

دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي السياسي على صفحات الفيسبوك

دراسة تحليلية لصفحة Fake News DZ

The role of fake news in falsifying political awareness on
Facebook pages
An analytical study of the Fake News DZ page

أ- عقيلة مقروس*	د- صونية عبديش
كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.	كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
الجزائر	الجزائر
megrous.aqila@univ-alger3.dz	abdiche_s@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2020/05/27

تاريخ القبول: 2021/01/30

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الأخبار الكاذبة في تزييف الوعي السياسي على صفحات الفيسبوك. من خلال دراسة تحليلية لصفحة Fake News DZ، اعتمد الباحث فيها على منهج المسح الإعلامي التحليلي، وأداة تحليل المضمون، خلال الفترة الممتدة من 6 أبريل 2019 إلى 14 مارس 2020. وذلك من خلال التعرف على أهم (المواضيع، المصادر، الوسائط، اللغة المستخدمة واتجاهات المستخدمين) التي سعت الصفحة المعنية بالدراسة إلى تكذيبها خلال فترة الحراك الشعبي الجزائري.

الكلمات المفتاحية: الأخبار الكاذبة؛ تزييف؛ الوعي السياسي؛ صفحة Fake News DZ ؛
حراك 22 فيفري 2019؛

Abstract

This study aims to know the role of fake news in falsifying political awareness on Facebook pages through an analytical study of the **Fake News DZ page**. In this work, the analytical media survey method and the content analysis tool is relied on by the researcher during the period from April 6th, 2019 till March 14th; 2020 in order to identify the most important (topics, sources, multimedia, language used and user trends) that the concerned page of the study sought to discredit during the period of the Algerian popular movement.

Keywords : Fake News ; falsifying ; Political awareness ; Fake News DZ page ;
The Hirak – The Popular movement in Algeria, 22 February- ;

* المؤلف المرسل: عقيلة مقروس، الإيميل: megrous.aqila@univ-alger3.dz

يعد الوعي السياسي من أهم أنواع الوعي الاجتماعي، ويتمثل الوعي السياسي في إدراك الفرد لكل الأحداث التي تحيط به سواء كان ذلك محليا أو إقليميا أو عالميا، وحسن الربط بينها من خلال إتقان أدوات التحليل العلمي لفهم النوايا والأهداف الظاهرة والخفية من كل مخطط أو سياسة منتهجة بما أن الديمقراطية تقوم على أن الشعب هو مصدر كل سلطة، وانطلاقا من هذه القاعدة الرئيسية فلا بد من تثقيف الفرد والجماعات وتبئهم إلى ضرورة تحمل مسؤولياتهم اتجاه أمتهم سواء في وقت الشدة أو الرخاء، وذلك بتأدية الواجبات للحصول على الحقوق، ولقياس الوعي السياسي لا بد أن نركز اهتمامنا على أبعاده الثلاثة المتمثلة في: البعد المعرفي، الوجداني القيمي، والبعد السلوكي.

إن ما يهمنا هنا هو البعد الأول، المتمثل بالبعد المعرفي، صحيح أنه البعد الأول وإن لم يصل مرحلة التجسيد الفعلي للسلوك. إلا أنه يمثل البوابة التي يبني عليها السلوك السوي للرأي العام، فإن كانت المعلومات التي يتم تدفقها على كل المستويات صادقة وتعبّر عن الحقيقة، ساهمت في تنمية الوعي، أما إن كانت كاذبة ومضللة أدت إلى التضليل والتزييف.

وذلك لما للمعلومات التي يتلقاها الفرد عبر مختلف المؤسسات والوسائط من دور في التنشئة السياسية، وتحقيق تنمية الثقافة السياسية لدى الأفراد، تساهم في زيادة منسوب الوعي السياسي لديهم، شرط أن تكون هذه المعلومات صادقة وسليمة وغير مضللة وكاذبة فتعكس العملية من مساهمة هذه المعلومات في نشر وتنمية الوعي إلى تزييفه وتشويهه وخداع الرأي العام. مع التأكيد على أن انتقال هذه المعلومات وتدفقها يتم عبر سلسلة معقد حسب أهمية المعلومات، ولعل من أهم القنوات التي تنقلها نجد وسائل الإعلام المختلفة سواء كانت التقليدية أو الإعلام الجديد المتمثل في شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي. ولكل وسيلة خصائصها التي تحكمها وتؤثر على نقل الأخبار عبرها. وذلك حسب الإطار الزمكاني التي تجري فيه.

1.1 الإشكالية:

تزداد الحاجة للأخبار والمعلومات وتبادلها أوقات الأزمات كالحروب والاحتجاجات والكوارث الطبيعية وانتشار الأوبئة، كأحد أهم أدوات الصراع بين مختلف الطبقات والمصالح، وهذا ما لاحظناه مع بروز أحداث الحراك الشعبي في الجزائر 22 فيفري 2019م، حين خرج الجزائريون للشوارع بالملايين للتعبير عن رفضهم ترشح الرئيس المريض عبد العزيز بوتفليقة

لعهدة خامسة، وما رافق الأحداث من تضليل وحجب للمعلومات حول أخبار الحراك من قبل وسائل الإعلام الحكومية والخاصة التقليدية، وفي هذا السياق ومع تصاعد موجة الاحتجاج وامتدادها الزمني كان سقف المطالب يرتفع ليشمل المطالب الاجتماعية والسياسية من تحقيق للعدالة ومحاسبة الفاسدين.

وما يهمنا في هذا الصدد هو كيف تعاملت وسائل الإعلام في هذا السياق الملغم، حيث كانت مواقف الفضائيات التابعة للدولة أو الخاص متضاربة ومتباينة خاضعة للأوامر حيث تم فرض طوق التعتيم الإعلامي على الحراك في بداياته 22 فيفري، ثم سرعان ما سقط أمام قوة الموجات البشرية للجزائريين في الشوارع، وأمام هذا الوضع والحصار هناك من يرى أن الحراك الشعبي كانت بداياته في الانترنت عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة الفايسبوك، حيث أنشأت لهذا الغرض عشرات الصفحات، وبعضها تم تكييفه مع الأحداث، وبالطبع دون أن ننسى أن هذه الصفحات وإن كانت تغطي أخبار الحراك لا يخفى على احد تأثيرها بتوجهات وميولات أصحابها أو منشئوها، فبعضها ينقل الحقيقة والمعلومة بصدق واحترافية ولو بجزء ضئيل من القيم الإخبارية وبعضها أنشئ لأداء وظيفة معاكسة مضادة للحراك بما ينشره من أخبار مهولة وكاذبة مضللة، أو ما يعرف بالذباب الإلكتروني.

وهذا ما دفعنا لتسليط الضوء على إحدى هذه الصفحات الفيسبوكية التي تحظى بمتابعة محترمة، وهي صفحة Fake News DZ التي أنشأت حسب القائمين عليها كواجهة للدفاع عن مبادئ الحراك وحق الشعب في المعلومة الصادقة وأيضا لمحاربة الأخبار الكاذبة من كل الاتجاهات والتي يتم تداولها عبر وسائل الإعلام، وذلك حتى نتعرف على أهم الموضوعات التي كانت محل تكذيب من قبل هذه الصفحة، ومدى الاهتمام التي توليه هذه الصفحة للمواضيع السياسية مقارنة بالمواضيع الاجتماعية الأخرى، بالإضافة إلى السعي للتعرف من خلال تحليل الصفحة على أهم مصادر الأخبار الكاذبة وما إذا كانت الوسائل وصفحات الجرائد والقنوات ضمن مروجي هذه الأكاذيب وعليه، تكمن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي: ما هو الدور الذي تلعبه صفحة Fake News DZ على الفايسبوك في الكشف عن الأخبار الكاذبة التي تعمل على تزييف الوعي السياسي؟.

وقصد الإجابة على هذه الإشكالية تم تجزئتها لمجموعة من التساؤلات الفرعية وتتمثل في:

- ما هي أهم المجالات والموضوعات التي سعت صفحة Fake News DZ على الفايسبوك لتكذيبها خلال فترة الحراك الشعبي الجزائري 22 فيفري 2019م؟.

