

التشويش الثقافي وقت الأزمات (دراسة تحليلية على منصة تويتر)

Cultural Jamming in the Time of Crises (Analytical Study on the Twitter Platform)

إعداد: الباحثة/ بلقيس فراج الحارثي

باحثة دكتوراه في الإعلام والاتصال الرقمي، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية

Email: balharethi@hotmail.com

إشراف الدكتور/ علي دبكّل العنزي

أستاذ الإعلام المشارك، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية

المخلص

ساهمت التكنولوجيا الحديثة والتقنيات الإعلامية الرقمية الجديدة في فتح مجال عام رقمي للجمهور لمشاركة الأشكال المختلفة للمحتوى، ومن أبرز هذه الأشكال، المحتوى المؤدي للتشويش على الثقافة والمعتمد على المحاكاة الساخرة للأفكار والرسائل والأحداث وقضايا المجتمع، ومن هذا المنطلق استهدفت الدراسة الحالية التعرف على أشكال التشويش الثقافي في تغريدات تويتر وقت الأزمات، وبالأخص وقت أزمة الاستهداف الصاروخي على المملكة العربية السعودية من قبل جماعات الحوثي، والتعرف على أشكال هذا المحتوى وأنواع تفاعل الجمهور، والتعرف على الاستمالات الإقناعية الظاهرة في تغريدات المحتوى المؤدي إلى التشويش الثقافي. وتنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع الذي تنطرق إليه وهو الأزمات وطرق التشويش الثقافي أثناء الأزمة، إضافة إلى ندرة الدراسات التي تناولت هذا المفهوم. واستخدمت الدراسة منهج المسح بالاعتماد على أداة تحليل المضمون لتحليل 130 تغريدة تمثل تشويشاً ثقافياً في الفترة الزمنية من 2018 إلى 2022م.

وتوصلت الدراسة إلى أن الاتجاه الغالب للتغريدات إيجابي لدعم المملكة العربية السعودية، وكان الشكل السائد للتشويش الثقافي النص حيث برز في جميع التغريدات، ثم يليه الفيديو، وآخر الأشكال كان الصورة، ومن ناحية تفاعل الجمهور غلب الإعجاب بالتغريدات على جميع أنواع التفاعل، وكان التفاعل الأكبر على التغريدات متعددة الوسائط (نص، صورة)، (نص، فيديو)، وتوصي الدراسة بضرورة اهتمام المنظمات بظاهرة التشويش الثقافي والبحث في فعاليتها كاستراتيجية جديدة مساعدة في إدارة الأزمات.

الكلمات المفتاحية: التشويش الثقافي، الأزمات، محتوى تويتر، الهجمات الصاروخية.

Cultural Jamming in the Time of Crises (Analytical Study on the Twitter Platform)

Abstract

Modern technology and new digital media technologies have contributed to open up a digital public field for the public to share different forms of content. The most prominent problems of these forms is content that jams culture and is based on simulating sarcasms ideas, messages, events, and community issues. From this standpoint, the current study aimed to identify the forms of cultural jamming in Twitter tweets at times of crisis, especially at the time of the missile targeting crisis on the Kingdom of Saudi Arabia by the Houthi groups, and to identify the forms of this content and the types of audience interaction. And identifying the persuasive inducements that appear in Twitter, the content that leads to cultural jamming. The importance of this study stems from the importance of the importance that it deals with, which is the crises and methods of cultural jamming during the crisis, in addition to the importance of this study. The study used the content analysis tool to analyze 130 tweets representing cultural jamming during the period from 2018 to 2022.

The study found that the predominant trend of tweets was positive in support of Saudi Arabia. And The dominant form of cultural jamming was the text, which appeared in all tweets, followed by the video, and the last form was the image. The majority of culture jamming tweets were direct. In terms of audience interaction, liking tweets dominated all types of interaction, and the interaction was the largest on multimedia tweets (text, image), (text, video). The study recommends that organizations should pay attention to the phenomenon of cultural jamming and research its effectiveness as a new strategy to help in crisis management.

Keywords: Cultural Jamming, Crises, Twitter content, Missile attacks

1. المقدمة:

مرت تكنولوجيا الإعلام بمراحل عديدة من التطور إلى أن وصلت لاعتمادها على التكنولوجيات الرقمية، مما أدى إلى تغييرات كثيرة على مجال الإعلام بعد ظهور الإنترنت، منها السرعة في الوصول للمعلومات، ونشرها، بالاعتماد على مختلف أنواع الوسائط، وإتاحة التفاعل للجمهور.

أسهم هذا التطور في نشأة فضاء جديد من الحرية في التعبير الذي "أدى إلى تحول نوعي في استخدام منصات التواصل الاجتماعي، فتحوّلت من كونها أداة للترفيه والتواصل فقط إلى أداة للتنظيم والقيادة، ووسيلة فعالة لنقل ومتابعة الأحداث". (النجار، القرشي، 2017، ص138).

ومن أشكال المحتوى المتداول عبر منصات التواصل الاجتماعي المحتوى الساخر أو الناقد لظواهر معينة، وهو محتوى يؤدي إلى التشويش الثقافي للجمهور، حيث إنه وسيلة فعالة لمشاركة التطلعات والتعبير عن الأفكار أو النقد من خلال تخريب الرموز والمعاني. (Triputra,2016).

ظهر التشويش الثقافي نتيجة لما بعد الحداثة وظواهر النقد الاجتماعي، وساعدت منصات التواصل الاجتماعي في ظهوره وانتشاره، سواء كان نصًّا، أو صورًا، أو فيديو. (Clurel,2020).

