدول رقم (8) الهدف من مشاركة الجمهور بالبرامج

الهدف من المشاركة	البرامج					الإجمالي
	بوضوح	**صبايا الخير**	**لازم نفهم**	**أسرار من تحت الكوبري**	**مصر الجديدة**	
السحر والمس الجني	5	1	1	1	3	**11**
أمراض نفسية وكوابيس	12	0	0	1	1	**14**
أمراض عضوية	5	0	1	0	4	**10**
تأخر الانجاب	3	0	0	0	1	**4**
الحسد	3	0	1	0	0	**4**
تفسير احلام	5	0	0	0	0	**5**
مشاكل زوجية	4	0	0	0	2	**6**
حدوث حريق ومشاهدة مخلوقات غريبة وحيات	4	0	0	0	0	**4**
الخوف وترك الصلاة	2	0	0	0	0	**2**
تأخر الزواج	0	0	0	0	5	**5**
اختفاء ذهب وفلوس	0	0	1	0	2	**3**
الإجمالي	43	1	4	2	18	**11**

نستنتج من الجدول السابق أن برنامج بوضوح حقق أعلى التكرارات فى الهدف من المشاركة عن طريق الإتصالات التليفونية وإستقبال أسئلة علي فيس بوك. ونجد أيضاً أن أعلي تكرار مشاركة من الجمهور كان لديهم أمراض نفسية وكوابيس، تليها السحر والمس الجني و تفسير الأحلام. أكدت هذه النتيجة دراسة عزة علام (2012) التى توصلت إلي أن الهدف من المشاركة هو علاج الأمراض.

يليه فى الترتيب برنامج مصر الجديدة حيث أن الهدف من المشاركة عن طريق الإتصالات التليفونية بالسؤال عن السحر والمس الجني. ومن خلال الحوار مع المعالجة الروحانية ومناقشتها خلال اتصال الجمهور ذكرت أن أصعب أنواع السحر هو السحر السفلي ويتم فك السحر السفلي بطريقة غير منطقية وأن السحر يعمل علي تراب مدافن وعظام موتي وأن مجموعة أعراض متجمعة مثل ألالم أسف الظهر– قئ ناتج عن نوع من السحر وليس دجل، ولا نقلل من الأطباء النفسيين وليس كل مشكلة نلجأ إلي أطباء الطب النفسي. وعندما اعترض مقدم البرنامج معتز الدمرداش قامت بالرد بأنها لا تدعو للبعد عن العلم والمنهج العلمي وأنه لابد من التركيز علي قراءة القرأن الكريم. ويتفق ذلك مع دراسة عزة علام (2012) حيث كانت مشكلة الصراع بين اللجوء للطب واللجوء للدجالين فى علاج الأمراض يليها الاعتماد على الدجل فى حل مشكلة الزواج.

بينما ركز برنامج لازم نفهم للبحث عن الأسباب الحقيقية للبرامج والفضائيات التي تركز علي موضوعات الدجل والشعوذة وتستضيف دجالين ومشعوذين، وتستقطب الناس للشهرة والترويج لأفكار خاطئة وأكد مقدم البرنامج مجدى الجلاد أن هذا يعد من التضليل الأعلامي، ومن خلال الاتصالات التليفونية تحدث أحد المتصلين عن تعرضه هو وزوجته للنصب من الدجالين بسبب أختفاء ذهب وفلوس من منزله. وما تناوله البرنامج يتفق مع دراسة محمد بن علي العصيمي (2014) بأن الإعلام قوة مؤثرة في العديد من الأوجه الإجتماعية والثقافة والسياسية وغيرها، والتضليل الاعلامي عن طريق وسائل الإعلام يتم بالإمتناع عمداً عن نشر الحقيقة في موضوع معين أو إخفاء جانب منها.

أخيراً برنامج صبايا الخير ركز علي حالات خمس فتيات تعاني من مس جني وتم علاجهن بالقرأن وخروج الجن من الفتيات خلال الحلقة.

جدول رقم (9) الأدوات المستخدمة في البرامج

الأدوات المستخدمة	البرامج					الإجمالي
	بوضوح	**صبايا الخير**	**لازم نفهم**	**أسرار من تحت الكوبري**	**مصر الجديدة**	
أيات قرآنية	1	1	1	1	1	**5**
أحاديث نبويه	1	0	0	0	0	**1**
المياه	1	1	1	0	0	**3**
الورق	1	1	0	0	0	**2**
البخور	0	0	1	1	0	**2**
العسل	0	0	1	0	0	**1**
الاعشاب	0	0	1	0	1	**2**
الترانيم والصليب	0	0	0	1	0	**1**
ماء به خل وليمون	0	0	1	0	0	**1**
الإجمالي	4	3	6	3	2	**18**

يتبين من الجدول السابق أنه يمكن استخدام أكثر من أداة فى البرنامج الواحد. ويلاحظ أن الآيات القرآنية كانت أكثر الأدوات المستخدمة فى البرامج الخمس التى يتم تحليلها. وهذا يدل على استغلال هذه البرامج باستخدام الدين للمحاولة لجذب أكبر عدد من المشاهدين لمتابعة تلك البرامج لما يعرف عن الجمهور المصرى لتمسكه بدينه. ثم يليها المياه فى البرامج الآتية (بوضوح وصبايا الخير ولازم نفهم). كما تساوى استخدام الورق والبخور والأعشاب بين البرامج. ويأتى استخدام العسل، الترانيم والصليب، وماء به خل وليمون فى برنامج واحد فقط لكل منهما.

جدول رقم (10) اتجاه المعالجة التليفزيونية لموضوعات الدجل والمشعوذين في البرامج التليفزيونية

اتجاه المعالجة / البرامج	إيجابي (يعرضها ويدعو التخلص منها)		محايد (يعرضها وموقفه غير واضح)		سلبي (يعرضها ويؤيدها)		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بوضوح	–	–	22	91.67	–	–	22	52.38
صبايا الخير	–	–	–	–	5	71.43	5	11.90
لازم نفهم	11	100	–	–	–	–	11	26.19
اسرا من تحت الكوبري	–	–	–	–	2	28.57	2	4.76
مصر الجديدة	–	–	2	8.33	–	–	2	4.76
الإجمالي	11	100	24	100	7	100	42	100

يوضح الجدول السابق أن برنامج لازم نفهم قام بعرض المشكلة بطريقة إيجابية بنسبة (100%) وقام بإختراق هذه المراكز وإستعان بالضيوف التي توضح الحقائق والتي تؤكد أن التردد علي هؤلاء الدجالين حرام شرعاً، وذلك بالمعالجة الهجومية علي البرامج والفضائيات وأصحابها بأنهم ينشروا الجهل والدجل والشعوذة، وأن هدفهم الشهرة والإعلانات وليس لرفع المستوي الفكرى للجمهور والإهتمام بالعلم.

بينما يحاول مقدم برنامج (بوضوح) أن يكون محايداً بعرض تقارير عن دجالين تم القبض عليهم بعد خداع المترددين عليهم بعلاجهم من الجن والسحر بنسبة (91.67%). وكانت المعالجة موضوعية حيث وضح طرق بدع المعالجين وطرق النصب علي المترددين من خلال راقي شرعي الذى يقوم بالعلاج نظير مبالغ رمزية وحلل ذلك بأن الرسول عليه الصلاة والسلام أخذ جزء من شاه أعطته له سيدة علي رقية أبنها، واستضاف كيميائي لكي يوضح طريقة النصب بإستخدام الصوديوم والماء وخدع الناس بخروج الجن بتعامل الماء مع الصوديوم وحدوث دخان وضوء أحمر.

وحاول برنامج مصر الجديدة أن يكون أيضاً محايد بنسبة (8.33%) وركز علي المعالجة الموضوعية من خلال تعليقاته أثناء فقرة البرنامج ورفضه لتصريحات الضيفة حول نسبة المصابين بالسحر، حيث أوضحت الضيفة أنه لابد من التدقيق في أقوال المترددين للعلاج عند الراقي الشرعي، والتركيز علي تفسير الأعراض التي يشعر بها المترددين مثل الخيالات التى يتم تشخيصها من خلال الأعراض الواضحة، ووضح مقدم البرنامج معتز الدمرداش بعد استقبال عدد من الإتصالات التليفونية من الجمهور أن حوالي (99%) من المتصلين من الأرياف، وهو أمر مرتبط بالثقافة لدي المتصلين، وتسآل إذا كان السحر مقتصر علي الريف فقط. فأوضحت ضيفة الفقرة المعالجة الروحانية أن المترددين لديها في المركز الخاص بها يحضرون من مسافات بعيدة قد تصل إلي 5 ساعات سفر، وليس لديهم أي مشكلة، ومن فئات علمية مختلفة مثل مهندسين وأطباء وأفراد تعاني من مشاكل صعبة نتيجة تعرضهم لنصب الدجالين، وأنها تركز عند العلاج علي منهج علمي وديني، بينما علق مقدم

البرنامج أن إنخفاض مستوي الإدراك سبب للجؤ المترددين علي مراكز العلاج الروحاني والرقية الشرعية.

أما برنامج (صبايا الخير) عرض مشكلة المس الجني وأيدها بنسبة (71.43%) وحاول ترسيخ لفكرة طريقة العلاج الأسهل وبالتالي تساعد الجمهور على إقناعهم بأن التردد علي هؤلاء المعالجين أفضل من التوجه لأهل العلم، وذلك بالمعالجة المتحيزة لعلاج الخمس فتيات عن طريق نائب مجلس الشعب السابق وأن هذه الطريقة أبسط وأسرع من العلاج لدي أطباء الطب النفسي. وقد أحدثت الحلقتان الأخيرتان جدلاً كبيراً في الشارع المصري بعد شفاء خمس فتيات ممن يزعم أهلهن بأنهن ممسوسات من الجن فيما شن عدد كبير من نشطاء مواقع التواصل الاجتماعي فيس بوك وتوتير هجوماً حاداً علي الحلقة.