- فيما تتمثل أهم مصادر الأخبار الكاذبة التي سعت صفحة Fake News DZ على الفايسبوك لتكذيبها خلال فترة الحراك الشعبي الجزائري 22 فيفري 2019م؟

- ما هي أهم الوسائط التي اعتمدت عليها صفحة Fake News DZ على الفايسبوك لإظهار الأخبار الكاذبة خلال فترة الحراك الشعبي الجزائري 22 فيفري 2019م؟.

- ما مدى تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة Fake News DZ على الفايسبوك (عدد الإعجابات، التعليقات) خلال فترة الحراك الشعبي الجزائري 22 فيفري 2019م؟

- ما هي اتجاهات الجمهور نحو مضامين صفحة Fake News DZ على الفايسبوك خلال فترة الحراك الشعبي الجزائري 22 فيفري 2019م؟

2.1 أهمية الدراسة: إن ربط متغير الأخبار الكاذبة مع الوعي السياسي يعد موضوع جدير بالدراسة والبحث، خاصة في الفترة التي تزامنت مع الحراك الشعبي الجزائري 2019م، ولو من زاوية تحليل المضمون وذلك من خلال تحليل مضامين صفحة Fake News DZ كمحاولة للتعرف على أهم الموضوعات التي شملها الأخبار الكاذبة والإشاعات، خلال فترة الحراك في سنته الأولى.

3.1 منهج وأداة الدراسة: تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية، تم الاعتماد فيها على منهج المسح الإعلامي التحليلي. وأداة تحليل المضمون.

4.1 مجتمع البحث وعينه: يتمثل مجتمع الدراسة في كل ما نشر على صفحة Fake News DZ على الفايسبوك، منذ إنشائها إلى وقتنا الحالي. أما عينة الدراسة فتتمثل في المواد التي نشرت على الصفحة من 6 أبريل 2019 إلى 14 مارس 2020م. على عينة قصدية، وقد تم أخذ هذه الفترة لأنها الفترة التي أنشأت فيها الصفحة ولتزامنها مع فترة الحراك الشعبي 22 فيفري 2019. والفترة التي أعلن فيها تعليق الحراك بسبب وباء كورونا.

5.1 حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة التحليلية خلال الفترة الزمنية المعنية لأغراض الدراسة من يوم فتح صفحة Fake News DZ في 6 أبريل 2019 إلى غاية 14 مارس 2020م. وهو تاريخ إعلان تعليق الحراك لإشعار آخر بسبب وباء كورونا العالمي (Covid-19).

حدود تطبيقية: تشمل كل ما نشر على صفحة Fake News DZ على الفايسبوك من 6 أبريل 2019 إلى 14 مارس 2020م. وقد أجرينا هذه الدراسة التحليلية خلال شهر أبريل 2020م.

6.1 مفاهيم الدراسة:

تعريف الأخبار الكاذبة: اختار معجم " كولينز" الأخبار الكاذبة ككلمة العام في 2017م، حيث عرفها: "الكوت" و"جينزكوف" بأنها كمقالات إخبارية تعتمد الاختلاق والكذب بهدف تضليل القراء. أما " فريشلش وآخرين"، فيرى بأن هذا التعريف قاصر، حيث انه لا يشمل الأخطاء التي يرتكبها الصحفيون والسياسيون أو الإشاعات، ويقدم "فريشلش وآخرون" تفرقة ما بين نوعين من الأخبار الخاطئة Misinformation وتعني وجود أخطاء لكنها غير متعمدة Disinformation التي تشير إلى أخطاء متعمدة بنية الكذب.

وقد ظهر المصطلح في خضم انتخابات الرئاسة الأمريكية عام 2016م، على يد الرئيس الأمريكي "دونالد ترامب" إلا أن تاريخ الأخبار الكاذبة يعود حوالي مائتي سنة 1835" (عمرو، الصفحات د-ص) وبالتالي فهي تعني بأنها الانتشار المتعمد للتضليل سواء كان ذلك عبر وسائل الإعلام التقليدية أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي. (يساري، سيد أحمد، الشياظمي، و مجدي، 2017، الصفحات 5-6).

تعرف الشائعات حسب" أبو زيد ": على أنها الأحاديث والأقوال والأخبار والروايات التي يتناقلها الناس دون التثبت من صحتها ودون التحقق من صدقها. (عبد اللاوي، 2015، صفحة 81) إن المقصود بالأخبار الكاذبة: في هذه الدراسة هي تلك الأخبار التي تم تداولها على نطاق واسع عبر مختلف وسائل الإعلام سواء كانت تقليدية (التلفزيون، الإذاعة والصحف عمومية كانت أو خاصة أو أجنبية)، أو الإعلام الجديد (مواقع الكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي) وتناولتها صفحة Fake News DZ عبر الفايسبوك بالتكذيب، وتتمثل أساسا في تلك الأخبار التي تكون صادقة وحدثت بالفعل لكنها تم تداولها في غير سياقها، فقد تكون انتشرت خلال فترات سابقة للسياق التي يتم تداولها فيها خلال فترات الحراك اللاحقة، أو تم التطرق إليها في دول أجنبية. سواء تمثلت في الاستعانة بصور أو نصوص. وهكذا يكون الخبر الكاذب إما كامل أو جزء منه كأن يكون النص صحيح والصورة كاذبة، أما المقصود بالشائعة هنا فيتمثل: في تلك الأخبار التي استهدفت الأفراد والمؤسسات والدول ولكنها لم تحت أصلا، أو حدثت لاحقا.

مفهوم تزييف الوعي السياسي: يعني الوعي في اللغة بأنه: الفهم وسلامة الإدراك. (حمادة، 2005، الصفحات 29-30). أما اصطلاحاً فالوعي السياسي يعرف على أنه معرفة المواطن بحقوقه السياسية، وواجباته، وما يجري حوله من أحداث ووقائع، وقدرة هذا المواطن على التصور الكلي للواقع المحيط به، بالإضافة إلى توظيف هذا المواطن للخبرات الجماعية التي ينتمي إليها (العموش، 2018، صفحة 22).

وتشويه الوعي هو الذي يعرف بالوعي الزائف، كما يعرفه "بطلر" هو شكل من أشكال المصلحة الذاتية لفئة معينة، وهو رفض أو تجاهل عن وعي أولاً، وعي لمطالب فئة أخرى في المساواة، في السلطة مثلاً: ويكون الوعي الزائف تصوراً جزئياً ومشوهاً ومغلوطاً للواقع المحيط سواء كان هذا الواقع طبيعياً أو إنسانياً، وسواء كان يتعلق بعلاقة أو شخص أو وضع بنائي محدد. وغالباً ما يرسم لهذا التصور حتى لا ينفذ إلى الحقائق بوضع أساليب كثيرة ومتنوعة تستخدم فيها أحياناً تكنولوجيا التزييف وأحياناً تكنولوجيا الإرهاب (بوجلال، 1990، صفحة 47).

وما يعنينا من تزييف الوعي السياسي هنا: هو الاهتمام بالبعد المعرفي، الذي يمثل البداية السوية لتنمية الوعي السياسي الهادف، فإن كانت المعلومات التي تتدفق في كل الاتجاهات ونحو أفراد المجتمع صحيحة ساهمت في بناءه وإن كانت كاذبة شوهته وابتعدت بالرأي العام عن أدواره المنوطة به.

الفييس بوك: تعد تطبيقات الفاييسبوك بالآلاف، تنتوع بتنوع الطباع والمزاج، الرغبات والاهتمامات المهنية والشخصية. منها ما تم إنشاؤه من قبل شركات والبعض الآخر منشأ من طرف أشخاص عاديين، وعند استخدام معظم هذه التطبيقات يتم تنبيهك بأن تنفيذ هذا التطبيق يتطلب الدخول إلى بيانات الشخصية، من تطبيقاته نذكر:

الصفحات Pages : لها ميزة واستخدامات المجموعة فيما عدا أنها أكثر تفاعلاً عبر ظهورها في الصفحة الرئيسية (Home) لكل المستخدمين، وغالباً ما يكون هذا التطبيق Fane clubs، أي معجبين ومشاهير بحيث تكون الصفحة وسيلة للتواصل مع الشخصية المعنية. أما الصفحة الرئيسية Home يظهر بهذه الصفحة كل جديد: تعليقات وصور وروابط أصدقائك الذين أضفتهم وربما قد تظهر تعليقات وصور أصدقاءك، وذلك يحدث فقط عبر ما يتيح المستخدم من إعدادات الصلاحية بأن يشاهد محتويات صفحته أصدقائه. (عبدش، 2016، صفحة 22).

