



جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الإجتماعي وأؤها في صناعة الرأي العام

(دراسة تحليلية لأخبار الحواك الجوازي عبر موقع فيسبوك).

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال (تخصص: إتصال جماهيري)

إشراف أ. د:

إعداد الطالب:

فضيلة تومي

البشير محمدي

أمام أعضاء لجنة المناقشة:

جامعة الإنتماء	الصفة	إسم ولقب الأستاذ
جامعة قاصدي مرباح. ورقلة	رئيسا	د: عبد القادر بودريالة
جامعة قاصدي مرباح. ورقلة	مشرفا ومقررا	أ.د: فضيلة تومي
جامعة قاصدي مرباح. ورقلة	مناقشا	د: زياني غوتي
جامعة قاصدي مرباح. ورقلة	مناقشا	د: عبد الوهاب حفيان
جامعة زيان عاشور. الجلفة	مناقشا	أ.د: عامر حمادي
جامعة حمة لخضر. الوادي	مناقشا	د: محمد بشير محمودي

الموسم الجامعي: 2022.2023

﴿شكر وعرفان﴾

تأبى هذه السطور أن تفي وصف عبارات الشكر والإمتنان، في حق مديرة
ومشرفة هذه الأطروحة الأستاذة الدكتوراة: فضيلة تومي، وهي التي رافقتني
طيلة مسيرتي العلمية في مرحلة الدكتوراة، بعطائها الغزير بالنصائح
والتصويبات، والتي توجت في الأخير بإخراج وإنجاز هذا العمل، فأجدد مرة
أخرى شكري وتقديري وإمتناني، وأن يجازيها الله عنا خير جزاء.

الطالب: البشير محدي

إهداء

إلى أصحاب الكلمات التي سارت بي إلى مراتب النجاح بدعائهم ورضاهم،

الوالدة والوالد حفظهم الله ورعاهم.

إلى كل العائلة الصغيرة والكبيرة فردا فردا.

إلى من غيَّبهم الموت عنا في عزِّ عطائهم، الأستاذ الدكتور عبد الرحمن شداد، وكذا
الأستاذين والإعلاميين الكبارين كريم بوسالم، وسليمان بخيلي، وإلى كل شهداء وباء
كورونا (رحمهم الله جميعا).

إلى أعضاء لجنة التكوين في مرحلة الدكتوراة بقسم علوم الإعلام والاتصال المحترمين،
كل بإسمه وبصفته، وإلى كل زملائي في الدفعة الأعزاء، وإلى رفقاء الدرب الرائعين
الأصدقاء الأوفياء.

أهدي لهم ثمرة هذا العمل.

ملخص الدراسة:

إنطلقت هذه الدراسة من إثارة إشكالية إختبار -أثر الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الرأي العام-، وذلك أثناء فترة الحراك الشعبي، الذي شهدته الجزائر مع مطلع العام 2019، وتم في هذا السياق إختبار هذه الأخبار المنشورة عبر موقع فيسبوك، عن طريق تحليل عينة من منشورات صفحة **Fake news DZ**، باعتبارها من أكثر الصفحات التي تهتم برصد وكشف الأخبار الكاذبة المتعلقة بمخرجات الحراك الشعبي، كما تم إعداد إختبار رأي الجمهور من فئة الأساتذة الجامعيين، ممن هم في تخصص الصحافة والعلوم السياسية، ولم يكن إختبار مجتمع البحث إعتباطيا، بل كان تحت عدة مبررات، أبرزها ما يتعلق بالظاهرة الإتصالية، التي نحن بصدد مناقشتها، وهي (الأخبار الكاذبة)، و كذا حدود تأثيراتها على الجمهور الافتراضي بالدرجة الأولى (الرأي العام الافتراضي أو الإلكتروني)، بالإضافة إلى ذلك كله أن مجتمع البحث هذا، يمتلك زوايا إهتمام حول هذا الموضوع، أكثر من الفئات الأخرى، نظرا لأن الحراك هو ظاهرة تحمل الطابع السياسي الإعلامي بالدرجة الأولى.

توصلت الدراسة في الأخير أن هناك أثر للأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الحراك الشعبي على الرأي العام، وتبرّر هذا النتيجة، إستنادا إلى ما تم رصده من حجم هذه الأخبار الكاذبة المنتشرة على هذه الفضاءات، التي تفاعل معها الجمهور، بدعم من حالة الإضطراب وضبابية المشهد السياسي، الذي شهدته الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي، وتراجع دور وسائل الإعلام الرسمية، وعدم تعاملها الحيادي مع مخرجات الحراك الشعبي.

الكلمات الدالة: الأخبار الكاذبة، مواقع التواصل الاجتماعي، الرأي العام، الحراك الجزائري.

Study Summary:

This study started from raising the problem of the impact of false news published through social networking sites on public opinion, during the period of the popular movement that Algeria witnessed in early 2019, and in this context, this news published on Facebook was tested, by analyzing the publications of the study sample of the fake News Dz page, as it is the largest page concerned with monitoring and checking false news related to the outputs of the popular movement, and the audience was tested from the category of university professors who are in the field of journalism Political science, and the choice of the research community was not arbitrary, but was under several justifications, most notably with regard to the communication phenomenon that we are going to discuss, which is (fake news), as well as the limits of its effects on the virtual audience in the first place (virtual or electronic public opinion), in addition to all that this research community has angles of interest on this topic, more than other categories, since the movement is a phenomenon that bears the character of political media in the first place.

Finally, the study found that there is an impact of false news published on social networking sites during the period of the popular movement on public opinion, and justifies this result, based on what was monitored from the volume of these false news spread on these spaces, which the public interacted with, with the support of the state of turmoil and blurring of the political scene that Algeria witnessed during the period of the popular movement, and the decline in the role of the official media, and their lack of neutral dealing with the outputs of the popular movement.

Keywords : Fake news, social media, public opinion, the Algerian movement.

خطة الدراسة

. مقدمة

. الإطار المنهجي:

. تحديد إشكالية الدراسة

. التساؤلات الفرعية

. أسباب اختيار موضوع الدراسة

. أهمية الدراسة

. أهداف الدراسة

. مفاهيم ومصطلحات الدراسة

. أدبيات الدراسة

. حدود الدراسة

. منهج الدراسة

. مجتمع الدراسة وعينتها

. أدوات جمع البيانات المعتمدة في الدراسة التطبيقية

. الإطار النظري:

الفصل الأول: مواقع التواصل الإجتماعي والحراك الشعبي في الجزائر:

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الإجتماعي.

المبحث الثاني: أنواع وسائل ومواقع وشبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها.

المبحث الثالث: معايير وأخلاقيات الممارسة الإعلامية في شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الرابع: واقع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، وتأثيراتها على المستوى السياسي والاجتماعي.

المبحث الخامس: ماهية الحراك والمفاهيم المشابهة.

المبحث السادس: كرونولوجيا الحركات الشعبية في المنطقة العربية.

المبحث السابع الحراك الشعبي (فبراير 2019) في الجزائر (قراءة في الأسباب والخلفيات).

المبحث الثامن: تجربة التحول الديمقراطي في الجزائر بعد الحراك الشعبي.

الفصل الثاني: التوظيف المقاربي للدراسة

المبحث الأول: الخلفية التاريخية لنشأة نظريات الإتصال

المبحث الثاني: الخلفية المعرفية لنظرية ترتيب الأولويات Setting the agenda .

المبحث الثالث: فروض نظرية ترتيب الأولويات، وحدود توظيفها في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الرابع: الخلفية المعرفية لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theory

المبحث الخامس: فروض نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، وحدود توظيفها في الدراسة.

الفصل الثالث: أثر الأخبار الكاذبة وصناعة الرأي العام في البيئة الرقمية المعاصرة:

المبحث الأول: الخلفية التاريخية للأخبار الكاذبة ومفاهيمها المشابهة..

المبحث الثاني: عرض أساليب وإستراتيجية تنفيذ الأخبار الكاذبة.

المبحث الثالث: الأخبار الكاذبة، ومفهوم القابلية لدى متلقيها.

المبحث الرابع: أدوات وميكانيزمات التصدي لظاهرة إنتشار الأخبار الكاذبة في البيئة الرقمية

المبحث الخامس: الخلفية التاريخية لتطور الرأي العام.

المبحث السادس: مفهوم الرأي العام، عوامل تكوينه وأنواعه.

المبحث السابع: صناعة الرأي العام في الفضاء الإلكتروني.

المبحث الثامن: الرأي العام في البيئة السياسة المعاصرة.

الإطار التطبيقي:

الفصل الأول: الدراسة التحليلية لمنشورات صفحة Fake news DZ عبر موقع فيسبوك:

المبحث الأول: عرض معطيات الدراسة وتحليلها من حيث الشكل.

المبحث الثاني: عرض معطيات الدراسة وتحليلها من حيث المضمون.

المبحث الثالث: عرض النتائج العامة للدراسة التحليلية.

الفصل الثاني: دراسة ميدانية لأخبار الحراك في الجزائر من وجهة نظر عينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية:

المبحث الأول: عرض البيانات الشخصية للمبحوثين حسب متغيرات الجنس والتخصص والرتبة الجامعية.

المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات محاور الدراسة الميدانية.

المبحث الثالث: عرض النتائج العامة للدراسة الميدانية.

عرض النتائج العامة للدراسة.

خاتمة

المصادر والمراجع

الملاحق

فهرس المحتويات

فهرس الجداول والأشكال

مقدمة

مقدمة:

يرتبط كل مجتمع إنساني بنظام اتصالي معين، وهو ما يسمح لأعضائه بالتواصل وتبادل الأفكار والآراء فيما بينهم، ففي كل الأزمنة المتواترة أعتبرت فيها الوسيلة طرفا هاما في هذا النظام، والمعلومة هي بمثابة السلعة التي ينتجها القائم بالاتصال، والتي تستهدف في الأخير الجمهور، وقد شهدت الساحة الإعلامية والإنصالية منافسة شديدة بين وسائل الإعلام بمختلف أنواعها وأصنافها، حيث سعت كل وسيلة إلى فرض أجندتها وسياساتها، وذلك عبر تجسيد مختلف الروابط التي تجمع الوسيلة بجمهورها، ولعل في عالمنا اليوم انتقل فيه الصراع من صراع عسكري وتجارى إلى "صراع إعلامي تكنولوجي"، حيث تستخدم الدول والحكومات مختلف وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، لمواجهة مختلف الأخطار، وفرض إيديولوجيات معينة ضمن ما يعرف بحرب الدعاية والتحكم في المعلومة، فأضحى بذلك اهتمام الجمهور الأول، هو عمّا باتت تنتجه كبرى الشركات التكنولوجية من الوسائل و مختلف التطبيقات، وهو ما تجسد أكثر في العشرية الأخيرة، بظهور العديد من هذه التطبيقات والوسائط الرقمية المختلفة، والتي لعل من أهمها ما يعرف "بشبكات التواصل الاجتماعي"، بمختلف أدواتها، والتي ظهرت مع بداية الألفية الثانية، أين كان إستخدامها الأول لأغراض تعليمية، قبل أن تنتقل إلى استعمالات أوسع، وتنامي بذلك نطاق إنتشارها، ومن أشهر هذه الشبكات والمواقع نجد: "فيسبوك، تويتر، أنستغرام، يوتيوب... الخ.

حيث تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من مخرجات السباق التكنولوجي، فقد أضحت نقطة تقاطع في التواصل والمحادثة وتبادل الأدوار في إنتاج المعلومة، وتحقيق كل هذه المعطيات بسرعة فائقة و بأقل التكاليف، فشكّلت بذلك نظاما اجتماعيا مبني على ما أنتجته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وهو ما جعلها من أكثر الوسائط والتطبيقات تداولاً و إستخداما، خاصة في بيئة رقمية تتسم بالسرعة والتجديد، بالإضافة إلى خاصية أخرى كانت مفقودة في وسائل الإتصال الجماهيري المعروفة، وهي أنّ هامش الحرية في الرد والنشر لا تضبطه أي قوانين أو لوائح، فأضحّت بذلك الفضاء الذي تتقاسم فيه الجماهير الأفراح والأحزان، و انتقلت بذلك لغة الخطاب والمشاعر من جدران البيوت إلى جدران هذه الفضاءات، وأصبح كذلك معيار (التفاعلية)، الذي يعرّفه نصر الدين ليعاضي بأنه "مفهوم أبتكر في البداية للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين السمعي البصري والمشاهد، ويهدف إلى تحويل المشاهد الساكن

والسلي إلى عنصر فعال ونشط، بشكل يؤثر في البرمجة لكن الاستخدام التدريجي والمتعدد لهذا المفهوم، أصبح يدل على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة السّمة الغالبة فيها (**Digital Media**، 2015)، أكثر ما يميّز هذه الوسائل عن غيرها من الوسائل الإتصالية الأخرى، ومع تطور العلاقة الترابطية بين المستخدمين وهذه الوسائط و الشبكات، و ضخامة وتوغل المعلومة وتسارعها، جعل من معيار المصداقية والأخبار الموثقة أمراً يكاد ينعدم في هذه الفضاءات، نظراً لتعدد و تداخل المعلومة بين الحقيقة والزيف، و هو ما أتاح لبعض المستخدمين تسريب أخبارا ومعلومات، دونما التأكد من صحتها و المساهمة في توسيع نطاق تداولها بقصد أو بغير قصد، لكن الأخطر من ذلك عندما تكون هذه الأخبار صناعة اتصالية لها أهداف وغايات، فخطورتها وأثارها تمتد إلى النسق الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، وهو ما يجعل من الخبر في هذه الوسائل يفتقد قداسته، ويصبح بذلك بمثابة سلعة أو سلاح لتحقيق مآرب معينة وغير بريئة، خاصة في الظروف و الحالات الإستثنائية، و التي غالباً هي ما تتعلق بمواضيع تحظى بإهتمام الجمهور من مستخدمي هذه الوسائط.

و بالحديث عن منطقتنا العربية، فلم تكن بمعزل عن تطور استخدام هذه الشبكات و المواقع و المنصات، خاصة في ما بات يعرف بموجات الحركات الشعبية أو الثورات الناعمة التي قامت ضد الأنظمة السياسية التي تحكمها، فكانت لهم الفضاء الذي يتبادلون فيه الأخبار والمعلومات والآراء بكل حرية، و هي فضاءات ساهمت أيضاً و بشكل كبير في الإطاحة بهذه الأنظمة، مثل ما حدث في تونس ومصر وغيرها من البلدان، وفي هذا السياق شهدت الجزائر حراكاً شعبياً مع النصف الثاني من شهر فبراير 2019 (موقع الإذاعة الوطنية، 2020)، وهو الذي كان نتيجة ميكانيكية لوضع سياسي صُنعت فيه مشاهد الضبابية والركود طيلة ما يقارب العقد من الزمن، و كانت شرارة انطلاق هذا الحراك بعد تداول لدعوات تُرشح الرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة لعهدة جديدة، و ردّة الفعل التي كانت ترفض هذا الوضع جملة وتفصيلاً من طرف جماهير واسعة من الشعب الجزائري، وما رافق ذلك من تسارع في الأحداث والمستجدات التي ملئت صفحات وفضاءات مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، أين أضحت مجالاً لتبادل ونشر الأخبار المتعلقة بتطورات الحراك الشعبي، إلا أنّ هذه المواقع والمنصات، أُستغلت من طرف صانعي ومروجي الأخبار الكاذبة، سعياً منها للتأثير على الرأي العام، وهو ما لُوْحظ في بعض صفحات التواصل الاجتماعي التي تنشر الأخبار الكاذبة، وتتمتع على تحقيق أهداف معينة، أبرزها زعزعة السلم الاجتماعي و السياسي للدولة، خاصة وأنّ هذه الفترة

شهدت الكثير من الأحداث، منها استقالة الرئيس بوتفليقة، وكذا مسلسل المحاكمات الذي مسّ جزءاً كبيراً من رموز النظام السابق، فالأخبار الكاذبة إذن استهدفت كل مقومات ونسيج الدولة السيادي، وهو الأمر الذي دفع بالملاحظين والأكاديميين إلى دق ناقوس الخطر، بما سيحدثه هذا النوع من الأخبار من محاولات التأثير على الاستقرار والسلم الاجتماعي، وهذا ما دفع بالباحث العمل على ضرورة إثارة هذه الإشكالية، والتي تتعلق بمآلات هذه الأخبار (التي جرى تداولها أثناء فترات الحراك الشعبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع فيسبوك) على الرأي العام بالجزائر، وعليه وعلى ضوء هذه المعطيات، وقصد الإجابة على مجموعة من التساؤلات المتعلقة بهذا الموضوع، لجأ الباحث إلى بناء تصور عام لهيكل هذه الدراسة، والتي هي على النحو التالي:

أولاً: الإطار المنهجي:

إستهل الباحث هذا الإطار بتحديد مشكلة الدراسة، أين صاغ فيها تساؤله الرئيسي التي تتمحور عليه هذه الدراسة، بالإضافة إلى تفكيك هذا التساؤل الرئيس عن طريق صياغة أسئلة فرعية، والتي ستساهم في التعريف والإحاطة بمقتضيات هذه الدراسة، كما قدم الباحث ضمن هذا الإطار أسباب اختيار الموضوع وأهميته، إضافة إلى أهدافه، كما تم تحديد المفاهيم والمصطلحات التي تتمحور عليها هذه الدراسة، أين يعتبر الإشارة إلى هذا الجانب عملية أساسية في عملية التعرف على الجانب الموضوعاتي للدراسة، كذلك كانت للباحث إطلالة معرفية على الدراسات السابقة التي تُشكّل إرثاً نظرياً، والتي تنوعت بين الدراسات الأكاديمية والمقالات البحثية التي تناولت متغير أو متغيرين من الموضوع المطروح، كذلك تحدث الباحث في هذا الإطار عن حدود الدراسة، والتي تتمثل في الحدود الموضوعية للإشكالية المطروحة، وكذا التعرف على السياق المكاني والزمني التي تمتد عليه، كما قدّم الباحث نوع و المنهج المناسب لهذه الدراسة، أين وظّف المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، وذلك نظراً لما يقتضيه هذا النوع من الأبحاث الذي يصنف ضمن الدراسات التحليلية وكذا بحوث الرأي العام، إضافة إلى تحديد مجتمع البحث وعينته، وقد تمثّل مجتمع البحث في الصفحات الناشطة على موقع التواصل الاجتماعي التي تهتم وترصد الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي بالجزائر، و وقع الاختيار على عينة قصدية لصفحة فايفك نيوز ديزاد، بالإضافة إلى إجراء اختبار رأي للجمهور الذي شمل عينة لمجموعة من الأساتذة الجامعيين من ذوي الاختصاص في مجال العلوم السياسية وعلوم الإعلام

و الاتصال، وذلك على إمتداد مجتمع البحث تمثل في ثلاث جامعات هي (جامعة ورقلة، جامعة الجلفة، جامعة الجزائر و 03)، بالاستعانة بأدوات لجمع البيانات والتي تمثلت في إستمارة تحليلية، و إستمارة إستبيان، بعد أن تم عرضهما على المحكمين وأصبحنا بذلك صالحتان للإستخدام، وتم إختتام هذا الإطار، بعرض نتائج إختبار الثبات، وكذا المتوسط الحسابي، وفق مخرجات ما أفاد به نظام التحليل الإحصائي spss.

ثانيا: الإطار النظري للدراسة:

تناول الباحث هذا الإطار ضمن ثلاث فصول : **الفصل الأول** حمل عنوان (مواقع التواصل الإجتماعي والحراك الشعبي في الجزائر)، والذي تحدث الباحث فيه عن مواقع التواصل الإجتماعي والحراك الشعبي في الجزائر، حيث تناول مواقع التواصل الإجتماعي نشأتها ومفهومها وأدواتها وخصائصها، ودور موقع فيسبوك كنوع جديد من الممارسة الإعلامية، إضافة إلى المعايير الأخلاقية والمهنية الواجب اتخاذها من مستخدمي هذه المواقع والشبكات الاجتماعية، كما تناول واقع إستخدام موقع فيسبوك في الجزائر، كما أشار الباحث في خضم هذا الفصل إلى الحراك الشعبي في الجزائر، و ذلك بتقديم ماهية الحراك والمفاهيم المشابهة، والسياق التاريخي للحركات الشعبية وكذا علاقتها بالتحول الديمقراطي، و قدم في هذا الإطار الخلفيات والظروف التي أحاطت بهذه الأحداث، كما عرّج على مستقبل التحول الديمقراطي بعد الحراك، أما **الفصل الثاني**: فأشتمل على (التوظيف المقاربي للدراسة): حيث إستهل الباحث هذا الفصل بالإشارة إلى الخلفية التاريخية لنشأة نظريات الإتصال، ثم حدّد بعد ذلك النظريات المفسرة لإشكالية الدراسة، والتي هي تطابقت مع نظريتين، وهي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية ترتيب الأولويات، و ذلك بتناول نشأتها وروادها، ثم التعرّيج على فروضها التي تفسر ميكانيزمات وحدود الظاهرة الإعلامية والإتصالية، وكذا حدود تطبيق وتوظيف هذه النظريات بما يتوافق وتطمح إليه الدراسة من إجابة على إشكالياتها الرئيسية وتساؤلاتها الفرعية، أما بخصوص **الفصل الثالث**: الموسوم ب (أثر الأخبار الكاذبة وصناعة الرأي العام في البيئة الرقمية المعاصرة)، فتناول الباحث فيه ظاهرة الأخبار الكاذبة في البيئة الرقمية المعاصرة، وتحدث في هذا الشأن عن ماهية الأخبار الكاذبة والأساليب المعتمدة في الترويج لهذه الأخبار، كما عرّج على مفهوم القابلية لدى مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي أثناء تلقيهم لهذا النوع من الأخبار، وتم تقديم عرض لأهم الميكانيزمات المتاحة التي بإستطاعتنا أن

نواجهه ونكبح بها الأخبار الكاذبة، كذلك تم الإشارة والحديث في هذا الفصل عن ماهية الرأي العام ضمن السياق الإعلامي والسياسي، وتحدث فيه عن الخلفية التاريخية للرأي العام و مفهومه، و عوامل تكوينه و أنواعه، ونظرا لمتطلبات موضوع الدراسة والخصوصية التي يفرضها، تم كذلك تناول مفهوم الرأي العام الالكتروني ومخرجاته في البيئة السياسية المعاصرة.

ثالثا: الإطار التطبيقي للدراسة:

خصص الباحث هذا الإطار له فصلين نظرا لنوع هذه الدراسة التي فرضت ذلك، حيث شمل **الفصل الأول** الدراسة التحليلية لمنشورات صفحة فايك نيوز ديزاد، أين تناول تحليل منشورات هذه الصفحة عبر فئات الشكل، ثم المضمون بشقيه الثابت والتفاعلي، وصولا إلى إستعراض النتائج العامة الخاصة بهذه الدراسة التحليلية، أما **الفصل الثاني** فتناول الدراسة الميدانية، أين إستعان الباحث بها كأداة مساعدة، و ذلك من أجل رصد آراء الباحثين حول أثر الأخبار الكاذبة المنشورة عبر موقع فيسبوك، و المتعلقة بأحداث ومخرجات الحراك الشعبي بالجزائر على الرأي العام، بعد ذلك تم تفرغ و تحليل إجابات الباحثين، ثم بعد ذلك تم الكشف عن النتائج العامة الخاصة بالدراسة الميدانية، وللاشارة فقد قام الباحث ببناء محاور هذه الدراسة التطبيقية بنوعيهما التحليلية والميدانية، إنطلاقا من تساؤلاتها الفرعية التي تتطابق مع الإفتراضات الرئيسية لكل من نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، وكذا نظرية ترتيب الأولويات(الأجندة)، وتم تناول النتائج العامة لهذه الدراسة التطبيقية بعد أن تم تحصيل وقراءة مخرجاتها، وصولا إلى خاتمة هذه الدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- تحديد إشكالية الدراسة.
- 2- التساؤلات الفرعية.
- 3- أسباب اختيار موضوع الدراسة.
- 4- أهمية الدراسة.
- 5- أهداف الدراسة.
- 6- مفاهيم ومصطلحات الدراسة.
- 7- أدبيات الدراسة.
- 8- حدود الدراسة.
- 9- منهج الدراسة.
- 10- مجتمع الدراسة وعينتها.
- 11- أدوات جمع البيانات المعتمدة في الدراسة التطبيقية.

1- تحديد إشكالية الدراسة.

تُمارس الأخبار الكاذبة أدواراً يطلقها القائم بالفبركة، وعليه يمكن أن نقول بأن الأخبار تموّعت وبرزت في الفضاء الرقمي، نظر لخصوصية هذا الفضاء الذي يتيح للجميع مشاركة مختلف الأخبار، وعليه جرى تغييب القائم بالاتصال وتميعه بشكل يجعل من المعلومة أو الخبر ليس بالضرورة مرفق بتوضيح يُكشف فيه المصدر أو القائم بالاتصال، وعلى ضوء هذا المعطى، نستشف أنّ تعدّد القائم بالاتصال وغياب المصدر، قد ملئ المكان بهذه الأخبار الكاذبة.

وفي هذا السياق نال موضوع الأخبار الكاذبة في الفضاء الرقمي، و بخاصة في شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي حيزاً هاماً من إهتمام الباحثين، فنجد من الدراسات الأجنبية التي إهتمت كثيراً بزوايا هذا الموضوع، بأن عاجلته من زاوية أنه يحمل صفة الجريمة الالكترونية، وسلّطت بذلك الضوء على الأدوات التي توظفها هذه الصناعة، والتي تعمل على الإيقاع بمستخدمي هذه الوسائط والمنصات الالكترونية في فخ الأخبار الكاذبة، وكذا البحث في خلفيات وإيديولوجيا عمليات الفبركة، أو صناعي المحتوى الزائف، ومن أبرز هذه الإسهامات في هذه المواضيع هي للباحثين: **MJ Lazer MABaum. Y Benkler. AJ**

BerinskyD، أمّا عن الدراسات العربية التي تناولت الأخبار الكاذبة من منظور البحث في تأثيرات التقنيات الحديثة على مستخدمي هذه الوسائط، ودراسة خلفيات هذه الصناعة الإتصالية، وكذا أهدافها، وتشريح موقع أخلاقيات المهنة في خضم فوضى الاتصال التي يعرفها عالم اليوم، نجد على سبيل المثال لا الحصر دراسات: **عبد الرزاق الدليمي** من مركز الجزيرة للدراسات (قطر)، والتي هي دراسة تبحث في إشكالية الأخبار الكاذبة وتأثيراتها على الرأي العام؟، وكذا كيف يتم توظيف هذا النوع من الأخبار على المستوى السياسي، و في مجال العلاقات الدولية؟، وماهي مستويات تأثير هذه الصناعة الاتصالية بين الدول والحكومات؟، كما نجد أخرى في هذا السياق، دراسة هامة للباحثة **تومي فضيلة** (الجزائر): وهي دراسة عاجلت فيها إشكالية الأخبار الكاذبة وعلاقتها بإضطراب المجال العام الرقمي، من خلال بحثها في الأدوار التي بات يلعبان عليه عنصري الإثارة والاستقطاب، واللذان يستهدفان مستخدمي البيئة الرقمية، وكذا جمهور البيئة الواقعية.

ومنه فقد منحت شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها الحرية في صناعة المضامين الإعلامية، وإذا تحدثنا عن واقع استخدام هذه المنصات والمواقع في الجزائر، فنجد أنّ الفترة التي شهد فيها توسع إستخدامها بشكل

ملحوظ، كان مع مطلع سنة 2019، عندما غمرت الشوارع و الساحات العمومية في مختلف مناطق الوطن جماهير غفيرة، قدرتها بعض مصادر إعلامية بالملايين، وكان هذا التحرك كنتيجة لإتفاق فصل فيه على مختلف مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي بإختيار يوم 22 فيفري 2019، عبر تفعيل وسم (#هاشتاغ، #حراك الجزائر) عبر إتخاذ ساحة البريد المركزي كنقطة لهذا التجمع، و كانت بذلك إعلانا لبداية التحرك الشعبي (قناة البلاد، 2020).

إذن وفي ضل تسارع وتيرة التحرك الشعبي الذي إرتفع نسقه يوما بعد يوم، رمى الحراك الشعبي في الجزائر بالكثير من المستجدات والمخرجات، خاصة تلك المتعلقة بكبار الشخصيات التي صنعت الحدث، و تصدّرت المشهد في البلد، ولعل من أهم تلك المستجدات، وثيقة إنتشرت عبر مواقع التواصل الإجتماعي، تتعلق بإقالة قائد الأركان الراحل أحمد قايد صالح موقعة بختم مستشار رئيس الجمهورية محمد بوغازي، لكن سرعان ما جاء النفي من وزارة الدفاع حول هذه الأنباء المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي (قناة الجزيرة، 2019)، وكان هذا التكذيب قد فتح المجال بداية لظهور الأخبار الكاذبة المتعلقة بمخرجات الحراك الشعبي، بعد أن أتاحت هذه الفضائات الفرصة لمروجي الأخبار الكاذبة، وأصبحت بذلك مساحة خصبة لترويج هذا النوع من الأخبار، الأمر الذي جعل من مستخدمي هذه الوسائط و المنصات أمام خطر أكبر، تمثل في حدوث خلل معلوماتي على مخرجات والأخبار المتعلقة بالحراك الشعبي، وبالتالي هناك نوايا و محاولات للتأثير على الرأي العام، خاصة أن هذه الفترة تم توظيف الأخبار الكاذبة بشكل ملحوظ، تماشيا مع التطورات التي عرفها الحراك الشعبي على المستوى السياسي، وهو ما جعل تحقيق مفهوم أكبر للدوار، يتجسد في البعد الإستراتيجي التي تعمل عليه هذه الأخبار، و الذي هو في الحقيقة أجنده يعّول عليها القائم بالفبركة، عن طريق فتح مجال أكثر لتمير هذه الصناعة الإتصالية والإستثمار في الحالة الاستثنائية، وجعل مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي هدفا لها.

وعليه ستبحث هذه الدراسة في الأبعاد التي تقوم عليها الأخبار الكاذبة على الرأي العام في الجزائر، و المتداولة على مواقع التواصل الإجتماعي، خاصة في الموقع الأكثر استخداما وهو موقع **faebook**، وذلك على مدار امتداد فترة الحراك الشعبي، الذي شهد فيه إنتاجا وزخما معلوماتيا هائلا، خاصة في نوع المضامين الكاذبة المنتشرة عبر هذا المواقع والشبكات الإجتماعية، كما ستقيس هذه الدراسة مستوى التأثير المعلوماتي الكاذب على المتلقين بمختلف

الإستثمارات المعروفة، وبيان إستراتيجية المجابهة المفروضة والاحترازية، والتي سيواجه بها المستخدم هذا الخطر المعلوماتي، و لا يتحقق كل هذا إلا عن طريق إحداث مسائلة بحثية لعينة من المختصين في مجالي علوم الإعلام والاتصال، والعلوم السياسية.

ومنه فقد حركت متغيرات الدراسة: (الأخبار الكاذبة، مواقع التواصل الإجتماعي، الرأي العام، الحراك الشعبي الجزائري.)، شغف الباحث في تحقيق الدراية المعلوماتية أولاً بمفهومها وخلفياتها، وثانياً العمل على محاولة فك الترابط العلاقتي بين هذه المتغيرات، وعلى هذا ضوء هذه المعطيات المتوفرة، و إستكمالاً لسلسلة الجهود التي انصبت في معالجة هذه الإشكالية، ستحاول هذه الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيس، والذي يكون ضمن السياق التالي: هل أثرت الأخبار الكاذبة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك على الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي؟

2- تحديد التساؤلات الفرعية:

لوضوح الرؤية أكثر حول نص هذا التساؤل، توجب علينا تفكيكه إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية، والتي ستحيلنا بدورها إلى الإحاطة الجيدة بجوانب هذه الدراسة، وذلك من خلال بناء محاور إجابة للتساؤل الرئيس الذي تم طرحه.

- ما هو مستوى العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي ومستخدميها في الجزائر؟
- ما أهم الخلفيات والأسباب التي أدت إلى الحراك الشعبي في الجزائر، وماهي مخرجاته؟
- ما هي طبيعة المضامين الإخبارية الكاذبة المنشورة على موقع فيسبوك، وما منطلقاتها الإيديولوجية؟
- ما هي الأساليب والإستراتيجيات التي اعتمدت عليها الأخبار الكاذبة أثناء الحراك الشعبي في التأثير على الرأي العام في البيئة الرقمية المعاصرة؟
- . فيما تتمثل أدوات وميكانيزمات وسبل مواجهة خطر هذه الأخبار في الفضاء الرقمي؟

3- أسباب اختيار موضوع الدراسة:

مما لاشك فيه أن الباحث إجتمعت لديه العديد من الأسباب، و التي دفعت به إلى اختيار هذه المشكلة البحثية والخوض فيها، والتي هي تُعنى بقياس الأثر التي تتركه الأخبار الكاذبة، خاصة في وسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام، فالأسباب تختلف و تعدد و ترتبط أساسا بتجليات موضوع البحث، الذي هو في الحقيقة نتيجة حتمية لتوافر العديد من الظروف والمستجدات، وذلك على جميع المستويات، فوجد منها ما هو يتعلق بالعامل المجتمعي والذهني الخاص بالمستخدم، وكذا بما هو تكنولوجي تقني الذي هو حلقة ترابطية في الأساس، وعلى هذا كله كانت الأسباب على نحو و إطار بين الذاتية والموضوعية.

أولا: الأسباب الذاتية:

لعل من أهم من أهم الأسباب التي دفعت بالباحث إلى اختيار هذه الموضوع، هو أنّ الباحث ليس بمعزل عن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، خاصة في الفترة التي أضحت فيه هذه الوسائل بمثابة الضّل الذي يلازم كل الأفراد، فلا يكاد يوجد منا ليس لديه تلك العلاقة الفولاذية مع هذه الوسائل، و التي باتت تُصنف في سياق الإدمان الذهني والاجتماعي، لأنه بالفعل هذه الوسائل، نقلت هموم أفرح وأفراح مستخدميها من جدران البيوت إلى جدرانها، فلا يوجد وصف أكثر من هذا الوصف، فالذي كان يصنف في خانة الأسرار والخصوصية اليوم يكاد ينعدم، وعلية فإن الباحث انطلق من هذه الجزئية التي تختصر هذه العلاقة في طرحه لهذا الموضوع.

كما نجد كذلك أنه ما يميّز عالمنا اليوم أنه يعيش على وقع الكثير من الأحداث، وأنّ علاقة التأثير والتأثر هي طبيعية بين الفرد وعلمه الخارجي، وبما أنّ الباحث جزء من هذه العلاقة، لجأ إلى إحداث عملية إسقاط هذا المتغير على المنطقة العربية وخاصة بلده الجزائر، و من الأحداث التي تصدرت المشهد الجزائري، هو الحراك الشعبي التي إنطلقت شرارته الأولى بتاريخ 22 فبراير 2019 بساحة البريد المركزي وسط العاصمة الجزائر، وذلك كان نتيجة حتمية لمجموعة من التراكبات السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية، فأضحى بذلك الحراك مشهدا إيجابيا، وبتلك الصورة الحضارية التي حيّرت و شّدت انتباه العالم، بإخراج فني مبهر للمسيرات الشعبية الذي صنعه الشعب الجزائري، إلى أنّ حدوث الكثير من الاختراقات سواء على أرض الحراك أو في فضاءات Social Media،

التي تشمل مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (Facebook .LinkedIn.MySpace) Keith و Hampton (2011، N).

كما أن تنامي موجة الأخبار الكاذبة و استخدامها، من أهم الأسباب الذي دفعت بالباحث إلى إثارة إشكالية الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي (موقع faecbook)، وقياس مستوى تأثيرها على الرأي العام، خاصة وأنّ البلد يعيش على وقع منعرج يحمل الكثير من السيناريوهات، وفي هذا الإطار يمكن القول أن الحراك الشعبي في الجزائر الذي هو مصدر إلهام، شكّل الإنغماس فيه فرصة للكثير، في إعادة رسم الخريطة السياسية والاجتماعية، و ذلك بالتأثير على مخرجاته من خلال إطلاق وتوظيف ترسانة أكبر للأخبار الكاذبة، و قذفها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، قصد إفشال هذه التجربة الديمقراطية بكل الطرق خدمة لأجندة معينة.

ثانيا: الأسباب الموضوعية:

شكّل موضوع الدراسة فعلا حديث الساعة و تصدرت مثل هذه المواضيع المشهد الإعلامي والمجتمعي في الجزائر، فالحراك خيزت له أكثر المساحات في الأخبار والبرامج التلفزيونية والإذاعية، كذلك مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت أحداث الحراك وأخباره تصنع مادته الإعلامية بكل أشكالها، فالحراك في الجزائر الذي أمّدت طاقة كبيرة لوسائل الإعلام في طرح مواضيع كانت إلى وقت قريب ضمن خانة (الطابو) أو المحظور، فأصبحت بذلك وسائل الإعلام أكثر تحررا في معالجة القضايا ذات الشأن الوطني بكل موضوعية، إلا أنّ الملاحظ في كل هذا أنّ وسائل التواصل الاجتماعي (خاصة موقع فيسبوك بإعتباره الموقع الأكثر إستخداما في الجزائر)، أضحت فضاء أو مجالا تتقاذف فيه حرب الاتهامات والتخوين في حق الشخصيات، وكذا الأحداث التي تتصدر المشهد، وهي جزء من القضايا المطروحة تدخل في سياق الأخبار الكاذبة، التي هي نتاج صناعة لدوائر ومصادر إما مجهولة أو إنها تحمل شعارات مزيفة، وتتداعى في ذلك الحيادية والصدق في طرحها للأخبار المتعلقة بالحراك، و هدفها في ذلك إما الإثارة أو التشويش على الرأي العام أو أهداف أخرى مجهولة، فانطلاقا من هذه المعطيات، وقف الباحث على ظاهرة الأخبار الكاذبة في هذه المنصات وتأثيرها على الرأي العام، خاصة أنّ الجزائر تعيش أوضاعا إستثنائية والبلد على وقع منعرج التحول الديمقراطي.

كما يمكن القول كذلك أن هذا الموضوع مستجد، أي أنه غير متناول بشكل دقيق وبالمغيرات التي تطرحها هذه الدراسة، و بالتالي فالباحث دفعته الظروف الإستثنائية المتعلقة بأحداث الحراك الشعبي و بروز الأخبار الكاذبة، إلى إثارة هذه الإشكالية وربطها ضمن السياق الجزائري، في محاولة منه لتفكيك هذا الترابط بين هذه المتغيرات (الأخبار الكاذبة، الرأي العام، مواقع التواصل الاجتماعي)، وتوصيفها ضمن الحراك الشعبي الجزائري بطريقة علمية أكاديمية محكمة، تقوده إلى محاولة التعرف على خلفيات وتأثيرات هذه الصناعة الإتصالية (الأخبار الكاذبة) على الرأي العام في الجزائر، كما سيقدم الباحث في هذا السياق وصفا لحدود هذه الظاهرة ضمن ميكانيزمات محددة، خاصة وان هذه الصناعة الإتصالية توغلت بشكل رهيب في البيئة الرقمية.

كما نجد أن هناك إرتباط موضوع الدراسة بالظرف الإقليمي للجزائر، فالباحث إنطلق من هذه الأرضية، التي أتاحت له الفرصة للتعاطي مع الحدث الذي عاشه البلد، وكذا عن كونه يحضى بموقع جيو إستراتيجي، وأن أي تغيير في الخريطة السياسية للبلد، من المؤكد انه سيرمي بثقله على المحيط الإقليمي خاصة دول الجوار، وبالتالي هو دافع قوي لتحقيق مسائلة بحثية لموضوع الدراسة.

4- أهمية الموضوع:

لهذا الموضوع أهمية تتناغم مع مخرجاته، نظرا لطبيعة الإشكالية التي تتمحور حول عدد من المتغيرات، والتي تشكّل بالفعل وصفا لظاهرة باتت اليوم تحضى بالبحث من مختلف الدارسين والأكاديميين، وبعملية إسقاط على النموذج الجزائري، تكون الأهمية تختصر صلب موضوع الدراسة، ويمكن أن نجمل بعض النقاط في سياق هذا البحث على النحو التالي:

✓ إنَّ جدوى موضوع هذه الدراسة في هذا الوقت، بالذات هو نظرا للأهمية البالغة التي يكتسبها هذا الموضوع، وطغيانه على مفاصل الحياة بجميع مظاهراتها وتجلياتها، وعليه فسطوبة الأخبار الكاذبة على سلطة وقداصة المضامين الإعلامية في الوسائط، ووسائل الاتصال الحديثة، هو أمر يستدعي التصدي لهذه الصناعة الخطيرة، والتي صنفت ضمن الأعمال والجرائم الإلكترونية التي تفتك بالكيانات الاجتماعية والسياسية، وتهدد الاستقرار والسلم في المجتمع.

- ✓ تحديد المفاهيم العلمية المتعلقة بمتغيرات البحث، والاطلاع على هذا النوع من الدراسات.
- ✓ دراسة العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي، وصناعة الرأي العام، وكذا التعرف على النظريات المفسرة في إنتاج وتوظيف الأخبار الكاذبة.
- ✓ التعرف على التأثيرات المتوقعة في سريان الأخبار الكاذبة في المجتمع الجزائري.
- ✓ فتح النقاش وتحديد الإطار العلاقي بين القائم بالفبركة والخصم السياسي.
- ✓ تسليط الضوء على نوع المضامين الإعلامية المعروضة في مواقع التواصل الاجتماعي، فيما بات يعرف بمبدأ التحطيم الرمزي لمواقع صنع القرار، والإفناء المادي للمؤسسات ومختلف الهيئات الناشطة.

5- أهداف الدراسة:

- تتعدد أهداف الدراسة التي تكون بطبيعة الحال من أساسيات طموح الباحث، ويمكن إجماعها في النقاط التالية:
- ✓ التعرف على الوضع السياسي في الجزائر قبل وأثناء وبعد الحراك.
 - ✓ التعرف على واقع استخدام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر.
 - ✓ تحديد الإطار المفاهيمي ل: مصطلح الأخبار الكاذبة والمصطلحات المشابهة.
 - ✓ تحديد الأدوار التي مارسها الأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي، والتعرف على نوع المضامين الإعلامية الكاذبة المروجة، ضمن ما يعرف بالسرديات البديلة.
 - ✓ قراءة للمركزات والمخارج والتغيرات التي تتعلق بسريان الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذا البحث في دور الشك كميكانيزم مؤثر في العملية الاتصالية.
 - ✓ محاولة توصيف العلاقة بين صانع القرار، وجماعات الضغط، والمتلقي، والقائم بالفبركة الإعلامية.

6- مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

تعتبر عملية ضبط مصطلحات الدراسة خطوة أساسية في إنجاز أي موضوع بحثي، والتي هي في الحقيقة وصف لمتغيرات الدراسة إنطلاقاً من المفهوم التطبيقي الذي يمتلك أكثر من قيمة، وهناك ثلاث أنواع من المتغيرات في البحوث العلمية هي: المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة ثم المتغيرات الضابطة (بدر، 2008، صفحة 21)، فتحديد مصطلحات الدراسة يكون بوصف المعنى اللغوي من خلال المعاجم التي تتناول هذه المصطلحات كخطوة أولى، أما الخطوة الثانية فهي تحديد تعريف علمي أكاديمي لفحوى المصطلح من الأداء الوظيفي الذي يحدد المعاني التي يتم فيها توظيف المصطلح عموماً، ويقول أحمد بن مرسل في هذا الصدد: "إنَّ تحديد مشكلة البحث لا يتوقف عند نقطة صياغة هذه الأخيرة في شكل سؤال، بل يتعدى القيام أيضاً بضبط الموضوع من حيث تحديد المصطلحات، وهو ضبط المعنى المستخدم في البحث لأننا عادة ما نجد للمصطلح أكثر من معنى إصطلاحي، إلى جانب معناه الخاص ولذا وجب على الباحث تحديد معناه الإجرائي" (مرسلي، 2010، صفحة 85)،

وفي هذا السياق يتوجب على الباحث خلال دراسته لأي موضوع علمي أكاديمي، تحديد مصطلحاته ومفاهيمه، التي ستتمكن من إدراك مخرجات الدراسة بشكل يسهل عليه التعرف على موضوعه بشكل جيد، وعليه سنحاول ضمن هذا الإطار ضبط السياق العام للدراسة، عن طريق تحديد مصطلحات الدراسة المعنوية ب: نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي وأثرها في صناعة الرأي العام.

● . نشر:

التعريف على النحو اللغوي: فعل نَشَرَ، والمضارع منها ينشر، والمصدر نشرًا، والفاعل ناشر، والمفعول منشور ونَشِير، كأن نقول قول مؤلف انه ينشر كتاب جديد أي انه يطبعه ويخرجه على الأسواق، أما فعل نَشَرِي نَشْر، والمصدر نَشْرًا ونُشُورًا، والفاعل ناشر، والمفعول مَنَشُور (سالم، 2018).

التعريف على النحو الإصطلاحي: هو عملية إنتاج ونشر المعلومات بأشكال مختلفة، ويشير المصطلح إلى توزيع الأعمال المطبوعة مثل الكتب والصحف والمجلات، ومع ظهور التكنولوجيا الرقمية ونظم المعلومات والإنترنت في نطاق

النشر توسعت لتشمل الموارد الإلكترونية، مثل النسخ الإلكترونية من الكتب والدوريات والمواقع الإلكترونية، ويشمل النشر مراحل تطور وإقتناء وطباعة وإنتاج وتوزيع الصحف والمجلات والكتب والأعمال الأدبية والمصنفات الموسيقية وبرامج الحاسوب، وغيرها من الأعمال التي تتناول المعلومات بما فيها وسائل الإعلام الإلكترونية أيضا (الموسوعة الحرة ويكيديا، 2022).

. **التعريف على النحو الإجرائي:** من خلال ما سبق ذكره من المعاني التي يحملها مصطلح (نشر)، فإنّه وطبقا لحدود توظيفه ضمن المعاني التي يحملها في سياق عنوان الدراسة، يمكن أن نقول إنّ مصطلح نشر يقصد به الإذاعة أو الإعلان، أي جعل الشيء معروفا بين الناس، وهو توصيل الرسالة فكريا التي تكون من إبداع المؤلف أو المنتج نحو جمهور المتلقين أو المستقبلين لتلك الرسالة، وتختلف مستويات النشر بحسب الوسائل المتاحة والمتوفرة.

● الأخبار الكاذبة:

. **التعريف على النحو اللغوي:** الكَذِبُ نقيض الصِّدْقِ، كَذَبَ يَكْذِبُ كَذِبًا وَكَذْبًا. فهو كاذب وكذّاب وكذّوب، تقول: كذّبت الرجل، إذا نسبته إلى الكذب، وأكذّبتّه إذا أخبرت أن الذي يحدث به كذب (منظور، 1414، صفحة 704).

. **التعريف على النحو الإصطلاحي:** الكذب: هو عندما يتحدث الإنسان بمقولة يعرف أو يشك في عدم صحتها، ولكنه يأمل أن يظن الآخرون أنها الحقيقة، والأخبار الكاذبة فه يفعل مخطط لخداع جمهور معين وهو مصطلح عرضي يستخدم لوصف الأخبار الغير دقيقة أو المفترقة، وهي صناعة إتصالية محددة المسار والأهداف (شايمر و جي، 2016، صفحة 35)

. **التعريف على النحو الإجرائي:** نستشف من خلال التعريف الإصطلاحي أنّ فعل الأخبار الكاذبة هي الأخبار التي تكون مجردة من الحقيقة، كما يمكن القول كذلك أنّ الأخبار الكاذبة هي صناعة إخبارية تقوم على الفكرة وتزييف الحقائق، وإنشاء قصص وهمية من صنع خيال المؤلف، وتستهدف الأخبار الكاذبة جهة معينة قصد تحقيق غايات

يدرسها القائم بالفكر، ومن هنا مسار الأخبار الكاذبة ينطلق من التخطيط في إختيار موضوع الخبر وصولاً إلى تحقيق ما يسمى بالتغذية الراجعة التي تصدر من المتلقي لهذه الأخبار.

• مواقع التواصل الاجتماعي:

. **التعريف على النحو اللغوي:** التواصل لغةً هو الإقتزان والإتصال والصلة والترابط والإلتئام والجمع والإبلاغ والإنتهاء والإعلام، وتعني إنشاء علاقة ترابط وإرسال وتبادل، وتَوَاصَلَ الصَّدِيقَانِ، أي واصل أحدهما الآخر في إتِّفَاق ووثام: إجْتَمَعَا، إتَّفَقَا، وتَوَاصَلَ الحَدِيثُ حَوْلَ الْمَائِدَةِ: أي تَوَالَى، وتَوَاصَلَ الأشياءُ، أي تتابعت ولم تنقطع (حسن سليمان، 2018).

. **التعريف على النحو الإصطلاحي:** هو مصطلح يشير إلى الأدوات الإلكترونية المتعددة والغير مكلفة نسبياً، وهي التي متاحة على الشبكة الدولية، وتهدف إلى تبادل المعلومات ونشرها، وتعرّف كذلك وسائل التواصل الإجتماعي على نطاق واسع للإشارة إلى الأدوات الإلكترونية المتعددة والغير مكلفة نسبياً، ويمكن الوصول إليها بدرجة كبيرة، تمكن أي شخص من النشر والوصول إلى المعلومات عن طريق التعاون بجهد مشترك أو بناء علاقات (الرقبي، 2017، صفحة 20)

. **التعريف على النحو الإجرائي:** يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي أنها: "مختلف الأدوات والوسائل التي توفرها شبكة الإنترنت لمجموعة من المستخدمين، والتي تسعى إلى تحقيق فعل التواصل فيما بينهم، بغرض الإخبار وتبادل المعلومات، وهو ما تجسد بشكل فعّال عبر مختلف الخدمات التي توفرها التطبيقات الأكثر إستخداماً ك: (فيسبوك، تويتر، إنستغرام، واتساب، تيك توك...).

• أثر:

. التعريف على النحو اللغوي: العلامة، والجمع: آثار، وأصل التأثير: إبقاء رسم على الشيء، يُقال: أثارني الأرض أي أبقي فيها رسماً وشكلاً، ومن معاني الأثر أيضاً: البقية والميزة والقرينة والدليل والخبر والاتباع (موسوعة المصطلحات الإسلامية، ب ت).

. التعريف على النحو الإصطلاحي: هو الإيحاء أو الجذب الذي يمكن أن يحدث انفعالات في النفس كأن يحاول من أوتي قدرة فكرية أو قدرة تعبيرية أن يحدث الدهشة والإعجاب في نفوس المستمعين أو المشاهدين (جرجس، 2005، صفحة 136).

. التعريف على النحو الإجرائي: نقصد بالأثر في دراستنا هذه هو السلوك المباشر أو الغير مباشر الذي تحدثه الأخبار الكاذبة على جمهور المتلقين من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وتظهر تمثلات ذلك في الكثير من المواضيع التي تحمل متغيراً مستقلاً يصل بعد ذلك إلى المتغير التابع الذي هو نتيجة (أثر) للعملية الإعلامية والاتصالية ككل.

• الرأي العام:

. التعريف على النحو اللغوي: رأي (إسم)، وجمعه: آراء) ومنه (الرأي) المقصود منه: الإعتقاد (معجم المعاني الجامع الإلكتروني، ب ت)، استقرَّ الرَّأْيُ عَلَى...: استقرَّ الاتِّقَاقُ فِي الْأَفْكَارِ...جاءوا لَتَبَادُلِ الْأَرْاءِ (قاموس المفردات العربية البراق، بلا تاريخ)، أما كلمة عامة (اسم) وجمعه (عَوَامَّ الْعَامَّةُ) من الناس: خلافُ الخاصَّةِ والجمع: عَوَامُّ جَاءَ الْقَوْمُ عَامَّةً، والمقصود منه: جميعاً (معجم المعاني الجامع الإلكتروني، ب ت)، ومن هنا نقول الرأي العام هو: الإعتقاد الجامع أو الغالب.

. التعريف على النحو الإصطلاحي: هي إتجاهات ومواقف الناس إزاء موضوع معين يشغل بالهم، ويكون هذا الموضوع ضمن مستوى إجتماعي واحد بمعنى التواجد المكاني والزمني للجماهير وهذا الموضوع، وظهرت في السنوات الأخيرة مفاهيم تتعلق بنوع جديد من أنواع الرأي العام وهو الرأي العام الإلكتروني، وعرف جون ستوارت ميل John Stuart

Mill الرأي العام : "ما يريد المجتمع أو الجزء السائد من المجتمع" (حجاب، 2000، صفحة ص 34)، فيما عرّفه فتحى عامر بأنه "كل فكرة أو إقتراح أو رأي أو مشاركة يعبر عن توجه معين ويدافع عن إيديولوجيا معينة (فتحي، 2012، صفحة 164).

. التعريف على النحو الإجرائي: يمكن أن القول أنّ تعريف للرأي العام لديه تنوع من حيث كونه يظهر على شكل ممارساتي، فلا يمكن أن نقول على أن هناك رأي عام ما لم يتحقق قول الإجماع والإتفاق على قضية أو مجموعة من القضايا، وعليه فالرأي العام ضمن دراساتها هذه هو: إختبار موقف الجمهور إتجاه الأخبار التي تتناول قضايا ذات شان وطني في ضل ما عرف بالحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر، وتختلف هذه الأخبار عن كونها أخبار تفتقد للمعايير المهنية، أهما الصدق والموثوقية، والتي تصنف ضمن الأخبار الكاذبة.

7- أدبيات الدراسة:

تشمل أدبيات أو خلفيات البحث جميع المواد التي تحتوي على معلومات حول موضوع البحث، والتي يمكن للباحث الرجوع إليها لتكوين الخلفية العلمية الموضوعية عن موضوع بحثه، و يمكن أن تتوفر هذه المواد في أشكال عديدة منها الكتب والأدلة، ومختلف الإصدارات التي تعدها مؤسسات مسؤولة (حافظ، 2018، صفحة 56)، و قد شكّلت عملية إستعراض الدراسات السابقة في مجال البحث العلمي، فرصة للباحث للإطلاع عليها، والإستفادة بما تضمّنته من معلومات، ووفّرت له البيئة الرقمية عنصر إتاحة لأهم الأبحاث التي تعنى بمجال الدراسات البحثية ، بالإضافة إلى التعرف على أهم المناهج والأدوات البحثية التي أستخدمت في هذه الدراسات، صّف إلى ذلك إكتشاف أهم المتغيرات التي تناولت موضوع البحث، من حيث تطابقها أو إختلافها مع فحوى هذه الدراسة.

إذن منح الإرث النظري العديد من زوايا النقاش العلمي الذي يفتش فيه الباحث لصالح مجال دراسته، من خلال تفكيك فحوى هذه الأبحاث والدراسات، وهي جزئية مهمة في الحقيقة، والتي تشكّل منطلقا وفضاء، يجعل من الباحث يقف على أهم النقاط التي تم معالجتها، وكذا لفت الانتباه على العناصر التي تم تغييبها، والتي رأي فيها الباحث أنها مهمة، وفي هذا الإطار يقدم الباحث مجموعة من الدراسات والأبحاث، والتي إهتمت أو تناولت متغيرا أو عدة متغيرات من موضوع دراسته العربية منها أو الأجنبية.

الدراسة الأولى: رسالة ماجستير الموسومة ب: دور الإعلام الإجتماعي في صناعة الرأي العام (الثورة التونسية أنموذجاً) للباحث مبارك زودة (زودة، 2012).

عالجت هذه الدراسة مواقع التواصل الإجتماعي وتأثيرها على مناحي الحياة، وبخاصة على يوميات الشباب العربي فهو منبره وفضاءه الحر من أجل التعبير وطرح مشاكلهم، وكذلك للمطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية و الإجتماعية و الاقتصادية وفق الرؤية التي قدمها الباحث، ويظهر ذلك جلياً في حركات الرفض الشعبية التي شهدتها كل من تونس مروراً بمصر واليمن، ووصولاً إلى دول عربية أخرى، ومن خلال هذا الطرح قدم الباحث إشكالية رئيسة لدراسته هذه، هي على النحو التالي: ما هو الدور الذي لعبه الإعلام الإجتماعي في صناعة الرأي العام التونسي؟.

وقد إعتد الباحث في هذه الدراسة على فرضية رئيسة، تتمثل في إعتبار أنّ الإعلام الإجتماعي هو من أهم البدائل الإعلامية و الإتصالية الحديثة، و الأكثر نشاطاً على الساحة الإعلامية الدولية، وذلك نظراً لميزاته وخصائصه وتأثيراته الفورية على مستخدميه، وكان الباحث قد وظّف المنهج المسحي، و أستعان بالعينة العنقودية في هذه الدراسة، إنطلاقاً من أنها ممثلة للمجتمع الأصلي للدراسة، وبرّر هذا الاختيار بتشتت، و شساعة مجتمع البحث وصعوبة الوصول إليه، كما لجأ الباحث إلى أداة الاستمارة باعتبارها أداة مساعدة وضرورية في الوصول إلى النتائج المروجة، وهي بمثابة الكشاف الذي يرصد الواقع، ويمثل مخرجات العملية الإتصالية في المجتمع في علاقته مع المحيط الخارجي، وقد قسّم الباحث هذه الاستمارة إلى ثلاث محاور.

. أهم النتائج التي خرجت بها الدراسة: توّصل الباحث إلى مجموعة من النتائج التي تعتبر بمثابة الإجابة على التساؤل الرئيس للإشكالية الرئيسة والأسئلة الفرعية للدراسة وهي على النحو التالي:

- ✓ أكثر من نصف المبحوثين كانوا يتعرضون بصفة دائمة لمواقع الإعلام الإجتماعي أيام الثورة التونسية.
- ✓ أكثر من ثلثي المبحوثين يرون أن المدونين قادرين على تغيير النظام.
- ✓ أكدت غالبية المبحوثين أنهم شاركوا فكرة الإعتصام.

