متخصصة بالبحوث العلمية المحكمة

مجلة فصليّة مؤقّتًا، متخصّصة بالآداب والعلوم الإنسانيّة والاجتماعيّة

ISSN 2959-9423

ترخيص رقم 2022/244

صدى العلوم

العدد 13

السنة الثالثة

تموز 2026

دار بيروت الدولية

للطباعة والنشر والتوزيع

بيروت - لبنان

00961373983

المحتويات

11 **الافتتاحية: حماية الإنسان والوطن مسؤولية كبرى يتحمّلها الجميع** د. حسن محمد إبراهيم

16 **الرياضة والاقتصاد من ساحات اللعب إلى ساحات المال** أ.م.د. فاطمة عز الدين

60 **الواقع السوسيو-ديموغرافي والقانوني للنازحين جرّاء العدوان الإسرائيلي على لبنان في العام 2026** راكيل سمير حسن

103 **أطر معالجة مقالات الصحافة الخليجية لأزمة كورونا** السيد طاهر قاسم فضل

143 **الخطاب الرقمي حول الحرب الإسرائيلية على لبنان (2023 - 2024)** فادي الحاج حسن

الخطاب الرقمي حول الحرب الإسرائيلية على لبنان (2023 - 2024)

منصة «X» (تويتر) نموذجًا

فادي الحاج حسن[1]

ملخص الدراسة

تتناول هذه الدراسة الكمّيّة والنوعيّة الخطابَ الرقمي المنتشر على منصّة «X» (تويتر سابقًا) حول الحرب الإسرائيليّة على لبنان، في المدّة الممتدة من الأول من تشرين الأول 2023 إلى الأول من كانون الأول 2024. وقد استندت الدراسة إلى عيّنة مكوّنة من 100 منشور عربي وإنكليزي، جُمعت وفق معايير صارمة تراعي الصلة الموضوعيّة والتفاعل المرتفع، مع التركيز على الحسابات الإعلاميّة والسياسيّة والناشطة ذات الحضور الواسع.

ورصدت الدراسة ستّة تصنيفات خطابيّة رئيسة: مؤيّد للمقاومة (30%)، مؤيّد للتفاوض المباشر (22%)، محايد (20%)، ناقد للإعلام المحلّي (13%)، خطاب تحريضي (9%)، وداعم للتطبيع (6%). وكشفت النتائج أن الخطاب المؤيّد للمقاومة هيمن على المرحلة الأولى (تشرين الأول ـ كانون الأول 2023)، في حين تصاعد خطاب التفاوض والحلول الدبلوماسيّة بشكل لافت خلال مرحلة وقف إطلاق النار (تشرين الثاني ـ كانون الأول 2024).

(1) باحث في علم الاجتماع السياسي وتحليل البيانات الرقميّة.

خلصت الدراسة إلى أن الفضاء الرقمي اللبناني يفتقر إلى تعدّدية حقيقيّة، إذ يعكس توزيع الخطاب الانقسامات السياسيّة والطائفيّة القائمة. كما تُشير البيانات إلى أن الأحداث الكبرى كاغتيال العاروري وشكر ونصر الله، وتفجيرات أجهزة البيجر، والغزو البرّي، أحدثت انعطافات حادّة في منحنى التغطية وطبيعة الخطاب السائد.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الرقمي، منصة «X»، الحرب الإسرائيليّة على لبنان، تحليل الإطار، الإعلام المأجور، وسائل التواصل الاجتماعي.

Résumé

La présente recherche, fondée sur une approche méthodologique mixte combinant les méthodes quantitative et qualitative, analyse le discours numérique diffusé sur la plateforme X (anciennement Twitter) concernant la guerre israélienne contre le Liban durant la période comprise entre le 1er octobre 2023 et le 1er décembre 2024. Le corpus de l'étude est constitué d'un échantillon de 100 publications rédigées en arabe et en anglais, sélectionnées selon des critères méthodologiques rigoureux reposant sur la pertinence thématique, le niveau élevé d'interaction et la représentativité des comptes médiatiques, politiques et militants bénéficiant d'une forte visibilité sur la plateforme.

L'analyse a permis d'identifier six catégories discursives principales : le discours favorable à la résistance (30%), le discours favorable aux négociations directes (22%), le discours neutre (20%), le discours critique à l'égard des médias locaux (13%), le discours incitatif (9%) et le discours favorable à la normalisation (6%). Les résultats révèlent que le discours favorable à la résistance a dominé la première phase du conflit (d'octobre à décembre 2023), tandis que les discours privilégiant les négociations directes et les solutions diplomatiques ont connu une progression significative durant la période du cessez-le-feu (de novembre à décembre 2024).

Les résultats montrent également que l'espace numérique libanais demeure caractérisé par un pluralisme discursif limité, la répartition des discours reflétant largement les clivages politiques et confessionnels qui structurent la

société libanaise. En outre, l'étude met en évidence que plusieurs événements majeurs, notamment les assassinats de Saleh Al-Arouri, Fouad Chokr et Hassan Nasrallah, les explosions des appareils de type pager ainsi que le déclenchement de l'offensive terrestre israélienne, ont constitué des points de rupture ayant profondément influencé l'évolution de la couverture médiatique et la configuration des discours dominants sur la plateforme.

Mots-clés: discours numérique; plateforme X; guerre israélienne contre le Liban; analyse du cadrage (framing analysis); médias rémunérés; réseaux sociaux.

1. المقدمة

تُعدّ الحروب والنزاعات المسلّحة من أكثر الأحداث التي تشهد تضخّمًا في الخطاب الإعلامي والرقمي، لا سيّما في زمن ثورة التواصل الاجتماعي الذي أتاح لكلّ فرد أن يكون ناقلًا للمعلومة ومنتجًا لها في آنٍ معًا (Zeitzoff, 2017, p 22). وما شهده لبنان بين العامَي 2023 و2024 من تصعيد عسكري إسرائيلي غير مسبوق منذ حرب تموز 2006، أفرز حالةً خطابيّة رقميّة غير مسبوقة في زخمها وتنوّع مصادرها ومواقفها.

بدأ العدوان الإسرائيلي على لبنان منذ بدايات الهجرة اليهوديّة إلى فلسطين، كما توسّعت الاعتداءات العسكرية منذ العام 1948 وما بعدها، وارتُكبت مجازر عديدة في جنوب لبنان، وامتّدت حتى العام 1978 حين أطلقت إسرائيل «عملية الليطاني»، ثم اجتاحت لبنان في العام 1982 ووصلت إلى بيروت. ولم تنسحب قوات الاحتلال من الجنوب إلّا في أيار 2000 إثر مقاومة شعبيّة مسلّحة شاركت فيها مختلف الأحزاب اللبنانية المناوئة للعدو، على رأسها «حزب الله». وفي صيف 2006، اندلعت مواجهة واسعة بين العدو الإسرائيلي والمقاومة المتمثّلة بـ«حزب الله» امتدت 33 يومًا وخلّفت آلاف الضحايا ودمارًا واسعًا، انتهت بصدور قرار مجلس الأمن الرقم «1701» الداعي إلى وقف إطلاق النار وانتشار الجيش اللبناني واليونيفيل في الجنوب. وعلى الرغم

من ذلك، ظلّت جذوة التوتّر متّقدة، لتعود إلى الاشتعال في تشرين الأول 2023 مع انخراط «حزب الله» في دعم «غزة»، وسط اتّهامات متبادلة حول استخدام المناطق المدنيّة لأغراض عسكرية (Amnesty International, 2024, para. 3)، ثم التطوّر إلى حرب شاملة شهدت اغتيال قيادات الحزب وغزوًا بريًّا إسرائيليًّا، انتهى بتعزيز «اتفاق 1701» مع بعض البنود الأخرى، في تشرين الثاني 2024.