ويقصد بالفايسبوك في هذه الدراسة هو الموقع الاجتماعي الأكثر استخداما لدى الجزائريين من قبل كل فئاته، يستخدمونه في الكثير من المجالات، بكل تطبيقاته وصفحاته خاصة في فترة الحراك الشعبي ومن أهم هذه الصفحات نجد:

صفحة Fake News DZ: هي صفحة على الفاييسبوك تم إنشاؤها من باريس من قبل أربع طلاب جزائريين، ليصبحا اثنين هما نسيم ولقمان بوعيدر، يوم 6 أبريل 2019م، بلغ عدد متابعيها حتى تاريخ (2020-3-27) 154026 متابع، يقول المسئولان عن الصفحة: أن تأسيسها جاء في سياق الحراك الشعبي الجزائري وفي خضم الزيادة الكبيرة في حجم الأخبار الكاذبة، وأيضا زيادة مستخدمي الفاييسبوك في الجزائر لأنه هناك من يعتقد بأن الحراك بدأ في الانترنت وعبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعن الهدف من إنشائها فجاء للتحقق من الأخبار الزائفة ومدى موثوقية المعلومات. وعن أهم وسائل البحث عن المعلومة فاعتمدوا على محركات البحث، أو بالتحقق من المصدر عندما يكون مذكورا في الخبر الكاذب أو بالبحث العكسي للصور والفيديوهات Reverse search على Google Images. وبالتالي يقدمان تحليلهما من خلال التلاعب بخوارزميات الشبكات الاجتماعية (Rouibi, 2020).

حراك 22 فيفري: تباينت مسميات ما تشهده الجزائر من أحداث منذ الثاني والعشرين فبراير 2019، أحداث تعددت مسمياتها كثورة الابتسامة، الثورة البيضاء، ثورة الشعب، الحراك، غير أن تعدد المسميات يقابله أحادية المطلب الذي تمثل مطلع الحراك رفض ترشح الرئيس المنتهية ولايته الدستورية إلى عهدة رئاسية خامسة، ليتطور الخطاب الاحتجاجي لاحقا إلى المطالبة بتغيير النظام القائم عبر تحية ومحاكمة رموزه الذين أسماهم الحراكيون بالعصابة (مصباح، 2020، صفحة 269).

7.1 وحدات التحليل: تم استخراج وحدات التحليل انطلاقا من مشكلة وهدف وأسئلة الدراسة وتم استخراج الوحدات التالية:

وحدة الموضوع: وهي الوقوف على موضوع أو فكرة تزييف الوعي السياسي من خلال التنبيه للأخبار الكاذبة التي يتم نشرها عبر هذا الفضاء الإلكتروني على صفحة Fake News DZ. فئات التحليل: وتم تحديدها تبعا لمشكلة الدراسة وأسئلتها وطبيعة مضمون عينتها، أهمها:

- **فئة مجالات الاهتمام:** وتتمثل في أهم مجالات الأخبار الكاذبة التي اهتمت بتكذيبها صفحة Fake News DZ على الفاييسبوك خلال فترة الحراك الشعبي.

- فئة الموضوعات: ويقصد بها أهم مواضيع الأخبار الكاذبة التي سعت صفحة Fake News DZ عبر الفيسبوك إلى تناولها خلال فترة الحراك 22 فيفري 2019م.

- فئة المنشورات حسب الشهر: وتتضمن عدد الأخبار الكاذبة التي تناولتها الصفحة بالتكذيب حسب كل شهر والتي تزامنت مع الحراك الشعبي 22 فيفري 2019م.

- فئة مصادر الأخبار الكاذبة: وتتمثل في جميع الوسائل والمؤسسات الإعلامية التي قامت الصفحة المعنية بالدراسة بتكذيب الأخبار الواردة فيها خلال فترة الحراك الشعبي.

- فئة الوسائط المتعددة: وهي العناصر البصرية، السمعية والمكتوبة التي استخدمتها الصفحة في تكذيب الأخبار الكاذبة خلال فترة الدراسة.

- فئة التفاعلية: وتحدد أهم طرق التفاعل التي تنتجها الصفحات الفيسبوكية المستخدمة مع الجمهور والوسيلة لإبداء الموضوعات، وقد اخترنا فئتين لهذا الغرض هما: فئة الإعجابات، والتعليقات (like ; comment).

- فئة اتجاه التعليقات: وتتمثل أساسا في اتجاهات المتابعين نحو مواضيع الأخبار الكاذبة التي تناولتها الصفحة بالتكذيب خلال الفترة المحددة للدراسة، وتم تقسيمها لثلاث فئات فرعية.

- فئة اللغة المستخدمة: وتتمثل في اللغة المستخدمة في مضامين الصفحة سواء تعلق الأمر بلغة المنشور الكاذب أو مصدره الأصلي، أو ما تعلق أيضا بالتوضيح الذي يرفقه المسئولين عن الصفحة.

- فئة الجهة المرسله للمنشور: وتتمثل في الجهة التي قامت بنشر الأخبار الكاذبة.

2- الجانب التطبيقي.

جدول رقم 1 يبين فئة مجالات الاهتمام في الصفحة المعنية بالدراسة.

المرتبة	النسبة	التكرار	مجالات الاهتمام
3	10.96	132	المنشورات الاجتماعية.
1	29.40	354	المنشورات السياسية.
9	4.15	50	المنشورات الدينية.
10	4.06	49	المنشورات الثقافية والفنية.
5	5.39	65	المنشورات الاقتصادية والطاوية.
2	13.87	167	منشورات ذات الشأن العسكري والأمني.

14	1.82	22	منشورات تتناول الشأن السياحي والبيئي.
7	4.48	54	منشورات تتناول أخبار العدالة.
6	4.81	58	منشورات علمية، وتربوية وتعليم.
8	4.23	51	منشورات تاريخية (ثورة، شخصيات، آثار ومعالم تاريخية)
13	2.07	25	منشورات فلاحية زراعية. (حيوانات وأسماك)
4	5.89	71	منشورات رياضية.
12	2.49	30	قطاع الصحة والطب.
11	3.82	46	منشورات إعلامية اتصالية.
12	2.49	30	أخرى (صناعية، تجارية ، إدارية، ظواهر فلكية وطبيعية).
	100	1204	المجموع

من خلال فئة الاهتمامات لدى صفحة Fake News DZ نجد أن النسبة الأكبر كانت من نصيب الأخبار الكاذبة ذات الطابع السياسي ب 29.40 %، ثم ثانيا الأخبار الكاذبة ذات الطابع العسكري والأمني ب 13.87 %، فيما حل ثالثا المنشورات ذات الطابع الاجتماعي ب 10.96 %، أما رابعا الأخبار الكاذبة ذات الطابع الرياضي ب 5.89 %، ثم خامسا الأخبار الكاذبة الاقتصادية والطاقوية ب 5.39 %، ثم سادسا الأخبار الكاذبة ذات الطابع العلمي والتربوية والتعليم ب 4.81 %، ثم سابعا الأخبار الكاذبة التي تتناول أخبار العدالة ب 4.48 %، وثامنا المنشورات التاريخية ب 4.23 %، لتتوالى باقي النتائج.