مسار البرهنة المستخدمة من خلال البرامج:

استخدمت جميع البرامج التي تم تحليلها المبررات الدينية، فبرنامج صبايا الخير استخدم المعالج قراءة القرآن والمياه لاستخراج الجان، أما برنامج بوضوح استخدم المعالج الروحاني الآيات القرآنية في الرقية الشرعية، أما برنامج أسرار من تحت الكوبرى استخدم المعالج الروحاني القرآن والقسيس استخدم التراتيم المسيحية، كما استخدمت المعالجة الروحانية فى برنامج مصر الجديدة طريقة العلاج بالقرآن وبالرقية الشرعية، بينما قام برنامج لازم نفهم بعرض طرق خدع الناس وأن الدين الإسلامي حرم اللجوء للدجالين.

الدراسة التحليلية لتعليقات الجمهور لتلك البرامج على شبكات التواصل الاجتماعى:

تتناول نتائج الدراسة التحليلية لتعليقات الجمهور لمقاطع فيديو حلقات البرامج التليفزيونية التي تم تحليلها علي موقع يوتيوب YouTube من 2015/4/10 وحتي يوم 2015/4/15.

1. مقاطع الفيديو التى تناولت حلقات البرامج التليفزيونية:

جدول رقم (11) عدد مقاطع الفيديو وإجمالي عدد المشاهدات لحلقات البرامج من شبكات التليفزيون علي اليوتيوب

البرامج	عدد المقاطع		عدد المشاهدات	
	ك	%	ك	%
بوضوح	12	23.1	615375	3.9
صبايا الخير	13	25	14956737	94
لازم نفهم	13	25	146422	0.9
أسرار من تحت الكوبري	4	7.7	144713	0.9
مصر الجديدة	10	19.2	49186	0.3
الإجمالي	52	100	15912433	100

يتضح من الجدول السابق تساوى كل من عدد مقاطع الفيديو لبرنامج صبايا الخير وبرنامج لازم نفهم بنسبة (25%) كأعلي مقاطع الفيديو المستقطعة التي يشاهدها الجمهور علي موقع اليوتبوب YouTube يليهما عدد مقاطع برنامج بوضوح بنسبة (23.1%). وقد حقق برنامج صبايا الخير أعلي عدد مشاهدة بنسبة (94%)، يليه برنامج بوضوح بنسبة (3.9%) بفارق واضح. ومما سبق يتضح ارتفاع عدد المشاهدة بالنسبة لبرنامج صبايا الخير ويرجع ذلك إلي ما حققته عرض حلقات المس الجني للخمس فتيات من جدل، وهي نتيجة تدل علي الإهتمام بطبيعة ما تحتويه تلك المقاطع من موضوعات. أما برنامج أسرار من تحت الكوبري فبالرغم من قلة عدد مقاطع الفيديو الخاصة به إلا أنه حقق إجمالي مرتفع من عدد المشاهدات لما تتناوله من موضوع العلاج من الحسد. ومما سبق يدل على ارتفاع عدد المشاهدات لمقاطع الفيديو يرجع لما حققته الحلقات من ضجة إعلامية عن موضوعات المس والسحر. ويؤكد ذلك دراسة عنود محمد الشمرى (2007) حيث أظهرت أن لقناة كنوز وقناة شهرزاد دور كبير فى نشر التنجيم والسحر والخرافات بين طالبات الجامعة.

جدول رقم (12) الفترة الزمنية التي يستغرقها عرض مقاطع الفيديو لحلقات البرامج من شبكات التليفزيون علي اليوتيوب

الفترة الزمنية	أقل من 10 دقائق		10 إلي أقل من 30 دقيقة		30 دقيقة فأكثر		الإجمالي	
البرامج	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بوضوح	6	50	0	0	6	50.0%	12	100
صبايا الخير	6	46.2	5	38.5	2	15.4%	13	100
لازم نفهم	5	38.5	3	23.1	5	38.5%	13	100
أسرا رمن تحت الكوبري*	0	0	4	100	0	0.0%	4	100
مصر الجديدة	9	90	0	0	1	10.0%	10	100
الإجمالي	26	50	12	23.1	14	26.9%	52	100

*الحلقات متاحه علي موقع قناة القاهرة والناس

يوضح الجدول السابق الفترات الزمنية التي يستغرقها عرض مقاطع الفيديو لحلقات البرامج من شبكات التليفزيون علي اليوتيوب. أحتلت الفترة الزمنية (أقل من 10 دقائق) المرتبة الأولي لمقاطع الفيديو بنسبة (50%) من إجمالي المقاطع. وكانت أعلي عدد مقاطع لبرنامج مصر الجديدة للمعالجة الروحانية عبير فتيان يليها برنامج صبايا الخير. ويرجع ذلك لتفاعل المستخدمين مع مقاطع الفيديو القصيرة لمتابعة أكثر عدد من مقاطع الفيديو Related Videos المرتبطة بمقاطع الفيديو الرئيسي. يليها في المرتبة الثانية الفترة الزمنية (30 دقيقة فأكثر) لمقاطع الفيديو لتلك البرامج بنسبة (26.9%) وكانت الأعلي لبرنامج بوضوح (50%) يليه برنامج لازم نفهم (38.5%).

جدول رقم (13) التكرار والنسبة المئوية (أعجبني – like) (لم يعجبني – dislike) حول مقاطع الفيديو

البرامج	أعجبني		لم يعجبني		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بوضوح	878	90.4	93	9.6	971	100
صبايا الخير	32686	68.6	14976	31.4	47662	100
لازم نفهم	128	51	123	49	251	100
اسرا من تحت الكوبري	1224	98.5	19	1.5	1243	100
مصر الجديدة	64	73.6	23	26.4	87	100
الاجمالي	34980	69.7	15234	30.3	50214	100

نستنتج من الجدول السابق خلال فترة التحليل أن اختيار أعجبني لمقاطع الفيديو للبرامج التليفزيونية جاء بنسبة (69.7%) بينما جاء لم يعجبني بنسبة (30.3%). وقد يرجع ذلك لاختلاف آراء الجمهور حول موضوعات اللبس الجني والسحر والشعوذة. فنجد أن برنامج أسرار من تحت الكوبري جاء اختيار (أعجبني) له بنسبة (98.5%) وكما جاء اختيار (لم يعجبني) بنسبة (1.5%). وقد يرجع ذلك لشعبية ومصدقية وجراءة مقدم البرنامج توني خليفة علي استضافته لمعالج روحاني مسلم في أحدي الحلقات وقسيس مسيحي في حلقة أخري. وقد يرجع أيضاً السبب فى ذلك لتعطل التعليقات حول مقاطع الفيديو للبرنامج المرفوعة على اليوتيوب فلم يكن أمام مشاهدي الفيديوهات سوي اختيار أعجبني أو لم يعجبني. بينما حصل برنامج بوضوح في أختيار (أعجبني) علي نسبة (90.4%)، بينما أوضح الجمهور المشاهد عدم إعجابه لمقاطع الفيديو بنسبة (9.6%). أما برنامج صبايا الخير فجاء اختيار (أعجبني) بنسبة (68.6%) واختيار (لم يعجبني) بنسبة (31.4%). وبالرغم من أن البرنامج حقق أعلي نسبة مشاهدة ولكن لم يسجل أعلي نسبة لمن اختاروا (أعجبني) ويرجع ذلك للجدل الشائك حول مصدقية مقاطع الفيديو واختلاف آراء المشاهدين حول مصدقية الموضوع وعن ما يقدمه من دعاية إعلامية لمصلحة عضو مجلس الشعب السابق بأنه يقوم بإستخراج الجان، فارتفاع نسبة المشاهدة لا يدل علي مدي الإعجاب بطبيعة ما تحتويه مقاطع الفيديو. أما برنامج لازم نفهم فنجد تساوى

تقريبى بفارق(1%) فقط بين اختيار (أعجبني) بنسبة (51%) و(لم يعجبني) بنسبة (49%). وقد يرجع ذلك إلى أن هناك العديد من تعليقات الجمهور تحتوي علي الإستهزاء من مقدم البرنامج مجدي الجلاد وأنه يقدم ذلك لمصلحته الخاصة فقط وليس لإظهار طرق النصب علي المشاهدين من خلال بعض برامج الفضائيات.

جدول رقم (14) التكرار والنسبة المئوية لوجود تعليقات نصية Comments حول مقاطع الفيديو

وجود تعليقات / البرامج	توجد تعليقات		لا توجد تعليقات		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%
بوضوح	10	83.33	2	16.67	12	100
صبايا الخير	12	92.31	1	7.69	13	100
لازم نفهم	7	53.85	6	46.15	13	100
اسرا من تحت الكوبري*	0	0	0	0	0	0
مصر الجديدة	5	50.00	5	50.00	10	100
الإجمالي	34	70.8	14	29.2	48	100

*التعليقات معطلة.