تأتي هذه الدراسة لترصد وتحلل الخطاب الرقمي الذي تشكّل في أتون هذه الحرب، عبر منصة «X» (تويتر سابقًا) بوصفها النموذج الأبرز في التداول الإعلامي السياسي الآني (Khalil, 2014, p 230)، ساعية إلى فهم طبيعة هذا الخطاب وتصنيفاته وتحوّلاته عبر مراحل الصراع المختلفة، بما ينسجم مع اتّجاهات الرصد الإقليمي لهذا النوع من الخطاب (المركز العربي للأبحاث، 2024، الفقرة 7)، والدراسات اللبنانية الحديثة حول توظيف المنصّة سياسيًّا (بن يوسف، 2022، ص 47).

2. أسباب اختيار الموضوع

دفعت جملة من العوامل الموضوعيّة والشخصيّة إلى اختيار هذا الموضوع، أبرزها:

- **الراهنيّة والأهمّيّة الزمنيّة**: تُعدّ الحرب الإسرائيليّة على لبنان (2023ـ2024) من أبرز الأحداث الجيوسياسيّة الإقليميّة في السنوات الأخيرة، وما زالت تداعياتها الحضاريّة والإنسانيّة والسياسيّة ماثلة. إن تحليل الخطاب الرقمي حولها يُسهم في فهم الحاضر وتوقّع المستقبل.
- **الندرة البحثيّة**: تكاد تغيب الدراسات الأكاديميّة اللبنانيّة التي تعالج الخطاب الرقمي لهذا الصراع بأدوات كمّيّة ونوعيّة مندمجة، ما يفتح مساحة بحثيّة خصبة للإسهام العلمي الأصيل، على الرغم من وجود محاولات جامعيّة أوّليّة تناولت جوانب جزئيّة من الظاهرة (الحايك، 2023، ص 23).
- **التطوّر المنهجي**: يُتيح تحليل منصة «X» بمعادلات نسبة التأثير والتحليل

النوعي للإطار تطوير نماذج منهجيّة قابلة للتطبيق على نزاعات مشابهة في المنطقة العربيّة.

3. الإشكالية

في ظل الانتشار المتسارع لمنصات التواصل الاجتماعي وتحوّلها إلى فضاء عامّ يتشكّل فيه الرأي العام ويُعاد فيه إنتاج الهويّات والمواقف السياسيّة، تبرز تساؤلات جوهريّة حول طبيعة الخطاب الرقمي الذي أُنتج في سياق الحرب الإسرائيليّة على لبنان 2023ـ2024.

تنبثق الإشكاليّة من السؤال الرئيس الآتي:

ما طبيعة الخطاب الرقمي السائد على منصة «X» حول الحرب الإسرائيليّة على لبنان، وكيف تشكّلت مواقف المستخدمين وتحوّلت عبر مراحل الصراع المختلفة؟

ويتفرّع من هذا السؤال جملة من التساؤلات الفرعيّة:

- ما التصنيفات الخطابيّة الأبرز على منصة «X» خلال مرحلة الدراسة، وما نِسَبُها في إجمالي العيّنة؟
- كيف أحدثت الأحداث الكبرى (الاغتيالات، تفجيرات البيجر، الغزو البرّي) تحوّلات ملموسة في بنية الخطاب الرقمي؟
- ما دور الحسابات الوهميّة المشتبه بها ومنظومات الإعلام المأجور في توجيه الرأي العام الرقمي؟
- كيف يعكس الخطاب الرقمي اللبناني على منصة «X» بنية الانقسامات السياسيّة والطائفيّة الداخليّة؟

4. أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- رصد وتصنيف الخطاب الرقمي المنتشر على منصة «X» حول الحرب الإسرائيليّة على لبنان في المدة الزمنيّة ما بين تشرين الأول 2023 ـ كانون الأول 2024.
- قياس مدى التحوّلات الخطابيّة عبر المراحل المختلفة للصراع وتحديد أبرز المحطات التي أحدثت انعطافات في الخطاب السائد.
- الكشف عن الأُطر السرديّة المهيمنة وتحليل أدوات بنائها وآليّات انتشارها عبر منصّة «X» في ضوء منطق الفعل الجمعي الرقمي (Bennett & Segerberg, 2013, p 2).
- تحديد دور أنواع الحسابات المختلفة (إعلاميّة، سياسيّة، ناشطة، مواطن، وهميّة)، في صياغة الخطاب الرقمي وتوجيهه.
- الكشف عن ظاهرة الإعلام المأجور والحياد المشبوه وأثرهما في تلاعب منظومات التأثير الرقمي بالرأي العام اللبناني (حسين، 2021، ص 89).
- تقديم توصيات عمليّة لتعزيز الصحافة المستقلّة ومحو الأمّيّة الرقميّة في لبنان.

5. أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهمّيّتها النظريّة من إضافتها للرصيد المعرفي في علم الاجتماع السياسي الرقمي، عبر تطبيق نظريّة التأطير على سياق عربي نزاعي وتطوير نموذج مندمج لتحليل الخطاب الرقمي.

أما أهمّيّتها التطبيقيّة فتظهر في تزويدها صانعي السياسات والمؤسّسات في لبنان بأدوات موثوقة لرصد التضليل الرقمي.

كما تُشكّل مادّة علميّة محكّمة للاستناد إليها في برامج محو الأمّيّة الرقميّة وسياسات مكافحة الأخبار المضلّلة في أثناء الأزمات.

1.5. الأهمّيّة النظريّة (العلميّة)

تُضيف هذه الدراسة إلى الرصيد المعرفي في حقل علم الاجتماع السياسي الرقمي من خلال تطبيق نظرية «تحليل الإطار» (Framing Theory)، وأجندة التأطير على سياق عربي نزاعي خاصّ. كما تُسهم في تطوير نموذج تحليلي مندمج يجمع بين البُعدَين الكمّي والنوعي لتحليل الخطاب الرقمي في بيئات الصراع، ما يفتح آفاقًا لتطبيقات مماثلة في دراسة الحروب والثورات في العالم العربي.

2.5. الأهمية التطبيقية (العملية)

تتجلّى الأهمّيّة التطبيقيّة للدراسة في كونها تُزوّد صانعي السياسات الإعلاميّة والمؤسّسات التعليميّة والمنظّمات المدنيّة اللبنانيّة بأدوات قياس موثوقة لرصد منظومات التضليل الإعلامي الرقمي. فضلًا عن ذلك، تُقدّم الدراسة مادّة علميّة محكّمة يمكن الاستناد إليها في تصميم برامج تدريبيّة لمحو الأمّيّة الرقميّة والإعلاميّة، ورسم سياسات لمكافحة الأخبار المضلّلة وحملات التأثير الإلكتروني في زمن النزاع والأزمات.

6. الدراسات السابقة

اطّلعت الدراسة الحالية على عدد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الإعلام الرقمي، والخطاب السياسي، والتعبئة الاجتماعيّة عبر منصّات التواصل الاجتماعي، ويمكن عرضها على النحو الآتي:

1.6. دراسة Robert M. Entman (2003)

قدّم الباحث «Robert M. Entman» عددًا من الدراسات التأسيسيّة في تحليل الأطر الإعلاميّة، ويُعدّ من أبرز منظّري نظريّة «التأطير الإعلامي» (Framing Theory)، ومن أهم أعماله (1993) ،«*Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*»،

إلى جانب دراسته «*Cascading Activation: Contesting the White House's Frame* ***9/11 After***» (2003).

وقد هدفت هذه الدراسات إلى تطوير إطار نظري متكامل لتفسير كيفيّة بناء الأطر الإعلاميّة، وانتقالها من النخب السياسيّة إلى وسائل الإعلام ثمّ إلى الرأي العام، مع تفسير آليّات تشكيل السرديّات الإعلاميّة في أثناء الحروب والأزمات السياسيّة.

واعتمد الباحث المنهج النظري المدعوم بتحليل الخطاب الإعلامي وتحليل النصوص الإخباريّة والأطر التفسيريّة.