تجدر الإشارة هنا أنه خلال تحليلنا لهذا الكم الهائل من المنشورات الكاذبة والإشاعات وجدنا صعوبة في تحديد المجال الذي تنتمي إليه بعضها، حيث يمكن أن نصنف خبر كاذب واحد في أكثر من خيار، فإذا نظرنا إلى السياق الذي تمت فيه نجد أن أغلبها له تأثيرات وأبعاد سياسية اجتماعية أمنية، مثلا: تصنيف مجموعة من الجزائريون يتظاهرون في الشارع ويرفعون صور مؤيدة ومعارضة للجيش أو تطالب بالعدالة الاجتماعية أو رفض الانتخابات أو تحمل رايات مختلفة. هل نصنف هذا الخبر الكاذب كخبر اجتماعي بما أن الحراك حدث اجتماعي أم سياسي أم أممي عسكري، أم نصنفه كإشاعة. وهذا ما دفعنا لتصنيف الخبر الكاذب في أكثر من خيار بما يتناسب ومضمونه.

يفسر الارتفاع الكبير في الأخبار الكاذبة ذات الطابع السياسي المقدر بـ 29.40 %، بالكثير من الأحداث السياسية الذي رافقت الحراك من انتخابات رئاسية وما رافقه من استقالة شخصيات مهمة على هرم السلطة وكون الحراك كان شاملا تجاوز هذه المرة المطالب الاجتماعية إلى مطالب سياسية تتمثل في المطالبة بحقه في الحكم، ورحيل النظام، أما عن الأخبار الكاذبة ذات الطابع العسكري والأمني بـ 13.87 %، فهو أمر معقول نظرا للدور الكبير الذي لعبه الجيش ورئيس أركانها القائد صالح في تسيير المرحلة أمنيا وسياسيا كمرافقة الحراك وحجم التنازلات التي قدمها في كل مرة تتعالى فيها أصوات الشعب، حيث كان الفاعل الأبرز في تسيير المرحلة، وهذا ما يؤكد الدور الكبير الذي يلعبه الجيش الجزائري في الحياة السياسية في الجزائر وحجم تأثيراته في الفعل السياسي سواء كان ذلك بالإيجاب أو السلب.

فيما يمكن تفسير الأخبار الكاذبة ذات الطابع الاجتماعي بـ 10.96 %، إلى أن هذا أمر معقول لأن الحراك قبل أن يكون سياسي تتمثل شرارته الأولى في عدول الرئيس عن الترشح للانتخابات نتيجة مرضه، فإن ما دفع الجزائريين لذلك وقبل كل شيء تمثل في الأوضاع الاجتماعية المزرية التي بلغها الشعب من جراء تطبيق السياسات الفاشلة في مجال التنمية الاجتماعية وتركز الثروة في يد فئة قليلة والشعب يغرق في الفقر، أما عن الأخبار الكاذبة ذات الطابع الرياضي التي حلت رابعا، فهذا راجع إلى الحدث الرياضي الكبير الذي تمثلت في تتويج المنتخب الوطني بالكأس الإفريقية على أرض الفراغة وما رافقها من أخبار حول المنتخب تم توظيفها سياسيا في بعض الأحيان، لتتوالى باقي الأخبار بنسب متقاربة وهذا أمر طبيعي لأن هذا النسيج من المؤسسات والمجالات هو كل متكامل من المجتمع يتأثر بالسياسات العامة التي ترسمها الدولة في كل القطاعات.

جدول رقم 2 يبين فئة الموضوعات التي سعت الصفحة إلى تناولها خلال فترة الحراك.

المرتبة	النسبة	التكرار	أهم الموضوعات الأخبار الكاذبة.
16	1.61	20	أخبار كاذبة ضد السلطة.
4	6.44	80	أخبار كاذبة ضد ممثلي السلطة والرئيس عبد المجيد تبون
10	3.54	44	أخبار كاذبة في مدح الجزائر وثقافته وشعبه.
13	2.17	27	أخبار كاذبة تنتقد الجزائر وشعبها وثقافتها.
10	3.54	44	أخبار كاذبة في مدح المسيرات والحراك.

12	2.57	32	أخبار كاذبة ضد المسيرات والحراك.
2	8.29	103	أخبار كاذبة ضد فرنسا وتدعوا لقطع العلاقات معها.
18	1.20	15	أخبار كاذبة ضد إسرائيل.
3	7.64	95	أخبار كاذبة ضد شخصيات سياسية.
1	16.98	211	أخبار كاذبة إشاعات
5	6.28	78	أخبار كاذبة تمدح الجيش الوطني الشعبي ورئيس أركانها قايد صالح.
11	3.22	40	أخبار كاذبة ضد أجهزة الأمن والجيش ورئيس أركانها القايد صالح.
14	2.09	26	أخبار كاذبة نشرتها أجهزة الدولة، وبيانات تكذيب من سفارات أجنبية.
6	5.63	70	أخبار كاذبة ضد القبائل شعبا ومنطقة.
16	1.61	20	أخبار كاذبة تمدح القبائل شعبا ومنطقة.
15	2.01	25	أخبار كاذبة ضد رجل الأعمال يسعد ربراب ورجال الأعمال الجزائريين.
7	5.47	68	أخبار كاذبة ضد شخصيات عامة (أطباء، صحفيين، مجاهدين...)
15	2.01	25	أخبار كاذبة تمدح شخصيات عامة (أطباء، مجاهدين، ممثلين...)
11	3.38	42	أخبار كاذبة حول المنتخب الوطني لكرة القدم ولاعبيه ومدربه.
15	2.01	25	أخبار كاذبة تمدح أجنب أفرادا ومؤسسات، وأيضا المسلمين والعرب.
8	4.99	62	أخبار كاذبة ضد الأجنب.
16	1.61	20	أخبار كاذبة أصدرها أجنب ضد الجزائر وشعبها.
17	1.36	17	أخبار كاذبة ضد المؤسسات والأحزاب والجمعيات (حزب طلائع الحريات الديمقراطية، جمعية العلماء، RCD، FFS).
9	4.26	53	منشورات أخرى: أخبار كاذبة حول (مدح شخصيات سياسية، تصحيح واعتذار من الصفحة، فيديوهات إعلامية، أخبار وبيانات تكذيب، فيروس كورونا وضد الصين، ضد جنرالات متقاعدین " توفيق، نزار.."
	100	1242	المجموع

نلاحظ من النتائج الخاصة بأهم الموضوعات التي تناولتها الصفحة بالتكذيب بأن النسبة الأكبر كانت من نصيب فئة الإشاعات" أولا ب 16.98%، وحلت ثانيا الأخبار الكاذبة ضد

فرنسا والتي تدعو لقطع العلاقات معها بـ 8.29 %، ثم ثالثا أخبار كاذبة " ضد شخصيات سياسية معارضة" بـ 7.64 %، ثم رابعا أخبار كاذبة "ضد ممثلي السلطة والرئيس عبد المجيد تبون" بـ 6.44 %، وخامسا أخبار كاذبة "تمدح الجيش الوطني الشعبي ورئيس أركانها قايد صالح" بـ 6.28 %، وسادسا أخبار كاذبة "ضد القبائل شعبا ومنطقة" بـ 5.63 %، سابعا أخبار "كاذبة ضد شخصيات عامة"، خاصة المجاهد لخضر بورقعة، بـ 5.47 %، لتتوالى باقي مواضيع الأخبار الكاذبة بنسب متقاربة، لتصل إلى أدنى مستوياتها.

تجدد الإشارة هنا إلى أن الكثير من الدول تتجه لفرض إجراءات صارمة للحد من ظاهرة الأخبار الكاذبة، فألمانيا مثلا: تفرض غرامات كبيرة جدا لقاء نشر الأخبار الكاذبة على الشبكات الاجتماعية، كما تستعين كثير من وسائل الإعلام مثل: BBC بتطبيقات خاصة تساعد على اكتشاف الأخبار المضللة والمخادعة كتطبيق FIB.