يتبين من الجدول السابق أن تعليقات المستخدمين حول مقاطع الفيديو مثلت نسبة (70.8%) من إجمالي مقاطع الفيديو. وترجع تلك النتيجة إلي طبيعة المضمون في مقاطع الفيديو التي دفعت المستخدمين إلي التفاعل معها بالكتابة والتعليق. كما يتضح أن أعلي نسبة وجود تعليقات نحو مقاطع الفيديو الخاصة ببرنامج صبايا الخير بنسبة (92.31%)، وهو ما يرجع إلي طبيعة مضمون مقاطع الفيديو التي تثير حالة من النقاش والجدل حولها، حيث حققت أعلي مشاهدة وبالتالي حققت أعلي تعليقات نصية علي مقاطع الفيديوهات. بينما يتضح أن أقل تعليقات نصية جاءت لبرنامج مصر الجديدة بنسبة (50%) وقد يرجع ذلك لأن تناول موضوع الجن والحسد جاء فى فقرة واحدة داخل الحلقة.

جدول رقم (15) عدد تعليقات نصية Comments حول مقاطع الفيديو

عدد التعليقات / البرامج	أقل من 20 تعليق		20 إلي أقل من 50 تعليق		50 تعليق فأكثر		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بوضوح	7	70.0	2	20	1	10	10	100
صبايا الخير	6	50.0	0	0	6	50	12	100
لازم نفهم	6	85.7	1	14.3	0	0	7	100
اسرار من تحت الكوبري	0	0	0	0	0	0	0	100
مصر الجديدة	5	100	0	0	0	0	5	100
الإجمالي	24	70.6	3	8.8%	7	20.6	34	100

نستنتج من الجدول السابق أن عدد التعليقات (أقل من 20 تعليق) جاءت فى المرتبة الأولى بنسبة (70.6%). وأن أعلي عدد تعليقات لمقاطع فيديو برنامج مصر الجديدة لأنه أقل عدد مقاطع فيديو وجميع مقاطع البرنامج عليها تعليقات. تليها فى المرتبة الثانية عدد تعليقات (50 تعليق فأكثر) بنسبة (20.6%) وكان أعلي عدد مقاطع فيديو لبرنامج صبايا الخير بنسبة (50%) حيث حقق البرنامج أعلي مشاهدة وأعلي إجمالي عدد تعليقات لما يحتويه مضمون الحلقات من طريقة خروج الجن من جسد خمس فتيات فقد وصلت إجمالي التعليقات حوالي (7000) تعليق.

جدول رقم (16) طبيعة تعليقات المستخدمين حول مقاطع الفيديو للبرامج

نوعية التعليقات	البرامج										الإجمالي	
	بوضوح		*صبايا الخير		لازم نفهم		أسرار من تحت الكوبري		مصر الجديدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
أراء ووجهات نظر	5	7.04	30	0.99	5	9.80	0	0	0	0	40	**1.26**
عبارات مقتبسة من القرآن	2	2.82	187	6.17	0	0	0	0	0	0	189	**5.97**
سب وأستخدام ألفاظ غير لائقة	4	5.63	141	4.65	10	19.61	0	0	2	16.67	157	**4.96**
أستهزاء وسخرية	25	35.21	600	19.8	12	23.53	0	0	0	0	637	**20.13**
أستنكار	4	5.63	1053	34.75	11	21.57	0	0	6	50	1074	**33.94**
تفسيرية وتوضيح	13	18.31	4	0.13	4	7.84	0	0	0	0	21	**0.66**
تأييد	13	18.31	918	30.3	7	13.73	0	0	4	33.33	942	**29.77**
شكر وتقدير	5	7.04	97	3.2	2	3.92	0	0	0	0	104	**3.29**
الإجمالى	71	100	3030	100	51	100	0	0	12	100	3164	**100**
جملة مقاطع الفيديو	12		13		13		4		10		**52**	

- تم إستبعاد التعليقات (التي كانت رد علي التعليق الاصلي – ذات الطابع السياسي أو التي تحتوي علي مضمون خارج عن نطاق الحلقات – التي تحتوي علي لينك الحلقات – تحتوي علي إعلانات – التعليقات التي طالبت برفع الفيديو من علي اليوتيوب)

يتضح من الجدول السابق أن تعليقات المستخدمين حول مقاطع الفيديو للبرامج أشتملت على استنكار لمضامين مقاطع الفيديو بنسبة (33.94%) تليها تأييد لمضمون تلك المقاطع بنسبة (29.77%).

تضمنت تعليقات مشاهدي مقاطع الفيديو لبرنامج صبايا الخير على استنكار لموضوع الحلقات بنسبة (34.75%) من إجمالي التعليقات، وقد أستهدفت تلك التعليقات ما إذا كانت الفتيات لديهم مس جني أم أن ما يقومون به من أفعال تمثيل وغير حقيقي. يليها جاءت تعليقات تأييد لحدوث للفتيات مس جني وصدق الأعراض التي تظهر عليهم بنسبة (30.3%)، ثم جاءت تعليقات تحتوي علي استهزاء وسخرية بنسبة (19.8%) وعبارات مقتبسة من القرآن تتضمن الأيات التي تؤكد وجود الجن بنسبة (6.17%)، تليها السب واستخدام ألفاظ غير لائقة بنسبة (4.65%) وكانت جميعها موجهة لمقدمة البرنامج وبعضها لأصحاب التعليقات المؤيدة لفكرة البرنامج وهو ما كان واضحاً أثناء التحليل ونابع من اختلاف وجهات النظر حول مصدقية الحلقات. وهذا يتفق ما نتيجة دراسة عمرو محمد أسعد (2011) باستخدام موقعى يوتيوب وفيس بوك بإعتبارهما من أهم المواقع الإجتماعية حيث اشتملت التعليقات على السباب واستخدام ألفاظ غير لائقة والتى سببتها الاختلافات فى وجهات النظر بين مستخدمى الموقع. وأخيراً جاء طلب تفسير وتوضيح عن مدي مصدقية مقاطع الفيديو بنسبة (0.13%).

بينما تضمنت تعليقات المستخدمين حول مقاطع فيديو برنامج بوضوح أعلي نسبة (35.21%) تحتوي علي عبارت تتضمن استهزاء وسخرية حول مضمون المقاطع من طريقته لعلاج المس والسحر والحسد وتساوي نسبتي عبارات تحتوي علي تأييد وطلب توضيح وتفسير بنسبة (14.31%) وأقل نسبة تعليقات تحتوي عبارات مقتبسة من القرآن جاءت بنسبة (2.82%).

تحتوي أيضاً تعليقات المستخدمين حول مقاطع فيديو برنامج لازم نفهم علي عبارات تحتوي استهزاء وسخرية بنسبة (23.53%) تليها عبارات تحتوي علي استنكار ورفض طريقة مقدم البرنامج مجدي الجلاد وأنه لا يسعي سوي لمصالح شخصية وسواء من مؤيد فكرة العلاج الروحاني أو من يرفض هذه الافكار بنسبة (21.57%). كما استخدم السب وألفاظ غير لائقة لمقدم البرنامج بنسبة

(19.61%). وكذلك جاءت عبارت تحتوي علي شكر وتقدير لمقدم البرنامج لتوضيح نصب الدجالين بأسم العلاج بالرقية الشرعية بأقل نسبة (3.92%).

كما تضمنت عبارت تعليقات المستخدمين حول مقاطع فيديو برنامج مصر الجديدة استنكار بنسبة (50%) لما ذكرته ضيفة الحلقة من ارتفاع نسبة المصابين بالسحر وطرق العلاج بالرقية الشرعية والاعشاب، تليها تعليقات تأييد للموضوع وتصديق طريقة العلاج التي تستخدمه بنسبة (33.3%)، وأيضاً جاءت عبارات سب واستخدام ألفاظ غير لائقة لضيفة البرنامج وفكرة الموضوع المتداول في الحلقة من سحر وحسد نسبة (16.67%).

جدول رقم (17) التكرار والنسبة المئوية للغة المسخدمة في تعليقات أفراد العينة حول مقاطع الفيديو للبرامج

اللغة المستخدمة	البرامج										الإجمالي	
	بوضوح		صبايا الخير		لازم نفهم		أسرار من تحت الكوبري		مصر الجديدة			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
اللغة العربية (اللهجة العامية)	68	95.77	2927	96.6	51	100	0	0	12	100	3058	**96.65**
اللغة العربية الفصحى	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**0**
اللغة الانجليزية	2	2.82	37	1.22	0	0	0	0	0	0	39	**1.23**
لغة الانترنت	1	1.41	62	2.05	0	0	0	0	0	0	63	**1.99**
لغة إنجليزية بحروف مختصرة	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	**0**
لغات أخري	0	0	4	0.13	0	0	0	0	0	0	4	**0.13**
الإجمالى	71	100	3030	100	51	100	0	0	12	100	3164	**100**
جملة مقاطع الفيديو	12		13		13		4		10		**52**	

يلاحظ من بيانات الجدول السابق أن جاءت التعليقات التي يكتبها مشاهدي مقاطع الفيديو للبرامج باللغة العربية (اللهجة العامية) في المقدمة بنسبة (96.65%) يليها لغة الإنترنت بنسبة (1.99%) تليها اللغة الإنجليزية بنسبة (1.23%) وكانت

لمستخدمين من دول أجنبية، وأخيراً لغات أخري بنسبة (0.13%) مثل اللغة الفرنسية. كما نجد أن هذه النتيجة تختلف مع دراسة عمرو محمد أسعد (2011) حيث جاءت اللغة الإنجليزية فى مقدمة اللغات التى كتب بها المستخدمون تعليقاتهم حول مقاطع الفيديو فى موقع يوتيوب بنسبة (95.7%) ويرجع ذلك إلى تواصل المستخدمين من دول العالم المختلفة مع مقاطع الفيديو ومستخدمى الموقع دون وجود أى نوع من القيود المؤثرة فى تفاعلاتهم.