وظهر التشويش الثقافي في مجالات مختلفة مثل: الإعلان، والسياسة، والحروب، والأزمات. "فالأزمات حوادث تحتوي على بعض عناصر المفاجأة غير المتوقعة ومؤثرة عاطفيًا على المنظمات وجماهيرها". (سليم، 2016، ص21). ذلك أدى إلى الحاجة لدراسة هذا النوع من المحتوى والتعرف على أشكاله ونوع التفاعل معه عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

1.1. مشكلة الدراسة:

من الأزمات التي واجهتها المملكة العربية السعودية في السنوات الأخيرة أزمة الهجمات الصاروخية لجماعات الحوثي، حيث قاموا بتنفيذ عديد من الهجمات الجوية الصاروخية على مناطق متفرقة من المملكة، ورغم تصدي الدفاعات الجوية لتلك الهجمات إلا أنها كان لها أثرٌ على الحالة الشعورية لكافة الأفراد (الجمهور).

ولا تؤثر الأزمة على مظهر سلوكي أو وجداني واحد لدى الجمهور، بل تمتد لتشمل عدة مظاهر، وهذا ما أكده (البناء، 2009) بقوله: "حالة الأزمة يمكن أن تؤثر على عدة مظاهر سلوكية في حياة الفرد الجسمية والفكرية والاجتماعية تتمثل في الشعور بالتعب والإجهاد، والعجز، وعدم الكفاءة، والحيرة والقلق".

فيلجأ البعض إلى تلقي المحتوى، والبعض الآخر ينتج المحتوى، سواء كانت نصوصًا، أو صورًا، أو مقاطع فيديو، ومن أنواع المحتوى المنتج من قبل الجمهور المحتوى الساخر أو الذي يعد تشويشًا ثقافيًا على الرسائل الأصلية، أي هو الرسائل التي أعدها الجمهور في شكل ساخر من محاولات جماعات الحوثي في زعزعة أمن الوطن وإثارة الرعب في المجتمع السعودي.

لذلك تسعى الدراسة الحالية لتعرف إلى أشكال التشويش الثقافي عبر تغريدات تويتر وقت الاستهداف الصاروخي على المملكة، ومعرفة نوع التفاعل وحجمه على هذه التغريدات.

2.1. أهمية الدراسة:

- ندرة الدراسات التي تناولت مفهوم التشويش الثقافي (في حدود إطلاع الباحث)، وخاصة الدراسات العربية.

- تطرقت توصيات الدراسات السابقة إلى ضرورة الاهتمام بكيفية تفاعل الجمهور مع محتوى التشويش الثقافي، ولذلك سوف تهتم الدراسة الحالية بقياس حجم وشكل تفاعل الجمهور مع المحتوى.

3.1. أهداف الدراسة:

- 1- الكشف عن أشكال المحتوى المؤدي إلى التشويش الثقافي عبر تغريدات تويتر وقت الأزمات.
- 2- معرفة أدوات المحتوى المؤدي إلى التشويش الثقافي المستخدمة وقت الأزمات.
- 3- التعرف على الاستمالات الإقناعية الظاهرة في تغريدات المحتوى المؤدي إلى التشويش الثقافي.
- 4- التعرف على نوع التفاعل مع تغريدات المحتوى المؤدي إلى التشويش الثقافي في تويتر وقت الأزمات.

4.1. تساؤلات الدراسة:

- 1- ما أشكال المحتوى المؤدي للتشويش الثقافي عبر تويتر وقت الأزمات؟
- 2- ما أدوات المحتوى المؤدي للتشويش الثقافي المستخدمة وقت الأزمات؟
- 3- ما الاستمالات الإقناعية الظاهرة في التغريدات المؤدية إلى التشويش الثقافي؟
- 4- ما نوع التفاعل مع التغريدات المؤدية إلى التشويش الثقافي في تويتر وقت الأزمات؟

2. الإطار المعرفي والدراسات السابقة

1.2. الإطار المعرفي

التشويش الثقافي:

التشويش الثقافي هو مجموعة من التكتيكات المستخدمة لانتقاد وتخريب و "تشويش" أعمال المصدر من خلال استخدام الاستراتيجيات القائمة على وسائل الإعلام مثل المحاكاة الساخرة، أو الاستراتيجيات القائمة على الأداء مثل تلك المستخدمة بواسطة مجموعة الموسيقى Negativland، التي يُنسب إليها الفضل في ظهور المفهوم في أوائل الثمانينيات، وكان الهدف النهائي للتشويش الثقافي هو مقاطعة تدفق الاتصالات السائدة التي يحركها السوق، وإثارة التفكير النقدي، ودعوة الجمهور لان يصبح فعال ومشارك وليس فقط متلقي. (March,2022).

ويُنسب المصطلح إلى فرقة أصلها من سان فرانسيسكو بالولايات المتحدة تسمى Negitivland في عام 1984. حيث نشأت فكرة التشويش من سياق البث اللاسلكي وهو ما يعني في الأصل مقاطعة إشارة الإرسال، ولكن يمكن فهمه أيضًا على نطاق أوسع مثل مقاطعة محادثة الآخرين.

كما تم هذا المفهوم بـ التداخل الإلكتروني لإشارات الإرسال لأغراض عسكرية أو سياسية أي يمكن اعتباره نوعًا من اختطاف التبادل الاتصالي، وأحد المظاهر الرئيسية التي يتم بها التعرف على ثقافة التشويش هو تغيير اللوحات الإعلانية والشعارات للعلامات التجارية والشركات، كوسيلة لرفض التشبع واستعمار البيئة البصرية. (Amit,2011).

وكان أول ذكر للظاهرة في وسائل الإعلام الرئيسية في مقال بقلم مارك ديربي في نيويورك تايمز في ديسمبر 1990، حيث استخدم Negativland كمثال وأنواع مختلفة أخرى من التشويش على الثقافة. (Allgaier,2018)

ظهر التشويش الثقافي نتيجة حركات ما بعد الحداثة التي تتميز بالنقد الاجتماعي ومقاومة الأشياء المتعلقة بالحداثة. والقصد تخريب الرموز والمعاني أو مواجهة الهيمنة، بالإضافة إلى أنه ينتقد التلاعب بوسائل الإعلام والتشكيك في قوة المصدر، والتشويش الثقافي كشكل رمزي للاحتجاج يستهدف الرموز المهيمنة في الخطابات، ويفكك الخطابات، ويعيد تقديم الرموز في سياق بديل.