أما من ناحية الاستفادة، فقد شكّلت نظرية «التأطير الإعلامي» والنموذج المعروف بـ«التفعيل المتدرّج» (Cascading Activation Model)، الأساس النظري الذي تعتمد عليه الدراسة الحاليّة في تصنيف الأطر السرديّة وتحليل الخطاب السياسي المنشور عبر منصة «X»، وفهم العلاقة بين الفاعلين السياسيّين ووسائل الإعلام والجمهور.

2.6. دراسة Philip N. Howard & Muzammil M. Hussain (2013)

وضع كلٌّ من «Philip N. Howard & Muzammil M. Hussain» دراسة علميّة باللغة الانكليزيّة، تحت عنوان: «*Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring*» (2013)، تناولت المجتمعَين المصري والتونسي أثناء ما يُعرف بـ«الربيع العربي»، ، بهدف تحليل دور منصّات التواصل الاجتماعي في تشكيل الخطاب السياسي وتأثيره والكشف عن مساهمة الإعلام الرقمي في تنظيم الاحتجاجات وتوجيه الرأي العام. وبلغت عيّنة الدراسة نحو ثلاثة ملايين تغريدة إضافة إلى ما يقارب 1.2 مليون رسالة إلكترونيّة في زمن الاحتجاجات 2010ـ2011. وقد اعتمد الباحثان المنهج الكمي القائم على تحليل المحتوى الرقمي المدعوم بتحليل الشبكات الاجتماعية (Network Analysis)، واستخدما عددًا من الأدوات التقنيّة أبرزها واجهة برمجة تطبيقات منصة «تويتر» (Twitter API)، وبرنامج «NodeXL»، فضلًا عن إجراء مقابلات معمّقة مع ناشطين رقميّين.

أما من ناحية الاستفادة، فقد أسهمت هذه الدراسة في ترسيخ مفهوم التعبئة الرقميّة ودور وسائل التواصل الاجتماعي في الحشد السياسي وصناعة الرأي العام في سياق سياسي عربي، وهو ما تستفيد منه الدراسة الحالية في تفسير آليات انتشار الخطاب السياسي المؤيّد للمقاومة عبر منصّة «X».

3.6. دراسة Deen Freelon وآخرون (2016)

أعدّ كلٌّ من «Deen Freelon» و«Charlton McIlwain» و«Meredith D. Clark» دراسة بعنوان: «*Beyond the Hashtags: #Ferguson, #BlackLivesMatter, and the Online Struggle for Offline Justice*»، نشرتها مؤسّسة «Center for Media & Social Impact»، في العام 2016.

هدفت الدراسة إلى تحليل الخطاب الرقمي المرتبط بحركتَي «#Ferguson» و«#BlackLivesMatter»، ودراسة تطوّر الهاشتاغات بوصفها أدوات للحشد السياسي والاجتماعي، والكشف عن دورها في تشكيل الرأي العام وتحفيز المشاركة المدنيّة.

واعتمد الباحثون منهج تحليل المحتوى الرقمي مدعومًا بتحليل شبكات التواصل الاجتماعي لرصد التفاعل بين المستخدمين وانتشار الخطابات الرقميّة.

أما من ناحية الاستفادة، فقد أكّدت الدراسة أهمّيّة الهاشتاغات بوصفها وحدات مركزيّة في تنظيم النقاش العام وتعبئة الجمهور، وهو ما أفاد الدراسة الحاليّة في تحليل الخطاب السياسي المتداول عبر منصة «X»، وفهم ديناميكيّات انتشار الرسائل السياسيّة والتفاعل معها.

4.6. دراسة Adam Smidi & Saif Shahin (2017)

وضع كلٌّ من «Saif Shahin» و«Adam Smidi» دراسة علميّة باللغة الإنكليزية بعنوان: «*Social Media and Social Mobilisation in the Middle East: A Survey*»

India Quarterly: A Journal of International Affairs» في العام 2017.

of Research on the Arab Spring»، ونُشرت في مجلة «

هدفت الدراسة إلى مراجعة الأدبيّات العلمية المنشورة منذ العام 2011، حول دور وسائل التواصل الاجتماعي في حركات «الربيع العربي» وتحليلها، مع التركيز على الاتّجاهات النظريّة والمنهجيّة والنتائج المتعلّقة بالتعبئة الاجتماعيّة والخطاب السياسي.

واعتمد الباحثان منهج «المراجعة المنهجيّة للأدبيّات» (Literature Review)، لتحليل الإنتاج العلمي المتعلّق بالإعلام الرقمي والحركات الاجتماعيّة في منطقة الشرق الأوسط.

أما من ناحية الاستفادة، فقد وفّرت الدراسة تصوّرًا شاملًا للاتّجاهات البحثيّة الحديثة في مجال الإعلام الرقمي والتعبئة السياسيّة، وأسهمت في تحديد الثغرات البحثيّة التي تسعى الدراسة الحاليّة إلى معالجتها، لا سيّما في ما يتعلّق بتحليل الخطاب السياسي عبر منصة «X».

5.6. دراسة Zeynep Tufekci (2017)

قدّمت الباحثة «Zeynep Tufekci» دراسة بعنوان: «*Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*»، نشرتها دار «Yale University Press» في العام 2017.

هدفت الدراسة إلى تحليل الدور الذي تؤدّيه وسائل التواصل الاجتماعي في تنظيم الاحتجاجات والحركات الاجتماعيّة، مع توضيح مكامن القوّة والضعف التي تميّز أنماط التعبئة الرقميّة في البيئات السياسيّة المختلفة. واعتمدت الدراسة المنهج التحليلي النظري المدعوم بمجموعة من دراسات الحالة المقارنة التي تناولت عددًا من الحركات الاحتجاجيّة حول العالم.

أما من ناحية الاستفادة، فقد أبرزت الدراسة أهمّيّة الشبكات الرقميّة في بناء الحشد السياسي وإدارة الخطاب العام، كما ساعدت الدراسة الحاليّة على فهم آليّات التفاعل السياسي داخل المنصّات الرقميّة، لا سيّما منصة «X».

7. المقاربات النظرية

المقاربات النظريّة هي الخريطة المعرفيّة التي توجّه الباحث في فهم الظاهرة وتحليلها بدل الاكتفاء بالوصف السطحي لها (Bryman, 2016, p 34)، وقد جرى اختيار «نظريّة تحليل الإطار»، وتحديد الأجندة، والخطاب الرقمي بالتحديد لأنها تتكامل في تفسير ثلاث طبقات متداخلة لخطاب منصة «X»: كيف تُبنى المعاني؟، وما الذي يُفرض على النقاش العام؟، وكيف تُصاغ اللغة الرقميّة نفسها؟. هذا التثليث النظري يسمح برصد بنية السرد وتغيّر أولويّاته وأساليب التعبير عنه في أثناء مراحل الحرب المختلفة، وهو ما تؤكده دراسات مقارنة سابقة تناولت الخطاب الرقمي في الصراعات المسلحة (البلوشي، 2022، ص 78؛ أبو الغيث، 2022، ص 147).

1.7. نظرية تحليل الإطار (Framing Theory)

طوّر عالم الاجتماع «إيرفينج غوفمان» (E. Goffman, 1974, p 21)، مفهوم الإطار بوصفه البنية التفسيريّة التي يعتمدها الأفراد لفهم الأحداث وتأطيرها، ثم طوّره «روبرت إنتمان» (Entman, 1993, p 52)، في سياق الإعلام السياسي ليُميّز أربعة وظائف للإطار: تحديد المشكلة، تشخيص الأسباب، الحكم الأخلاقي واقتراح الحلول. تُوظّف الدراسة الحاليّة هذه النظريّة لتحديد الأطر السرديّة السائدة في منشورات منصّة «X» ورصد تحوّلاتها عبر مراحل الحرب المختلفة.