لطالما شكلت مسألة الأخبار الكاذبة والمغلوطة التي تنتشر مصحوبة بالإشاعات المغرضة والمضللة مشكلة حقيقية تؤثر سلبا على تداول الأخبار الصحفية الصحيحة، إذ كثيرا ما يصعب الفصل بين الحقيقة والكذب، وبين الشائعات والحقائق، إذ انتشرت بكثرة الأخبار التي تحتجب مصادرها أو تكون مصدر شك، أو تعتمد التهويل والإثارة في عناوينها ومضامينها، أو تتناقلها وسائل الإعلام وصفحات الإعلام الاجتماعي وتضع لها روابط الكترونية دون التحقق من صدقيتها، أو التحري عن صحتها، وصحة مصادرها، وقد يكون نشر الأخبار الكاذبة عن قصد كنوع من التضليل الإعلامي الذي يرمي إلى حشد الرأي العام أو تشكيل وعيه بطريقة مقصودة نحو قضايا بعينها، بقصد التلاعب بوعي الجماهير.

وفي ظل تدفق كميات كبيرة من الصور والفيديوهات والمنشورات التي تتداولها شبكات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك اتضح بعد الكثير من الدراسات أن لدى الناس استعدادا لتقبل الأخبار وتصديقها إن كانت تتسق مع توجهاتهم السياسية أو الأيديولوجية أو الدينية، فيتم إغراقهم في الأخبار التي تتوافق واتجاهاتهم الأولية، وهو المعطى النفسي الذي تلعب عليه الجهات التي تنشر الأخبار المفبركة حتى يسهل عليها ممارسة التضليل، وهذا ما أكدته دراسة حديثة نشرت في شهر جانفي 2017م في مجلة " Nature Human Behavior " فقد أكدت هذه الدراسة أن الجماهير تميل إلى "تأكيد التحيز" وإبداء الاهتمام ونشر المعلومات التي تتفق مع معتقداتهم،

وأهمهم يميلون إلى نشر هذه المعلومات التي تتفق مع معتقداتهم حتى لو كانت كاذبة (بوذهان، 2019، الصفحات 467-472).

وبما أن النسبة الأكبر كانت من نصيب " فئة الإشاعة " فلا بد من التعرّيج عليها من ناحية تأثيراتها السلبية حيث يرى الأستاذ "بوعمامة العربي" أن الإشاعة ظاهرة اجتماعية نمت في ظل سياقات يجب الانتباه إليها ترتبط بإيقاع وسائل الإعلام ثم المؤسسات والنمط الاتصالي والإعلامي السائد ضمن "منظومة شاملة" وهذا ما يؤكد الطرح القيمي والأخلاقي من مقاربات في غاية الأهمية في موضوع مواجهة الإشاعة. ويرى أن مواجهتها تتطلب: أولاً: نشر ثقافة اليقظة في الأداء في فترة حدوث الكوارث، وثانياً: توافر المعلومات الصحيحة والموضوعية عن مختلف القضايا والموضوعات التي تكون محل اهتمام الناس، وثالثاً: التربية النفسية والبيداغوجية للأفراد وبعث التنوير الأخلاقي والقيمي وذلك بتكوين الأفراد وبناء ثقافتهم على أسس عقلانية لبناء الوعي الجمعي إزائها (بوعمامة، 2020).

جدول رقم 3 يبين فئة المنشورات أو الأخبار الكاذبة حسب الشهر.

المرتبّة	النسبة	التكرار	الأشهر
07	7.27	53	شهر أبريل 2019
10	6.03	44	شهر ماي 2019
08	6.31	46	شهر جوان 2019
05	9.73	71	شهر جويلية 2019
02	14.40	105	شهر أوت 2019
03	12.07	88	شهر سبتمبر 2019
09	6.17	45	شهر أكتوبر 2019
04	10.15	74	شهر نوفمبر 2019
01	16.59	121	شهر ديسمبر 2019
06	8.77	64	شهر جانفي 2020
11	2.46	18	شهر فيفري 2020
/	100	729	المجموع

من خلال تحليل "فئة المنشورات حسب الشهر" نجد أن الشهر الذي شهد أكبر نسبة من المنشورات الكاذبة كان شهر ديسمبر بـ 16.59 %، ثم شهر أوت بـ 14.40 %، ثم حل ثالثا شهر سبتمبر بـ 12.07 %، ثم رابعا شهر نوفمبر بـ 10.15 %، ثم خامسا شهر جويلية بـ 9.73 %، ثم سادسا شهر جانفي بـ 8.77 %، لتتوالى باقي النتائج بنسب متقاربة، لتكون أضعفها في شهر فيفري بـ 2.46 %.

تظهر نتائج التحليل ضعف نسبة تدفق الأخبار الكاذبة عبر الفيسبوك في الأشهر الأولى وهذا راجع لكون الحراك مازال في بداياته الأولى حيث كانت المعلومة تنساب وتتدفق إلى المتلقي من الشارع عن طريق النقل المباشر لكثير من المسيرات، كما انه في أوجه طيلة 3 أشهر المعنية بالتحليل وهي افريل وماي وجوان، مع ملاحظة أن الشهرين فيفري ومارس غير معنيان بالتحليل، لان الصفحة لم تنشأ بعد.

لترتفع ويشهد الدروة في شهري أوت وديسمبر، وهذا الأخير يمثل الشهر الذي صادف الانتخابات الرئاسية وما رافقها من تجاذبات وأحداث سياسية بين المؤيدين والمعارضين لها. كما أنها الفترة التي ارتفعت فيها الأخبار الكاذبة وشهدت تراجع زخم الحراك الذي عرفته أيامه الأولى. ليشهد تراجع كبير في شهر فيفري وهو الشهر الذي دخل فيه الحراك عامه الأول، وأيضا الفترة التي ظهر فيها فيروس كورونا العالمي وإعلان تعليق الحراك خوفا من نقشي الفيروس.

أي أن زيادة نسبة الأخبار الكاذبة كانت طردية، كلما نقص أعداد الحراكيين في الشارع زادت نسبة الأخبار الكاذبة، مع بعض الاستثناءات التي كانت تتخفف فيها وذلك حسب تطور الأحداث السياسية والاجتماعية. ولفهم بعض النتائج المتوصل إليها يمكن العودة إلى خريطة التطور الكرونولوجي لأهم المسارات التي عرفها الحراك الوطني الشعبي الجزائري علها تساعدنا في فهم بعض الأرقام المتوصل إليها والذي لا يسعنا المقام هنا لذكرها. جدول رقم 4 يبين فئات مصادر الأخبار الكاذبة التي قامت الصفحة بتكذيبها.

المرتبة	النسبة	تكرار	مصادر الأخبار الكاذبة
1	56.80	451	صفحات فيسبوكية.
2	17.00	135	حسابات تابعة لشخصيات عامة على الفيسبوك.

6	2.51	20	مواقع الكترونية.
8	1.88	15	قنوات تلفزيونية عمومية (تلفزيون، وكالة الأنباء)
3	9.06	72	قنوات تلفزيونية خاصة.
9	1.63	13	إعلام أجنبي (العربية، France 24 ..)
7	2.14	17	جرائد خاصة.
11	0.37	03	إذاعة وجرائد تابعة للقطاع الحكومي (عمومية).
4	4.03	32	بدون مصدر
5	3.14	25	بيانات رسمية.
10	1.38	11	أخرى
	100	794	المجموع

تظهر النتائج بأن النسبة الكبيرة لمصادر الأخبار الكاذبة كانت من نصيب صفحات الفايسبوك ب 56.80%، ثم حل ثانيا حسابات تابعة لشخصيات عامة على الفايسبوك ب 17%، وثالثا قنوات تلفزيونية خاصة 9.06%، ثم رابعا بدون مصدر ب 4.03%، وخامسا بيانات رسمية ب 3.14%، ثم سادسا مواقع إلكترونية ب 2.51%، وسابعا جرائد خاصة ب 2.14%، لتتوالى باقي المصادر حيث النسبة الأضعف للإذاعة والجرائد التابعة للقطاع الحكومي.

جدول رقم 5 يبين فئة الوسائط المتعددة التي استخدمتها الصفحة في تكذيب الأخبار الكاذبة.