وفي واقع التشويش الثقافي تلعب السخرية دوراً مهماً حيث تكون المتعة هي الشكل الجديد للاحتجاج، في محاولة للتعبير عن السخرية تجاه القضايا السياسية والأحداث، فنشويش الثقافة هو وسيلة فعالة جديدة لمشاركة التطلعات أو التعبير عن الأفكار أو انتقاد السياسة والمشاركة في قضايا المجتمع. (Triputra&Sugita,2016).

يمكن القول ان التشويش الثقافي هو ممارسة فنية هادفة إلى التأثير الاجتماعي. فهو متطور وأكثر تشاركية ومرح وقد تواجد بشكل كبير في القضايا السياسية والاجتماعية في جميع أنحاء العالم. (Garza,2020) (Nadaf,2018).

وتختلف تكتيكات التشويش الثقافي باختلاف الزمان، والمكان، والسيقات. وفي حين ان التشويش الثقافي يسعى لتحقيق مجموعة من الغايات الا ان هناك مجموعة من السمات المشتركة تظهر في غالبية طرق التشويش الثقافي مثل:

- 1- التشويش الثقافي يستخدم الرسائل الاصلية من المصدر ويحولها إلى شيء جديد او رسالة جديدة مختلفة، مثل ان يستخدم المواد الخام في الرسالة مثل صور أصوات نصوص مناظر طبيعية ويحولها ضد نفسها.
- 2- تشويش الثقافي ابداعي، فعادة ما تكون رسائل التشويش الثقافي ذكية وماكره تحمل الكثير من المهارات الإبداعية.
- 3- غالباً ما تكون رسائل التشويش الثقافي ممتعة تستخدم السخرية والفكاهة في مواجهة المشكلات الخطيرة، فهي أكثر جذباً واثارة للجماهير، فالكوميديا قادره على زيادة وعي المتلقي.
- 4- التشويش الثقافي غالباً ما يكون مجهول المصدر، فالمصدر لا يسعى للشهرة ولا المصلحة الشخصية.
- 5- التشويش الثقافي محتوى متكرر وتشاركي، ويرتبط مفهوم المشاركة والتكرار هنا بمفهوم الميمز "meme"، فالميمات هي وحدات صغيرة من نص او صورة او فيديو يتم نشرها وتكرارها وإعادة نشرها على نطاق واسع وتنتشر في المجال العام في كثير من الأحيان عبر وسائل التواصل الاجتماعي. (Delaure&Fink,2017).

ويتم التعرف على أهمية الثقافة الجماهيرية ووسائل الإعلام كعوامل للتنشئة الاجتماعية، وكمؤسسات وسيطة في العلاقة بين الذات والواقع الاجتماعي والسياسية، وما تم تعريفه على أنه تشويش ثقافي يتوافق مع مجموعة واسعة من الممارسات التي تجمع بين الفن والمسرح والمحاكاة الساخرة التي تتجلى في مختلف الحركات الاجتماعية، ولديهم عنصر مشترك وهو الاحتجاج ضد تسليع الثقافة والمطالبة بالمجال العام مثل تلك المساحة الثقافية حيث يتم التفاوض على المعاني الاجتماعية، ويمكن أيضاً فهم ثقافة التشويش على أنها ممارسة فكرية (غير أكاديمية) حول الثقافة والسلطة، والتي تحدث في الشوارع وفي أماكن مختلفة من وسائل التواصل الاجتماعي.

وتحول التشويش الثقافي من الشكل السلبي كأداة إعاقة، إلى المظهر الإيجابي كرؤية بناءة وشكل من أشكال المقاومة التي تستخدم الفن والابداع في محتوى اعلامي مقبول يناسب المحتوى الموجود ويحوّله إلى أداة مقاومة بهجوم ساخر من الرسائل الاصلية. (Clurel,2020).

2.2. الدراسات السابقة:

يتم استعراض مجموعة من الدراسات الأجنبية المتعلقة في موضوعات التشويش الثقافي في المجالات المختلفة، في الفترة الزمنية من 2015 إلى 2022م.

دراسة **Saunders, Robert (2022)**. تهدف الدراسة إلى التعرف على دور المذيعين الدوليين الناطقين بلغة غير الإنجليزية والمتمثلين في قناة اليوتيوب ICYMI وجهودها في تشويش الثقافة السياسية و التأثير على الجماهير الدولية والديمقراطيات الغربية، وكيفية استخدام الشباب لمثل هذه المقاطع.

تم اطلاق ICYMI عام 2018 وهي قناة إخبارية معتمدة على وسائل التواصل الاجتماعي تقوم ببث سلسلة من مقاطع الفيديو مدتها بين 2-3 دقائق، تقدم لقطات ساخرة عن الاحداث العالمية مثل: الصراعات العسكرية، الفضائح المالية، المشكلات الثقافية.

قامت الدراسة بتحليل 45 مقطع فيديو تم نشره على اليوتيوب لمدة عام، باستخدام أداة تحليل الخطاب، لمعرفة كيف تحاول ICYMI التأثير على استيعاب الشباب للخطابات السياسية الخارجية التقليدية من خلال التعرف على كيفية تفاعلهم مع المقاطع، من خلال تحليل التعليقات باختيار اهم 10 تعليقات التي تحدد الخوارزميات حسب (وقت النشر، عدد الاعجاب، عدد الرد).

توصلت الدراسة إلى ان فعالية التشويش الثقافي لا تكمن فيما يقال ولكن كيف يقال، وكانت اخبار الدول الأكثر ظهوراً هي الولايات المتحدة الامريكية حيث ظهرت في 33 مقطع، وكانت اخبارها الأكثر بروزاً تتعلق بإدارة ترامب مثل: القرارات السياسية، الفضائح، استخدامه لتويتر.

ظهرت القوى الفاعلة في مقاطع الفيديو متمثلة في: مجموعة العشرين، الأمم المتحدة، حلف شمال الأطلسي، الدول الإسلامية. والموضوعات السياسية الأكثر تكراراً كانت متمثلة في: انتشار القوات الامريكية، استخدام القوات الفتاكة (الهجمات الصاروخية)، الأعمال في الصومال وإيران.