✓ أكد غالبية الباحثين أنهم قاموا بإعتصام.

✓ أكد غالبية الباحثين أن هدفهم هو إسقاط النظام.

في الأخير الباحث وصل إلى إجابة على تساؤل دراسته هذه وهي: أنّ مواقع الإعلام الإجتماعي ساهمت في صناعة الرأي العام التونسي، وتوجيهه صوب خدمة مصالح الثورة التونسية، لكنهما لم تصنع الثورة التونسية، وإنما ساهمت بشكل كبير وفعال ومباشر في إنجاحها.

الدراسة الثانية: رسالة ماجستير الموسومة ب: (دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين) للباحث عبد الله مبارك الرعود (عبد الله ممدوح، 2012).

بحثت هذه الدراسة في شبكات التواصل الإجتماعي و مشوارها في الفضاء المفتوح، بإعتبارها وسائل فعالة لتحقيق التواصل الإجتماعي بين الناس، من خلال مختلف الخدمات الكثيرة التي تقدمها من سهولة التواصل والتزامنية والتفاعلية، كما يعالج الباحث التحول الكبير في مسار هذه الشبكات، حيث أصبحت من الوسائل التي تستعين بها الشعوب في التنظيم والحشد للاحتجاجات حسب إعتقاد الباحث، والتي منها المطالبة بالتغيير السياسي والديمقراطية، إستنادا إلى مجريات الأحداث التي شهدتها الوطن العربي، وقد طرح الباحث في هذه الدراسة التساؤل الرئيس التالي: ما الدور الذي لعبته شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟.

وفي السياق إتمد الباحث على فرضية رئيسية في إجابته على إشكالية الدراسة، حيث رأى أن شبكات التواصل كان لها الدور الكبير في إحداث التغيير السياسي في تونس ومصر، وفي هذا السياق استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في الإجابة على هذه الإشكالية، وذلك باعتبار أنّ الدراسة تدخل ضمن البحوث الوصفية، و قد حدّد مجتمع دراسته من الصحفيين الأردنيين العاملين في مختلف المؤسسات الإعلامية من الصحافة المكتوبة إلى الإذاعة والتلفزيون،

ولجأ الباحث في دراسته هذه إلى العينة العشوائية البسيطة، وبرّر هذا الاختيار بإتساع حجم مجتمع الدراسة، و إعتد على دراسة ميدانية بأداة إستمارة إستبيان.

. أهم نتائج هذه الدراسة: توّصل الباحث إلى مجموعة من النتائج، والتي تعتبر كإجابة على التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية، والتي جاءت على النحو التالي:

✓ دور شبكات التواصل الاجتماعي في مقاومة الرقابة والحجب والدعاية في الإعلام الرسمي في التغيير السياسي ومصر في الترتيب الأول.

✓ التأثير الذي مارسه شبكات التواصل الاجتماعي على الرأي العام المحلي والإقليمي والدولي في الترتيب الثاني.

✓ شبكات التواصل الاجتماعي تساهم في التهيئة والتحريض على الاحتجاجات في الترتيب الثالث.

✓ أشار التحليل العاملي إلى أن هذه المجالات قد ساهمت في تفسير التغيير السياسي في مصر وتونس بنسبة فاقت %52، وهي تعتبر كإجابة نهائية على نص التساؤل الرئيسي للدراسة.

الدراسة الثالثة: ورقة بحثية موسومة ب: الأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الاجتماعي، وآثارها على اتجاهات الرأي العام (دراسة في المفهوم العلاقة والأهداف) للباحث نبيل لحر (لحر، 2020).

ترمي هذه الدراسة إلى تحديد الإطار المعرفي للأخبار الكاذبة، حيث تناول الباحث الجانب العلاقائي من مظاهر التزييف الإعلامي المنتشرة عبر شبكات التواصل الاجتماعي وآثارها على اتجاهات الرأي العام، خاصة في ظل تنامي إعتدادية الجمهور والمؤسسات في اتخاذ الفضاء الرقمي التواصلية مصدرًا مهمًا في التزود بالأخبار حسب تعبيره، وقام الباحث في هذا السياق بطرح تساؤله الرئيس مفككا على النحو التالي: ما علاقة شبكات الأخبار الكاذبة بشبكات التواصل الاجتماعي؟ وما تأثيراتها على الرأي العام؟

وللإجابة على التساؤلات التي طرحها، قام الباحث بتقسيم خطة الدراسة إلى ثلاث محاور أساسية، بدأها بالتقديم المعرفي والأكاديمي لمفهوم للأخبار الكاذبة، فيما تناول في المحور الثاني شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالرأي العام، وكشف من خلالها عن العلاقة الترابطية بين هذين المتغيرين، فيما خصص المحور الثالث لتقديم لدور شبكات التواصل الاجتماعي كبيئة حاضنة لنشر الأخبار الكاذبة، والتي تؤثر بدورها على الرأي العام حسب إعتقاد الباحث.

أهم نتائج الدراسة: توّصل الباحث من خلال هذه الورقة البحثية إلى الإستنتاج التالي: "التدفق الإخباري الهائل

الموجود على شبكات التواصل الاجتماعي رمى بثقله ونتج عنه تواجد كومة من الأخبار الكاذبة التي تؤثر على الرأي العام عبر سرقة إدراكه للحقائق من طرف هذه الوسائط"، و قد أثار الباحث في هذا المقام مسألة مهمّة أنه آن الأوان لتكثيف الجهود الإقليمية والدولية من أجل مواجهة الأخبار الكاذبة، وذلك عبر خلق آليات تحدّ من إنتشارها على هذه الشبكات، وهذا ما لمسّه الباحث من خلال جملة المبادرات التي تكمن في القوانين الرادعة لهذه الممارسة، ووضع ميثاق قانوني ملزم دولياً، إضافة إلى وضع أقسام خاصة على هذه الوسائط من أجل مكافحة هذه الظاهرة كما هو معمول به في المؤسسات الإعلامية.

الدراسة الرابعة: ورقة بحثية المعنونة ب: إشكالية الأخبار المفبركة وتأثيرها على الرأي العام للباحث: عبد الرزاق الدليمي (الدليمي، 2018).

تبحث هذه الدراسة في الإشكاليات التي تطرحها الأخبار الكاذبة أخلاقياً ومهنياً، و إنعكاساتها على الثقة المؤسسية خاصة في الفضاءات الإعلامية التقليدية، وتأثيراتها السياسية والاقتصادية والممارسات الاحتيالية المرتبطة بالغش في نشر الأخبار الكاذبة، وقد قدم الباحث في سياق هذه الدراسة مبررات إثارته لهذا النوع من القضايا التي تحمل صبغة السياق الإعلامي و الإتصالي، والمتمثل في تطور بعض الأحداث في العالم منها سباق الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية، و إنفجار الأزمة الخليجية، و إرتباط هذه الأحداث بشكل مباشر بتزايد إنتشار الأخبار الكاذبة

بطريقة أكثر ديناميكية، و إستخداماتها من طرف الأطراف المتصارعة على المصالح، وعليه إنطلق الباحث من إشكالية رئيسية هي : ما تأثير الأخبار المفبركة على الرأي العام؟.

و قصد الإجابة على تساؤل الإشكالية الرئيس وجملة الأسئلة الفرعية، إعتد الباحث على المنهج الوصفي لدراسة حدود ظاهرة الأخبار الكاذبة في سياقات مختلفة، وذلك بتوصيف وتفسير جميع الظروف المحيطة بها للوصول إلى دلائل وبراهين تضع أطرا محددة للمشكلة، كما إعتد الباحث على نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات) في تفسير العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور من المتلقين، من حيث رابط الأخبار والمعلومات، كما أضاف الباحث ما يعرف بتطبيقات السبين الإعلامي في سياق توافقها مع نظرية الأجندة في تفسير هذه العلاقة، كما خصص إطارا نظريا تحدث فيه عن السياق المعرفي لمصطلح الأخبار الكاذبة، وقدم في ذلك نماذج في عالم السياسة والإقتصاد لهذه الظاهرة، وقصد التعرف على عامل التأثير التي تحدثه هذه الظاهرة، أجرى الباحث إستطلاعاً على عينة من أساتذة الإعلام والصحفيين الأردنيين.

. أهم نتائج التي أشارت لها هذه الدراسة: خلصت نتائج هذه الدراسة إلى الإستنتاجات التالية: أنّ ظاهرة

الأخبار الكاذبة تبني على أهداف وإستراتيجيات يعمل على أساسها القائم على الفبركة، في حين أتفق غالبية الباحثين أنّ من أهم أهداف هذه الأخبار التأثير على الشخصيات وتحقيق الشهرة، ومن الأهداف الأخرى تحقيق أكبر نسب المشاهدة قصد التّموقع في المشهد الإعلامي، وعن درجة تعامل الصحفيين مع الأخبار الكاذبة فكان بشكل متوسط، ومن دوافع ذلك أن السبق الإعلامي غالبا ما يكون أحد الدوافع المهمة في الاعتماد على الأخبار الكاذبة، عكس مدرسي الإعلام الذين رأوا أنّ الاعتماد على الأخبار الكاذبة يكون بشكل مرتفع، ومن جملة الدوافع هو ما يتعلق بالعامل النفسي الذي يتوافق بإشباع الفضول حول قضايا تُهمهم.

الدراسة الخامسة: ورقة بحثية الموسومة ب: غوغائية المحتوى الرقمي، وسطوة الأخبار الكاذبة في زمن جائحة COVID19، للباحثين فضيلة تومي، عبد القادر بودريالة (تومي و بودريالة، 2021).

عالجت هذه الورقة البحثية الأدوار التي مارستها مواقع و وسائل التواصل الاجتماعي خلال الأزمة الصحية COVID-19 التي ضربت العالم مع نهاية العام 2019، ومطلع سنة 2020، وفي هذا السياق ملئت الأخبار المتعلقة بتطورات هذا الوباء، وتخلل هذه الأخبار الكثير من المعلومات المغلوطة، وانتشرت بسرعة فائقة على منصات التواصل الاجتماعي، وإمتد ذلك إلى أن وصلت إلى الهوس المعلوماتي، مما أدى إلى إنتشار الذعر الشديد لدى الأفراد، وهو ما دفع بالعديد من المؤسسات المتخصصة في مجال الصحة العمومية، على شاكلة منظمة الصحة العالمية ومختلف فروعها، و العمل على إستغلال مختلف مواقع و شبكات التواصل الاجتماعي من طرف المؤسسات الحكومية، وتنسيق مختلف الجهود، والعمل على تقديم معلومات موثوقة وذات مصداقية، لضمان الصحة النفسية لمستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، وعليه طرح الباحثان الأسئلة المحورية التالية: ما هو الدور الذي لعبه صنّاع المحتوى عبر منصات الإعلام الاجتماعي خلال أزمة وباء كورونا؟ وما هي التداعيات والآثار التي خلفتها الأخبار الكاذبة على الأزمة، وما هي سبل مجابتهما؟

وقد وُظّف الباحثان المنهج الوصفي المسحي، و إعتمدا على محاور رئيسية لتشخيص هذه الوضعية الإستثنائية على مستوى الاتصال الأزماي، بداية من مناقشة مسألة الميديا الاجتماعية، وسؤال المصدقية في مجابهة أزمة كورونا، عبر الإشارة إلى مختلف الأبحاث التي عالجت التثقيف الصحي من وجهة نظر المهتمين بتبعات هذا الوباء، وفي السياق ذاته كشفت لنا هذه الدراسة كذلك، عن تفعيل خاصية الهشتاغ، كتحفيز لمشاركة هذه الأخبار، والدعوة إلى تبني هذه الحملات عبر مختلف المنصات والمواقع، أما المحور الثاني، فتطرق إلى دور التفاعلية كأداة للتقارب الاجتماعي أثناء الحجر المنزلي. وهنا ركّز الباحثان على تضمين الأرقام الإحصائية خلال هذه الفترة الذي تزايد فيها عدد مشتركين مختلف المواقع والمنصات، والتي إنعكست على قيمة التواصل الافتراضي، عبر إرتفاع إستخداماتها على جميع المستويات التي كانت تعتمد على التواصل الواقعي، وأدى هذا التعلق، حسب تعبير الباحثين إلى تنامي ظاهرة الإغتراب والشعور بالوحدة، مما جعل إرتفاع الطلب على المعلومات الصحية يتصاعد، كما قدما الباحثان إطلالة على نماذج من الأخبار الكاذبة المروجة في زمن كورونا، كما لمحا الباحثان إلى أهمية ودور قادة الرأي في التصدي لهذا الوباء الصحي، ولم يغفل

الباحثان على تقديم أدوات وميكانيزمات مواجهة هذا الوباء على مستوى العالم، وهنا كانت الإشارة إلى مجمل الجهود، والتي برزت بشكل كبير على المستوى الإعلامي، والرسمي عبر تفعيل مختلف الوسائط المتاحة.

أهم نتائج الدراسة: توصل الباحثين إلى تقديم إحاطة معرفية حول أزمة صحية هزت العالم، والتي شهد من خلالها إغلاقا على جميع المستويات، و قد أشارت نتائج هذه الدراسة إلى لعب وسائل الميديا الجديدة دورا محوريا في التعامل مع مخزجات هذا الوباء، على مستويين إثنين، **المستوى الأول**، يتعلق بتنامي ظاهرة الأخبار الكاذبة على هذه المنصات والمواقع، أما **المستوى الثاني**، يتعلق بثورة مضادة قادتها دوائر إعلامية لمواجهة خطر هذه الأخبار على الأفراد والجماعات، ومن هنا توصل الباحثان إلى: أن بروز ظاهرة الأخبار الكاذبة في زمن الأزمات الصحية، يعتبر أخطر من الوباء نفسه، لكون تأثير هذه الأخبار على المستوى البسيكولوجي يكون بشكل كبير، خاصة أمام إرتفاع مستخدمي هذه المنصات والشبكات، مما إنعكس على تكوّن فويا الذغر لدى الأفراد بحسب وصف الباحثين.

ثانيا: الدراسات الأجنبية:

Etude 01 Gordon Pennycook. David G. Rand. Who Falls for Fake News? The Roles of Bullshit Receptivity, Over claiming, Familiarity, and Analytic Thinking (Gordon & David, 2019)

قامت هذه الدراسة في سياق بحثها عن الأدوار الحقيقية للأخبار الكاذبة خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي، حيث لجأ الباحثان إلى إجراء إختبار نفسي من خلال مؤسسة **Mechanical ،Amazon's** على الأفراد الذين يقعون في فخ الأخبار الكاذبة، حيث جرت تجربة على **1600** من الأفراد الناشطين على مواقع التواصل الاجتماعي، فقامت هذه المؤسسة بإطلاق حزمة من الأخبار عن طريق إنشاء حمل عشوائية في التجربة الأولى، بعد ذلك تم تركيب عناوين لأخبار دون ذكر المصدر، ثم قاما الباحثان بإعداد قراءة لتعليقات المتفاعلين مع هذه الأخبار، وذلك قصد معرفة كيف يتم تقبل هذه الأخبار، معتمدين في ذلك على الانعكاس المعرفي للأفكار القبلية ونظرية العملية المزدوجة؟، وكذا وضع التعليقات تحت المنظار النفسي والتحليلي لتجارب المتلقين المتفاعلين مع هذه الأخبار.

. أهم نتائج الدراسة: جاءت نتائج هذه الدراسة على النحو التالي: أنَّ معظم المبحوثين لا يلتفتون أثناء تلقيهم

الأخبار إلى المصدر، خاصة في العناوين التي تكون جذابة و بالبنء العريض، وتفسير ذلك أنَّ المستخدمين الذين يبالغون في إدعاء مستوى معرفتهم أنهم أكثر تصديقا للأخبار الكاذبة، وأنَّ العقلية المنفتحة على نطاق واسع في تلقي الأخبار تكون سببا مباشرا في تصديق أخبار زائفة، إضافة إلى إعتقاد بعض المستخدمين الذين رأوا أنها أخبارا غير حقيقية وأنها مدفوعة ومجهولة، وعليه خلُصت الدراسة أنَّ الأخبار الكاذبة تؤدي العديد من الأدوار السلبية على المستخدمين و بالتالي على المجتمع.

Etude 02. Hunt Allcott and Matthew Gentzkow. Social Media and Fake News in the 2016 (Hunt & Matthew, 2017).

بجثت هذه الدراسة في التأثيرات على ما يطلق عليها القصص الوهمية أو (الأخبار الكاذبة) في وسائل التواصل الاجتماعي في الولايات المتحدة الأمريكية، خاصة أثناء الحملات الانتخابية، وفي هذا السياق، ونظرا للعلاقة و الإعتقاد الكبير لهذه الوسائل من طرف المستخدمين الأمريكيين، كما تنظر هذه الدراسة في العلاقة بين الوسائل التي تنتج أخباراً كاذبة من زاوية إقتصادية، إنطلاقا من تصور الأخبار الكاذبة كإشارات مشوهة غير مرتبطة بالحقيقة، فالأخبار الكاذبة تظهر بشكل متساوٍ من الإشارات الدقيقة لأنها أرخص في تقديمها لمستخدميها، وعلى هذا الأساس قام الباحثان بإجراء إستطلاع عبر الإنترنت بعد الانتخابات الرئاسية الأمريكية لـ 1200 شخص، وبقاعدة بيانات تضم 156 خبرا متعلقا بالانتخابات، حيث تم تصنيفها على أنها كاذبة بواسطة مواقع رائدة للتحقق من صحة الأخبار في الأشهر الثلاثة التي سبقت الانتخابات، وعليه تم بناء هذا الاستطلاع على المعطيات التالية:

✓ . وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر سياسي للأخبار والمعلومات.

✓ . الأخبار المتداولة تميل لصالح المرشح دولاند ترامب.

✓ . نسبة التفاعل والمشاركة مع هذه الأخبار.

. أهم نتائج الدراسة: تحصلت هذه الدراسة على المعطيات التالية:

✓ أكد ما نسبته **14%** من المبحوثين من فئة المستخدمين الأمريكيين البالغين، أنهم يتقنون في مواقع التواصل الاجتماعي على حساب المنافذ التقليدية، حتى وإن كانت في بعض الأحيان هي مصدراً للأخبار الكاذبة.

✓ أكد هذا الاستطلاع أنَّ الأخبار المزيفة تم تداولها على نطاق واسع، وتميل بشدة لصالح المرشح دونالد ترامب، إذ تحتوي على قاعدة البيانات على **115** قصة مزيفة مؤيدة لترامب، حيث تمت مشاركتها على **Facebook** بما مجموعه **30** مليون مرة، فيما توجد **41** قصة مزيفة مؤيدة للمرشحة هيلاري كلينتون تم مشاركتها بما مجموعه **7,6** مليون مرة.

✓ فيما يخص التفاعل والمشاركة مع هذه الأخبار، كشفت النتائج أنَّ **38** مليون مستخدم ساهم في نشر هذه الأخبار بمعدل **760** مليون نقر من طرف المستخدمين، ويشكل المبحوثين في هذا الاستطلاع **0.64%** من مجموع الأشخاص البالغين في الولايات المتحدة الأمريكية، كما خلص الاستطلاع أنَّ **15%** من المبحوثين أنهم تلقوا **14** عنواناً مزيفاً طيلة شهر من الحملة الانتخابية.

✓ خلص الباحثان أن الأخبار الكاذبة هي صناعة تؤثر على البناء الاتصالي، وهي ورقة رابحة تستخدم في كثير من المجالات خاصة في الجانب السياسي، وتستخدم الأخبار الكاذبة كذلك كمؤثر نفسي بالدرجة الأولى، خاصة لدى المستخدمين في منصات ووسائل التواصل الاجتماعي.

Etude03. Lazer, David, et al. "Combating fake news: An agenda (Lazer, 2017) for research and action".

تحمل هذه الورقة المقدمة من طرف مجموعة من الباحثين في المؤتمر الدولي المعنون ب: (مكافحة الأخبار الكاذبة أجندة للبحث والعمل)، والذي نظمته جامعة (Harfield) بالولايات المتحدة الأمريكية في شهر مايو من سنة **2017**، وحمل هذا التقرير مجموعة من الأساسيات التي تعتمد عليها الأخبار الكاذبة، حيث قدم كل باحث قراءة بحثية حول موضوع من خلال زاوية معينة، فمثلاً تم تقييم الأخبار الكاذبة في الأساسيات التي تعتمد عليها هذه الصناعة الاتصالية التي تعتمد على التزييف، خاصة في النطاق الإعلامي المعاصر، والذي يوظف على مختلف التقنيات التي توفرها تكنولوجيا الإعلام و الإتصال، كما تم في ذات السياق و ضمن ورقة أخرى حملت عنوان كيف يتم اكتشاف الأخبار

الكاذبة؟، حيث قدمت في ذات الإطار أدوات الكشف التي تقدمها بعض التطبيقات، و التي يوفرها مزودي خدمة كشف الأخبار الكاذبة.

وقد نُظِم هذا المؤتمر، بالتزامن مع تصنيف مصطلح الأخبار الكاذبة كأكثر المصطلحات إستخداما، خاصة وأنَّ الساحة الدولية شهدت أهم الأحداث التي صنعت و تصدرت المشهد الإعلامي والسياسي في العالم، وهي إنتخابات الرئاسة الأمريكية التي أجريت مع نهاية 2016، والتي فاز بها المرشح دولاند ترامب على حساب هيلاري كلينتون، حيث ميَّز هذه الفترة نقاشات حادة بين المرشحين، خاصة و أنَّ الأخبار التي تحدثت عن إستخدام كل من ترامب وكلينتون أخبارا كاذبة كنوع من التأثير على أصوات الناخبين الأمريكيين، وهو ما فتح النقاش حول دور الأخبار الكاذبة في حسم توجه الناخب الأمريكي، وهو ما جعل من مخرجات هذا المؤتمر، أن تكون فرصة حقيقية لتشريح وقع الأخبار الكاذبة على المستخدمين من جمهور الميديا الجديدة، وهي كذلك إستشراف لآليات المجابهة والمواجهة التي تفرضها تحديات العصر الرقمي.

نتائج هذا المؤتمر: تم تسجيل مجموعة من المخرجات أو النتائج المنبثقة عن هذا المؤتمر، والتي من أهمها:

- ✓ . تحديد السياق المعرفي للأخبار الكاذبة في البيئة الرقمية.
- ✓ . دور المصدقية في إنتاج الخبر، وكذا مجابهة خطر الأخبار الكاذبة.
- ✓ . محاربة الأخبار الكاذبة، خاصة في المجال السياسي باعتباره نواة الاستقرار الاجتماعي.
- ✓ . دراسة الأخبار الكاذبة كبراديعم، وحوصلته ضمن الدراسات البحثية.
- ✓ . الإتفاق على ضرورة جعل ميثاق أخلاقي ومهني، تواجهه به حرب الأخبار الكاذبة خاصة في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.

Etude 04. Elsevier. S Talwar. A Dhir. D Singh. GS Virk. J Salo."

Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis" (Talwar, 2020)

قامت هذه الدراسة بإنجاز عمليات إحصائية، حيث تبنت في هذا الإطار نهجا مختلطا لإكتشاف سلوك مشاركة الأخبار المزيفة، وذلك بالإعتماد على تحليل البيانات النوعية لـ 58 مقالة مفتوحة منشورة عبر مختلف الوسائط الرقمية عن طريق تحديد ستة مظاهر سلوكية مرتبطة بمشاركة الأخبار المزيفة، بعد ذلك تم اقتراح نموذج بحث يفترض الارتباط بين هذه السلوكيات باستخدام إطار وفرضية تأثير الشخص الثالث، وتشمل في ذلك العمر والجنس كمتغيرات للتحكم في العملية الإحصائية، حيث تم استخدام مجموعتين من البيانات التي تم الحصول عليها من المسح المقطعي مع مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لاختبار النموذج المقترح.

أهم نتائج الدراسة: أشارت نتائج الدراسة إلى أن المشاركة الفورية للأخبار لخلق الوعي، كان لها تأثير إيجابي على مشاركة الأخبار المزيفة، ولم يكن للمصادقة على الأخبار قبل مشاركتها أي تأثير على مشاركة الأخبار المزيفة بسبب الزخم الإخباري التي تعود عليه الجمهور، خاصة في البيئة الرقمية التي تتميز بالتآكل المعلوماتي، كما أشارت نتائج الدراسة أيضا إلى أن مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي الذين ينخرطون في إجراءات تصحيحية نشطة من غير المرجح أن يشاركوا أخبارا مزيفة في هذه الفضاءات.

حدود الاستفادة من هذه الدراسات.

يستفاد من الأبحاث والدراسات السابقة التي أجريت في مجال تخصص معين أو في ظروف مشابهة، وذلك لتحديد موقف الباحثين من الظاهرة التي يرغبون في دراستها (الطائي، 2006، صفحة 23)، ولهذا شكّلت الدراسات السابقة بالنسبة للباحث إرثا معرفيا هاما، من حيث أنها أنارت له الطريق للغوص في عديد المتغيرات التي تناولت إشكالية دراسته، ومنحت له سبقا معلوماتيا لموضوع الدراسة، وعليه هذه المعطيات جعلت الباحث كذلك يدرك بعضا من خبايا موضوع بحثه، وبالتالي أكسبته الكثير من المعلومات، وعليه كانت الاستفادة على مستويين:

أ. ما تعلق بالجانب المنهجي

إستعانت جلُّ الباحثين في الإجابة على إشكاليات دراساتهم على المنهج الوصفي التحليلي، الذي منح لها صفة التحقيق في معرفة ما تحدّثه البيئة الرقمية من مخرجات خاصة مع إنتشار إستخدام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (Social.Media) التي إستولت على المشهد الإعلامي، ولعلَّ اعتماد هذه الدراسات على هذا المنهج يرجع لما يقتضيه هذا النوع من الدراسات والأبحاث الذي ينطلق من تحقيق إجابة لتساؤل تم طرحه، والذي يتوافق منهجياً مع متطلبات وحدود والمخرجات التي يحققها المنهج الوصفي خاصة في المجالات التي تبحث في المضامين الإعلامية والإتصالية، وشكَّلت هذه الملاحظة لدى الباحث خلفية معرفية، تفيد بأن هذا النوع من الدراسات يعتمد أساساً على منهج يحيط بالمشهد العام، ويبحث في خلفيات وأسباب هذه الظواهر، لما له من آليات وميكانيزمات تسمح للباحث في محاولة الإجابة عن مجموع الأسئلة المطروحة، وذلك ضمن متطلبات الدراسة المقدمة، ودوّن الباحث في معرض قراءته لمقتضيات هذه الدراسات مجموعة من الملاحظات، التي تظهر ضمن سياق محاولة فهم ما وصلت إليه هذه الدراسات، وذلك بالإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي.

ب. ما تعلق بالمضمون

شكَّّل الإطلاع على الدراسات السابقة فرصة للباحث في التعرف أكثر على التكييف المعرفي وإستخداماته خاصة في البيئة الرقمية، فمنحت له خلفية معرفية إستباقية لمحاوَر الدراسة المقدّمة، وأنَّ هذه الدراسات عاجلت تساؤلاتها كلُّ من زاوية مختلفة عن الأخرى، وهذا ما منح للباحث تعدد في المعارف والمعلومات التي وفرتها له هذه الدراسات، و التي أضاءت له بعضاً من تجليات وزوايا دراسته، كما منحت له صورة عامة حول أهم المخرجات التي قدمها مجموع الباحثين، إنطلاقاً من وضع إستنتاجات وتصورات و محاولة تقديم الحلول، التي ظهرت خاصة في طريقة الطرح المقدمة في شاكلة متغيرات هذه الدراسات، والتي منها الرأي العام وعلاقته بالتحول الرقمي، وكذا الخصوصية التي أضافها هذا الفضاء الذي ولَّد صناعة اتصالية تتعلق بالأخبار الكاذبة، والتي برزت في بيئة رقمية تنعدم فيها الضوابط المهنية خلال عملية إنتاج ونشر الأخبار على مختلف المنصات والوسائط الإلكترونية.

8- حدود الدراسة:

إنَّ المقصود من حدود الدراسة هو أن يقوم الباحث بتوصيف إتجاهات الدراسة على ثلاث إمتدادات هي الحدود الموضوعية والزمانية والمكانية، والتي تمكّنه في الأخير من فهم الظاهرة الإتصالية قيد الدراسة على مستوى هذه الإمتدادات، والتي تعتبر عنصرا مهما على المستوى المنهجي.

. أولا: الحدود الموضوعية:

تمتد هذه الدراسة إلى مسعى التعرف على ما تنتجه الصفحات الناشطة على موقع التواصل الاجتماعي (facebook)، من مضامين إعلامية كاذبة ومفبركة متعلقة بمخرجات الحراك الشعبي، وقياس أثرها على الرأي العام، كما تستقي في ذات الإطار آراء المختصين والأكاديميين الأساتذة الباحثين من حقلي علوم الإعلام والعلوم السياسية.

. ثانيا: الحدود الزمانية:

بدأ تحديد الإطار الزمني للدراسة مع نهاية العام 2019، أي إنطلاقا من طرح موضوع الدراسة والموافقة عليه من طرف الأستاذة المشرفة، و لجنة التكوين في الدكتوراه، و كانت البداية بوضع تصور لهيكل الدراسة، شاملا في ذلك المدخل أو الإطار المنهجي كإجراء أولي و استباقي، بعد ذلك تم الاستعانة بأدوات البحث البيليوغرافي، والتي سمحت للباحث في الانغماس والتعمق أكثر في محاور الدراسة، خاصة في إطارها النظري، والتي توجّحت في الأخير بإخراج العمل النهائي الخاص بالإطار النظري (بعد عملية التصويب والتصحيح من طرف الأستاذة المشرفة)، ثم الإنطلاق بعد ذلك في الجزء الخاص بالدراسة في إطارها التطبيقي، و الذي إمتد إلى غاية سنة 2022، حيث إقتضت الضرورة المنهجية، ونظرا لخصوصية البحث إلى الإستعانة بأداتين للدراسة تحليلية (إستمارة تحليل المضمون): والتي تبحث في مضامين على عينة من الصفحات الناشطة على موقع التواصل الاجتماعي (facebook)، وأخرى ميدانية (إستمارة استبيان) التي تعنى

بدراسات الجمهور، والمطبقة على بحوث الرأي العام، والقصد من توظيف هاتين الأداةين، هو جعل الدراسة أكثر ديناميكية، بما يحقق فرصاً أكثر للباحث في الإجابة على مجمل التساؤلات التي تم طرحها.

. ثالثاً: الحدود المكانية (الجغرافية):

من عنوان الدراسة الفرعي نستشف تحديد الإطار المكاني، وهو إمتداد إفتراضي لأخبار الحراك في الجزائر على موقع التواصل الاجتماعي (facebook)، وذلك في جزئه الخاص بالمضامين التي تنتجها الصفحات الناشطة على هذا الموقع، و التي كان الباحث قد حددها سابقاً، أما الإمتداد الفرعي الثاني فهو الجامعة الجزائرية، وذلك عن طريق إستجواب و إستطلاع آراء أساتذة الإختصاص (أساتذة باحثين في تخصص علوم الإعلام والاتصال، والعلوم السياسية)، ضمن نطاق محدد جغرافياً على ثلاث جامعات (جامعة ورقلة، جامعة الجلفة، جامعة الجزائر 3)، ووفق ما إستدعته متطلبات الدراسة.

09- منهج الدراسة:

تُعد خطوة إختيار المنهج خطوة مركزية و أساسية في بناء أي دراسة، ويعرّف المنهج على أنه ذلك الأسلوب أو الطريقة الواقعية التي يستعين بها الباحث، قصد مواجهة مشكلة بحثه، أو دراسة لمشكلة موضوع البحث (بوحوش، 1995، صفحة 29)، فالمنهج إذن هو القوام الذي يحدد العلاقة التي تجمع الباحث بموضوع دراسته، وتحيله إلى تقديم عمل منظم يصل به إلى تحقيق غاياته البحثية، وبالحدّث عن موضوع دراستنا التي تنتمي إلى دائرة الدراسات الإعلامية، والتي هي في الحقيقة دراسات تهتم بتسليط الضوء على الجانب العلاقي بين مكونات العملية الاتصالية، خاصة إذا اعتقدنا أنّ فعل الممارسة والتأثير والأثر، يقودنا إلى وصف وتفسير وتحليل تلك الظاهرة، و لا يكون ذلك إلاّ بإختيار منهج يتلاءم مع أساسيات ومخرجات هذه الدراسة، وعليه فإنّ طبيعة دراستنا تدخل ضمن سياق إستخدام المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، الذي يقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين، بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو في فترات متعددة، وذلك من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره (الطائي، 2006، صفحة 95)، و تصنّف هذه الدراسة

كما أشرنا سابقا ضمن البحوث الوصفية التحليلية، و التي تبحث في وصف العلاقات السببية ومحاولة الكشف عن طبيعة هذه العلاقات (عليان، 2000، صفحة 43)، وذلك من خلال دراسة مضامين وسائل الإعلام المتمثلة في الصفحات الناشطة على موقع التواصل الاجتماعي (facebook)، وهو ما يتوافق مع متغيرات هذه الدراسة التي تسعى إلى تفكيك و تشخيص ظاهرة الأخبار الكاذبة في شبكات التواصل الاجتماعي، وتأثيراتها على الرأي العام، و لا يتحقق ذلك إلا من خلال التَّعَرُّف أولاً على عملية الأثر الذي تحدثه على الرأي العام، خاصة في البيئة السياسية المعاصرة، وذلك بإسقاط الأحداث التي وقعت في الجزائر من خلال ما عرف بالحراك الشعبي.

و كما هو متعارف عليه تتَّسم الدراسات الوصفية التحليلية في أنها تبحث في مواضيع ومضامين خبرية من حيث الكم والكيف، وذلك بالعمل على تشريح وتفسير هذه العلاقة وفق إستمالات محددة، كما تعمل هذه البحوث على تقصي آراء المتلقين من مستخدمي الفضاء الافتراضي، ممن لهم الدراية بمحتوى هذه المضامين، كما تستهدف التعرف على الجمهور الذي يتعرض لمضامين وسائل معينة، من خلال الكشف عن دوافع التعرض، وأوقاته، وعقد مقارنات بين الواقع الذي تنقله وسائل الإعلام والواقع الحقيقي (مكاوي، 2016، صفحة 394)، وسميت بأبحاث وصفية لأنها إرتبطت بمفهوم **descriptive research**، الذي يقوم بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة والمعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر، ومحاولة تحقيق الوقائع التي تدور عليه تلك الأحداث والوقائع، من خلال وصف تقريرى لتلك الوقائع وتحليل وتفسير الأسباب الظاهرة.

وعليه فإن مبررات إختيار وتوظيف المنهج المسحي بشقيه الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، فالحقيقة أنه توافرت عدة أسباب للباحث جعلت منه يختار هذا المنهج، منها التلاءم المنهجي مع متطلبات الدراسة التي تبحث في مفهوم الأثر كممارسة و كمتغير أساسي في الدراسة، كذلك أن الدراسة تتناول ظاهرة إتصالية توغلت في الفترة الأخيرة (الأخبار الكاذبة)، وتزامنها كذلك مع الظروف التي رافقت هذه الصناعة الاتصالية، وكذا إتساعها بشكل رهيب خاصة على مستوي الفضاءات والوسائط الرقمية، أين شكَّلت مادة دسمة لدى مستخدمي وسائل ومواقع التواصل الاجتماعي، مما جعل الباحث يغوص في تحليل الخلفيات و البحث نوع الإستمالات المستخدمة التي تبني عليها المضامين الكاذبة المروجة على هذه المنصات، إنطلاقا من رصد هذه المضامين وتحديدتها، ثم جمعها و قياس مدى الأثر التي تحدثه على الرأي العام.

10- مجتمع البحث وعينته.

أ. مجتمع البحث:

يعتبر تحديد مجتمع البحث من الخطوات الأساسية لبناء أي تصور منهجي يحمل صفة البحث الميداني أو التحليلي، وبالتالي تتطلب الدراسة التطبيقية تحديد إطار أو سياق البحث في مجال مكاني وبشري أو مادي معين، و بنوع ومستوى مجتمع الدراسة، ويقصد بمجتمع البحث مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات أو الأشياء أو الأحداث التي نريد أن نصل إلى إستنتاج مآلاتها والتعرف وإكتشاف خصائصها (صالح أ.، 2021، صفحة 56)، كما يعرف مجتمع البحث كذلك بأنه مجموعة من العناصر لهم خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزه عن غيره من العناصر الأخرى التي يجرى عليها البحث أو التقصي (أنجرس، 2004، صفحة 65) ، و قد لجأ الباحث إلى بناء تصور جامع بما يحقق له مبدأ التوافق بين مخرجات المتغيرات التي تقتضيها إجراءات الدراسة التطبيقية، والتي تنبني على الإختيار السليم لمجتمع البحث الذي يحيله في الأخير إلى الوصول إلى إيجاد إجابات مقنعة لتساؤلات دراسته.

إذن يمكن القول أنّ طبيعة الدراسة وأهدافها، هما اللتان تُمليان على الباحث أن يختار من مجتمع البحث ما يستجيب لما تطمح إليه تساؤلات الدراسة، وأنّ يكيّف عينته وفق ما تستدعيه متطلباتهما، حتى يتمكن من حصر عناصر إشكاليته، وتناولها من جميع الزوايا المعالجة (تومي، 2016، صفحة 26)، وعليه فمجتمع البحث في هذه الدراسة يتكون من مستويين من مجتمع البحث : **المستوى الأول**: هو موقع التواصل الإجتماعي **facebook** الذي تُنشر فيه الأخبار الكاذبة التي تتعلق بمخرجات الحراك الشعبي في الجزائر، وهذا ما يطلق عليه **بالمجتمع المستهدف**، أما **المستوى الثاني** من مجتمع البحث هو الذي يُشكّل صلب الدراسة التحليلية، والمتمثل في الصفحات الناشطة على موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك، والتي تعمل على نشر أخبار كاذبة تتعلق بمخرجات الحراك الشعبي في الجزائر، وهو ما نطلق عليه **بمجتمع البحث المتاح**.

ونظرا لصعوبة وإستحالة حصر جميع هذه الصفحات المشكّلة لمجتمع البحث، وتكمن مبررات ذلك لعدة أسباب نذكر منها: تعقد البيئة الرقمية، وإنتشار فوضى الاتصال، وتعدد القوائم بالاتصال (تعدد وإنتشار مواقع ومنصات

الأخبار)، وكذا غياب الإحصائيات الرسمية التي تصنف الصفحات الناشطة التي تعمل على نشر الأخبار الكاذبة، بالإضافة إلى إنعدام قاعدة بيانات ترصد كل هذه الصفحات، وعليه كان لابد من إختيار عينة تمثل مجتمع البحث الأصلي محل الدراسة، ثم بعدها يمكن تعميم النتائج على كل الصفحات الناشطة على موقع التواصل الإجتماعي، والتي تستقي وترصد أخبارا كاذبة من مجموع الأخبار المتعلقة بالحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر.

ب. عينة الدراسة:

كما سبق الإشارة إليه سابقا فإن عينة الدراسة على مستويين إثنين، الأولى خاصة بالدراسة التحليلية، والثانية خاصة بالدراسة الميدانية.

1. **عينة الدراسة التحليلية:** العينة أو (المعينة) كما عرّفها مُجد عبد الحميد هي : "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث ، لأنه و في الكثير من الحالات سوف يتعامل الباحث معها منهجي (تمار، 2007، صفحة 24)"، وتعتبر عملية إختيار العينة عملية حاسمة وأساسية في البحث العلمي، فهي تحدد وتؤثر على جميع خطوات البحث العلمي، فإذا كانت النتائج التي يتم الوصول إليها لا يمكن تعميمها ولو بدرجة بسيطة خارج نطاق العينة المستخدمة (الحمادي و آخرون، 2006، صفحة 193)، وقد إعتد الباحث في هذه الدراسة على **العينة القصدية (purposive.sample)**، والتي هي نوع من أنواع العينات الغير عشوائية، حيث ينتقي فيها الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته، وكما هو معروف فإنّ إختيار مفرداتها يكون بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، وهي من أنواع العينات التي يقوم فيها الباحث بتحليل موضوع إعلامي في دورية معينة خلال فترة محددة، وهذا ما تحدث عنه أحمد بن مرسل في مؤلفه مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (مرسلي، 2010، صفحة 47)، وهذه العينة من العينات الغير إحتماالية، والتي لا يتم إختيار وحداتها بطريقة عشوائية، وإنما يتم إختيار وحداتها وفق معايير يقرر الباحث إعتماها (الحمادي و آخرون، 2006، صفحة 206).

وقد تمثلت مبررات وخطوات إختيار عينة الدراسة، وهي على النحو التالي:

● وقع إختيار الباحث على صفحة ناشطة على موقع التواصل الاجتماعي **facebook**، وهي صفحة فايبك نيوز ديزاد، وعليه فقد منحت هذه الصفحة للباحث إمكانية الوصول إلى إستنتاجات صالحة وقابلة للتطبيق على مجتمع الدراسة الكلي (جميع الصفحات التي تنشر الأخبار الكاذبة ذات العلاقة بمخرجات الحراك الشعبي) على مستوى هذه الصفحة، كما تم في السياق ذاته تحديد المضامين التي رصدتها هذه الصفحة، والتي تحمل وتشير إلى دلالة إخبارية، والتي تُعنى بمخرجات الحراك الشعبي، والتي تحمل صفة الخبر الكاذب، وذلك وفق ما حددته آليات الكشف المتاحة، و التي صنفتها كأخبار مفتركة أو كاذبة.

● حدد الباحث الفترة الزمانية منذ تأسيس الصفحة المشكلة لعينة الدراسة التي كانت إنطلاقتها بداية من شهر أفريل 2019 إلى غاية شهر مارس من العام 2020، وهي الفترة التي إرتفع فيها نسق الحراك على المستوى الجغرافي (إمتد إلى كل مناطق الوطن)، وكذا على المستوى المطلي (إتساع قائمة المطالب الشعبية).

● كما تم إختيار هذه العينة من مجموع الصفحات محل الدراسة وفقا للمعطيات التالية:

✓ . إختيار محتوى إخباري (ذو دلالة إخبارية): المقصود في ذلك أنه لا يمكن أن نقول أن الخبر هو ذي دلالة معرفية إخبارية ينتظرها الجمهور، إن لم يحتوي على صيغة الإخبار، وبالتالي هو عنصر أساسي إستعان به الباحث كمنطلق للإختيار السليم لعينة الدراسة..

✓ . وجود عناصر البناء الخبري الزائف: وهي تناول هذه الصفحة أثناء نشر نقل الأخبار، يكون في سياق الأحداث المتعلقة بأخبار الحراك الشعبي، ووفق آليات معينة، إعتمد عليها الباحث مثل نوع الإستمالات المستخدمة في الأخبار الكاذبة.

✓ . توفّر نطاق المتابعة الجماهيرية: وهي شرط رأى فيه الباحث أنه مهم جداً، وهو يمثل في الحقيقة قياسا لحجم الجمهور المتابع لهذه الصفحة، وهي دليل إستباقي يوحي بأهمية هذه الصفحات في هذا الفضاءات أو المنصات الإلكترونية.

2. **عينة الدراسة الميدانية:** إستكمالاً للإجراءات التي تفرضها متطلبات الدراسة، تم الإستعانة بعينة قصدية متاحة أخرى من مجتمع بحث متمثل في أساتذة جامعيين من حقل علوم الإعلام والإتصال والعلوم السياسية، وكان هذا الإختيار، له مبرراته وأسبابه منها: ضرورة دراسة الجمهور وفق ما تقتضيه متغيرات الدراسة، والمتمثلة في قياس الرأي العام، وقد راعى الباحث خلال عملية إختيار عينة دراسته:

- إتساع وضخامة حجم الجمهور المتمثل في أساتذة الاختصاص، فلا يمكن أن نحصر جميع الأساتذة الناشطين عبر مختلف جامعات الوطن والذين هم بالمئات.
- طبيعة الموضوع لا تفرض تمديد حجم عينة الدراسة، نظراً لأن الأمر يتعلق بدراسة جمهور يشكل النخبة في المجتمع، بالإضافة إلى وجود فرص التقارب المعرفي للمبشرين حول المسائل الوطنية.
- حوكمة وإختيار حجم العينة وتوافر التلائم المنهجي الذي حدده الباحث، والذي سيشيح له فرصة جمع وتحليل المعطيات المتوفرة، قصد تقديم قراءة للمعطيات بشكل سلسل، والتي تمكنه في الأخير من تحصيل إجابات واضحة لما تم طرحه في الدراسة من تساؤلات.
- طبقاً لمقتضيات أكاديمية بحتة في كيفية إختيار عينة الدراسة، وذلك من منطلقات تتعلق بالظرف السياسي القائم، وحدود توفر عنصر المواكبة، إنطلقت رؤية الباحث وفق التصورات التالية:

✓ . **طبيعة الأحداث ونوع القضايا المثارة في فترة الحراك الشعبي:** رأى الباحث أن جميع القضايا المرتبطة بأي محاولات التعبير الشعبي تحمل إطاراً ومعطىً سياسي بالدرجة الأولى، والتي غدّته في ذلك أو أطرته وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، وهو إسقاط على تجربة الحال في الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر في تلك الفترة.

✓ . **دور النخبة في المشهد السياسي والإعلامي أثناء فترة الحراك الشعبي:** رأى الباحث أنّ مقتضيات الدراسة تحمل الصبغة الإعلامية بنظرة سياسية قبلية وبعديّة، ذلك أنّ النخبة تستقرأ الأحداث وتستشرف الأفق أو المخرجات التي تعبر عنها الأحداث المستجدة، والتي تمثلت في حدث ليس ككل الأحداث وهو الحراك الشعبي.

✓ . **إستيقاء رأي المختصين في المجال الإعلامي والسياسي:** يعتبر الحراك منطلقاً بحثياً مهماً للمختصين والباحثين في حقل الإعلام والإتصال، وكذا نظرائهم في مجال العلوم السياسية، نظراً لمخرجات وحساسية وطبيعة هذا

التحول الذي له أسبابه وظروفه، والتي تنطلق من سياق إعلامي، ودور وسائل الإعلام في الحراك الشعبي، خاصة في طريقة المعالجة الإعلامية في ظل تعدد القائم بالاتصال، وظهور الأخبار الكاذبة كصناعة إتصالية في المشهد الإعلامي، وكذا فرص وآليات التحول السياسي، خاصة وأنها متعلقة بمتغير سياسي وإجتماعي، الذي يعتبر رقما هاما في المعادلة السياسية وهو الرأي العام.

وعليه وعلى أساس هذه المعطيات، تم استرجاع عينة مكونة من **64 مفردة** من أساتذة التعليم الجامعي من مصاف أستاذ التعليم العالي (بروفيسور)، وأستاذ محاضر"أ" ، وكذا أستاذ مساعد من التخصصين من مجتمع بحث مكون **370 مفردة** (أنظر إلى العدد الإحصائي لأساتذة لعلوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية) (راعينا في ذلك قدر المستطاع توزيع مفردات العينة وفق التخصص والرتبة)، و تفوق هذه النسبة **10%** من المجموع الكلي لأفراد العينة، وهو الحد الأدنى المقبول من حجم العينة لتعميم نتائجها على مجتمع البحث (خليفة و شيقارة ، 2017، صفحة 289)، حيث تم في هذا الإطار توزيع الإستمارات على المعينين من الأساتذة في فترة زمنية إمتدت على طول شهر **جويلية 2022**، و ذلك بالإعتماد على نموذجين الأول: إستمارة ورقية، وتسليمها للمبحوثين بشكل مباشر(يد بيد)، و نموذج آخر: إستمارة إلكترونية على تطبيق نماذج جوجل (**Google Forms**) التي هي عبارة عن برنامج لإدارة الاستبيان إلكترونيا، حيث تم التواصل في هذا الإطار مع المبحوثين على نظام الرسائل (**messenger**) الذي يوفره مزود الخدمة موقع التواصل الإجتماعي **facebook** أو خدمة البريد الإلكتروني (**gmail**)، وذلك قصد إبداء الموافقة من طرف المبحوثين على الإجابة على الإستبيان، ثم توزيعها عليهم.

11- أدوات جمع بيانات الدراسة التطبيقية:

تعتبر أدوات جمع البيانات من المراحل المهمة، ومن الخطوات الأساسية في أي دراسة تطبيقية، وفي هذا الإطار عمل الباحث على إيجاد وتحديد أداة أو مجموعة من الأدوات، والتي يستعين بها في جمع البيانات المتعلقة بموضوع دراسته، والتي هي متعددة ونذكر منها الإستبيان، والإستمارة تحليل المضمون، والمقابلة، والملاحظة... الخ.

توجد هنالك الكثير من الأدوات البحثية التي هي في متناول الباحث، والتي تحيله إلى إيجاد السبل أو الطرق التي تقوده للحصول على إجابات لإشكالية بحثه، خاصة في مجالات العلوم التطبيقية والاجتماعية والنفسية (العسكري، 2004، صفحة 169)، وفي هذه الدراسة تم الاستعانة بأداتين وفقاً لمقتضيات الدراسة ونظراً لطبيعة الموضوع، وهي إستمارة تحليل المضمون التي تبحث في دراسة مضامين الوسائط الإلكترونية المتمثلة في شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي، وذلك من حيث الشكل أولاً ثم المضمون بشكل أساسي، فهذه الأداة ستعين الباحث على الحصول على معلومات كافية قصد تحليلها، أما الأداة الثانية فهي أداة إستمارة الإستبيان وهي الخاصة بدراسة الجمهور، حيث تساهم هذه الأداة في التعرف على وجهة نظر الجمهور للمضامين التي تنتجها هذه الوسائط، من خلال قراءة وتفسير ما قدمه الجمهور في سياق إشكالية الدراسة.

أ. أداة تحليل المضمون:

يتكون مصطلح تحليل المضمون من جزأين الأول هو التحليل، والثاني هو المضمون، وكلمة تحليل تعني تفحص عن وعي و إنتباه يميز بين الدقيق والأدق منه، والمضمون هو المكنم الدلالي الذي تتمركز عليه الفكرة أو القيمة أو النص والخطاب، وما يحمله من معنى للمفاهيم التي يتم عرضها أو قولها أو كتابتها، ولذلك فالتحليل العلمي عندما يستهدف الدلالة على وحدة الموضوع، وبؤرة إهتمامه يكون منصّباً على المضمون (عقيل، 2012، صفحة 158)، وعليه فأداة تحليل المضمون يجب أن تتضمن أبعاداً كمية في مجال رصد الظاهرة البحثية وعناصرها المختلفة، حتى يمكن مقارنتها ببعضها البعض، وإستخلاص المؤشرات بطريقة موضوعية متفق عليها وهي الكم، الذي يعتبر شرطاً أساسياً

وخاصيةً لا يستغنى عنها في بحوث تحليل المضمون باعتباره مرادفاً للموضوعية (اللبان، 2012، صفحة 93)، فأداة تحليل المضمون تهدف إلى البحث وجمع وتحليل مضامين وسائل الإعلام.

وعليه فقد إقتضت هذه الدراسة البحثية ومن المنطلقات المنهجية التي تم تحديدها سابقاً، أن إستخدام أداة تحليل المضمون هو في الحقيقة يتضمن دراسة في إطار مختلف من حيث نمط المعالجة التي يتموقع فيها باتت تنتج منصات وشبكات التواصل الإجتماعي من مضامين مختلفة، وهو ما يضع الباحث تحت إطار الإستعانة بنماذج قبلية تناولت قضايا خاصة بمضامين وسائل الإعلام، وهو فعلاً ما تؤكد منه الباحث، خاصة أننا أمام مشكلات بحثية تعالج مخرجات ما يسمى بوسائل الإعلام الجديد وإفرزات تكنولوجيا الإعلام والإتصال.

تم تصميم نموذج لإستمارة تحليلية، والتي تُبنى على ما يتحقق من نتائج ومعطيات على شكل إستمارة تحليل المضمون التي تتيح للباحث فرصة التعاطي وتفسير المعطيات وفق: كيف قيل؟ وماذا قيل؟، في محاولة منها للإجابة على ما تنتج منصات التواصل الاجتماعي خاصة في البيئة الرقمية من معلومات وأخبار وغيرها من المواد الإعلامية (عبد الله صالح، 2015، صفحة 56)، فهي تعمل على رصد للتكرار الكمي والكيفي للكلمة، والفكرة والجملة في الخطاب الشفوي أو النص المكتوب، والذي يعطي الموضوع تأثيراً سلبياً أو إيجابياً، مما يجعل الباحث منتبهاً إلى ذلك، خاصة أثناء تجميع المعلومات وتفسيرها، بالإضافة إلى ضرورة الإنتباه للتكرار الكمي للكلمة أو العبارة أو الجملة (عقيل، 2012، صفحة 160).

وعليه قام الباحث في خضم تصميمه لإستمارة تحليل المضمون إلى بناء تصور منهجي، وفق تقسيم إعتد فيه على فئات تتعلق بالشكل وأخرى تتعلق بالمضمون، والتي هي كالآتي:

■ **فئات الشكل: (كيف قيل؟):** وهي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المزمع دراسته، وعادة ما تحاول الإجابة عن سؤال: كيف قيل؟ (تمار، 2007، صفحة 44)، وهو كذلك الشكل الذي قُدمت فيه المادة الخيرية على مستوى عينة الدراسة، والمتمثلة في الصفحات الناشطة على موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك وفق الفئات التالية

. فئة اللغة المستخدمة: تعتبر اللغة حلقة مهمة في صناعة أي مضمون هدفه يكون إعلامي، والهدف الأساسي من تحليل هذه الفئة هو تحديد المستوي اللغوي المقدم للجمهور، وكذا قياس درجة التأثير ودرجة التفاعل، خاصة أن اللغة هي جسر للتواصل وخطاب للزمان والمكان الذي يتموقع فيه الجمهور، وبالتالي فاللغة معيار تقاس به درجة الإستيعاب المعرفي للمضامين المنشورة.

. فئة طبيعة المنشورات: المقصود في هذه الفئة هي الشكل والقالب الذي تُقدم فيه المضامين المنشورة على مستوى هذه الصفحات للجمهور، ويتم تحديدها إن كانت فيديوهات أو صور أو مقالات أو ملصقات روابط إلكترونية ... الخ، فالقالب الذي تنشر فيه هذه المضامين يعكس تساؤل: ما نوع الشكل الأكثر تأثيراً على الجمهور؟

■ فئات المضمون (ماذا قيل؟): ويقصد بها محتوى المادة الخبرية بمختلف أشكالها، من الآراء والأفكار والمعاني والمعلومات، والتي جرى تناولها في الصفحات المشكلة لعينة الدراسة، وتم في هذا الإطار تقسيم وحدة الموضوع إلى مجالين، الأول: يتعلق بالجزء الثابت في المادة الخبرية، والثاني: يتعلق بالجزء التفاعلي لموضوع المادة الخبرية.

. أولاً: الجزء الثابت في فئات التحليل.

. فئة نوع القضايا المنشورة: وتشير هذه الفئة إلى تصنيف الموضوعات التي أشارت إليها الصفحة، والمقصود في ذلك نوع القضايا إن كانت سياسية أو إجتماعية أو إقتصادية... الخ، ويعتبر تصنيف هذه الفئة عنصر مهم جداً في عرض أي دراسة تحليلية تتناول قضايا ذات بعد إعلامي تحت حكم الأهمية ومكانة المضامين الإعلامية.

. فئة الموضوعات المتعلقة بأحداث الحراك الشعبي: المقصود هنا في هذه الفئة هو رصدُ للمواضيع التي تضمنتها الصفحة ورصدت حقيقتها وخلفياتها، وهي مواضيع يتحكم فيها سياق الأحداث، والتي عاشتها الجزائر خلال مجريات والأحداث المتعلقة بالحراك الشعبي، وهنا يفرض التنوع في رصد الأخبار الكاذبة كالأخبار التي تتعلق بالشخصيات الوطنية والهوية الوطنية... الخ.

. فئة الموضوعات المتناولة حسب الشهر: يكون رصد وإحصاء عن الموضوعات الكاذبة التي تناولتها الصفحة

طيلة عام كامل من نشاط رصد الأخبار الكاذبة، وفي هذا السياق تم تسجيل عن أكثر الأشهر التي تم فيها رصد أكثر الأخبار الكاذبة، وهنا كنا قد تتساءلنا عن أسباب إرتفاع نسق الأخبار خلال أشهر معينة.

. فئة مصادر الأخبار الكاذبة التي أشارت إليها الصفحة: عادة ما يخضع بناء أي خبر إلى مصدره، فإما أن

يكون مستند إلى مصدر مجهول أو مصدر معلوم، وتختلف مصادر الخبر من عدة جهات (وسائل الاعلام، هيئات حكومية، شبكات ومواقع التواصل الإجتماعي، مصادر أخرى... الخ).

. فئة مستوى الإستعمالات المستخدمة: تعتبر الأساليب المستخدمة في بناء موضوع المادة الإعلامية، والخبر

بالخصوص في عينة دراستنا هذه عنصرا أساسيا في تحقيق عناصر الجذب الجماهيري، والتي قد تكون إما عاطفية أو عقلية أم هما معاً، ويظهر ذلك من خلال الصور والكلمات وكل الإيحاءات المستخدمة في هذه المضامين الكاذبة.

. فئة نوع الرد في تكذيب الأخبار: المقصود في نوع الرد على تكذيب الأخبار الكاذبة، هو نوع الإستناد الذي

وظفته هذه الصفحة رداً وتكديداً للخبر المرصود، ومن أمثلة ذلك نجد فيديوهات تعري حقيقة الخبر وخلفياته، أو روابط إلكترونية أو صور، أو حتى بيانات رسمية صادرة عن هيئات موثوق بها.

. ثانياً: الجزء التفاعلي في موضوع المادة الخبرية.

تمثلت وحدة التحليل في هذا الجزأ في مستوي التفاعل الذي يرافق المضامين والمواد الإخبارية المنشورة على

الصفحات المشكّلة لعينة الدراسة، ومن هنا يتضح لنا إتجاه جمهور القائم بالإتصال مع المحتوى الإخباري المنشور.