2. مقاطع الفيديو التى تقوم بالرد على حلقات الإعلامية ريهام سعيد

جدول رقم (18) عدد مقاطع الفيديو وإجمالي عدد المشاهدات لمقاطع فيديو تقوم بالرد علي حلقات ريهام سعيد عن الجن علي يوتيوب

الفيديو	عدد المقاطع		عدد المشاهدات	
	ك	%	ك	%
فضيحة ريهام سعيد و خمس بنات يزعمون نزولهم تحت الارض بصبايا الخير بالأدلة و البراهين القاطعة	1	14.3	712033	86.9
خالد الجندى يعرض دليل كذب ريهام سعيد والخمس بنات ويفتح النار على نصاب الحزب الوطنى قاهر العفاريت	6	85.7	107421	13.1
الإجمالي	7	100	819454	100

نستنتج من الجدول السابق أن مقاطع الفيديو للبرنامج الذي تقدمه الإعلامية ريهام سعيد على قناة (النهار) أثار جدلاً علي شبكات التواصل الاجتماعي وعلي وجه الخصوص تويتر، فنجد ارتفاع نسبة مشاهدة مقطع فيديو للهجوم علي الإعلامية ريهام سعيد بنسبة (86.9%) حيث قام بتفسير تفصيلي لكل مشاهد حلقات ريهام سعيد عن الجن. فقد أوضح أنه تم استخدام مؤثرات صوتية وضوئية من خلال حركة الكاميرا وتحركها من داخل الغرفة إلي خارجها. كما أوضح أنه تم استضافة طبيب نفسي بدون ذكر أسمه وتخصصه وعدم قدرته علي تفسير مرضهم بطريقة صحيحة. قامت المادة الفيلمية المصورة لبرنامج صبايا الخير بإظهار أغلب المشاهد بثلاثة فتيات فقط والأمور لا تسير بشكل عفوي هكذا. كما تم ظهور العديد من الشباب أغلب المشاهد وردود أفعالهم وضحكهم إلى درجة أن أحد الشباب أصبح المذيع.

كذلك قيام إحدي الفتيات بمد يديها عند الوقوع دليل علي وعيها ولغة الجسد المستخدمة وأيضاً رسمها للصليب خطأ مما يدل علي التمثيل. وكان غير منطقى أن الضغط علي الأصابع واللسان يسبب في هدؤ الجن ويدل علي الاستخفاف بعقول المشاهدين. أظهر هذا الفيديو الذى يحلل مادة برنامج صبايا الخير أن الولعة التي كانت تستخدم من النوع شديد اللهب وهي التي استخدمها عضو مجلس الشعب عند استخراج الجن. ومن المفترض أن طريقة دخول ريهام سعيد للبنات كانت مفاجأة للفتيات، في حين أن أثناء الحديث معهم تبين أنهم كانوا علي علم بحضورها، كما طلبت من إحدي الفتيات أن تسكت باقي أخواتها فوافقت، وكان طلب الفتيات لمقرئ أمر غير طبيعي لأنه عند سماع القرآن الكريم يسبب لهن حدوث تشنجات كما يدعون. وذكرت مذيعة البرنامج في إحدي اللقطات أن "الممسوسين مش بيعملوا كده". كما ذكرت "أحنا سوف نتفرج على شو لطيف وفيه دراما ونستفيد منه بشئ حتي يكون إعلام إيجابي". كما أوضح أن المذيعة ليس لديها مهنية للتحقق من حرق المصحف، فكان لابد من تحليل تلك الصفحات، ويقتصر هدفها علي إثبات أن من فعل ذلك هو الجن.

أما بالنسبة لمقاطع الفيديو الخاص بالشيخ خالد الجندي فقد قام بتكذيب حلقات ريهام سعيد عن الجن، وأكد علي عدم ضرر من يستخدم المياه الساخنة داخل الحمامات، وأن الزيت المغلي ليس له علاقة بالجن، وأن عضو مجلس الشعب السابق كان عضو في الحزب الوطني الفاسد وسبب إنقلاب مصر، ويستخدم وسيلة معروفة كيميائياً ومعه مذيعة تساعده علي اللعب بالبسطاء، وهذا نصب وكل ذلك تمثيل ودجل، وأكد أنه سوف يطارد الدجالين بتوعية الناس بالحقيقة. كما ذكر الشيخ خالد الجندى قبل حلقات ريهام سعيد رفضه ما يروج له البعض عن مس الجن للأنس وأكد أن الجن ليس له قدرات على البشر وأن حدود التعامل تتم في صورتين هما الوسوسة والإتصال. مؤكداً أنه ليس هناك له أدنى تأثير على الإنسان إلا بالوسوسة التي تحدث عن طريق ما يسمي بالمس ويتم ذلك بالتسلط الخفي وأشار إلى أن التكوين العقلي للجن غير مكتمل والدليل أن الله لم يبعث منهم رسلاً لهم منهم، ولكن

لعدم رشادهم أرسل الله الأنبياء من البشر. وأضاف الشيخ خالد أن الإعتقاد في الجن والمس جعل من مليون مواطن مصري يعتقدون أنهم ممسوسون وذكر أن (50%) من النساء في مصر يعتقدن في قدرة الدجالين على حل مشاكلهن، كما أن المصريين ينفقون علي الدجل والشعوذة 10 مليارات جنية سنويا (http://www.masress.com/misrelgdida/21105).

فروض البحث:

1- توجد علاقة إرتباطية دالة بين نوعية مقاطع الفيديو وعدد مشاهدات مقاطع الفيديو

جدول رقم (19) العلاقة بين نوعية مقاطع الفيديو وعدد مشاهدات مقاطع الفيديو

عدد المشاهدات / مقاطع الفيديو	مشاهدات مقاطع الفيديو						الإجمالي	
	أقل من 5000 مشاهدات		5000 إلي أقل من 10000مشاهدات		أكثر من 10000 مشاهدات			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بوضوح	4	16	5	38.5	3	21.4	12	23.1
صبايا الخير	2	8	4	30.8	7	50	13	25
لازم نفهم	10	40	2	15.4	1	7.1	13	25
أسرار من تحت الكوبري	2	8	1	7.7	1	7.1	4	7.7
مصر الجديدة	7	28	1	7.7	2	14.3	10	19.2
الإجمالي	25	100	13	100	14	100	52	100

قيمة كا^2 = 15.058	درجة الحرية = 8	مستوي المعنوية =0.058

توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين نوعية مقاطع الفيديو ومشاهدات تلك المقاطع (قيمة كا2 = 15.058، ومستوي معنوية (0.058)، فقد جاءت أكثر من 10000 مشاهدات لبرنامج صبايا الخير بنسبة (50%) وحققت مقاطع الفيديو أعلي نسبة مشاهدة حيث وصل إجمالي عدد المشاهدات (14956737)، يليها نسبة (40%) لبرنامج لازم نفهم وعدد مشاهدات أقل من

5000، بينما نسبة (7.1%) لبرنامجي لازم نفهم وأسرار من تحت الكوبري لأكثر من 10000 مشاهدات، فنجد تعدد مشاهدات مقاطع الفيديو بإختلاف نوعية المقاطع، حيث يعتبر يوتيوب بمثابة سجل أرشيفي مؤثق عبر شبكة الإنترنت للعديد من مقاطع الفيديو والتي يمكن إستعادتها في أي وقت. فهذا يدل على أنه لاتوجد أى علاقة بين نوعية مقاطع الفيديو وعدد مشاهدات هذه المقاطع.

2- توجد علاقة إرتباطية دالة بين نوعية مقاطع الفيديو والإستجابة نحو مقاطع الفيديو (بأعجبني)

جدول رقم (20) العلاقة بين نوعية مقاطع الفيديو والاستجابة نحو مقاطع الفيديو (بأعجبني)

الإستجابة / مقاطع الفيديو	الاستجابة (بأعجبني)						الإجمالي	
	أقل من 50 إستجابة		**50 إلي أقل من 100 إستجابة**		**أكثر من 100 إستجابة**			
	ك	**%**	**ك**	**%**	**ك**	**%**	**ك**	**%**
بوضوح	8	20.5	1	50	3	27.3	12	23.1
صبايا الخير	6	15.4	0	0	7	63.6	13	25
لازم نفهم	12	30.8	1	50	0	0	13	25
أسرار من تحت الكوبري	3	7.7	0	0	1	9.1	4	7.7
مصر الجديدة	10	25.6	0	0	0	0	10	19.2
الإجمالي	39	100	2	100	11	100	52	100

قيمة كا^2 = 16.618 درجة الحرية = 8 مستوي المعنوية =0.034 معامل التوافق =.0.034

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نوعية مقاطع الفيديو والإستجابة نحو مقاطع الفيديو (بأعجبني) قيمة كا^2 = 16.618، ومستوي معنوية 0.034)، والعلاقة ضعيفة القوة (معامل التوافق = 0.034). فقد أتضح أن الإستجابة بأعجبني حول مقاطع الفيديو من القنوات التليفزيونية بنسبة (63.6%) من إجمالي الإستجابات لبرنامج صبايا الخير تليها (50%) من 50 إلي أقل من 100 إستجابة بأعجبني

لبرنامجي بوضوح ولازم نفهم، ويرجع ذلك لزيادة عدد المشاهدات لبرنامج صبايا الخير وبالتالي زيادة عدد اختيارات أعجبني.