اما فيما يتعلق في تفاعل الجمهور كانت الموضوعات الأعلى تفاعل هي المقاطع الناقدة لروسيا، وإدارة ترامب، وكشفت تعليقات الجمهور ان الجماهير مرتبطين عاطفياً بالقناة كمصدر اعلام بديل لتحقيقها استنارة عاطفية للجمهور.

أظهرت النتائج ايضاً ان بعض الجماهير يوجهون اتهامات للقناة بأنها تنتج محتواها لأغراض دعائية لصالح جهات أخرى.

دراسة **Salih, Jasmin (2019)**. ناقشت هذه الدراسة التقنيات المتنوعة التي ينطوي عليها التشويش الثقافي وذلك من خلال لقاء الضوء على عناصر المعالجة في التشويش الثقافي عن طريق دراسة حالة لأعمال أحد فناني الشارع بانكسي، تم تحليل أعماله للإجابة على التساؤل الرئيس للدراسة: ماهي الطرق التي تؤدي بها اعمال فنان الشارع بانكسي إلى التشويش الثقافي.

وللإجابة على هذا التساؤل تم الاعتماد على المنهج النوعي في دراسة الحالة واخذ عينات غير احتمالية بحيث بحث عن اعمال بانكسي عبر السنين وقسمت إلى فئات (جدران متحف، جدران افتراضية، ليست جدران)، وتم اختيار امثلة لكل فئة وتحليلها.

أظهرت النتائج أن أعمال بانكسي تتكون في الغالب من فن stancil، (ويقصد بها تقنية الطباعة باستخدام قوالب معدنية مثقوبة يتم رشها بالطلاء بعد وضعها على الجدران)، وهذا الفن تاريخياً كان رمز للتمرد وأصبح الان أداة للاتصال الثقافي، وبالاعتماد على حروف سوداء التي تهدف إلى توصيل الرسالة بشكل واضح ومباشر.

ايضاً اعمال بانكسي لا تحمل توقيع يوضح من هو بانكسي فهو لازال شخصياً مجهول ولا يعرف من هو حقيقة، عدم الكشف عن شخصيته سمح بمجال للحرية وأداء اعمال أكثر جرأة في تقديم النقد الاجتماعي والسياسي، ويسمح ذلك بتوجيه التعليقات نحو العمل أكثر من الشخص.

أظهرت النتائج ايضاً ان اعمال بانكسي تحمل رسائل اجتماعية وسياسية، ولكن التقنية المستخدمة هي التي لديها قدرة التشويش، فأثبتت الدراسة ان الواجهات الخاصة بالموقع تؤثر على كيفية تفاعل الناس مع القضايا والموضوعات.

دراسة **Stephanie , Janoske (2018)**. ظهرت منظمة ناشطة نسوية تسمى FORCE كتشويش ثقافي على فكتوريا سيكرت باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، لذلك استهدفت هذه الدراسة الحالية التعرف على ردود فعل الجمهور نحو التشويش الثقافي لهذه الجماعة.

ولتحقيق اهداف البحث تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة باستخدام مختلف المصادر وأساليب جمع البيانات، حيث تم تحليل مضمون رسائل منصات التواصل الاجتماعي حيث كانت منشورات المدونة، والتغريدات لتويتر هي وحدات التحليل، وتم تعزيز النتائج أكثر من خلال المقابلات.

تم جمع 55 تدوينة في الفترة الزمنية بين 2012-12-3 إلى 2017-2-8. اما عينة تويتر تم جمع 545 تغريده من عام 2013 باستخدام محرك البحث عن وسم #loveconsent الذي انشأته FORCE.

وكانت عينة المقابلات 3 مقابلات استمرت من 22 إلى 45 دقيقة مع قادة حملة loveconsent.

أظهرت نتائج الدراسة ان الجماعة النشطة FORCE استخدمت أربع تكتيكات للتشويش الثقافي وهي: مشاركة خطابات مرئية مضادة، انشاء جيش نسوي، تحويل المحتوى (مشاركته) استدامه له، إمكانية التحدث المباشر مع المنظمة.

كان أحد أبرز الخطابات المضادة التي استخدمتها حملة loveconsent، استخدام صور لامرأة تختلف عن الشكل النموذجي الذي تستخدمه فيكتوريا سيكرت، اختلاف في لون البشرة او الحجم والوزن.

تكون الجيش النسوي من شبكة أصدقاء ما يقارب 100 شخص شاركوا في التشويش الثقافي حيث أطلقوا ما عليه جيش فيسبوك النسوي، حيث بدأت نقاشاتهم بأشياء مثل (احب الخط الجديد لفكتوريا سيكريت) اشاره لدعمهم لا لنموذج الذي قدمته الرسائل المضادة.

اما فيما يتعلق بتحويل المحادثات كان لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي دور كبير في إمكانية مشاركة أعداد كبيرة من الأشخاص في المحادثات ونشر المحتوى مما يزيد الضغط على فيكتوريا سيكريت من اجل التغيير، ايضاً تقنيات التحدث المباشر التي استخدمتها الحملة هي نفس القنوات الي استخدمتها فيكتوريا سيكريت.

دراسة **Lekakis, Elftheria (2017)**. هدفت الدراسة إلى فحص التشويش الثقافي من اجل حماية البيئة من خلال دراسة حالة لأعمال الحركة المناهضة للإعلان Brandalism خلال المؤتمر الحادي والعشرين في اتفاقية الأمم المتحدة بشأن تغير المناخ (COP21)، حيث تم استبدال إعلان موقف الحافلات بأعمال فنية ساخرة، هذا الشكل من النشاط الإبداعي يخاطب صناعة الإعلان كمعركة رئيسية حول المعنى الثقافي والاستدامة البيئية.