. فئة تفاعلات الجمهور مع الموضوعات: يوفّر موقع فيسبوك لمستخدميه إستعمال ما يعرف بالإيموجي الذي هو "عبارة

عن صورة صغيرة إما ثابتة أو متحركة، إذ تمثل تعبيراً لوجه أو مفهوماً ما في العالم الشبكي، وتطبيقات الهواتف الذكية،

ومنصات المراسلة الأخرى" (الشافعي، 2020)، و هو كذلك لغة إيجابية تهدف للتعبير عن موقف جمهور هذه

الصفحة مع ما تقدمه من مضامين، كما يحمل نوع التفاعل تعليقات جمهور الصفحة، كذلك لا يخلو أي منشور من تعليقات الجمهور، خاصة إذا كان الأمر يتعلق بموضوع يحظى بإهتمام جماهيري، فالتعليقات هي جزء من الموضوع، وحجم التعليقات يعطي للخبر قيمته الإحصائية على الأقل كمؤشر حقيقي لمكانة هذا الخبر في الأوساط الجماهيرية ولدى مستخدمي هذه المواقع والشبكات، كذلك مشاركة المنشور مع الأصدقاء أو في صفحات أخرى تعتبر صورة تفاعلية معبرة يوفرها تطبيق فيسبوك.

. **فئة تضمين الإضافات:** تُظهر هذه الفئة توظيف الجمهور المتفاعل مع المنشور لبعض الإضافات التي يتيحها موقع فيسبوك ك: إرفاق ملصقة جاهزة (أفتار) أو تضمين صورة ساخرة، أو مشاركة للمنشور سواء على صفحة أو مجموعة أو ملف شخصي.

. **فئة الرد على الرد:** ويكون ذلك بدعم الموقف أو الاعتراض الذي يظهره الجمهور لتعليق من التعليقات، وقد يكون إما بالضغط على أحد أدوات الإيموجي، أو التعليق على هذا المنشور.

فئة إتجاه الجمهور: تعتبر هذه الفئة معيارا حقيقيا لمعرفة طبيعة آراء المتفاعلين مع هذه المضامين الإخبارية الزائفة، وكذا قياس إتجاهاته إن كانت مؤيدة أو معارضة أو حيادية، ويكون ذلك بعد فرز مجموع التعليقات حول الموضوع الذي تم نشره على هذه الصفحات، والتي هي مؤشر على معرفة رأي الجمهور.

■ إجراءات صدق وثبات الإستمارة:

يقصد بصدق وثبات الإستمارة أو الأداة، هو إختبار مدى صلاحيتها في تحقيق أهداف الدراسة، إستنادا إلى إجراء عملية إختبار ظاهري لأجزاء الإستمارة، وهذا ما يطلق عليه بالصدق الظاهري (الحمداي و آخرون، 2006)، وبعد التحديد الدقيق لفئات تحليل المضمون ووحداته، قمنا ببناء استمارة تحليل المضمون بما يحقق أهداف الدراسة، ويوجب عن أسئلتها، وتم عرضها على عدد من الأساتذة المحكمين* (أنظر إلى الملحق الخاص بجدول المحكمين)، الذين أفادوا بصلاحياتها لإجراء الدراسة التحليلية بعد إدخال بعض التعديلات الطفيفة المطلوبة.

أما بالنسبة لإجراءات الثبات فقد تمثلت في قيام الباحث وباحث آخر، بتحليل ما يتمثل حوالي 10% من عينة الدراسة المتمثلة في المواد الإخبارية على صفحة **Fake news DZ** الناشطة على موقع فيسبوك، وتطبيق معادلة هولستي، بلغت نسبة الثبات 86%، وهي نسبة مقبولة جدا دلت على صلاحية تطبيق إستمارة التحليل.

ب. أداة الإستبيان:

تطلبت هذه الدراسة توظيف دراسة الجمهور كما تم ذكره سابقا، وتم في هذا الإطار الإستعانة بأداة إستمارة الإستبيان، وتعرّف الإستبيانية أو إستمارة الإستبيان: "بأنها أداة تضم مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية" (عليان، 2000، صفحة 82)، وهي طريقة لجمع البيانات بواسطة إستمارة يتم تعبئتها من طرف المستجيب، وتستخدم الاستبيانات بشكل رئيسي في مجال الدراسات التي تهدف إلى إكتشاف حقائق عن الممارسات الحالية، وإستطلاعات الرأي وميول الأفراد (العسكري، 2004، صفحة 172)، و تتكون عادة أداة الإستمارة من جزأين: 1) الخطاب الغلافي، و 2) إستمارة الإستبيان، فالخطاب الغلافي هو عبارة الرسالة التي يرفقها الباحث مع إستمارة الإستبيان، حيث تعتبر بمثابة مفتاح الإستبيان يحصل منه القارئ على المعلومات الضرورية، بل إنه يعتبر أهم مصدر معلومات بالنسبة لأفراد العينة المستجوبين، فيتعرفون من خلاله على أهداف البحث، وطبيعة الدراسة، وكيفية الإجابة، والوقت المسموح به، وكيفية إعادة الإستبيان بعد الإجابة عليه، وغير ذلك من المعلومات الأساسية (حافظ، 2018، صفحة 65).

ومن هنا إستدعت الضرورة المنهجية إلى تصميم إستمارة إستبيان، والتي تحقق لنا التلائم والتوافق مع محاور الدراسة، وكان الباحث قد حدّد فحوى تساؤلاتها بما يتطابق ويتماشى مع التوظيف المقارباتي الذي يبحث في مخرجات العملية الإتصالية خاصة في البيئة الرقمية، ومن هنا ترتّب التوظيف النظري مع الإفتراضات التي تقرّها كل من نظرية الأجنده (ترتيب الأولويات) في سياق المتغير الخاص بالرأي العام، وكذا نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام في سياق آخر من متغيرات الدراسة، وهو المتعلق بعلاقة الجمهور بوسائل الإعلام الحديثة، وتم في هذا السياق تقسيم محاور الإستبانة على النحو التالي:

■ **محور متعلق بالبيانات الشخصية:** يتضمن هذا المحور كل من الجنس والتخصص الجامعي، والرتبة الجامعية للمبشرين.

■ **المحور الأول:** يتعلق بإستقاء أساتذة الإعلام، والعلوم السياسية في الجزائر بمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار.

■ **المحور الثاني:** يتعلق هذا المحور ب: المعالجة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي لأخبار الحراك الشعبي في الجزائر.

■ **المحور الثالث:** يتعلق بإستراتيجية الأخبار الكاذبة في التأثير على الرأي العام أثناء فترة الحراك الشعبي.

■ **المحور الرابع:** يتناول هذا المحور: أثر الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر على صناعة الرأي العام.

■ **المحور الخامس:** حمل هذا المحور عنوان: أدوات وميكانيزمات التصدي للأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي.

خلال عملية إعداد هذه الإستمارة، تم مراعاة في ذلك طبيعة وتطابق الأسئلة الموجهة للمبشرين مع ما تم طرحه في مشكلة الدراسة من تساؤلات، بالإضافة إلى ذلك، التركيز على تسلسلها بما يحقق الوصول إلى النتائج المرجوة من هذا البحث.

■ **إجراءات صدق وثبات إستمارة الإستبيان.**

. **إجراءات الصدق:** طبقا للإجراءات المعمول بها في الأبحاث المتعلقة بدراسة الجمهور، تم تصميم الإستمارة وعرضها

على الأستاذة المشرفة على هذا المشروع البحثي، وكذا الأعضاء المحكّمين ممن حكّموا إستمارة تحليل المضمون سابقا

(أنظر إلى الملحق الخاص بجدول المحكّمين لإستمارة الإستبيان)، وكانت هذه الخطوة مقصودة من أجل أن يكون

التحكيم ممارس بخلفية معرفية مسبقة لموضوع البحث، وقد سجّل الباحث مجموع الملاحظات المشار إليها من طرف

الأستاذة المشرفة و الأساتذة المحكّمين، والتي أخذت بعين الإعتبار من أجل إعادة وإضافة المطلوب، وتم الإخراج النهائي

للإستمارة وفق المطلوب، كما تم الإعتماد كذلك على طريقة صدق المقارنة الطرفية، و فيما يلي شرح مفصل لتطبيقها:

الفئات	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة تي تست	مستوى الدلالة
العليا	21	43.23	3.64	13.42	0.00
الدنيا	21	32.38	0.66		

الجدول رقم (01) يوضح نتائج صدق المقارنة الطرفية للإستبيان.

• نلاحظ أن المتوسط الحسابي للمجموعة العليا قدر ب (43.23)، والانحراف المعياري لها قدر ب (3.64)، بينما المتوسط الحسابي للمجموعة الدنيا قدر ب (32.38)، والانحراف المعياري قدر ب (0.66)، حيث أن قيمة "ألفا" قدرت ب (0.00) وهي اقل من قيمة "sig" المقدر ب (0.00)، مما يدل على أن الإختبار لديه القدرة على التمييز بين الفئة العليا، والفئة الدنيا، وبالتالي فإن الأداة على درجة عالية من الصدق ويمكن الإعتماد عليها كأداة جمع البيانات.

ثانيا: إجراءات الثبات: يقصد بثبات الاستمارة، هو أن تعطينا أداة القياس نفس مخرجات والنتائج إذا أعيد إختبارها على نفس العينة، وفي نفس الظروف، وقد تم حساب ثبات الاستبيان بواسطة معامل الثبات ألفا كرونباخ، وكانت النتيجة كما هو مبين في الجدول أدناه، أن معامل ثبات مقياس الضغوط النفسية، وفق معادلة ألفا كرونباخ، كان مساويا ل (0.62 = α) وهي قيمة دالة، مما يؤكد تمتع المقياس بمستوى جيد من الثبات.

الأداة	عدد الفقرات	معامل ألفا
الاستبيان	22	0.625

الجدول رقم (02): يوضح نتائج معامل ثبات مقياس الضغوط النفسية بألفا كرونباخ.

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول

مواقع التواصل الإجتماعي والحراك الشعبي في الجزائر

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الإجتماعي.

المبحث الثاني: أنواع وسائل ومواقع وشبكات التواصل الاجتماعي وخصائصها.

المبحث الثالث: معايير وأخلاقيات الممارسة الإعلامية في شبكات ومواقع التواصل الإجتماعي.

المبحث الرابع: واقع إستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، وتأثيراتها على المستوى السياسي والاجتماعي.

المبحث الخامس: ماهية الحراك والمفاهيم المشابهة.

المبحث السادس: كرونولوجيا الحركات الشعبية في المنطقة العربية.

المبحث السابع الحراك الشعبي (فبراير 2019) في الجزائر (قراءة في الأسباب والخلفيات).

المبحث الثامن: تجربة التحول الديمقراطي في الجزائر بعد الحراك الشعبي.

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً جديداً من التواصل الاجتماعي بين البشر، تمثل في فضاء إلكتروني افتراضي، قَرَّب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزَّوج بين الثقافات، وتُعد ثورة المعلومات التي يعيشها العالم اليوم، ضمن أو هي أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية، ومن أهم نتائج هذه الثورة المعلوماتية، التغيرات الكبرى التي حدثت في الصناعة الإعلامية، والتي أضحت تسمى أو الذي يطلق عليها اليوم (بأنماط استهلاك المعلومات، وإنتاجها، ونشرها، والتشارك في مضامينها)، وهي المعروفة بمواقع التواصل الاجتماعي التي تتنوع وسائلها وأدواتها، إذ منحت هذه الوسائل أو الوسائط لمستخدميها خصائص، تضمن لهم المشاركة والتفاعل اللحظي مع ما يستجد من أحداث وآراء ومواقف، و في مشهد يكون فيه المرسل والمتلقي في الوقت والآنية ذاتها، ووفقاً لبنية تفاعلية صُممت على أساسها تلك المواقع والمنصات، و التي تجعل من المستخدم ملازماً ومرتبطاً بها طوال اليوم وعلى مدار الساعة، وبشكل أوثق مع منصات ووسائل التواصل الاجتماعي المعروفة كـفيسبوك، وأنستغرام، وتويتر وغيرها من الوسائل الأخرى، و التي هي اليوم من أكثر الوسائل استخداماً جماهيرياً، خاصة مع التحديث الأيقوني لها الذي جعلها منها أكثر فعالية، ولم تقتصر هذه التقنيات على مجال التواصل والترفيه مثلا، بل أصبحت اليوم ملاصقة لجميع المجالات، وتأثيراتها ترتبط بالسياق العام لتطور الأحداث ذي الأبعاد الاجتماعية والسياسة والاقتصادية والرياضية... الخ، ولقد استفاد حقل الإعلام الرسمي الذي يمثل واجهة صناعة المعلومة في مفهومها التقليدي من هذه الوسائط التي منحت له سلطة التفاعلية التي يحدثها المستخدمون، مع ما تنتجه هذه الكيانات الإعلامية من مواد إعلامية، ومما لا شك فيه أن هذه الوسائط ستشهد ثورة رهيبية في جعل العالم يعيش واقعا افتراضيا أكثر واقعية، نظرا للسباق الشرس التي تقوده مختلف شركات التكنولوجيا، والتي تبحث في جذب أكثر المستخدمين لتطبيقاتها، وذلك بتقديم آخر المبتكرات التي تتيح لهم متعة بصرية وتكنولوجية مبهرة.

وعليه لم تكن مواقع التواصل الاجتماعي حكرا على حيز جغرافي بعينه، فخاصية التواصل تفرض إنتشارا أكثر وأوسع لهذه المواقع والشبكات لتحقيق فعل التواصل، ولم تُسثنى الجزائر من هذه المعادلة، فواقع استخدام هذه المواقع تظهره الأرقام والإحصائيات المقدمة في عدد مستخدمي هذه الشبكات، إذ تؤكد الارتفاع المتسارع لإستخدامها في السنوات الأخيرة، خاصة أن هذه المواقع والشبكات رافقت مختلف الأحداث التي عرفتها الجزائر، ومن أبرز هذه الأحداث هو الحراك الشعبي، أين منحت هذه المواقع والشبكات لجمهورها فضاء حقيقيا لنقل ومناقشة مختلف القضايا، التي مثلت مخزجات لهذا الحراك في شكل عمليات إتصالية مختلفة،

والتي تنوعت فيها المضامين من مختلف الأطياف والتيارات والإيديولوجيات، والتي شكّلت بها سمفونية حقيقية، وهنا تكون هذه الفضاءات والمنصات، دليلاً بمنح للجماهير حق التعبير، وإستقاء المعلومات وتبادلها بلا قيود ولا شروط.

فالكثير من الدراسات والأبحاث في ميدان الأنثروبولوجيا أنّ فعل الحركة لازم للإنسان في بدايات وجوده على هذه الأرض، وعليه نستنتج أن الحركة في أصلها ملازمة لهذا الوجود، كما تؤكد الكثير من الدراسات في ميدان العلوم الإجتماعية، التي ترى أنّ التكوين البشري للأفكار والسلوك البشري قد أعطي قدراً كبيراً للأفراد من التمكّن في جعل الاختلاف، كأرضية لتحقيق ما هو معروف الآن بالديمقراطية، فالحركة ترتبط بالاختلاف على المستوى الزمكاني الذي تميّز به التكوين البشري.

وقد شهدت الكثير من البلاد العربية موجة من الاضطرابات خلال مطلع العشرية الأولى من القرن الواحد والعشرين تمثلت في الحركات الاحتجاجية التي صنعت المشهد العام طيلة عقد من الزمن، والتي سُميت بما هو عرف بثورات الربيع العربي التي انطلقت شرارتها الأولى من تونس لتنتقل بعد ذلك إلى مصر وسوريا وليبيا وغيرها من البلاد العربية، فهذه الشعوب انتفضت ضد أنظمة الحكم وقد تميزت هذه الحركات بالسرعة في الانتشار والتأثير على مساحة كبيرة من الجماهير، وممارسة العنف في كثير من البلدان التي أُستخدمت فيها القوة سواء من أنظمة الحكم، أو حتى من المتظاهرين.

وبالعودة إلى تاريخ واقع الحركات الاحتجاجية في الجزائر الذي هو امتداد لثلاث عقود من الزمن، إذ تعود إلى منتصف الثمانينيات من القرن الماضي حين تكوّنت صور الوعي السياسي الذي صنّعه النخبة في الجامعات الجزائرية، جراء وتبعاً لمجموعة من الظروف والأسباب أهمها تدهور الوضعية الاقتصادية المفاجئة جراء الانهيار التاريخي لأسعار النفط، فكان يوم **05 أكتوبر 1988** يوماً مفصلياً في تاريخ الجزائر السياسي عندما خرج مئات الآلاف من الجزائريين المطالبين بالتخلص من سياسة الحزب الواحد، والتغيرات التي حدثت بعدها بتوجه الجزائر إلى الإنفتاح السياسي والإقتصادي و ما عرفته كذلك من تحولات خطيرة تمثلت في العنف وانفلات الوضع الأمني بما عرف بسنوات العشرية السوداء، بعدها عرفت الجزائر جموداً سياسياً في مرحلة الرئيس الراحل بوتفليقة وصولاً إلى تاريخ **22 فيفري 2019**، أين شهدت الجزائر حراكاً شعبياً رفضت فيه الجماهير إستمرار النظام السياسي، ودعّت إلى إحداث القطيعة، و أعادت بذلك صناعة المشهد السياسي من جديد، وقد شكّل شهر فيفري من عام **2019** منعرجاً سياسياً بالدرجة الأولى، بدعوة الجماهير إلى إسقاط النظام السياسي ورحيل كل رموزها ، وجددت في السياق ذاته دعواتها المتكررة، للحفاظ على كيان وروح الدولة، ومنحت هذه التظاهرات شكلاً جديداً من مظاهر الديمقراطية التي أفتقدت في كثير من دول العالم الثالث، وقد حضى الحراك الشعبي بتغطية إعلامية منقطعة النظير من طرف الإعلام العالمي، وتموقع الإعلام الوطني في رصد كل صغيرة وكبيرة لأخبار

ومخرجات الحراك الشعبي بصفته معني بفعل المواكبة، وقد لُوَظَّ جلياً، أن مستوى التغطية الإعلامية موزه التحرر من الممارسات التي كانت تُخضع وسائل الإعلام لبيت الطاعة على حساب الحقيقة والصدق والمصداقية.

المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

أ. نشأة مواقع التواصل الاجتماعي.

سُمي هذا النوع من التواصل بين الناس بشبكات التواصل الاجتماعي، أو مواقع التواصل الاجتماعي و تختلف في ذلك المسميات، فبفضلها يستطيع المستخدمون للإنترنت تبادل الصور والفيديوهات والتعبير عبر المدونات الشخصية وكذا المشاركة في المناقشات المباشرة، كما تسمح هذه المواقع للخواص والشركات والمؤسسات وكذا للحكومات والبرلمانيين التفاعل مع أكبر عدد من الأشخاص، ومن ثم فقد زاد الإنشغال بكيفية جمع وتحليل المعلومات الشخصية التي يبثها أصحابها للعالم عبر (مواقع التواصل الاجتماعي)، وقد ظهرت بقية المصطلحات ذات الصلة مثل الإعلام الاجتماعي، الإعلام الخدماتي، و الإعلام الاجتماعي، إعلام الشعب، وكذا الإعلام الشبكي و إعلام المواطن (صبطي، 2018، صفحة 39.38)، ومرّت وسائل التواصل الاجتماعي بالعديد من المراحل والتطورات الكثيرة والسريعة في نفس الوقت، فقد ظهرت أوّل هذه المواقع في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث كانت تُستخدم للتواصل بين زملاء الدراسة، وأكثر ما تم الاهتمام به والتركيز عليه في تلك الآونة هو خدمة الرسائل، وعلى الرغم من أنّ هذه المواقع قد وقّرت الكثير من خدمات التواصل الراهنة، إلا أنّها في المقابل فشلت في تحقيق الأرباح لمؤسسيها وانتهى الكثير منها بالفشل والاختفاء (الحوامدة، 2020)، فكانت البدايات الأولى لظهور هذه الشبكات في أواخر التسعينيات مثل: **CLassmates.com** عام 1997 للربط بين زملاء الدراسة، وموقع **SixDegrees.com** عام 1998 الذي ركّز على الروابط المباشرة بين الأشخاص (الدليمي ع.، 2015)، وكان أول موقع تواصل اجتماعي يصل إلى مليون مستخدم نشط شهرياً هو (ماي سبيس **MySpace**)، وقد حقق هذا الإنجاز في عام 2004 تقريباً، ويمكن القول إنّ هذه هي البداية الفعلية لوسائل التواصل الاجتماعي كما نعرفها اليوم، ثم انطلقت بعد ذلك مواقع التواصل الاجتماعي، مثل (فيسبوك، يوتيوب، واتساب، و أنستغرام و سناب شات و رديت)، وأخذت المواقع والتطبيقات الأخرى بالانتشار بشكل واسع وسريع كلّما ظهرت فكرة جديدة (أبو سيفين، 2020)، ومع دخول تقنيات الجيل الخامس للاتصالات اللاسلكية يتوقع أن يزداد انتشار شبكات التواصل الاجتماعي التي تعتمد على التواصل المرئي، وأصبح الـ **live** "أحد سمات شبكات التواصل الاجتماعي خلال العقد القادم، بعد أن كانت التغريدة أو التعليق هي السمة الرئيسية خلال العقد الماضي، وسيكون عامل الذكاء الاصطناعي هو العامل الحاسم في إدارة هذه الصناعة

بعد أن كان العامل البشري، وسوف ينجم عن ذلك تغير كبير في خريطة شبكات التواصل الاجتماعي، وما يتبع ذلك من تغير أدوات تحليل هذا النوع من الشبكات، وكذلك التبعات الاجتماعية والسياسية التي ينجم عنها تزايد الاعتماد على هذه الشبكات، بالإضافة إلى تغير طرق وأدوات التسويق والدعاية والإعلان (خليفة، 2020)، وعليه شكّلت الإرهاسات الأولى لظهور هذه الوسائط والمنصات الإلكترونية امتداداً فارقاً لسباق محموم تقوده شركات تكنولوجيا عملاقة، وذلك نظراً لأهمية هذه الوسائط في بيئة تعتمد على وقع التحول الرقمي، فأهمّ تأريخ لظهور هذه المواقع يرتبط أينما إرتباط في تحقيق وتوافر عنصر الجذب والاستقطاب.

ب. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.

تُعرّف وسائل التواصل الاجتماعي بالإنجليزية ب: (Socail.Medai)، والتي يقصد بها مختلف التطبيقات والمواقع الإلكترونية التي تستخدم للتواصل مع الآخرين، وذلك عن طريق نشر الأخبار على شبكة الانترنت من خلال وسائط إلكترونية مختلفة (ناصر بخليف، 2020)، وعرّف كل من (السون وبويد، ELLson.Boyd) مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مواقع تتشكل من خلال الإنترنت، و تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة، وإتاحة الفرصة للإتصال بقائمة المسجلين، والتعبير عن وجهة الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الإتصال (الفلكاوي، 2016، صفحة 569)، كما تُعرّف بكونها مجموعة من البرامج والأدوات على الإنترنت يستعملها جمهور المستخدمين لتبادل المحتوى والآراء والأفكار والخبرات ووجهات النظر، وذلك عبر وسيلة إعلام تعمل على تسهيل المحادثات والتفاعلات بين مجموعة من الناس عبر شبكة الإنترنت (جيدور، 2017، صفحة 49، 50)، فهي إذن شبكة مواقع فعّالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة المعارف والأصدقاء، كما تُمكن الأصدقاء القدامى من الإتصال ببعضهم البعض بل و تُمكنهم من الإتصال المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي تُوطد العلاقة الاجتماعية بينهم (الشمائلة، 2017، صفحة 99)، فمواقع الشبكات الاجتماعية هي مجتمعات افتراضية تسمح للأشخاص بالاتصال والتفاعل مع بعضهم البعض على وجه الخصوص (Cheung, Matthew, & Pui-Yee, 2011)، كما تُعتبر شكل من أشكال الوسائط التفاعلية التي تتيح للمستخدمين التواصل مع بعضهم البعض من خلال المنشورات، ومقاطع الفيديو، والمدونات، والمنتديات، والتعليقات، والرسائل عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال المحتوى الذي ننشئه ونشاركه (Andreas & Haenlein, 2010, p. 62)، حيث يُعدّ الإتصال في هذا السياق عملية تفاعل إجتماعي يستخدمه الناس لبناء معان تُشكل في عقولهم صوراً

ذهنية عن العالم، وهم يتبادلون هذه الصور الذهنية عن طريق الرموز، ويعتبر هؤلاء الإتصال مشاركة في فكرة أو إتجاه أو موقف، وما ينتج عن ذلك من تفاعل وتواصل، وتغيرات تختلف باختلاف النسق التي تتم فيه العملية (حسين عبد دخيل، 2016، صفحة 17)، و قد تم تعريف وسائل الإعلام الإجتماعية كذلك على نطاق واسع للإشارة إلى الأدوات الإلكترونية المتعددة و الغير مكلفة نسبياً، و يُمكن الوصول إليها بدرجة كبيرة فهي تُمكن أي شخص في النشر والوصول إلى المعلومات عن طريق التعاون بجهد مشترك أو بناء علاقات (ميرثلي، 2014، صفحة 22)، ويُعرّف (زاهر راضي) "مواقع التواصل الإجتماعي: على أنها تلك المنظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثمة ربطه عن طريق نظام إجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهويات نفسها" (كنعان، 2015، صفحة 125)، كما تُعرّفها (هبة مُجد خليفة) بالقول: "هي شبكة مواقع فعّالة جدا تعمل على تسهيل الحياة الإجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تُمكن الأصدقاء القدامى من الإتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات، وتُمكنهم أيضاً من التواصل المرئي والصوتي، وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توطد العلاقة الإجتماعية بينهم" (السوداني، 2015، صفحة 25)، كما تشير مواقع التواصل الاجتماعي إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة لاسيما فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص، و التي تأتيان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية (هوارى، 2020، صفحة 225)، كما يمكن أن نقول على أنها مجموعة من المواقع المتاحة على شبكة الإنترنت التي تمكن الأفراد من التواصل في فضاء افتراضي ضمن انتماء جامع يحكمه السياق الجغرافي والمجتمعي، ويكون ذلك عن طريق الرسائل والملفات الشخصية (B. Ellison و Danah M، 2007، صفحة 112).

. التعريف الإجرائي

إنطلاقاً مما سبق من التعريفات السابقة نستخلص التالي:

يمكن تعريف مواقع التواصل الإجتماعي ضمن سياقين، الأول يتعلق بالفعل التواصل، وعليه يُمكن أن نقول: أنه ذلك الفضاء الذي يتيح للمستخدمين تحقيق التواصل فيما بينهم، وذلك عن طريق وسائل تعتمد على الجانب التقني بشكل أساسي، إنطلاقاً من إمتلاك تلك الوسائل بصفة دائمة أو مؤقتة، أما السياق الثاني: فهو يتعلق بالجانب العلاقائي للمستخدمين فيما بينهم، وبالتالي يمكن أن نعرّف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مجموع الأدوات التي تحقق التواصل بين المستخدمين عن طريق إنتاج وتبادل المعلومات والأفكار فيما بينهم من أجل تحقيق فعل التواصل، و يكون ذلك عبر فضاء افتراضي، يحقق للمستخدمين غايات معينة عن طريق إستخدام الرموز والأيقونات، التي توفرها هذه المواقع التي

تمنحهم تحقيق مزيدا من التواصل، فهذه المواقع إذن أسست لميلاد ما يعرف بأنساق الفعل التواصلية بين الأفراد، وعليه يمكن توصيف هذه المواقع على أنها أدوات و وسائل تعتمد على الجانب التقني بالدرجة الأولى، وذلك قصد تحقيق الإتصال والتفاعل بين المستخدمين.

المبحث الثاني: أنواع وسائل مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي وخصائصها.

1. أنواع وسائل وشبكات التواصل الإجتماعي.

مع موجة التحولات الكبيرة التي عرفها العالم في جميع المجالات، خاصة مع بداية العقد الأول من القرن الواحد والعشرين، سارعت مختلف شركات التكنولوجيا لإنتاج العديد من التطبيقات التي تسعى لتحقيق ما يسمى بالمواكبة، وذلك في مجال تكنولوجيا الإتصال والمعلومات والتي لعل من أبرزها اليوم، ما يعرف بوسائل ومواقع التواصل الإجتماعي التي تنوع وتعدد مسمياتها وأدوارها، وسنحاول في هذا السياق أن نستعرض مختلف وأبرز هذه الوسائل.

1. فيسبوك: يعتبر موقع فيسبوك من الشبكات التواصل الاجتماعية التي أصبحت تحتل موقعا مهما بين وسائل الاتصال الأكثر استخداماً وتأثيراً من بين كل الوسائل والشبكات الأخرى، وقد إنطلق موقع فيسبوك كنتاج غير متوقع من موقع (فيس ماش. Match Face) التابع لجامعة (Harfield) وهو موقع من نوع (Not or Hot)، والذي يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص، ثم إختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية، وقد إبتكر مارك زوكربيرغ Mark Zuckerberg موقع (فيس ماش)، في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرتاد جامعة هارفارد كطالب في السنة الثانية (راضين و التميمي، 2017، صفحة 195)، و بعدها بسنة أنشئ موقع فيسبوك أي عام 2004، وسمي فيسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى ب(كتب الوجوه)، والتي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة لهم الفرصة للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج حيث يتفرغ الطلاب في شتى الاتجاهات (شقرة، 2014، صفحة 62).

فيسبوك إذن هو موقع ويب للتواصل الإجتماعي يُمكن الدخول إليه مجانا، وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها، فالمستخدمون بإمكانهم الإنضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الإتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يُمكن للمستخدمين إضافة إلى قائمة أصدقائهم إرسال الرسائل إليهم وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية، وتعريف الأصدقاء بأنفسهم، كما يشير إليه اسم الموقع في ترجمته إلى (دليل الصور)، الذي تقدمه الكليات والمدارس

التمهيدية في الولايات المتحدة إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم (صبطي، 2018، صفحة 61).

2. تويتر: يعتبر موقع تويتر من مواقع الشبكات الإجتماعية، الذي ظهر عام 2006 كمشروع بحثي قامت به شركة (Obvious) الأمريكية، ثم أُطلق رسمياً في نفس العام، حيث يعمل على تقديم خدمة تدوين مصغر ويسمح بعدد محدود من المدخلات بحد أقصى مئة وأربعين حرفاً فقط للرسالة الواحدة، ويمكن إرسال هذه التحديثات مباشرة من تويتر أو شكل رسائل SMS، وتظهر هذه التحديثات على صفحة المستخدم لموقع تويتر، ويمكن للأصدقاء المستخدم قراءة هذه التحديثات من صفحتهم الرئيسية، أو عن طريق الملف الشخصي للمستخدم أو عن طريق البريد الإلكتروني (شقرة، 2014، صفحة 75)، وبعبارة أخرى يختلف تويتر بشكل ملحوظ عن نموذج الفيسبوك الذي يتمركز حول الأصدقاء، ويشبه تويتر في نواح كثيرة المدونات، فالمشاركات على تويتر أقصر بكثير، ومع ذلك بمجرد أن يتم تجميع تغريدات الفرد يظهر شكل جديد، كما أن تنظيم الاتصال كسلسلة من البيانات القصيرة يختلف اختلافاً نوعياً عن دراسة التغريدات بشكل فردي كمجموعة تبدو تلك التغريدات وكأنها نص أكثر تماسكاً، فعندما يتم فك التجميع يظهر السرد، و لهذا السبب يعتبر تويتر أفضل من المدونات الأخرى التي تحتوي على رسائل قصيرة أكثر من الرسائل الطويلة (ميرثلي، 2014، صفحة 23)، إذن هو موقع متاح للعموم على شبكة الإنترنت لمشاركة ملفات الفيديو، والذي يُمكن كذلك مستخدميه من تحميل ومشاهدة اللقطات المصورة والتعليق عليها، كما تتيح للجمهور إعطاء رأيه بشأن تلك المشاهد أو اللقطات، مع إمكانية مشاركة اللقطات في مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى أو المشاركة في قرار إزالة المقطع أو المشاهد الغير المرغوب فيها، ويعد موقع تويتر من المواقع السهلة الاستخدام وسهلة التحميل (عبد مرزوق، 2020، صفحة 74).

3. أنستغرام: يعتبر تطبيق أنستغرام من منصات الشبكات الإجتماعية الجديدة الخاص بتبادل الصور، وهو بالأساس تطبيق يعتمد على الموبايل (الهاتف المحمول)، والذي يُمكن المستخدمين من التقاط الصور أو الصور، وتتضمن تطبيقاتها أدوات تلاعب مختلفة لتحويل الصور، ومشاركتها على الفور مع الأصدقاء على مختلف مواقع الشبكات الإجتماعية، وعلى الرغم من أن تطبيق أنستغرام بدأ في عام 2010، إلا أنه نما بإطراد و بقوة (جدعان نايف الحريشة، 2016، صفحة 26)، وفي دراسة قامت بها (Média smartes) سنة 2014، أكدت فيها إرتباط الشباب والمراهقين بتطبيق أنستغرام، وتفضيلهم إياه في ضل المنافسة مع التطبيقات المختلفة، وهذا راجع إلى الإمتيازات الموجودة فيه، فهو يتيح جمع عدد أكبر من الأصدقاء عبر العالم بطريقة سهلة (فقط الضغط على زر

التابع ليصبح بروفایل الشخص الآخر مفتوح)، وهذا غير موجود في التطبيقات الأخرى، وإلى جانب هذا التحدث مع العائلة والأصدقاء، ويتيح نشر الصور والفيديوهات بطريقة عالية الدقة (عبو، 2017، صفحة 29).

4. سناب شات: هو تطبيق يتيح للمستخدمين إمكانية إرسال مقاطع الفيديو والصور على الأصدقاء أو إلى مدونة (قصتي) الخاصة بهم، علماً بأنّ هذا التطبيق يتميز بأن الصور والفيديوهات المضافة تختفي بعد مضي (24) ساعة من مشاهدتها، ويُعين على المستخدمين مهلة زمنية للمقاطع من ثانية واحدة على عشر ثواني، وبعد إرسالها تبقى لمدة (24) ساعة فقط، ثم تختفي من الجهاز المستلم (باشا، 2020، صفحة 29).

5. يوتيوب: هو موقع لمقاطع الفيديو، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك عدد هائل كبيرة من تمتلك حسابات ويوزره الملايين من البشر يوميا، وتستفيد منه وسائل الإعلام المختلفة بغرض نشر الفيديوهات، وتأسس الموقع سنة (2005) في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق (تشاد هولي .ستيف تشن، جاود كريم)، وهم موظفون سابقون في شركة (باي بال) (الشاعر، 2015، صفحة 65)، وفي نوفمبر 2006 أي بعد عام واحد من بدا تشغيل يوتيوب، أشتته شركة غوغل في واحدة من أكثر شركات الإستحواذ، وفي بداية نشاطه كان قد لاقى رفضا من عديد الدول البرازيل والمغرب السعودية (هشام، 2021، صفحة 274).

6. ماي سبيس: هو موقع إلكتروني لشبكة إجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء، كما يسمح بتكيف صفحات المستخدمين وفق خيارهم الخاصة بإستخدام نظام لغة تأشير النص الفائق، وتأسست هذه الشبكة عام 2003 من طرف شركة تسويقية، وبلغ عدد مشتركها سنة 2008، 9،75 مليوناً (الزغبى، 2020، صفحة 111).

7. لينكدإن: يعتبر هذا الموقع ثالث أشهر موقع في العالم موجّه للمحترفين، إذ هو مخصّص لإيجاد فرص العمل. وتأسس الموقع في كانون الأول من العام 2002، وأطلق رسميا في 05 أيار من العام 2003 يستخدمه أكثر من 259 مليون شخص في ما يقرب من 200 بلد مختلف حتى العام 2013، وهو متوافر بعشرين لغة (موقع جريدة النهار اللبنانية، 2016).

8. تيك توك: يعتبر من أكثر شبكات التواصل الإجتماعي إستخداما في الفترة الأخيرة، حيث يوفر إمكانية فيديوهات قصيرة ومشاركتها، تم إطلاقه في البداية باسم (دوين، douyin)، في سبتمبر 2016، في الصين، وفي العام التالي (2017)، تم إطلاق

التطبيق بواسطة شركة (بايت دانس، Byte dance) للأسواق خارج الصين، وهو متاح على متجر أب ستور وجوجل بلاي (موقع النجاح، 2021).

9. واتساب: هو تطبيق مراسلة فورية عبر الأنظمة الأساسية يسمح لمستخدمي الهواتف الذكية بتبادل الرسائل النصية والصور والفيديو والرسائل الصوتية مجاناً، ويحضى هذا التطبيق بشعبية خاصة بين المستخدمين الذين ليس لديهم رسائل نصية غير محدودة. بالإضافة إلى المراسلة الأساسية، كما يوفر خيارات الدردشة الجماعية ومشاركة الموقع، ومن الناحية الفنية يستخدم أيضاً إصداراً مخصصاً من بروتوكول المراسلة، والتواجد القياسي المفتوح (XMPP)، وتأسس هذا التطبيق عام 2009 من قبل (براين أكشن وجون كوم) (Mclaughlin، 2013).

10. المدونات الإلكترونية: جاء في معجم الوجيز دَوْن الديوان أي أنشأه، وجمعه، ودَوَّن الحديث أي جمعه ورتبه، والمدونات كمصطلح تتكون من مقطعين: (ويب web) أي الشبكة الدولية للمعلومات، و(لوج Log) أي التسجيل أو الدفتر وبذلك يكون سجل التدوين (كافي، 2016، صفحة 97)، ومن أشهر المدونات نجد:

. الويكي (WIKIZ): وهي الصفحات التي ينشئها العامة عبر موقع موسوعة مخزنة مفتوحة على جهاز خادم عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجاناً) أشهرها موقع ويكيديا.

. البودكاستس (مواقع البث الإلكترونية): وهي المواقع التي تتيح للمستخدمين خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام للمشاركين فغي هذا الموقع أو برنامج التنزيل مثل موقع (أبل أي توينز) (المقدادي، 2013، صفحة 25)، ويتيح الموقع للمستخدمين خدمة البحث المطلق عن أي مقطع يريد المستخدم مشاهدته أو تحميله وإستخدامه، وخدمة البحث هذه أشبه ما يكون بالخدمة نفسها المقدمة من موقع (Google)، فهو يعرض نتائج للبحث ويكون على المستخدم الإختيار من بينها، وبمجرد الضغط على مفتاح (enter) ستبدأ الصفحة بالتحميل ومن ثم يعمل المقطع (البشاشة، 2013، صفحة 36).

*فيما يرى العديد من الباحثين أن وسائل التواصل الإجتماعي أضيق من مفهوم أعم، وهو مفهوم الإعلام الإجتماعي، وهذا ما يوضحه هذا الجدول في الأسفل (السعدي، 2019، صفحة 78).

النوع	الأمثلة	التوصيف
وسائل التواصل الاجتماعي Social Networks	Facebook LinkedIn Google+	خدمات تتيح للمستخدم التواصل مع آخرين يشاركون إهتمامات وخلفيات مشابهة، وهي عادة ما تتكون من نبذة عن المستخدم وأساليب مختلفة من التفاعل مع المستخدمين الآخرين.
مواقع المفضلات Bookmarking Sites	Delicious, Stumble Upon	خدمات تتيح للمستخدم إدارة روابط وموارد مختلفة على الإنترنت وحفظها وتنظيمها.
الأخبار الاجتماعية Social News	Digg, Reddit	خدمات تتيح للمستخدمين أن يضعوا مواد إخبارية متنوعة أو روابط لمقالات خارجية وتسمح لبقية المستخدمين بالتصويت عليها، وتمثل عملية التصويت لب التواصل الاجتماعي.
المشاركة الإعلامية Social News	YouTube, Flickr, Pinterest	خدمات تتيح للمستخدمين لرفع وسائط إعلامية مختلفة كالصور والأفلام أو مشاركة الغير فيما يرفعونه.
التدوين متناهي الصغر Microblogging	Twitter	خدمات تركز تحديثات Updates قصيرة تتيح لأي شخص مشترك للحصول على التحديث.
المدونات والمنتديات Blog Comments and Forums	Worldpress	تتيح للمستخدمين وضع آرائهم أو فتح باب التعليق على الموضوعات.
البريد الإلكتروني E-mail	Hotmail Gmail Yahoo	توجد أنواع عديدة للبريد الإلكتروني إذا أصبح وسيلة للتواصل بين الأشخاص والحكومات... الخ

جدول رقم (03) يوضح تقسيمات لمفهوم الإعلام الاجتماعي.

ب. خصائص مواقع التواصل الاجتماعي.

. التشبيك الذكي: يحمل التشبيك الذكي قيمة وفائدة من خلال المنصات المتعددة التي تبني العلاقات، وتزيد من مجال التأثير، وتُعظم من رأس المال الاجتماعي الناتج عن التشبيك إلى جانب الاستفادة من الموارد الإعلامية، إذا يرى (Gracie) أنّ التكنولوجيا غيّرت من الطريقة التي ترتبط بها وسائل الإعلام والأفراد مع المنصات والوسائط المتعددة وأجهزة الموبايل ما يفتح آفاقاً واعدة لفرص مستقبلية عديدة لم تستغل (الفتاح، 2016، صفحة 125)، ويقصد بها كذلك استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الحيز الافتراضي كمصدر معلومات هام لإيجاد مكان عمل، والتشبيك يكون أثناء تواجدها في البيت، وفي معظم الأوقات، فهو أنصح في بناء علاقات مع مدراء توظيف، أصحاب عمل، أصدقاء ومعارف، بهدف توسيع شبكة علاقاتكم واتصالاتكم، ومن أهم شبكات التواصل التي تتميز بهذه الميزة نجد كل من Facebook. LinkedIn (جبران مرعب، ب.ت).

اللامكان: تتخطى تطبيقات الإنترنت كل الحواجز الجغرافية والمكانية التي حالت منذ فجر التاريخ دون إنتشار الأفكار وإمتزاج

الثقافات، وتبادل المعارف بين الأفراد والشعوب، وفي عصر العولمة الإعلامية تمر كميات هائلة من المعلومات عبر الحدود على شكل إشارات إلكترونية لا تعيقها تضاريس عالية أو سوء في الأحوال الجوية، كما يتفاعل الموقع مع زواره بصورة إجتماعية، مما يمنحهم شعورا بالإنسانية والدفء في علاقتهم مع الموقع، وقابلية المواقع للتغيير المستمر والمتواصل، وطالما وجد زواراً ومشاركين يقومون بتعديل مكونات الموقع (حسين عبد دخيل، 2016، صفحة 24).

المشاركة: تُمكن هذه الشبكات لمستخدميها ميزة المشاركة، وذلك عبر إرسال المواد والمضامين ذات الطابع المعلوماتي، أو الترفيهي أو إنتاج هذه المواد الإعلامية بغرض نشرها على عديد الصفحات، وقد تكون المشاركة من عين المكان عبر تغطية الأحداث، والتي هي كشاهد عيان ومصدر للأخبار في الآن ذاته (عبد،، 2016، صفحة 116)، وتعتبر هذه الميزة من أهم الأدوات التي تسمح للمشاركين بتقاسم المعلومات بإختلاف أنواعها.

الحضور الدائم الغير المادي: توفر هذه الشبكات إمكانية التواصل بين مستخدم وآخر، دون الحاجة لأن يلتقيا في وقت متزامن، وذلك من خلال ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومات أو غيرها من مجالات إهتمام الشخص الذي بمقدوره أن يُرد عليه بنفس الطريق (قتلوني، 2014، صفحة 97)، ومنها تحقق لنا إختصار التواصل بشكل نعتمد على التقنية بالحادثة المباشرة بالصوت والصورة، ومع تحديثات الجيل الخامس خاصة مع المشروع الذي أطلقته شركة فيسبوك، بما عُرف بالواقع المعزز عبر (ميتا فيرس)، والذي يعتمد على المحاكاة الحقيقية للمحيط الخارجي عن طريق تقنيات الذكاء الإصطناعي.

الإتصال التفاعلي: يمكن القول أنَّ الفرد هو مستقبل وقارئ فهو مرسل وكاتب ومشارك وبذلك فهي تلغي السلبية المقيتة في الإعلام، وتعطي حيزا للتفاعل مع المشاركة بين المشاهد والقارئ (الشاعر، 2015، صفحة 67)، وهذا الأسلوب الذي عززته مواقع التواصل الإجتماعي أدى إلى تجاوز الخوف من العزلة الإجتماعية والقدرة على المشاركة الفاعلة.

توطيد العلاقات بين الأفراد: تعمل منصات ووسائل وشبكات التواصل الاجتماعي، على توطيد العلاقات الشخصية والعملية، ويمكن للأشخاص التعرف لكل منهم على الآخر، حيث تقوم هذه المواقع بالاستجابة للربغبات الإنسانية في التواصل والتي تدفعهم دائما للتواصل والإستمرار لفترة كبيرة (جيبينا و بروكس، 2017، صفحة 61)، ومنها تعتبر هذه الخاصية سامية وإنسانية بالدرجة الأولى، فهي تعزز بذلك قيمة إجتماعية بتقنيات والتي تعمل على إحساس الأفراد أنهم على قرابة.

. توفير مستودعات للمخزون المعرفي للمجتمع: من أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي أنها تعتبر مستودعاً للمعرفة، وذلك من خلال تخزين مجموعات كبيرة من المعارف والمعلومات حول مختلف أشكال المعرفة، بما يشكل أكبر مكتبة تعاونية تشاركية إفتراضية حول العالم (خلف الله، 2015) وهي خاصة تتميز بكونها أنها تحافظ على الإرث المعلوماتي الذي يمكن إستخراجه بسهولة، بمجرد الكبس على أيقونة التي تشير إلى إمكانية إسترجاع العناصر المحفوظة الذي قام بها المستخدم.

. اللامركزية: تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية، وتنتهي بالتدرج على تفكيك مفهوم الهوية التقليدي، ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية، بل يتجاوزها إلى الهوية الشخصية، لأن من يرتادونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم وبعضهم له أكثر من حساب (صلاح، 2015، صفحة 284)، وهذا الشق يثير التساؤل والإهتمام من طرف الملاحظين حول الهوية الافتراضية التي تجعل من المستخدم يمتلك الحرية في توظيف أو الاستعانة باسم وهم يلا يعكس بالضرورة إظهار اسمه أو صورته الحقيقية.

المبحث الثالث: معايير وأخلاقيات استخدام مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي.

أ. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كممارسة إعلامية.

ذكر (ليدج وتنجستون) ذات مرة مفهوم الممارسة انه بمدنا بالإثنين بالنظر إلى وسائل الإعلام كممارسة وهما:(كشيء يفعلها الإنسان ... شكل من الحركة)، حيث نجد نسقا واسعا من الأشياء لنكتشفه، بالإضافة إلى مصدر مفيد من التوتر مع رغبة في التنظير حول وسائل الإعلام تجديداً قبل أن أفكر في خلفية نموذج (الممارسة) مؤخرا في دراسات علم الاجتماع والإعلام (كولدري، 2014، صفحة 55)، وتقول سالي دينان Deenan Sally في مجلة النجاح (Success) في أبريل 2011، "إذا كان فيسبوك دولة، فسيكون أكبر ثالث دولة في العالم بعد الصين والهند مباشرة"، فمئات من الناس الجدد ينضمون كل ساعة، وهو نجاح بالتأكيد لأكثر من 800 مليون مستخدم بحلول يوليو 2011 والثالث في عدد السكان بعد الصين والهند، ولكن تحقق ذلك في غضون ثماني سنوات فقط بدلا من آلاف السنين، وقد حقق فيسبوك ربحا قدره مليار دولار في عام 2011، وفي فبراير 2012 إنتقل رقم تداول الأوراق المالية على خمسة مليارات دولار على الأقل من المال المستثمر من الجمهور، وهو أكثر بكثير مما حصده جوجل عند طرحها للجمهور في عام 2004، وبلغ 7.1 مليار دولار، ففيسبوك هو أمر مجتمع كبير، وأحدث وسيلة إعلامية جديدة (لينفسون، 2015، صفحة 32)، أما في سنة 2021 فارتفعت قيمة فيسبوك السوقية إلى أكثر 1000 مليار دولار، وهو ما يجعل من فيسبوك يمثل إقتصادا متكاملًا لوحده، وأصبحت وسائل الإعلام تستخدم موقع فيسبوك كمصدر للأخبار، وفي أحيان كثيرة يتم

إستخدامه من طرف الصحف والمجلات وحتى القنوات التلفزيونية لنشر الأخبار، فعالبا ما تجد الصحف تنشئ حسابا على هذا الموقع وتنتشر أخبارها عليه (البياني، 2014، صفحة 395).

ومع إنتشار التدوين في مواقع التواصل الإجتماعي، ومع ما تتمتع به من سمات أخرى تسمح للمستخدمين بمشاركة المحتوى وإعادة بثه، وكذلك تضمينه عبر تديوناتهم، وتحوّل نموذج توزيع الأخبار من ثنائية الدفع والسحب (حيث يقوم الموقع بضخ المحتوى ليقوم المستخدمون بدورهم بسحبه، أو الوصول إليه عبر منافذ الوصول المختلفة) إلى نموذج الدفع والسحب ثم التمرير، حيث أصبح كل مستخدم بمثابة موزع للأخبار في شبكة ممتدة، حيث يقوم متابعه أيضا في إعادة البث في دوائر أخرى (الفتاح، 2016، صفحة 101).

ولقد إستفاد كل المستخدمين لهذه لمواقع و شبكة الإنترنت عموما من ممارسة حرية التعليقات والمحدثات بصورة لافتة، وهنا واجهت بعض الحكومات تحديات صعبة في عملية قطع الإتصالات أو الإنترنت أو حتى الهاتف النقال (المغلوث، 2011)، وقد أحدثت وسائل الإعلام الجديد في ذات السياق أيضا ثورة في الرسالة الإعلامية، وذلك من خلال خفض مستوى الإحترافية المطلوب للإعداد، حيث أصبح بإمكان الهواة إعداد تلك الرسالة، دون الحاجة إلى التعقيدات الإحترافية اللازمة في المؤسسات التقليدية وبتكلفة منخفضة جداً، وقد أدى ذلك إلى تجاوز سيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي (سطاح، 2017، صفحة 279)، ولم يعد دور مواقع التواصل الإجتماعي بمختلف تصنيفاتها يقتصر على كونها مصدرا خصبا ومنوعا للأخبار والمعلومات إلى درجة تغلبت فيه على وسائل الإعلام التقليدية الأخرى من حيث كونها المصدر الأول للمعلومة، فالأمر تعدى هذا بكثير إذ باتت مواقع التواصل الاجتماعي اليوم ما يمكن وصفه بـ"بارومتر" لقياس حجم وصدى ما يتم نشره، أو بثه في الجرائد والمؤسسات الإعلامية المختلفة من مقالات ومضامين إعلامية سمعية بصرية من خلال التفاعل مع مستخدمي هذه المواقع، فتجد الصحفي يقوم بنشر مقطع من مقال له مرفق برابط المقال على موقع الجريدة أو المؤسسة الإعلامية، والهدف هو قياس مدى تفاعل المتلقين مع ما ينشره من مضامين إعلامية مختلفة والصدى الذي تُخلّفه (شعباني، 2019)، وقد نشر (جورجيم) الكاتب في موقع الإلكتروني لمعهد (بوينتير) لتدريب الصحفيين مجموعة من النصائح حول أفضل الطرق لاستخدام الصحفيين لموقع (فيسبوك) للتواصل الاجتماعي، وتركزت النصائح على مواضيع: كيف يحتز الصحفي عند ذكر معلومات خاصة؟، ومن يجب أن يضاف إلى قائمة الأصدقاء؟، وماهي الوسيلة الأفضل لإرسال الرسائل الإلكترونية عند التعامل مع المصادر؟ (كافي، 2016، صفحة 128).



الشكل رقم (01) مخطط إحصائي يبين ترتيب وسائل وشبكات التواصل الأكثر استخداماً (ويليامز، 2021).

ب. معايير وأخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي.

تفتح تقنيات الشبكات الاجتماعية نوعاً جديداً من الفضاء الأخلاقي، حيث تُنشأ الهويات الشخصية والمجتمعات الحقيقية والإفتراضية، وتقديمها والتفاوض بشأنها وإدارتها وتنفيذها، وفقاً لذلك قام الفلاسفة بتحليل وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك من حيث استخداماتها كـ "تقنيات الذات" الفوكوية (وهي في الأصل نظرية تقوم على تكريس السخط المجتمعي ضد النظام القائم، ما يؤدي بالتالي إلى عصيان عام في الدولة)، والتي تُسهّل بناء الهوية الشخصية وأدائها، وذلك من حيث الأنواع المميزة للمعايير المجتمعية والممارسات الأخلاقية التي تولدها خدمات الشبكات الاجتماعية (الحמידان و البريدي، 2020، صفحة 11)، و يجب أن يتم مراعاة العادات والتقاليد والأعراف المختلفة من دولة إلى دولة، كما يتوجب أن تقوم هذه الدول بوضع إجراءات ملزمة لحماية وإحترام الآخر، و الحفاظ على حرية التعبير، ومنع التجاوزات والأخطاء الأخلاقية ومعاقبة المخطئين، وكذا تجريم المخالفات على هذه المواقع الإفتراضية (فاروق، 2020، صفحة 55)، ويُعدّ تكريس قيم التربية الإعلامية، هو الذي يجعل من الممارسة الإعلامية والمعلوماتية على هذه الوسائط تسير في الإتجاه الصحيح ، هو أمر بالغ الأهمية، وهنا سنحدد مجموعة من المعايير التي يجب مراعاتها في البيئة الرقمية، والتي هي على النحو التالي:

تجري المعلومة من مصادر موثوقة: إنَّ الحديث عن المعلومة يتوقف على إظهار مصادر الأخبار والمعلومات بالنسبة إلى القارئ،

أو المتلقي حتى يتمكن من تحديد قيمته (**WorthandU.sefulness**) ، وبالتالي إمكانية تقديم أحكام صادقة بالنسبة إلى الموضوع محل الاهتمام أو الظاهرة، ويتأتى ذلك في إطار العدالة والتوازن الموضوعي للأخبار (بوعمامة، 2016، صفحة 17). فيعتبر التحري قبل النشر من الأدوات العملية والأخلاقية التي تجعل المادة الإعلامية تسير في فلك الحقيقة من مصدر موثوق فيه، ومن هنا نستشف ونقف على أن تكون هذه الخطوة مهمة ملازمة كبعد مهني وأخلاقي.

التحقق والتأكد من الخبر قبل مشاركته: خلال شهر نوفمبر 2020 أطلقت فيسبوك حملة تثقيفية تحت عنوان (تأكد قبل ما

تشارك)، وذلك بهدف رفع الوعي المجتمعي تجاه رصد الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة من خلال هذه الحملة، وقد طوّرت كلاً من (فيسبوك وفتبينوا)، موقعا الكترونيا يقوم بتوجيه أسئلة للناس لتحفيزهم على التفكير في المعلومات التي يشاهدونها من خلال المنشورات من خلال 03 أقسام معلوماتية، والتي تسلط الضوء على موضوعات مهمة حول الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة، مثل: كيف أفكر كمدقق الحقائق؟، الفروقات بين المصدر الموثوق والمصدر الزائف، ومخاطر المعلومات المضللة ونشر الأخبار الزائفة (الشريوني، 2021).

الخصوصية: تعتبر خصوصية المستخدمين أمراً بالغ الأهمية بالنسبة لموقع فيسبوك، إذ وضع الموقع سياسة البيانات بهدف تقديم إيضاحات هامة حول كيفية استخدام موقع فيسبوك للمشاركة مع الآخرين، وكيفية جمع المحتوى والمعلومات الخاصة واستخداماتها، إذ تشمل شروط فيسبوك أحكاماً مرتبطة باحترام خصوصية الآخرين، ولا يجب ألا يرسل مستخدمو الموقع وثائق أو معلومات مالية حساسة تخص أي شخص آخر عبر فيسبوك، فإذا قاموا بنقل معلومات عن آخرين يجب أن يتم توضيح ذلك، وأن ترسل سياسة خصوصية تفسر فيها نوعية المعلومات التي يتم نقلها وكيفية استخدامها، وهناك قيود بالنسبة للتعليق على المستخدمين الآخرين دون موافقتهم، وينبغي أن يكون المستخدمون على دراية بالمخاطر المرتبطة بدعاوى التشهير وانتهاك قواعد الخصوصية (راضين و التميمي، 2017، صفحة 149).