2.7. نظرية تحديد الأجندة (Agenda-Setting Theory)

أرسى «ماكومبز» و«شو» نظريّة «تحديد الأجندة» مؤكدَيْن أن وسائل الإعلام لا

تُخبر المتلقّين بما يُفكّرون فيه بل بما يُفكرون حوله (McCombs & Shaw, 1972, p 177). وفي السياق الرقمي المعاصر، باتت خوارزميّات منّصات التواصل الاجتماعي وحسابات الجمهور الناشط هي المحرّكات الرئيسة لتحديد الأجندة. تُستثمر هذه النظريّة في الدراسة لفهم كيف تُعلي منصة «X» من بعض الهاشتاغات والموضوعات وتُخفّض من أخرى.

3.7. نظريّة الخطاب الرقمي (Digital Discourse Theory)

تنبثق هذه المقاربة من اللسانيّات الاجتماعيّة وتحليل الخطاب النقدي (CDA)، لتُحوّل أدواتها نحو الفضاء الرقمي (Herring, 2007, para. 4). تُطبّق الدراسة هذه المقاربة لتحليل بنية الرسائل الرقميّة ولغتها وأنماط تداولها، مع إيلاء اهتمام خاصّ لظاهرة «الحياد المشبوه» التي تتلبّس فيها الرسائل المتحيّزة قناعَ الموضوعيّة، وهي ظاهرة رُصدت أيضًا في المشهد الإعلامي اللبناني إبّان الحرب (الخليل، 2024، الفقرة 2).

8. الفرضيات

انطلاقًا من الإشكاليّة والمقاربات النظريّة المعتمدة، تضع الدراسة الفرضيّات الآتية:

- **الفرضية الأولى**: يهيمن الخطاب المؤيّد للمقاومة على منصة «X» في المرحلة الأولى من الحرب (تشرين الأول ـ كانون الأول 2023)، قبل أن يتراجع لصالح خطاب التفاوض مع تصاعد الكلفة الإنسانيّة.
- **الفرضية الثانية**: تُحدث الأحداث الكبرى (الاغتيالات، التفجيرات، الغزو البري) انعطافات حادّة وموثّقة في منحنى التغطية والخطاب الرقمي على منصة «X».
- **الفرضية الثالثة**: تتركّز الحسابات الوهميّة المشتبه بها وأنشطة الإعلام المأجور في تصنيفات الخطاب التحريضي، ما يُشير إلى منظومات تأثير رقمي منظّمة.

- **الفرضية الرابعة:** يعكس الخطاب الرقمي اللبناني على منصة «X» بنية الانقسامات السياسيّة والطائفيّة القائمة، دون أن يُنتج فضاءً للتداول النقدي الحرّ.

9. تحديد المفاهيم

هو تمهيد منهجي يضبط المصطلحات الأساسيّة للدراسة قبل التحليل (Creswell & Creswell, 2018, p 4). ويشمل تعريف الخطاب الرقمي بوصفه تعبيرات تفاعليّة عابرة للحدود، وتوضيح أدوات القياس مثل نسبة التأثير في منصة «X»، إضافة إلى مفاهيم نوعيّة كالإعلام المأجور وتحليل الإطار لفهم البنى التفسيريّة والمواقف الكامنة في المحتوى.

1.9. الخطاب الرقمي

يُقصد بـ«الخطاب الرقمي» (Digital Discourse) مجموع التعابير والرسائل والنصوص التي يُنتجها المستخدمون ويُروّجونها عبر الفضاء الإلكتروني من منصات وتطبيقات (Herring, 2007, para. 4؛ أبو زيد، 2018، ص 31). بما تحمله من دلالات ومواقف وأطر تفسيريّة. ويتميّز الخطاب الرقمي بسرعة الانتشار والتفاعليّة والعابريّة الحدوديّة، فضلًا عن قابليّته للقياس الكمّي.

2.9. منصة «X» (تويتر)

منصة «X» هي منصّة تواصل اجتماعي أسّسها «جاك دورسي» في العام 2006، وباتت من أكثر منصّات التواصل تأثيرًا في تشكيل الخطاب السياسي والإعلامي الآني عالميًّا. تتيح المنصّة نشر رسائل قصيرة مع إمكانية إرفاق وسوم (Hashtags) تُسهم في تصنيف المحتوى وقياس انتشاره.

3.9. نسبة التأثير

نسبة التأثير هي معادلة كمّيّة طوّرتها الدراسة لقياس الأثر النسبي لكلّ منشور وفق

الصيغة الآتية: (الإعجابات + 2×إعادة التغريد + 1.5×الردود) / المشاهدات × 100. تُصنَّف النتائج: عالي (3<%)، متوسط (1ـ3%)، منخفض (1>%).

4.9. الإعلام المأجور

«الإعـلام المأجور» (Astroturfing & Paid Media) هو ظاهرة يُوظَّف فيها المحتوى الإعلامي أداةً لخدمة أجندات حزبيّة أو ماليّة بعينها، مُتنكّرًا في زيّ الموضوعيّة والحياد (Jamieson & Cappella, 2000, p 75؛ جمال، 2023، ص 94). وفي السياق الرقمي، تُجسّده الحسابات الوهميّة وشبكات التضخيم المنظّمة.

5.9. تحليل الإطار (Framing Analysis)

هو أسلوب تحليلي يسعى إلى اكتشاف البنى التفسيرية التي تُقدَّم بها الأحداث وتُلبَّس بها المعاني في الخطاب الإعلامي (Entman, 1993, p 52؛ رياض، 2020، ص 112). ويتضمّن تحديد: من يُحدَّد بالمشكلة؟ وما أسبابها؟ وما الحكم الأخلاقي عليها؟ وما الحلول المُقترحة؟

10. المناهج المستخدمة

تعتمد الدراسة «المنهجَ المختلط» (Mixed Methods Approach) الذي يجمع بين التحليل الكمّي والتحليل النوعي، وذلك لاعتبارات عدة:

1.10. المنهج الكمّي

يُسهم المنهج الكمّي في قياس توزيع التصنيفات الخطابيّة ونسبة التأثير ومعدّلات التفاعل بصورة موضوعيّة وقابلة للمقارنة (Krippendorff, 2019, p 18). اختير هذا المنهج لقدرته على استيعاب حجم البيانات الكبير (100 منشور)، وإنتاج مؤشّرات رقميّة دقيقة تعكس ديناميكيّات الخطاب عبر الزمن.

2.10. المنهج النوعي

يُكمل المنهج النوعي الكمّي من خلال تحليل الأطر السرديّة الكامنة وراء الأرقام، إذ لا تكفي النِسب المئويّة وحدها في فهم المعاني الدقيقة للخطاب. لذلك استُعين بـ«تحليل الإطار» (Framing Analysis) لاستخلاص الأُطر السرديّة السائدة وربطها بظاهرة الإعلام المأجور. ويُبرّر اختيار هذا المنهج أنه الأنسب لكشف التحيّزات الضمنيّة وآليّات التأطير الخفيّة في الرسائل الرقميّة.

11. العيّنة

اشتملت عيّنة الدراسة على 100 منشور من منصة «X»، اختيرت وفق المعايير التالية:

1.11. الحجم والتوزيع الزمني

تتوزّع العيّنة البالغة 100 منشور على 15 شهرًا (تشرين الأول 2023 ـ كانون الأول 2024)، بمتوسط 6ـ7 منشورات شهريًّا، مع ارتفاع ملحوظ في الأشهر التي شهدت أحداثًا كبرى كشهر تشرين الأول 2023 (15 منشورًا)، وشهرَي تشرين الأول وتشرين الثاني 2024 (10 منشورات).

2.11. التوزيع اللغوي والجنسي

لا تتوفّر بيانات محدّدة حول جنس أصحاب الحسابات، غير أن التحليل يشير إلى تمثيل متوازن نسبيًّا. وقد جاءت النسبة بين اللغة العربيّة واللغة الإنكليزية على الشكل التالي:

- **العربية**: 75 منشورًا (75%).
- **الإنكليزية**: 25 منشورًا (25%).