ولتحقيق اهداف الدراسة تم تحليل 600 ملصق في محطات الحافلات في العاصمة الفرنسية باريس شارك فيها فنانون معترف بهم دولياً لكن على الملصقات لم يعرف ذلك فكانت جميع الأعمال غير موقعة.

أظهرت النتائج ان اشكال التشويش الثقافي في الملصقات كانت احياناً واضحة مباشرة، وبعض الأحيان يستخدم أسلوب فك اللغز ليفهمها المتلقي، كما انها تستهدف بعض الأحيان الشركات وليس الأفراد فقط.

كان هدف هذه الملصقات الأساسي إيصال رؤية بديلة للجشع المؤسسي ورغبة التجار في الوصول إلى مجتمع استهلاكي واثار ذلك على البيئة، كما دعت إلى التزام جماعي نحو البيئة، حيث يرتبط مشروع Brandalism ارتباطاً وثيقاً بفكرة ان هدف صناع الإعلان ادامة النزعة الاستهلاكية وتأثيرها على البيئة.

كانت أكثر التكتيكات الإبداعية استخدام في التشويش الثقافي هي التخريب، والتكثيف، حيث تم تخريب الدوافع المؤيدة للنزعة الاستهلاكية، والتكثيف من خلال إعادة نسخ ونشر صور الملصقات في النشرات والتقارير الإخبارية.

دراسة **Philipps, Axel (2016)**. هدفت الدراسة إلى استكشاف وسائل التشويش الثقافي من خلال دراسة ملصقات انتخابية (معدله) في مدينة Leipzig في الأسابيع السابقة للانتخابات الفيدرالية الألمانية لعام 2013.

اختارت الدراسة الانتخابات كدراسة حالة باستخدام التحليل الكمي للمحتوى مع التفسيرات لأبرز نماذج التشويش الثقافي، ولتحقيق ذلك تم جمع الملصقات في الأسبوعين السابقين للانتخابات الفيدرالية التي كانت بتاريخ 22 سبتمبر 2013.

ولأجل تجنب التحيز والقدرة على سحب عينة عشوائية تمثل 10% من جميع الملصقات التي جمعت من 5 شوارع رئيسية كل منها يمر عبر مناطق حضرية ذات طبقات اجتماعية مختلفة، وقام الباحث بتدريب باحثين لجمع الملصقات وتحليل البيانات وفق مجموعته من الفئات مثل: سمات الملصقات، الحجم والشكل، الحزب السياسي، درجة التعديل على الملصق الأصلي).

أظهرت النتائج ان ملصقات التشويش الثقافي كانت صريحة ومباشرة في تدمير الرسالة الاصلية وعكست المعنى بشكل مباشر، كما انها كانت إبداعية بحيث تم تقديم تعديلات دقيقة وجذابة حيث ان الدقة قد تفتح إمكانية التغيير في الأفكار والسلوك. ظهرت التعديلات بسيطة ولم يتم التشويه بشكل كبير مما يظهر سلوكيات غضب أخلاقي حيث سلطت الضوء على موضوعات وقضايا تهم المجتمع مثل زيادة الضريبة، واستحقاقات العاطلين عن العمل. كما توصلت الدراسة ان مثل هذه الممارسات في شوارع المانيا هي عباره عن حالات استثنائية وليست عادة دائمة.

دراسة **Robinson & Bell (2015)**. استهدفت الدراسة إلى التعرف على كيف اثرت الجماعة النشطة (Yes Men) على اجندة وسائل الاعلام، حيث اعتمدت الجماعة على استراتيجيات التشويش الثقافي للتلاعب برسائل وسائل الاعلام في الذكرى العشرين لكارثة بوبال في الهند الذي توفي فيه ما بين 8000-10000 شخص من جراء التسمم من الغازات السامة الصادرة من مصنع يونيون كاربايد للمبيدات، وهدف التشويش الثقافي هو تسليط الضوء والتعاطف مع ضحايا بوبال. وكانت استراتيجيات التشويش المتبعة، انشاء مواقع وهمية للشركات، انتحال صفة رجال اعمال في المؤتمرات، الإعلانات، التلاعب بالوسائط. ولتحقيق اهداف الدراسة تم اجراء تحليل محتوى 114 مقالاً صحفياً حول حادثة بوبال، مؤطره من خلال نظرية ترتيب الاجندة. وتم اختيار المقالات التي نشرت قبل رسائل (Yes Men) لمدة عامين وبعدها لمدة عامين، في كل من: النيويورك تايمز، تايمز اوف لندن، واشنطن بوست، الإندبندنت، الجارديان، و يو إس أي توداي.

أظهرت النتائج انخفاض بروز الرسائل التي كانت الجماعة النشطة (Yes Men) تأمل نشرها والمتعلقة بضحايا بوبال، لذلك توصي الدراسة بايجاد طرق تشويش ثقافي جديدة لبناء اهتمام الاعلام المستمر حيث أظهرت الدراسة ان التشويش لا يبني الأجندة السياسية ولا يشكل رأي عام، وقد يصرف التشويش الثقافي الانتباه عن القضايا التي يأمل في تسليط الضوء عليها حيث كانت غالبية المقالات التي تحدثت عن (Yes Men) كانت تتحدث عن الحركة نفسها وليس عن أهدافها الحقيقية والمواضيع المتعلقة بالضحايا.

التعليق على الدراسات السابقة:

- اعتمدت دراسات التشويش الثقافي على تحليل المضمون كأداة للدراسة، وذلك ما يتناسب مع اهداف الدراسة الحالية حيث سيتم استخدام أداة تحليل المضمون لمحتوى التغريدات عبر تويتر المتعلقة باستهداف المملكة صاروخياً، وباستخدام وحدة التغريدة كوحده للتحليل كما استخدمت في دراسة Janoske.
- أظهرت دراسة كل من Saunders & Salih، ان فعالية التشويش الثقافي تكمن في كيف تقال الرسالة والتقنية المستخدمة في ذلك، لذلك تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على كيف قيلت رسائل التشويش الثقافي عبر تويتر المتعلقة باستهداف المملكة صاروخياً من خلال تحليل المضمون وفئات كيف قيل.
- حسب نتائج الدراسات السابقة كانت أكثر انواع تفاعل الجمهور مع المحتوى من خلال إعادة النشر، لذلك ستقوم الدراسة الحالية بالتعرف على نوع التفاعل المتعلق بالمضمون عند تحليله، والظاهرة من خلال (الرد، إعادة التغريد، الاعجاب).