3- توجد علاقة إرتباطية دالة بين نوعية مقاطع الفيديو وعدد تعليقات المستخدمين نحوها

جدول رقم (21) العلاقة بين نوعية مقاطع الفيديو وعدد تعليقات المستخدمين نحوها

التعليقات / مقاطع الفيديو	عدد التعليقات						الإجمالي	
	أقل من 20 تعليق		20 إلي أقل من 50 تعليق		50 تعليق فأكثر			
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
بوضوح	7	29.2	2	66.7	1	14.3	10	29.4
صبايا الخير	6	25	0	0	6	85.7	12	35.3
لازم نفهم	6	25	1	33.3	0	0	7	20.6
أسرار من تحت الكوبري	0	0	0	0	0	0	0	0
مصر الجديدة	5	20.8	0	0	0	0	5	14.7
الإجمالي	24	100	3	100	7	100	34	100

قيمة كا^2 = 12.770 درجة الحرية = 6 مستوي المعنوية =0.047 معامل التوافق =0.523

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نوعية مقاطع الفيديو وعدد التعليقات نحوها (قيمة كا2 = 12.770، ومستوي معنوية (0.047)، والعلاقة قوية (معامل التوافق = 0.523). فقد جاءت عدد تعليقات المستخدمين من 50 تعليق فأكثر نحو مقاطع فيديو برنامج صبايا الخير بنسبة (85.7%) من إجمالي مقاطع باقي البرامج. ويرجع الباحث هذا إلي تفاعل المستخدمين مع الموضوع التي تناوله برنامج صبايا الخير حول المس الجني لخمس فتيات بالتعليق عليها ومناقشاتها بين مؤيد ومعارض، حيث أن يوتيوب من وسائل التواصل الاجتماعي التي تعد وسيلة لنشر الآراء بشكل حر للتعبير عن وجهات النظر بعيداً عن مقص الرقيب وهذا لم يكن متاحاً من قبل، وبذلك نجد أن عدد التعليقات تتأثر بنوعية مقاطع الفيديو للبرامج التليفزيونية.

أهم الإستنتاجات من تحليل المضمون والدراسة التحليلية:

1- وجد مشاركة من الجمهور فى معظم البرامج التي تم تحليليها عن طريق إتاحة أكثر من وسيلة للمشاركة. أما بالنسبة للنوع فقد ثبت ارتفاع نسبة مشاركة الإناث عن الذكور.

2- الهدف من المشاركة بتلك البرامج كان لجمهور لديهم أمراض نفسية وكوابيس، تليها السحر والمس الجني وطلب تفسير الأحلام.

3- تنوعت اتجاهات حلقات البرامج التي تم تحليلها ما بين مؤيد ومعارض لعرض قضية "مس الجن" ببرامج القنوات الفضائية الخاصة. فبالرغم من اختلاف اتجاه المعالجة ما بين مؤيد ومحايد ومعارض ببرامج صبابا الخير وبوضوح وأسرار من تحت الكوبري ومصر الجديدة، إلا أنهم قاموا بعرض القضايا الخاصة بالجن والعفاريت والشعوذة، اعتمادا على الإثارة والتشويق لجذب الجمهور. بينما قام برنامج لازم نفهم بالهجوم علي تلك البرامج لكشف طرق النصب التي يقوم بها مراكز علاج الرقية الشرعية وهذا هو الهدف الواضح ولكن نجد عدم استجابة الجمهور له وقاموا بالهجوم عليه من خلال التعليقات علي مقاطع الفيديو الخاصة بالحلقات.

4- حقق مقاطع فيديو برنامج صبايا الخير علي يوتيوب أعلي نسبة عدد مشاهدة بنسبة (94%) حيث وصل إجمالي عدد المشاهدات خلال فترة التحليل (14956737)، وقد وصلت إجمالي التعليقات حوالي (7000) تعليق علي مقاطع الفيديو. وكانت الإعلامية ريهام سعيد، قد تلقت انتقادات حادة على الجزء الأول من هذه الحلقة إلى جانب التشكيك فى مصداقية الحلقة بكاملها واعتبارها تمثيلية على حد وصف البعض، ولكنها ردت مدعية أن أهل الفتيات أبلغوا أسرة البرنامج بإصابتهن بمرض نفسي فقامت بإحضار طبيب نفسي متخصص دون العلم بما سيحدث.

5- حقق برنامج بوضوح إجمالي عدد مشاهدات مقاطع الفيديو وصلت إلي (615375)، تليها برنامج لازم نفهم بإجمالي عدد مشاهدات (146422)، تليها

برنامج أسرار من تحت الكوبري (144713) وأخيراً برنامج مصر الجديدة (49186). وبذلك يتضح مدي اهتمام مستحدمي يوتيوب بمشاهدة مقاطع الفيديو التي تتناول موضوعات الجن والشعوذة، وما حققته هذه البرامج من إحداث إثارة لغرابة هذه القضايا والغير مطروحة بجرأة فى وسائل الإعلام. وقد يرجع أختلاف إجمالي عدد المشاهدات لإختلاف إجمالي عدد المقاطع لكل برنامج.

6- تعددت الفترات الزمنية لمقاطع الفيديو للبرامج المرفوعة على يوتيوب فأحتلت مقاطع الفيديو أقل من 10 دقائق المرتبة الأولي بنسبة (50%) من إجمالي المقاطع ويرجع ذلك لتفاعل المستخدمين مع مقاطع الفيديو القصيرة لمتابعة أكثر عدد من مقاطع الفيديو Related Videos المرتبطة بمقاطع الفيديو الرئيسي، وكانت أعلي عدد مقاطع لبرنامج مصر الجديدة للمعالجة الروحانية عبير فتيان يليها برنامج صبايا الخير.

7- خلال فترة التحليل نجد أن نسبة (69.7%) إجمالي اختيار أعجبني لمقاطع الفيديو للبرامج التليفزيونية بينما نسبة إجمالي لم يعجبني (30.3%)، وقد يرجع ذلك لاختلاف آراء الجمهور حول موضوعات اللبس الجني والسحر والشعوذة.

8- نجد أن أعلي مقاطع فيديو كان لبرنامج صبايا الخير بنسبة (50%) حيث حقق البرنامج أعلي مشاهدة وأعلي إجمالي عدد تعليقات لما يحتويه مضمون الحلقات من طريقة خروج الجن من جسد خمس فتيات فقد وصلت إجمالي التعليقات حوالي (7000) تعليق. تسببت هذه الحلقة فى جدل كبير بين الجمهور وارتفاع نسبة المشاهدة لهذه الحلقة حتى ولو لم يكن الجمهور مقتنع بهذا الفكر. وبذلك نجحت القناة فى رفع نسبة المشاهدة وبالتالى تزداد نسبة الأعلانات على تلك القنوات.

9- اشتملت تعليقات المستخدمين حول مقاطع الفيديو للبرامج نسبة (33.94%) استنكار لمضامين مقاطع الفيديو تليها نسبة (29.77%) تأييد لمضمون تلك المقاطع تليها نسبة (20.13%) استهزاء وسخرية تليها نسبة (5.97%) استخدام عبارات من القرآن الكريم تليها نسبة (4.96%) سب واستخدام ألفاظ

غير لائقة وكانت بنسبة عالية لدي برنامج لازم نفهم، وأخيراً نسبة (0.66%) محاولة تفسير وتوضيح. والتقارب بين نسبتي الاستنكار والتأييد ينبع من الجدل حول مصدقية ما تتناوله هذه البرامج أو شكل من أشكال التضليل الإعلامي وهناك أهداف خافية وراء مناقشة موضوعات الدجل الشعوذة.

10-أرتفاع نسبة مشاهدة مقطع فيديو للهجوم علي الإعلامية ريهام سعيد بنسبة (86.9%) حيث قام بتفسير تفصيلي لكل مشاهد حلقات ريهام سعيد عن الجن، كذلك تعرضها للهجوم من الشيخ خالد الجندي بنسبة (13.1%) ورفضه ما يروج له البعض عن مس الجن للأنس وأكد أن الجن ليس له قدرات على البشر وأن حدود التعامل تتم في صورتين هما الوسوسة والاتصال.

11-تم تطبيق أشكال التضليل الإعلامى فى حلقات برنامج صبايا الخير أثناء التصوير بمنزل الخمس فتيات الممسوسات كما ادعت مذيعة البرنامج. فقد استخدم **التضليل بالكذب** بتكرار فكرة مس الجن للإنسان وهى فكرة خاطئة ومحاولة ترسيخها مهما كانت خاطئة. رسم الصليب بطريقة خاطئة مما يؤكد الكذب وأنها ليست ممسوسة من جن كما تدعى. كذبت الأسرة كلها عندما ادعت أنهم لايعرفون بحضور المذيعة بينما فى الحوار تم الفصح أنهم كانوا على علم بمجيئها. استخدام **التضليل بالكلمة** مثل "فشل الأطباء فى علاجهن"، "إحداث تشنجات عند سماع القرآن". وتم استخدام **التضليل بالصورة وتحويل الصورة** عند استخدام الولعة عند اشتعال طرحة فتاة عند خورج الجن من جسدها وتم الإدعاء بأن هذه الصورة تمثل الواقع بأن الجن احترق واحرق معه طرحة الفتاة عند خروجه بينما هى مصنعة لتعطى إنطباعاً لخروج الجن. وقد تم استخدام أساليب عدة للتضليل الإعلامى ومنها أسلوب **التنكير** عندما قدمت طبيب مجهول لم تعرفه للجمهور. استخدام أسلوب **الإثارة** لإثارة اهتمام الجمهور المتلقى لمعرفة قصة الخمس فتيات الممسوسات وكيفية التخلص من الجن بالإستعانة بعضو مجلس الشعب الأسبق وبذلك يظل المشاهد مشدود لهذه القناة لمتابعة البرنامج وبذلك يزيد من عدد المشاهدين. كما تم استخدام أسلوب **الإيهام**

والتدليس عندما ذهبت المذيعة إلى أسرة الفتيات الممسوسات فى القرية التى يقمن بها لإيهام المشاهد أن البرنامج حصل على المعلومات من مصدرها الأصلى. وأيضاً أسلوب **التخليط وإثارة البلبلة** عن طريق استخدام البرنامج بنشر أفكار مضللة وخلق جو من البلبلة وخلط المفاهيم من خلال تضارب الآراء الدينية الصحيحة والمعتقدات الخاطئة. كما استخدمت المؤثرات الصوتية باستخدام الموسيقى والضوئية من خلال حركة الكاميرا.