الإلتزام بعدم الاختراق المعلوماتي(الهاكر): يعتبر الإختراق المعلوماتي خطر يهدد المعلومات في الفضاء الإلكتروني و يؤدي إلى

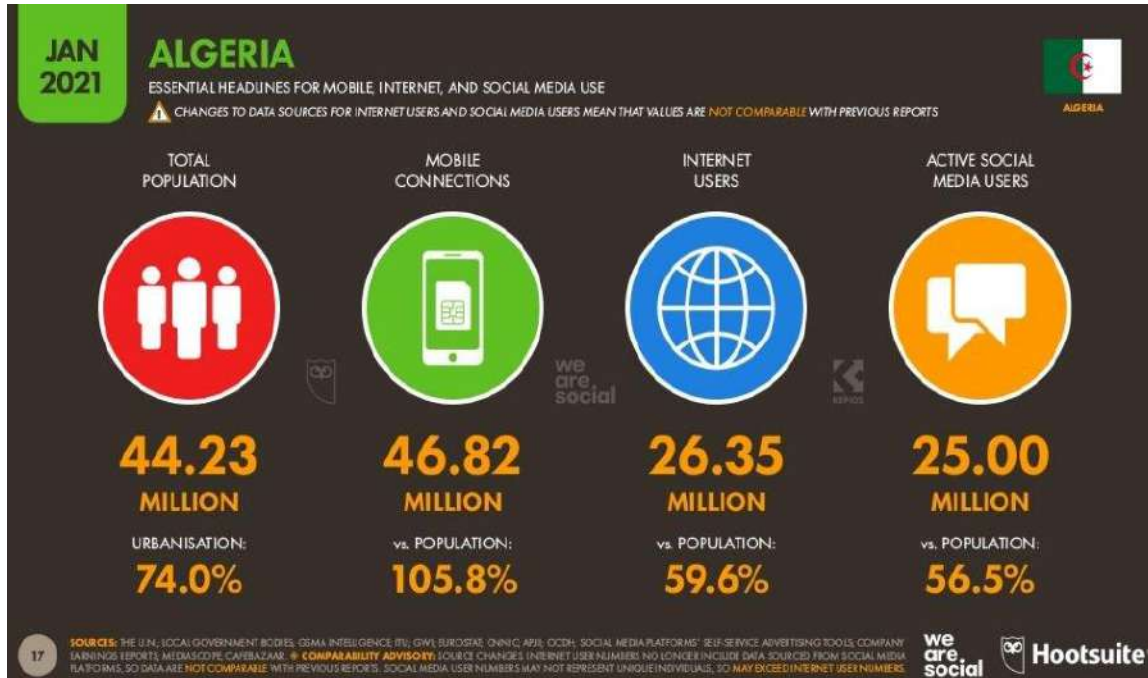
تحقيق جرائم معلوماتية بالاعتماد على خرق حدود نظام من النظم السائدة في هذا الفضاء، ويعتبر الإختراق فعلا غير مشروع، يوظف المعرفة العلمية السائدة في ميدان ثقافة الحاسوب لإقتزاف هجوم على الغير، ويتم إختراق المواقع الإلكترونية، لتغيير محتوياتها أو سرقة

معلومات سرية، أو تعطيل الموقع عن العمل والسيطرة عليه بشكل كامل، وبعد نجاح اختراق الموقع يضع المهاجمون رسائل في الموقع تعلن إختراقه (علي مُجد مصطفى حمد، 2021، صفحة 35)، حيث تعتبر هذه العمليات جرائم إلكترونية، تجرمها كل دول العالم باعتبارها تهدد الحياة المدنية للأشخاص، وتخرق مجال خصوصية الأفراد والجماعات، كما تشكل ضرا على أمن الدول، مما إستدعاها إلى تكييف و تصنيف هذه الأفعال إلى مصاف جرائم يعاقب عليها القانون.

المبحث الرابع: واقع إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في الجزائر، وتأثيراتها على المستوى السياسي والاجتماعي.

أ. إستخدام مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي في الجزائر.

تشير آخر الإحصائيات المقدمة خلال شهر جوان من العام 2021 أنّ مشتركوي ومستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بلغ حوالي 25 مليون شخص بنسبة 56.5 من العدد الإجمالي للسكان البالغ 44.23 مليون نسمة، فيما ولج 46.82 مليون مستخدم إلى الإنترنت بواسطة الهواتف النقالة ما يشكل نسبة 105.8% (الشروق أولاين، 2021)، وهو ما تظهره معطيات هذا الجدول.



الشكل رقم (02) يبين عدد مشتركوي شبكة الهاتف النقال، وكذا مشتركوي الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر.

وبالحديث عن واقع استخدام هذه مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، فإن تفسير هذه الأرقام، يعود إلى عدة أسباب، والتي نذكر منها ما يتعلق بالجانب التقني وما توفره هذه الشبكات والمواقع من خدمات على مختلف المجالات، والتي يراها المستخدم تحقق له الغايات، بتأثير من البيئة الثقافية، والاجتماعية وحتى الاقتصادية للمستخدم، وذلك بمستوى القيمة والمنفعة التي أصبحت تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي للمستهلكين، إضافة لغزارة ووفرة المعلومات المقدمة خاصة المنتجات المبحوث عنها مثلا والتي تستجيب لتطلعاته (بن يحيى و أونيس، 2020، صفحة 68).

ومع التطورات التي رسمت المشهد في الجزائر طيلة عقود من الزمن خاصة من المستوى الإعلامي، من حالة التكتيم والضبائية التي كُرست طيلة سنوات، وهي مشاهد تكرر في كثير من دول العالم الثالث، وقد عمل النظام السياسي على جعل قوانين الإعلام تصاغ ضمن المنظور السلطوي القائم على ضمان إستمرارية بقاءه في الحكم، ومع نشأة مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي وفرت هذه الفضاءات للمستخدمين مساحات لصناعة المحتوى الإخباري أو المادة الإعلامية يجعلها فضاءا للتعبير عن القضايا الوطنية ذات الطابع السياسي، وتبلور ذلك في فترة الحراك الشعبي، أين كانت هذه الوسائل أحد أهم الأسباب التي توافرت لإنتفاضة الجماهير، فقد منحت مجالا للمستخدمين في نقل الصور و الفيديوها توثق مجريات وتطورات المشهد، ورسمت هذه المواقع فضاءاتها الخاصة بتبادل ونشر الأفكار بكل حرية، وبهذا جذبت هذه الشبكات والمواقع إليها مزيدا من المستخدمين حتى ممن ليس هم من المتعلمين، وقد أدرجت هذه التطبيقات وأضافته تحديثات أيقونية ومزيدا من المؤثرات التي تمنح لمستخدميها بإقامة علاقات إفتراضية أفضل، و بناء واقع مواز للمجتمع الطبيعي أو الواقعي، يتبادل الأفراد من خلاله مشاكلهم وأحلامهم وتطلعاتهم (بويكر و بوعموشة، 2019، صفحة 272).

أما في الجانب الثقافي شكَّلت مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، فرصة للجماهير ولصانعي المحتوى في التَّعرف والتعريف بالمكتنزات الأثرية والتنوع الثقافي الموجود في الجزائر، وذلك من خلال بث ونشر الصور والفيديوهات على نطاق واسع، ويكون بذلك الهواة والمستخدمين لهذه الوسائط قد وجدوا وسيلة إعلامية، لا تفرض عليهم أي قيود أو شروط تحول بينهم وبين نقل تجاربهم في الترويج لمحتويات تحاكي التراث الثقافي للجمهور، ضف إلى ذلك أنها كذلك تمنح للعالم فرصة للتعرف على الموروث الثقافي والأثري للجزائر.

أما على المستوى الإقتصادي فلم تكن الإستفادة من هذه المواقع والشبكات بشكل واضح ومقنع، نظرا لعدة أسباب تتعلق بالحيط الإقتصادي المحتشم الذي عليه البلد، بالإضافة لإنّ المستخدم الجزائري يفتقد للثقافة الاقتصادية، خاصة إذا علمنا أنّ شبكات

التواصل الاجتماعي من أهم أدواتها المهمة هي التسويق الذي يرتبط أساسا بمرجعية إقتصادية، فهذه الفضاءات الرقمية تعتبر وسيلة مهمة تحقق الترويج لمختلف المنتجات.

إذن أضحت مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بمثابة الظل الذي يلازم الجماهير الجزائرية، فتحقيق المواكبة فرض على الجزائريين كغيرهم من شعوب العالم التوجه إلى ما تقدمه هذه الوسائط الالكترونية من مزايا وخدمات وتحديثات مبهرة، إلى أن وصلت إلى ما يعرف الآن بتقنيات الواقع المعزز أو الواقع الافتراضي، والتي جعلت من عالم اليوم يعتمد على تقنيات الخيال أكثر في التعبير عن يومياته، وهو ما نلاحظه من خلال السرعة الموجودة في الأداء، والجودة في تقديم مختلف المواد المعلوماتية في كثير من المجالات.

وإنطلاقا من هذه المعطيات فقد يُفسر الإرتفاع المتسارع لمستخدمي هذه الشبكات في الجزائر إلى عدة أسباب، تتعلق بتحسين تدفق الإنترنت، خاصة لدى مزودي خدمة الإنترنت في الهواتف النقالة أو كما هو معروف (إنترنت الهواتف النقالة)، من خلال تقديم العروض المغرية التي تقدمها هذه الشركات لربائنها، لعل أهمها تلك التي تتعلق بالولوج إلى شبكات التواصل الاجتماعي بأقل الأسعار، وتقديم خدمات أفضل، وهو ما زاد من نسبة المشتركين.

ب. تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى السياسي والاجتماعي.

لعل من أبرز التأثيرات التي تحدثها شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي، أنها تلامس بشكل كبير الواقع الاجتماعي بالدرجة الأولى، لكون هذه الشبكات تحمل في الأساس الخصوصية أو المنطلق الاجتماعي في محاكاة حقيقية للتجارب التي تحدث للأفراد، ومن التأثيرات الأخرى كذلك تلك التي تقود الحراك الاجتماعي وهي التجارب السياسية، ويتجسد ذلك من خلال حلقات النقاش والحوار ومحاولة إيجاد الحلول، وعليه سنحاول أن نعطي حوصلة عامة حول هذين المستويين من التأثير.

. التأثيرات على المستوى السياسي.

بحسب دراسة (مركز بيو للأبحاث) التي حملت عنوان (المشاركة المدنية في العصر الرقمي)، قرر 43% من مستخدمي الشبكات الاجتماعية توسيع معارفهم عن إحدى القضايا السياسية أو الاجتماعية، بعدما اطلعوا عليها للمرة الأولى عبر مواقع الإعلام الاجتماعي، كما اتخذ 18% قرارات بشأن إحدى المسائل السياسية بناء على مواد قرءوها عبر هذه المواقع، وترى الدراسة أنه رغم نمو الوسائل الإلكترونية، فإن إقبال الأميركيين مثلا على الإندماج في مناقشة الأمور العامة والسياسية خارج الإنترنت إستمر عبر الرسائل البريدية أو الهاتف أو وجهاً لوجه، حيث لا تنفصل المشاركة السياسية عبر الإنترنت عنها خارجه، ووجدت ذات

الدراسة أنّ الأفراد يندمجون عادة في أنشطة مختلفة عبر قنوات الإنترنت وغيرها، فذكر **48%** من المشاركين إندماجهم في أحد النشاطات السياسية كحضور تجمع سياسي، أو تنظيم مظاهرة أو التطوع لتأييد حزب أو مرشح في الانتخابات، كما تواصل **39%** من المشاركين مع أحد المسؤولين أو تحدثوا في لقاء عام عبر الوسائل التقليدية، بينما قام بذلك عبر الإنترنت **34%** من المشاركين، كما أظهرت الدراسة إرتفاع المشاركة في الأنشطة السياسية عبر الشبكات الاجتماعية، بالمقارنة مع دراسة سابقة تعود إلى عام **2008**، حيث أشار **39%** من المشاركين في الدراسة إلى قيامهم بأحد الأنشطة السياسية مقارنة مع نسبة **26%** في الدراسة السابقة، وتعتبر هذه الزيادة منطقية بسبب الارتفاع الملموس في أعداد مستخدمي الشبكات الاجتماعية، والذين وصلت نسبتهم إلى **69%** من مستخدمي الإنترنت مقارنة مع **33%** عام **2008** (الجزيرة نت، **2013**)، وهناك الآن مقترحات للتصويت عبر الإنترنت، مما يؤدي إلى مشاركة المزيد من الناس في الانتخابات، وهذا يمكن أن يجعل وسائل التواصل الاجتماعية أكثر تأثيراً، حيث يمكن أن يختار الناس حرفياً بعد لحظات من قراءة آخر التعليقات، أو الروابط التي وجدوها على (Facebook) أو (Twitter) (الجزيرة نت، **2018**)، فشبكات التواصل الاجتماعي باتت ثورة تكنولوجية في عالم المشاركة السياسية التي غزت العالم بأسره ومنها المنطقة العربية، ونالت إهتماماً واسعاً، خاصة من عنصر الشباب نظراً لما تمثله هذه الشبكات من مجتمع افتراضي تلاشت فيه الحدود وأزيلت منه القيود، وشكّلت في نفس الوقت ظاهرة إعلامية فريدة، فقد استوعبت كل أشكال الإعلام التقليدي وبنته في صورة تقنية حديثة (منى، **2016**، صفحة **469**)، كما فتحت هذه الشبكات أو المواقع المجال أمام ممارسة قضايا المواطنة عبر الإنترنت، وهذه الظاهرة يطلق عليها (Virtual citizenship)، ففي ظل التوترات التي تعاني منها الدول القومية، وتقلص أو انعدام الحقوق السياسية، وعدم مصداقيتها في السياقات الواقعية للمجتمعات العربية، يصبح المجتمع الافتراضي مجالاً لحقوق المواطنة والمطالبة بالحقوق السياسية (أحمد عبد الله و كرركيس عزيز، **2012**، صفحة **2011**)، ويؤكد هذا الرأي فتحي حسني عامر في كتابه: (وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك) بالقول: (... ويبدو اليوم أن هذا التفاعل، والحوار، والجدل، والنقاش السياسي، والفكري والإجتماعي، قد أفرز حالة من الوعي المختلف، والذي يمكن أن يكون ضمن روافد عديدة أحد مفجرات ثورات تونس ومصر، أو على الأقل من بني عوامل تنسيقها وتحركها) (السوداني، **2015**، صفحة **128**)، وقد أثبتت وسائل التواصل الاجتماعي أنها أداة فعّالة، في زيادة الوعي وتنسيق الإجراءات على أرض الواقع للحركات الاجتماعية، ويطلق على هذا النشاط عبر الإنترنت أحياناً إسم (نشاط الهاشتاج)، للإشارة إلى استخدام الهاشتاج كعلامة بيانات تعريفية لأكثر المواضيع تداولاً (Website)،

.(2022).

. التأثيرات على المستوى الاجتماعي.

تعد وسائل التواصل الاجتماعي تأسيساً للشعور بوجود الإنسان في قلب الحراك المجتمعي، فهذه الوسائل هي أدوات في الحقيقة للإنخراط في مفهوم السلوك الإنساني، وهي كذلك تجربة تعبر على مفهوم التواصل بين الأفراد (Tracii, 2017, p. 01)، ومن بين التأثيرات الاجتماعية الواضحة لوسائل التواصل الاجتماعي أن الفرد قد أصبح أكثر تحملاً بفضل المرونة المادية والتقنية لهذه الوسائل، والتي جعلت تداول المعلومات وتبادلها بين البشر في غاية السرعة، فقد تجاوزت التقنية مدعومة برغبة الإنسان الفطرية في التحرر من هياكل الدولة التقليدية، التي ترى في الفرد كائناً اتصالياً متقبلاً يقف تأثيره داخل حدود ما يتأثر به المجتمع، ولكن الحاصل أن سلطة الفرد عبر وسائل التواصل الاجتماعي تزداد يوماً لاسيما في الدول النامية، وهذه السلطة ستصدم إما عاجلاً أو آجلاً، بكل محاولة لإعادة هيكلة وسائل الإعلام التقليدية وتنظيمها، فالهيكل الكلاسيكية القديمة، ستجابهها في ذلك ما يسمى تحررية فردية، والتي تسعى إلى فرض نفسها ليس في ملكية الوسيلة، وتبادل المعلومات دونما إقصاء فقط، ولكن في التأسيس لمؤسسات فردية في الإتصال، وإدارة مختلفة للمشاهد الإعلامي أيضاً (السويدي، 2014، صفحة 61)، ويرى عالم الاجتماع الإنكليزي (أنتوني غندين): أن التحولات الاجتماعية والثقافية التي يتميز بها المجتمع المعارض، فهي تحولات ذات قوة نابذة وطاردة للأفراد، وذات خصائص ثقافية مشوشة ومضطربة، كما أن الأفراد في المجتمعات التي ينتشر فيها التواصل عبر شبكات الإنترنت مقطوعو الأوصال، وهذا بسبب إستغرافهم وذوبانهم في خبرات يومية مجزأة ومبعثرة، وتنقصهم الرؤية الشمولية المتناسكة للحياة، كما أن حياتهم تخلو من أي معنى بسبب سيادة أنظمة اجتماعية جافة، تفتقر إلى الحياة والديناميكية، وتفترغ الحياة من مغزاها ودلالاتها الاجتماعية الحميمية (العيساوي، 2021، صفحة 33)، ويمكن رصد إمكانية تأثير وسائل التواصل الاجتماعي سلباً على أمن المجتمعات بوضوح إلى حدود إنتشار العنف الداخلي، وتهديد الإنسجام الاجتماعي والثقافي، حيث يمكن عبر وسائل التواصل الاجتماعي نشر كل أنواع الإثارة والاستفزاز والتحفيز على العنف والقتال خصوصاً عند فئات الشباب وصغار السن، الذين لا يملكون حصانة كافية ضد التأثير وردات الفعل، ما قد ينتج عنه إغترابهم عن المجتمع، وتباعد المسافات بينهم وبينه إلى درجة العداوة أو القطيعة، وبحكم قدرة مواقع التواصل الاجتماعي على إقامة عالم افتراضي بديل (ملاعب، 2019).

فالكثير من الدراسات تؤكد أن التنشئة الاجتماعية، إنتقلت من سلطة الآباء إلى سلطة شبكات مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة أن أعين الرقابة غابت عنهم، فيكون التأثير الذي تمارسه شبكات التواصل الاجتماعي، بما يعرف بحدود التنشئة الاجتماعية، من خلال ما تنتجه هذه الشبكات من مواد إعلامية مختلفة، تستهدف عقول الأطفال الذين يمكن أن يستقبلوا هذه الرسائل دونما أن

يشعرون بخطورها، كما تتيح هذه الشبكات في بعض الأحيان للمراهقين فرصة لإطلاق إبداعاتهم، بما يعرف الآن بصانعي المحتوى، الذين إنتشرو في السنوات الأخيرة بشكل ملحوظ، خاصة في منصة تشغيل الفيديوهات (يوتيوب)، فالأدوار التي تلعبها شبكات ومواقع التواصل الإجتماعي وتأثيراتها على المستوى الإجتماعي تتعدد وتنوع، فالتحول الذي حدث في البيئة الرقمية وتكنولوجيا الإعلام والإتصال ترك بصماته ورمى بثقله على المجتمع، و جعل من الدراسين في حقول علم الإجتماع، و علم النفس لدراسة الظواهر التي تحدثها الميديا الجديدة على السياق الإجتماعي.

المبحث الخامس: ماهية الحراك والمفاهيم المشابهة.

أ. مفهوم الحراك الشعبي.

لغة: تشير الحركة إلى التغير وعدم الثبات وعكسه الحدود (حجاب م.، 2014، صفحة 217)، أما من الناحية الفيزيائية فتدل على تغيير الواقع في الموقع، وتنطوي على تحول في الزمان والمكان، والحركة إذن من المصطلحات الفيزيائية العلمية التي تأخذ معنى الانتقال والتحول، فهي نقلة ضد السكون والثبات الذي يؤول إلى الجمود والسنكرونية (بركاني، 2021، صفحة 616).

إصطلاحاً: هو سلسلة من التفاعلات بين الحكام وأشخاص يمثلون قاعدة شعبية تفتقد إلى التمثيل الرسمي، وذلك في مجرى إذاعة هؤلاء الأشخاص لمطالب بإجراء توزيع أو ممارسة السلطة وغيرها (عبد مرزوق، 2020، صفحة 107)، أو هي تلك الجهود المنظمة التي يبذلها مجموعة من المواطنين بهدف تغيير الأوضاع، أو السياسات، أو على مستوى الهياكل القائمة، لتكون أكثر قربا من القيم التي يؤمن هؤلاء المواطنين (الشويكي، 2014، صفحة 43).

التعريف الإجرائي:

يمكن أن نعطي تعريفا شاملا للحراك الشعبي، بأن نقول: بأنه تحرك لمجموعة من الأفراد الذين يمثلون مطالب جماهير عريضة رافضة لسياسات السلطة الحاكمة، وقد يكون هؤلاء الأفراد من الطيف السياسي والحقوقى المعارض الذين يكونون من النخبة في كثير من الأحيان، ويمتاز هؤلاء الأفراد بالقدرة على حشد أكبر عدد من الجماهير لمن يمثلون نفس التوجه السياسي مع هؤلاء، وما يميز الحراك الشعبي أنه يحمل دلالات أكثر وضوحا بأن هناك حالة من التشبع، والفتانة السياسية للجماهير إتجاه سياسات نظام الحكم أو السلطة الحاكمة.

ب. المصطلحات المشابهة.

. الحراك السياسي: ويقصد به تأثير مجموعة من الأفراد والجماعات في حركة النظام السياسي، وهذه التنظيمات تشكل جزءاً من النظام السياسي في بعده الشامل، وليس شرطاً أن يكون التغيير الناتج عن الحراك السياسي نحو الأفضل، فعلى سبيل المثال أن الحراك السياسي الناتج عن رغبة أو توجه من قبل السلطة السياسية قد تتمخض عنه أنماط مختلفة من الصراع، يستلزم إعادة ضبط إيقاعه (خالدي، 2020، صفحة 208).

. الحراك الاجتماعي: عرّفه (رودولف هيرل): بأنها الحركة التي تهدف على إحداث تغييرات راديكالية في النظام الاجتماعي العام، خاصة في مجالات توزيع الثروة وعلاقات العمل (عويس، 2019)، كما يُعرّفه الباحث وعالم الاجتماع الروسي الأصل (سوروكين): بأنه انتقال الأفراد أو الطبقات داخل المجال الاجتماعي (معاش و بكاي، 2021، صفحة 193)، فالحركات الاجتماعية: هي تلك الجهود المنظمة التي يبذلها مجموعة من المواطنين بهدف تغيير الأوضاع أو السياسات، أو الهياكل القائمة، لتكون أكثر قرباً من القيم التي تؤمن بها الحركة (ربيع هـ، 2014، صفحة 58).

. الثورة: المقصود بالثورة هو تحرك شعبي واسع خارج البنية الدستورية القائمة أو خارج الشرعية، ويتمثل هدفه في تغيير نظام الحكم القائم في الدولة، والثورة بهذا المعنى هي حركة تغيير لشرعية سياسية قائمة لا تعترف بها وتستبدلها بشرعية جديدة، هذا التعريف يميز الثورة عن الانقلاب العسكري بعربية عصرنا (صغير، 2017، صفحة 167)، كما يقصد به كل تحرك في المجتمع يفضي إلى قيام تغيير فجائي في السلطة بالقوة، وقد يستعمل فيه قدراً معيناً من العنف، أو يلجأ فيه إلى استعمال السلاح (عبد مرزوق، 2020، صفحة 107).

. الإنتفاضة: تُحيل الانتفاضة إلى نوع من التحرك الفجائي، الذي يندلع إلى أسباب معينة، فهي شكل من أشكال الصراع الاجتماعي الذي يمتاز بالعفوية ويفتقد لعنصر الاستمرارية والتنظيم وللقصدية الإستراتيجية، فهي حركة احتجاجية قد تلجأ إلى العنف والصراع والانفلات والتخريب (بوكاني، 2021)، وهي في غالب الأحيان تكون ظرفية، فهي بمثابة إنذار بحدوث تحركات شعبية في المستقبل، وهو ما حدث في الحالة العربية في السنوات القليلة الأخيرة، فهي تتجدد في أزمنة متقاربة نوعاً ما.

المبحث السادس: كرونولوجيا الحركات الشعبية (ثورات الربيع العربي) في المنطقة العربية.

يعود مصطلح الربيع العربي إلى الثورات التي حدثت سنة 1848، وقد أُستخدم أول مرة تاريخياً على نطاق واسع في الأدبيات الغربية سنة 1968 للدلالة على حركة الاحتجاج، والتي انطلقت في تشيكوسلوفاكيا فيما أُصطلح على تسميته بربيع (براك) للمطالبة بالإصلاح والتخلص من هيمنة السوفييات على الحياة السياسية بالبلاد، لكن هذا الربيع سرعان ما تحول إلى ربيع دام بعد تدخل الجيش الأحمر وسحق الحركة الاحتجاجية، مجهضاً في ذلك الحلم التشيكوسلوفاكي في نبذ سياسية الحزب الوحيد وهيمنة الدولة على المجتمع (دويدي، 2020، صفحة 885)، وقد شهدت بعض الدول من البلاد العربية موجة من الحركات الاحتجاجية التي إرتقت إلى حد أنها وُصفت بالثورات، وكانت بداية جانفي من العام 2011 الشرارة الأولى التي أشعلت غضب الشارع العربي على مستوى هذه البلدان، ما أُطلق عليه ب(الربيع العربي)، وهي الحالة التي وضعت شبكات التواصل الاجتماعي في بُؤرة الاهتمامات الفكرية والعلمية أكثر من ذي قبل، هي في المقام الأول حالة تغير عميقة في الوعي الاجتماعي بأهمية القيم المنتجة للديمقراطية والعدالة الاجتماعية، وقد تشكلت بالتقاء عوامل متعددة، كما هو الأمر بالنسبة لكل حالة تغير اجتماعي (الحيدري، 2017، صفحة 08)، وإذا كانت هذه الثورات العربية ولدت من رحم مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية، فإنَّ التغطية الإعلامية لهذه الثورات، قلبت مقياس الإعلام العربي بعدما غزته (صحافة المواطن) بالصوت والصورة، ضاربة بعرض الحائط كل محاولات القمع والتعتيم التي تنتهجها أنظمة هذه الشعوب، وبالتالي فإنَّ هذا المواطن الذي يقود الثورة على الأرض ومن ورائها على الصفحات الإلكترونية (بوعازي، 2017، صفحة 116)، وعليه سنحاول أن نعرض بعضاً من هذه التجارب كرونولوجياً بتوصيف عام لمجريات ما سمي بموجات الربيع العربي، ورصد الأسباب والخلفيات، وكذا نتائج هذا التحول السياسي.

الثورة في تونس: إندلعت الثورة التونسية بوفاة بائع متجول يدعى مُجَّد البوعزيزي، وذلك في ديسمبر/كانون الأول 2010، وتعود حيثيات هذه القضية حينما أضرم النار في جسده بعد أن منعه المسؤولون من بيع الخضروات، دون إذن من الجهات المخولة في منح رخصة ممارسة هذا النشاط (*The Guardian newspaper*, 2011)، حتى جاء اليوم الذي تلقى فيه صفقة على وجهه من امرأة شرطية (تعمل بجهاز الشرطة التونسي) بعدها قام مُجَّد بنشر جملته الشهيرة على الفيسبوك (أنا ضائع لا أدري ماذا أفعل)، وبالفعل توجه مُجَّد بالشكوى إلى الجهة المسؤولة، والتي قابلت الشكوى بالتجاهل، ومن ثم أضرم مُجَّد النار جسده وبعدها بأيام قليلة، و لقي عاطل آخر حتفه بعدما ألقى بنفسه من أحد المباني (جبيتا و بروكس، 2017، صفحة 42)، فإندلعت الإحتجاجات التي توسعت وازدادت شدتها على بن علي في التنحي عن السلطة، ومغادرة البلاد بشكل مفاجئ عشية يوم الجمعة 14 يناير/كانون

الثاني (جانفي)، وأعلن الوزير الأول مُجَّد الغنوشي في نفس اليوم توليه رئاسة الجمهورية بصفة مؤقتة، وذلك بسبب تعثر أداء الرئيس لمهامه، وبناء على ذلك أعلن في يوم السبت 15 يناير/ كانون الثاني 2011 عن تولي (فؤاد المبرع) رئيس مجلس النواب منصب رئيس الجمهورية بشكل مؤقت، إلى حين إجراء إنتخابات رئاسية مبكرة خلال فترة من 45 إلى 60 يوماً، غير أن الأحداث اتخذت منحى آخر، حيث تظاهر يوم 25 فبراير 2011 أكثر من 100 ألف شخص في تونس، ضد حكومة الوزير الأول في عهد بن علي مُجَّد الغنوشي، وطالبوا بانتخاب مجلس تأسيسي لوضع دستور جديد لتونس، (بن حسين، 2015)، وإذا بقائد أركان الجيش يخرج للمعتصمين، الذين إتخذوا من ساحة ومدخل قصر الحكومة المكان الذي يطالبون فيه باستقالتها أو إقالتها، مصرحاً ومخاطباً الجموع وهو يتوسطهم، (إنَّ قوات الجيش ستحمي ثورتنا ... بل ثورتكم، ثورة الشباب، وأن إقالة الحكومة سيدخل البلاد في فراغ وفوضى والجيش لا يسمح بإنفلات الوضع أكثر) (زيان، 2011)، وبعد ذلك نظم إعتصام (القصة 1)، وإعتصام (القصة 2)، والذي أطاح بحكومة مُجَّد الغنوشي، وتعيين حكومة الباجي قايد السبسي، و التي أفصت وجوه النظام القديم، ولم يكن إعتصام القصة ليمر من دون مواجهات بين الشباب التونسي الذي سارع إلى حماية ثورته وبين قوات الأمن، ما أسفر عن سقوط عدد من الضحايا، ولعل من أبرز إنجازات الثورة في لحظاتها الأولى، هو تعيين (الهيئة العليا لتحقيق أهداف الثورة والانتقال الديمقراطي)، ونجحت تونس بعد ذلك في إنجاز أول انتخابات حرة، أسفرت عن ولادة المجلس الوطني التأسيسي، والذي كُلف بكتابة الدستور، وانتخاب أول حكومة منتخبة، قادتها حركة (النهضة)، فيما عُرف بعد ذلك بحكومة (الترويكا) مع حزبي التكتل والمؤتمر، وترأس الحكومة القيادي النهضوي (حمادي الجبالي) قبل انتخاب (المنصف المرزوقي) رئيساً للبلاد (التليلي، 2015)، وفي يناير/ كانون الثاني 2014 البرلمان يقر دستورا جديدا، ويشكل رئيس الحكومة (مهدي جمعة) حكومة تكنوقراط لتسيير الأعمال، حتى إجراء انتخابات جديدة، وفي أكتوبر/ تشرين الأول 2014 حزب نداء تونس بقيادة (الباجي القايد السبسي. توفي في يوليو/ تموز 2019) يفوز في الانتخابات البرلمانية متقدما على حزب النهضة، كما فاز السبسي في الانتخابات الرئاسية ضد منافسه (منصف المرزوقي)، ونداء تونس والنهضة يشكلان ائتلافا حكوميا بموجب ما يعرف وثيقة قرطاج (عربي BBC، 2021).

الثورة في مصر: إنطلقت يوم الثلاثاء 25 يناير 2011 الذي أُختير ليوافق عيد الشرطة، والذي حددته عدة جهات من المعارضة المصرية والمستقلين من بينهم (حركة شباب 06 أبريل) و(حركة كفاية)، وكذلك مجموعات من الشباب عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر (ويكيبيديا الموسوعة الحرة، ب.ت)، وقد سلكَّ الشباب المصري ما يمكن تسميته (لغة التحرير) التي اعتمدت على الشعار السياسي بشكل كبير بدءًا من (عيش - حرية - عدالة اجتماعية - كرامة إنسانية)، ثم تطورت إلى (ارحل)

و(الشعب يريد إسقاط النظام)، وهي اللغة التي أسهمت في التعبير عن الأحداث (درويش اللبان و الشريف، 2016)، ولأنَّ قوات الأمن لم تستطع إحتواء الموقف واضطرت إلى ترك أماكنها بعدما أدى إفراطها في استخدام القوة إلى إقدام المتظاهرين إلى حرق العديد من مقرات الشرطة، وكذا مقرات تابعة للحزب الحاكم، حينها قرر مبارك استدعاء الجيش وفرض حالة التجوال، وأدت هذه المعطيات بتقديم حسني مبارك لخطاب يلتزم بإجراء إصلاحات اقتصادية، وإقالة الحكومة وتكليف الفريق احمد شفيق بتشكيل الحكومة (محمود علي، ب.ت) وفي الفاتح من شهر فبراير، التلفزيون المصري يذيع الخطاب الثاني لمبارك، والذي أعلن فيه عدم نيته الترشح لفترة رئاسية جديدة، ودعا البرلمان لتعديل المادتين 76 و 77 من الدستور، بما يُعَدِّل شروط الترشح لرئاسة الجمهورية ويعتمد فترات محددة للرئاسة، وتغيير شعار وزارة الداخلية من "الشعب والشرطة في خدمة الوطن" إلى "الشرطة في خدمة الشعب"، بعدها بأربع أيام تظاهر أكثر من مليون مصري في ميدان التحرير وعدة ميادين أخرى، فيما عرف ب(مليونية الرحيل)، في المقابل دعا المؤيدون لنظام الرئيس مبارك إلى مظاهرات في نفس

اليوم أطلقوا عليها (جمعة الاستقرار) (عوي BBC، 2011)، وفي العاشر من الشهر ذاته عُقد مؤتمرًا صحفياً متمثلاً في بيان لقيادة القوات المسلحة برئاسة المشير حسين طنطاوي، في غياب حسني مبارك الذي هو القائد الأعلى للقوات المسلحة دستورياً، وجاء في نص

البيان أن الجيش سيكون في حالة إنعقاد دائم، وهي إشارة ضمنية على إستمرار سلطة العسكر، كما تعَبَّر على إنقلاب مؤسسة الجيش على قائدها مبارك، وفي وقت كان ينتظر فيه إعلان مبارك تنحيه عن السلطة في آخر خطاب له، إلا أنَّ قراره كان تفويض جميع صلاحيته لنائبه إلى سليمان (بشارة، 2016، صفحة 551)، ومع تزايد الحشود الكبيرة نحو ساحة التحرير وحالة الفوضى التي صنعت المشهد في الشارع المصري المشير حسين طنطاوي يُعلن تنحي حسني مبارك عن السلطة بصفته رئيساً للجمهورية، وتكليف المجلس الأعلى للقوات المسلحة بإدارة شؤون البلاد (قناة العربية، بلا تاريخ).

نُظمت أول إنتخابات نيابية بعد الثورة، وجاء ذلك بعد دعوة بيان للقوات المسلحة كمرحلة أولى للخروج من الأزمة، والتي أُجريت على ثلاث مراحل بداية من 28 نوفمبر إلى غاية 11 يناير 2012، والتي تمخضت عن فوز التيار الإسلامي (الشيمااء، 2014، صفحة 58)، بعد ذلك نُظمت أول إنتخابات رئاسية بعد سقوط نظام مبارك، و التي فاز فيها مرشح جماعة الإخوان المسلمين مُجَّد مرسى بنسبة قريبة من المرشح المنافس له، وهو أحمد شفيق وهي نسبة 51%، وهو ما يعبر عن حالة الإستقطاب بين القوى الإسلامية والثورية من ناحية، والقوى المحسوبة على نظام مبارك من ناحية أخرى، وبعد ترسيم نتائج الإنتخابات سارع الرئيس

المنتخب إلى إعلان وثيقة الإعلان الدستوري بتاريخ 21 نوفمبر 2012 (مصطفى بخيت و أبو يوسف، 2017، صفحة 421)، بعد هذا الإعلان سارعت الكثير من النخب السياسية المعارضة على فوز مرسي إلى حشد الجماهير سياسيا وإعلاميا، وتأثير من قوى أجنبية خارجية تطورت الأوضاع وخرجت الجماهير خاصة من تنتمي إلى غير التيار الإسلامي، والتي إنتهت بعزل المؤسسة العسكرية للرئيس مرسي وحل حزب الأخوان ومحكمة رموزه تحت عدة إتهامات، و التي أبرزها تهمة التواطؤ والتخابر مع دولة أجنبية، ثم دخول الرئيس مرسي إلى السجن، بعدها تطورت الأحداث بتنظيم إنتخابات فاز بها عبد الفتاح السيسي الذي كان قد قاد المرحلة الإنتقالية قبلها.

الثورة في ليبيا: إندلعت الإحتجاجات في ليبيا ليلة 15 فبراير من سنة 2011، والتي لم تكن في الأساس تتعلق بالسبب الاقتصادي، ولا هي ثورة ضد الجوع والفقر، ولا هي إنتفاضة تهدف إلى تحسين ظروف المعيشة فقط، بل هي نتيجة مجموعة من التراكمات على مدى عقود من حكم القذافي (إعلان جمعة، 2015، صفحة 75)، ثم تطور الصراع إلى صراع مسلح مابين قوات تابعة للقذافي، وأخرى يطلق عليهم الثوار الذين إتخذو من مدينة بنغازي مقرا لهم ومدن ومناطق أخرى في ليبيا، وفي 18 مارس 2011 أصدر مجلس الأمن قرار بفرض حظر جوى فوق ليبيا من أجل حماية المدنيين، و بعدها بيوم أي في 19 مارس 2011، شنت فرنسا وأمريكا و بريطانيا وفرنسا غارات على المواقع العسكرية التابعة للقذافي، و من أجل وقف تقدم القوات الموالية للعقيد القذافي نحو على المدن الليبية التي يسيطر عليها ما يُسمون أنفسهم بالثوار (ويكيبيديا الموسوعة الحرة، ب ت)، واعترفت ذات الدول بالمجلس الإنتقالي في بنغازي كخطوة عُدَّت تطوراً في مسار الأزمة الليبية، ووضعت خطة لإنهاء حكم القذافي تتكون من ثلاث نقاط:

✓ التشويش على الكنائس التابعة للقذافي.

✓ قصف ثكنة العزيزية (حصن القذافي).

✓ الإعلان على منطقة الحظر الجوي في ليبيا.

وهو ما عَجَّل بإختيار القدرات العسكرية لكنايب القذافي في الكثير من المدن الليبية، وسمح للثوار بالمقابل بالسيطرة عليها (زغدار و رملي، 2014، صفحة 38)، و بدخول قوات المجلس الإنتقالي مدينة سرت آخر معاقل قوات القذافي، و بعد مقتل القذافي وتوالي سقوط كبار نظامه وفي مقدمتهم سيف الإسلام القذافي، بات واضحا أنّ ليبيا مقبلة على بناء مرحلة جديدة (العزاوي، 2015، صفحة 113)، والتي ظهرت بأن أعلن رئيس الوزراء المكلف (عبد الرحمان الكيب) في 22 أكتوبر 2011، تشكيل

الحكومة الإنتقالية التي ستتولى إدارة شؤون ليبيا إلى نهاية حزيران 2012، بعد أن نالت ثقة أغلب المجلس الإنتقالي، والتي ضمت 24 حقيبة وزارية (عبد الجابر ، 2012، صفحة 112).

وعلى العكس من ذلك إزداد الوضع في ليبيا إلى التعقيد، وإستمرت حالة الفوضى على شقين، غرب بقيادة حكومة الوفاق الوطني، و شرق ليبيا بقبضة عسكرية، و مُكُون مدني متمثل في مجلس نواب طبرق، وبقي الصراع حول من يحكم ليبيا بدعم الأطراف الدولية لخليفتها الذي يتوافق مع مصالحها، وهو ما جعل ليبيا حلبة صراع للأطماع الأجنبية، لأخذ حصتها من الثروات التي يسخر بها البلد، ونتج عن ذلك بلداً منكوبا على جميع الأصعدة، وبقي حلم الحفاظ على الوضع الأمني أولوية الأولويات، وحاولت الكثير من الأطراف الدولية وخاصة دول الجوار كمصر والجزائر بذل جهودها، من أجل إحتواء الأزمة، لكن في كل مرة تُلاقى هذه المبادرات من عدم التوافق بين أطراف النزاع ، وهو ما جعل من الثورة الليبية نقمة على الشعب الليبي الذي أصبح يتطلع إلى وقف المعارك العسكرية والصراعات السياسية التي نسفت بكيان ومستقبل الأمة الليبية، وأصبح التوافق على تنظيم إنتخابات رئاسية ونيابية، يرواح مكانه طيلة أكثر من عشر سنوات من عمر الأزمة الليبية

الثورة في سوريا: كان بوادق وقع شيء ما في سوريا تظهر على منصات التواصل الإجتماعي لموقع فيسبوك عن طريق مئات الصفحات والمجموعات، التي تدعو إلى ثورة في سوريا تباعاً في نفس الفترة مع باقي الثورات، مع أنّ مُنسقي المظاهرات كانوا مجهولي الهوية والتوجهات، ومع أنّ الموقع حُجب بعدها رسمياً في سوريا، فقد إستطاع العديد من الشباب التنسيق والاتفاق على بدأ المظاهرات في 05 فبراير 2011، وقد بلغت أعداد المشتركين في بعض هذه المجموعات التنظيمية 2000 شخص، وبالرغم من هذا فقد ظهرت في المقابل حركات مُعارضة للمظاهرات والمسيرات الاحتجاجية، وبلغ عدد المشتركين في بعض هذه المجموعات المعارضة على شبكة الفيسبوك الاجتماعية حوالي 2500 شخص (موقع المعرفة أولاين، ب ت).

إتسعت رقعة الإحتجاجات لتشمل الكثير من المناطق السورية، وإزداد الحصار على النظام السوري بتجميد عضوية في الجامعة العربية بالأغلبية بإستثناء الجزائر والعراق التي صوت ضد قرار التجميد، وقد رأت في القرار متسرعاً وأنه يعمق من الأزمة ولا يساهم في حلها، إلا أنّ النظام السوري صمد أمام هذا الضغط الشعبي والعزلة الدولية، خاصة أنّ المنطقة العربية كانت تعيش وسط غليان شعبي غاضب، والذي إمتد إلى عدد من الدول من المحيط إلى الخليج.

خلّفت الأزمة السورية آلاف القتلى ومئات الآلاف من الجرحى وأكثر من مليوني لاجئ سوري، و أضحّت مناطق الشمال السوري خاصة ريف إدلب مناطق تخضع لسيطرة قوات المعارضة، التي تدعمها الولايات المتحدة الأميركية بمعية تركيا وبعض الدول

الغربية، و أستمر الصراع العسكري بين قوات النظام السوري وقوات المعارضة باستخدام الأسلحة المحظورة دولياً، في المقابل يُدعم النظام السوري روسيا وإيران التي تُعدّان أكبر حليفين لنظام بشار الأسد بعد عقد من الصراع بين النظام السوري وقوات المعارضة المسلحة إستقر الوضع في سوريا بشكل نسبي، بسبب القبضة الحديدية للنظام السوري وتحكمه في معطيات الأزمة، وبالرغم من الحصار السياسي والإقتصادي والعسكري إلّا أنّ مناطق من الشمال السوري باتت منطقة عسكرية بسبب الوجود التركي والأمريكي بحكم الحدود المشتركة مع تركيا، وتشكل هذه المناطق مناطق نفوذ لقوات المعارضة السورية، وسط هذه المعطيات تم تنظيم إستحقاقات في العام 2021 لإختيار الرئيس، وقد جاءت عقب إصلاحات سياسية شملت قوانين الإنتخابات، و قد شارك الرئيس الأسد فيها، لثحسم بعدها نتائج الإنتخابات لصالح بشار الأسد، وكانت لبوادر إنفراج الأزمة السياسية زيارة وزير خارجية الإمارات لسوريا، و إستقباله من طرف الرئيس، ضف إلى ذلك مساعي الجزائر للوساطة الدولية لعودة سوريا لأحضان الجامعة العربية، وذلك من خلال القمة العربية التي من المفروض أنها ستعقد في الجزائر في شهر مارس 2022.

. **باقي البلدان العربية:** شهدت دول كاليمن، و البحرين، و السودان، و لبنان، و المغرب إحتجاجات ضخمة، غيّرت الكثير من المعطيات وأعدت صناعة المشهد السياسي، وكانت اليمن من أكثر البلدان التي عانت ودخلت مرحلة خطيرة بعد إسقاط نظام عبد الله صالح من انقسام جغرافي وسياسي في إطار الصراع الإقليمي بين دول الخليج التي تدعم الوحدة الترابية، وبين فيصل الحوثيين في شمال اليمن المدعوم من إيران، وإكتمل بعد ذلك مشهد الصراع بوقوع معركة الحزم الذي قاده التحالف العربي بقيادة السعودية، الأمر الذي أزم من الوضع و أدخل البلد في دوامة العنف الطائفي، أبقى اليمن بلداً ممزقا من كل النواحي، أما في السودان ولبنان، فتغيرت فيها بعض الأنظمة مع مطلع 2019 بإحتجاجات إستمرت لأشهر، أما في المغرب، فقد شهد إحتجاجات كبيرة، تمخض عن ذلك الإفتتاح السياسي الذي أقره ملك المغرب طواعية، وذلك بتنظيم أول إنتخابات تشريعية، وتشكيل حكومة منتخبة شعبياً قبل ست سنوات من الآن، أما في البحرين فتتجدد في كل مرة إحتجاجات تطالب بالإصلاح، وبترقية حقوق الإنسان وغيرها من الحقوق السياسية والمدنية.

إذن نستج من خلال استعراض جملة هذه التجارب ووجوب التنويه هنا بأن وصف هذه التجارب وربطها بممارسة الحقوق المدنية والسياسية المكفول قانوناً في نص الميثاق العالمي لحقوق الإنسان، قد كشف عن الكثير من المحطات المؤلمة الممارسة بين طرفين الصراع من السلطة ب (انعدام الحوار، وعدم احترام الإرادة الشعبية)، ومن المحتجين ب (طريقة التعبير التي كانت بممارسة العنف في

حالات كثيرة)، وهو ما أدى إلى إحداث جدل كبير حول مخرجات هذا التغيير في معادلة لم تكن في مستوى المطالب والطموح الجماهيري.

المبحث السابع: الحراك الشعبي (فبراير 2019) في الجزائر (قراءة في الأسباب والخلفيات).

قبل أن نخوض في تفاصيل أهم الأحداث التي صنعت المشهد العام في الجزائر في العام 2019 وهو الحراك الشعبي الذي عرف خروج ملايين الجماهير إلى الشوارع والساحات العمومية وفي كل مناطق الوطن، سنحاول أن نستعرض أهم المحطات التي شهدت فيها الجزائر إحتجاجات بعد سنوات إستقلالها كشكل من أشكال التعبير الشعبي بإختلاف مسمياته، والتي كانت قد شكّلت اللبنة الأولى لتأريخ التجارب التي مر بها الشعب الجزائري، وكذا تقديم قراءة تمحيصية حول ما حدث في حدود تساؤل: ما الذي جرى، وكيف جرى؟

. أحداث 05 أكتوبر 1988:

تميزت مرحلة حكم الشاذلي بن جديد بنزعة إستهلاكية كانت قصيرة زمنيا، فبداية من سنة 1986 بدأت أسعار النفط بالانخفاض في السوق الدولية، مما جعل الدولة الريعية عاجزة عن تلبية المطالب الشعبية المتزايدة باستمرار، جراء الزيادة السكانية الكثيفة التي وصلت سنة 1987 إلى 50%، هذه التغيرات الهيكلية التي أثرت على البناء الاجتماعي الجزائري تحت ضل ازدواجية الخطاب (مخلوف، 2013، صفحة 15)، فتمخض عن هذه المعطيات إحتجاجات سنة 1988 التي مثّلت تجمعا فريدا بتنوع أسس التهميش (ثقافي، إجتماعي، إقتصادي، الخ...)، وقد سبق لكل منه أن عبّر عن سخطه تجاه الدولة أو النظام على امتداد الثمانينات من القرن العشرين كل على حدى، حيث مثّلت هذه اللحظة ما يمكن تشبيهه بالتحالف والتكتل الواسع بين هذه الفئات، البداية كانت من خريجي الجامعات والعاطلين عن العمل (ربيع هـ، 2014، صفحة 319)، حيث وبتاريخ 19 سبتمبر/أيلول 1988 خرج الرئيس الجزائري الراحل الشاذلي بن جديد ليلقي خطابا تضمّن نقدا حادا لحزب جبهة التحرير الوطني الحزب الوحيد حينها، موجها الدعوة إلى الجزائريين للدفاع عن أنفسهم بأنفسهم من خلال تنظيم صفوفهم، وهو ما إعتبره البعض تحريضا يرمي إلى افتعال الثورة في الأيام القليلة الموالية لهذا الخطاب، حينها أصبحت الشائعات تنتشر عن وجود نداءات للخروج إلى الشارع والقيام بانتفاضة عارمة، وجرى الاتفاق على أن تكون الانطلاقة الرسمية هي إضراب عام، وهي الشائعات التي خالطتها تهديدات مبطنة للتجار الذين يرفضون الاستجابة لنداء الإضراب، وعشية هذا الموعد، أي يوم 04 أكتوبر/تشرين الأول، خرجت مظاهرات (عفوية)

تحوّلت إلى أعمال عنف إستهدفت مقرات حكومية، مما أدى إلى نشوب مواجهات عنيفة بين المتظاهرين والقوات الأمنية استمرت حتى فجر اليوم الموالي، وحلّ يوم 05 أكتوبر/تشرين الأول، والظروف مهيباً لاشتعال الفتيل، فقد توسّعت رقعة المظاهرات في الجزائر العاصمة، وبرز ميل واضح لدى المحتجين نحو تدمير وتخريب كل ما يرمز للدولة والسلطات، وبدأ في تلك الأجواء إحصاء قتلى المواجهات (موقع الجزيرة الوثائقية، 2019)، ومع انفلات الأمور، وتحول المشهد إلى ما يشبه زلزال سياسي، كاد أن يطيح بأركان النظام الذي بنته الطبقة الحاكمة في الجزائر، بعد استرجاع الاستقلال الوطني في جويلية 1962، ولم يجد النظام الجزائري من جواب لمطالب انتفاضة الشباب في الخامس أكتوبر 1988، سوى إعلان حالة الطوارئ التي استمرت إلى غاية العاشر من أكتوبر، ووصل عدد ضحايا الانتفاضة إلى 169 جريح حسب الإحصائيات الرسمية وأكثر من 500 قتيل حسب المعارضة (عبدوس، 2017)، وفي يوم الخميس 06 أكتوبر 1988، امتدت المظاهرات إلى كل الأحياء الشعبية، وانقطعت الدراسة في المدارس والثانويات خوفاً من أن تمتد المظاهرات إلى المدارس وبالتالي يلتحقون بالحركة، وذلك بأمر من وزارة التربية الوطنية، وفي يوم 07 أكتوبر 1988 المصادف ليوم الجمعة، حاول بعض قادة التيار السلفي في الجزائر قيادة مسيرة في شوارع باب الوادي انطلاقاً من مسجد السنة، الذي كان يتواجد به علي بن حاج، وقبل انطلاق المسيرة دعا أحمد سحنون، ومحفوظ نوح المصلين للتعقل، غير أنّ هؤلاء لم يستجيبوا لنداءات الشيخين الذين كانا يحظيان بمصداقية لدى عامة الناس، وقد حاول كل من أحمد سحنون، ونوح، وعباسي مدني، التوجه إلى رئاسة الجمهورية لدعوة الرئيس الشاذلي بن جديد لوقف إطلاق الرصاص على المتظاهرين، وإطلاق سراح الموقوفين من المتظاهرين، لكن مصالح الأمن رفضت ذلك ومنعتهم من الوصول إلى مقر الرئاسة، وفي السابع من أكتوبر/تشرين الأول 1988، أعلن الرئيس الشاذلي فرض حظر التجول ليلاً في العاصمة وضواحيها، وكلف الجنرال خالد نزار بالملف، كما انتشرت قوات الجيش في كامل أحياء العاصمة الجزائرية، والذي قدرت مصادر عددها بعشرة آلاف جندي (موقع الجزيرة نت، 2017).

و الشاهد في كل ما حدده أكتوبر/تشرين الأول 1988 قبل كل شيء للمجتمع الجزائري غير المسيس، هو توقع أنّ التطلعات الشعبية ستنتطوي تلقائياً على قدر أكبر من الحرية الاجتماعية، وأنّ خيبة الأمل التي أعقبت احتجاجات عام 1988، والتي فشلت في إحداث أي إصلاحات ملموسة، تعكس التلاعب بالجهود الثورية سواء في 1954 أو 1988، والتي تملّي السرديات الاجتماعية السابقة، على عكس تنازل الجزائريين عن الأمل في أشكال الاحتجاج الشعبي، فإنّ الخوف يأتي من الاعتقاد بأن وسائل التعبير هذه، ستُصادر من قبل القوى العليا التي يصبح التغيير بالنسبة لها عملية يجب التعامل معها بحذر (Allouche، 2016)، وشكّلت مخرجات هذه الأحداث منعرجاً مهماً في المشهد السياسي الجزائري، بإقرار دستور جديد الذي هو من صميم

الإصلاحات التي وعد بها الرئيس الراحل الشاذلي بن جديد، و كان فيه التوجه إلى الإنفتاح السياسي والإعلامي من أهم بنوده، و الذي سيفتح أفقا واعدة في صناعة بلد ديمقراطي وفق الرؤية المرسومة، وتوّجت هذه العملية بتأسيس العشرات من الجرائد والأحزاب السياسية، ونظمت أول إنتخابات شاركت فيها الأحزاب المنبثقة عن (دستور 1989)، غير أنّ تلك الرؤية تخللتها مرحلة فراغ رهيبه مرّ بها البلد بتوقف المسار الإنتخابي، ودخوله في دوامة من العنف، و الذي استمر طيلة عقد من الزمن.

. إحتجاجات يناير 2011.

كانت قد بدأت الاضطرابات مساء يوم 06 يناير 2011 عندما احتل متظاهرون أحد الشوارع الرئيسية في حي باب الواد، وبدأوا يرشقون رجال شرطة مكافحة الشغب بالحجارة. كما دمرت مجموعة أخرى من الشباب موقفا للحافلات، وأقام المتظاهرون حواجز بواسطة إطارات سيارات، وأشعلوا فيها النيران (موقع المعرفة أولاين، ب ت)، لتنتقل بعدها الإحتجاجات إلى ولاية تيبازة، وهران، الجلفة، ومدن الجنوب، ليكتمل المشهد بعدها إلى باقي مناطق الوطن، وتعود أسباب هذه الإحتجاجات التي تسارعت بشكل هيس تري إلى غلاء فجائي في أسعار السكر والزيت (مطاوي، 2011)، بعد ذلك صدر أول موقف رسمي من السلطات الرسمية على لسان وزير التجارة، تلاه بعد ذلك تصريح وزير الشباب والرياضة الذي دعم الرؤية الرسمية التي تصور الإحتجاج على أنه احتجاج على غلاء أسعار مواد الغذاء، يعبر عنه شباب عاطل عن العمل بلا تأهيل وتنقصهم وسائل الترفيه، ولم يتدخل حينها وزير الداخلية المعني الأول بضبط الأمن إلّا في اليوم السابع للاحتجاجات بعد تسجيل أولى الضحايا في صفوف المتظاهرين، ليصف الحركة الاحتجاجية بأنها عمل إجرامي، وهو من تدبير مجموعات إجرامية (جاي، 2011، صفحة 11).

لكن بعد تطور الأحداث السريع، و بعد قراءة معمقة للسلطة السياسية في الجزائر، طبقا لعدة معطيات أبرزها وأهمها ما يحدث في دول الجوار من إضطراب أممي، وتحركات شعبية رهيبه تنذر و توحى بحدوث تحولات خطيرة، والتي كانت قد ظهرت في شعارات المتظاهرين النائرة ضد أنظمتها، و التي طالبتها بالرحيل كمطلب جماهيري موحد، كما حدث في تونس وباقي الدول العربية الأخرى، حينها توجهت الحكومة الجزائرية طواعية و بشكل هستيري إلى تسريع وتنفيذ أجهزتها الموجهة لدعم الشباب، في صيغة تفعيل القروض الموجهة إلى الشباب البطال، وإطلاق المشاريع العمومية ذات الطابع الإجتماعي بالدرجة الأولى، في مساعي منها لشراء السلم الإجتماعي، مستفيدة في ذلك من الارتفاع الكبير في أسعار النفط، الذي أنعش الخزينة العمومية.

ومع خروج هذه الإحتجاجات بهذه الصورة المفاجئة، وفي خضم الموجة الأولى من الثورات العربية، تمكن النظام الجزائري حينها، بالنأي بالبلد عن حركة التغيير التي اجتاحت بلدان المغرب العربي خاصة وبعض الدول العربية الأخرى، وكان ذلك بالتذكير بما شهدته البلاد من موجة عنف، تواصلت لعشر سنوات دامية في تسعينيات القرن العشرين (السيبيلي، 2019، صفحة 07).

إذن إن ما أعطته هذه الإحتجاجات من مؤشرات جد قوية للسلطة السياسية حينها، يتعلق أساسا بتوفر روح الاستعداد الذي أظهرته الجماهير الجزائرية للانتفاضة في أي وقت، وهو ما جعلها أمام خيارين إصلاحيين إثنيين لا ينفصلان لتحقيق الاستقرار الحقيقي والفعلي للدولة ولكياناتها، و تفادي السقوط و الهزات الغير محمودة العواقب، وهما (الخيار السياسي، و الخيار الإقتصادي)، فاختارت السلطة الخيار الثاني على حساب الخيار الأولى، و كان ذلك عن طريق ضخ الأموال في المشاريع لتحقيق ما أسمته بسياسة الدعم الإجتماعي، بيذا أنّ هذه الإصلاحات كما سمتها بقدر سرعتها، لم تكن تتساوي مع عمق الرؤية المطلوبة التي تحقق مفهوم الرفاه الإقتصادي المنشود، وهو ما أثبتته السنين بعد ذلك.

وبعد عام ونيف من هذه الأحداث، وفي مراسيم إحياء ذكرى مجازر 08 ماي 1945، زار الرئيس الراحل بوتفليقة مدينة سطيف (الخطاب الأخير للرئيس بوتفليقة.. رسالة للشباب الجزائري 2012 بولاية سطيف، بلا تاريخ)، وألقى فيها خطابا بهذه المناسبة التاريخية، بالإضافة إلى تناوله لعديد القضايا الوطنية، وكان هذا الخطاب قد أحدث به الكثير من التأويلات السياسية، وذلك بعارة استوقفت إجتهد المتبعين وهي (طاب جناني) بالعامية الجزائرية، ثم أضاف قول الله تعالى (لا يكلف الله نفسا إلا وسعها)، و التي لمح فيها: أنه لم يعد قادرا على تحمل الأعباء، أو بعبارة أخرى أنّ المجال و المستقبل هو للشباب لحمل المشعل وتسلم السلطة في البلاد، فقرأ هذا التصريح بأنّ بوتفليقة لن يترشح في الاستحقاق الرئاسي القادم، (أي قبل عامين عن نهاية عهده الإنتخابية و انطلاق موعد الإنتخابات الرئاسية)، وبعث بذلك برسائل طمأنة لمعارضيه وخصومه السياسيين بالدرجة الأولى، في أنّ المشهد السياسي سيعرف حالة تحول في معادلة سياسية غير معهودة، و ذلك بأن يتخلى بوتفليقة عن أي طموح سياسي في المستقبل، وأنّ المجال مفتوح أما القوى السياسية للدخول إلى سباق رئاسة البلد بكل شفافية وديمقراطية، وفي حالة تحقق هذه القراءة، يكون السباق مفتوح أمام الجميع بشكل متساو، خاصة وأنّ بوتفليقة قد حقق بشهادة الداخل والخارج، أهم تعهداته التي كان قد قطعها أمام الشعب الجزائري غداة ترشحه لمنصب رئيس الجمهورية، وهو حقن دماء الجزائريين، ووأد الفتنة، و تحقيق السلم و المصالحة الوطنية، وإرجاع البلد إلى منصة المحافل الدولية، وهي ما لمسها الشعب الجزائري بتضحيات أبنائه، وبتكاتف جميع الجهود التي أثمرت في النهاية إلى تحقيق

الاستقرار والأمن الذي عمّ أرجاء الوطن، وهي فرصة ستحقق للجزائر مرحلة ممارسة الديمقراطية بأفق جديدة وبرؤى نحو تغيير في مستوى الطموحات، و هي فعلا من تجعل من بوتفليقة يخرج من الباب الواسع في حال إلتم بما قطعه من عهود في هذا الشأن.