- لم يظهر (في حدود اطلاع الباحثة) أي دراسات عربية متعلقة بالتشويش الثقافي، وكل ماورد في الموضوع كان عبارة عن مقالات صحفية، بخلاف الدراسات الأجنبية التي اهتمت بدراسة المفهوم في مختلف المجالات. تنوعت الموضوعات التي ناقشتها الدراسات السابقة في مختلف الدول مثل: الموضوعات الفنية، متمثلة بدراسة المجتمع السويدي الذي يهتم بفن الشارع، وموضوعات سياسية في ألمانيا لوجود الانتخابات الفيدرالية الألمانية، وموضوعات اقتصادية في أمريكا فهي من أكثر الدول اهتماماً باقتصاديات الدول، لذلك تسعى الدراسة الحالية إلى القاء الضوء على موضوع جديد للمناقشة وهو المتعلق بالآزمات الأمنية متمثلة بالاستهداف الصاروخي للمملكة من قبل جماعات الحوثي.

3. منهجية الدراسة

1.3. نوع الدراسة:

تنتمي الدراسة الحالية للدراسات الوصفية وهي البحوث التي تستهدف وصف موضوع معين كما هو في الواقع الحالي من حيث الخصائص العامة والتفصيلية للموضوع، بما فيه من متغيرات، وعناصر، وعلاقات، ومؤثرات، باستخدام المنهج العلمي في كافة إجراءات البحث. (عبد العزيز، 2011، ص56).

حيث تصف الدراسة الحالية التشويش الثقافي عبر توينر المتعلق بالاستهداف الصاروخي للمملكة من قبل جماعات الحوثي، من خلال وصف اشكال التشويش، وادواته، واستمالاته الاقناعية.

2.3. منهج الدراسة:

وسيتم ذلك باستخدام منهج المسح وهو أسلوب يستهدف جمع بيانات عن المتغيرات الاجتماعية، والنفسية، والتربوية، والصحية، والسياسية، من جميع افراد مجتمع او عينة البحث، وذلك بقصد التعرف على الظاهرة وتحديد حجمها، وانتشارها، وعلاقتها، وجوانب القوة والضعف فيها. (مقدم، 2015، ص151).

فطبيعة الدراسة تقتضي استخدام المنهج المسحي، حيث سيتم مسح مضمون تغريدات التشويش الثقافي.

3.3. أدوات الدراسة:

أداة تحليل المضمون: ويعرف (الحيزان، 2010)، تحليل المضمون بأنه محاولة لتجسيد المعاني في شكل محدد من النماذج بأسلوب منتظم وكمي، لذلك ووفقاً لأهداف الدراسة الحالية سيتم الاعتماد على أداة تحليل المضمون للوصف الكمي لمحتوى التشويش الثقافي الظاهر في التغريدات المنشورة عبر توينر والمتعلقة بموضوع الاستهداف الصاروخي للمملكة من قبل جماعات الحوثي الظاهرة باستخدام الكلمات المفتاحية (السعودية، الحوثي، صاروخ). في الفترة الزمنية من 2018 إلى 2021.

وحدات وفئات التحليل:

وتتضمن فئات ووحدات التحليل التالية:

أ- وحدة التحليل:

تم الاعتماد على وحدة التحليل (التغريدة) كوحدة أساسية للدراسة.

ب- فئات التحليل:

تم تحليل التغريدات وفقاً للفئات التالية:

- فئة ماذا قيل: والتي تتضمن: الاستمالات العاطفية، الاستمالات العقلية، متعدد
- أدوات التشويش الثقافي (تلميح، محاكاة، مباشر، متعدد).
- فئة مصدر التغريدة (افراد، جهات حكومية، جهات خاصة، جهات اعلامية)
- فئة كيف قيل: والتي تتضمن: شكل التشويش الثقافي (نص، صورة، فيديو، متعدد)، نوع التفاعل على التغريدة (رد، اعجاب، إعادة تغريد).

4.3. مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من تغريدات التشويش الثقافي في تويتر المتعلقة بأزمة الاستهداف الصاروخي على المملكة العربية السعودية من قبل جماعات الحوثي، والتي جمعت بالاعتماد على كلمات البحث التالية: السعودية، الحوثي، صاروخ، في الفترة الزمنية من 2018 إلى 2022.

5.3. عينة الدراسة:

تتكون عينة الدراسة من التغريدات المنشورة عبر منصة تويتر والتي تمثل تشويش ثقافي سواء كانت نص، صور، أو فيديو، منشوره متعلقة بالاستهداف الصاروخي للمملكة العربية السعودية من قبل جماعات الحوثي وهذه الهجمات ممتدة منذ سنوات طويلة لذلك سيتم حصر الفترة الزمنية في أبرز الاحداث التي وقعت في الفترة الزمنية من 2018 إلى 2022، بالاعتماد على الكلمات المفتاحية (السعودية، الحوثي، صاروخ).

وبلغ عدد التغريدات المستخدمة للكلمات البحثية (السعودية، الحوثي، صاروخ) حتى تاريخ 2022/8، 2000 تغريدة بشكل عام وقبل استخراج التغريدات المكونة للتشويش الثقافي والتي كان عددها 130 تغريده أي شكلت تغريدات التشويش الثقافي نسبة 6,5% من مجموع التغريدات.

6.3. إجراءات الصدق والثبات:

صدق استمارة تحليل المضمون يعني ان تقيس الاستمارة بدقة الموضوع الذي وضعت لقياسه، وسيتم فحص صدق أداة تحليل المضمون من خلال فحص الباحثة بدقة لارتباط فئات الاستمارة بتساؤلات واهداف البحث والتأكد من شموليتها، وتم عرضها على محكمين مختصين ذوي خبرة وممارسة في تحليل المضمون ومجال الدراسة.