وفيما يتعلق بنتائج اختبار فروض الدراسة نؤكد نتائج الدراسة علي الاتي:

1- لم يثبت صحة الفرض الأول حيث توجد علاقة ارتباطية غير دالة إحصائياً بين نوعية مقاطع الفيديو ومشاهدات تلك المقاطع حيث أن تعددت مشاهدات مقاطع الفيديو باختلاف نوعية المقاطع.

2- ثبت صحة الفرض الثاني حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نوعية مقاطع الفيديو والاستجابة نحو مقاطع الفيديو (بأعجبني) ويرجع ذلك لزيادة عدد المشاهدات لبرنامج صبايا الخير وبالتالي زيادة عدد أختيارات أعجبني.

3- ثبت صحة الفرض الثالث حيث توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين نوعية مقاطع الفيديو وعدد التعليقات أي أن عدد التعليقات تتأثر بنوعية مقاطع الفيديو للبرامج التليفزيونية.

تعقيب نهائي:

تناولت العديد من وسائل الإعلام فى الآونة الأخيرة وخاصة بعد ثورة 2011 قضايا الجن والعفاريت والشعوذة. فنجد أن دراما التليفزيون أنتجت حديثاً مسلسلات لمناقشة قضايا الجن ومنها مسلسل أبواب الخوف، إنتاج 2011 ومسلسل خلف الله، إنتاج 2013. كما أن القائمين على صناعة السينما أنتجوا أفلاماً سينمائية ذات صلة بقضايا الجن والعفاريت منذ الخمسينات. ومن هذه الأفلام لا الحصر فيلم "المبروك" الذى ناقش رجل يمارس الدجل على الناس من أجل كسب غير شريف وأخرى ناقشت هذه القضية بطريقة ساخرة مثل "اسماعيل يس فى مستشفى المجانين" و"أم رتيبة"،

وفى الثمانينات أفلام "الأنس والجن"، "التعويذة" و"الأونطجية"، وفى التسعينات فيلم "البيضة والحجر" ومن أهم الأفلام الحديثة فيلم "ياأنا ياخالتى" 2005، وفيلم "وردة": إنتاج 2014 هو فيلم رعب خاص بقضايا الجن والعفاريت، مستوحى من قصة حقيقية وقعت بإحدى القرى المصرية. والفيلم الثانى هو "الفيل الأزرق" المأخوذ من رواية بنفس الأسم للكاتب أحمد مراد من إنتاج 2014، وصنف من أفلام الرعب وقد حقق نجاحاً كبيراً حيث حصد ما يقرب من 31 مليون ونصف أرباحاً في دور العرض.

ووجدت أيضاً هذه القضايا حظها مع المسرح حيث أنتجت مسرحيات تناولت قضايا الجن مثل مسرحية عفرتو فى 1999 وهي مسرحية كوميدية من نوع الكوميديا السياسية. وكذلك مسرحية "تياترو مصر" إنتاج 2014 وهى مشروع مسرحي يضم عروضاً عديدة يتناول فيها الأحداث التاريخية والسياسية وتقدم بشكل كوميدى. حاولت إحدى مسرحيات "تياترو مصر"، التي تعرض على قناة الحياة1، وتقوم بالسخرية من البرامج التي تتناول قضايا الجن والعفاريت على الفضائيات.

وبالنسبة للصحافة، فنجد أنه تم مناقشة تلك القضايا بصورة غير مباشرة على صفحات الحوادث. وكانت آخر حادثة لها صلة بتلك القضايا التى نشرت فى جريدة الأخبار يوم الخميس 4 يونيو 2014 وهى عودة حرائق المنيا المجهولة حيث التهمت النيران ستة منازل دون سبب واضح وأسفرت عن احتراق منزلين كاملين وتحولهما إلى كتلة من الفحم. وقد اشتعلت النيران بثلاث منازل على بعد أكثر من 100 متر عن بعضها البعض والغريب فى الأمر انه أثناء السيطرة على أحد الحرائق فوجئوا بإطفاء النيران فجأة بأحد المنازل المجاورة دون تدخل أحد وقد فشلت الحماية المدنية فى تفسير الظاهرة.

أما البرامج التليفزيونية فقد تناولت قضايا الجن والعفاريت اعتماداً على الإثارة والتشويق بهدف تحقيق نسب مشاهدة أعلى بعد عزوف المشاهدين عن البرامج الحوارية بعد ثورة 30 يونيو حيث ركزت على المشاكل الاقتصادية والسياسية التى شهدتها مصر فى تلك الفترة. ومن أبرز البرامج التي اهتمت بمناقشة تلك القضية

برنامج "أسرار من تحت الكوبري" الذي يقدمه الإعلامي طوني خليفة، على قناة "القاهرة والناس"، وأيضا تناول برنامج "صبايا الخير"، الذي تقدمه الإعلامية ريهام سعيد، على قناة النهار، حلقات لعلاج الجن والشعوذة، وأحدثت الحلقتان الأخيرتان جدلاً كبيراً في الشارع المصري، بعد معالجة خمس فتيات ممن زعم أهلهن بأنهن ممسوسات من الجن. كما تناولت برامج أخرى هذه القضايا على قنوات منافسة مثل برامج "مصر الجديدة"، و"بوضوح" وكذلك برنامج "لازم نفهم" الذى قام بالرد مهاجماً هذه البرامج لما تحتويه من مضمون يؤيد الفكر الخرافى بحجة أن الجن موجود بالفعل واتهمهم بنشر الخرافات والدجل وتشجيع المشاهدين للجوء للدجالين لحل مشاكلهم بإقناعهم أن سبب همومهم ومشاكلهم الحياتية هو مس من الجن ويجب طلب مساعدة المعالجين بالقرآن أو هؤلاء الدجالين.

وجدير بالذكر أن ترتيب القنوات الفضائية المصرية فى 2013 حسب تقرير شركة «إبسوس» المتخصصة فى بحوث مشاهدة القنوات الفضائية جاءت قناة الحياة في المرتبة الأولى حيث بلغت نسبة مشاهدتها 191,0، بينما احتلت قناة CBC المركز الثاني وبلغت نسبة مشاهدتها 155,0، أما قناة النهار فحصدت المركز الثالث حيث بلغت عدد مرات مشاهدتها 76,03، فيما حصلت MBC مصر علي المركز الرابع حيث وصل نسبة مشاهدتها 67,0، وجاءت القناة الأولي بالتلفزيون المصري علي الترتيب الخامس حيث بلغت نسبة مشاهدتها 65,95. كما أنها خلصت إلى نفس النتائج فى 2014 لقناة الحياة، قناة CBC وقناة MBC مصر. وقد علق خبراء الإعلام أنهم لا يثقون فى دراسات وأبحاث هذه الشركات التى تصدر النتيجة وفقا لرغبة القنوات الفضائية لهدف الربح من أجل زيادة إقبال شركات الأعلانات على هذه القنوات.

أما بالنسبة لترتيب هذه القنوات حسب مشاهدة مقاطع الفيديو المرفوعة على يوتيوب لأعلى نسب مشاهدة لمائة قناة تليفزيونية، فنجد أن قناة النهار تصدرت المركز الثامن بعدد مشاهدة 225,703,938، وأخذت قنوات الحياة المركز الحادى عشر بعدد مشاهدة 194,714,860 وقنوات CBC الترتيب الثالث والعشرون بعدد

مشاهدة 99,193,605 وجاء ترتيب قناة القاهرة والناس السابع والأربعون بعدد مشاهدة 46,887,479. http://vidstatsx.com/youtube-top-100-most-viewed-egypt-eg

وعند ربط هذه الإحصائيات بالبرامج الحوارية تحت الدراسة والتى ناقشت قضايا مس الجن للأنسان والدجل والشعوذة سواء من من يدعون أنهم روحانيون أو المعالجين بالقرآن الكريم، نجد أن هذه البرامج قد عرضت على أوائل القنوات الفضائية مشاهدة لدى الجمهور المصرى. فبرنامج "بوضوح" و "مصر الجديدة" يذاعا على قناتى الحياة 1 والحياة 2 على التوالى وكان ترتيبها الأول بين سائر القنوات الأخرى. وبرنامج "صبايا الخير" يذاع على قناة "النهار" وترتيبها الثالث، أما برنامج "لازم نفهم" يقدم على قناة CBC وترتيبها الثانى. فإن مثل نوعية هذه البرامج تثير حولها الجدل واختلاف آراء الجمهور المشاهد ويزيد أعداد المشاهدين بصرف النظر عن قبول الفكرة أو رفضها وبالتالى تنجح هذه القنوات فى رفع نسب المشاهدة وبالتالى تجذب عدد أكبر من المعلنين لديها لهدف الربح المادى لا أكثر وبالتالى فإنها أعمال تجارية ليس إلا.