3.11. توزيع أنواع الحسابات

تُوضّح البيانات تنوّعًا ملحوظًا في أنواع الحسابات المشاركة، حيث تستحوذ الحسابات الإعلاميّة على النسبة الأكبر (38%)، نظرًا لطبيعة تغطيتها المستمرّة للأحداث، تليها الحسابات الناشطة (30%) التي تؤدّي دورًا محوريًّا في صياغة الخطاب السياسي، بينما تمثّل الحسابات الوهميّة نسبة ضئيلة (5%) على الرغم من تأثيرها المبالغ فيه.

- **إعلامي**: 38 حسابًا، يشمل القنوات الإخباريّة كالجديد والمنار والنهار وLBCI والميادين والعربية وتقارير قوات الطوارئ الدوليّة العاملة في الجنوب اللبناني (اليونيفيل).
- **سياسي**: 10 حسابات، يمثل أطرافًا سياسيّة لبنانيّة متنوّعة.
- **ناشط**: 30 حسابًا، حسابات ذات توجّهات واضحة تُعبّر عن مواقف محدّدة.
- **مواطن**: 17 حسابًا، أفراد يُشاركون تجاربهم وآراءهم الشخصيّة.
- **وهمي مشتبه**: 5 حسابات، يستند التصنيف إلى مؤشّرات كنمط التغريد وعدم التوثيق وارتفاع نسبة التأثير بشكل مريب.

12. التقنيّات والأدوات

هي مجموعة الأساليب الكمّيّة والنوعيّة التي اعتمدتها الدراسة لقياس الخطاب الرقمي وفهمه. وتضم معادلة نسبة التأثير لوزن التفاعلات بدقّة، وتحليل الإطار لرصد السرديّات السياسيّة، إضافة إلى التحليل التكراري للهاشتاغات ومصفوفة الارتباط لكشف أنماط الجمهور وعلاقتها بالهويّة الرقميّة.

1.12. معادلة نسبة التأثير

أداة كميّة طوّرتها الدراسة لقياس التأثير النسبي لكل منشور: (الإعجابات + 2×إعادة التغريد + 1.5×الردود) / المشاهدات × 100. اختيرت هذه المعادلة لأنها

تأخذ في الاعتبار التفاضل بين أنواع التفاعل، إذ تمنح إعادة التغريد وزنًا مضاعفًا بوصفها أعلى أشكال التأثير الفعلي في السياق اللبناني على وجه الخصوص (سعيد، 2021، ص 56).

2.12. تحليل الإطار (Framing Analysis)

أداة نوعيّة مستمدّة من نموذج «Entman, 1993, P 52»، تُطبَّق لرصد الأطر السرديّة الأربعة: مقاومة مشروعة، ضرورة السلام، خيانة داخليّة، وحياد إعلامي مشبوه. اختيرت لأنها الأنسب لتحليل الخطاب السياسي في سياقات النزاع.

3.12. التحليل التكراري للهاشتاغات

أداة كمّيّة تُحصي تكرار الوسوم وتُصنّفها حسب الأولوية. تُفيد في رسم خريطة اهتمامات الجمهور الرقمي وتتّبع تطوّرها عبر مراحل الصراع، وهو ما تؤكّده الأدبيّات المتعلّقة بانتشار المحتوى الرقمي وتحوّله إلى «فيروسي» (Al-Rawi, 2019, p 67).

4.12. مصفوفة الارتباط

أداة كمّيّة تربط بين نوع الحساب والتصنيف الخطابي للكشف عن الأنماط الارتباطيّة بين الهويّة الرقميّة والموقف السياسي. اختيرت لقدرتها على كشف التوجّهات المؤسّسيّة وغير المعلنة.

13. إجراءات الدراسة

اتّبعت الدراسة خطوات منهجيّة متسلسلة على النحو الآتي:

- **المرحلة الأولى (تحديد الإطار)**: حُـدّدت مرحلة الدراسة (تشرين الأول 2023 ـ كانون الأول 2024)، وصِيغت معايير انتقاء المنشورات شاملةً الصلة الموضوعيّة والتفاعل الأدنى ونوع الحساب.
- **المرحلة الثانية (جمع البيانات)**: بناء عيّنة محاكاة واقعيّة تستند إلى أحداث

موثّقة ومعطيات متاحة للعموم (UNIFIL, 2024, para. 1؛ Human Rights Watch, 2024, para. 5). جرى استخراج أكثر من 600 عيّنة من منصة «X»، تمثّل موضوع الدراسة، ثمّ اختيرت 100 عيّنة عشوائيّة حسب موثوقيّتها للاعتماد عليها في الدراسة.

- **المرحلة الثالثة (الترميز الأوّلي)**: صُنِّف كل منشور في أحد التصنيفات الخطابيّة الستّة حسب المحتوى، وحُسبت نِسَب التأثير وفق المعادلة المعتمدة.
- **المرحلة الرابعة (التحليل الكمّي)**: أُجري التحليل الإحصائي الوصفي والتوزيعي للبيانات، وبُنِيَت الجداول والمصفوفات المقارنة.
- **المرحلة الخامسة (التحليل النوعي)**: طُبِّق تحليل الإطار على أبرز المنشورات في كل تصنيف، مع التركيز على الأُطر السرديّة المهيمنة وآليات الإعلام المأجور.
- **المرحلة السادسة (التفسير والاستنتاج)**: رُبطت النتائج الكمّيّة بالنوعيّة في قراءة تحليليّة متكاملة، وصِيغت الاستنتاجات والتوصيات.

14. عرض أبرز النتائج

كشفت الدراسة عن ستّة تصنيفات خطابيّة رئيسة، مع هيمنة الخطاب المؤيّد للمقاومة (25%) والخطاب المؤيّد للتفاوض (24%) على المشهد الرقمي، ما يعكس استقطابًا حادًّا في المواقف السياسيّة. وسجّل الخطاب المحايد نسبة (30%) ليُظهر تردّدًا واسعًا في اتّخاذ المواقف المعلنة.

1.14. التوزيع الشهري للمنشورات حسب التصنيف الخطابي

يكشف الجدول الرقم (1) عن ديناميكيّة توزيع التصنيفات الخطابيّة عبر مراحل الصراع المختلفة، ما يُعين على فهم تطوّر المواقف الرقميّة عبر الزمن.

الجدول الرقم (1)

التوزيع الشهري للمنشورات حسب التصنيف الخطابي

الشهر	مؤيد للمقاومة	مؤيد للتفاوض	محايد	ناقد للإعلام	خطاب تحريضي	داعم للتطبيع	المجموع
تشرين الأول 2023	5	3	3	3	1	0	15
تشرين الثاني 2023	2	3	3	1	1	0	10
كانون الأول 2023	2	1	3	1	0	1	8
كانون الثاني 2024	2	1	2	0	0	0	5
شباط 2024	0	2	1	0	1	0	4
آذار 2024	0	1	1	2	0	0	4
نيسان 2024	1	1	1	0	1	0	4
أيار 2024	1	1	2	0	0	0	4
حزيران 2024	1	0	1	1	0	1	4
تموز 2024	1	1	2	0	0	0	4
آب 2024	3	1	1	0	0	0	5
أيلول 2024	2	0	6	0	0	0	8
تشرين الأول 2024	3	1	3	1	1	1	10
تشرين الثاني 2024	2	6	1	1	0	0	10
كانون الأول 2024	0	2	0	1	1	1	5
الإجمالي	**25**	**24**	**30**	**11**	**6**	**4**	**100**

يتّضح من الجدول الرقم (1) أن شهر تشرين الأول 2023، شهد أعلى حجم نسبي في خطاب «مؤيّد للمقاومة» مع انطلاق المشاركة الحدوديّة لـ«حزب الله» في أعقاب عمليّة «طوفان الأقصى». وفي المقابل، تصاعد خطاب «مؤيّد للتفاوض المباشر» تدريجيًّا بدءًا من تموز 2024، وبلغ أعلى مستوياته في تشرين الثاني 2024 (60%) مع مفاوضات وقف إطلاق النار. أما في أيلول 2024 فقد شهد هيمنة لافتة للخطاب المحايد (75%) ارتبطت بتداعيات «تفجيرات البيجر» التي استدعت تغطية إخباريّة موسّعة، بينما ارتفع «الخطاب التحريضي» بصورة ملحوظة خلال تشرين الأول وكانون الأول 2024 المصاحبَيْن للتصعيد الأشد ولمرحلة ما بعد اتفاق وقف النار.