لم يكن يعتقد الجزائريون أنّ هذا الخطاب سيكون الأخير للرئيس الجزائري، فبعد عام على هذا الخطاب أصيب بوتفليقة بنوبة إقفارية عابرة، استدعت نقله على جناح السرعة إلى باريس لتلقي العلاج بالمستشفى العسكري (فال دوغراس) (بن مسعود، 2018)، غاب حينها لمدة واحد وثمانين يوما إلى غاية ظهوره على شاشة التلفزيون في كرسي متحرك بعد عودته من باريس في 12 يونيو/حزيران 2013 (الحياي، 2013)، و كان هذا السيناريو قد أدخل البلد في حالة من التيهان السياسي، خاصة أنّ الرئيس أصبح عاجزا و مرضه هذا يعفيه عن أداء مهامه، و استمر المشهد على حاله، إلى غاية تنظيم الإنتخابات الرئاسية سنة 2014 بترشح الرئيس بوتفليقة التي فاز بها بعهدة رابعة.

. الحراك الشعبي 22 فبراير 2019 ما الذي حدث؟ وكيف حدث؟

إنّ المتتبع للشأن الوطني الجزائري يدرك تمام الإدراك أنّ البلد عاش على مراحل تمايزت بين الإستقرار و للاستقرار، وذلك طيلة سنوات الاستقلال، لكنّ الواضح في كل هذا أنّ شخصية وعقلية الجزائري، ومنذ دخول المحتل الفرنسي إلى أرض الجزائر ترفض الإستسلام، و لا تقبل الانطواء والمهانة التي ترهن مستقبله، وعليه يمكن أن نقول أنّ تجارب المواطن الجزائري على مدار التاريخ، أكسبته روح القطيعة التي تلازم ولا تفارق كيانه الفكري والذهني، و ما يؤكد هذا القول ما حدث يوم 22 فبراير 2019 بخروج ملايين الجماهير كتعبير منهم و رفضهم للوضع المزري التي آلت إليها الأوضاع، و التي أضح حال البلد فيه برئيس مريض عاجز على أداء مهامه، و حكومة غابت فيها وضوح الرؤية، وعليه سنقدم ونعرض حوصلة عامة، وقراءة تفصيلية في الأسباب والخلفيات التي دفعت بالجماهير الجزائرية إلى تنفيذ هذا التحرك الشعبي.

. الأسباب السياسية:

مع بداية العهد الرابعة سنة 2015، بدأ النقاش يزداد يحتدم حول الحاكم الفعلي للجزائر؟، وبعد إقرار العهد الرابعة وصفت مختلف التشكيلات السياسية التعديل الدستوري بالعبثي، و أثمرت شخصيات غير محولة دستورا بالسيطرة على القرار، وهو ما فتح المجال واسعا على مصراعيه لمناقشة الفساد السياسي الذي ينخر الدولة، و أنّ حدثت عملية اختراق صناعة القرار من طرف شخصيات لا تمتلك الصفة في هذا المجال (قوي، 2019، صفحة 03)، ومع نهاية سنة 2018، كانت العهد الرابعة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة قد أوشكت على نهايتها، ومع ذلك لم تظهر أي بوادر تفيد أن السلطة الفعلية التي تحكم الجزائر ليس لديها النية أو

الرغبة في تغيير نهجها في تسيير الأزمة السياسية التي كانت تهدد البلاد نظرا إلى حالة الرئيس الصحية، فسادت شكوك لدى أوساط واسعة في أنّ الرئيس لا يحكم وأنّ ثمة من يحكم باسمه، وجرت التغطية على هذا الواقع بتمجيد مصطنع ومبالغ فيه لشخص الرئيس (وحدة الدراسات السياسية، 2020، صفحة 01)، و كانت القطرة التي أفاضت الكأس التي هي وراء اندلاع احتجاجات 22 فبراير 2019، هو ترشيح الرئيس السابق لولاية خامسة رغم عجزه عن إدارة شؤون البلد (دويدي، 2020، صفحة 939)، وقد عملت الكثير من الأحزاب الموالية للنظام مثل حزب (تاج) بقيادة عمار غول إضافة إلى حزب (التجمع الوطني الديمقراطي) بقيادة أحمد أويحي، وحزب جبهة التحرير الوطني بقيادة (جمال ولد عباس)، مع أحزاب أخرى من أجل التسويق لترشيح (عبد العزيز بوتفليقة) لعهدة خامسة، وذلك عبر إبراز نضاله السياسي والثوري وإنجازاته الإقتصادية والأمنية والإجتماعية، وكذا تكريماته المتواصلة بواسطة صورته (أي وضع صورته في مختلف المناسبات)، ما أدى إلى استفزاز الشعب الجزائري في الكثير من المحافل الوطنية، فتجسدت بوادر هذا الرفض الشعبي عبر مواقع التواصل الإجتماعي (بناء الوعي المجتمعي) خاصة عبر موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك، الذي نال إقبالاً وجاهة كبيرة من قبل الجزائريين (مقدم و بن حوة، 2019، صفحة 97).

. الأسباب الإقتصادية والإجتماعية.

✓ تصنيف الجزائر حسب المؤشرات الدولية المعمول بها من بين أكثر الدول فساداً، فحسب مؤشر مُدركات الفساد الصادر عن منظمة شفافية دولية لسنة 2018، إحتلت الجزائر الرتبة 115 من بين 180 دولة كما هو الحال كذلك لتقرير التنافسية العالمي لنفس السنة الصادر عن المنتدى الإقتصادي العالمي، حيث احتلت الجزائر الترتيب 92 عالمياً من أصل 140 دولة، ويرجع تدني هذا الترتيب في أغلب المحاور الذي شملها هذا التقرير، والتي منها: محفزات الكفاءة، وعوامل تطور الإبداع، والابتكار (سايح، 2019، صفحة 37).

✓ . شرعنة الفساد الذي ورثته السلطة آن ذاك في الجزائر، جعل جميع القطاعات تعيش على وقع تراكمات مريرة، ولدّت لنا مجتمعاً يعيش على مظاهر التسيب الإداري، والرشوة، والمحسوبية، و الجهوية، التي أنتجت بدورها في الأخير صراعاً أثار مسألة حيوية، تتعلق بفساد منظومة ككل متكامل على حد قول الدكتور نور الدين بكيس أستاذ علم الإجتماع السياسي (موقع قناة البلاد، 2019)، ليشكل لنا في الأخير قراءة واضحة أنّ الفساد أصبح وكأنه شيء عادي الذي لم يسلم منه حتى القطاع القضائي، والذي هو محول في البداية و النهاية لمحاربة الفساد و الحامي الأول للشفافية.

لقد عاشت خزينة الدولة أرباحية مالية لم ترى نظيرتها على الإطلاق، بمداخل خيالية تجاوزت الألف مليار دولار طيلة عقد ونصف من الزمن نتيجة للإرتفاع القياسي في أسعار الذهب الأسود، الذي يمثل ما نسبته **97%** من مداخل الدولة الإجمالية، لكن في المقابل لم ترى البلاد أي نهضة تنموية في مستوى وحجم هذه الأموال الضخمة، كل هذه المعطيات جعلت من الخبراء يتساءلون كيف لدولة تدخل خزيتها كل هذه الأموال؟، و المواطن لا يلحظ أثر تلك الأموال على أرض الواقع؟، خاصة وأنّ المشاريع الضخمة، و التي منها السكن، وخطوط الترامواي، والطرق السيّارة التي تم تصويرها إعلامياً، بأنّها تحمل مواصفات ذات جودة و في مستوى المعايير التقنية الدولية، و الأكثر من ذلك أنّها ضُخمت فواتيرها بأموال لا تخطر على بال بشر، ولا يتقبلها عقل، والأمثلة في ذلك كثيرة.

أما على **المستوي الإجتماعي** فقدت عاشت البلاد أوضاعاً إجتماعية متدهورة، وتزايد تدهورها بصفة مستمرة، وهو المعطي الذي ساهم بشكل كبير في انبثاق حراك شعبي يطالب بتحسين هذه الأوضاع منها القضاء على البطالة والفقير والمساعدات الاجتماعية المتمثلة في حق السكن اللائق، وتوفير ظروف العيش اللازمة، وإنتشار الفقر والفساد الإداري والمادي والرشوة على نطاق واسع، وإرتفاع الأسعار مقابل تدني الأجور، بالإضافة إلى اتساع الفجوة بين طبقات المجتمع، وسياسية فرض الضرائب والرسوم (عبد الزهرة جبير، 2021، صفحة 227).

كانت نتيجة هذا الإقصاء الإجتماعي، أن دفعت بالكثير من فئات المجتمع إلى التفكير في الهجرة إما بطريقة نظامية أو المغامرة في قوارب الموت، ففي نظرهم هو خلاص يحول بينهم وبين البقاء تحت رحمة الفقر والحرمان المطبق عليهم طيلة عقود، إلى أنّ تفاقم وتداخل الكثير من المعطيات أندر بوقوع انفجار إجتماعي، قاد معه بالمقابل مجموعة من الممارسات، و التي جعلت الغالبية من الجماهير أن تتفق على إخراج البلد من المأزق السياسي بالدرجة الأولى، ثم الإنطلاق في التعبير عن بقية العضلات، في جملة المطالب التي تعبر عنها الجماهير الغاضبة، وقد لعب عامل التحرر من الخوف منح الجماهير سلطة تجابه بها السلطة في حد ذاتها، وتوحد بها شعاراتها، وهو كذلك تمهيد لأن يكون التحرك في أوقات محددة، وإتخاذ ساحات عمومية كمرجعية أو فضاء عمومي تكون فيها الكلمة للشعب، وجرى الإتفاق على أن تكون الرسالة واحدة موحدة، تقودها مرجعية ثورة التحرير المحبذة.

إذن إجتمعت الأسباب الإقتصادية والإجتماعية والسياسية، التي عملت على شحن العقول، وإيقاض الضمائر، على ضرورة الإتفاق من أجل قضية تُهم الجميع التي رهنّت حاضره، وقد تمسخ مستقبل الأجيال القادمة، وضرورة الإتفاق على العمل بالإجماع على

إنقاذ البلد قبل الانهيار المحتمل، وهو توصيف في الحقيقة أضحى يشكل تساؤل لكل مواطن جزائري، إذن هي كلها أسباب توافرت لأجل استرجاع الكرامة للشعب، ووضع حد للمهازل التي جعلت البلد أما سخرية العالم الذي غيبت فيه مكانته في المحافل الدولية.

. إنطلاق التحرك الشعبي.

كانت بداية التحرك الشعبي الأولى في ولاية خنشلة، صبيحة يوم **19 فيفري 2019** عندما أقدم مواطنون على إنزال وحرق صورة المرشح بوتفليقة مرفوعة بتظاهرات أمام مقر البلدية، مما دفع بالسلطة المستقلة للانتخابات بالتعليق على الحادثة بأن تعليق مرشح في واجهة مقر البلدية أمر مخالف للقانون، وتبعته هذه الحادثة إقالة وزير الداخلية لوالي الولاية (لحياني، الإحتقان ضد"الولاية الخامسة" يتصاعد.. حشود تمزق صورة بوتفليقة، 2019)، و منح هذا الحدث تفاعلا شعبيا واسعا في مواقع التواصل الإجتماعي بأن كسر حواجز الخوف، وكان هذا الأمر بمثابة وثيقة وإجماع على ضرورة تنظيم الصفوف و الاتفاق على التظاهر على يوم الجمعة **22 فيفري** كمحطة ونقطة الانطلاق الفعلية، وأختير يوم الجمعة كموعده للاحتجاج والتظاهر لعاملين رئيسين: الأول أنه يوم عطلة مما يوفر للمواطن الجزائري حرية الحركة وعدم تضييع العمل أو الدراسة، والعامل الثاني يعود إلى رمزية يوم الجمعة في ذهنية المواطن الجزائري (بوعرفة، 2019، صفحة 14)، و بعد صلاة الجمعة مباشرة خرجت الجماهير في أغلب ولايات الوطن، حيث سجلت بعض التقديرات خروج عشرين مليون جزائري، وهو الرقم الذي صدم السلطة التي كانت تتوقع خروج بضع آلاف وفي العاصمة فقط، ورفعت الجماهير الغاضبة (لا للعهد الخامسة، سلمية. سلمية) (رافع، 2019)، وإستمر الحراك الشعبي كل جمعة وزاد معه الإقبال الجماهيري، ما أعطى للسلطة السياسية الحاكمة عدة مؤشرات تتعلق بالمطالب الجماهيرية، التي يرتفع سقفها مع كل تظاهرة، ما ولد لها ضغطا كبيرا، ضف إلى ذلك تعاطي الإعلام العالمي وتغطيته لهذا الحراك.

. رد فعل السلطة مع الخروج الجماهيري.

مع إستمرار المظاهرات وكرد فعل من المؤسسة العسكرية ممثلة في قائد أركانها الراحل أحمد قايد صالح، طالب بتفعيل المواد 07،08،102 من الدستور، التي تؤكد في أن الشعب هو مصدر لكل السلطات، حيث رأى أن هذه المواد هي الحل الوحيد للخروج من الأزمة السياسية، وبعد ست أسابيع من الضغط الشعبي وموقف المؤسسة العسكرية، تخلى الرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقة عن صفة رئيس الجمهورية، وامتنع عن فعل الترشح لعهد الخامسة، وتعهّد بالإشراف على مرحلة انتقالية، تبدأ بندوة وطنية تبحث باستقلالية مختلف القضايا التي تشغل الجزائريين، يصدر عنها دستور جديد يؤسس لجمهورية ثانية (مركز الجزيرة للدراسات، صفحة 02).

لم يشفع هذا القرار للسلطة بتوقف الزحف الشعبي، بعد أن تولي عبد القادر بن صالح المرحلة الإنتقالية بصفته رئيسا لمجلس الأمة والرجل الثاني في الدولة، و تُحال له المهام في تولي منصب رئيس الدولة بحكم نص الدستور، و كذا تعيين نور الدين بدوي وزيرا أول، و قوبلت هذه القرارات مجددا برفض الجماهير لها، في أن يتولى رموز النظام السياسي الحالي لأي مرحلة انتقالية، و ظهر ذلك برفعهم لشعارات تحمل (تنحوا قاع) و (نرفض الباءات) في إشارة واضحة إلى بن صالح و بدوي، وهي شعارات رمزية تحمل دلالات قوية حول حجم الانتكاسة والورطة التي وقع فيها النظام السياسي.

فتميّزت هذه الفترة بخطاب قائد الأركان احمد قايد صالح، الذي وظّف لأول مرة مصطلح العصاة، في إشارة ضمنية منه إلى شخصيات ثقيلة في الدولة، و الذي قال أنها نُحبت المال العام، وتخابرت على أمن الدولة ودعا القضاء إلى التحرك وفتح ملفات الفساد، وكانت نتائج هذه الدعوة أن أصدر القضاء العسكري حكما يقضي باعتقال أخ الرئيس و رئيسي المخابرات السابق و الحالي، وكذا لويّة حنون رئيسة حزب العمال، فيما فتحت محكمة سيدي أمّجد بالعاصمة ملف رئيسي الوزراء السابقين أحمد أويحي و عبد المالك سلال، و كذا ملفات العديد من الوزراء ورجال أعمال بارزين، وأنتهت هذه المحاكمات باعتقال وسجن رئيسي الحكومة، و بعض من الوزراء أبرزهم وزير العدل وكذا بعض رجال الأعمال.

وبعد أن حُضيت هذه الحملة من الاعتقالات بتغطية إعلامية، وباهتمام شعبي بمجريات هذه السلسلة من المحاكمات التي استهدفت كبار الشخصيات في الحكومية السابقة و في نفس سياق مجريات هذه الأحداث وجه رئيس الدولة بن صالح، الدعوة إلى ما أطلق عليها ب (لجنة الوساطة، و الحوار الوطني)، و التي يقودها و يتأسسها كريم يونس بمعية بوزيد لزهاري، و فتيحة بن عبو، وتقوم هذه اللجنة بالقيام باجتماعات مع مختلف المكونات السياسية، و فعاليات المجتمع المدني في مساعي منها للخروج بحلول للأزمة السياسية، و تحديد إطار قانوني يحدد تاريخ و كيفية تنظيم الإنتخابات الرئاسية.

إنّ ما أبانت مؤسسة الجيش ممثلة في قائدها الراحل أحمد قايد صالح الذي تصدر المشهد في الجزائر على نواياها لمراقبة المسار الديمقراطي، من خلال دعوتها لتنظيم إنتخابات رئاسية قبيل نهاية العام 2019، وتُشرف عليها سلطة مستقلة لتنظيم ومراقبة الإنتخابات، وهو الحل الوحيد الذي يخرج البلاد من أزمتها السياسية، و تضمّن هذا الخطاب الإشارة إلى نوايا كما سماها (أعداء الخارج)، وذلك عن طريق إسثمارها للفراغ السياسي الحاصل في البلد، ودعا إلى تفادي التدخل الأجنبي، و مع هذه التطورات في المشهد السياسي لم تتوقف المسيرات الشعبية التي تعكس مستوى الوعي الشعبي الذي أبانت عنه الجماهير من مختلف أطيافه، ولكن ما لُوّحظ هو الحشد الطلابي، الذي إتخذ من يوم كل ثلاثاء يوم للاعتصام في ساحة البريد المركزي.

فقد أضحى الحراك الشعبي في الجزائر ظاهرة تعبر عن ديمقراطية حقيقية للجماهير في ممارسة آرائهم بكل حرية وبلا قيود مفروضة، لكن هذا لم يمنع من حصول بعض التجاوزات التي أدخلت بالوضع، ومنح الحراك ورقة تكتب عليها أن الشعب إنتفض للكرامة، وأن توحيد الشعارات هو مطلب الشعب بأن السلطة للشعب، والدليل في ذلك أنّ هذا التحرك الشعبي إستمر ولم يتوقف خاصة في ساحة البريد في قلب العاصمة الجزائر، الذي شكل له فضاء عمومي لطرح قضايا الوطن، وبمشاركة الجميع من عامة الناس ومن مختلف مكونات الطيف السياسي ومن النخبة.

المبحث الثامن: تجربة التحول الديمقراطي في الجزائر.

أ. تعريف التحول الديمقراطي.

لغويا: معنى التحول من الفعل (حوّل)، وهي تعني غير الشيء مما كان عليه على صورة أخرى، مستخدما في ذلك بعض الوسائل، فعلى سبيل المثال ما فعله النبي "مُحَمَّدٌ ﷺ" عندما أخذ يحول المجتمع الإسلامي من مجتمع جاهلي إلى مجتمع أكثر رقي وتمدن مستخدما الموعظة كوسيلة، وعندما يرتبط مفهوم التحول بالديمقراطية، فإننا نعني تغيير شكل المجتمع من نظام غير ديمقراطي إلى نظام ديمقراطي (جيدور، 2017، صفحة 61)، وقد ورد في قاموس أكسفورد بعدة اصطلاحات منها (transfer) أي: حوّل، تحويل، حالة، تحول، نقل، وورد أيضا مصطلح (transmission)، ويعني النقل، كما يعني الانتقال التنقل، ويقصد به قطع مسافة بين موقع وآخر من حيث المكان، أو التحول في الزمن من مرحلة إلى مرحلة مغايرة في طبيعتها ومميزاتها (أزروال، 2019، صفحة 15).

إصطلاحاً: عرّف (روسو)، عملية التحول الديمقراطي بأنها: (عملية اتخاذ قرار يساهم فيها ثلاث قوي ذات دوافع مختلفة، وهي النظام والمعارضة الداخلية والقوي الخارجية، ويحاول كل طرف إقضاء الأطراف الأخرى، وتحدد النتيجة النهائية وفقاً للطرف المنتصر في هذا الصراع) (البوشي، 2019، صفحة 12)، أمّا عالم السياسة الأمريكي (فليشميتز)، فيعرّف التحول الديمقراطي: بأنه (عملية تطبيق القواعد الديمقراطية في مؤسسات لم تطبق من قبل، أو هي امتداد لهذه القواعد، لتشمل أفراداً أو موضوعات لم تشملهم من قبل)، وهي كذلك عمليات وإجراءات يتم اتخاذها للتحول من نظام غير ديمقراطي إلى نظام ديمقراطي مستمر (صحراوي، 2013، صفحة 10)، كذلك يشير في ذات السياق إلى تغيير شكل المجتمع من نظام غير ديمقراطي إلى نظام ديمقراطي، وعلى الرغم من التعريف المبسط للفظ اللغوي، فإن مفهوم التحول الديمقراطي في مجمله يكتنفه قدر كبير من الغموض وصعوبة التعامل، ولعلّ السبب في ذلك هو تعدد الزوايا التي يمكن أن ينظر إليه من خلالها (عبد الرحيم، 2008، صفحة 07).

ب. تجربة التحول الديمقراطي في الجزائر.

يعتقد الكثير من المختصين في علوم الإعلام والاتصال، أنّ ميلاد الديمقراطية سيعمل على تطوير وسائل الإعلام ويقضي على عجزها، وفي الدول التي رسخت فيها الديمقراطية منذ قرون يتزايد الخوف على هذه الديمقراطية من وسائل الإعلام، فلقد كان وهنّ وسائل الإعلام وقصورها في العديد من البلدان العربية، يبرّر في الغالب بنقص حرية التعبير وحتى بانعدامها، فصدقنا أنّ هذه الوسائل ستتغلب على ضعفها وتتجاوز نقائصها، بل ستفني بحق المواطن في إعلام كامل ومتنوع، عندما تتجسد حرية التعبير التي كانت مشروطة بالقضاء على الاستبداد والطغيان (العياضي، 2019، صفحة 45)، ومع ظهور وسائل الإعلام التفاعلي والرقمي، يري البعض الاتصالات الرقمية على أنّها أدوات تفاعلية تسمح بالديمقراطية المباشرة على شاكلة سوق أثينا، وبناء على هذه النظرة التفاعلية، يري (إريك بوس) أنّ: (المكون الرئيسي للإعلام الجديد: هو فكرة التفاعل السياسي، أو التغذية الراجعة بين الممثلين السياسين والمواطنين، كما أنّ العلاقة الرئيسة للإعلام التفاعلي بعيدا عن التغطية الإخبارية للحملات التقليدية أو الدعاية السياسية، هي احتمال التفاعل التلقائي بين الشخصيات السياسية والصحفيين والمواطنين) (مولر، 2012، صفحة 145).

أما إذا فهمنا الديمقراطية على أنّها ليست سوى آلية انتخابية، لا تعكس ديمقراطية البلد من عدمها، وإنما هي عملية بناء شعب ديمقراطي، تستغرق عقوداً من الزمن وأجبالاً متتابعة شريطة، وأن تنشأ مثل هذه الأجيال في فضاء من الحرية، ولا تحدّد مساحته الحكومات الديكتاتورية، وإنما تحدده حاجات المجتمع الديناميكي، من خلال مجموعة المؤسسات المدنية والحركات الاجتماعية الناشطة التي تُقبله بالطريقة التي تمكنه من مواكبة تطورات العصر على مختلف الأصعدة (مُجد أ.، 2015)، وهذا ما يضع المشهد بين الحراك، وبين صانع القرار بصورة أقرب إلى ما يصطلح عليه بجماعات الضغط، وتدفعه بطريقة ميكانيكية إلى مراجعة بعض سياساته وتوجهاته، أو تؤدي إلى إجراء تغييرات في توازنات القوى السائدة داخل النخب الحاكمة، بحيث تدفعها في اتجاه إصلاحات داخل النظام القائم (الشويكي، 2014، صفحة 43).

وعليه لا يمكن في حال من الأحوال أن نتحدث عن أي محاولة لتحول ديمقراطي حقيقي، إن لم تقابل الثقافة السياسية التي تعد العنصر الفعّال في عملية المشاركة السياسية والتنشئة السياسية، ولا سيما التحديث الثقافي السياسي الذي يساعد على خلق نوع من الدافعية، ويعمل على نمو النشاط الديمقراطي الفعال في الحياة السياسية، وهذا لن يحدث إلّا من خلال وجود الوعي السياسي الجماهيري (قيصران، 2020، صفحة 40).

. تجارب سابقة لمحاولات التحول الديمقراطي في الجزائر.

بعد الإنفتاح السياسي والإعلامي الذي أقره دستور 1989، كانت الجزائر قد دخلت أول محاولات لتجسد التحول الديمقراطي، تماشياً من روح الدستور وقوانينه، بتنظيم أول إنتخابات شارك فيها الطيف السياسي المنبثق عن الإنفتاح السياسي، لكنَّ حصول الكثير من التطورات المشهدية أبرزها توقيف المسار الإنتخابي، و إنفلات الوضع الأمني إلى مستوى أسوأ، هو ما فتح المجال للنقاش حول أي سيناريو الذي يُحدد من خلاله مستقبل الانتقال الديمقراطي في الجزائر، إلا أنَّ ما طُبِع على الوضع آن ذاك، هو العتامة السياسية والأمنية التي صنعت المشهد لسنوات، و هي الحالة التي أدخلت البلد في دوامة البحث عن من يرجع ويصحح الانفلات الأمني الحاصل، ويُهدأ من روع الفوضى، ويُعيد السكة إلى مسارها الصحيح.

لقد إستغرقت حالة الفوضى لسنوات بسبب تغلغل ظاهرة الجماعات الإرهابية في البلاد، و التي خلفت أكثر من 200000 قتيل، ومئات الآلاف من الجرحى، وتوقفت بذلك عجلة الاقتصاد وتوالي إرتفاع المديونية الداخلية والخارجية، ودخلت البلاد في شبه عزلة دولية، ولم تتوقف مساعي السلطة آن ذاك في إطلاق نداءاتها إلى الجماعات الإرهابية المسلحة منها ضرورة الامتثال إلى ورقة الوثام المدني التي أطلقها الرئيس اليامين زروال، وهي مساعي كان هدفها الحفاظ على بقاء إستمرارية مؤسسات الدولة، وإبعاد المطامع على شاكلة التدخل الأجنبي الذي يهدد مستقبل الأمة الجزائرية، و لم تتوقف هذه النداءات بل تجددت بعد ذلك مع وصول الرئيس الراحل عبد العزيز بوتفليقة إلى سدة الحكم سنة 1999، و تعهده بإطلاق مشروع المصالحة الوطنية الذي سينهي حالة العفن، و الفوضى والتهريب، والمجازر التي إستهدفت كيان الأمة، و بالفعل أطلق الرئيس حينها، تعهده بإجراء استفتاء شعبي حول بنود هذا المشروع، والتي حضيت بتزكية الشعب الجزائري بالأغلبية على حسب النتائج التي أعلنتها السلطة.

. محطة الإنتخابات الرئاسية في الجزائر... هل أحدثت القطيعة؟

جاءت إنتخابات 12 كانون الأول/ ديسمبر 2019 الرئاسية، في سياق يتسم بإستقطاب حاد من الرأي العام الجزائري، بين مؤيدي دعوة المؤسسة العسكرية للذهاب إلى الإنتخابات الرئاسية بوصفها الحل الأمثل للأزمة السياسية الراهنة، ومعارضتها بحجة أنَّ الظروف التي سبقت تنظيمها، والتي لا تسمح بتنظيم إنتخابات نزيهة وشفافة، خاصة في ظل بقاء حكومة الوزير الأول نور الدين بدوي الذي عينه الرئيس بوتفليقة قبل إستقالته (وحدة الدراسات السياسية، 2020، صفحة 23).

وكانت نتائج الانتخابات قد أفرزت الرئاسية فوز المرشح عبد المجيد تبون، بإعلان هيئة مراقبة وتنظيم الانتخابات الجزائرية فوز رئيس الوزراء السابق عبد المجيد تبون بانتخابات الرئاسة التي أجريت أمس الخميس "حيث حصل على 58% من مجموع الأصوات

الإجمالية، وأوضحت أن نسبة المشاركة بالافتراع الرئاسي بلغت **41.14%** (موقع الجزيرة نت، 2019)، و كما في الاستحقاقين السابقين في مرحلة ما بعد الحراك (الانتخابات الرئاسية، والإستفتاء الدستوري)، شكَّلت نسبة المشاركة فيهما الرهان الرئيسي في الإفتراع، **23%**، وهي أدنى نسبة مشاركة في تاريخ البلاد وفق (السلطة الوطنية المستقلَّة للانتخابات) التي كشفت عن هذه النتائج (الثلاثاء 15 يونيو/ حزيران 2021)، وهو رقم تعتبره أطراف من المعارضة ومن رموز الحراك أقل بكثير من الواقع، وبمقارنة الأرقام الرسمية فقد وصلت نسبة المشاركة إلى **35.70%** في الانتخابات التشريعيَّة الأخيرة عام 2017 و**42.90%** في انتخابات 2012، أما نسبة مشاركة الجزائريين المقيمين في الخارج، فأثارت تماما ولم تتجاوز **05%** وفق نفس المصدر (زناديد، 2021).

كان قد رافق تنظيم هذه الانتخابات دعوات للمقاطعة، وهو ما ترجمته نسبة المشاركة في هذا الإفتراع، وهي في الحقيقة آلية يفرضها منطوق الديمقراطية السياسية في أي بلد تكون فيه الشفافية وحرية الرأي منطلقا ومبدأ، يقاس فيه مستوى الوعي الشعبي بقضايا وطنه، وترجم هذا الإستحقاق درجة التجاذبات السياسية بين الطيف السياسي المشكل للواقع السياسي، والذي لم يصل إلى مصاف الإجماع الوطني، ومن ثمة الاتفاق على أرضية ترضي آراء جميع الجماهير في قضية تمثل جوهر و حقيقة الانتقال الديمقراطي في الجزائر، ومن تجارب التحول الديمقراطي من المحيط العربي، نجد أن بعض الدول تعسر فيها حتى الإتفاق على المرحلة الإنتقالية، في المقابل دول أخرى تحطت مرحلة الإنتقال الديمقراطي، لكن تعثرت بعد ذلك في الحفاظ على هذا الإنتقال، بحدوث سيناريوهات قلبت المعادلة السياسية، كما حدث في مصر مثلا.

و إستمرت التحركات الشعبية بدرجات متفاوتة في ساحة البريد المركزي أيام الجمعة والثلاثاء، ورفع المتظاهرون شعارات تعبر عن آرائهم السياسية حول مستجدات الوضع السياسي، و تصدرت هذه التظاهرات شخصيات سياسية و حقوقية معارضة للوضع الحالي، وفي ضل هذه التطورات وبعد عشرة أيام أُعلن عن وفاة قائد الأركان رجل المرحلة الإنتقالية (شبكة سكاى نيوز عربية، 2019)، و التي كانت مفاجئة بحكم أن الرجل كان يمثل رقما صعبا في المعادلة السياسية و رحيله في هذا التوقيت جعل الجماهير تتذكر بعض مواقف الرجل التي أبان عنها أثناء الحراك، والتي أهما الحفاظ على سلمية الحراك من خلال عدم استعمال القوة مع الجماهير، و تعهده أمام الشعب بأن لا تسيل قطرة دم واحدة، وشهدت مراسيم جنازته حضورا جماهيريا مهيبا.

مع الثاني من شهر يناير من سنة 2020، أعلنت الرئاسة الجزائرية عن إسم أول رئيس حكومة بعد تولى تبون مقاليد الحكم، و هو عبد العزيز جراد الذي هو لا ينتمي إلى أي تيار حزبي بل هو (تكنوقراطي)، وقد اختار جراد تشكيلة حكومته من غالبية ليست حزبية، بإستثناء بعض الوزارات التي لها إمتداد حزبي كما هو الحال لحقيبة العلاقات مع البرلمان

(maghreboices، موقع، 2020)، و مع هذا التحول في المسار لم تتوقف مسيرات الحراك الشعبي في ساحة البريد المركزي، وفي عديد من مناطق الوطن، وفي هذه الفترة كان العالم قد شهد وباء صحيا تمثل في جائحة كورونا، فلم تُستثنى الجزائر من خطر هذا الوباء، و عليه أغلقت جميع المراكز والهيئات، وعلقت جميع النشاطات، تفاديا لانتشار هذا الوباء، وتبعاً لهذه الإجراءات كان الحراك الشعبي قد دخل مرحلة تعليق نشاطه.

وفي بداية شهر نوفمبر من العام 2020 شهدت الجزائر إستفتاء تعديل الدستور بهيئة ناخبة قدرت بـ 24.466.618 ناخباً، وبلغت نسبة المشاركة 23.84% بعدد إجمالي للناخبين المصوتين بما فيهم المقيمين في الخارج 5.661.551، في وقت بلغ عدد المصوتين بنعم 3.356.091 أي بنسبة 66,80%، فيما كان عدد المصوتين بلا 1.668.148 أي بنسبة 33.20% من مجموع الناخبين الكلي (موقع الإذاعة الجزائرية، 2020)، وكانت وثيقة الدستور في نسختها المعدلة قد حملت الكثير من الإضافات، منها خروج أو مشاركة عناصر من الجيش الجزائري في مهمات لحفظ السلام تحت غطاء الأمم المتحدة، بشرط موافقة على الأقل ثلثي من أصوات البرلمان، وكذا تعيين الحكومة لا يكون إلا بالأغلبية البرلمانية، ضف إلى حصر فترات الترشح لرئيس الجمهورية لمرتين فقط (مسلم، 2020).

ففتح بذلك الإستفتاء حول تعديل وثيقة الدستور الكثير من المحاور وحلقات النقاش و الإجتهد، خاصة من طرف القانونيين و السياسيين على حد سواء، و التي تباينت آرائهم حول فحواه، بين من يرى أن هذا التعديل قد أضف بعض الأشياء التي تركز و توسع من ممارسة بعض المهام، و التي كانت فيما مضى من صلاحيات الرئيس ك تعيين الحكومة مثلاً، إلا أنّها في المقابل لم تسلم من إنتقاد البعض الذين رأوا في هذه الوثيقة، أنّها تحتاج إلى مزيد من إعادة الهيكلة والتمحيص، و كذا رفع سقف الطموحات إلى مستوى يحقق الرضى الشعبي، وهو ما ترجمته نسبة المشاركة، وكذا نتائج هذا الاستفتاء التي أعطت وضع وثيقة هذا التعديل.

الفصل الثاني

التوظيف المقارباتي للدراسة.

المبحث الأول: الخلفية التاريخية لنشأة نظريات الإتصال

المبحث الثاني: الخلفية المعرفية لنظرية ترتيب الأولويات . **Setting the agenda**

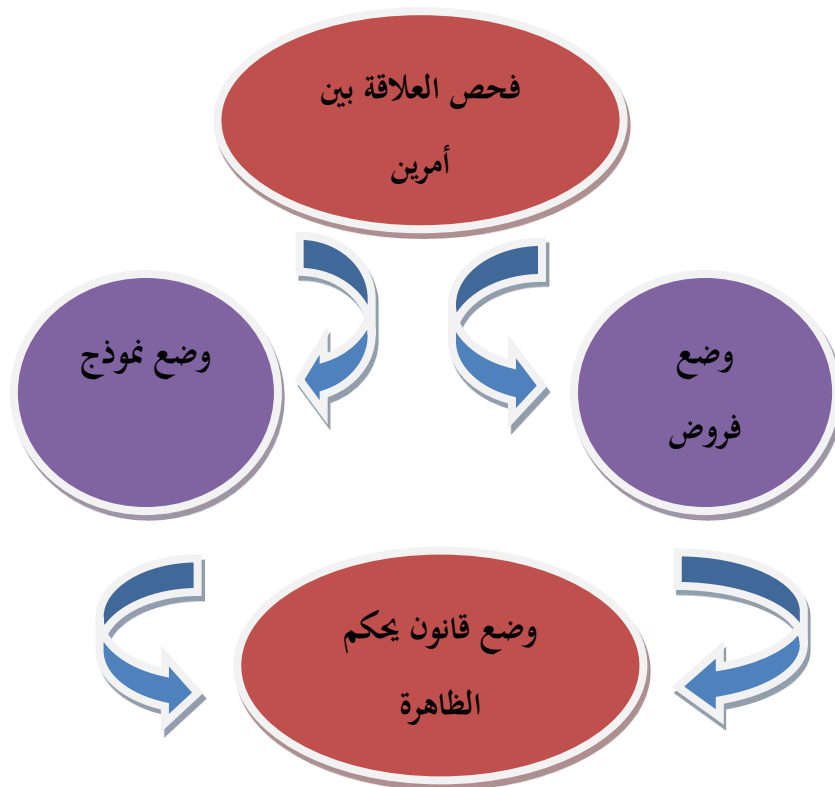
المبحث الثالث: فروض نظرية ترتيب الأولويات، وحدود توظيفها في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الرابع: الخلفية المعرفية لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام
Dependency Theory

المبحث الخامس: فروض نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، وحدود توظيفها في الدراسة.

المبحث الأول: الخلفية التاريخية لنشأة نظريات الإتصال.

لم تصل نتائج الدراسات الإعلامية عامة بعد إلى اعتماد أدبيات موحدة حتى في اللغة المتخصصة الواحدة (Jargo)، ناهيك عن اللغات المتعددة، فهناك مثلاً مصطلحات مثل: "دراسات الإتصال الجماهيري"، "الدراسات الإعلامية"، "علوم الإعلام والإتصال"، والتي سادت في الأدبيات الغربية الأوربية، والأنجلزو سكسونية، وقد يعود تنوع مصطلحات الإعلام والإتصال، إلى عدم التوصل بعد إلى صياغة نظريات تعيد بلورة مبدأ تداخل العلوم الذي تم التخلي عنه منذ إنفصال العلوم عن الفلسفة، وإعتماد فلسفة التخصص (قسايسية، 2011، صفحة 71)، وقد بذل علماء الإتصال عامة والإعلام خاصة جهوداً كبيرة وواسعة في وصف عملية الاتصال ومكوناته ومساراته، والعوامل المؤثرة فيه، وعليه ومن خلال بناء نماذج (models)، والتي تحوي العناصر المختلفة لنظريات الاتصال في تفسير منطقتها، وتمثل النماذج المذكورة إتجاهات المعنيين بالاتصال ونظرائهم، وتعكس التباين في فهم العملية الاتصالية ومضامينها (الضالعين، 2016، صفحة 139)، فالدلالات التي تحملها هذه النماذج أبانت عن العديد من المفاهيم المتعلقة بالمنطلقات الإستمولوجية لكل من هذه النماذج، وارتباطها التاريخي بنشأة ونشاط وسائل الإعلام والاتصال إذا تخصصنا فيه كعلم قائم بذاته، الذي مثّل فيها ظهور مصطلح الوسيلة ثم الجمهور كمصطلحات أصبحت متداولة في الفضاء الإعلامي تحت حكم التخصص، وكان أول من أطلق مصطلح الجمهور هو (جون ديوي. John. Dewey)، بالإضافة إلى ارتباط التنظير بالواقع، ويوجد في الواقع مجال رئيس للاستفادة من النظرية؛ إذ إنها تغذي البحث العلمي في مجال الإعلام، كما تشمل التساؤلات التي يطرحها (دنيس ماكويل) عن صلاحية النظرية الإعلامية تساؤلاً مهمّ، وهو: هل يساعد هذا الكم المتزامن من النظريات الإعلامية على توجيه البحث العلمي إلى مسارات مناسبة؟، إذن فالنظرية هي في الحقيقة كمّ معين من المعلومات والبيانات المترابطة على مستوى عالٍ من التجريد، يمكن أن تولد إفتراضات، يتم إختبارها بالمقاييس العالية، وعلى أساس هذه الإختبارات يمكن وضع التنبؤات حول السلوك المتوقع (أبو علي، 2014، صفحة 74)، فالتنظير في علوم الإعلام والاتصال مرّ بمجموعة من المراحل، وكان كل من (وانرر سيفرين) و(جيمس تانكرو)، قد حددا مجموعة من المراحل، والتي تم الإشارة إليها بأربع مراحل، والتي تبلورت نظريات الإتصال (كافي، 2015، صفحة 2010)، والتي تظهر في الشكل التالي:



الشكل رقم (03): مخطط يبين مراحل تبلور نظريات الإتصال من إعداد الباحث

لم يتوصل علماء أبحاث الاتصال لفهم كامل للأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام على النواحي النفسية، والأخلاقية، والإقتصادية، والسياسية، والثقافية، والتعليمية لحياة الأفراد العاديين، إلا أن هؤلاء العلماء بدأوا في تجميع وحشد قاعدة من نتائج البحث تساعد في فهم القضايا (ديفلر و بول روكيتش، 1992، صفحة 69)، ومن هنا فكرة تبلور الأثر ظهرت مع ظهور هذه الوسائل التي تعتبر ديناميكية المنطلق، أي أنها تمتاز بالحركية الدائمة، ويرجع ذلك إلى عدة عوامل تتعلق أساسا بالانفتاح الذي ميز هذه الفترات، والمقصود في ذلك الثورات العلمية الهائلة التي تراكمت على وجه الخصوص في المنطقة الأوروبية، ضُف إليه الانتشار التدريجي لظاهرة "كونية" أو "عبر أممية" النشاطات الإعلامية (Transnationality.Universality) بفضل الإستعمال المكثف لتكنولوجيا الإعلام الجديدة، والذي عمل على إضفاء طابع الكونية على الجمهور (قسايسية، 2011، صفحة 50).

وعليه شكّل ظهور الإنترنت ثورة في عالم الاتصالات في أواخر الستينيات من القرن الماضي، وكان الحدث المميز بعدها حينما تم تصنيفها كوسيلة إعلام وإتصال، حينما أنفردت بنشر التقرير المعروف بـ (كلينتون- لومينيسكي)، الذي أصدره مجلس الشيوخ الأمريكي سنة 1998 (عدلي العبد الله و عاطف العبد، 2001، صفحة 257)، والذي بدوره منح مرونة أكثر واقعية بين الوسيلة و الجمهور، ولم يتوقف الإنتاج في ميدان تكنولوجيا الإعلام والإتصال عند هذا الحد، بل تجاوز حدود ما يستوعبه العقل البشري، هذه المعطيات، جعلت من الدراسات تنتقل إلى دراسة ما يسمى بالمجتمعات الشبكية، أو ما يطلق عليها بالمجتمعات الافتراضية لاسيما بعد ظهور (الويب 0.2)، والذي تعزّز بنشأة شبكات التواصل الاجتماعي، فأهتم بذلك العديد من المختصين في هذا المجال، وتطرقوا لها بالبحث والتحليل مركزين على مختلف تشكيلاتها وتركيباتها وزواياها، وأثارها على المجتمع (تومي، أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية، 2016، صفحة 107)، ومن هنا تركزت الدراسات في معظمها في أنها إنطلقت من العلاقة الترابطة التي تجمع الوسيلة بالجمهور، لكن نقطة التوقف التي تحيل أي باحث في مجال بحثه يتعلق بالوسيلة التي تحمل صفة الإمتداد التقني، وهو ما انعكس كذلك على نوع الجمهور لما يفرضه هذه الوسيلة التقنية من تحولات في نمط ومستوى معالجة المشكلات البحثية سواء من حيث المضامين أو من تفاعل الجمهور مع هذه المضامين، و في هذا السياق تُحدد (ليندا بيترس) أربعة خصائص إتصالية للتفاعلية تتميز بها الوسائل الجديدة عن الوسائل التقليدية وهي: تغير أسلوب الإتصال، والتواجد الاجتماعي، والتحكم في محتوى الإتصال، والتحكم في طريقة الإتصال (حسني مُحمّد، 2015).

فدراسة المضامين الإعلامية في الوسائط الرقمية تستدعي توظيف المداخل المقارباتية التي تُطابق مخرجات العملية الاتصالية من حيث قياس الأثر التي تحدته على الجمهور الافتراضي والواقعي على حد سواء، والمقصود هنا في إمكانية أو عدم إمكانية تعرض الجمهور (المستخدمين) لتلك المضامين، وعليه يكون توظيف المدخل النظري مَرَكزاً على التطابق الذي بينما تنتجه وسائط الإعلام الرقمية، فمعظم الأبحاث التي تناولت دراسة تأثير وسائل الإعلام على شاكلة الدراسات المتعلقة ببحوث الرأي العام، قد وظّفت السياقات المتعلقة بدراسة جمهور هذه الوسائط إنطلاقاً من مبدأ التعرض للمضامين التي تنتجها الوسائط الرقمية، فوجد الكثير من الدراسات التي تناولت متغيرات تتعلق بدراسة الجمهور و تحليل مضامين هذه الوسائط خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية فمثلاً

هناك دراسة للباحث: (Patrick V. onderau)، والذي تناول الأخبار الكاذبة في الوسائط الرقمية، والذي شخّص فيها الأساليب المعتمدة التي تتيح للباحث فرص التقصي والتشخيص في معاني الأخبار الكاذبة، كذلك نجد دراسة للباحثين: SRIJAN KUMAR. NEIL SHAH بعنوان: معلومات خاطئة على شبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي (دراسة استقصائية)، وقد ركّزت هذه الدراسة على فئتين عريضتين من المعلومات الكاذبة القائمة على الرأي (المراجعات المزيفة)، والقائمة على قلب الحقائق (الأخبار الكاذبة والخدع)، ولهذا لجأ الباحثين إلى الإعتماد على دراسة إستقصائية شاملة تغطي جوانب متنوعة من المعلومات الخاطئة، وقد حددا في ذلك الخطوط العريضة التي تمثل مسار الأخبار الكاذبة في الوسائط الرقمية وهي: الجهات الفاعلة (المشاركة في نشر المعلومات الخاطئة)، والأساس المنطقي وراء خداع المتلقين، بالإضافة إلى تحديد تأثير المعلومات الخاطئة، وقياس خصائصها عبر أبعاد مختلفة، وأخيرا الخوارزميات التي تم تطويرها للكشف عن المعلومات الخاطئة، ومن ثمة إنشاء إطار موحد لوصف هذه الأساليب الحديثة وتبسيط الضوء على عدد من الاتجاهات المهمة للبحوث المستقبلية (Kumar, Srijan, & Shah, 2018)، وتوجد العديد من الدراسات العربية التي تناولت قضايا الإعلام الجديد، وعلاقتها بجمهور الوسائط الإلكترونية إنطلاقاً من المدخل المقارباتي، وفي عام 2015، وفي عدد خاص من مجلة Society and Communication Mass، وهو العدد الخامس من مجلدتها الثامن عشر، والذي عرض مجموعة من المقالات تناقش تطور نظريات الإعلام في ظل التطور التكنولوجي، بدأ المقال الافتتاحي الذي حمل عنوان "نظريات وسائل الاتصال في زمن التكنولوجيا المتغيرة" بالإقرار بأن التطور التكنولوجي والرقمي قد يعني حاجة مجال الاتصال والإعلام لمفاهيم نظرية جديدة، بينما يتم اختبار قدرة النظريات التقليدية على تحطّي اختبار الزمن (السخاوي، 2021، صفحة 79)، وهو ما تجسد من خلال مختلف الدراسات وكذا الملتقيات التي تنظم سنوياً، والتي تمخض عنها الكثير من المخرجات من طرف الباحثين، خاصة إذا تحدثنا عن جهود مبذولة ترفع من أجل تطوير هذه النظريات وتحقيق المواكبة مع مخرجات العملية الإعلامية والإتصالية خاصة في عصر التحول الرقمي.

وعليه وضمن متطلبات ضرورة توظيف المداخل النظرية في دراستنا هذه، إنطلاقاً من إشكالية رئيسية المعنونة ب: هل أثرت الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي على صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي؟، يتبين لنا تفرع الدراسة إلى فرعين أساسيين: "الأخبار الكاذبة" و"الرأي العام". وهما يشكلان متغيرات رئيسية للدراسة، (المتغير المستقل: الأخبار الكاذبة)، و(المتغير التابع: الرأي العام)، بالإضافة إلى (متغير الوسيط: مواقع التواصل الاجتماعي)، وعلى هذا الأساس سنحاول أن نضع حدود وأدوات تفسير هذه الظاهرة الإعلامية إلى مستوى يجعل من إشكالية الدراسة مفهومة ومحددة المعالم، فالبحث في

الميكانيزمات المفصلة لحدود أي ظاهرة إعلامية، يتطلب العمل على دراسة الأطر العلاقتية بين المتغيرات، خاصة إذا تحدثنا عن مصطلح الأخبار الكاذبة التي باتت اليوم مشكلة شائعة في وسائل الإعلام الرقمية، وذلك بسبب قدرتها على قوة الانتشار الجماعي للمحتوى الإخباري غير الدقيق (McCombs, 2002) وفي هذا الإطار سيعالج هذا الفصل طريقة توظيف المداخل النظرية المؤطرة لدراسنا هذه إنطلاقاً من ما تفرضه من تساؤلات، وبعد عملية الإسقاط المقارباتي، إتضح لدى الباحث أن هناك نظريتين إثنين، تعتبران مناسبتين لهذه الدراسة هما: نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة)، ونظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، وعليه سنتطرق في البداية إلى إستعراض الخلفية التاريخية لنشأة كل من النظريتين، وكذا التعرف على روادها و أهم الافتراضات، إضافة إلى عرض السياق التوظيفي الذي يخدم هذه الدراسة البحثية، بما تفرضه من مخرجات للعملية الإعلامية، كما سنعمل على إحداث الإسقاط مع ما هو معروف بعنصر المواكبة المتمثل في تحديات البيئة الإعلامية والإتصالية الرقمية المعاصرة، وذلك على طول الإمتداد المعلوماتي التي تنتجها الوسائط الإلكترونية، خاصة على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (Social.media).

المبحث الثاني: الخلفية المعرفية لنظرية ترتيب الأولويات. Setting the agenda.

أ. نشأة النظرية:

تعد نظرية وضع الأجندة واحدة من أهم نظريات التأثير الإعلامية، والتي ساهمت في تغيير مفهوم التأثيرات التقليدية لوسائل الإعلام إلى مفهوم قوة هذه الوسائل في التغيير (راضي، 2019، صفحة 124)، وتعود الأصول النظرية الأولى لنظرية وضع الأجندة إلى ما كتبه والتر ليبمان Lippman عام 1922 عن: "دور وسائل الإعلام في إيجاد الصلة بين الأحداث التي تقع في العالم الخارجي، والصور التي تنشأ في أذهاننا عن هذه الأحداث" في كتابه "الرأي العام"، الذي جاء فيه أن (وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي الكثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل بيئات زائفة في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تمم المجتمع) (Guo & Maxwell, 2011)، وحسب ليبمان، فإن المحررين لا يمكنهم إضاعة جميع الأحداث في العالم، ولا يستطيع أي محرر أن يكون في أكثر من موقع في الوقت نفسه، فهم لا ينظرون في كرة كريستالية لرؤية العالم، والصحف لا تحاول ولا تستطيع إبقاء أعينها على كل البشر، لذلك فهي تعتمد على مراقبة محطات محددة، مثل بعض المؤسسات والهيئات السياسية والإقتصادية) (أبو الحمام، 2020، صفحة 04).

دعم لييمان هذه الفكرة من خلال شرحه للدعاية، وكيف يضلل البشر؟، وهذا لا يحدث حسبه في السياسة فقط، بل يقدم لييمان في فصله الأول من كتابه عدة موضوعات مختلفة حول كيفية حدوث ذلك، حيث يركز على قادة الرأي في المجتمعات، وما يتميزون به كأفضل مصادر للمعلومات (الكتب، المجلات، الصحف.. الخ)، بالإضافة إلى مشاركتهم في المؤتمرات الهامة، والتقاءهم بالأشخاص المهمين، لذلك يصبح من السهل بالنسبة لهم تأمين إهتمام الجماهير والتحدث مع هؤلاء بلهجة مقنعة، وبالتالي وبحسب هذا الطرح كل قائد إلى حد ما هو دعاية، أو جزء منها يتمتع بموقع إستراتيجي، ويعمل على خلق الموافقة لدى الرأي العام حول مختلف القضايا المختلفة (عمر، 2021، صفحة 403)، في حين يرجع الباحثون في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة وضع الأجندة، ظهرت سنة 1958 في مقال لنورتون لونج Nortonlong، إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة ظهر لدى برنارد كوهين Bernard Cohen في كتابه (الصحافة والسياسة الخارجية) سنة 1963 (أبو أصبع، 2006، صفحة 144)، "إن وسائل الإعلام تعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية"، ويرى أن هناك بعض الدلائل بأن المناقشات الخاصة حول المسائل السياسية تأخذ مؤشرات من عرض وسائل الإعلام لهذه المسائل، إذ أن الناس يتحدثون في السياسة متماسكين في ذلك مع الخطوط التي ترسمها الصحافة، وعليه حظيت نظرية وضع الأجندة باهتمام عديد الباحثين، وأصبح لها اتجاهات منهجية حديثة في عصرنا الحالي (بن رقية، 2015)، وتهم بحوث ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجماهير، التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تم المجتمع (باي، ب.ت)، ومن هنا كان السياق الأكاديمي قد منح لهذه النظرية من حيث أنها مثلت خصوصية تجاري بها الأبحاث المتعلقة بوسائل الإعلام وما تنتجه من مضامين تستهدف بها الجمهور، ومن ناحية أخرى هناك نص مباشر لم يلتفت إليه العديد من الباحثين من قبل حول وظيفة وضع الأجندة حينما اعتبر "برنارد بيرلسون" 1948م في مقاله المعنونة بـ "الاتصالات والرأي العام" أن وسائل الإعلام تعد المسرح السياسي للمناظرات الجارية، ويرى أن هناك بعض الدلائل بأن المناقشات الخاصة حول المسائل السياسية تأخذ مؤشرات من عرض وسائل الإعلام لهذه الرسائل،... فوسائل الإعلام بهذا المعنى ترشد وتعلم الجمهور عما يتحدثون (غول، 2016، صفحة 04).

يُعدّ وضع الأجندة هو المرحلة الرابعة في تطور النظرية، وفي هذا الإطار يقسم Mac.Combs بحوث الأجندة

إلى أربعة أشكال رئيسية، تعكس تطور الاتجاهات الخاصة بهذه البحوث، وهي (حسونة، 2015، صفحة 07):

. المرحلة الأولى: الدراسة الأصلية التي إختبرت الفرض الرئيس الخاص بأن نموذج التغطية الإخبارية يؤثر في إدراك الجمهور لأهمية القضايا اليومية.

. المرحلة الثانية: إختبرت الشروط الملائمة التي تعزز أو تحد من وضع الأجندة، والأدوار المقارنة لوسائل الإعلام المختلفة.

. المرحلة الثالثة: اهتمت بالكشف عن صور المرشحين واهتماماتهم السياسية كبديل للأجندة.

. المرحلة الرابعة: بحلول الثمانينيات ركزت البحوث على مصادر أجندة الوسيلة الاتصالية، وبذلك تكون انتقلت بحوث الأجندة من متغير مستقل إلى متغير تابع، وأستبدلت السؤال من يضع أجندة الجمهور وتحت أي ظروف؟، بالسؤال من يضع أجندة الوسيلة؟

قسّم كل من شاو ومارتن Shaw.and.Martin، أربعة أنواع لقياس وترتيب الأولويات، وهي على النحو

التالي (الطيب، 2014، صفحة 141):

. نموذج يركز على قياس أولويات إهتمام الجمهور، وأولويات إهتمام وسائل الإعلام إعتقادا على المعلومات التجميعية.

. نموذج يركز على مجموعة القضايا، ولكن ينقل وحدة التحليل من المستوي الكلي الذي يعتمد على معلومات تجميعية إلى المستوى الفردي.

. نموذج يعتمد على قضية واحدة في وسائل الإعلام وعند الجمهور، إنطلاقا من أن التأثير يختلف من وقت إلى آخر.

. نموذج يدرس قضية واحدة، وينطلق من الفرد كوحدة تحليل.

ب. مفهوم ترتيب الأجندة.

تكاد تنتمي أغلب دراسات وبحوث الاتصال الجماهيري إلى دائرة التأثيرات الاجتماعية، إذ بُنيت كل بحوث الاتصال الجماهيري على افتراض مفاده وجود تأثيرات معينة تقع من جانب وسائل الاتصال الجماهيري على الفرد والمجتمع، وعلى ذلك يرتبط مفهوم وضع الأجندة (Setting agenda) بدراسة العلاقة المتبادلة بين وسائل الإعلام والجماهير في تحديد أولويات الاهتمام بالقضايا المثارة بالمجتمع، حيث يشير مفهوم وضع الأجندة بين الباحثين الإعلاميين إلى وجود علاقة إرتباطية بين كل من وسائل الإعلام (ترتيب أولويات القضايا بوسائل الإعلام)، وأجندة الجمهور (ترتيب أولويات القضايا لدى الجمهور)، بحيث تضع وسائل الإعلام أولويات اهتمامات الجمهور حول القضايا المختلفة من خلال إبرازها لهذه القضايا عبر المساحة والوقت المخصص لهذه القضايا (غول، 2016، صفحة 07).