والثبات يعني ان الاستمارة تعطي نفس النتائج او ما يقاربها إذا ما تم إعادة تطبيق الأداة في أوقات مختلفة، او استخدامها من قبل باحثين اخرين، وقد قامت الباحثة بحساب ثبات بطاقة تحليل محتوى التغريدات عن طريق حساب معامل الثبات عبر الأشخاص.

ولحساب ثبات بطاقة تحليل المضمون اختارت الباحثة (13) تغريدة، لتمثل 10% من العينة الأساسي (130 تغريدة)، وقد قامت الباحثة بتحليل التغريدات، ثم اتفقت الباحثة مع محللة اخرى (باحثة اخرى) على اجراء التحليل لنفس التغريدات مرة اخرى، وقد قامت الباحثة بحساب بطاقة التحليل عن طريق معامل الاتفاق لثبات بطاقة التحليل بتطبيق المعادلة التالية لكوبر لحساب نسبة الاتفاق

$$0.93 = \frac{109}{117} = \frac{\text{عدد مرات الاتفاق}}{\text{عدد مرات الاتفاق} + \text{عدد مرات الاختلاف}} = \text{معامل الاتفاق}$$

ويوضح الجدول التالي نقاط الاختلاف ونقاط الاتفاق والمجموع ومعامل الاتفاق بين المحللين لهذه التغريدات المحددة

جدول رقم (1)

نتائج حساب ثبات تحليل المضمون بطريقة ثبات الأفراد عن طريق تحليل الباحث والمحلل الآخر للتغريدات المحددة

الابعاد	نقاط الاتفاق	نقاط الاختلاف	نسبة الاتفاق %
اتجاه المحتوى	12	1	92.3%
ادوات المحتوى	9	4	69.2%
الاستمالات الاقتناعية	10	3	76.9%
مصدر التغريدة	13	0	100%
فئة الشكل (نص)	13	0	100%
فئة الشكل (صورة)	13	0	100%
فئة الشكل (فيديو)	13	0	100%
فئة الشكل (متعدد)	13	0	100%
فئة التفاعل	13	0	100%
المجموع	109	8	93.2%

نلاحظ أن معامل الثبات عبر الأفراد بلغ 0.93 وهو معامل ثبات جيد ومقبول يمكن من خلاله الوثوق بنتائج بطاقة تحليل المضمون، ومن خلال هذه النتائج الإيجابية يكون تم التأكد من صحة بطاقة التحليل المضمون، وهذا يدل على أن بطاقة تحليل المضمون تتمتع بدرجة عالية من الثبات يمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة.

4. النتائج:

تم تحليل 130 تغريدة مثلت تشويش ثقافي من أصل 2000 تغريدة عامة في الفترات الزمنية المختارة، وكانت النتائج العامة توضح ان جميع تغريدات التشويش الثقافي كانت صادرة من افراد وليس جهات سواء حكومية او خاصة او إعلامية. اما اتجاه المحتوى الغالب كان اتجاه إيجابي يدعم المملكة العربية السعودية ضد الهجمات الصاروخية وكان بنسبة 80% وبواقع 104 تغريدات، ومثلت التغريدات السلبية 17.7% اما المحايدة 2.3%. اما النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة جاءت كالتالي:

1- ما أشكال المحتوى المؤدي للتشويش الثقافي عبر تويتر وقت الأزمات؟

جدول (2)

يوضح توزيع التغريدات وفقاً لفئة الشكل

النسبة	التكرار	فئة الشكل
%100	130	نص
%7	9	صورة
%16.1	21	فيديو

يوضح الجدول السابق توزيع التغريدات وفقاً لفئة الشكل، وقد اتضح ان جميع التغريدات تحتوي على نص بنسبة 100%، و 9 من التغريدات كانت تحتوي على نص وصورة بنسبة 7% من المحتوى، و 21 تغريدة تحتوي على نص وفيديو بنسبة 16,6%، ولم تظهر أي تغريدة تجمع بين الاشكال الثلاثة (نص، صورة، فيديو). وقد يرجع سبب ظهور النص في جميع التغريدات لان منصة تويتر هي منصة تدوين مصغره، تعتمد بالأساس على التغريدات النصية.

2 - ما أدوات المحتوى المؤدي للتشويش الثقافي المستخدمة وقت الأزمات؟

جدول (3)

يوضح توزيع التغريدات وفقاً لأدوات المحتوى

النسبة	التكرار	ادوات المحتوى
38.5	50	مباشرة
33.8	44	تلميح
6.9	9	متعدد
20.8	27	محاكاة
%100	130	المجموع

يوضح الجدول السابق توزيع التغريدات وفقاً لأدوات المحتوى، وقد اتضح أن (38.5%) من التغريدات هي (مباشرة) ، بينما اتضح أن (33.3%) من التغريدات هي (تلميح) ، أن (20.8%) من التغريدات هي (محاكاة)، بينما اتضح أن (6.9%) من التغريدات هي (متعدد).

وهذه النتائج تتفق مع نتائج دراسة كل من (Lekakis, Elftheria, 2017)، و (Philipps, Axel, 2016). حيث أكدت نتائج الدراستين أن غالبية محتوى التشويش الثقافي كان صريح ومباشر.

3 - ما الاستمالات الإقناعية الظاهرة في التغريدات المؤدية إلى التشويش الثقافي؟

جدول (4)

يوضح توزيع التغريدات وفقاً للاستمالات الاقناعية

النسبة	التكرار	الاستمالات الاقناعية
63.1	82	عاطفية
16.9	22	عقلانية
20%	26	متعدد
100%	130	المجموع

يوضح الجدول السابق توزيع التغريدات وفقاً للاستمالات الاقناعية، وقد اتضح أن (63.1%) من التغريدات هي تغريدات (عاطفية)، بينما اتضح أن (20%) هي تغريدات (متعددة)، أن (16.5%) من التغريدات هي تغريدات (عقلانية).
فغالبية التغريدات عاطفية وقد يعود ذلك لأن شبكات التواصل الاجتماعي أصبحت في الوقت الحالي تعبر عن مجال عام لبث ونشر الأفكار والمشاعر، أما فئة المتعدد فقد جمعت بين الاستمالات العاطفية والمدعمة بحقائق وأدلة أو أسماء ومعلومات فجمعت بين الاستمالات الاقناعية والعاطفية.