المرتبة	النسبة	التكرار	فئة الوسائط المتعددة
2	24	175	الصور (فوتوغرافية أو نصوص في شكل صور).
1	51.44	375	نص و صور
4	1.37	10	فيديوهات ونصوص (فيديو، رابط، نص)
3	23.18	169	صور ونصوص وروابط الكترونية (مواقع، مقالات، مجلات، اليوتوب)
/	100	729	المجموع

من نتائج التحليل الخاصة بفئة الوسائط المتعددة التي استخدمتها الصفحة في تكذيب الأخبار الكاذبة نجد بأن المرتبة الأولى كانت من نصيب فئة " نص وصور " ب 51.44%،

أما المرتبة الثانية فعاتد لفئة " الصور " ب 24 %، وثالثا فئة "صور و نصوص وروابط الكترونية ب 23.18 %، وأخيرا فئة " فيديوهات ونصوص ب 1.37 %.

جدول رقم 6 يبين فئة عدد الإعجابات بالمشور (like) من قبل المتفاعلين مع الصفحة.

المرتبة	النسبة %	تكرار	فئة الإعجاب
1	47.32	345	من 0 إلى 800 محدود
2	34.01	248	من 801 إلى 1600 (متوسط)
3	18.65	136	أكثر من 1601 (قوي)
/	100	729	المجموع

تبين نتائج التحليل أن فئة تفاعل الجمهور مع مضامين صفحة Fake News DZ من خلال فئة الإعجاب المقسمة إلى ثلاث فئات، وهي: فئة محدود، ومتوسط وقوي، وذلك بالمقارنة مع عدد المتابعين للصفحة المقدر 154026 متابع حتى تاريخ (2020/3/27)، وأيضا مقارنة بعدد متابعي الصفحات الأخرى، وتقديراتنا لنوعية مضامين هذه الصفحة.

لاحظنا من تحليل المضمون بأن التفاعل كان يتزايد طرديا من محدود إلى متوسط إلى قوي في الأشهر الأخيرة، نظرا للسمعة التي حظيت بها الصفحة وازدياد أعداد متابعيها، حيث احتلت الفئة " من 0 إلى 800 " ذات الاتجاه المحدود المرتبة الأولى ب 47.32 %، فيما حلت ثانيا الفئة " من 801 إلى 1600 " ذات الاتجاه المتوسط على نسبة 34.01 %، فيما جاء الاتجاه القوي الممثل في الفئة الثالثة، " أكثر من 1601 " على المرتبة الثالثة ب 18.65 %.

جدول رقم 7 يبين فئة عدد التعليقات على المشور (comment) من قبل مستخدمي الصفحة.

المرتبة	النسبة %	التكرار	عدد التعليقات
1	73.52	536	من 0 إلى 200 (محدود)
2	16.87	123	من 201 إلى 400 (متوسط)
3	9.60	70	401 فأكثر (قوي)
/	100	729	المجموع

تبين نتائج التحليل أن الفئات الفرعية الخاصة بتعليقات الجمهور حول مضامين الصفحة بأن النسبة الأكبر كانت من نصيب الفئة الأولى " من 0 إلى 200 " ذات الاتجاه المحدود بـ 73.52%، أما المرتبة الثانية فكانت من نصيب الفئة الثانية " من 201 إلى 400 " ذات الاتجاه المتوسط بـ 16.87%، فيما حلت ثالثا الفئة " من 401 فأكثر " ذات الاتجاه القوي بـ 9.60%.

من خلال الفئتين فئة "الاعجابات والتعليقات" التي اخترناها لمعرفة مدى تفاعل المستخدمين من مضامين الصفحة نجد بأن النسبة الكبيرة كانت من نصيب الفئة الأولى ذات الاتجاه المحدود، ثم الفئة الثانية ذات الاتجاه المتوسط، فيما كانت النسبة الأضعف من نصيب الفئة الثالثة ذات الاتجاه القوي.

جدول رقم 8 يبين فئة اتجاه التعليقات نحو مواضيع الأخبار الكاذبة.

المرتبة	النسبة	التكرار	اتجاه التعليقات
1	52.53	643	اتجاه ايجابي
2	36.76	450	اتجاه سلبي
3	10.70	131	اتجاه محايد
/	100	1224	المجموع

ونظرا لصعوبة تحديد اتجاه الجمهور المتابع لكل مضامين هذه الصفحة، ارتأينا أن نكتفي بأخذ 12 خبر كاذب نشرته الصفحة من " يوم 1 إلى 4 ديسمبر " وهو الشهر الذي تزامن مع الانتخابات الرئاسية الجزائرية بعد حراك 22 فيفري 2019، كما شهد أكبر نسبة من الأخبار الكاذبة التي سعت الصفحة لتكذيبها.

حيث لاحظنا بأن اتجاه تفاعل المستخدمين مع المضامين اختلف من منشور لآخر، بين مهاجم للصفحة بأنها تخدم مصالح معينة وأنها غير موضوعية وبأنها انتقائية في التعرض للأخبار التي تتناولها بالتكذيب، وبعضها كان موقفه سلبي اتجاه المنشور بجد ذاته أو الجهة التي أصدرته، وبعضها يتطرق بالنقاش لموضوع خارج الموضوع المقصود بالتكذيب، وهناك من يدخل في جدال عقيم بعيدة كل البعد عن قيم الحوار والنقاش بل تسوده السب والشتيم.

وبالتالي توصلنا من خلال تحليل رأي 1224 متفاعل مع هذه المضامين والتي تباينت من منشور لآخر، بأن الكفة رجحت نحو الاتجاه الايجابي ب 52.53 %، فيما حلت ثانيا فئة الاتجاه السلبي ب 36.76 %، فيما جاءت ثالثا فئة الاتجاه المحايد ب 10.70 %، وهي الفئة التي طلبت بعض التوضيحات ومشاركة أصدقائه المنشور الكاذب من ليست لهم اتجاه واضح. جدول رقم 9 يبين فئة اللغة المستخدمة في الصفحة.

المرتبة	النسبة	التكرار	فئة اللغة المستخدمة
1	56	606	اللغة العربية الفصحى
3	12.01	130	العامية أو الدارجة
2	23.10	250	اللغة فرنسية
4	6	65	اللغة الانجليزية
6	0.73	08	بدون تعليق (صور فوتوغرافية).
5	2.12	23	أخرى: (الأمازيغية، ألمانية، عبرية، ..)
/	100	1082	المجموع

نلاحظ من نتائج تحليل فئة اللغة المستخدمة بأن المرتبة الأولى عادت لفئة " اللغة العربية " ب 56 %، فيما جاءت " اللغة الفرنسية " في المرتبة الثانية ب 23.10 %، أما " العامية أو الدارجة " فحلت ثالثا ب 12.01 %، لتليها اللغة الانجليزية رابعا ب 6 %، ثم فئة خيارات أخرى خامسا ب 2.12 %، فيما كانت النسبة الأضعف من نصيب فئة بدون تعليق ب 0.73 %.

تعد اللغة أحد مقومات الهوية الوطنية لدى الشعوب، وبحكم أن اللغة العربية هي اللغة الرسمية والوطنية للشعب الجزائري فمن الطبيعي أن تحوز على هذه النسبة، كما نلاحظ أيضا النسبة الكبيرة التي احتلتها اللغة الفرنسية كمنافس ثاني جاء كأمر طبيعي كون أن المسؤولين على الصفحات كثيرا ما يعتمدون عليها في إيصال الفكرة بالإضافة إلى اعتماد الكثير من الصفحات عليها بشكل كبير حتى تلك التي الصفحات التي تدافع عن الثقافة واللغة الأمازيغية، ووجودها في العديد من الوثائق الرسمية، كما نجد نسبة معتبرة للغة الانجليزية وهي في الغالب لمنشورات أجنبية تم تداولها كأخبار جزائرية كاذبة. الملفت للنظر أن الأمازيغية لم توجد سوى في

3 حالات لم ترقى لتكون حتى جملة رغم وجود صفحات كثيرة تدافع عن الثقافة واللغة الأمازيغية.

جدول رقم 10 يبين فئة الجهة المرسله للأخبار الكاذبة.

المرتبة	النسبة	التكرار	فئة الجهة المرسله للأخبار الكاذبة
1	97.25	709	أخبار كاذبة أصدرها جزائريون.
2	2.74	20	أخبار كاذبة أصدرها أجنب.
/	100	729	المجموع

من نتائج تحليل مضمون صفحة Fake News DZ الخاص بفئة الجهة المرسله للأخبار الكاذبة، نجد أن الأغلبية الساحقة والمقدرة 97.25%، " لأخبار كاذبة أصدرها جزائريون" فيما حلت ثانيا فئة "أخبار كاذبة أصدرها أجنب" ب 2.74%.