في هذا السياق يعرف ستيفن باترسون (Stephen. batrson) عملية وضع الأجندة في الاعلام بأنها: العملية التي تبرز فيها وسائل الاعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور، من خلال إثارة إهتمامهم لتلك القضايا، بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وأن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ويتعرض لها، سوف يكتيف إدراكه وفقا للأهمية النسوية لتلك الوسيلة وموضوعاتها، وبشكل يتوافق وإتجاه عرضها، وحجم الاهتمام لها في تلك الوسيلة (حسنونة، 2015، صفحة 03)، كما يقول (Nimmo) في تعريفه لموضوع وضع الأجندة في الإعلام بأنها: هي مجموع الأدوار التي تقوم بها وسائل الإعلام، من أجل تحديد أولويات الجمهور من خلال تحديد القضايا التي تختلف بشأنها وجهات النظر، وتصلح للنقاش الجماهيري (مكاوي و ليلي حسين السيد، 2006، صفحة 300) بينما يعرفَ Chris.Drew نظرية وضع جدول الأجندة: هو أن وسائل الإعلام الرئيسية تحدد جدول أعمال الخطاب العام عن طريق إخبار الناس بما يجب أن يفكروا فيه (Drew، 2021)، كما تشير فكرة ترتيب الأولويات حسب ما يرى كل من "روجر ودبرن" إلى وجود منافسة مستمرة بين الموضوعات والقضايا للحصول على إهتمام كل من

وسائل الإعلام والجمهور والصفوة، وتدل هذه الفكرة على أن أجندة الجمهور ما هي إلا إنعكاس لأجندة المحتوى الإعلامي وفقا للرؤى السابقة يمكن النظر لمفهوم وضع الأجندة من خلال المحاكاة العلمية الآتية:

1. وضع الأجندة عبارة عن عملية اتصال جماهيري وتفاعلية تتأثر خلال حدوثها مابين الوسيلة الإعلامية والجمهور بالمؤثرات الاجتماعية، الثقافية، السياسية، التي يتم في إطارها هذا الاتصال.

2. هذه العملية ليست أحادية الاتجاه من الوسيلة الإعلامية لجمهورها.

3. الاختبارات الإمبريقية اللاحقة المتعلقة بمرحلة نشأة النظرية، إتمدت على نماذج نظرية أثبتت تعددية هذا الاتجاه خاصة من خلال النظر لثلاثة أطراف في عملية الاتصال الجماهيري هي: "وسائل الإعلام، النخب، الجماعات، المصالح، الجمهور العام (حداد، 2019، صفحة 65).

. من خلال ما سبق من تعريفات، يمكن أن نضبط تعريفا لمفهوم نظرية ترتيب الأولويات وعليه يمكن القول:

"بأنها مجموع العمليات والمضامين الإعلامية التي توفرها وسائل الإعلام، وذلك بهدف ترتيب قضايا معينة على حساب أخرى، ويكون التأثير على المتلقين من جمهور هذه الوسائل بواسطة مجموعة من الأدوات التي يعمل عليها القائم بالاتصال، وذلك تبعا لمخرجات العملية الإتصالية في شكلها المسطر مسبقا عن طريق توظيف مجموع الأدوات الفنية والتقنية، لتكون النتيجة بد: تحقيق ما تصبو إليه وسائل الإعلام لدى جمهورها، وهي ترتيب الأحداث وإعادة تشكيلها، قصد التأثير على الرأي العام"، فنظرية ترتيب الأولويات ترتبط على طول إمتداد عناصر الإتصال بالمنطلق الأيديولوجي المتمثل في ما تسعى الوسيلة إلى تحقيقه خاصة على المستوى السياسي الذي يُشكّل بنية أساسية في النظام المجتمعي الذي يضبط العلاقة بين الحاكم والمحكوم، وذلك بإختلاف العوامل والظروف التي تسود ذلك الحيز الجغرافي، ومن هنا نستشف أن نظرية ترتيب الأولويات أو الأجندة ترتبط بالوسيلة بالدرجة الأولى، والتي تبحث في: كيف تُرتب وسائل

الإعلام إهتمامات الجمهور؟

المبحث الثالث: فروض نظرية ترتيب الأولويات، وحدود توظيفها في دراسة مواقع التواصل

الاجتماعي.

أ. إفتراضات النظرية: تقوم جميع نظريات الإتصال على مجموعة من الإفتراضات التي تفسر وتضبط مسار العملية الإتصالية في سياقها ممثلة في الظروف والعوامل التي ترافق ما تنتجه وسائل الإعلام من مضامين، والعمل على تفسير مخرجات هذا المسار من المنطلق وصولاً إلى المتلقين من جمهور هذه الوسائل، وقد قامت بحوث ترتيب الأولويات في نشأتها الأولى على إفتراضيين رئيسيين، وشكلاً في ذلك تأريخاً لما يسمى بتأثير قادة الرأي على الجمهور (محمود، 2014، صفحة 505):

✓ . أن وسائل الاعلام لا تعكس الواقع، ولكنه تنقيه وتنظمه، فوسائل الإعلام هنا تشخص، ثم تبني الآراء والمعتقدات وفق إستراتيجية تحدها هذه الوسائل، وليست من وقائع التي يعيشها المجتمع، وبالتالي فوسائل الاعلام تعمل على تنظيم أحداث على مبدأ المستجد من ذلك.

✓ . أن وسائل الاعلام تركز على بعض المواضيع لتدفع الجمهور للإهتمام فيها، ويكون الإطار محدد مسبقاً ضمن جعل الأحداث ذات أهمية على حساب أحداث أخرى، وهنا تُبرز وسائل الإعلام لخدمة مفهوم الأجندة في سياقها الصحيح.

• كما توجد إفتراضات أخرى خاصة بهذه النظرية، والتي ترسم وتحدد تلك العلاقة بين وسائل الإعلام وجمهورها، وهي كالتالي (حسونة، 2015، صفحة 05):

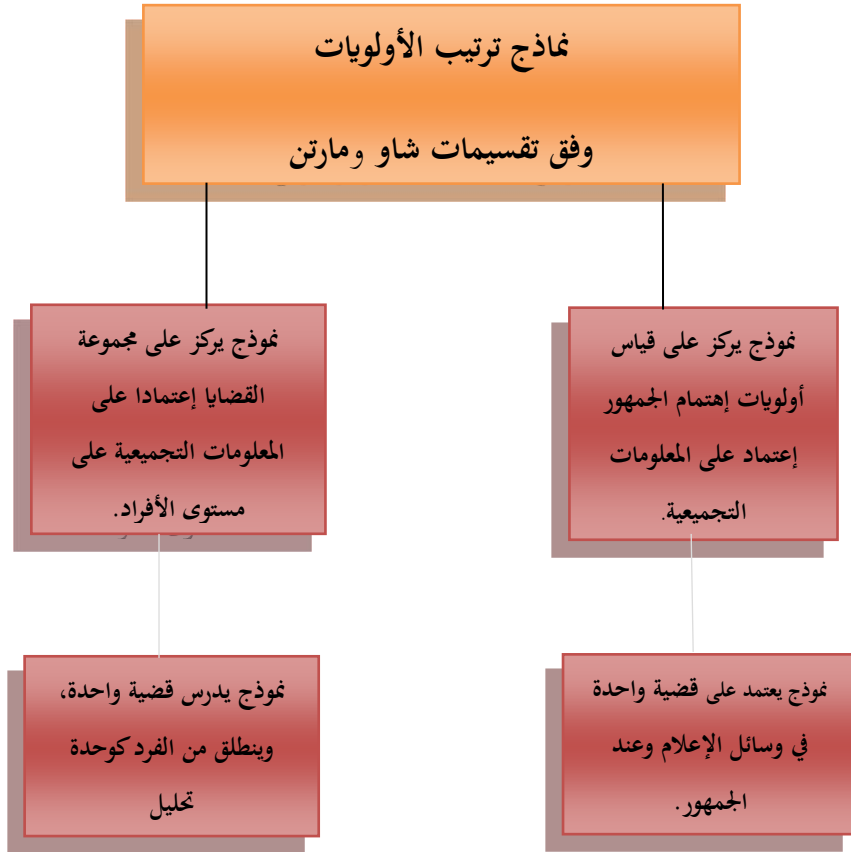
✓ . تعتقد هذه النظرية أن لوسائل الإعلام تأثير قوي على الجمهور.

✓ . أن الإتصال يبدو كعملية تركز على المرسل كمحور رئيسي لها.

✓ . الصحفيين ومصادرهم المختلفة، والجمهور يفسرون الأحداث بالطريقة والأسلوب ذاته.

إذاً ما نستشفه في الأخير أنّ إفتراضات النظرية في إتجاهها العام، تؤمن بقوة وسائل الإعلام، وتعتبر رابطاً إتصالي جد مؤثر على صناعة الرأي العام، وذلك وفق أجندة هي التي تختارها، ولا تقتصر في علاقتها بالجمهور على التسلية والتزود بالمعلومات، بل تعتبر موجهاً حقيقياً لتشكيل أو إعادة تشكيل الرأي العام، و يرجع الفضل إلى ماكوبيس و شاو McCobes and Shaw في

إجراء أول بحث إختبار لفروض نظرية ترتيب الأولويات، وكان الفرض الرئيسي لدراستهما هو (بينما قد يكون لوسائل الإعلام تأثير محدود على نوع أو شدة الإتجاهات، إلا أنه لا يفترض في أن تقوم وسائل الإعلام بتحديد الأولويات للحملات السياسية، ويكون لتلك الوسائل تأثير على شدة الإتجاهات نحو القضايا السياسية المثارة) (الطيب، 2014، صفحة 139).



الشكل رقم (04): يمثل تقسيم أنواع قياس وترتيب الأولويات

. الانتقادات التي وجهت للنظرية: وجه كارجيه وزملاؤه العديد من الإنتقادات لبحوث وضع الأولويات (مكاوي و ليلي

حسين السيد، 2006، صفحة 298) :

. تعدد الأساليب المنهجية المستخدمة في إجراء البحوث.

. ضيق المجال التي تتحرك فيه هذه البحوث.

. إغفال الطبيعة التراكمية التي تبت فيها وسائل الإعلام، والتركيز على الآثار القصيرة المدى.

. غياب الأسس النظرية التي تركز عليها هذه البحوث، لأنها تركز على قضايا وموضوعات متخصصة، بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة التي تنقلها وسائل الإعلام لعامة الناس، حيث تكمن قدرة وسائل الإعلام في تحديد الموضوعات المثيرة للجدل من بين سياق أكبر من الموضوعات العامة.

* كما يرى دينيس ماكويل: أن نظرية ترتيب الأولويات لديها حدود، فهي مرتبطة بمدخل ونظريات أخرى، وهي ليست واضحة بمن فيها الكفاية مثل نظرية الاستخدامات والإشباع، ونظرية دوامة الصمت، في السياق ذاته تم إعطاء إهتمام غير كافية للقوى الغير سائدة في بيئة وسائل الإعلام، ومن ثمة نادى بدراسة العلاقة بين وسائل الإعلام وإهتمامات الجمهور من خلال المنظومة الإجتماعية الشاملة التي تعمل من خلالها وسائل الإتصال (الحاج، 2020، صفحة 144).

. وجود فوضى في استخدام النظرية للمصطلحات المعيارية على الرغم من أن وسائل الإعلام لا تجربنا بما هو مهم فقط، ولكن تقدمه لنا من خلال إطار محدد شكل الإتجاهات الفردية نحو هذه الموضوعات.

. هناك العديد من الرهانات التي تؤكد على أن وظيفة وضع الأجندة التي تحدث بنفس الدرجة، بالنسبة لكل القضايا والأفراد، كما إن حجم الإنباه يتسم بالحدودية ولا يتسع لكل القضايا المثارة، وبالتالي فإن هناك ميل لدى الأفراد بالتركيز على قضايا وإهمال قضايا أخرى، بالإضافة إلى إختلاف الآراء حول المدى الزمني لحدوث تأثيرات وضع الأجندة (فوزي، 2017، صفحة 44)، وقد تشكل هذه الإنتقادات تطورا ملحوظا في مرتكزات العملية الإتصالية من تحديد أهدافها ومقوماتها التي تضع وسائل الإعلام تمارس بالفعل أجندة حقيقية على الجمهور، وهو ما ظهر في إستمرار الباحثين في عملية تطوير وترقيع توجه هذه النظرية في إطارها العام، والتموقع الجيد في تفسير الظاهرة الإتصالية ضمن عصر التحول الرقمي.

ب. حدود توظيف نظرية ترتيب الأولويات في الدراسة: بالرغم من مرور ما يقرب من خمسة عقود على

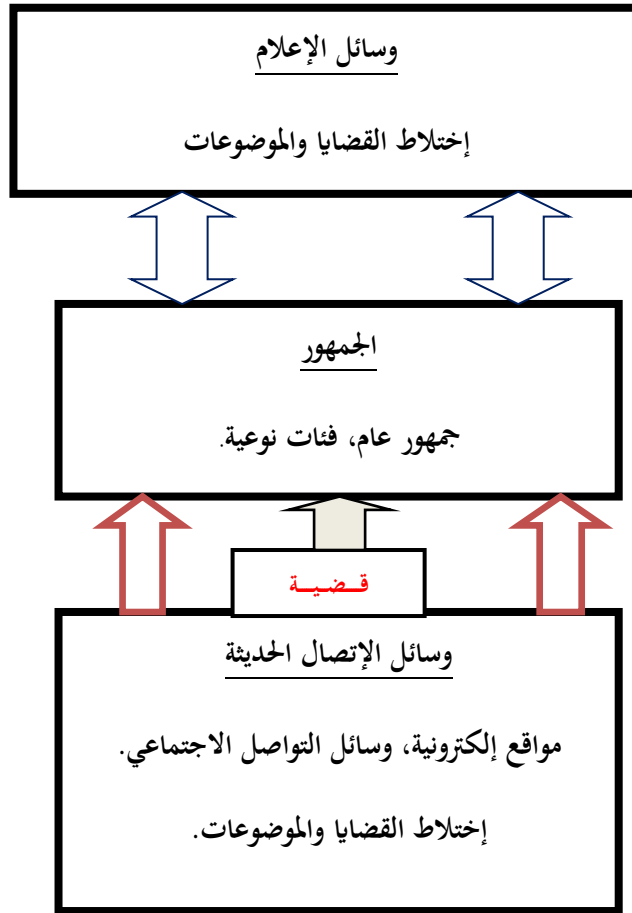
بدايات دراسات وضع الأجندة، فإنها لا تزال تشغل حيزا مهما من إهتمام المجتمع الأكاديمي منذ الدراسة الأولى عام 1972، أثناء حملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية، بل ويتضاعف التقدير العلمي لها يوما بعد يوم، نتيجة إكتشافها للأدوار الفاعلة التي تمارسها وسائل الإعلام في الحياة السياسية والإجتماعية (مُجدح، 2019، صفحة 42)، ولا يكون تأثير ترتيب الأولويات نتيجة إستقبال رسالة أو عدد قليل من الرسائل، بل يكون نتيجة تأثير تراكم عدد

كبير جدا من الرسائل (كل رسالة لها محتوى مختلف)، ولكن كلها تتعامل مع نفس القضية الأساسية) (ويكيبيديا الموسوعة الحرة، ب.ت)، وهو ما توفره شبكات التواصل الاجتماعي بشكل لا يدعو للشك لمستخدميها وجمهورها، وهذا ما ذهب إليه وتؤكد الاتجاهات الحديثة في نظرية ترتيب الأولويات، على القيمة العلمية لهذه النظرية التي تبناها المتخصصون في كافة التخصصات النظرية والإنسانية، حيث درسها علماء الاجتماع والسياسة والإعلام والتربية، وغير ذلك من التخصصات، إيماناً منهم بأهميتها وقيمتها العلمية، كما شكّلت حدثاً مهماً في الدراسات العلمية الإعلامية، ويجمع كثير من الباحثين على أن ظهور هذه النظرية أسهم في تحقيق طفرة علمية على المستوى الأكاديمي والعملي، حيث أشار العديد من الباحثين إلى إيجابيات كثيرة لهذه النظرية (قران، 2021، صفحة 293).

ومع تنامي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وتحول البيئة الإتصالية إلى بيئة تفاعلية، ظهر ما يعرف بدمج الأجندة **Melding.Agenda**، كأحد الإتجاهات البحثية الجديدة لدراسات الأجندة، وهو مفهوم يعنى أن الجمهور يقوم بدمج وربط الأجنندات في إطار يتفق مع قيمه، وأن ذلك يتم نتيجة استخدام عدد كبير من الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي ومصادر إخبارية أخرى، لإستكمال معلوماته عن الأحداث، وإيجاد آراء تتفق مع توقعاته، وهذا الجهد من قبل الجمهور يسمى بدمج الأجندة، إذ بينما تضع وسائل الإعلام الأجندة، فإن الجمهور يدمج هذه الأجندة لتتوافق مع قيمه وصفاته، وقد أثبتت عدد من الدراسات قدرة الوسائل الحديثة ومنها وسائل التواصل الاجتماعي على ترتيب أولويات قضايا مستخدمي الوسيلة، وتشكيلها لإدراكهم لطبيعتها وإتاحة الفرصة لهم للنقاش والتفاعل بشأنها (مُجد ح.، 2019، صفحة 50).

وعليه يمكن في هذا السياق الإستعانة بنموذج الأجندة المتداخلة الذي جاء به دولاند شو، والذي هو عبارة عن مجموعة الموضوعات والقضايا التي يستشعر الجمهور أهميتها سياسياً أو اجتماعياً، والتي أصبحت في دائرة إهتمامه عبر تعرضه وإستخدامه لوسائل الاتصال التقليدية والحديثة، بالإضافة إلى مدى إعتماده على كل من هذه الوسائل لتكوين وجهات نظره وأرائه حول هذه الموضوعات التي تطرحها، حيث أثبتت عدد من الدراسات قدرة الوسائل الحديثة ومنها وسائل التواصل الاجتماعي على ترتيب أولويات قضايا مستخدمي الوسيلة وتشكيلها لإدراكهم لطبيعتها، وأتاحه الفرصة لهم للنقاش والتفاعل بشأنه (رضوان و علي موسى، 2017)، فالمقصود بنموذج دمج الأجندة كتعريف: هي العملية

التي يبحث فيها أعضاء الجمهور عن أجندات وسائل الإعلام، ومجمها من مصادر إتصال مختلفة لتناسب تفضيلاتهم الفردية وإدراكهم، حيث يمكن لوسائل الإعلام أن تضع جدول الأعمال العام من خلال التأثير على بروز القضايا الرئيسية جنباً إلى جنب مع التفاصيل والسمات حول تلك القضايا، وعليه فإن دمج جدول الأعمال، يجادل بأن القيم والمواقف الراسخة بالفعل لأفراد الجمهور، تلعب دوراً في كيفية البحث عن هذه القضايا والسمات (مختلطة أو غير مختلطة)، في سورة متماسكة للأحداث من خلال جدول الأعمال على قدرة أعضاء الجمهور على الإختيار من بين الوسائط والقضايا المعاصرة (عمر، 2021، صفحة 409)، وفي المخطط التالي يوضح لنا مخطط عمل هذا النموذج في الأسفل:



الشكل رقم (05) يوضح نموذج الأجندة المتداخلة ل: دولاند شو*

إنَّ الحديث عن مخرجات العملية الإتصالية يرتبط بمستوى أداء الوسيلة بالدرجة الأولى في عصر الميديا الجديدة، ومن هنا كان إستشراف الباحث حول مفهوم إستخدام الأجندة وتطبيقاتها على ما تنتجه وسائل الإعلام الرقمية كمواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة تحضى بمتابعة جماهيرية عريضة، فكان التوجه في البحث عن نموذج يتوافق مع الإشكالية

التي تنتمي إلى بحوث الرأي العام، ومن هذا المنطلق قام الباحث بعملية إسقاط على هذا النموذج الذي يرتبط بنظرية ترتيب الأولويات، ومع أهم افتراضات هذه النظرية، والتي تتوافق مع التساؤلات التي تم طرحها في الدراسة، خاصة في الشق الميداني والتحليلي، فطبيعة الموضوع فرضت نوعاً جديداً طغى على الصناعة الإتصالية، يسمى **القائم على صناعة الأخبار الكاذبة**، ومن هنا برز تأثيره على جمهور ومستخدمي الوسائط الرقمية، و في شبكات ومواقع التواصل الإجتماعي بخاصة، فالأجندة التي يفرضها القائم على صناعة الأخبار الكاذبة خاصة في عصر فوضى الإتصال، نتيجة للعديد من الظروف منها الحالة السياسية، ومن هنا تكون الإشارة إلى الأحداث التي شهدتها الجزائر (الحراك الشعبي) أين سيئين إختبار لقدرة هذه الوسائط الجديدة لمواكبة هذه الأحداث، فالحراك الشعبي باتت مخرجاته مادة خام للصناعة الإخبارية في ضل تراجع أداء وسائل الإعلام التقليدية في دورها كمصادر موثوق بها، خاصة أن أجندة الجمهور أضحت مشتتة ولا تملك مصدراً واحداً لصناعة هذه الأجندة، وأضحى الأجندة في مسار ما تنتجه مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي من تأثيرات على الجمهور ومستخدمي هذه الشبكات والمواقع وبالتالي على الرأي العام، والذي بات اليوم رأياً عاماً إلكترونياً.

المبحث الرابع: الخلفية التاريخية والمعرفية لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theory

أ. نشأة النظرية: إهتم بعض الباحثين في العشرينيات من القرن العشرين الماضي بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساساً إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام، بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة (حداد، 2019، صفحة 88)، ولقد كانت البداية الأولى لبروز نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة سندرا بول روكيتشا Sandra.Paul وملفين دي فلور Melvindde.Fleur، وزملائهما عام 1974، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان (منظور المعلومات)، والتي طالبوا فيها بضرورة الإنتقال من مفهوم قوة الإقناع لوسائل الإعلام، إلى وجهة النظر التي ترى قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي، يعتمد في نشاطه على مصادر المعلومات الأخرى التي تصنع النظام الإعلامي القائم في المجتمع (الصباخه و وآخرون، 2017، صفحة 50)، وتتناول هذه النظرية علاقة الجمهور بوسائل الإعلام من منظور أن الجمهور يعتمد على المعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام الحديثة، وأن هذه الوسائل لا يمكن الإستغناء عنها، لذلك فإن درجة إعتماد

على المعلومات التي يستقونها من وسائل الإعلام، تعتبر متغيرا أساسيا لفهم متى ولماذا تُغير وسائل الإعلام والاتصال معتقدات ومشاعر وسلوك الأفراد؟ (فرج، 2021، صفحة 225)، حيث تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام في هذا الإطار على ركيزتين أساسيتين هما:

✓ . الأهداف: لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى والعكس صحيح.

✓ . المصادر: يسعى الأفراد والمنظمات المختلفة، التي تحقق أهدافهم، وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاث أنواع من المصادر: المصدر الأول (جمع المعلومات)، والمصدر الثاني (تنسيق المعلومات)، والمصدر الثالث (نشر المعلومات والقدرة على توزيعها) (مكاوي و عدلي العبد، نظريات الإعلام، 2008، صفحة 403)، وبدورهم يعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية (إسماعيل ح.، 2015، صفحة 444):

. الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات، الفهم الاجتماعي من خلال معرفة الأشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها.

. التوجيه: ويشتمل على توجيه العمل مثل: ماذا تقرر أن تشتري؟ وكيف ترتدي ثيابك؟ وكيف تحتفظ برشاقتك؟، وتوجيه تفاعلي مثل: الحصول على دلالات على كيفية التعامل مع مواقف جديدة وصعبة.

. التسلية: وتشتمل على التسلية المنعزلة مثل: الراحة، والإسترخاء، والتسلية الاجتماعية مثل: الذهاب إلى السينما، أو الإستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء، أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.

. المعلومات: فوسائل الإعلام هي عبارة عن نظام معلومات، يسعى إليه الأفراد من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أنواع من مصادر المعلومات هي: تجميع المعلومات عن طريق المندوبين والمراسلين المكلفين بذلك. وتنسيق المعلومات (أي تنقيح ما تم تجميعه من معلومات لكي تخرج بالصورة المناسبة)، ونشر المعلومات عن طريق توزيع ما سبق تجميعه وتنسيقه من معلومات إلى عدد غير محدود من الجمهور (العبد، 2018، صفحة 04).

ب. مفهوم النظرية: توحى هذه النظرية من حيث المفهوم أنها رصد للعلاقة التي يعتمد فيها الجمهور على وسائل الإعلام، من حيث أنها مصدراً للحصول على المعلومات لتحقيق أهداف معينة، وتعمل وسائل الإعلام على تحقيق ثلاثة أهداف هي : جمع المعلومات وتنسيقها ونشرها، ويعتمد الغرض الأساسي لنظرية الاعتماد على وجود علاقة تفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور والمجتمع والنظم القائمة به، ومن خلال تحليل هذه العلاقة يمكن فهم وإدراك تأثير وسائل الإعلام على المجتمع وعلى الأفراد (الشيبيري، 2011، صفحة 17)، ونقصد بفكرة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على أن استخدامنا لوسائل الإتصال لا يتم بمعزل عن النظام الإجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الإتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الإتصال وتتفاعل بها مع تلك الوسائل وتتأثر بما نفعله في المجتمع، ويشمل هذا أيضا مما تعلمانه من وسائل الإتصال، كما تتأثر كذلك باللحظة التي نتعامل معها مع هذه الوسائل (إسماعيل م.، 2003، صفحة 278)، كما تعتبر نظرية "الإعتماد على وسائل الإعلام" في مجملها نظرية بيئية حيث تركز على العلاقات القائمة بين الأنظمة من قاعدة أن المجتمع عبارة عن تركيب عضوي متعدد الأنظمة المختلفة بالمجتمع الواحد إنطلاقاً ما بين "أنظمة صغيرة وأخرى كبيرة" ترتبط وتتفاعل سوية في علاقات متبادلة ومن بينها علاقة وسائل الإعلام بالفرد، والجماعات، والمنظمات، والنظم الإجتماعية (العبد، 2018، صفحة 03)، ويصف ياس خضير البياتي هذه النظرية كما سماها نظرية (التبعية) بأنها هي إعتماد الجمهور على معلومات ووسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، والنقطة الهامة في هذه النظرية بأن وسائل الإعلام ستؤثر في الناس إلى درجة التي فيها يعتمدون على معلومات تلك الوسائل، وتركز هذه النظرية على العلاقات بين النظم - المعلومات الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها (البياتي، 2014، صفحة 354)

إنطلاقاً مما سبق من السياق التعريفي الذي قدمه رؤاد نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام القول عن هذه النظرية أنها:

*هي نظرية ترتبط ضمن نطاق ومسار إتصالي متبادل بين الجمهور والوسيلة، فالجمهور يستشف المعلومات والأفكار والممارسات من

وسائل الإعلام، بما يحقق له فهماً للأحداث والوقائع المحيطة به، فهذه النظرية تبحث في أصل العلاقات المرتبطة ما بين الوسيلة،

وجمهورها، وتحاول في السياق ذاته وضع إطار يحدد آليات الفهم بين المرسل والمتلقي.

المبحث الخامس: إفتراضات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، وحدود توظيفها

في الدراسة.

أ. إفتراضات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام: تفترض نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام على نظرية

رئيسية وهي: أنه كلما زاد إعتماد الفرد على إشباع حاجاته من خلال إستخدام هذه الوسائل، ستزيد أهمية الدور الذي

ستؤديه وسائل الإعلام في حياة الفرد، ولذلك سيزيد تأثير هذه الوسائل على الفرد، ومن منظور مجتمعي واسع إذا كان

هناك أفراد وأفراد أكثر يعتمدون على هذه الوسائل، فإن التأثير الكلي للوسائل يرتفع، وسيصبح دور الوسائل في المجتمع

أساسا بشكل أكبر (إسماعيل ح.، 2015، صفحة 442)، وينظر ملفين ديفليرو ساندرنا بول روكيتش إلى ضرورة ملئ

الفراغ الذي خلفه نموذج (الإشباع و الإستخدام) بإهماله لتأثير وسائل الإعلام والتركيز على المتلقي وأسباب إستعماله

(أبو أصعب، 2006، صفحة 162)، كما يفترضان كذلك " أن هناك مصدرين أساسيين للتغيير في طبيعة علاقات

الإعتماد على وسائل الإعلام، أحدهما الصراع، والآخر للتكيف. فنظام وسائل الإتصال كغيره من الأنظمة يبحث عن

فرص لزيادة السيطرة على مصادره إلى أقصى حد وتقليل تبعثها إلى أدنى حد، أي خلف علاقات عدم تماثل تكون فيها

أكثر قوة (كافي، 2016، صفحة 226)، ومن هنا كان الإنطلاق من تساؤل مفاده: كيف تساعدنا علاقات

الاعتماد في تفسير آثار التعرض لرسائل وسائل الإعلام الخاصة بمعتقدات وسلوك الفرد؟، فهو الاهتمام المركزي بالنسبة

لأولئك الذين يستخدمون نهجا إدراكيا لتفسير تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيرية على جماهيرها، فنظرية الإعتماد على

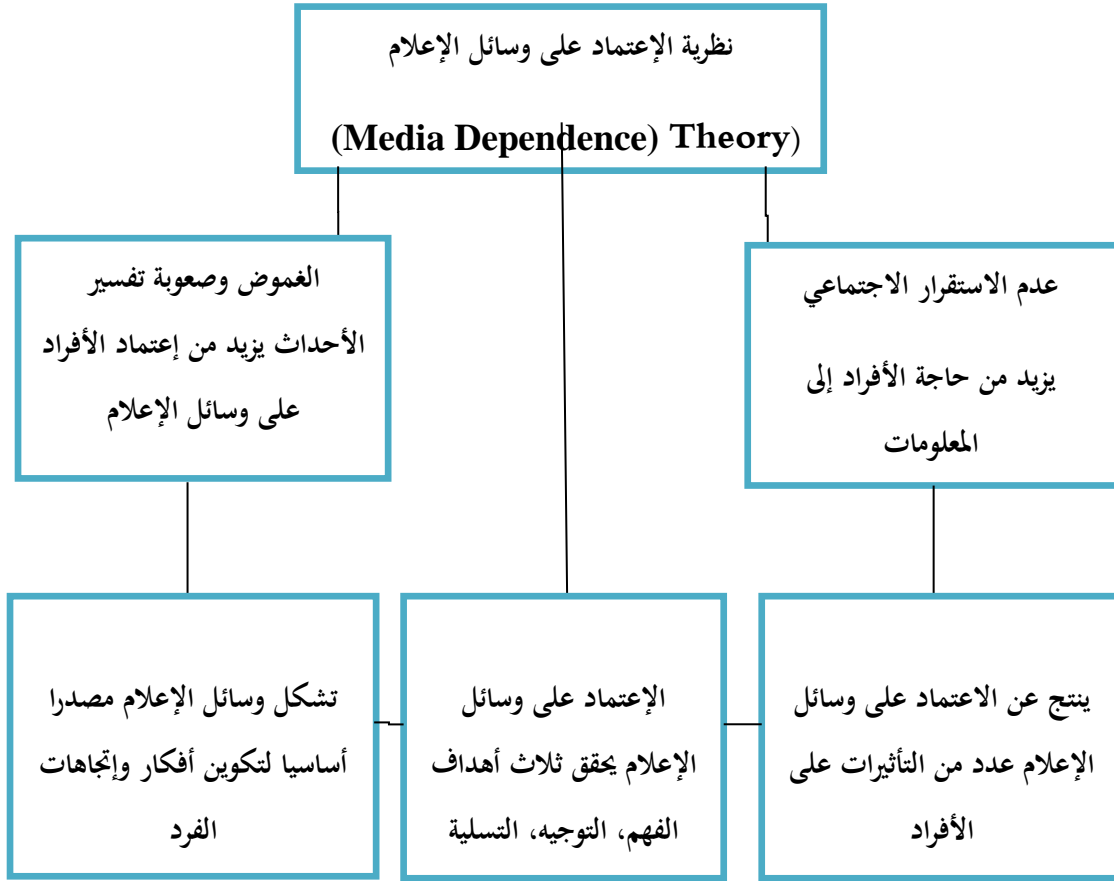
وسائل الإعلام تعد المفتاح لتفسير متى ولماذا يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل الإعلام؟، وتأثيرات هذا التعرض على

معتقداتهم وسلوكهم، وكذا تقديم تفسيرات للطرق التي يستخدم بها الناس مصادر وسائل الإعلام لتحقيق أهدافهم

الشخصية (ديفلر و بول روكيتش، 1992، صفحة 424)، ومن هنا يكون تأثير وسائل الإعلام على المعرفة والشعور

والسلوك في مجالات عديدة، ويبرر هذا التأثير أيضا على العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع، وهذا ما يؤكد العلاقة بين

العلاقة الثلاثية بين الوسائل والجمهور والمجتمع (عبد الحميد م.، 2004، صفحة 300)، كما يظهر في الشكل التالي:



*الشكل رقم (06): مخطط لتصور عام لإفترضات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام من إعداد الباحث.

● **تأثيرات اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام:** يرى بعض الباحثين أن التساؤل الأساسي لنظرية الاعتماد هو تفسير متى؟، ولماذا يعرض الأفراد أنفسهم لوسائل؟ ضمن مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال فئات أساسية: هي الآثار المعرفية، الوجدانية، السلوكية (مكاوي و ليلي حسين السيد، 2006، صفحة 325).

. **التأثيرات المعرفية:** تتضمن هذه التأثيرات عدة آثار والتي هي على النحو التالي (المدونة الإلكترونية، 2013):

الغموض: يحدث الغموض نتيجة لتناقض المعلومات التي يتعرض لها الأفراد ، أو نقص المعلومات، أو عدم كفايتها لفهم معاني الأحداث أو تحديد التفسيرات الممكنة والصحيحة لهذه الأحداث، فالغموض يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقرون إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث، أو يفتقرون إلى المعلومات التي تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام ، وتشير البحوث السابقة إلى أن نسبة الغموض تزداد حين تقع أحداث غير متوقعة مثل : كارثة طبيعة أو اغتيال زعيم سياسي، وحين تقدم وسائل الإعلام معلومات غير متكاملة أو معلومات

متضاربة بشأن هذه الأحداث، في هذه الحالة يتولد الإحساس بالغموض لدى أعضاء الجمهور، وفي حالات عديدة تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات، ويحدث الغموض حين تكون هذه المعلومات غير مكتملة أو يكتنفها الغموض أو التضارب.

. **تشكيل الاتجاه:** تلعب وسائل الإعلام دوراً هاماً في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو القضايا الجدلية المثارة في المجتمع مثل مشكلات البيئة، وأزمات الطاقة، والفساد السياسي، وتنظيم الأسرة، وتشكل الاتجاهات الجديدة كلما اكتسب الأفراد المعلومات العامة من خلال وسائل الإعلام.

. **ترتيب الأولويات:** تقوم وسائل الإعلام بترتيب أولويات الجمهور تجاه القضايا البارزة دون غيرها ويقوم الجمهور بتصنيف اهتماماته نحو هذه القضايا ويركز على المعلومات التي يمكن توظيفها وفقاً لاختلافاته الفردية.

. **إتساع المعتقدات:** تساهم وسائل الإعلام في توسيع المعتقدات التي يدركها أفراد الجمهور، لأنهم يتعلمون عن أناس وأماكن وأشياء عديدة من وسائل الإعلام، ويتم تنظيم هذه المعتقدات في فئات تنتمي إلى: الأسرة أو الدين أو السياسة بما يعكس الاهتمامات الرئيسية للأنشطة الاجتماعية.

. **القيم:** القيم هي مجموعة المعتقدات التي يشترك فيها أفراد جماعة ما ويرغبون في تروييحها والحفاظ عليها مثل: الأمانة، الحرية، المساواة، التسامح، وتقوم وسائل الإعلام بدور كبير في توضيح أهمية القيم.

التأثيرات العاطفية: يقصد بالتأثيرات العاطفية مجموعة العواطف والمشاعر التي يقرها الإنسان إيجاباً ما يحيط به من أحداث وظروف ما، ويكون ذلك عندما يتلقى الإنسان معلومات معينة حول قضية ما من وسائل الإعلام باعتبارها مصدراً مهماً في إنتاج المعلومات، وبالتالي تصدر عنه مجموعة من التأثيرات، ومن أهم هذه التأثيرات التي تكون على شكل مشاعر (الحاج ك.، نظريات الإعلام والإتصال، 2020، صفحة 147).

. **الفتور العاطفي:** هناك نتائج توصلت إلى أن التعرض الكثيف للعنف في المواد الإعلامية خصوصاً التلفزيونية يؤدي إلى فتور عاطفي، ونقص الرغبة في مساعدة الآخرين خصوصاً الذين يتعرضون للعنف، فيصل الفرد لأن يعتبر الفرد أن العنف حالة طبيعية

في المجتمع، وهناك دراسات أخرى أثبتت أن الإستشارة النفسية التي تنشأ نتيجة للتعرض لأعمال العنف في وسائل الإعلام تتناقص مع مرور الوقت.

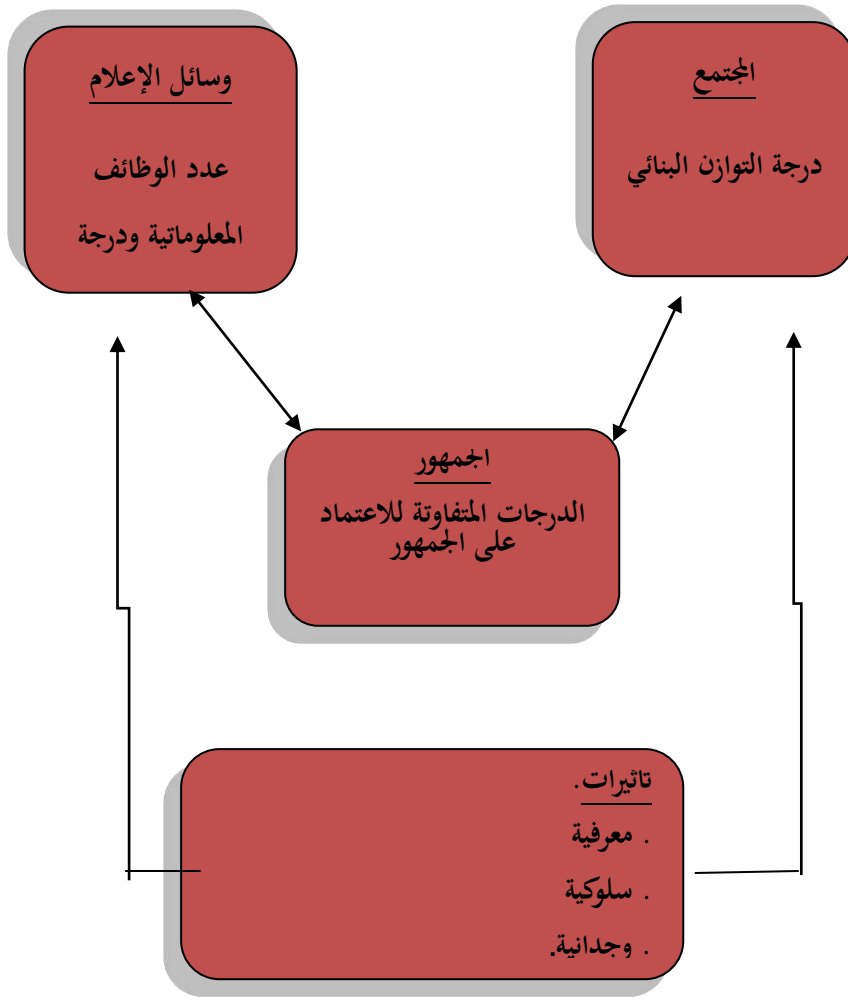
. **الخوف والقلق:** عندما تعرض وسائل الإعلام مواد عنيفة، تثير شعورا لدى الأفراد بالخوف والقلق أن يكونوا ضحايا محتملين لهذه الحوادث.

. **دعم الروح المعنوية أو الشعور بالإغتراب:** لوحظ أن إغتراب الفرد يزداد حين لا يجد رسائل وسائل الإعلام معبرة عن ثقافته وإهتماماته المعرفية والسياسية والدينية، ويمكن أن تلعب وسائل الإعلام دورا إيجابيا في رفع الروح المعنوية.

. **التأثيرات السلوكية:** تنحصر الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام في سلوكين أساسيين (أبو سنة، 2021، صفحة 217):

. **التنشيط:** ليس من المشترك أن يكون ذلك إيجابيا، فقد يكون النشاط عنيفا، ويمكن تفسير جانب التنشيط بأنه ردة فعل المتلقي تجاه حدث محدد من خلال الإيجاب، مثل المشاركة في الانتخابات.

. **الخمول:** يعني الخمول تجاه حدث محدد رد الفعل السلبي تجاه الحدث ذاته، مثل: عدم المشاركة في العملية الانتخابية، وتنتج غالبا عن عرض متكرر بشكل مبالغ به للرسالة الإعلامية، ما قد يحفز الشعور بالملل لدى المتلقي.



الشكل رقم (07): مخطط يحدد العلاقة بين الوسيلة والمجتمع والجمهور.

أهم الانتقادات التي تعرضت لها النظرية: أولى الانتقادات التي وجهت لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، يأتي من تأكيدها على إرتباط وسائل الإعلام بالمجتمع، فضلاً عن مبالغتها في تأكيد كثافة إعتماد الجمهور على الإعلام الذي ينتج عنه تأثير وتأثرن ويرى المنتقدون في هذا الجانب إرتباط وسائل الإعلام بالفعاليات الإجتماعية والسياسية أفضل من إرتباطها بالمجتمع وسيطرته عليه (الدعمي غ.، 2017، صفحة 161)، رغم أنه كان يقصد بمدخل الإعتماد أساساً الإعتماد على مستوي النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الإعتماد على المستوي الفردي فقط، بمعنى أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة (المدونة الإلكترونية، 2013)، إذا تشكّل هذه الإنتقادات تصويبا في نظر منتقديها، في مقابل ذلك لا يعني هذا أن هذه النظرية لا تؤدي

أدوارها في تفسير الظاهرة الإتصالية في حيزها الزماني والمكاني، فالإنتقادات وعن قلتها لا تؤثر على الإفتراضات التي تتمسك بها هذه النظرية.

ب. حدود توظيف نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام في مجال الدراسة:

إستعان الباحث بنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام لعدة إعتبارات، بداية من أن هذه النظرية هي نظرية وظيفية خاصة إن كان الأمر يتعلق بوسائل الإعلام الجديد وبالبيئة الرقمية، ومن هنا يظهر تفسير ميلفين ديفلير و روكيتش حول إعتماد الجمهور على وسائل الإعلام بإعتباره مجالا تطبيقيا متميزا لتأثير الإعتماد على وسائل الإتصال الرقمي على جمهور ومستخدمي هذا الفضاء الرقمي، حيث أنهم يفترضون قيام علاقة الإعتماد على دعامتين رئيسيتين تتمثلان في حاجة (الجمهور إلى المعلومات)، و التي تلي حاجاته وتحقق أهدافه، وكذلك إعتبار نظام الإعلام (نظام معلومات)، حيث يتم توظيفه لتلبية الحاجات وتحقيق الأهداف (الحמיד م.، 2004، صفحة 308)، ومن هنا تتضح قيمة التأثيرات التي تحدثها وسائل الإعلام عموما على إمتداد سلوكي ومعرفي ووجداني، فتوظيف هذه النظرية، رأى فيها الباحث أنها تفسر العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام، خاصة في الأوقات والأزمات والحالات الإستثنائية التي تمر بها المجتمعات عموما، وإذا تحدثنا عن موضوع دراستنا هذه فإن الأمر يتعلق بالإجابة على إشكالية تحاول إيجاد نوع التأثيرات التي تحدثها المضامين الإخبارية عموما على مواقع التواصل الإجتماعي على المتلقين من جمهور هذه الوسائط، وعلى الرأي العام بعد ذلك، ثم إن هذه المنصات هي منصات جماهيرية تستخدم من طرف المليارات من سكان المعمورة، وكان إختيار الباحث يتموقع في سياق أكثر تأثيرا، خاصة أن الأمر يتعلق بصناعة إتصالية مزيفة تسمى الأخبار الكاذبة التي تتنوع موضوعاتها ومضامينها، حيث أن جلّ الدراسات تحدثت عمّا سمّته بالإهتمام الجماهيري للأخبار الكاذبة، وحدود القبول والتصديق على حساب الأخبار الموثوقة، وذلك من حيث مستويات تأثيراتها على الجمهور وبالتالي على المجتمع ككل، فموضوع دراسة الباحث يتحدث عن أثر الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعي على الرأي العام، وذلك ضمن الأخبار المتعلقة بالحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر مطلع فيفري 2019.

إذن وظّف الباحث نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، إنطلاقا من المجال التفسيري لدور وسائل الإعلام عموما في كل المجالات، وكذا ضمن الجانب العلائقي الجمهور بوسائل الإعلام من حيث مبدأ الإعتماد عليها لإستقاء

المعلومات المتعلقة بمخرجات الحراك الشعبي، خاصة أن البلد عاش لسنوات عديدة غلقا إعلاميا مسّ طرق المعالجة الإعلامية التي تصدر عن وسائل الإعلام سواء كانت عمومية أو خاصة، فإعتماد الجمهور على وسائل الإعلام كان موجها بدرجة كبيرة لوسائل ومواقع التواصل الإجتماعي التي تعتبر بالنسبة لهم متنفسا للتعبير ومصدرا للأخبار في الآن ذاته، ومن هنا كانت تساؤلات الباحث منضّبة على نوع ومستوى التأثير التي تحدثه المضامين الصادرة عن مواقع ومنصات وشبكات التواصل الإجتماعي على مستخدميها وجمهورها، فتوظيف هذه النظرية توافق إلى حد كبير مع مخرجات هذا البحث وما تسعى إليه إشكالية الدراسة حول التعرف على مستوى التأثير و أثر هذه المضامين الإخبارية المفبركة (الأخبار الكاذبة) على الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي.

الفصل الثالث

أثر الأخبار الكاذبة على صناعة

الرأي العام في البيئة الرقمية

المبحث الأول: الخلفية التاريخية للأخبار الكاذبة ومفاهيمها المشابهة.

المبحث الثاني: عرض أساليب وإستراتيجية تنفيذ الأخبار الكاذبة.

المبحث الثالث: الأخبار الكاذبة، ومفهوم القابلية لدى متلقيها.

المبحث الرابع: أدوات وميكانيزمات التصدي لظاهرة إنتشار الأخبار الكاذبة في البيئة الرقمية.

المبحث الخامس: الخلفية التاريخية لتطور الرأي العام.

المبحث السادس: مفهوم الرأي العام، عوامل تكوينه وأنواعه.

المبحث السابع: صناعة الرأي العام في الفضاء الإلكتروني.

المبحث الثامن: الرأي العام في البيئة السياسة المعاصرة.

تمهيد:

تعتبر الأخبار الكاذبة صناعة اتصالية بامتياز، فهي تنطلق من الدافع السياسي بالدرجة الأولى، و تمر بمجموعة من المراحل إنطلاقاً من القائم بالفبكة مروراً بالمضامين وصولاً إلى توظيف الأفراد والجماعات، كما أن عملية إنتاج الأخبار الكاذبة ليست مرتبطة بالضرورة بجهات سياسية بذاتها، وإنما يوجد أطرافاً آخرين ليس لهم أي انتماء سياسي أو غير ذلك، بل هي حالة نفسية عنصرية الأساس، بحيث أنّ هؤلاء الأفراد يدفعهم هوس الشعور بالإقصاء وكذا الجانب العقائدي، وفي هذا الإطار تعمل شبكات الإتصال التزيفي المؤسسي على إستغلال هؤلاء الأفراد في مهمة عمل الجيوش الإلكترونية عن طريق خلق فضاء يسمح ويتيح فرصة مسح مقاعد صنع القرار القائمة، وإنشاء موقع سياسي بديل يملأ المكان بالمغالطات وخلق صورة تبدو وكأنها الحقيقية، وتوقع مصطلح الأخبار الكاذبة كأكثر المصطلحات إستخداماً وفق ما كشف عنه قاموس أكسفورد سنة 2016، وبالتالي هو دليل على قدرة هذه الصناعة على تغليب و إعادة صناعة المشهد في غياب الميكانيزمات لمواجهة هذا الخطر المعلوماتي.

إذن ظهرت تجليات تقبل الزيف بشكل كبير لدى المستخدمين في الفضاءات الرقمية، وذلك نتيجة للفراغ الذي أحدثته تكنولوجيا الإعلام والإتصال بتعدد القائم بالاتصال وتغييب المصادر الموثوقة، خاصة في ضل فوضى الإتصال الذي يعرفه العالم اليوم، فأصبح الجميع له إمكانية القدرة على التأثير، والجميع يملك هوس السبق على حساب الصدق، ولعل ما تفعله الأخبار الكاذبة في هذه البيئة الرقمية، يبدو أخطر من مما كانت تفعله الدعاية في حرب الدول والسياسين في زمن مضى، ويرتفع منسوب إستخدام الأخبار الكاذبة في الحالات و الظروف الإستثنائية، وكذا تخبط المشهد وضبابيته، خاصة في الإستحقاقات والمواعيد الإنتخابية، وكذا الفراغ السياسي والإقتصادي التي تمر به الدول.

كما ظلّ مفهوم الرأي العام متطوراً عبر العصور في عدة أبعاد، منها بُعد التعبير ووسائله، فمن إختلاف التعبير بالتمرد أو بالحوار أو الإحتجاج أو غير ذلك، إلى إختلاف وسائط التعبير من التعبير بالشعر، أو بالتجمع أو بالكتابة على الجدران، وصولاً إلى التعبير بواسطة الصحف ثم الوسائل الإتصالية، و إرتبطت تعبيرات الرأي العام بتطور الظروف الموضوعية، و هي تطورات سياسية و إقتصادية و إجتماعية، والتي ساهمت في التعرف على الطرق و وسائل تكوين الرأي العام، وصولاً إلى ظهور ما يعرف بالرأي العام الإلكتروني الذي أرتبط ظهوره بظهور وسائل الإعلام الجديد، حيث منحت وسائل الإعلام الجديد للجمهور خصائص مكنته في كثير

من الأحيان لأن يكون شريكا في صناعة القضايا التي ترتبط بمحيطه الذي يعيش فيه، وذل مفهوم الرأي العام الإلكتروني ملازما كذلك بالتطور الرهيب الذي عرفته البيئة الرقمية، و ظهرت أهمية الرأي العام الإلكتروني بالتطورات الرهيبية التي شهدتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث شكل السياق الذي يظهر فيه الرأي العام الإلكتروني، محاكاة للظروف والتطورات التي تحيط بجمهور وسائل الإعلام، وتطور مفهوم الجمهور بظهور مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي ليصبح مستخدما أو من جمهور مستخدمي هذه الشبكات أو المواقع، لكن الملاحظ في كل ذلك أن أهم الموضوعات أو القضايا تتعلق أساسا بالوضع السياسي، ويعود ذلك لعدة أسباب والتي من أهمها خاصية التفاعلية التي منحت للمستخدمين، الحق في التعبير وتبادل المعلومات بكل حرية و بلا قيود، وهو ما تجسد بشكل واضح في منطقتنا العربية، التي عانت لسنوات حصارا إعلاميا مقننا، و عليه فإن الإعلام الإلكتروني أوجد رأيا عاما إلكترونيا، شكّل فيه انتقالا حقيقيا في المفهوم والخصائص في ظل إرهابات وتطورات هذا العصر الرقمي، ضف إلى ذلك أنها أعطت نفسا جديدا أدى إلى إرتفاع الوعي المجتمعي والسياسي لدى مستخدمي مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، وبرزت مع كل هذه التغيرات سطوة الأخبار الكاذبة، كنتاج لهذا التطور الرهيب الذي تشهده البيئة الرقمية.

المبحث الأول: الخلفية التاريخية للأخبار الكاذبة ومفاهيمها المشابهة.

أ. الخلفية التاريخية.

كانت عملية استغلال المعلومات والتلاعب بها ممارسة تاريخية، و ذلك قبل فترة طويلة، وعُرفت الأخبار الكاذبة كنوع قائم على قواعد معينة للنزاهة، وتعود هذه الممارسة كما تُدون السجلات إلى عهد روما القديمة عندما قابل (أنطونيو كليوباترا)، وشنَّ عدوه السياسي (أوكتفان) حملة تشويه ضده، بشعارات قصيرة حادة مكتوبة على عملات معدنية بأسلوب تغريدات قديمة، وأصبح مرتكب الجريمة إمبراطور روماني، وسمحت الأخبار الزائفة لأوكتفان باختراق النظام الجمهوري إلى الأبد (منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة ، 2020)، فموضوع الأخبار المزيفة قديم يقدم صناعة الأخبار نفسها، فمثلا هنالك مقال في صحيفة (الواشنطن بوست) يذكر أن (بنجامين فرانكلين)، وهو أحد الآباء لمؤسسين للولايات المتحدة الأمريكية، أنشأ مقالاً صحفياً مزيفاً يقول أنّ السكان الأمريكيين الأصليين قد قاموا بتقطيع 700 فتى و بنت وجنوداً وأطفالاً، وأعدوا حقيبة من فروات الرأس وخطاب دعم للملك (جورج)، وكان (فرانكلين) غاضباً من أنّ العديد من السكان الأمريكيين الأصليين قاتلوا مع البريطانيين أثناء الحرب الثورية، وأراد حشد الكراهية العامة للأمريكيين الأصليين، وكانت هذه القصة مزيفة (موقع cyber-arab، 2019)، أما في نهاية القرن التاسع عشر انتشر مصطلح (الصحافة الصفراء) وهو تجسيد لمفهوم (الأخبار الزائفة)، حيث تقوم الصحافة الصفراء على مبدأ تضخيم الحقائق والمبالغة فيها أو محاولة تشويهها وفقاً لمصالح معينة تكون إما ضد أشخاص معينين أو في سبيل مصالح سياسية أو اقتصادية، أو حتى مجتمعية (خيرون، 2020)، وفي عام 2010 بدأ الجيش الأمريكي في تصميم برنامج دعائي أطلق عليه إسم (الصوت الصادق)، والهدف منه تدمير الجهاز الدعائي لما سمته بأعداء أمريكا، عبر إطلاقه في شبكة الانترنت ونشر وجهة النظر الأمريكية، والتأثير على الرأي العام بين مستخدمي الشبكة في المنتديات والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي خارج الولايات المتحدة الأمريكية خاصة في المنطقة العربية وشرق آسيا، ويقوم هذا البرنامج على فكرة (الإغراق المعلوماتي) لخلق الانطباع بوجود رأي عام مؤيد للولايات المتحدة الأمريكية، وهذا البرنامج يجعل من السهل بمكان إنشاء وتفعيل آلاف الحسابات المزيفة التي يمكن استخدامها في نشر التعليقات على الأخبار والنقاشات، وهي مصممة بكثير من الإتساق الفكري والثقافي الذي تبدو وكأنها تلك الحقيقة (الغمري، 2014، صفحة 144)، وكانت جامعة (ستانفورد الأمريكية) قد نشرت دراسة أشارت فيها أنّ قدرة الطالب على التحقق من صدقية مصادر المعلومات عن الإنترنت (مفرعة تماماً)، وسبب هذا الفرع هو أنّ الغالبية المطلقة من الطلاب الذي شملتهم الدراسة على

مدار عام كامل قد تعاملوا مع مصادر المعلومات على الشبكة بأنها حقيقية لا ريب فيها، ووصفت الدراسة المستقبل الذي يفترض أن تديره عقول (الجيل الجديد) بأنه مستقبل مليء بالمعلومات الناقصة (غسان، 2019، صفحة 03).

لكن عاد مصطلح الأخبار الكاذبة إلى الواجهة مع الانتخابات الرئاسية الأمريكية سنة 2016، بعد أن إستخدمه مرشحا الرئاسة دونالد ترامب وهيلاري كلينتون في ظل احتدام حرب المواقع الإلكترونية في الدعاية للحزبين، وقد تطور هذا المصطلح في السنة ذاتها عندما لاحظ المحرر الإعلامي لموقع Buzz Feed (كريغسي لفرمان) مجموعة مضحكة من القصص المفبركة تماما، وكان مصدرها مدينة صغيرة في أوروبا الشرقية، فبدأ التحقيق في القضية وكانت النتيجة اكتشاف وجود مالا يقل عن 140 موقعا إخباريا كاذبا، وكانت هذه المواقع تجذب إليها أعدادا هائلة من مستخدمي الفيسبوك وتنشر أخبارا على شكل (البابا فرانسيس يصدم العامل ويؤيدون ترامب للرئاسة) (رحموني، 2020، صفحة 201).

ب. مفهوم الأخبار الكاذبة:

تعريف الكذب: يتخذ الكذب طابعا إنجازيا، وذلك لأنه يتضمن في نفس الوقت وعداً بقول الحقيقة، و خيانة ذلك الوعد، ويرمي على خلق الحدث و الدفع إلى الاعتقاد، في حين أنه لا يوجد أي شيء قابل للمعينة أو على الأقل بإمكان المعينة احتواءه بصفة شاملة، إلا أن هذه الإنجازية تقتضي في الوقت نفسه الإحالة على قيم كالواقع والحقيقة والخطأ (دريدا، 2016، صفحة 31)، إذن فهو فعل مخطط لخداع جمهور معين، و قد يتضمن الكذب تأليف حقائق يدرك مؤلفها أنها ليست الحقيقة، أو إنكار حقائق يعرف أنها الكذب، وهو لا يتعلق فقط بمدى صدق حقائق معينة، بل يمكن أن يكون عن طريق ترتيب الأحداث بطريقة خادعة مآكرة لتحكي قصة خيالية، وفي هذه الحالة يقود الكاذب المستمع إلى خلاصة خاطئة من دون التصريح بوضوح بتلك الخلاصة (شايمر و جي، 2018، صفحة 34).