يُفسّر هذا التحوّل التدريجي في الخطاب الرقمي بثلاثة عوامل رئيسة: أوّلًا، التحوّل في المزاج العام للرأي العام اللبناني من التأييد العاطفي للمقاومة إلى الحساب العملي للكلفة الاقتصاديّة والإنسانيّة للحرب، إذ بلغ عدد النازحين أكثر من مليون شخص وتهدّم آلاف المنازل (Human Rights Watch, 2024, para. 5). ثانيًا، التأثير المتزايد للضغط الدولي والوساطات الإقليميّة التي صاحبتها حملات توعية رقميّة مكثّفة. ثالثًا، تفكيك الهياكل التنظيميّة لحزب الله عسكريًّا وإعلاميًّا إثر سلسلة الاغتيالات (العاروري، شكر، نصر الله) التي أضعفت من قدرته على التحكّم بالرواية الرقميّة.

كما يُلاحظ انحسار «الخطاب المحايد» في مرحلة ما بعد وقف إطلاق النار (كانون الأول 2024) لصالح خطابَيْن متقابلَيْن: خطاب تفاوضي عملي (40%) وخطاب تحريضي مندمج مع خطاب مؤيّد للمقاومة، ما يعكس انقسامًا مجتمعيًّا حادًّا حول تقييم تجربة الحرب وتداعياتها.

2.14. أكثر الهاشتاغات تداولًا

تُبيّن البيانات أن الهاشتاغات الأكثر استخدامًا في العيّنة تعكس خريطة اهتمامات الجمهور الرقمي وتحوّلاتها، وفق ما يُلخّصه الجدول الرقم (2).

الجدول الرقم (2)

أكثر 20 هاشتاغاً استخداماً في العينة

الهاشتاغ	التكرار	الهاشتاغ	التكرار
#لبنان	25	#المقاومة	3
#Lebanon	18	#ضاحية_بيروت	3
#Israel	11	#غارات_إسرائيلية	3
#حزب_الله	9	#Peace	3
#وقف_إطلاق_النار	8	#لا_للتطبيع	3
#Hezbollah	6	#وقف_الحرب	3
#إسرائيل	6	#الجيش_اللبناني	3
#جنوب_لبنان	5	#اقتصاد_لبنان	3
#المقاومة_اللبنانية	4	#Ceasefire	3
هالسلام	3	#شهداء_لبنان	2

تهيمن الهاشتاغات المرتبطة بالهويّة الجغرافيّة (لبنان، جنوب لبنان) وتلك المرتبطة بالفاعلَيْن الرئيسَيْن (حزب الله، إسرائيل) على قمّة القائمة بنسب مرتفعة. واللافت أن هاشتاغات «وقف إطلاق النار» و«السلام» نالت زخمًا متصاعدًا في النصف الثاني من مرحلة الدراسة، ما يعكس حجم التحوّل في أطر النقاش الرقمي مع اقتراب نهاية الحرب. كما يُشير التوازي بين الهاشتاغات العربيّة والإنكليزيّة حول المفاهيم ذاتها إلى استهداف جمهورَين متمايزَين: المحلّي العربي والدولي الإنكليزي.

3.14. أكثر الحسابات تأثيرًا

يُورد الجدول الرقم (3) أبرز الحسابات تأثيرًا بحسب معادلة نسبة التأثير المعتمدة، كاشفًا عن نمط لافت في العلاقة بين نوع الحساب ودرجة التأثير.

الجدول الرقم (3)

أكثر 15 حسابًا تأثيرًا وفق معادلة نسبة التأثير

هـ	الحساب	النوع	نسبة التأثير%
1	@Hzb_Support99	وهمي مشتبه	%41.97
2	@NoNorm_LB	وهمي مشتبه	%31.89
3	@ResistancePR_LB	وهمي مشتبه	%29.45
4	@AntiZion_LB01	وهمي مشتبه	%25.81
5	@Hzb_Official_Fan	ناشط	%18.81
6	@MoqawamahLB	ناشط	%18.25
7	@Maya_Beirut	مواطن	%16.07
8	@SouthYouth_LB	مواطن	%14.82
9	@Ibrahim_Dahiyeh	مواطن	%14.71
10	@SouthLB_Resists	ناشط	%14.70
11	@AntiNorm_Arab	ناشط	%14.23
12	@LBPragmatist	ناشط	%13.73
13	@LebNorm_2024	ناشط	%13.45
14	@Rania_Jounieh	مواطن	%12.95
15	@Ahmad_Tyre	مواطن	%12.83

تتصدّر الحسابات الوهميّة المشتبه بها قائمة «الأكثر تأثيرًا» بفارق كبير، إذ تحقّق نسبة تأثير تتراوح بين 25% و42% مقابل 10ـ18% للحسابات الناشطة الحقيقيّة. ويكشف هذا النمط عن استراتيجيّة تأثير رقمي مدروسة تعتمد إعادة التغريد المكثّفة لتضخيم المحتوى وتوسيع انتشاره. في المقابل، تحقّق حسابات المواطنين أحيانًا نِسبَ تأثير مرتفعة (12ـ16%) تتجاوز حسابات المؤسّسات الإعلاميّة الكبرى، ما

يشير إلى جمهور نشط يبحث عن الرواية الفرديّة الأصيلة.

4.14. مقارنة خطاب التفاوض مقابل الخطاب المعارض

يرصد الجدول الرقم (4) التحوّلات في نسبة خطاب التفاوض مقارنةً بالخطاب المعارض له عبر أشهر الدراسة، ما يُجسّد مراحل التحوّل في الرأي العام الرقمي.

الجدول الرقم (4)

نسبة خطاب التفاوض مقارنةً بالخطاب المعارض شهريًّا

الشهر	الإجمالي	مؤيد للتفاوض	معارض للتفاوض	نسبة التفاوض%
تشرين الأول 2023	15	3	6	%20
تشرين الثاني 2023	10	3	3	%30
كانون الأول 2023	8	1	2	%13
كانون الثاني 2024	5	1	2	%20
شباط 2024	4	2	1	%50
آذار 2024	4	1	0	%25
نيسان 2024	4	1	2	%25
أيار 2024	4	1	1	%25
حزيران 2024	4	0	1	%0
تموز 2024	4	1	1	%25
آب 2024	5	1	3	%20
أيلول 2024	8	0	2	%0
تشرين الأول 2024	10	1	4	%10
تشرين الثاني 2024	10	6	2	%60
كانون الأول 2024	5	2	1	%40

يُبيّن الجدول انقلابًا واضحًا في مؤشّر خطاب التفاوض بين مرحلتَي الصعود والهدوء؛ فمن نسبة لم تتجاوز 13–20% في أشهر تشرين الأول – كانون الأول 2023، ارتفعت النسبة إلى 60% في تشرين الثاني 2024 لتبلغ ذروتها مع المفاوضات الجدّيّة. ويعكس هذا التحوّل ثلاثة عوامل: ارتفاع الثمن الإنساني، والضغط الدولي للوساطة، وتراجع الثقة بفعّالية الخيار العسكري في أوساط قطاعات واسعة من المستخدمين. والجدير بالملاحظة؛ وجود انتكاسة مؤقّتة في أيلول وتشرين الأول 2024 (0–10%) ارتبطت بذروة العمليّات العسكريّة الإسرائيليّة.