من الطبيعي أن نجد أن " الأخبار الكاذبة التي أصدرها جزائريون". هي الفئة الغالبة، لأن الصفحة أنشئت بالأساس لمواجهة موجة الأخبار الكاذبة في الحراك الشعبي الجزائري، وأيضا للعدد الكبير الذي يتم تداوله من هذه الأخبار الكاذبة التي تعد بالآلاف والتحقق من زيفها يحتاج للوقت والجهد، وخاصة أن أصحاب هذه الصفحات يزولون أعمال أخرى للاستزاق مثلما صرحوا بذلك، أما فيما يخص التأكد من " أخبار كاذبة أصدرها أجنب" فهي ضعيفة جدا وتم تناول تلك الأخبار التي حُضيت بشهرة عالمية وكان بعضها على علاقة بالجزائر.

أي أن البعد المحلي هو الغالب وهو ما يؤثر سلبا على تزييف الوعي السياسي ومحاصرته وتسميمه، أي أن البيئة التي يتم فيها تبادل الأخبار والمعلومات في فترة الحراك في الجزائر هي بيئة موبوءة وهو ما يدل على أن النظام الذي يتم تدفق المعلومات فيه غير سليم، دون أن نغفل الدور الذي لعبه ما يطلق عليه بالذباب الإلكتروني في الترويج لمثل هذه الأكاذيب. ولفهم جزء مما يدور في هذا الفضاء لابد من التطرق لهذا الأخير وفهم طريقة عمله عبر هذه الوسائط:

يعمل الذباب الإلكتروني على تحقيق المعادلة الكمية الأساسية في بناء الرأي وتوجيهه على النحو الذي يخدم مصالح المراكز المهيمنة في المجتمع، وذلك عبر أساليب ميديا تيكية مختلفة تتراوح في الغالب بين التغريد المتناغم والتعليق المكثف وإعداد النشرات المضادة للرأي المخالف، لان القاعدة المركزية في الاستقطاب وتوجيه الرأي في الفضاء السيبراني ليست فن الخطاب في

بعده البلاغي التقليدي كما كانت الحال قديما، وليست قوة الأفكار، إنما كمية الإعجاب التي تحصدتها تغريدة بسيطة أو مقال منشور أو مقطع فيديو، وهي التي تمنح الانطباع في الأذهان بجودة الأفكار وتبني أغلبية لها، حتى لو كانت أفكار ساذجة، وتؤكد نظريات التأثير الاجتماعي وجود صنف من التأثير القوي، يتمثل في التأثير

وينخرط الذباب في لعبة الكم لإسقاط معادلة كمية مضادة، وتتولى منظمات الكترونية فاعلة، أو لجان حكومية، تتولى تشكيل أسراب من الذباب بإنشاء عدد كبير من الحسابات الوهمية على مواقع التواصل الاجتماعي، تكون جاهزة لتحرك مبرمج قصد إصابة توجهات وآراء غير مرغوب فيها، ويجري الحديث في هذه الحالة عن البوت **Bot** كبرنامج يعمل على تنسيق عدد مرتفع من الحسابات الآلية بغاية نشر أو إعادة نشر تغريدات معينة أو تغذية تيار الإعجاب بها، لتدمير مراكز الاهتمام في الرأي المضاد. وسادت تسميته، بالجوش أو الكئاب الإلكترونية، كما يستخدم لسرقة المعلومات الشخصية بغرض الاحتيال المالي.

وكما يعمل على فرض الواقع الذي تريده اللجان الحكومية والمنظمات الإلكترونية الفاعلة بمنطق التأثير الكمي، يوجد فلك الويب خنادق وسرايب إلكترونية يتسرب منها ذباب اجتماعي " ذكي" بارع في صناعة المفاهيم والمصطلحات التي ينبغي عليه ترديدها بقوة، فالذباب الاجتماعي يعمل بمثابة الروشم الذي يحوك على منواله الذباب الإلكتروني الواقع المطلوب، ويتحرك وفق موجبات مدروسة. والاتان كلاهما يمثلان الظواهر الجديدة للأطر الجديدة للمجال العمومي الميدياتيكي المحكوم بسلطة المعادلات الكمية.

لقد بات البقاء في هذا المجال ليس للأصلح، كما قال Herbert Spencer، بل البقاء للأكثر، الأكثر عددا وانتشارا، وتطاولا وحضورا، وتزامنا، والاهم من ذلك كله: الأكثر طيننا، حيث نتبين طبقة من الطبقات الدلالية الكاشفة لاستعارة الذباب، استعارة أعيد أنتاجها في حدود سياقات لا تختلف عن سياق الملكية المطلقة في ارويا، ولكن بأطر جديدة وأساليب جديدة وأساليب مناسبة لهذه الأطر.

وعليه مكن أن نلخص تعريفه بما ورد عن رويترز فإن الذباب الإلكتروني يعمل على فرض الواقع التي تريده اللجان الحكومية والمنظمات الإلكترونية الفاعلة بمنطق التأثير الكمي. (الزين الحيدري، 2019، الصفحات 11-12-13)

وبالتالي فمن خصائصهم أنهم يعملون على نشر أخبار كاذبة وشائعات قد تصبح قضية رأي عام أو Trend قبل أن يكتشف زيفها وحقيقتها. وأيضا تغذية وتأجيج مشاعر العنصرية والقبلية ورفض الآخر المختلف، وتعميم كثير من الصور والأفكار النمطية حول مجتمع ما. كما يبيعون المثالية أحيانا ويوزعون شهادات وطنية أو تخوين. (خالد، 2018، الصفحات 1-2-3)

خاتمة:

وفي الأخير وجب التنبيه إلى أنه لا بد من بذل المجهود لمزيد من الفهم لهذا الموضوع وتوسيع مجال البحث والتعمق فيه، ذلك أن هذا الفضاء الميدياتيكي بحر واسع لا يزال يحتاج لمن يصبر أغواره بمزيد من الأدوات وتجنب عقلية تسليم الرقبة رغم ما له من إيجابيات قد ينعكس سلبا، وبدل صنع وعي فإنه يساعد على توجيه وتزييف الوقائع والأحداث والانحراف بالقضايا الكبرى إلى سفاسف الأمور. وقد توصلنا من خلال تحليل مضمون هذا الكم الكبير من الأخبار الكاذبة لصفحة Fake News DZ على الفايسبوك إلى بعض النتائج نوجزها فيما يلي:

فيما يخص فئة مجالات الاهتمام نجد النسبة الكبيرة تم تقاسمها على التوالي بين الأخبار الكاذبة (ذات الطابع السياسي ب 29.40 %، ثم ذات الطابع العسكري والأمني ب 13.87 %، ثم ثالثا ذات الطابع الاجتماعي ب 10.96 %، ثم ورابعا ذات الطابع الرياضي و خامسا الاقتصادية والطاقوية بنسب مقبولة، لتتوالى باقي المجالات بنسب متفاوتة.

إن الأخبار الكاذبة شملت مختلف المجالات والموضوعات، إضافة إلى الحجم الكبير للإشاعات التي تم تداولها طيلة فترة الحراك، دون أن ننسى أنها أخبار في كلا الاتجاهين. بالإضافة إلى التركيز في الأخبار الكاذبة على انتقاد ومدح الشخصيات السياسية أو الشخصيات العامة المعارضة أو الشخصيات الممثلة للسلطة بدرجة كبيرة بدل التركيز على الأخبار الكاذبة التي تستهدف المؤسسات. كما أظهر التحليل الحجم الكبير للأخبار الكاذبة المتعلقة بمؤسسة الجيش الوطني الشعبي وقائده والأجهزة الأمنية، سواء المؤيدة منها أو المعادية له. وأيضا الحجم الكبير للأخبار الكاذبة التي تستهدف منطقة القبائل سواء المؤيدة أو المعارضة. دون أن نغفل الحجم الكبير للأخبار الكاذبة التي تستهدف فرنسا وتدعوا لقطع العلاقات معها.