كما يجب تسليط الضوء على الأسباب الأساسية فى مشكلة انتشار ظاهرة الدجل والمشعوذين إذ لعبت معظم هذه البرامج الحوارية على القنوات الفضائية التى روجت أو ناقشت قضايا مس الجن للأنسان على عاملين أساسيين لجذب مشاهدة لبرامجها. فالعامل الأول هو أنتشار الجهل ونقص الوعي الثقافى والدينى لدي الجمهور. وطبقاً لإحصاءات الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء عام 2013 بلغ معدل الأمية في مصر 25.9 % (للأفراد من 10 سنوات فأكثر) ليبلغ حوالى 17.2 مليون نسمة، منهم 10.9 مليون نسمة من الإناث أى 33.6% و6.3 مليون من الذكور أى 18.5%، وأن حوالى فرد واحد أمي بين كل ثلاثة أفراد من السكان فى الفئة العمرية 15 سنة فأكثر، ليبلغ معدل الأمية 29.8 %. وترتفع نسبة الأمية بصورة عامة في محافظات الصعيد وتعتبر محافظة الفيوم أكبر محافظة بها أكبر عدد من الأميين بمعدل 42% من عدد سكان المحافظة. ويجب تسليط الضوء هنا

على أن برنامج "أسرار من تحت الكوبرى" عرض حالة حوادث حريق فى أحدى قرى الفيوم ذات نسبة أمية عالية واللجوء للشيخ فرحات ذات القدرات الخارقة لإخراج الجان. كما تبلغ نسبة الأمية 20.2 % في محافظة القاهرة و16.6 % في محافظة الأسكندرية، و31.8% في البحيرة التى تعتبر أكبر محافظات الوجه البحرى إرتفاعاً فى نسبة الأمية (سامية أبو النصر، 2015). كما تبلغ نسبة الأمية فى محافظة الغربية 25 % أى ربع سكان المحافظة الذى بلغ مليون و500 ألف نسمة (محمد ربيع). ونلاحظ أنه تم تصوير حلقات برنامج "صبايا الخير" لعلاج خمس فتيات بعد ادعائها أنهن تعرضن لمس جنى على يد "معالج بالقرآن" عضو مجلس الشعب الأسبق فى قرية شبرا قاص التابعة لمركز السنطة بمحافظة الغربية، والتى تبعد حوالى 7 كيلو مترات عن عاصمة المحافظة طنطا (محمد مبروك، 2014).

أما العامل الثانى فهو الفقر حيث أعلن الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء عن نسبة المصريين تحت خط الفقر بالنسبة للعام الحالي 2015، فكانت 26.3% من السكان، فقد أظهر تقرير "بحث الدخل والإنفاق والاستهلاك" الذي يصدره الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء المصري استمرار ارتفاع نسبة الفقر بمصر كل عام عن سابقه، حيث تمثل نسبة 26.3% في التقرير الأخير عام 2012 – 2013 زيادة 1.1% عن العام السابق (البدري جلال، 2015). كما بلغت نسبة سكان الحضر حوالى 43% وسكان الريف حوالى 57% من إجمالى سكان مصر الذى بلغ 86.777 مليون نسمة فى 11 يوليو 2015. كما أعلن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء أن عدد الأسر المصرية بلغ 20.1 مليون أسرة في 2014/7/1، منهم نحو 9.3 مليون أسرة في الحضر بنسبة 46% تقريباً، ونحو 10.8 مليون أسرة في الريف بنسبة 54% تقريباً من إجمالي الأسر(سلمى الزهيري، 2014). فالأرقام المذكورة أعلاه تعنى أن أكثر من ربع المصريين دون خط الفقر، الأمر الذي يوضح المعاناة والمأساة التي يعيشها المواطن البسيط في حياته اليومية، هذا إلى جانب أن أكثر من نصف سكان مصر يقنتون فى الريف ولهذا فمن الجائز أن المشاركين بهذه البرامج رضخوا لطلب القائمين عليها للإدعاء بمس جنى للاحتياج للمادة وبذلك

ساعدوا القناة على خلق جو من الإثارة الذى أدى إلى بلبلة وزيادة المشاهدة لتلك البرامج.

ومما ذكر يتضح أن القائمين على البرنامج الحوارية فى القنوات الفضائية تم استغلالهم للمستوى التعليمى والاقتصادى المنخفض للأغلبية العظمى فى مصر مشاهدى هذه البرامج وللأسر التى تم التسجيل معهم كما عملوا على التأثير على نفس نوعية الجمهور المشاهد لمثل هذه القضايا. وقد ساهموا فى زيادة التضليل الإعلامى الذى يستهدف التضليل بشكل متعمد ومقصود من خلال نشر أفكار ومعتقدات غير صحيحة ووجدوا مجال خصب لقلة ادراك الأغلبية العظمى بمبادىء دينهم القويم فلعبوا بالدين وتاجروا به لترسيخ هذه الأفكار المضللة سعياً وراء الكسب المادى من جذب عدد أكبر من المعلنين.

توصيات البحث:

- وضع ميثاق أخلاقى للإعلام المصرى عامةً وللقنوات الفضائية خاصةً إذ أنه لايوجد ميثاق أخلاقى ينظم الإعلام إلى الآن يحكمه ويضع ضوابط له. وقد أتهم كثير من خبراء الإعلام وأساتذة الاجتماع مثل أستاذ علم الاجتماع السياسى الدكتور أحمد زايد أن الإعلام المصرى يقوم بدور تضليلى وأضاف أنه يجب على الدولة المصرية أن تتدخل لضبط الإعلام من أجل أن يقوم بتقديم رسالة تحقق الصالح العام. كما يرى الدكتور أحمد زايد أن غياب الخطوط والضابطة للعمل الإعلامى تجعله باباً لنشر الطاقة السلبية، موضحاً أنه يجب على الإعلام القيام بدور إيجابى بدلاً من أن يعكس الصراع بين النخب السياسية (أحمد زايد، 2014). ومؤخراً تم إعداد مسودة قوانين الإعلام فى يونيو 2015 وذلك ليضمن القانون الجديد المحاسبة الذاتية للصحف ووسائل الإعلام ومراقبة التمويل والأداء المهنى والمحاسبة الفورية على أى خلل بها والتصحيح الفورى لأى خطأ وضمان الشفافية الكاملة فيما يتعلق بمصادر التمويل وملكية وسائل الإعلام المختلفة.
- وضع صياغة لعلاقة أخلاقيات الإعلام في النظم الصحفية والقنوات الفضائية بالنظم السياسية الحاكمة والتي من أهمها الاحتكار الرأسمالى فى الإعلام والعلاقة

القوية بين أصحاب رأس المال المالكين للوسائل الإعلامية والنظام الرأسمالي في الدولة الذي أدي بدوره إلي التضليل الإعلامي للجمهور أنتج مناخاً لنمو وتطور نوعية خاصة من أخلاقيات الإعلام التى تعظم الفردية والمزيد من الأرباح عن طريق زيادة معدلات التوزيع والمشاهدة والاستماع ولو على حساب أخلاقيات الوظيفة والمهنية والخدمة العامة. وهو ما أضر بالمكانة الاجتماعية لمعظم وسائل الإعلام والصحفيين والإعلاميين لأن الربحية عادة ما تتحقق على حساب المصداقية وهو ما أدى إلى تدهور المعنويات الأخلاقية للصحفيين الذين يتشككون فى أهمية الدور الذى يؤدونه وقيمته للمجتمع.

- توجيه الإعلام المصرى إلى الإعلام التنموى الصحيح حيث يمكن من خلاله توجيه أجهزة الإعلام ووسائل الاتصال الجماهيري داخل المجتمع بما يتفق مع أهداف الحركة التنموية ومصلحة المجتمع العليا كما أنه يوسع من آفاق الناس و يرفع من طموحاتهم وبذلك يقوم على تنمية المجتمع بأكمله. فيمكن الوصول لهذا الهدف عن طريق استخدام مهام الإعلام التنموى وهو إقناع الجمهور باستمالات منطقية للمساهمة في البرامج التنموية ضمن حملات مخطط لها جيداً بحيث تتوافر فيها شروط عناصر النجاح. تحريك قدراته نحو إنجاز أهداف محددة من خلال استمالات عاطفية للإسهام في برامج التنمية وذلك باختيار المعلومات بشكل دقيق وجذاب واستخدام أساليب مشوقه من أجل جذب كل شرائح المجتمع للتفاعل مع الوسائل الإعلامية.
- العمل على تجديد الخطاب الديني كما دعى إليه رئيس الجمهورية عن طريق تفعيل دور الأزهر الشريف فى المساجد وتواجده داخل المجتمعات المصرية وأيضاً باستخدام شبكات الاجتماعى للوصول إلى أكبر عدد من الشباب المستخدم لهذه الشبكات بما أنه الركيزة الأساسية للمجتمع المصرى، وذلك لتصحيح صورة الإسلام ولتأثر سمعة المسلمين بما يحدث فى العالم. كما يجب التصدى للفهم الخاطىء للدين حتى لايكون منبع للإرهاب والفكر المتطرف. كما يمكن الوصول إلى القاعدة العريضة من الناس من خلال البرامج الدينية المتطورة بالقنوات الفضائية لرفع

الوعي الديني للجمهور لإخماد محاولات النصابين بإدعاءاتهم بأنهم يعملون بمهنة "راقى شرعى" لمواجهة ظاهرة الدجل.