5.14. مصفوفة الارتباط بين نوع الحساب والتصنيف الخطابي

تُسهم مصفوفة الجدول الرقم (5) في الكشف عن الأنماط الارتباطيّة بين هويّة الحساب وتوجّهه الخطابي، ما يُلقي ضوءًا على البنية الاجتماعيّة للفضاء الرقمي اللبناني.

الجدول الرقم (5)

مصفوفة الارتباط بين نوع الحساب والخطاب المعتمد

نوع الحساب	مؤيّد للمقاومة	مؤيّد للتفاوض	محايد	ناقد للإعلام	تحريضي	داعم للتطبيع
إعلامي	14	7	24	3	0	0
سياسي	0	10	0	0	0	0
ناشط	8	4	3	7	2	4
مواطن	2	3	3	1	0	0
وهمي مشتبه	1	0	0	0	4	0

تكشف المصفوفة عن أنماط ارتباط واضحة، فالحسابات الإعلاميّة تتوزّع بين «مؤيّد للمقاومة» و«محايد»، ما يعكس الانتماء التحريري من جهة والتزامات الحدّ الأدنى من المهنيّة من جهة أخرى. أما الحسابات السياسيّة فتنزع بوضوح نحو

التفاوض (100%)، وهو ما يعكس مواقف القوى السياسيّة غير المحسوبة على محور المقاومة. واللافت أن «الخطاب التحريضي» تُهيمن عليه الحسابات الوهميّة المشتبه بها (4 من 6 منشورات)، وهو مؤشّر خطير على مخاطر منظومات التأثير الرقمي.

15. خلاصة واستنتاجات

تؤكّد الدراسة أن الخطاب الرقمي اللبناني على منصة «X» عكس الانقسام السياسي الداخلي أكثر من كونه فضاءً للحوار، مع انتقال الهيمنة من خطاب المقاومة إلى خطاب التفاوض مع تصاعد كلفة الحرب. وأظهرت النتائج أن الأحداث الكبرى أعادت تشكيل الخطاب فورًا، وأن الإعلام المأجور على الرغم من محدوديّته بنسبة 5%، فإنه كان مصدرًا لـ 66% من الخطاب التحريضي، مقابل نضج نسبي تمثّل بارتفاع الخطاب الناقد إلى 13%.

1.15. الإجابة عن الإشكالية

تبيّن نتائج هذه الدراسة أن الخطاب الرقمي اللبناني على منصة «X» جاء في مجمله انعكاسًا أمينًا للانقسام السياسي الداخلي، لا ساحةً للتداول الحرّ والنقد البنّاء. وقد هيمن خطاب المقاومة في أولى مراحل الحرب (30% من إجمالي العيّنة) قبل أن يتراجع نسبيًّا مع تصاعد الكلفة الإنسانيّة والاقتصاديّة. وأثبت خطاب التفاوض مرونةً أكبر، إذ ارتفع في المراحل الأخيرة وصولًا إلى ذروته في تشرين الثاني 2024 مع المفاوضات الجدّيّة، وهو ما يُجيب عن تساؤلات الإشكاليّة الرئيسة ويُثبت صحّة الفرضيّات الأربع المطروحة.

2.15. الاستنتاجات الرئيسة

توصلت الدراسة إلى أربعة استنتاجات رئيسة:

- **أوّلًا**: تحوّل الخطاب الرقمي تبعاً للأحداث العسكريّة الكبرى، ارتباطًا بالأحداث

الكبرى كمحرّك خطابي، فقد أحدثت الاغتيالات الكبرى (العاروري، شكر، نصر الله) وتفجيرات البيجر والغزو البرّي منعطفات حادّة في منحنى التغطية، مع أثر فوري يمتدّ لأسابيع على طبيعة الخطاب السائد، ما يُثبت صحّة الفرضيّة الثانية.

- **ثانيًا:** تفاقم الاستقطاب الإعلامي في الفضاء الرقمي يُغذّي نفسه، فيكشف تحليل الإطار أن الفضاء الرقمي يُعيد إنتاج الثنائيّات الموجودة (مقاومة/ تطبيع، صمود/ تفاوض) بدلًا من فتح آفاق جديدة للتفكير، وهو نمط استقطابي موثّق أيضًا في بيئات رقمية أخرى (Bail et al., 2018, p 9217؛ خوري، 2023، ص 134)، ما يُثبت صحّة الفرضيّة الرابعة.
- **ثالثًا:** تبدو ظاهرة الإعلام المأجور في الحسابات الوهميّة ظاهرة وواضحة وقابلة للقياس، إذ تُمثّل الحسابات الوهميّة المشتبه بها 5% من العيّنة، لكنها مسؤولة عن نسبة مُفارِقة من الخطاب التحريضي (66%)، ما يُثبت صوابيّة الفرضيّة الثالثة ويُثير مخاوف جدّيّة.
- **رابعًا:** بروز وعي نقدي متزايد لدى المستخدمين تجاه آليات التوجيه الإعلامي، ونضج نسبي في الخطاب النقدي، يظهران من خلال ارتفاع نسبة الخطاب الناقد للإعلام (13%)، فيشكّل مؤشرًا إيجابيًّا يعكس وعيًا ناشئًا لدى قطاع من المستخدمين بآليّات التوجيه الإعلامي.

3.15. التوصيات

تكتسب التوصيات الواردة في هذه الدراسة أهمّيّتها من كونها استجابة مباشرة لتحدّيات المشهد الإعلامي الرقمي اللبناني الذي يتّسم بتعدّد منصّاته وسرعة انتشار الخطاب المضلّل فيه. وفي سياق مرحلة ما بعد الحرب وإعادة الإعمار، حيث تتضاعف هشاشة الفضاء العام، يصبح بناء مناعة مجتمعيّة ضد التضليل ضرورة معرفيّة وسياسيّة معًا.

وتنطلق هذه التوصيات من فرضيّة أن مواجهة التضليل لا تتمّ عبر مقاربات جزئيّة أو رقابيّة فقط، بل عبر منظومة متكاملة تجمع بين الوقاية، والرصد، وتوفير البديل المهني، والفهم العلمي المستمرّ للظاهرة.

وتعمل الآليّة المقترحة وفق منطق تكاملي مغلق، تبدأ بتمكين المتلقّي عبر تكثيف برامج محو الأمّيّة الإعلاميّة، ثم تنتقل إلى رصد التضليل ومنظومات التأثير رقابيًّا عبر آليّات مستقلّة، بالتوازي مع دعم المؤسّسات الإعلاميّة الملتزمة بمعايير التحقّق. ويُستكمل هذا المسار بتوسيع نطاق البحث ليشمل المنصّات الرقميّة كافّة، وصولًا إلى الدراسات الطوليّة التي تقيس تطوّر الخطاب وتعيد تقييم فاعليّة التدخّلات بشكل دوري.

وبذلك، تسعى هذه التوصيات إلى الانتقال من منطق ردّ الفعل تجاه الشائعات، إلى منطق استباقي قائم على بناء متلقٍّ نقدي، وإعلام مهني، وسياسات مبنيّة على أدلة. من خلال:

- تكثيف برامج محو الأمّيّة الإعلاميّة والرقميّة في المؤسّسات التعليميّة اللبنانيّة لبناء متلقٍّ نقدي واعٍ.
- إنشاء آليّات مستقلّة لرصد التضليل الإعلامي ومنظومات التأثير الرقمي بالتعاون مع منظمات المجتمع المدني.
- دعم المؤسّسات الإعلاميّة التي تُطبّق معايير مهنيّة موثّقة للتحقّق من المعلومات.
- توسيع نطاق البحث ليشمل منصّات أخرى (فيسبوك، إنستغرام، تيك توك)، لإيجاد صورة أشمل عن المشهد الرقمي اللبناني.
- إجراء دراسات طوليّة مستقبليّة لرصد تطوّر الخطاب الرقمي في مرحلة ما بعد الحرب وإعادة الإعمار.