فيما يخص "فئة المنشورات حسب الشهر" نجد أن أكبر نسبة من الأخبار الكاذبة كانت في شهري ديسمبر وأوت ثم سبتمبر لتتوالى باقي النتائج على الترتيب نوفمبر، جويلية، جانفي، أبريل، جوان، أكتوبر، ماي، وأخيرا شهر جانفي ب 2.46 % . أي أن زيادة نسبة الأخبار الكاذبة

كانت طردية، لفهم بعض النتائج المتوصل إليها يمكن العودة إلى خريطة التطور الكرونولوجي لأهم المسارات التي عرفها الحراك الوطني الشعبي الجزائري علها تساعدنا في فهم بعض الأرقام المتوصل إليها والذي لا يسعنا المقام هنا لذكرها.

أظهرت نتائج التحليل النسبة الغالبة من مصادر الأخبار الكاذبة كانت من نصيب الإعلام الشبكي حيث قدرت النسبة مجتمعة (صفحات، حسابات تابعة لشخصيات، ومواقع إلكترونية)، ما يقارب 78.31%. وهي نسبة كبيرة جدا ولكنها معقولة بالنظر لخصائص هذه الشبكات الاجتماعية التي تتميز بالكثير من الايجابيات والسلبيات، إذا لم يحسن استخدامها أصبح ضررها أكثر من نفعها، خاصة إذا وظفت من طرف جهات ومؤسسات نافذة وتخدم سياسات وأجندات خاصة وهناك الكثير من الأحداث العالمية تظهر ذلك.

رغم أن نسبة وسائل الإعلام الأخرى التقليدية كالإذاعة والتلفزيون ووكالات الأنباء والجراند حازت على نسب قليلة مقارنة بشبكات الإعلام الاجتماعي، إلا أنه يمكن أن نلاحظ بأنها كانت تنشر الأخبار الكاذبة ولم يستثن في ذلك لا وسائل الإعلام الخاصة ولا العمومية ما يقارب نسبة (15.08%) وهي نسبة كبيرة مقارنة مع الدور المنوط بهذه المؤسسات والخصائص التي تتميز بها والقوانين والأخلاقيات التي تحكمها.

تظهر نتائج التحليل النسبة الكبيرة من مصادر الأخبار الكاذبة التي مثلتها وسائل الإعلام الخاصة (قنوات تلفزيونية وجراند)، مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية التابعة للقطاع العمومي أي 11.20% مقابل 2.25% للقطاع العام. أما عن البيانات الرسمية فتتمثل في مختلف البيانات والتوضيحات التي نشرتها مؤسسات وسفارات أجنبية رسمية للرد عن أخبار كاذبة وإشاعات طالبت شخصيات أو بلدان بعينها.

فيما يخص فئة المصادر المتعددة نجد أن فئة " نص وصور " هي النسبة الغالبة وهذا نظرا لطريقة تتبع وإظهار الأخبار الكاذبة من قبل الصفحة حيث تعرض الخبر الكاذب في صورته الأصلية أو السياق الصحيح التي ظهرت فيه في جهة والخبر الكاذب في صورة مع تقديم شرح حول الصورة أو الخبر الكاذب. كما لاحظنا أن هناك تنوع في فئة الوسائط المتعددة من أجل إظهار الأخبار الكاذبة من " صور ثابتة "، و" صور ونصوص وروابط إلكترونية" بنسب محترمة. فيما كانت النسبة الضعيفة لفئة " فيديوهات ونصوص".

بينت نتائج تفاعل المستخدمين مع مواضيع الصفحة من خلال فئتي "الاعجابات والتعليقات" أن التفاعل كان يتزايد طردياً من محدود إلى متوسط إلى قوي في الأشهر الأخيرة، نظراً للسمعة التي حظيت بها الصفحة وازدياد أعداد متابعيها، حيث نجد بأن النسبة الكبيرة كانت من نصيب الفئة الأولى ذات الاتجاه المحدود، ثم الفئة الثانية ذات الاتجاه المتوسط، فيما كانت النسبة الأضعف من نصيب الفئة الثالثة ذات الاتجاه القوي، في كلا الفئتين.

فيما يخص فئة الاتجاهات نجد أن أزيد من نصف النسبة مثلها الاتجاه الإيجابي، فيما تقاسم باقي النسبة كلا من فئتي الاتجاه السلبي وفئة الاتجاه المحايد على التوالي.

فيما يخص فئة اللغة المستخدمة نجد أن أزيد من نصف هذه النسبة كانت من نصيب اللغة العربية (ب 56 %)، ثم اللغة الفرنسية كمنافس محترم لها سواء على المستوى الشعبي أو الرسمي ب 23.10 %، لتتوالى باقي النسب: العامية، اللغة الانجليزية، ثم فئة خيارات أخرى، لتمثل النسبة الأضعف فئة بدون تعليق. فيما الملفت هو ضعف حضور اللغة الأمازيغية كلغة وطنية ثانية.

أما فيما يخص فئة الجهة المرسله للأخبار الكاذبة، فنجد أن الأغلبية الساحقة " للأخبار كاذبة أصدرها جزائريون" ب 97.25 %، و"أخبار كاذبة أصدرها أجنب" ب 2.74 % ثانياً، مما يرجح الطابع والبعد المحلي لها على البعد العالمي أو الإقليمي.

قائمة المراجع:

Rouibi, R. (2020, 3 21). Lokman Bouider admin de fake newe DZ" le meilleur antidote contre la desinformation est l.esprit critique".
Independant .

1) اسماعيل عمرو، الناشطية في مواجهة الأخبار الكاذبة، بيروت، معهد الاصفري للمجتمع المدني والمواطنة.

2) العربي بوعمامة، (26. 4. 2020)، الاشاعة في الأزمات ومنظومة القيم، تاريخ الاسترداد 3. 5. 2020، من جريدة الوسط:

<https://www.elwassat.com/%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B4%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%B2%D9%85%D8%A7%D8%A>

A-

%D9%88%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%88%D9%85%D8%A9

/-%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8A%D9%85

(3) حسين العموش، (2018)، تطوير دور الجامعات في تنمية الوعي السياسي، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع.

(4) سامية عبد اللاوي، (2015)، الرأي العام وتأثيره على النظام السياسي: الجزائر نموذجا، بغداد، العين، دار الكتاب الجامعي.

(5) صونية عبديش، (2016)، الشباب الجزائري والفايسبوك... بين فرص الاستخدام ومعضلة الادمان، الجزائر، طاكسيج. كوم للدراسات.

(6) عامر مصباح، (2020)، الحراك الشعبي في الجزائر، القاهرة، دار الكتاب الحديث،

(7) عبد الله الزين الحيدري، (2019)، زمن الذباب والعشائر الالكترونية: معارك الإثبات والإبطال في مجرة النكاء الاصطناعي، مركز الجزيرة للدراسات.

(8) عبد الله بوجلال، (خريف، 1990)، إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي، المجلة الجزائرية للاتصال، صفحة 47.

(9) عمار حمادة، (2005)، الوعي والتحليل السياسي، بيروت، دار الهادي للطباعة والنشر والتوزيع.

(10) مصطفى خالد، (2018)، شياطين التواصل الاجتماعي: بين الهوية والغواية، تاريخ الاسترداد 8 - 5، 2020، من الأرشيف العربي العلمي:

file:///C:/Users/USER/Downloads/%D8%B4%D9%8A%D8%A7%D8%B7%D9%8A%D9%86%20%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84%20%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%A7%D8%B9%D9%8A%20(1).

pdf

(11) يامين بوذهان، (2019)، تعامل المرسلين المحليين مع نشر الأخبار الكاذبة في الشبكات الاجتماعية: دراسة ميدانية، مجلة المعيار، الصفحات 467-472.

(12) يساري بس، سيد أحمد، ع، الشياطيني، م، مجدي، م (2017)، إعلام الأزمة الخليجية: الأخبار الكاذبة، الدوحة، مركز الدوحة لحرية الإعلام.