الأخبار الكاذبة: ظهرت عدة تعريفات لمصطلح الأخبار الكاذبة، فعلى سبيل المثال عرّف (ألكوت) و(جينتروكوف) الأخبار الكاذبة: بأنها مقالات إخبارية تعتمد الاختلاق و الكذب، بهدف تضليل القراء (إسماعيل ع.، 2016)، و تُعرّف الأخبار الكاذبة بأنها: قصص إخبارية كاذبة غالبا ما تكون ذات طبيعة مثرية، تم إنشاؤها ليطم نشرها أو توزيعها على نطاق واسع لغرض توليد الإيرادات أو الترويج لشخصية عامة، أو حركة سياسية أو شركة أو تشويه سمعتها (يسعد، 2020، صفحة 125)، وتجر الإشارة أن

دراسة إعلامية نشرت في المملكة المتحدة عن جامعة (بورنماوث) عرّفت مصطلح الأخبار الكاذبة على أنها: نوع من العلاقات العامة يظهر تحيزاً في بعض الحقائق يحجب الطرف الآخر، كما لخصت هذه الدراسة تعريف الأخبار الكاذبة بأنها: الانتشار المتعمد للتضليل سواء كان ذلك عبر وسائل الإعلام التقليدية، أو من خلال وسائل التواصل الاجتماعي (لحمر، 2020، صفحة 04)، كما تعرّف الأخبار الكاذبة بأنها نوع من الدعاية التي تتكون من معلومات مضللة متعمدة، وهذه المعلومات الخاطئة منتشرة بشكل أساسي، وذلك من خلال المجلات أو وسائل الإعلام الرئيسية أو الشبكات الاجتماعية (تومي، الأخبار الكاذبة وإضطراب المجال العام الرقمي، 2021، صفحة 49)، و ترديد الأقاويل والأخبار الغير صحيحة، ثم تقدم على أساس أنها دقيقة وصحيحة ومطابقة للواقع (هيج و حمزة، 2018، صفحة 46)، و هي كذلك المعلومات التي تحاكي إنتاج وسائل الإعلام في الشكل، ولكن ليس في النية أو العملية التنظيمية على سبيل المثال: الافتقار إلى قواعد التحرير، والعمليات التي يجب التخلص منها هي غير الصادقة لصالح الحق (بوطمين و جربوع، 2019، صفحة 209)، كما يمكن أن نقول أنها شكل من أشكال الأخبار يكون فيها التضليل، و الادعاء المثير للجدل الذي يخرج لنا نتيجة مفادها أخبار خاطئة تنعدم فيها معايير الصدق، ويكتنفها الغموض وهي لا تعكس ماهو في الواقع (Gelfert، 2018، صفحة 104)، كما هي يمكن القول أنها إما أنها حقائق مزعومة أو أنها خاطئة تمامًا، وبالتالي ليست حقائق على الإطلاق، أو أنها مجرد حقائق جزئية تفتقر إلى السياق المفروض أن تكون عليه، وتظهر في صورتها الحقيقية عند الكشف عنها ، وبالتالي تفقد قيمتها الحقيقية وتظهر بعد ذلك أنها معلومات مغلوطة وليست الحقيقة (Dentith, 2016, p. 03)، فهي إذن في ظاهرها تبدو حقيقية، وقد تحمل جزءاً من الحقيقة لكن يطغى عليها الزيف، وهو الأمر الذي تدخل المتلقي فيه المعلومة على نطاقين إما جزءاً من الحقيقة يتخلله الكذب، وإما أنها بالأساس معلومات كاذبة.

. **التعريف الإجرائي للأخبار الكاذبة.** نستشف من التعريفات السابقة في تعريف الأخبار الكاذبة، أن معظم التعريفات انطلقت من السياقات الفلسفية، و الخلفية الإستمولوجية، و ضمن السياقات الزمكانية، و عليه فإن التعريف المستخلص من كل هذا يمكن أن نقول: هي صناعة اتصالية تقوم على التزييف المقنن، و ذلك عن طريق توظيف مجموعة من الأساليب التي تجعل المادة أو المعلومة، حيث لا تُأخذ أو تُسوّق على حقيقتها، التي من المفروض أن تكون عليها، أو إنها غير موجودة في الأساس، وهي مصطنعة، إذن فهي تشير كذلك إلى مجموع الجهود التي تقوم على فبركة الأحداث معلوماتياً، قصد إحداث التأثير على المتلقين، أو المستهدفين من هذه

العملية، و تتنوع طرق بث هذه المعلومات المغلوطة، بحسب السياق الزمكاني التي تكون عليه هذه الصناعة الإتصالية القائمة على التزييف والفبركة المعلوماتية.

ج. المفاهيم المشابهة للأخبار الكاذبة.

. **الشائعات:** يقصد بالشائعة هو الترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع، وتعتمد المبالغة فيه أو التهويل أو التشويش في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة، أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسي (تهامي، 1974، صفحة 124).

. **التضليل الإعلامي:** تعنى كلمة التضليل في اللغة إخفاء الحقيقة والصواب وعدم التوجيه السديد، أما معنى التضليل في الاصطلاح: فهي تعمد إخفاء بعض الأمور، وبذلك فإن التضليل الإعلامي يعنى: (صرف انتباه الجمهور عن عنصر الحقيقة في موضوع معين، أو إخفاءها عنه)، ونخلص من ذلك أن التضليل هو إخفاء الحقائق، و المضلل هو من يحاول قلب الحقائق، والمضلل الإعلامي هو من لا يهتدي إلى وجه الصواب (كيلاني، 2015، صفحة 222)، وهي في ذلك تعتمد على إخفاء الأصل من المعلومة أو الحدث عن طريق إما الزيادة أو الإنقاص منه.

. **الدعاية:** لفظ (دعاية) بالعربية يقابله باللغة اللاتينية (**Propaganda**) ومشتقاتها، ويُقصد به منهج إعلامي يسعى إلى نشر معلومات وحقائق، أو أنصاف حقائق أو حتى أكاذيب، ويهدف إلى التأثير في اتجاهات الرأي العام وآرائه وسلوكه، ويحدد (أنتوني لاينبرغر) في كتابه: (الحرب النفسية)، الدعاية بأنها (حملة تقوم على استخدام مخطط لي شكل من أشكال الإتصال الجماهيري، بهدف التأثير في عقول ومشاعر مجموعة بشرية معينة، ولتحقيق غرض محدد، سواء كان عسكرياً أو اقتصادياً، أو سياسياً) (التبيمي، 2018، صفحة 06).

. **الأخبار الساخنة:** هي أحد ألوان الصحافة الشعبية التي ظهرت في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وهدفها هو تقديم الحكم والمواظ للشعب بلغة سهلة يسيرة، كما تتضمن في بعضها على رسوم كاريكاتورية لجذب الانتباه (عايش مُجد نهي، 2020، صفحة 100)، ونجدها تتناول جميع القضايا والاهتمامات التي تم المجتمع عموماً، ولا تحوي هي على حقائق مثبتة مثلاً، فهدفها السخرية لتحقيق غاية ما، وتكون في الأغلب تركيب صراع بين الواقع والمثالية.

. **الصحافة الصفراء**: أطلق عليها في البداية (صحافة الطفل الأصفر)، ثم تم اختصاره إلى (الصحافة الصفراء)، وقد ظهر سنة 1896، ليصف الأساليب المستخدمة في المنافسة الشرسة بين صحيفتين من صحف نيويورك، وهما: (نيويورك وورد)، و (نيويورك جور نال أميركان) (ماهي الأخبار الكاذبة والمفاهيم المشابهة، 2020)، وانتشر هذا النوع من الصحافة إلى مناطق أخرى، نظرا لطبيعة ومحتوى هذا النوع الصحفي الذي يعتمد على إثارة المواضيع وتضخيمها بطريقة هيستيرية.

هل هو خبر؟	الهدف	الأصل	
نعم	سيئ	كاذب	أخبار كاذبة ضارة.
نعم	مجهول	كاذب	اخبار كاذبة
نعم	ليس سيئ	مجهول	أخبار ساخرة
مجهول	سيئ	كاذب	التضليل
مجهول	مجهول	كاذب	معلومات مضللة
مجهول	مجهول	مجهول	الشائعة

جدول رقم (04) يبين هذا مقارنة بين المفاهيم المتعلقة بالأخبار الكاذبة (Sheni & ZaFarani, 2018, p. 07)

. المبحث الثاني: عرض أساليب وإستراتيجية تنفيذ الأخبار الكاذبة.

يقول مدير مخبر الأبحاث في جامعة كامبردج: "إن وقعت نفسك مكان أي شخص يسعى للإيقاع بك، فإن ذلك يكسبك

القدرة على كشف وسائله والتصدي لها، لكن هل يعتبر هذا الطرح صحيحاً الأخبار الكاذبة؟"

إذن تبدو صناعة الأخبار الكاذبة اليوم، و رغم قَدَم هذا النمط الاتصالي، ظاهرةً أكثر تعقيداً في سياقها الرقمي، حيث تتشابك أبعاد تكنولوجية و اتصالية ومعلوماتية وعلمية وأمنية و إستخبارتية في صناعتها، كما تتدخل شبكة واسعة من الفاعلين، أو القائمين بالفكرة في سلاسل إنتاجها والترويج لها(شركات العلاقات العامة، شركات تحليل البيانات والاستشارات السياسية، المؤسسات الفكرية والبحثية، مراكز استطلاع الرأي، منصات التواصل الاجتماعي... وغيرها)، خلافاً لنموذج الدعاية الذي اقترن بوسائل الإعلام التقليدية وغطها الاتصالي العمودي، والذي يجعل القائم بالدعاية ومصدرها معلوماً، والخطاب الدعائي نفسه مرصوداً (الراجعي، 2018، صفحة 03)، و بالرغم من أنّ الأخبار الكاذبة ليست ظاهرة جديدة، ففي الآونة الأخيرة قد شهدت تحولها إلى صناعة متكاملة الأركان نتيجة للطفرة الهائلة في تقنيات و أساليب نشر الأخبار الكاذبة، وتساعد تأثير المنصات الإخبارية الافتراضية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي، وتزايد قدرة الرد على صياغة وبث الأخبار، بالإضافة إلى تعدد المشاركين الفاعلين في هذه الصناعة

(عبد العزيز سالم، 2019)، وهناك ثلاث إستمالات غالبا ما تستخدم في الرسائل الإعلامية وهي: الإستمالة العاطفية التي تشمل (إيجاد مشاعر ملائمة لدى المتلقي من خلال مخاطبة المشاعر والقيم والعواطف)، والإستمالة العقلية التي تستخدم (المنطق و الشواهد التجريبية لتأييد الرسالة)، وإستمالة التخويف التي تخاطب (غريزة الخوف عند المتلقي) (عواجي و صلوى حلوي، 2011، صفحة 05)، ومن أهم الأساليب المستخدمة في نشر وتنفيذ هذه الصناعة الإتصالية المزيفة (الأخبار الكاذبة)، نجد:

التضليل المعرفي (الإعلامي): يقوم التضليل المعرفي على نوعين أساسيين في توجيه الرأي العام، يدعى الأول بـ (الإطار التضليلي)، ويتوقف على إستخدام عناصر معروفة ومقبولة لدى المحاور مع إعادة ترتيبها بطريقة لا يمكن معارضة قبولها، ويفهم من هذا أنّ التضليل لا يعني دوماً الكذب، بل قد يوظف التضليل معطيات حقيقية حتى يخفي آثار التضليل في خطابه، والأمر هنا يتوقف على طريقة طرح الخطاب، وهو المسمى عند (فيليب بروتون) بـ (الإطار)، بحيث يصطنع المحاور ظرفاً أو مناخاً لا يستطيع المحاور أن يجحد عنه، والهدف منه هو أن تخرج أجوبة المخاطب على ما أراده المخاطب، فتقوده هذه الهندسة إلى استباق النتائج وفق ما يريد هو لا ما يريد المتلقي (مغربي و حساين دواجي، 2020، صفحة 225)، و الثاني يدعى بـ (التضليل الإعلامي)، كذلك هو شكل من أشكال العدوان، و نشاط تخريبي سيكولوجي، ويعتبر سلاحاً عصرياً سرّياً فهو حرب الكلام والأفكار والمفاهيم لتضليل الرأي العام، حيث تضع المشاهد أو القارئ في محيط مضطرب من الإشارات والعلامات والمؤشرات، الذي يلغي بعضها البعض بفعل الإفراط في ضخ المعلومات وفوضى الأخبار (البدراي، 2017، صفحة 159)، إذ إنّ دور الإعلام يمكن أن يكون كبيراً في تثبيت الحقائق أو تغييرها، كما له القدرة على التلاعب بالعقول، كما يمكن للإعلام المضلل أن يتلاعب حتى بعقول النخبة، أو الأشخاص المعنيين بتطوير المجتمع (غنيات و ضفافلية، 2021، صفحة 102)، إذن فالتضليل الإعلامي من أهم الأساليب المعتمدة في نشر وتنفيذ الأجنداث التي يقوم عليها القائم بالفكر، ومن هنا تتضح الصورة التي تجعل المستهدف من هذه العملية وفق معطيات تنافي المعلومة الحقيقية التي تحاكي الواقع.

تحقيق الصدى العاطفي: تعتبر هذه خطوة من الخطوات و الآليات والأساليب، التي تجعل من المتلقي المستهدف، يعيش حالة من الغليان العاطفي و الانفجار، والذي يجعل منه يفكر بجواسه الجياشة في تفسير المعلومة أو الخبر بتلقائية كبيرة، ويمكن تحديد تقنية الصدى العاطفين كوسيلة لإحداث مزاج محدد عند جمهور واسع من الناس، وبث أخبار دعائية في آن واحد، والتي تسمح بنزع الحماية النفسية، وتهيئ على مستوى تفكيرهم (الشحف، 2015، صفحة 56)، وعليه فيتوجب على من يسعى لنيل النصيب الأكبر من

كعكسة المتابعة، هو أن يجعل الجمهور في خالة إثارة لأطول فترة (فهيمى، 1436، صفحة 121)، بحيث تعمل على جعل المتلقي يفكر بجواسه، ويعد التفكير العقلي في ملامسة الوقائع بميزان من أين؟، وكيف؟، وماذا؟، والتي تفسر في أصل ومحتوي وهدف هذه المعلومة أو المادة الإعلامية.

تحريف الكلمة عن معناها: ما يجعل هذا الأسلوب أكثر خطورة، هو أنه سبيل للوصول إلى حقيقة منحرفة في معناه المتكامل، ويقصد في هذا الأسلوب هو تغيير والميل بالكلمة عن معناها الذي يلحق بالرسالة الاتصالية إلى المنحى السليبي، ويمكن أن يكون ذاتيا، إذا كان بما تحريف داخلي أو خارجي، إذا كان التحريف يأتي من الخارج، و هناك أنواع عديدة للتحريف أهمها: **التحريف اللفظي** و**التحريف المعنوي**، والتحريف اللفظي عبارة عن تغيير الشكل الظاهري لموضوع ما، كأن تضاف عبارة إلى حديث، أو موضوع أو تحذف عبارة منه، أو أن يتم التلاعب بذلك الحديث عن طريق تقديم وتأخير جملة وعباراته بشكل يؤدي إلى تغيير في المعنى، وفي الحالتين فإن ما يحصل هو نوع من التصرف في ظواهر وألفاظ الحديث، بينما في حالة التحريف المعنوي لا يتم التصرف في اللفظ، إذ يبقى اللفظ على حاله، لكن يتم بتفسير ذلك اللفظ بشكل يؤدي إلى مفهوم مخالف للمفهوم الذي قصده المتكلم (العبد الله و شين، 2014، صفحة 87) فهذا الأسلوب تعتمد دوائر الفكرية الإعلامية من أجل تحقيق الهدف بكل سهولة وهو التحريف الجزئي أو الكلي للكلمة، مع الحفاظ على السياق العام بدون أن يشعر المتلقي بذلك.

القولبة و تصنيع الصورة النمطية: يشكل هذا الأسلوب وسيلة مهمة في تنفيذ سياسة القائم بالفكرية، إذ تقوم الدوائر التي تقذف بالأخبار الكاذبة، على أن تجعل من الحقيقة مزيفة فهي ليست مشكلة معرضية بسبب (نقص المعلومات)، بل هي عدوان معنوي متعمد و مخطط له يتم بالطريقة الآتية، حيث تتم عملية القولبة والتنميط و تصنيع الصورة النمطية السلبية، بإلصاق وتعميم مجموعة من السمات السلبية و الصور الكريهة، والأوصاف المستفزة على المستهدف، و تقوم وسائل الإعلام بالتأكيد على هذه السمات والمبالغة فيها، و تكرارها و توضيحها و ترسيخها، حتى تتلاشى جوانب إيجابية أخرى في صورة المستهدف، كما تقوم وسائل الإعلام بالبحث عن أي شواهد، أو أحداث أو ممارسات، وإحكام عملية القولبة والتنميط بمرور الوقت و تتابع الزمن و التكرار المستمر، والعمل في إبراز الصورة النمطية السلبية، ويرتبط نجاح عملية القولبة والتنميط بظهور وممارسة مشاعر الكراهية والنفور و الاستفزاز على المستهدف (الشميمري، 2010، صفحة 88).

إثارة الشك و تغليب الرأي العام: يقوم هذا الأسلوب على إرباك المشاهد والعمل على زرع الشك، والتردد لدى مختلف الأطراف، كمقدمة لتهيئة الرأي العام لتقبل الرسالة التي يعمل على غرسهما (بكيس، 2013، صفحة 16)، وليس بالأمر المبالغ فيه إذا قلنا: إنَّ مواقع التواصل الاجتماعي أضحت سلطة من السلطات المؤثرة في الشعوب والدول، فمعظم الإضطرابات الأمنية التي تشهدها المنطقة العربية مؤخرًا كان وراءها دعوات للتظاهر، و هي قاعدة في الحقيقة تقوم على أن تجعل من الشخصيات المؤثرة والدوائر الحكومية بمخاطبة، محل شك وريب عن طريق عبر التشويه والشيطنة وتكون بطرق منظمة و مرتبة (عبد الحميد، 2020، صفحة 22)، ويعد الشك كميكانيزم مؤثر في عملية الإتصال من حيث أنه يعمل على جعل المتلقي في دوامة من الإضطرابات المعرفية حول حقيقة هذه الأخبار، ومن هنا يقوم القائم بالفكرة على تبني هذه الإستراتيجية، كمنط اتصالي معاكس للواقع، فالشك هو عملية ديناميكية تقوم على إثارة التساؤل، واستهداف تغليب الرأي العام.

المبحث الثالث: الأخبار الكاذبة ومفهوم القابلية لدى متلقيها.

. مواقع التواصل الاجتماعي وتقبل المحتوى الزائف.

كان الناس ينتظرون وسائل الإعلام التي كانت مصدر الأخبار لسنوات طويلة، قبل أن يتحول كل فرد لديه حساب على وسائل التواصل الاجتماعي، و أضحي كذلك مصدر للخبر ومسوّق له، أو مساعد على نشره، من حيث يدري أو لا يدري، و مع تعدد المصادر والقدرة على نشر المعلومات، بات صعبا معرفته ما إذا كان الخبر ذات صدقية، أو أنه آتٍ من نسج خيال، أو أنها تتراوح بين المؤامرة والتسلية، وما بينهما من خدمة مشروع أو انتماء ما، أو هي مجرد تضخيم عدد المتابعين وحصد التفاعل، خصوصاً في الأخبار الجذابة والغريبة هذا في المصدر، وكذلك فإن مشاركة الخبر لا تختلف أسبابها كثيراً عن أسباب المصدر، بفرق أنه يعرف كيف تُسج الخبر؟، وما هي نقاط قوته التي تجعله ينتشر؟، أما من يشاركه؟، فغالباً لا يكون على دراية بكافة التفاصيل، وفي معظم الأحيان يُصدّق ما نشر (كريم، 2021)، و أصبح نشر أنباء كاذبة أو مضللة على وسائل التواصل الاجتماعي قضية عالمية، فمثلا بعد إتهامات لروسيا بأنها حاولت التأثير على نسبة التصويت في الإنتخابات في الولايات المتحدة وبريطانيا وفرنسا، ونفت موسكو هذه الاتهامات، وقد ناقشت شركة فيسبوك، وهي أكبر شبكة تواصل إجتماعي يستخدمها أكثر من ملياري شخص، دور مواقع التواصل الإجتماعي في الديمقراطية في مدونات كتبها البروفيسور (كاس صان ستين) من جامعة (هارفارد) و موظف لديها يعمل على هذا الملف (موقع سكاى نيوز عربي، 2018)، و على الرغم من أنّ شبكات التواصل الاجتماعي، ساهمت في ظهور ما يعرف

بالمواطن الإعلامي، أو المواطن الصحفي، حيث مكنته التكنولوجيا من تصوير الأحداث و توثيقها، ومن ثم نشرها على شبكات التواصل الاجتماعي، وهو ماساهم في ظهور ما عرف بالإعلام البديل، وعدم توثيق الأخبار، وصعوبة التحقق من صحتها وسلامة مصادرها، قد أسهم في جعل شبكات التواصل الاجتماعي أداة فاعلة في كل من يريد بث ونشر شائعة ما، في ظل صعوبة فرز الأخبار، وسهولة المعلومات، وسهولة تداولها، ومن ثم تصديقها و الاعتقاد بصحتها، وبناء الأفكار والرؤى على أساسها (الحازمي، 2021، صفحة 29)، فهي معلومات عالية الجودة تنتشر بسبب كفاءتها. الفرق هو أن (الجودة) لا تساوي الصدق بل الاستئناف النفسي، و يُظهر هذا التحليل في أن هذه الميزات موجودة إلى حد ما ، وفي معظم النصوص والصور، وبالتالي فإن الميول المعرفية العامة، قد تساهم في تفسير نجاح المعلومات المضللة عبر الإنترنت (Accra, 2019, p. 01)، ضف إلى ذلك دعم القابلية العاطفية من خلال دعمها للأدلة التجريبية على أن المعلومات الخاطئة السلبية لها قدرة أكبر على تذكر الذاكرة من المعلومات المضللة الإيجابية (Zack, 2021) ، حيث تعتبر المعلومات الخاطئة مجالا خصبا لإحداث تأثيرات موقعة، ومن هنا تكون المعلومات السلبية في المصاف الأول، لأنه غالبا ما يكون المستهدف من هذه العملية يسير وفق أجندة معينة يطلقها القائم بالفكرة، تسعى لتغير صورة من منحها الطبيعي إلى الأكثر إثارة، وهو ما تسعى إليه هذه الصناعة الإتصالية.

لقد شهد استخدام المعلومات كسلاح على نطاق غير مسبوق، فالتكنولوجيا الحديثة القوية تجعل من التلاعب في المحتوى وتضعيفه أمرا بسيطا، و تُصنَّح الشبكات الاجتماعية بشكل كبير الأكاذيب التي تروجها الدول وكذا السياسيون الشعبيون (منظمة الأمم المتحدة للعلوم والثقافة، 2020)، فقد أتاحت تكنولوجيا الذكاء الإصطناعي إعادة بناء الصور بحقائق مزيفة منها تقنية الفوتو شوب، والتي تجعل من مفهوم التلاعب بالصور والفيديوهات أمرا ممكنا، وقابلا للتمرير على شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي (Olivia, 2017)، وقد شكّل مجال اضطراب المعلومات وتأثيراته على المجتمع موضوعا جديرا بالفحص والاهتمام، وهذا ما أبرزه مسؤولو شركات التواصل الاجتماعي خاصة في شركة فيسبوك فقد ذكر " إذا كانت هناك حقيقة أساسية واحدة حول تأثير وسائل التواصل الاجتماعي، فهي تضخيم النوايا الإنسانية سواءا كانت طيبة أو شريرة (منظمة الأمم المتحدة للعلوم والثقافة، 2020، صفحة 30)، و قد نشر موقع (فوربس) عشرات البحوث و الدراسات السرية والعلنية، والتي قامت بها شركة فيسبوك على المستخدمين، و منها اختبارات لدراسة تفاعلات وتأثيرات وسائل التواصل الاجتماعي في الجوانب الثقافية، و التجارية، و الاجتماعية، و النفسية، وكانت تلك النتيجة التي توصل إليها الباحثون داخل (فيسبوك)، بعد أن تم إجراء دراسة خلال شهري تموز وأب من عام

2013، و تضمنت الإطلاع على أكثر من مئتي ألف تعليق على صور مختلفة، للتأكد من مدى صحة أو زيف الصور التي يتم مشاركتها، و أكتفت الدراسة بأنَّ المستخدمين يميلون إلى تداول الإشاعات بشكل كبير (تقرير 10 دراسات بحثية أجراها موقع "فيسوك" على مستخدميه ، 2014)، كما أنَّ من الأعراض المرتبطة (قابلية تصديق الأكاذيب)، أي أنَّ الأكذوبة قد تتمكن من عقل وقلب البعض، لدرجة أنَّهم يرفضون التخلي عنها حتى بعد تكذيب المصدر الذي نقلها لهم، و الطريف أنه في بعض الأحيان لا تمحى الكذبة عن طريق تكذيبها، وإنما للترويج لكذبة أخرى مضادة لها، وفي حادثة (غزو المريخ) عندما ساد الاضطراب في بعض المدن و أنتشر الهلع، بادرت الإذاعة نفسها إلى تكذيب الخبر و قالت أنَّ ذلك مجرد مسرحية، و فعلت وسائل إعلامية أخرى الأمر نفسه، كما كذبت السلطات الخبر، و مع ذلك رفض عدد كبير من الناس تصديق التكذيب (فهمني، 1436، صفحة 171)، و تلتصق المعلومات المغلوطة التي يتلقاها الأفراد بشتى الطرق سريعاً بأذهانهم وعقولهم، حين تكون متوافقة مع إقتناعاتهم السابقة، ومعتقداتهم السياسية أو الدينية أو المجتمعية أو الشخصية، ولعل السبب الرئيسي وراء ذلك هو أنَّ القبول بتلك المعلومات المرحة التي تشبه ما نعتنقه يُعدُّ أسهل بكثير، وأقل كلفةً من رفضها أو بذل الجهد في سبيل البحث لمعرفة الحقيقة المجردة المتعلقة بما دون أي انحياز (أبو خيران، 2017)، فطبقاً لدراسة علمية أخرى أنجزها باحثون حول ثلاثة ملايين شخص قاموا بإعادة تغريد قصص إخبارية غير صحيحة أكثر من 04 ملايين مرة، وأستند الباحثون في دراستهم، التي أشار إليها موقع (دويتشه فيله) الألماني، إلى تحليل مضمون حوالي 126 ألف تغريدة باللغة الإنجليزية، نشرت بين عامي 2006 و 2017، حيث تعد هذه الدراسة التي أشرف عليها الباحثون في معهد (ماساتشوستس للتكنولوجيا) ونشروها في مجلة (ساينس) أكبر دراسة علمية تنجز حول إنتشار الأخبار والمحتويات الزائفة عبر وسائل التواصل الإجتماعي، وخلص الباحثون إلى أنَّ المحتويات الزائفة لديها فرص إنتشار بنسبة تتجاوز 70% مقارنة بالحقيقية (فايز، 2020)، وتقول شركة (فيسبوك)، أنَّها ستطلب المساعدة من المستخدمين ومن أطراف ثالثة، بما في ذلك منظمات التحقق من الحقيقة ووسائل الإعلام للمساعدة في استئصال المشاركات المضللة، وذلك بإشراك الصحفيين أنفسهم لكي يكونوا جزءاً من الحل (ونغ هوى ساك، 2016)، فالتزيف يعمل على تغيير المعلومات وتجديدها، وهو ما يتوافق مع الاعتقاد الذي يؤمن به المتلقي من خلال بناء التصورات التي تُطرح عليه على أنه خبر يتوافق مع السياق العام للأحداث وأنه يحدث ومتوقع، فهذا الإعتقاد القبلي بتوقع الأحداث ويصدقها بالرغم من افتقادها للمصدر والدليل الذي يوثق هذه الأخبار، خاصة أنَّ عصر الذكاء الإصطناعي، يعتمد على جعل توليب المعلومات بطريقة دراماتيكية أشبه بالواقع.

المبحث الرابع: أدوات وميكانيزمات التصدي لظاهرة إنتشار الأخبار الكاذبة في البيئة الرقمية.

مع تزايد إستخدام الوسائط الإلكترونية من طرف المستخدمين، طغى في المقابل توظيف الأخبار الكاذبة بشكل ملحوظ ، إذ أضحي القوائم بالإتصال مجهولاً، و إنتقل الدور إلى ما يسمى بالقوائم بالفكركة، خاصة مع كومة المعلومات والأخبار التي تسري كالنار في الهشيم خاصة في هذه الوسائط، ومع التحولات السياسية والإجتماعية التي تميز عالم اليوم، باتت الحلول والأدوات التي نواجهه بها هذه الأخبار وبالرغم من تعددها، إلا أن الأمر الذي يتعلق هو حول حدود نجاحاتها ، ومن جملة هذه الميكانيزمات نعدد بعض منها في هذا السياق.

. تقييم الأخبار المزيفة من الأخبار الحقيقية.

تقوم هذه العملية على غربلة وفصل الأخبار، و هي جزء من محو الأمية الإعلامية، و على مستوى أوسع محو الأمية المعلوماتية، إلى أنه هناك إستراتيجيات يمكن استخدامها، لتصبح حكماً جيداً لمعرفة حقيقة الأخبار وبشكل خاص عبر الإنترنت، أو عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (موقع **cyber-arab**، 2019)، و في مطلع العام 2018 خرج مؤسس فيسبوك (مارك زوكربيرغ) بتصريحات يؤكد فيها عمله و فريقه على خلق بيئة صحية للتواصل بين الناس بعدما أنحرف الموقع عن مساره الأصلي، بسبب ما تبثه الصفحات العامة من أخبار كاذبة ومنشورات تؤثر سلباً على ثقة المستخدمين، مؤكداً أنه سيستخدم الخوارزميات لتصحيح هذه الأخطاء (مدحت، 2019)، و على ضوء هذه المعطيات نفذت إدارة فيسبوك جملة من الخطوات في دعوة لمستخدميها للإتباع إرشادات لاكتشاف الأخبار الكاذبة والتي هي تتمحور على الشكل التالي (الجزيرة نت، 2017):

. كن متشككاً في العناوين الرئيسية: حيث غالباً ما تكون القصص الإخبارية الكاذبة ذات عناوين جذابة.

. تحقق من عناوين الارتباط (**url**): إذ إن العديد من المواقع الإخبارية الكاذبة، تحاكي مصادر الأخبار الأصلية

من خلال إجراء تغييرات طفيفة في عنوان الارتباط.

. تحقق من المصدر: وتأكد من أن القصة مكتوبة من قبل مصدر تثق فيه من ناحية السمعة والدقة.

. **تحقق من التنسيق:** عند مشاهدة ما هو غير اعتيادي، تأكد من كتابة الخبر والأخطاء الإملائية، حيث إن العديد من المواقع الإخبارية الكاذبة لديها أخطاء إملائية أو تنسيقية.

. **تحقق من الصور:** فعادة ما تحتوي الأخبار الكاذبة على صور أو مقاطع فيديو تم التلاعب بها، وقد تكون الصورة أصيلة في بعض الأحيان لكن جرى استعمالها خارج سياقها المنشود.

. **تحقق من التواريخ:** حيث قد تحتوي القصص الإخبارية الكاذبة على لوائح زمنية لا معنى لها، أو أن تواريخ الأحداث المذكورة ضمن الخبر قد تم تغييرها.

. **تحقق من الدليل:** ينبغي التحقق من مصادر المؤلف للتأكد من أنها دقيقة، حيث قد يشير عدم وجود أدلة أو الاعتماد على خبراء لم يكشف عن أسمائهم إلى قصة خيرية كاذبة.

. **إبحث عن تقارير أخرى عن الموضوع نفسه:** فإذا لم تجد أي مصادر إخبارية أخرى تشير إلى القصة ذاتها، فإن ذلك قد يشير إلى أن القصة خاطئة، وإذا تم الإبلاغ عن القصة من مصادر متعددة تتفق بها فمن المرجح أن تكون صحيحة.

. **هل القصة مزحة؟:** حيث يصعب في بعض الأحيان التمييز بين القصص الإخبارية والمقالات الساخرة، لذا يجب التحقق ما إذا كان المصدر معروفاً بنشر الأخبار الساخرة، وما إذا كانت تفاصيل القصة ونبرتها تشير إلى أنها قد تكون لمجرد الفكاهة.

. **بعض القصص خاطئة عمداً.** فكر بطريقة ناقدة في القصص التي تقرأها، وشارك فقط الأخبار التي تتفق في مصداقيتها.

. **رفع مستوى الوعي المعلوماتي، وتكريس ثقافة التربية الإعلامية:**

تنبني عملية الوعي بضرورة العمل على تنفيذ ما يعرف بمبدأ التفكير النقدي، الذي هو مفتاح التعامل الواعي مع الإعلام والمعلومات، ومهمة المثقفين تعليم الشباب أهمية مفهوم التربية الإعلامية، والنقاش حول الأخبار الكاذبة يقود

لتركيز جديد على المفهوم بشكل أوسع وتطبيقه، وقد أطلق قاموس أكسفورد عبارة (Post Truth) عام 2016 كخطوة إيجابية لدعم التفكير الناقد كمهارة حياتية عندما تتحول في مجتمع المعلومات (إبراهيم، 2019، صفحة 360)، و تقوم التربية الإعلامية على تحليل بناء الرسائل الإعلامية في ضوء البناء الاجتماعي للمعرفة، ويمكن أن توسع العملية التربوية إلى أشكال متعددة من المعلومات والتواصل، بما في ذلك البرامج التلفزيونية و الانترنت والإعلان والمعلومات، ويجب أن يتصدر التربويون تطوير العمليات التربوية لوسائل الإعلام الإلكترونية ووسائل الاتصال الجديدة هذه، حتى لا تستحوذ الشركات على أمر تحديد مضمون التربية (بولكعبيات و بولكعبيات، 2021، صفحة 209)، ولعل التربية الإعلامية أضحت اليوم ضرورة، ومنطلق يدرس ضمن مناهج التعليم، خاصة أنّ مفهوم المجتمعات الإعلامية التقليدية تراجع بشكل رهيب، وحلّ محلها ما يعرف بالمجتمعات الإعلامية الرقمية التي فتحت مجال الممارسة الإعلامية فيها متاح للجميع، وعليه تكريس التربية الإعلامية في الفضاءات التعليمية، هو حماية قبلية لتفادي الوقوع في فخ الأخبار الكاذبة.

. الاستعانة بالتطبيقات البرمجية لكشف الأخبار الكاذبة:

تعد التطبيقات التي يوفرها مزودي البرمجيات التي تساهم في كشف الأخبار الكاذبة للمستخدمين، والتي يمكن عدّها بأنّها أدوات تساعد في تحليل المحتوى الذي يتعرض إليه، وهو أمر يزيد من فرصة التحقق من الأخبار والصور والمقاطع المرئية، التي يتعرض إليها الفرد أو يشاهدها (رفعت حسني، 2019)، ومن التطبيقات التي يوفرها مزودو هذه الخدمة نجد:

. برنامج (بي إس. ديتكتور BS.Detector) : يقوم هذا البرنامج على كشف المواقع المثيرة للشكوك، ويستخدم قائمة من مصادر الأخبار الوهمية كمرجعية يعتمد عليها في تحديد نوعية الأخبار، ويمكن إضافة هذا البرنامج المساعد إلى متصفح الإنترنت مثل كروم وموزيلا، وعند رصده لقصة قد تكون مزيفة أو وهمية، فإنه يميزها على الفور بوضع لافتة حمراء مكتوب عليها (هذه الصفحة مشكوك فيها) (رمضان، 2021، صفحة 446).

. برنامج (مدقق الحقائق Fact.Checking) : يعمل هذا البرنامج بواسطة البريد الإلكتروني للمستخدم، حيث يمكن على اكتشاف الأخطاء عن طريق تتبع مصادره عن طريقة تسمى مقياس البصائر، ويستخدم هذا البرنامج

في ميدان الصحافة بالخصوص، ويكون ذلك بتوظيف سبع خطوات، وجرى إستخدام هذا التطبيق لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية، وهي ورقة التحقق من الحقائق يوفرها محرك البحث غوغل.

.برنامج(سنوبس دوت كوم. Snopes.com) : يشتهر أيضا بأنه مرجع الأساطير العصرية، وهو موقع يحتوي على الأساطير العصرية والشائعات على الإنترنت والقصص التي تنتشر عبر البريد الإلكتروني، وقصص أخرى مشهورة ولكن مصدرها غير معروف أو مشكوك فيه، و يُعد الموقع مصدر شهير للتحقق من مثل هذه القصص في الثقافة الشعبية الأمريكية وكشف أمرها بالخصوص بحكم أنه أستخدم فيه لأول مرة، ويزور الموقع **300000** شخص يوميًا، و يعد من أول التطبيقات التي تتعقب الأخبار الكاذبة إذ أنشئ سنة 1994.

. منصة فتبينوا لمكافحة الأخبار الكاذبة(<https://fatabyyano.com>): منصة عربيّة مستقلة، انطلقت عام 2014، وهي منصة متخصصة في مجال التحقق من المعلومات، وتهدف إلى تنقية المحتوى العربي من الأخبار الكاذبة، وهي من أكثر المنصات متابعة وإستخداما من طرف جمهور وسائل التواصل الإجتماعي، حيث يتابعها **826,478**

. تفعيل النصوص القانونية التي تجرم الأخبار الكاذبة:

تدرس الكثير من الدول إلى ضرورة العمل وبذل الجهود لتصنيف الأخبار الكاذبة المروجة في المنصات الرقمية، خاصة في مواقع و شبكات التواصل الإجتماعي لما تشكله من خطر على الاستقرار الإجتماعي والسياسي، و تكيفها ضمن الجرائم الإلكترونية التي يعاقب عليها القانون، فمثلا الجزائر في سنة 2021 أقرت قانونا يميز متابعة المتورطين في نشر الأخبار الكاذبة عبر منصات التواصل الاجتماعي بغرض التهويل، و تم تكليف أعضاء المجلس الأعلى للأمن باستحداث قطب جزائي جديد مكلف بمتابعة الجرائم السيبرانية ومكافحتها (رئاسة الجمهورية الجزائرية، 2019)، و تعتبر جريمة نشر و ترويج الأخبار في نظر القوانين الوضعية في معظم دول العالم جريمة عمدية دائما، كما تعتبر من الجرائم الشكلية التي يكتفي ركنها المادي بقيام السلوك الإجرامي، أي الفعل المادي أما النتيجة ممثلة في المساس الفعلي بالأمن العمومي و النظام العام، و الحكم من تجريم هذا الفعل هو المساس باستقرار الأمن و المجتمع والدولة، الذي بدوره يهدد

السيادة الوطنية التي تعتبر احد أركان قيام الدولة ، فخصوصية جريمة أنها لا ترتبط فقط بالعمل الصحفي أو جهاز الإعلامي، بل تمتد إلى كل من ينشر هذه الأخبار المغلوطة (بهلولي، 2021، صفحة 19).

وعليه يعتبر وضع إطار قانوني لمواجهة خطر الأخبار الكاذبة التي تتيح للمشرعين معاقبة من هم وراء نشرها خاصة في مواقع التواصل الاجتماعي، و في بيئة رقمية تمتاز بالسرعة في الانتشار، فهي مبادرة قد تحمّل من خطر هذه الأخبار التي تؤثر على الجمهور من خلال إثارة الفوضى و التحريض على العنف و تشويه الأشخاص و الهيئات و غيرها من الإستراتيجيات التي يقوم عليها القائم بالفبركة، إلا أن الكثير ممن يرى أن تجريم الأخبار الكاذبة في فحواها، هي ذريعة تتخذها الحكومات للتضييق على الحريات خاصة في البلدان التي تمتاز بأنظمة حكم دكتاتورية، فمواقع التواصل الاجتماعي هي فضاءات مفتوحة للجميع لا تمارس فيها الرقابة، وتنفيذ العقوبات على مستخدميها.

. تفعيل المسؤولية الاجتماعية في الصناعة الإعلامية:

يُشكّل السياق الاجتماعي أثناء عملية نشر الأخبار على وسائل التواصل الاجتماعي العلاقة الثلاثية المتأصلة، والعلاقة بين الناشرين والأخبار، والمستخدمين، والذي لديه القدرة على تحسين اكتشاف الأخبار المزيفة. فعلى سبيل المثال: من المرجح أن ينشر الناشرون المتحيزون أخبارًا مزيفة ، ومن المرجح أن يشارك المستخدمون ذوو المصداقية المنخفضة أخبارًا مزيفة (Kai, Wang, & Huan, 2019)، وذلك من خلال تفاعلاتهم والسلوكيات الاجتماعية على وسائل التواصل الاجتماعي على سبيل المثال: تعليق المستخدم الموثوق به بأن "هذه أخبار مزيفة"، وهي إشارة قوية على أن الأخبار قد تكون مزيفة (Shu, 2020, p. 171)، فالمستخدمين يحكم أنهم المعنيين بالرسالة الإعلامية، فأهم ملزمون بتحديد مسؤولياتهم إتجاه الأخبار التي يتلقونها وذلك من خلال إرسال تحذيرات للتأكد من المصدر، قصد كشف حقيقة الأخبار إن كانت جادة ومؤكدة أو أنها مفبركة، ومن هنا ترتبط المسؤولية التي تركز على دور المستخدم إتجاه المجتمع في الكشف عن الأخبار الكاذبة، و كذلك من خلال ربطها بمختلف مكونات الرسالة الإعلامية من المرسل والرسالة والمرسل إليه، وهنا تتضح طبيعة الرسالة ومكوناتها ومصدرها، وتكون بذلك قد أدخلت الرسالة الإعلامية ما يطلق عليها بالأخلاقيات الصحفية كما سماها الأستاذ الدكتور عزي عبد الرحمان (عزي، 2010، صفحة 24) ، وتعتبر المسؤولية الاجتماعية نظاما أخلاقيا ومهنيًا يرافق أي صناعة إتصالية تقوم بها وسائل الإعلام بمختلف إيديولوجياتها، فهي آلية معرّبة على نوايا

هذه الوسائل في تفعيل أدوارها تجاه المجتمع بما يكون في خدمة الصالح العام، ومن ثمة يمكن أن نقول أن توظيف هذه القيمة في الإنتاج الإعلامي هو ضرورة ملزمة لكل وسائل الإعلام.

المبحث الخامس: الخلفية التاريخية لتطور الرأي العام.

أ. الرأي العام في المجتمعات القديمة.

تعود الإشارات الأولى لظهور الرأي العام إلى فجر التاريخ، إذ أكدت اللقى الأثرية والألواح الحجرية، أنَّ حضارات سومر، و أكد وبابل وأشور كانت مهتمة بها، إذ يلجأ الحكام للتأثير على الرأي العام، عن طريق إضفاء (الصفات الإلهية) على ذواتهم، مثلما يصيرون أنفسهم محاربين أشداء لا تلين لهم عريكة لبث الرعب في قلوب الأعداء، والسيطرة على العقول والأخيلة والأفكار، ففي بلاد النهرين كان الحاكم يمثل الآلهة في الأرض، وواجب الفرد أن يقدم له الطاعة التامة، وفي وادي النيل كان فرعون للمصريين ربهم الأعلى، أما في بلاد فارس كان يطلق على الحاكم لقب (ملك الموت) ، وهو صاحب السلطة المطلقة في طول البلاد وعرضها ، والرأي العام عاجز مستكين يعيش حياة الحيطة والحذر، أما الأفراد فقد أدرك بعضهم أهمية الرأي العام، وراح يتدع أساليب معينة من شأنها أن تحدث التأثير المطلوب لتنفيذ غياته وأهدافه، فيوظف السحر لتحقيق رغباته، لكن الإنسان في تلك العصور الغابرة لم يكن ذا كيان فردي خاص، بل كان يستمد كينونته من الانتماء إلى الأسرة أو الجماعة أو القبيلة (الدعيمي، 2019، صفحة 06.05).

وكانت المدن اليونانية أول من أعطى الرأي العام مجالاً واسعاً لتنظيم شؤون المجتمع، فكانت حكومة المدينة هي التي تتصف بالديمقراطية تعطي الرأي العام الفرصة للتعبير عن نفسه، عن طريق الحوارات والمناقشات والحُطَب السياسية أو الحزبية أو الدينية، كما لا يخفى علينا كذلك الدور الذي لعبه الفلاسفة والمفكرون اليونانيون، الذين أدركوا مدلول الرأي العام ومعناه، فقد ضلت آرائهم موضع اهتمام من طرف الباحثين والعلماء، مثل (سقراط) و(أرسطو)، لكن نجد أنَّ (أفلاطون) قد أنكر قيمة الرأي العام مثيراً الشك على وجوده أصلاً وتعريفه، بينما كان أرسطو أكثر جاذبية في تقديره في الدور السياسي الذي كان يلعبه، كما يظهر في تصنيفه لأنواع الأنظمة السياسية (حلاق، 2020، صفحة 03)، وهناك إتجاه يشير على أنَّ ظاهرة الرأي العام كممارسة وجدت منذ القدم، مع وجود الجماعات البشرية التي تعتمد على الحوار والنقاش والجدال في حل المشكلات التي تواجهها، والخروج برأي عام يمثل الأغلبية لتلك الجماعات (مجاهد،

2010، صفحة 16)، وكان أول إستخدام لتعبير الرأي العام (opinion.puplic) كمصطلح وليس ممارسة قد ظهر في بريطانيا مطلع القرن الثاني عشر، إذ أنّ أول من أشار إليه هو البريطاني (جون سان سال زيوري) ثم (شكسبير) و(ميكافلي)، عندما أدركوا أهمية وفعالية ودور الرأي العام في تدعيم سلطة الحكومة والبرلمان، إلى الحد الذي دفع (شكسبير) في مسرحيته (الملك هنري الرابع)، على من يجعل من يقول على لسان الملك أنّ (الرأي العام الذي أعانيه على قبول التاج) (جفش، 1970، صفحة 18).

ب. الرأي العام في الفترة الإسلامية.

يعتبر الإسلام دين عالمي للناس كافة، ولا يخص شعبا دون شعب، ولا قطرا دون غيره، لذلك وضع أساس عام يناسب عمومهم، ففرض على المسلمين في جميع بقاع العالم إقامة قاعدة قيادية عامة ذات ثلاث شعب، وهي:

الشعبة الأولى عالمية: التي تعمل على تكوين رأي عالمي مستضى بنور الإسلام، فتشرح مقاصد الإسلام للأمم الغير الإسلامية، وتدعوهم على السير في هُداة لتكوين رأي عام مؤمن مستنير بالإيمان تسوده القيم الروحية، والأخلاق الفاضلة.

الشعبة الأخرى: تعمل داخل المجتمع الإسلامي، وتُهب بالمنحرفين من المسلمين إلى إتزام حدود دينهم، بالعودة إلى الاستقامة بفعل المعروف، وهو كل ما أمرت به الشريعة وترك المنكر، وكل ما نحت عنه لقوله تعالى في سورة آل عمران: (ولتكن منكم أمة يدعون إلى الخير، ويؤمرون بالمعروف وينهون عن المنكر وأولئك هم المفلحون) (القرءان الكريم، صفحة 64).

الشعبة الثالثة الشورى: للشورى في الرأي العام أثر بالغ وأهمية عظيمة، ولها مزاياها وخصائصها ورجالها، ومركزها القيادي لا يمكن إغفاله في أمة تبغي الحياة الناهضة ولا مبالغة في هذا، فإن الشورى أسمى مظهر للرأي العام، وأعظم باعث في إنشاء المجالس النيابية، والوحدات الاشتراكية وهما الصورة الجليلة للرأي العام، و مصهر آراء الرجال ومحك أفكارهم، كما أنّها مدرسة جامعة لتقوية ملكة التفكير السليم، من خلال إحترام المرء نفسه وآراء غيره، وخضوعه للحق، وهي بهذا كله منبع السداد والرشاد، ومُعين قوام المعاش والمعاد، ومدعاة إصلاح الأمم والبلاد (بهنسي، 1986، صفحة

25)، وذلك لقوله تعالى في سورة آل عمران مخاطباً نبيه مُجَّد صلى الله عليه وسلم: (وشاورهم في الأمر فإذا عزمت فتوكل على الله إن الله يحب المتوكلين.)، كما نلتمس هذه الظاهرة من خلال الأحاديث النبوية الشريفة ومنها عن عبد الله بن عمر (رضي الله عنه) عن الرسول مُجَّد (صلى الله عليه وسلم) قوله (اتبعوا السواد الأعظم)، كذلك نلتمس هذه الظاهرة من خلال الممارسات النبوية و الراشدية ، عبر تفقدهم لأحوال الرعية لتطلق على هذه الظاهرة تسميات مثل (آراء السواد الأعظم)، و(رأي الرعية)، و(رأي أهل الحل والعقد)، وهي تسميات أُطلقت للتعبير عن وجود الرأي العام كظاهرة (فياض، 2011، صفحة 14).

ج. الرأي العام في العصر الحديث.

إنَّ العوامل التي ساهمت في نمو الرأي العام، والإهتمام بما منذ القرن السادس عشر، وحتى اليوم كثيرة ومتداخلة، فهناك العامل الديني والثقافي والديمقراطي والسياسي (المدن. المجتمعات الصناعية، الصحافة، الأحزاب، الحركات السياسية، الثورات والحروب)، ولكن أهم هذه العوامل خاصة منذ مطلع القرن العشرين وحتى الآن، هو الثورة التي شهدتها وسائل الإتصال والمعلوماتية، ويمكن أن نشير إلى السياق التاريخي إلى عاملين إثنين، ساهما في بلورة هذه الظاهرة ومنحها القوة المحفزة لإستمرارها هما:

✓ ظهور الطباعة وتطورها على يد (غوتنبرغ)، حيث ساهمت الكلمة المكتوبة في جعل الإنتاج الفكري في متناول جمهور واسع من المهتمين بالشأن العام.

✓ ظهور حركة الإصلاح الديني، وما رافقها من تنافس على كسب الرأي العام.

لقد برز الإهتمام بظاهرة الرأي العام بمدلوله الحديث بشكل لافت إبان الثورة الفرنسية، حيث أنها كانت ككل ثورة في العالم، تعبيرا عنيفا عن إنتفاضة الرأي العام ضد استبداد السلطة وطغيانها، فضلاً عن كونها مؤشرا على التحولات العميقة التي مست المجتمع الفرنسي آن ذاك (الرضا و عمار، 2013، صفحة 15.16)، و بظهور الفلسفة الفردية النفعية و إحلالها مكان الفلسفة القائمة على القانون الطبيعي، وجد مفهوم جديد يؤكد على أن الفرد في المجتمع هدفه هو الحصول على أكبر قدر من السعادة، فالفرد كما ترى (الفلسفة الفردية) ليس بحاجة غلى نخبة تفكر له وتدله على مصالحه وسعادته في المجتمع لكي يحقق كل ذلك، بينما الفرد البسيط يستطيع أن يبحث عن سعادته بنفسه، وأدت

كتابات الكثير من المفكرين في عصر النهضة إلى الإهتمام بالرأي العام، لذلك إزداد دوره وظهر كقوة لا يستهان بها لدى أغلب الحكومات في مطلع القرن العشرين (سكري، 1991، صفحة 14.13).

فأصبح الرأي العام بذلك قوة كبيرة في مجتمعنا الدولي الحديث، نتيجة للأوضاع السياسية والإقتصادية والإجتماعية لهذا المجتمع، ولتقدم العلم والتكنولوجيا خاصة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، لم يعد في إستطاعة أي حكومة من الحكومات اليوم الاستمرار في الحكم دون الحصول على الحد الأدنى من الموافقة على الجماهير، وقد ضاعف من تأثير هذه القوة، التجمعات الجماهيرية الكبيرة في المدن التي شهدها العالم منذ قيام الثورة الصناعية، و إنتشار النظم الديمقراطية والتوسع في حق الإنتخاب وتحرير المرأة والعبيد، و إنتشار وتطور الطباع، وظهور التلغراف والتلفزيون و إختراع آلات التصوير (التهامي و عدلي العبد، الرأي العام، 2000، صفحة 18)، بالإضافة إلى السينما والراديو والتلفزيون في القرن العشرين، فضلاً عما أسهمت به الحربان الكونيتان في إذكاء اهتمام الباحثين بدراسة الرأي العام، ولاسيما علماء الاجتماع مثل (لويل وكيمبال، و يانج) وغيرهم، إذا عُدت الحروب والأحداث حافزاً، لدراسة الروح المعنوية لأفراد المجتمع (الدعيمي غ.، 2015، صفحة 50)، وفي سنة 1937 كان ظهور لأول مجلة فصلية تبحث في شؤون الرأي العام في الولايات المتحدة الأمريكية، وهو نفس العام الذي تم تأسيس عدة معاهد لقياس الرأي العام، والتي من أهمها معهد (جالوب) الأمريكي، إذا أصبح الرأي العام في عصرنا الحالي ذات أهمية بالغة لا يستطيع احد تجاهلها (أرتيمة، 2013، صفحة 42).

. المبحث السادس: مفهوم الرأي العام، عوامل تكوينه وأنواعه.

أ. مفهوم الرأي العام:

. الرأي العام لغة: هو ترجمة حرفية للكلمة الإنجليزية (public opinion)، و أصل كلمة (public) بالفرنسية تعني الجمهور أو الناس، وهي كلمة مستحدثة جاءت بها الثورة الفرنسية التي أعطت المصطلح مدلولاته المعاصرة، أما كلمة (opinion) فأصلها لاتيني وتعني (فكرة، رأي، معتقد فكري) (الدعيمي غ.، 2019، صفحة 20)، ويقال في اللغة العربية (رأى، ورؤية، رأياً، وراه)، والرؤية لها معنيان أولها (الرؤية بالعين) أي المشاهدة، وثانيها (العلم)، وهي تختلف عن (الرؤيا) بالألف الطويلة، وتعني الحلم أو ما يراه النائم في منامه (الرازي، 1982، صفحة 226).

. **الرأي العام إصطلاحاً:** يُعرّفه (جيمس برايس) في كتابه (الديمقراطيات الحديثة)، بأنه اصطلاح مستخدم للتعبير عن مجموع الآراء، الذين يدين بها الناس إزاء المسائل التي تؤثر على مصالحهم العامة والخاصة (شاهين، ب.س، صفحة 15)، وقد عرّفه (جيمس. ت. يونج)، أنه الحكم الاجتماعي لجماعة ذات وعي ذاتي لموضوع ذو أهمية عامة بعد مناقشة عامة مقبولة (جابر مُجد مهراّن، 2019، صفحة 37)، ومن التعريفات كذلك ما قال عنه (لوويل Lowell)، حيث اعتبره إلتزاماً معنوياً جماعياً تقبل به الأغلبية عن عقيدة، وليس عن خوف، فالاتفاق هنا بين أغلبية الأعضاء ليس وارداً، وإنما الإلتزام الأولي بما يتفقون عليه هو الأساس الذي يقوم عليه الرأي العام (البادي، 2006، صفحة 89)، فالرأي العام قد تفهم من واحد من ثلاث معان، الأول: بمعنى ما هو ليس بخاص، والذي لا يتعلق بالوحدة الذاتية وإنما بالوحدة الكلية، و الثاني: يصير مرادفاً لكلمة مشترك، أما الثالث: فيقصد بها العلانية، وهكذا يقال بأنّ فعلاً عاماً أضحى (فضيحة عامة)، أي أنّها أضحّت تتصف بالعلانية فهي معروفة (ربيع، 2007، صفحة 58)، و يُعرّف الرأي العام أيضاً أنه ما يمثل إتهامات الناس، باعتبارهم أعضاء في جماعة واحدة نحو مشكلة خاصة، أو حدث خاص، أي أنّ الرأي العام ينشأ من إتهامات أغلبية الأفراد (إمام، ب.س، صفحة 68)، فيما يعرف مختار التهامي الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة إزاء قضية معينة أو أكثر، يتقدم حولها الجدل والنقاش، وتُمسّ مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية بصورة مباشرة (التهامي، 1974، صفحة 22)، فالرأي العام إنما يعبر عن آراء الجماهير بعد المناقشة والجدل بين الأفراد، فهو ليس إتهاماً إنفعالياً يصدر من الجمهور الهائج، الذي يجتمع اجتماعاً مؤقتاً، و إنّما هو حكم عقلي يصدر من جمهور من الناس يشتركون بالشعور بالانتماء، ويرتبطون بمصالح مشتركة إزاء موقف من المواقف، أو تصرف من التصرفات، أو مسألة من المسائل، التي يثار حولها الجدل بعد مناقشة عقلية (شداد، 2017، صفحة 296)، أو إنه الحكم الاجتماعي لجماعة ذات وعي ذاتي على موضوع ذي أهمية عامة بعد مناقشة علنية مقبولة، و تتحقق ذلك ب مبدأ الأغلبية للتعبير عن الرأي العام (كاظم، عودة الإبراهيمي، و جواد الكاظم، 2014، صفحة 02).

. التعريف الإجرائي للرأي العام:

من خلال التعريفات المقدمة سابقا، يمكن أن نقول عن الرأي العام: بأنه مجموع الآراء التي تكون محل إتفاق أو إجماع من طرف الأفراد نحو قضية أو قضايا معينة، و بمعنى آخر يمكن أن نقول : بأنه الإتفاق والإجماع نحو قضية معينة، بعد توافر مجموعة من العناصر التي شكلت للأفراد خلفية معرفية لهم نحو قضية ما، وذلك عن طريق حلقة نقاش مباشرة أو غير مباشرة، والتي أحدثتها ظروف معينة، أدت إلى بزوغ رأي أو عدة آراء، و يعتبر هذا المفهوم بحجم حمله لدلالاته المعرفية، إلا أنه يتشكل في طريقة التجاوب التي تكون عليها الجماهير باختلاف الأزمنة التي هي عليها، فالرأي العام أيضا هو تلك الأفكار التي تصاغ وفق مبدأ تحقيق المصلحة التي يطلقها القائد في كثير من الأحيان، إلا أن تبلور مفهوم الرأي العام اتضح أكثر من وجود الفضاءات المفتوحة التي كانت متاحة منذ عصور مضت، و مع اتساع روح الانتقاد التي منحت لمفهوم الرأي العام، إحداث ما يسمى بممارسة الآراء ، وبالتالي نخلص إلى مفهوم مفاده: هو أنَّ الأفكار و الآراء المتبادلة بين طرف إلى عدة أطراف هي التي تنتج لنا في الأخير إما الإختلاف أو الإتفاق أو غير ذلك الرأي العام.