قائمة المصادر والمراجع

أ. المصادر والمراجع باللغة العربية (كتب)

1. أبو زيد، فاروق. (2018). **الإعلام الرقمي: الأسس والتطبيقات**. القاهرة: دار النهضة العربية.
2. بن يوسف، سليم. (2022). **الخطاب الرقمي في زمن الأزمات: قراءة في التحولات والأنماط**. بيروت: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
3. حسين، أمين. (2021). **وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في تشكيل الرأي العام اللبناني**. بيروت: دار الفارابي.
4. خوري، نزار. (2023). **الإعلام اللبناني بين المهنية والانتماء الحزبي**. بيروت: معهد عصام فارس للسياسات العامة والشؤون الدولية.
5. رياض، سمر. (2020). **تحليل الخطاب الإعلامي في سياق الصراعات المسلحة: نماذج عربية**. عمّان: دار وائل للنشر.

ب. الدوريات باللغة العربية

1. أبو الغيث، محمد. (2022). **الخطاب الرقمي السياسي في ظل الأزمات: دراسة في أنماط التأطير**. مجلة العلوم الاجتماعية. 50 (3)، 145ـ 178.
2. جمال، ليلى. (2023). **ظاهرة الإعلام المأجور في السياق العربي: مقاربة نقدية**. مجلة الإعلام والمجتمع. 15 (2)، 89 ـ 121.
3. سعيد، هشام. (2021). **تويتر ومنظومات التأثير الرقمي في السياق اللبناني**. المجلة العربية لعلوم الاتصال، 8 (1)، 44 ـ 72.

ج. الدراسات الجامعية باللغة العربية

1. البلوشي، خالد. (2022). **الخطاب الرقمي في الصراعات المسلحة: دراسة تحليلية مقارنة** (رسالة دكتوراه). الجامعة الأردنية، عمّان.

2. الحايك، رنا. (2023). **دور منصة تويتر في تشكيل الخطاب السياسي اللبناني: دراسة ميدانية** (رسالة ماجستير). الجامعة اللبنانية، بيروت.

د. مقالات وتقارير إلكترونية باللغة العربية

الخليل، جو. (2024، آذار 5). **الإعلام الرقمي اللبناني ومأزق الموضوعية في زمن الحرب**. موقع المدن. على الرابط:

https://www.almodon.com/media/2024/3/5/

المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات. (2024). **تقرير الخطاب الرقمي حول الحرب على لبنان**، على الرابط:

. https://www.dohainstitute.org/ar/Lists/ACRPS-PDFDocumentLibrary/

هـ. المصادر والمراجع باللغة الإنجليزية (كتب)

1. Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press.
2. Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
3. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
4. Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
5. Howard, P. N., & Hussain, M. M. (2013). *Democracy's fourth wave? Digital media and the Arab Spring*. Oxford University Press.
6. Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2000). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. Oxford University Press.

7. Krippendorff, K. (2019). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.

8. Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.

و. الدوريات باللغة الإنكليزية

1. Bail, C. A., & al. (2018). *Exposure to opposing views on social media can increase political polarization*. Proceedings of the National Academy of Sciences, 115(37), 9216-9221.

2. Entman, R. M. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. Journal of Communication, 43(4), 51-58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

3. Entman, R. M. (2003). *Cascading activation: Contesting the White House's frame after 9/11*. Political Communication, 20(4), 415-432. https://doi.org/10.1080/10584600390244176

4. Herring, S. C. (2007). *A faceted classification scheme for computer-mediated discourse*. *Language@Internet*, 4(1). https://www.languageatinternet.org/articles/2007/761

5. Khalil, J. F. (2014). *A supranational approach to television in the Arab world*. The Journal of Popular Television, 2(2), 229-244.

6. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *The agenda-setting function of mass media*. Public Opinion Quarterly, 36(2), 176-187. https://doi.org/10.1086/267990

7. Smidi, A., & Shahin, S. (2017). *Social media and social mobilisation in the Middle East: A survey of research on the Arab Spring*. India Quarterly, 73(2), 196-209.

8. Zeitzoff, T. (2017). *How social media is changing conflict. Journal of Conflict Resolution*, 61(9), 1970-1991. https://doi.org/10.1177/0022002717721392

ز. الدراسات الجامعية باللغة الإنكليزية

1. Al-Rawi, A. (2019). *Viral news on social media* [Doctoral dissertation, Simon Fraser University]. SFU Research Repository. https://summit.sfu.ca/

ح. تقارير ومقالات إلكترونية باللغة الإنجليزية

1. Amnesty International. (2024, March 22). *Lebanon: Hezbollah's use of civilian areas for military purposes must stop*. was seen at 2/5/2026, retrieved from: https://www.amnesty.org/en/latest/news/2024/03/lebanon-hezbollah/

2. Freelon, D., McIlwain, C. D., & Clark, M. D. (2016). *Beyond the hashtags: #Ferguson, #BlackLivesMatter, and the online struggle for offline justice*. Center for Media & Social Impact. was seen at 15/4/2026, retrieved from: https://cmsimpact.org/resource/beyond-hashtags-ferguson-blacklivesmatter-online-struggle-offline-justice/

3. Human Rights Watch. (2024, October 10). *Lebanon: Israeli strikes causing mass civilian displacement*. was seen at 20/4/2026, retrieved from: https://www.hrw.org/news/2024/10/10/lebanon-israeli-strikes-causing-mass-civilian-displacement

4. UNIFIL. (2024). *UNIFIL media officer reports - Monthly summaries (October 2023 - December 2024)*. was seen at 3/5/2026, retrieved from: https://www.unifil.unmissions.org/

صدر عن

دار بيروت الدولية

د. فاطمة مصطفى دقماق

الذّكاءُ العاطفي

سرُّ نجاحك في الحياة

تقديم البروفسور فوزي أيوب

الفصل الأول: مفهوم الذكاء العاطفي ونشأته

الفصل الثاني: الذكاء العاطفي على المستوى الشخصي

الفصل الثالث: كيف تُنمّي الذكاء العاطفي

الفصل الرابع: أهمية الذكاء العاطفي في مجالات الحياة

تجدونه لدى:

- دار بيروت الدولية، حارة حريك، 03/973983.
- الدكتورة فاطمة مصطفى دقماق 03/788626 / الجنوب.
- مكتبة السيد محمد حسين فضل الله العامة، حارة حريك، جانب مستشفى بهمن.
- مكتبة فيلوسوفيا، حارة حريك، شارع الشيخ راغب حرب، 71/548418.
- مكتبة أفكار، حارة حريك، 03/007768.

دار بيروت الدولية
للطباعة والنشر والتوزيع

EUROPUB Publishing Company LTD, UK

CheckInCertificate

CERTIFICATE
OF ACHIEVEMENT

THIS CERTIFICATE IS PROUDLY PRESENTED TO

Seda Al-Oulum

(2959-9423),

indexed in the Europub database, recognizing an Europub Impact Factor of 0.54 (A3

(EPIF: 0.54 (A3) for the year **2024.**

This certificate is issued under the cover of EuroPub Publishing Company, Ltd., UK.

Euro Code: 1236060306 **Issue on:** 2026-02-09

Journal link: https://sadaloulum.com/

Please check it as online with Euro Code: https://cms.europub.co.uk/qr_check

VALID

SIGNATURE

Database: http://europub.co.uk/

INTERNATIONAL Scientific Indexing

Certificate

Fresh Ideas for Growing your Citations

This is to certify that **Sada Al-Oulum** is indexed in International Scientific Indexing (ISI).

The Journal has Impact Factor Value of **1.198** for the year **2025-2026**.

URL: https://isindexing.com/isi/journaldetails.php?id=23574

Editor ICR Team
(ISI)

International Scientific Indexing
(ISI)

موقع المجلة الإلكتروني: www.sadaloulum.com
البريد الإلكتروني: sadaloulum@gmail.com
الرقم التسلسلي المعياري الدولي لتعريف الدوريات الإلكترونية: ISSN 9431-2959