4 - ما نوع التفاعل مع التغريدات المؤدية إلى التشويش الثقافي في تويتر وقت الأزمات؟

جدول (5)

يوضح توزيع التغريدات وفقاً لفئة التفاعل (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

النسبة	التكرار	فئة التفاعل
28.5	37	اعادة تغريد
36.2	47	اعجاب
35.4	46	رد
44.6	58	لا شيء

يوضح الجدول السابق توزيع التغريدات وفقاً لفئة التفاعل، وقد اتضح أن (44.6%) من التغريدات لم يتم التفاعل عليها ، بينما اتضح أن (36.2%) من التغريدات تم التفاعل معها عن طريق الاعجاب ، بينما اتضح أن (35.4%) من التغريدات تم التفاعل معها عن طريق الرد ، بينما اتضح أن (28.5%) من التغريدات تم التفاعل معها عن طريق اعادة التغريد.
وكانت غالبية التفاعل او الحجم الأكبر للتفاعل على التغريدات التي تحمل وسائط مثل (نص أو صورة)، أكثر من التغريدات النصية، وذلك يتفق مع نتائج دراسة كل من (Saunders, Robert (2022)، و (Salih, Jasmin (2019)، والتي اثبتت ان فعالية التشويش ليست فيما يقال ولكن كيف يقال، وفي التقنيات المستخدمة لذلك.

5. التوصيات:

من خلال نتائج الدراسة السابقة توصلت الباحثة لمجموعة من التوصيات أهمها:

- ضرورة اهتمام المنظمات المختلفة بظاهرة التشويش الثقافي والبحث في فعاليتها كاستراتيجية جديدة مساعدة في إدارة الأزمات.
- الاهتمام بتطوير تقنيات التشويش الثقافي وتحويلها إلى محتوى أكثر احترافية حيث أظهرت النتائج ان الشكل المقدم فيه المحتوى يحصد التفاعل الأكبر.
- ضرورة اجراء المزيد من الدراسات حول مفهوم التشويش الثقافي ودوره في التأثير على الجمهور وقت الأزمات.

6. المراجع:

- البناء، عادل. (2009). الفنيات السيكولوجية المستخدمة في إدارة الأزمات. مجلة كلية التربية بدمنهور .
https://jehs.journals.ekb.eg/article_97414_dd33c8e281c3acf6e5cbd5d24fd4aa07.pdf
- الحيزان، محمد. (2010). البحوث الإعلامية، أسسها، اساليبها، مجالاتها.
- سليم، حنان. (2016). العلاقات العامة وإدارة الأزمات.
- عبد العزيز، بركات. (2012). مناهج البحث الإعلامي، الأصول النظرية ومهارات التطبيق. دار الكتاب الحديث.
- مقدم، عبدالحفيظ. (2015). مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والتربوية والنفسية. دار النشر الدولي.
- النجار، القريشي. (2017). الاعلام الرقمي واتجاهاته الحديثة. دار الكتاب الجامعي
- Allgaier, J. (2018). Culture Jamming. www.Researchgate.net/publication/326600094.
- Amit,J. (2011). LA PRODUCCIÓN CULTURAL DE LA RESISTENCIA
- Clurel, D. (2020). Cultural Jamming: Perspective by Incongruity and Polemical Intertextuality. www.researchgate.net/publication/343601085
- Delaure, M, Fink, M. (2017). Culture Jamming: Activism and the Art of Cultural Resistance. (3) Culture Jamming: Activism and the Art of Cultural Resistance | Moritz Fink and Marilyn DeLaure - Academia.edu.
- El culture jamming y la lucha por la significación social.
https://www.academia.edu/23785059/LA_PRODUCCI%C3%93N_CULTURAL_DE_LA_RESISTENCIA_El_culture_jamming_y_la_lucha_por_la_significaci%C3%B3n_social.
- Garza, M. (2020). Interdisciplinary Perspectives on Equality and Diversity,6 (2), 1-24.
- Janoske, M. (2018). Who Loves Consent? Social Media and the Culture Jamming of Victoria's Secret. www.journals.sagepub.com/home/pri.

- Lekakis, J. (2017). Culture Jamming and Brandalism for the Environment: The Logic of Appropriation. www.tandfonline.com/loi/hppc20
- March, L. (2022). Teenage Stepdad and the Memeification of Culture Jamming. *Invisibleculturejournal*,(34).
- Media. , DOI: 10.1080/14794713.2018.1487536.
- Nadaf, A. (2018). *International Journal of Performance Arts and Digital*
- Philipps,A. (2016). Defaced Elecation Posters: Between Culture Jamming and Moral Outrage. www.searchinformation.org/doi/10.3316.
- Robinson, N & Bell,C. (2015). Effectiveness of Culture Jamming in Agenda Building. www.tandfonline.com/loi/rsjc20.
- Salih, j. (2019). *Getting Banksied*. Malmö University.
- Saunders, R. (2022). RT and Youth Orineted International Broadcasting as (Geo) Political Culture Jamming. www.journals.sagepub.com/home/hij.
- Triputra, P. (2016). Culture Jamming Phenomenon in Politics. <https://pdfs.semanticscholar.org/5c61/002a0bf35c64751b6383a03823edd78f21ec.pdf>.

جميع الحقوق محفوظة © 2023، الباحثة/ بلقيس فراج الحارثي، إشراف الدكتور/ علي دبك العنزي، المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي (CC BY NC)

Doi: <https://doi.org/10.52132/Ajrsp/v4.48.15>