المراجع العربية:

- أحمد زايد (2014) أستاذ اجتماع: لا يوجد ميثاق أخلاقي ينظم دور الإعلام ، تاريخ التصفح 2015/7/8 http:///.../moheet.com/2014/12/18/أستاذ-علم-الاجتماع-لا-يوجد-ميثاق-أخلاق.html.
- أحمد خليفة الدهاش (2010). "استخدام الشبكة العنكبوتية فى مواجهة انتشار الفكر المتطرف". رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. http://hdl.handle.net/123456789/51257 ، تاريخ التصفح ، 2015/6/19.
- أشرف جلال حسن (2009). "أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيا على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية. دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور فى ضوء مدخل الإعلام البديل. المؤتمر الدولى العلمى الأول بعنوان الأسرة والإعلام وتحديات العصر. 15-17 فبراير 2009، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- أم بي سي مصر تتقدم للرابع.. والقناة الأولي تتقدم للمركز الخامس.. ودريم الثامنة.. و«أون تي في» التاسعة (2013). ديسمبر 20، 2013 - 23:13. http://elwadynews.com/satellite-channels-news/2013/12/20/7452، تاريخ التصفح 2015/6/14.
- البدري جلال (2015). "نسبة الفقر فى مصر تتزايد.. والحكومة تتدعم الأغنياء فقط". الأحد, فبراير 8، 2015. /ttp://elbadil.com، تاريخ التصفح 2015/6/19.
- إيمان محمد سلامة بركة (2008). "الجريمة الإعلامية فى الفقه الإسلامى". رسالة ماجستير غير منشورة، عمادة الدراسات العليا. كلية الشريعة والقانون، قسم النقد المقارن، الجامعة الإسلامية بغزة.
- تركى بن عبد العزيز السديرى (2014). "توظيف شبكات التواصل الاجتماعى فى التوعية الأمنية ضد خطر الشائعات: دراسة مسحية على العاملين فى إدارات العلاقات العامة بقطاعات وزارة الداخلية." رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العدالة الاجتماعية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
- جيهان حسن أمين حسين (2014). "دور شبكات التواصل الاجتماعى فى تنمية الوعى السياسى: دراسة حالة لشباب ثورة 25 يناير". رسالة ماجستير غير منشورة، معهد الدراسات والبحوث التربوية، جامعة القاهرة.
- حسنين شفيق. (2014). التضليل الإعلامي والغيبوبة المهنية. دار فكر وفن،الطبعة الثانية، القاهرة.
- حسنين شفيق. (2014). مواقع التواصل الاجتماعي: أدوات ومصادر للتغطية الإعلامية. دار فكر وفن، القاهرة.
- حسين درويش العادلي. "التضليل الإعلامي". http://www.imn.iq/articles/view.2367/، تاريخ التصفح 2015/3/21.
- خالد محمد البدر (2013). "نسق القيم الاجتماعية وعلاقته باتجاهات السعوديين نحو شبكات التواصل الاجتماعى". رسالة ماجستير غير منشورة، الرياض، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. http://hdl.handle.net/123456789/53525 ، تاريخ التصفح 2015/3/20.
- د. مصطفى علي الصغير. "التضليل الإعلامي ضد الخصوم قديما وحديثا". http://libya-al-mostakbal.org/news/clicked/45064

- د.سامية أبو النصر (2015). 17 مليون أمى فى مصر لماذا؟ 1مايو 2015 جريدة الأهرام اليومى http://www.ahram.org.eg/News/111527/59/NewsPrint/383949.aspx، تاريخ التصفح 2015/6/19.
- ساهر عبدالرحمن (2014). "الجن والعفاريت" نجوم السينما والتليفزيون. الأحد 21-12-2014 13:3 البوابة الإلكترونية لجريدة الوطن. http://www.elwatannews.com/news/details/623856، تاريخ التصفح 2015/6/7.
- سلمى الزهيري (2014). "الإحصاء: 86.777 مليون نسمة إجمالي سكان مصر يوم 11 يوليو". السبت 12/يوليو/2014 - 12:11 م. http://www.dostor.org/643310، تاريخ التصفح 2015/6/19.
- عزة لطفى عبد الحميد علام(2012). "دور القنوات الفضائية العربية فى نشر الفكر الخرافى: دراسة مسحية". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- علي آل طالب. (2007). "الأثر الإعلامي واستراتيجيا القرار السياسي". رسالة ماجستير. الجامعة الوطنية باليمن. https://groups.google.com/forum/#!msg/fayad61/HuMx8bkJ57w/VFDO8ZlzFxQJ
- عمرو محمد أسعد (2011). "العلاقة بين استخدام الشباب المصرى لمواقع الشبكات الاجتماعية وقيمهم المجتمعية: دراسة على موقعى اليوتيوب Youtube والفيس بوك Facebook ". رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- عنود محمد الشمرى(2012). "اتجاهات طالبات جامعة قطر نحو برنامج القنوات الفضائية المروجة للخرافات والاعتقادات الخاطئة"، 2007، فى "دور القنوات الفضائية العربية فى نشر الفكر الخرافى: دراسة مسحية". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- فهد بن عبد الرحمن الشميمرى (2010). التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام؟ http://www.saudimediaeducation.org/index.php?option=com_content&view=article&id=110:2010-10-19-14-31-44&catid=39:2010-10-19-13-49-56&Itemid=76
- قاموس التضليل الإعلامي 14 :أغسطس 2011، http://www.albayan.ae/paths/books/2011-08-14-1.1487128، تاريخ التصفح 2015/3/21.
- محمد بن علي العصيمي. "تجريم التضليل الإعلامي : دراسة تأصيلية" (2014). رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، قسم العدالة الجنائية، تخصص العدالة الجنائية. http://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/58274

- محمد جابر خلف الله (2013). "مفهوم شبكات التواصل الاجتماعى Social Networking Sites"
http://kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/512902
- محمد ربيع (2014). "بالصور.. 47 منطقة عشوائية بالغربية تبحث عن حلول في 2015". الخميس, ديسمبر 25، 2014 . http://elbadil.com/، تاريخ التصفح 2015/6/19.
- محمد مبروك (2014). "بوابة الأهرام" فى منزل فتيات "ريهام سعيد" بالغربية: الأطباء قالوا لنا اذهبوا إلى المعالجين بالقرآن، الغربية – 16-12-2014، 22:37
http://gate.ahram.org.eg/NewsContent/ ، تاريخ التصفح 2015/4/7.
- محمد منير حجاب. 2007. الشائعات وطرق مواجهتها. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- مركز شؤون المرأة (2011). "الشباب وشبكة التواصل الاجتماعى". غزة: مركز شؤون المرأة.
www.alquds.com/news/article/view/id/270475 ، تاريخ التصفح 2015/3/23.
- مروة رزق (2014). % 98من مشتركي الإنترنت بمصر يستخدمون "فيس بوك". 24-3-2014.http://moheet.com/2014/03/24/2034405/98-%D9%85%D9%86- ، تاريخ التصفح 2015/3/18.
- نبيل عيد (2013). "دراسة حول المواقع الإجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك، تويتر واليوتيوب".
http://mogtamaa.telecentre.org/profiles/blogs/2487793:BlogPost:80067?xg_source=activity
- نرمين زكريا خضر (2009). "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمى موقع الفيس بوك". المؤتمر الدولى العلمى الأول بعنوان الأسرة والإعلام وتحديات العصر. 15-17 فبراير 2009، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- "نظرة على الإعلام الاجتماعى فى العالم العربى 2014". برنامج الحوكمة والابتكار. كلية محمد بن راشد للإدارة الحكومية. http://www.mbrsg.ae/getattachment/9cea0fcc-9e43-4fba-9f47-ea6d9d16ca8c/Arab-Social-Media-Outlook-2014.aspx
- هبة السيد. وزير الاتصالات لـ"اليوم السابع": عدد مستخدمى الإنترنت فى مصر وصل إلى 48 مليونًا..السبت 10 يناير 2015.
http://www.youm7.com/story/2015/1/10/

المراجع الأجنبية:

- Almansa, A. Fonseca, O. Castillo, A. **Social Networks** and Young **People**. Comparative Study of Facebook between Colombia and Spain. Comunicar. 2013, Vol. 20 Issue 40, p127-134. EBSCOHOST. Accession Number: 89371485

- “Internet in the Arab World Report”. The Arabic Network for Human Rights Information. May 2015. http://anhri.net/?p=144042&lang=en
- Internet Users in 2014 in the Middle East and the World http://www.internetworldstats.com/stats5.htm
- Karlova, N.A. & Fisher, K.E. (2013). A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour *Information Research*, **18**(1) paper 573. [Available at http://InformationR.net/ir/18-1/paper573.html]
- Shehabat, Ahmad. The **social media** cyber-war: the unfolding events in the Syrian revolution 2011. Global **Media** Journal: Australian Edition. 2012, Vol. 6 Issue 2, p1-9. EBSCOHOST. Accession Number: 90658968
- Soengas, Xosé. The Role of the Internet and **Social Networks** in the Arab Uprisings – An Alternative to Official Press Censorship. Comunicar. 2013, Vol. 21 Issue 41, p147-155. Accession Number: 89863626
- YouTube Top 100 Most Viewed Egypt Video Producers. http://vidstatsx.com/youtube-top-100-most-viewed-egypt-eg