ب. عوامل تكوين الرأي العام.

. **العادات والتقاليد:** تعتبر المعتقدات المتوارثة كيديهيات وقيم لا تقبل الجدل أو إبداء الرأي، ولهذه القيم أو العادات تأثير كبير على تكوين الرأي العام، لأنَّ الجمهور في كثير من الحالات يستلهم هذه القيم والعادات في تكوينه لرأيه، وذلك حول القضية المطروحة للنقاش، فالفلاح الذي تَعوَّد أن يزرع أرضه بالمحصول الذي يريده سيجد صعوبة في تقبل فكرة تنظيم الإنتاج الزراعي، والمجتمع الذي ورث تقليد بقاء المرأة في المنزل، سيرفض فكرة خروج المرأة من المنزل للعلم والعمل، وهنا تكون مهمة أجهزة الإعلام الجماهيري أكثر صعوبة (متوكل، 2005، صفحة 159)، و مع أنَّ القيم والعادات والمعتقدات المتوارثة، لا تعتبر من قبيل الآراء العامة، إلا أنها وخاصة العادات السيئة منها تؤثر تأثيرا كبيرا جدا وبالغ الخطورة على الرأي العام، ذلك أنَّ الفرد في كثير من الحالات، يستلهم هذه العادات والتقاليد في تكوينه لرأيه حول بعض المسائل ذات الصلة الحالية المطروحة للمناقشة مثل(ضبط النسل)، بل أنَّ هناك بعض الجهات التي تتقن استغلال هذه القيم والعادات، لتوجيه الرأي العام توجيهها يتفق مع مصالحها ومآربها، خاصة في المجتمعات قليلة الحظ من التعليم والثقافة (التهامي و عدلي العبد، الرأي العام، 2000، صفحة 48)، وبالتالي موضع أي مشكلة من النظام المتدرج المتصاعد

من المبادئ والمثل التي تسيطر على الفرد وتكون خلفيته العقيدية (ربيع، 2007، صفحة 67)، فالاختلاف بين العادات و التقاليد يكمن في أن العادات هي أنماط سلوكية ألفها الناس وارتضوها، و يسرون على هديها، ويتصرفون بمقتضاها دون التفكير فيها، وهي بطبيعة الحال تختلف من مجتمع لآخر وفقا لظروفه وخصائصه وسماته، في حين أن التقاليد هي أنماط سلوكية ألفها الناس وتوارثوها، و يشعرون نحوها بقدر كبير من الاحترام ولا يفكرون في العدول عنها أو تغييرها (حلاق، 2020، صفحة 73)، لكن إنحسار العادات يتفاوت من بيئة إلى بيئة، أي أن العادات والتقاليد في البيئة الاجتماعية المحافظة أصعب للإستجابة للتغيير منها في المجتمعات الأكثر تقدما، لذلك فإن هناك بعض الجماعات تستغل تلك القيم، لذلك فإن هناك بعض الجماعات تستغل تلك القيم والعادات للتأثير على الرأي العام وتوجيهه بما يتفق مع مصالحها وأهدافها (الرضا و عمار، 2013، صفحة 60)، فإعتبار العادات والتقاليد في صناعة الرأي لعام يتمحور في كونها من المعبريات التي تبوح ما يسخر به المجتمع من إمكانيات إكتسبها الأفراد بعد جملة التراكمات.

. **الوضع السياسي:** تعمل الديمقراطية على قيام حرية الفكر و الإجتماع و التعبير عن الرأي وحرية الصحافة، و الكتابة وحرية الإجتماع وغيرها تُعد من مكونات الرأي العام، ويعتبر وجود القادة الذين يتميزون بالقدرة على التأثير على الآخرين، وكذا معرفة الرأي العام ومعرفة بأحاسيس الجمهور (شاهين، ب.س، صفحة 35)، و يلعب المناخ السياسي السائد دورا مؤثرا في تكوين الرأي العام وتحديد اتجاهاته، فالرأي العام يرتبط بمدعى الوعي السياسي للشعب والمساحة المتاحة له للمشاركة السياسية و تأثيره في نظام الحكم القائم، و هذا الإرتباط يكاد يكون وثيقا، إذا ما إعتبرنا أن الرأي العام هو القائم بحماية القوانين من أي بطش، أو اعتداء من جانب السلطة، بإعتبارها قوة مؤثرة لها فعاليتها في التأثير على الرأي العام، و توجيهه و تعديله للوجهة المطلوبة (الرحيم، 2009، صفحة 81)، وتحت حكم يتعلق بإرتباط الوضع السياسي بطريقة آلية مع الرأي العام، ويكون ذلك و يترسم ضمن مخرجات تتعلق بالحالة السياسية التي تمر بها الدول سواء في الداخل أو ضمن المحيط الخارجي.

لكن غالبا يستمد النظام السياسي قوته من الإجراءات الديمقراطية مثل التصويت و الانتخاب التي يمكن لها أن تلي طموحات الأغلبية، وتحقق نظاما متكافئا يسود في الأنظمة التي تضع اعتباراً للرأي العام، و تحاط عملية تشكيل الرأي العام في الأنظمة الشمولية بمحددات كثيرة بدواعي الحفاظ على النظام السياسي، و بذلك تحاول السلطة في مثل

تلك الأنظمة المسيطرة على وسائل الإعلام، و منع التجمعات المعارضة والتظاهر و بذلك يصاب بالشلل، و يتحول إلى رأي كامن ويتسم بسرعة التحول والسطحية، و انعدام الثقة بين الحكومة وبين الجمهور (الدعيمي غ.، 2015، صفحة 74)، و ضلَّ هناك تلازم عكسي بين الكلمة والقوة، فكلما كانت فرصة الكلمة أوسع كلما كان دور القوة أضعف والعكس صحيح، فحينما يضيق دور الكلمة، يتسع دور القوة و دور الكلمة إتساعاً، و يختلف أيضاً باختلاف الأنظمة السياسية، ففضلُ النظام الديمقراطي العادل يدور الكلمة أكثر إتساعاً و العكس في ضل الأنظمة الأقل ديمقراطية، حيث تحتل القوة دوراً أكثر بروزاً، وتأخذ الكلمة دور التابع المبرر لهذه القوة الغاشمة، وبدخول العالم عصر الصحافة والإذاعة والتلفزيون والأقمار الصناعية، وقنوات الإتصال الإلكترونية التي لا يمكن فصلها في عصرنا عاجزة أن تعيش بل إعلام، والإعلام عاجز أن يكسب مكانته وأهميته بلا سياسة (متوكل، 2005، صفحة 162).

التربية والتعليم: تلعب التربية والتعليم دوراً فعالاً في تشكيل الاتجاهات وبناء الآراء، و يتفق التعليم مع الإعلام في أن كلا منهما يعمل على تغيير سلوك الدارسين، بهدف تغيير سلوك الجماهير نحو القضايا الحولية والمسائل الخلفية التي تكنف حياتهم، وهكذا نرى أن التعليم يغرس إتجاهات ويعدّل آراء ويوجه سلوك الدارسين، بما يتفق مع الأفكار التي يطرحها، والنظريات التي يقررها والمواقف التي يتبناها، فجد المتعلم يختلف عن غير المتعلم في فهم هذه الأفكار وإدراك هذه النظريات والتصرف إزاء هذه المواقف (الرحيم، 2009، صفحة 79)، و يُنمى النظام التعليمي إهتمامات الجمهور بالقضايا العامة، و يدفعه إلى المشاركة في الفعاليات السياسية، و من ثمَّ يعطيه المقدرة على تفسير الظاهرة المحيطة به بشكل جيد، و إتخاذ القرارات المناسبة فضلاً على أن إرتفاع مستوى التعليم لدى الأفراد يرفع مطالبهم بحقوقهم، لذا فإنَّ المؤسسات التعليمية كنظام متكامل تعد حلقة ناجحة، ومحطة مهمة في عملية تشكيل الرأي العام (الدعيمي غ.، 2019، صفحة 46).

التعاليم الدينية: إنَّ الدور المؤثر للدين ليس حديثاً بل تعود جذوره إلى قرون طويلة سابقة، و هو لا يرتبط فقط بمضمون الدعوة الدينية بل بالشكل الذي تلزمه الطقوس العبادية الملازمة للدعوة، و ما يتبع ذلك من تأثير على حشود المؤمنين، وبالتالي في تكوين الرأي العام (الرضا و عمار، 2013، صفحة 62)، وهو الذي أدى إلى تكوين خلفية تأثيرية ذات صبغة دينية، كما يعد الدين من العناصر الحضارية الراسخة التي لا تقبل أساسياتها الجدل، و قد إهتم الدين

الإسلامي بالرأي العام، ونُشِطت الدعوة الإسلامية لكسب الرأي العام نحو الإسلام في مشارق الأرض ومغاربها، ويعتبر الدين عنصراً في تكوين الرأي العام، ويُشكّل مصدراً من مصادره، ويساهم الدين بتعاليمه وتقاليده وما يتضمنه من قيم وأوامر ونواهي، فضلاً عن الجوانب الروحية والوجدانية التي يُشَبِّعها للفرد في إثبات الرأي داخل الجماعة أو الفرد أو تغييره، لذلك من الصعوبة إقناع الإنسان الذي يتمسك بمعتقداته الدينية قبول فكرة أو دعوة تعارض مع معتقداته الدينية (عينه، 2021، صفحة 125)، فالمعتقدات الدينية أُمِّدَت الإنسان طوال الأزمنة و في كل الأوقات طاقة شكّلت له درع حماية، لكن إذا ما نظرنا في النموذج الإسلامي مثلاً، و بمجيء الدعوة على لسان النبي مُخَدِّ صلى الله عليه وسلم في بيئة كان فيها الصراع مع المعتقدات السابقة التي كان عليها قوم قريش، لكن قيمة الصراع هذا و تقديم الحجة في الإقناع التي قدمها النبي مُخَدِّ (صلى الله عليه وسلم) لقومه، منحتهم الفرصة لمحاولة فهم الرسالة، و هو ما بالفعل تحقق من خلال تزايد عدد الذين أقروا بالرسالة المحمدية، و دخلوا في الدين الإسلامي عن قناعة و ليس طواعية، خاصة أن العرب قديماً ليسوا بسهل المراس، و عليه يمكن أن نقول أن الدين من خلال ما يقدمه من نواهي و أوامر، جعل من الفرد يتأثر بهذه التعاليم التي تعتبر بمثابة كشاف يستنجد به لتصحيح مساره، و حل معضلاته اليومية.

إن حقيقة التعاليم الدينية ودورها كأحد عوامل تكوين الرأي العام، برزت من خلال التجارب التي مرَّ بها الفرد عبر قرون، و الترتيب التي جاءت بها الرسائل السماوية، جعلت منها تحظى بالتمحيص و القراءة وفق قوة الدليل و حجة الإقناع الموجودة، و عليه فتكوين الخلفية الدينية أسهم في تشكيل رأي عام إمتاز بالتوافق في كثير من الحالات، خاصة مع ما قدمه كتاب الله سبحانه وتعالى (القرءان الكريم) من حجج بالدليل المعنوي والمادي، وهو ما أعطي للناس إطمئناناً مسبقاً ودخولهم في هذا الدين، من خلال خطاب الله سبحانه وتعالى للناس أجمعين عن طريق الوحي وعلى لسان الرسول (صلى الله عليه وسلم)، هي من فتحت وأعطت للناس حرية الاختيار للدخول في دين الله مع تبيان مصلحة الناس في توحيد كلمة الله، وعدد القرءان الكريم وسنة رسوله (صلى الله عليه وسلم) عقاب الله و مغفرته، والجنة والنار، و الدعوة إلى ضرورة التدبر في خلق الله، فالإسلام هنا خلق رأياً عاماً إمتاز بتقديم الحجة والبرهان.

ج. أنواع الرأي العام.

أ. أنواع الرأي العام: يعتمد تصنيف الرأي العام على مجموعة من المعايير، وتكون هذه التقسيمات على النحو التالي:

1. تقسيم على حسب درجة الظهور (العدلي، 2006، صفحة 118).

الرأي العام الظاهر: وهو الرأي العام المعبر عنه، ويتكون هذا الرأي في البلاد التي يتمتع فيها مواطنوها بحرية التعبير عن آرائهم

الرأي العام الكامن: وهو الرأي العام الغير ظاهر والغير معبر عنه، ويكون هذا في المجتمعات ذات الحكم الدكتاتوري التي يصعب فيها التعبير عن الآراء إتجاه قضايا معينة.

2. تقسيم حسب ثباته (شاهين، ب.س، صفحة 30).

الرأي العام الثابت: وهو الرأي الذي يتركز على أسس تاريخية وثقافية ودينية، ويمتاز هذا الرأي انه أكثر تأثيرا في الناس، كما يمتاز بالاستقرار والثبات.

الرأي العام المؤقت: وهو الرأي العام المحدد بعوامل زمنية، تمثله منظمات معينة كالأحزاب.

3. تقسيم حسب التوزيع الجغرافي.

الرأي العام المحلي: يتمثل هذا النوع بالرأي الذي يتشكل في مدينة معينة أو قرية أو طبقة من طبقات المجتمع، ويعكس سمات الرأي العام الوطني جميعها، إلا انه يختص بجزء من وهناك، ويتسم بالتجانس والانتماء والاعتماد على الذات المحلي والوطني (الدعيمي غ.، 2015، صفحة 52).

الرأي العام الوطني: يعتبر هذا الرأي تعبيرا عاما للحالة السياسية للبلد، ويعد ركنا أساسيا لدعم النظام السياسي، ويتسم بالتجانس وقدرته على التنبؤ والمساعدة في حل المشكلات الوطنية بتقديمه إحصاءات وبيانات عن اتجاهات الجمهور في البلد (حجاب، أساسيات الرأي العام، 2007، صفحة 38).

الرأي العام الإقليمي: هو السائد بين مجموعة من الشعوب المتجاورة جغرافيا في فترة معينة نحو قضية أو أكثر، والتي يستخدم حولها الجدل والنقاش، وتمس مصالحها المشتركة أو قيمها الإنسانية بصورة مباشرة (الرضا و عمار، 2013، صفحة 32).

الرأي العام العالمي: وهو الرأي العام الذي يتجه إلى إتفاق عام بين الأفراد من مختلف الأمم، حيال بعض القضايا الدولية والتعاون الدولي والتقدم الاقتصادي، والإجتماعي، ورفع مستوى المعيشة لكل الشعوب مهما كان مستوى تطورها أو موقعها الجغرافي، ويترتب عن الرأي العام أنه يمارس تأثيرا هاما ويعمل لصالح المشروعات، التي تتلائم مع مصلحة كل شعب، وتلائم في نفس الوقت المصلحة العامة (حلاق، 2020، صفحة 52).

4. تقسيم حسب حجم الجمهور (حسين، 2020، صفحة 38).

رأي الأغلبية: هو ما يمثل رأي ما يزيد عن نصف الجماعة، وقد يتكون رأي الأغلبية أحيانا بالتضليل وحذف بعض الحقائق، أو الدعاية التي يقوم بها القادة والزعماء، ورأي الأغلبية في الواقع عدة آراء أقليات مختلفة اجتمعت حول هدف معين.

رأي الأقلية: هو الرأي الذي يقل عن النصف في رأي الجماعة، ويعبر عن طائفة من الناس لا يستهان بها، وقد يكون بين صفوفها بعض الممتازين المشهود لهم بالكفاءة، ورأي الأقلية قد يمثل رأي المنحازين إلى أقصى اليمين أو أقصى اليسار أو هما معا.

الرأي الإئتلافي: يقصد به رأي جملة من الأقليات المختلفة في إتجاهاتها السياسية، والتي تجمعت في ظرف معين، وهو ليس وليد المناقشة الحرة التي أفضت إلى نتائج واضحة وقرارات حاسمة، بل هو وليد عوامل خارجية وهو دليل على أنّ الجماعة لم تحقق الأغلبية في الوصول إلى زواية الإتفاق.

5. تقسيم حسب درجة تأثيره وتأثيره (حلاق، 2020، صفحة 73).

الرأي العام المسيطر: ويمثل قادة الرأي العام في الأمة، وهي مجموعة تستطيع فهم حقائق الأمور وتفسيرها للناس، ولا تتأثر هذه المجموعة بوسائل الإعلام المختلفة بل هي التي تؤثر في تلك الوسائل بأرائها وأفكارها.

الرأي العام المثقف: ويمثل جماعة في وسط بين قادة الرأي والأغلبية الساحقة التي تصدق كل ما تذكره وسائل الإعلام، فالرأي العام المثقف يتأثر بوسائل الإعلام، وقد يؤثر فيها بقدر محدود وتتفاوت نسبة هذا النوع من الرأي العام في كل أمة تبعاً لدرجة تقدم أو تخلف حضارتها.

الرأي العام التابع: ويمثل غالبية الناس في معظم الدول، وهذا النوع من الرأي لا يهتم بالمسائل العامة إلا أثناء دعواته للانتخاب، ويصدق كل ما يقال في وسائل الإعلام، ويتأثر بكل ما ينشر دون أن يحاول من جانبه تفسير أو تحليل الأحداث.

المبحث السابع: صناعة الرأي العام في الفضاء الإلكتروني.

أ. نشأة الرأي العام الإلكتروني:

كانت بداية نشأة الرأي العام الإلكتروني، مع بداية المحاولات الأولى للصحافة الإلكترونية في سبعينيات القرن الماضي، لكن يمكن القول إنَّ شقَّ الصحافة الإلكترونية طريقها في العالم، ظهر أساساً خلال العقد الأخير من القرن الماضي، فقد تعرّف القارئ الأميركي مثلاً على العديد من المواقع الإخبارية في تلك الفترة، منها موقع (سي. إن. إن)، وموقع (صالون)، عام 1995، وتطورت العناوين بعدها بشكل لافت، لدرجة إنشاء جمعية (أخبار الأوان لاين) عام 1999، أما في المنطقة العربية، فقد ظهرت تجارب متعددة في بداية الألفية منها (الجزيرة نت، و إيلاف)، غير أنَّ تأثير المواقع الإلكترونية على الرأي العام لم يظهر إلا بداية الألفية الثالثة (عزام، 2017).

فتميّز بذلك الإعلام الإلكتروني أكثر، ب بروز دور الفرد كفاعل في صياغة وتشكيل، وإنتشار هذا النوع الجديد من الإعلام، وظهرت الشبكات الاجتماعية، كأحد روافد ذلك الإعلام الجديد مع الحرية التي تتيحها في اختيار الموضوع، و تحرير النص، و الحجم، و سهولة البث و قلة التكلفة مع إمكانية تجاهل المصدر، و القدرة على التحول من الاحتجاج الشخصي، إلى توجيه الرأي العام، و

الحشد عبر مجموعات أو صفحات على الفيسبوك، وخصوصا مع تجاوز الحدود بين الخاص والعام، وبين المستوى الداخلي والمستوى الدولي (معتوق، 2017)، حيث عملت السلطات في كل بلد إلى متابعة مستمرة للرأي العام، وأعطته إهتماما بالغا من خلال المعاهد الإحصائية لرأي الجماهير في القضايا الحساسة والمصيرية لكل بلد، لتقوم بعدها بفلتره هذه الإحصائيات، و إستخلاص النتائج مع الأخذ بنظر الاعتبار نوعية الجمهور المستهدف، أما التعامل يكون بإيجابية مع هذه الآراء، خاصة في البلدان المستقرة من الناحية التنظيمية، و التي تمارس السلطة دورها كراعٍ حقيقي لمصالح الأفراد، في المقابل تتجه حكومات أخرى إلى رفض الرأي العام جملة و تفصيلا، والعمل على تخفيف منابعه و متابعة مثيره لإيقاف تدفق هذه الأفكار حتى وإن تتطلب إعتقافهم (بن خليل، 2020)، وهو ما يطرح مسائلة حول ما تتبانه الكثير من الدول إتجاه الرأي الآخر، وتبرز هذه الإشكالية في البلدان ذات الأنظمة السلطوية، والتي ترى في الآخر أنه يهدد بقائها وإستمرارها في الحكم، ويعتبر الفضاء الإلكتروني حاضنة حديثة لممارسة الإعلام، وعلية أُتخذت التسمية بالإعلام الإلكتروني، الذي يُعد هذا النوع من الإعلام من يتصدر الصناعة الإعلامية التي تتميز بالمرونة والمواكبة والعصرية، بإعتبار أن التكنولوجيا أثرت على جميع المجالات، إذ لا يمكن أن نفصل الإعلام عن التكنولوجيا، وعلية إنتقل أو تمَّع الإعلام بصفته التقليدية إلى إعلام إلكتروني في عصرنا الحالي.

ب. تعريف الرأي العام الإلكتروني:

عَرَّفَ الرأي العام الإلكتروني على أنه هو كل رأي أو فكرة يشارك فيها عدد كبير من الأفراد، لا يقل العدد عن نصف مليون عبر العالم المتخيل (عالم الإنترنت)، يؤمنون بها ويسعون على تحقيقها على أرض الواقع، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة، يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة (عشعاش و البشير، 2020، صفحة 253)، ويُعرَّف الرأي العام كذلك على أنه كل (فكرة. إقتراح، مشاركة) في هذا العالم المتخيل، أو هو لفظ إعتراض غاضب، أو نكتة تعبر عن توجه معين، أو تدافع عن إيديولوجيا بعينها تنبع من تجربة شخصية، لتصل إلى نتيجة سياسية عامة، يتم توصيلها كرسالة اتصالية من خلال تلك الشبكة(الإنترنت)، لتأخذ دورها في المشاهدة والإطلاع من قبل كل ما يملك أو يستطيع امتلاك تلك الخدمة (عبد الحميد و عاطف، 2014، صفحة 164)، و هو كذلك الرأي الذي يُعبّر عن كل الشرائح التي تملك تلك الوسيلة أو الأداة التكنولوجية للتعبير والتواصل والنقاش (عبد الصادق، 2011)، كما يمكن القول أن الرأي العام الإلكتروني هو ظاهرة بحثية جديدة لها سماتها الخاصة،

والتي تتمثل في آراء المستخدمين المشاركين المتفاعلين عبر الساحات الافتراضية على الإنترنت في زمن محدد إتجاه قضية جدلية أو موضوع معين (رفعت، 2018، صفحة 06).

. التعريف الإجرائي للرأي العام الإلكتروني:

المقصود بالرأي العام الإلكتروني، هو مجموع النقاشات والآراء التي تنتج على مستوى الوسائط الإلكترونية المعروفة، والتي هي عبارة عن معلومات يتقازدها المستخدمون على هذه الوسائط، والتي تُوفّر لهم مجالاً لتبادل الأفكار والمعلومات التي تتنوع مصادرها، و بظهور ما يعرف بمواقع التواصل الاجتماعي، أصبح لمفهوم الرأي العام الإلكتروني دلالات ذات تنوع بين السياسي والاجتماعي والثقافي و الإقتصادي، وأضحى هذا المفهوم أكثر إستخداماً عن كونه تَمَيُّع في الفضاءات الإلكترونية التي سمحت له أن يكون أكثر قابلية لدى الجمهور من مستخدمي هذه الوسائط.

ج. خصائص الرأي العام الإلكتروني:

مما لا شك فيه أن للرأي العام مجموعة من الخصائص والسمات، والتي تميزه عن الرأي العام بمفهومه التقليدي في السنوات الماضية، خاصة وأن الرأي العام الإلكتروني يرتبط بوسائل ووسائط رقمية، ومنح للمستخدمين الحق في التعبير المباشر، وكذا المساهمة في صناعة الرأي العام، وعليه سنعرض مجموعة من الخصائص الذي يتميز بها الرأي العام الإلكتروني وهي:

. **الإنتشار والوصول:** يتميز الرأي المكتوب أو المنطوق عبر الوسائل الإلكترونية، بأنه يصل إلى شريحة واسعة من الجمهور في جميع أنحاء العالم وبسرعة فائقة، فيتفاعل معه مستخدمو التقنية الإلكترونية سواء بتأييده أو معارضته أو التعليق عليه بالملاحظات، ويسمح الرأي العام الإلكتروني في وصول المعلومات عن كثرتها من خلال الوسائل والوسائط، والتي يكون فيه إثارة القضايا التي يتفاعل معها المستخدمون، فالإنتشار هو أحد الخطوات التي تساهم في بلورة الرأي العام بكل سهولة.

. **سهولة قياس إتجاهاته:** يقاس الرأي العام الإلكتروني بطرق علمية عدة من خلال برامج تقنية، تُوفّر إحصائيات دقيقة للرأي العام إلى حد يمكن الاعتماد عليه من خلال القيادات في صنع القرار (بن شديد بن مُجّد، 2007، صفحة 02)، حيث تساهم المعلومات التي تتوفر عند مستخدمي وجمهور وسائل الإعلام من وسائط ومواقع التواصل الاجتماعي المختلفة، كما تفتح صبر الآراء التي تطلقها

مؤسسات مختصة في قياس الرأي العام، وذلك عن طريق برامج وتطبيقات، تعتمد على مؤشرات ذات معاملات التأثير المعروفة في تحديد سلوك الأفراد وتفاعلهم مع قضية ما.

الحشد السريع للرأي الداخلي والخارجي وقوة التأثير: يتميز الرأي العام الإلكتروني في أن المحتوى الذي تقدمه من خلال التعليقات، ونشر الصور والوثائق في العديد من المواقع الإلكترونية الإخبارية ووكالات الأنباء، إلى حشد الرأي العام داخليا وخارجيا نحو الكثير من القضايا (شقرة، 2014، صفحة 179)، خاصة في الآراء التي تتعلق بقضايا الساعة التي هي لها سعة التأثير، و يظهر ذلك في الظروف والحالات الاستثنائية التي يمر بها المجتمع، كما يتضح من خلال ذلك في نجاح الأخبار الكاذبة والرائفة التي تطلق هكذا بدون التأكد من المصدر، فالتنوع الذي أحدثته الوسائط الإلكترونية جعل من المصدر مغيب ومجهول، وفتح المجال للجميع في صناعة المعلومة بدون رقابة وبكل حرية.

تعزيز قيم التشاركية الديمقراطية لتبادل الآراء: يعزز الرأي العام الإلكتروني بشكل ضمني قيم الديمقراطية التشاركية والطابع اللامركزي والإدارة الذاتية وحرية الاختلاف، و إتاحة الفرص للتعبير عن هويات ومصالح متعددة ومختلفة من خلال شبكات الاتصال والمعلومات، كما يُرجح السوق المفتوح للأفكار التي تُشكل بيئة عمل التكنولوجيا من الإبداع والابتكار كوسيلة للإستمرار، كما يعزز من الطابع الإنساني والقيم الإنسانية المشتركة (بوعازي، 2017، صفحة 117)، فهو يعمل على إعطاء الجماهير الفرصة لصناعة المشهد، خاصة إذا ما ربطنا الديمقراطية بالممارسة السياسية وحرية التعبير، التي هي اللبنة الأولى في تحقيق ما يسمى بالرفاه الإجتماعي والإقتصادي كما هو معروف، و من التجليات الكبيرة التي يحدثها الرأي العام الإلكتروني أنه نافذة لتحقيق مبدأ تكافؤ الفرص التي تدار على شكل حلقات للنقاش تكون مفتوحة أمام الجميع، و بالتالي مشاركة مختلف الآراء التي تنتج لنا في الأخير ما يسمى بالانتقائية الديمقراطية، التي تعني بانتقاء الأفضل الذي يتمثل في حدود أساليب الإقناع والحجج المقدمة.

. المبحث الثامن: الرأي العام الإلكتروني في البيئة السياسية المعاصرة.

أ. الرأي العام الإلكتروني في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.

يُعد الرأي العام في أحد أهم أبعاده نوعاً من ردود الأفعال أو الجزاءات الغير منظمة الصادرة عن المجتمع، وتعبيراً عن آرائه ومواقفه من السلطة السياسية الحاكمة، و أسلوب مواجهتها لمشاكل المجتمع الحياتية عموماً، أو تلك المرتبطة بكيانه الخاص (قويسي، 2003، صفحة 81)، ومع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي في توقيتات متزامنة، وإزديادها مع دخول الألفية الثالثة يعتبر حدثاً تاريخياً في مجال الإعلام، إذا نقله إلى أفاقاً كبيرة وغير مسبوقه، فأعطت هذه المواقع لمشتركها فرصاً كبيرة للتأثير و الانتقال عبر الحدود، و بلا قيود ولا رقابة إلاً بشكل نسبي محدود، كما أنّ ظهور هذه المواقع في الوطن العربي، قد أوجد قنوات مباشرة للتبادل الحي و الفوري لدى جماهيرها، و أعطت هذه المواقع في الوطن العربي إمكانية التغيير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، و منع إحتكار صناعة الرسالة الإعلامية، و ذلك من خلال نقلها إلى مدى أوسع و أكثر شمولية، و أصبحت هذه المواقع ذات قدرة تأثيرية و تفاعلية لم يتصورها خبراء الإعلام والاتصال (مشتاق طلب، 2018، صفحة 18)، و تتبلور هذه المعطيات من حيث أنها أدت إلى ظهور ما يعرف بالجماعات المنتشرة في الشبكات الاجتماعية، و التي تلعب دوراً فعّالاً في تعبئة الرأي العام تجاه القضايا ذات الطابع السياسي (ساسبي، 2017، صفحة 367)، في صورة تعكس حجم التحديات التي تفرزها هذه الشبكات على مستخدميها في صناعة الرأي العام.

فُتّعت هذه الشبكات بإعتبارها من ضروريات الحياة في الوقت الحاضر، وهي بمثابة حلقة الوصل بين كل مقومات ومؤسسات البناء الاجتماعي، و تقع على عاتقها عمليات شرح و تقديم ما لدى كل مؤسسة إجتماعية للأخرى، و تؤدي وسائل الإعلام دوراً بالغ الأهمية والخطورة في تشكيل الرأي العام، وذلك من خلال تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار و آراء و إتجاهات معينة، حيث ساهم الإنتشار الحر للمعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الرقمي، في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس المعرفة الواسعة والدقيقة بالأحداث السياسية، و تمارس هذه المواقع تأثيرات قوية على صانعي القرار في المجتمع (الطاهات و الدبيسي، 2013، صفحة 75.74)، حتى و إن كانت هذه الوسائط قد أوجدت في الأساس للعلاقات كالتواصل و الانغماس في الصداقات، إلاً أنها إحتضنت جانباً كبيراً من مستوى

المشاركة السياسية (السيد بجنسي، 2014، صفحة 482)، وبالحدوث عن دور الرأي العام الإلكتروني فإنه لا يكون لها أثر، إلا بتوفر عنصر هام يقوم على مفهوم الممارسة، والذي لا يتحقق إلا بتشكيل الوعي السياسي الذي هو نوع من الثقافة السياسية المقدمة التي تُكرس ثقافة المشاركة، والتي بدورها تؤدي لتكوين اتجاهات إيجابية تجاه الموضوعات السياسية، كما يراهن الخبراء و الباحثون في مجال الإتصال السياسي على ضرورة أن تقوم شبكات و مواقع التواصل الإجتماعي بدور بارز و مؤثر في تحقيق النوع الأول من الثقافة السياسية (ثقافة المشاركة)، لأنها إحدى أهم سمات هذه الشبكات (التفاعلية اللامحدودة) التي تتيح مشاركة أعداد كبيرة حول القضايا السياسية المعاصرة (بن ورفلة، 2013، صفحة 205)، لكن لا يكتمل هذا المشهد إلا بنوايا النظام السياسي الذي يجب أن يعمل على تحقيق المشاركة لكل أطراف المجتمع من خلال القنوات المناسبة، وأن تكون المشاركة في الحياة السياسية بصورة مستمرة غير متقطعة، وأن تكون هذه المشاركة مجدية يشعر فيها المواطن بمواطنته كونه جزءاً أساسياً فاعلاً في مجتمعه و في البناء السياسي لبلده (ميروك، 2021)، وتتم هذه الوظيفة وفق ما يقره القائم بالاتصال من خلال مجموع الرسائل التي تنتجها الدوائر السياسية، التي تتحكم في العملية السياسية في النظم أو الأنظمة القائمة المتمثلة في السلطة القائمة، بترويجها لما يعرف بالديمقراطية السياسية عن طريق ما تعرضه من أفكار تستشير النقاش والحوار والمقارنة، وتسهيل عملية المشاركة في الشأن العام بصورة واعية ناضجة ومسؤولة (الرضا و عمار، 2013، صفحة 11)، و توصف هذه العملية بفن الدعاية السياسية التي تهدف إلى إقناع الآخرين بأن يسلكوا إتجاهها أو سلوكاً معيناً تحت تأثير الأفكار الدعائية، فهي تتخذ نفس المسارات التي تسير عليها العلامات التجارية في التسويق، قصد تحقيق التركيز الدعائي بشكل مركز و أكثر دقة للوصول إلى كافة قطاعات جمهور الناخبين أثناء وفي فترات الإستحقاقات الإنتخابية (حسني عبد الخالق، 2021، صفحة 421)، ومن هنا تستعير المشاركة في صناعة المشهد من خلال محاولة التموقع، و إستغلال الوسائط الإلكتروني في الترويج السياسي للبرامج و محاولة تجميل صورة قادة الرأي أثناء خاصة أثناء المواعيد الإنتخابية.

ب. الرأي العام الإلكتروني وصناعة المشهد السياسي.

إنَّ المفقود في ما تلعبه وسائل الإعلام الجديد عن طريق مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، هو أنَّه لا يزال دور الحكومات العربية بخاصة نحو الإعلام الجديد يبدو غامضاً، فقد يؤدي وجودها في مواقع التواصل الاجتماعي إلى تغيير شكل المداولات السياسية في المستقبل القريب، وإذا كان هناك توظيف مثالي من قبل الحكومات العربية، فسيكون هناك وجه آخر مختلف تماماً للإعلام عمّا نعيشه اليوم، وفي حال إنخراط الناشطين في مؤسسات المجتمع المدني، فإنَّ الطرح السياسي سيصل إلى مرحلة أكبر من النضج الفكري، و سيؤسس حينها المجتمع المدني إلى خطاب سياسي جديد وسيكون له أثر في المداولات القائمة اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي (جميل الراوي، 2014)، وبالتالي يستطيع الرأي العام الإلكتروني التأثير في السياسات الحكومية من خلال العديد من الآليات التي تعبر عن توجهاته وأولوياته من بينها: الأحزاب السياسية، الجماعات الضاغطة وجماعات المصالح والإعلام... الخ، إضافة إلى استعمال آلية الانتخابات للضغط على صناعات القرار وإجبارهم على تغيير سياساتهم أو تبني سياسات يفضلها الجمهور الناخب (شبكة النبا المعلوماتية، 2017).

جاء في دراسة أعدتها منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية (OCDE) أنَّ الفضاءات الافتراضية والمدونات الالكترونية، ومواقع التشبيك الاجتماعي التي يمكن أن تستعمل للتواصل مع الناخبين، وهي كذلك لتبادل وجهات النظر، وإثارة نقاشات، ولتقاسم المعلومات، حول القضايا السياسية والاجتماعية، فالكثير من المعلومات والأخبار قد لا تقدمها وسائل الإعلام التقليدية وعليه فهي إذن تعتبر بديلاً حقيقياً ومرتكزاً ضرورياً في العملية الإتصالية الحديثة (هوارى، 2020، صفحة 228)، و يبقى هذا الخيار بعيداً عن الواقع وغير متاح على حسب (والتر ليرمان): الذي يرى أنَّ الجمهور لا يحصل على صورة كاملة و وافية وشاملة للمشهد السياسي، بل يتلقى بدلاً من ذلك مجموعة أو سلسلة من الومضات أو اللمحات التي تفرك هذا المشهد السياسي أكثر مما تعكسه. وبذلك يُفرك الواقع ويُقدم للرأي العام بالتناغم والتناسق مع مصالح القوى السياسية والإقتصادية في المجتمع، ويستنتج ليرمان: أنَّ وسائل الإعلام تعيق الديمقراطية أكثر مما تُخدمها، لأن الديمقراطية تقوم على السوق الحرة للأفكار وعلى الرأي والرأي الآخر، الأمر الذي فشلت وتفشل وسائل الإعلام في تحقيقه في أرض الواقع (حمد إبراهيم، 2017).

فالمعارف عليه أنه كلما تقدم الإعلام في أسلوب صياغة الرسالة ومعرفة رجع الصدى، كلما كان تأثيره في الرأي العام أكبر وأوسع، وكلما زادت الثقافة والتنشئة والتنمية السياسية، كان تفاعل الجمهور أكبر، وعليه ففرص التأثير الذي تحدته وسائل الإعلام في

الاتجاهات وتشكيل الرأي العام كبيرة جدا على الجماهير، فتوجد هناك علاقة متبادلة بين الرأي العام ووسائل الإعلام، فالإعلام يزود الجمهور بالمعلومات والحقائق الصادقة بهدف تكوين لرأي عام إزاء مشكلة من المشاكل أو مسألة معينة (خورشد، 2013، صفحة 122).

ما يمكن أن نقوله أن مواقع التواصل الاجتماعي أهمية كبيرة ودور بارز نتيجة لمجموعة من التطورات، وأهمها في تكنولوجيا الاتصال، فزادت بذلك أهمية الرأي العام الإلكتروني، وأصبحت هذه المواقع منتديات وساحات يلتقي بها الجمهور، من ذوي الاهتمامات المشتركة إتجاه قضية أو مجموعة من قضايا إلى الرأي العام، وقد برز دور مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واضح في الأحداث التي وقعت في الوطن العربي في الفترة الأخيرة بدرجة كبيرة، و الدليل في ذلك أن سعت السلطات الحاكمة إلى حجب بعض مواقع التواصل الاجتماعي، لكن مستخدمي هذه المواقع ممن يريدون التعبير عن آرائهم غالبا ما يجيدون الوسائل لتجاوز هذا الحجب (خورشيد، 2011، صفحة 79.78)، وأثر بذلك الرأي العام الإلكتروني عبر المنصة الافتراضية (السوشيال ميديا) في القدرة على الحشد ونشر الآراء على أرض الواقع، فقد تركزت جهود النشطاء الاجتماعيين والسياسيين على المنصة (السوشيالية)، ومواقعها التواصلية وتم تفضيل ذلك عن الوقوف على أرض الواقع، وبث الرأي العام بصورة مباشرة، وتأتي عدم مصداقية جزء من (الرأي العام الإلكتروني) في بعض الأحيان، من مدى تأثيره ببعض الأخبار والمعلومات غير الصحيحة، والمجهولة المصدر الموثوق التي يتأثر بها بشكل كبير، ومن ثم يتداول نشرها على أنها حقيقة عبر مختلف المنصات الإلكترونية السوشيالية الحديثة (الزغبى ن.، 2016)، وهنا تخلق هذه المنصات حالة من الجدل بين الجمهور، حيث تصنع تأثيرا في القضايا العامة، وقد تؤثر على منظومة الحكم أو الجهة الحاكمة (سلسلة المعارف والتقارير، 2020، صفحة 70).

ويكمن بيت القصيد هنا في القوة المتزايدة وغير المسبوقة لهذه المجتمعات الافتراضية، حيث أصبح لها وزن ثقيل في القضايا المطروحة على طاولة النقاشات الدائرة كل يوم بعالمنا الواقعي، وبذلك أضحت الرأي الجمعي، و إتجاهات سكان الفضاءات الإلكترونية مسموعاً بل مدوياً في بعض الأحيان (موقع عربي يوست، 2016)، وهو ما جعل من الفضاء الإلكتروني واقعا بديلا مع وجود الشبكات الاجتماعية، التي تنقل صورة لواقع افتراضي إلى واقع حقيقي، خاصة في ضل الافتراضات الأساسية التي قام عليها الفضاء الإلكتروني من حيث التفاعل كنتيجة أساسية للتجانس في الاهتمامات والميول والاتجاهات (عشعاش و البشير، 2020، صفحة

261)، فالسياق الذي فرضته تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والتحولات الكبيرة في مجال الرقمنة حتم على مستخدمي هذه الفضاءات إستغلالها في التأثير على الرأي العام، ومن هنا تتجلى قيمة هذه الوسائط في بلورة و إعادة تشكيل الرأي العام.

الإطار التطبيقي للدراسة

الفصل الأول

الدراسة التحليلية لمنشورات صفحة Fake news

DZ عبر موقع فيسبوك

المبحث الأول: عرض معطيات الدراسة وتحليلها من حيث الشكل.

1. فئة اللغة المستخدمة في منشورات الصفحة

2. فئة طبيعة المنشورات على الصفحة

المبحث الثاني: عرض معطيات الدراسة وتحليلها من حيث المضمون.

أ. الفئات الخاصة بتحليل الجزأ الثابت

1. فئة نوع القضايا المنشورة عبر الصفحة

2. فئة الموضوعات المتعلقة بأحداث الحراك الشعبي

3. فئة الموضوعات المتناولة حسب الشهر.

4. فئة مصادر الأخبار الكاذبة التي أشارت إليها الصفحة.

5. فئة الإستمالات المستخدمة في المنشورات الكاذبة التي أشارت إليها الصفحة.

6. فئة نوع الرد المستخدم في تكذيب الأخبار الكاذبة.

ب. الفئات الخاصة بتحليل الجزأ التفاعلي

7. فئة إجمالي نسب تفاعلات الجمهور مع الموضوعات التي تناولتها الصفحة.

8. فئة تضمين الإضافات التي أشار إليها الجمهور المتفاعل.

9. فئة الرد على الرد الخاصة بالجمهور المتفاعل.

10. فئة اتجاه الجمهور نحو الموضوعات التي أشارت لها الصفحة

المبحث الثالث: عرض النتائج العامة للدراسة التحليلية.

تمهيد:

قدم الباحث فيما سبق فصولا تناولت الإطار المنهجي، المدخل المقاربي، ثم الإحاطة النظرية لمتغيرات هذه الدراسة، وذلك على امتداد لمتغيرات رئيسية هي _ الأخبار الكاذبة _ مواقع التواصل الاجتماعي _ الرأي العام _ الحراك الشعبي، واستكمالا لمتطلبات هذه الدراسة، سيعالج هذا الفصل الإطار التطبيقي والتحليلي لهذه الدراسة من خلال دراسة كمية ونوعية لمضامين العينة التي إختارها الباحث، والتي تمثلت في منشورات صفحة فايك نيوز ديزاد نيوز. **Fake news DZ** الناشطة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وتم في هذا السياق إعداد نموذج لاستمارة تحليل المحتوى، والتأشير عليها من طرف المحكمين بعد عرضها عليهم، وكذا اختبارها على معيار الثبات، وأصبحت بذلك استمارة صالحة للاستخدام، وتمحورت أسئلتها حول البحث و التعرف على واقع توظيف المضامين الإخبارية الكاذبة التي تناولت قضايا الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر مع بداية 2019 عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك وتأثيراتها على الرأي العام، وتم في هذا الإطار توصيف وتحليل هذه المضامين من حيث الشكل، ثم من حيث المضمون بشقيه الثابت والتفاعلي، وذلك على امتداد زمني، بدأ من شهر أفريل من العام 2019 إلى غاية توقف الحراك في شهر مارس من العام 2020، تبعا للظروف الصحية المتعلقة بوباء كورونا فيروس.

الجدول رقم (05) يمثل بطاقة تقنية وتعريفية لصفحة **Fake news DZ** محل الدراسة التحليلية.

تاريخ إنشاء الصفحة	الخط التحريري للصفحة	عدد المتابعون للصفحة	عدد المعجبون بالصفحة	روابط الصفحة	وسم الصفحة
06 أفريل 01 9	الهدف من الصفحة هو كشف الأغلوطة وأساليب توجيه الرأي العام عبر وسائل التواصل.	156,244 ألف متابع	4,404 ألف معجب	cebook.com/Fakenews @FakenewsDZ	

يوضح هذا الجدول الموسوم بطاقة تقنية وتعريفية لصفحة فايك نيوز ديزاد **Fake news DZ**، بعضا من المعطيات المدونة أعلاه، وتتحدث هذه المعطيات عن مجموعة من التوضيحات المهمة من أجل جعل الصفحة أكثر وضوحا وتكاملا، وذلك من أجل

تسهيل التعرف عليها من طرف المستخدمين من رواد موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، وتمثلت هذه المعطيات في: وسم الصفحة الذي تحمله كواجهة سيمولوجية، كذلك نجد روابط الصفحة على تطبيق فيسبوك وعلى محركات البحث والتي توفر للمستخدمين عملية البحث على الصفحة بكل سهولة، بالإضافة إلى تقديم رقم إحصائي لعدد المتابعين وكذا المعجبون بالصفحة، حيث نجد في هذا الإطار أن هذه الصفحة تحظى بإهتمام جماهيري قارب 200 ألف بالتساوي بين المتابعين والمعجبين بها، كما يقدم الجدول الهدف الذي تسعى إليه الصفحة، وهو ما يترجمه اسم الصفحة، حيث نجد عبارة تفيد أن الخط التحريري الذي قامت عليه الصفحة هو الكشف عن الأخبار المغلوطة(الكاذبة)، وكذا تقديم أساليب توجيه الرأي العام من خلال بثها ونشرها عبر مختلف الوسائط الإلكترونية، لتجتمع في الأخير هذه الخيارات التي دفعت بالباحث إلى إختيار هذه الصفحة، وهي أنها صفحة متخصصة ضمن إطار الكشف والرصد عن مجموع الأخبار الكاذبة، خاصة تلك المتعلقة بالحراك الشعبي في الجزائر، والتي شكَّلت حديث رواد مواقع التواصل الاجتماعي.

في ذات السياق أنشأت هذه الصفحة بتاريخ السادس من أفريل من سنة 2019 على يد شابان جزائريان، هما لقمان(34 سنة)، متخرج من المدرسة العليا للمصرفة بالجزائر، وحاصل على ماستر في تسيير الأنظمة المعلوماتية بجامعة السوربون بباريس، ويشغل حاليا مستشارا في المصرفة في مؤسسة متخصصة في الاستشارة البنكية بفرنسا، أما صاحبه في مهمّة رصد "الفايك نيوز" فهو نسيم (33 سنة)، حاصل على ماستر في الإعلام الآلي ويعمل في مجال الوقاية المعلوماتية (بلقاسم، 2019)، وقد تزامن ظهور تأسيس هذه الصفحة مع تطور الأوضاع وارتفاع نسق الحراك الشعبي وما تخلله من سباق إعلامي ومعلوماتي محموم حول أهم مخرجات هذا الحراك.

المبحث الأول: عرض معطيات الدراسة التحليلية من حيث الشكل

الجدول رقم (06): إجمالي ونسب استخدام اللغة في منشورات صفحة Fake news DZ.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة اللغة المستخدمة
72.55%	534	اللغة العربية
12.09%	89	اللغة الفرنسية
07.34%	54	اللغة العامية
03.48%	33	اللغة الإنجليزية
03.13%	23	بلا عنوان (صور صامتة)
0.4%	03	لغات أخرى
100%	736	المجموع

يُبين لنا هذا الجدول إجمالي ونسب اللغة المستخدمة في المضامين والمنشورات في الصفحة المشكّلة لعينة الدراسة، حيث يعتبر توظيف اللغة في المضامين والمنشورات أمرا في غاية الأهمية، ومن هنا ستحلينا هذه الجزئية في التعرف على اللغة الأكثر استخداما وتوظيفا في صناعة هذه المضامين، وبقراءة معطيات هذا الجدول يتضح لنا التالي:

• جاءت (اللغة العربية) في الترتيب الأول من حيث معدل الاستخدام الكلي للغة مضامين ومنشورات الصفحة، وبذلك تموّعت بعدد تكراري 534 أي مما يقابله من النسبة الإجمالية 72.55%، ويُفسّر هذا الترتيب على عدة مؤشرات أو دلالات من أبرزها:

✓ . تعتبر اللغة العربية هي اللغة الرسمية الأولى في الجزائر، وهي لغة تفهمها جميع الفئات من شتى مناطق الوطن، كما أن اللغة العربية هي لغة أكاديمية وعلمية بالأساس، وبالتالي فهي تمثل لبنة أساسية في بناء العناصر المكوّنة للمادة الخيرية بجميع قوالبها الفنية المعروفة.

✓ . تصنف اللغة العربية على أنها لغة تمتلك الرّخم الثقافي الضارب في أعماق التاريخ، فجمالية هذه اللغة تُفرض استخدامها في التعبير والإيجاءات اللغوية المختلفة، بالإضافة إلى إمكانية الاستعانة بالحسنات البديعية، والتي تجعل من الخبر جذابا لدى الجمهور

أو مستخدمين هذه الوسائط الإلكترونية، فاللغة الفصحى تجعل اللفظ مألوفاً، وهكذا تؤثر في الذوق اللغوي (مراد، 2021،
صفحة 187).

• جاء استخدام (اللغة الفرنسية) في الترتيب الثاني من صناعة المحتوى الخبيري، بنسبة تقدر بـ 12.09% من مجموع المنشورات في الصفحة المشكّلة لعينة الدراسة، ويمكن أن يفسّر هذا الترتيب ب:

✓ . وجود مخلفات الإرث الاستعماري المتمثل في سطوة الإيديولوجيا الفرانكفونية التي تركتها فرنسا إبان الاحتلال الفرنسي

للجزائر على المشهد الثقافي، وعلى فصيل ممن تأثروا بالثقافة الفرنسية، خاصة على مستوى اللغة واستخداماتها.

✓ . الارتباط التاريخي والاستعماري بفرنسا وتدخلاتها المستمرة في الشأن الجزائري في الكثير من القضايا، خاصة وأنّ البلد يعيش

على وقع ظروف استثنائية المتمثلة في الحراك الشعبي، وحالة الإضطراب أو مساعي التحول السياسي.

✓ . يمكن أن نقول كذلك أن الأدمين (admin) أو القائمين على الصفحة يحملون التكوين الأكاديمي التقني الفرنسي بحكم

العوامل المهنية التي تتحكم فيهم، من خلال عملية انتقاء المضامين، تحت حكم أن جانب الكشف ورصد مصدر الأخبار الكاذبة

يعتمد على مجموع من التقنيات والآليات المعقدة.

• احتل توظيف اللغة العامية (الدّارجة) في المضامين المنشورة في الصفحة المشكّلة لعينة الدراسة في الترتيب الثالث بعدد

تكراري 54 منشور، أي بنسبة قدرت بـ 07.34%، وجاء هذا التوظيف استناداً للمعطيات التالية:

✓ . تعتبر الدّارجة خليطاً بين اللغة العربية الفصحى، وبين جنيس اللغة المترامي عبر تقسيمات الجغرافيا، حيث تختلف من منطقة

إلى أخرى من هذا البلد، ومن هنا نستشف أن هناك تنوع موجود في جميع مناطق الجزائر، حيث تم إحصاء سبع لهجات متنوعة،

والتي تعتبر لغة للتواصل بين الناس (ويكيبيديا الموسوعة الحرة، ب ت).

✓ . يُبرر توظيف العامية كذلك على نحو يتعلق بمكانة هذا الخليط في أنه مقصود من طرف أدمين Admin الصفحة، تبعاً لما

يفرضه سياق الأحداث، وبالتالي تموقعها في هذا الترتيب، راجع إلى ضرورة ووجوب توظيف هذا الخليط اللغوي الموجه لجمهور

الصفحة.

• حلّ توظيف (اللغة الإنجليزية) في الترتيب الرابع من حيث لغة المضامين المنشورة، بنسبة 03.48%، ويمكن في هذا

السياق تبرير هذا استخدام هذه اللغة:

✓ . عالمية إستخدام هذه اللغة، حيث جاء هذا التضمين إستنادا لما شكَّلت فيه الأخبار المحررة بهذه اللغة من فرص قوة الإنتشار، التي تمتد إلى جماهير عريضة من مختلف بقاع العالم.

✓ . طبيعة الأحداث التي تتعلق بالتطورات التي شهدتها الجزائر، جعلت من وسائل الإعلام الدولية، تتناول وتهتم بمخرجات هذا الأحداث، ما جعل هذه الاحداث بين ضابط السبق، وعارض الخبر الكاذب أو الغير المسند إلى مصدر موثوق به، ومن هنا كان تقدير هذا التضمين على ما ذكر سابقا.

• إحتلت المضامين الصامتة (التي ليس لها صفة اللغة) الترتيب الخامس من مجموع المنشورات، بنسبة مئوية تقدر ب **03.13%**، ويرجع توظيف هذه المضامين، في أنها مضامين عبارة عن صور ثابتة أو متحركة، ولا ترافقها نصوص أو عنوانين قصيرة، ومن هنا كان هذا التضمين مقصودا، في أنه فتح المجال إلى الشك، وهي المرحلة التي تسبق تصديق الخبر، ولو إختلفت تأويلاته، وحدود توظيفه، وكذا خصوصية المحيط والظروف، التي تتموقع فيها هذا المادة المنشورة.

الجدول رقم (07): إجمالي تكرارات ونسب طبيعة المنشورات في الصفحة المشكَّلة لعينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة المنشورات
47.01%	346	صورة مرفقة بنص
36.68%	270	نص فقط
10.05%	74	فيديو مرفق بنص
4.35%	32	فيديو فقط
1.90%	14	صورة فقط
100%	736	المجموع

يمثل هذا الجدول إجمالي تكرارات ونسب لطبيعة المنشورات في الصفحة المشكَّلة لعينة الدراسة، وهي القوالب أو الأشكال الفنية التي قدمت بها هذه المضامين أو المنشورات، وقد جاءت نتائج هذا الجدول على النحو التالي:

• المنشورات أو المضامين التي هي عبارة عن (صورة مرفقة بنص) احتلت الترتيب الأول، وذلك بعدد تكراري **346** منشور، ونسبة تقدر ب **47.01%**، ومبررات هذا الترتيب يمكن أن يفسر على عدة نقاط نذكر منها:

• أهمية ومكانة الصور الإدراكية (كما سماها توماس ميتشل في مجلة **JSTOR** أثناء تعريفه لمصطلح الصورة (العجال، 2021، صفحة 09)، والتي هي نظامٌ بصري ثابت لدى المتلقين من مستخدمي الوسائط الإلكترونية، وبالتالي تأثيراتها تكون قوية على مختلف أفكار وآراء الجمهور.

✓ . عادة ما تكوّن الصور النمطية ذي الصبغة الإخبارية المرفقة بنص، وسيلة إغرائية تُستخدم نحو جذب المتلقي، وبالتالي التأثير على المستوى الوجداني والعاطفي لدى المستخدمين يكون بدرجة أكبر، وهنا يقول نصير بوعلي في وصفه لهذا التعبير " يعتبر هذا العصر عصر الصورة بلا منازع، والتي أضحت تلعب فيه دورا خطيرا، وبالغ الأهمية في إيصال المعلومات وتأويل مضامينها" (بوعلي، 2013)، وهو ما يبرز أهمية الصورة في النظام الاتصالي، خاصة في عصر التحول الرقمي، الذي يمتاز بالانفتاح والتعقيد في الآن ذاته.

✓ . سهولة صناعة الصور التي تخضع للتعديل بعيدا عن صورتها الأصلية أو كما هو معروف بتقنيات الفوتو شوب، والتي باتت وسيلة متاحة تستخدم في صناعة الأخبار الكاذبة، خاصة عبر وسائل وشبكات التواصل الاجتماعي، وهي في مقابل ذلك تدليل لواقع مفرّك، يعتمد على الصورة كمدخل مؤثر على المتلقين، من مستخدمي وجمهور مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.

• المنشورات أو المضامين التي هي عبارة عن (نص فقط)، احتلت الترتيب الثاني، وذلك بعدد تكراري 270 منشور، ونسبة

تقدر ب **36.68%**، ومبررات هذا الترتيب يمكن أن تفسر على النحو التالي نذكر منها:

✓ . يعتبر النص دليلا معرفيا للمستخدم، مما يجعل الإطار المعلوماتي أكثر قدرة على التأثير على جمهور مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، فالنصوص لها الكثير من المحددات التي تعمل على بلورة مجمل الأفكار والمعلومات، التي تجعل من المادة المنشورة في نظر المستخدم أكثر كفاءة.

✓ . الظرف السياسي الذي عاشه البلد من حراك شعبي، وكذا التغييرات الجيوسياسية التي أعقبت مساعي التحول الديمقراطي، جعل من توظيف النصوص المجردة من الصور وسيلة متاحة، خاصة أن الأمر يتعلق بأخبار تفتقد للموثوقية، وهي في الأساس أخبارا كاذبة.

• المنشورات أو المضامين التي هي عبارة عن (فيديو مرفق بنص) (الذي هو عبارة عن تقنية تمر عبر مراحل: التقاط ثم

تسجيل ومعالجة، بعدها تنتج لنا في الأخير مشهدا متحركاً)، احتلت الترتيب الثالث، وذلك بعدد تكراري 74 منشور، ونسبة تقدر

ب **10.05%**، ومبررات هذا الترتيب يمكن أن يفسر على النحو التالي:

✓ . توظيف الفيديوهات المصورة مادة تتجدد، وبالتالي هي تعمل من أجل تحقيق مآرب معينة تحدها أجندة القائم بالاتصال،

كما تعتبر تقنية الفيديو أكثر تفاعلية، لكونها صورة بصرية متحركة وتأثيراتها متوقعة.

✓ . يعتبر الفيديو بدون إشارة أو إرفاق نصي، مجالاً للتأويلات أمام مستخدمي ومتلقي هذه المضامين، مما يعطي للمنشور قيمة

تفاضلية قابلة للتلاعب وتوظيفه ضمن سياقات مجهولة.

✓ . تضمين الفيديوهات في شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي، يملي ويعطي إشارات على إهتمام الجمهور بهذه التقنية، وهو

ما يُفسر بالمكانة التي أخذتها تقنية الفيديو عبر هذه الوسائط.

* المبحث الثاني: عرض معطيات الدراسة التحليلية من حيث المضمون *

أ. عرض وتحليل معطيات الجزء الثابت.

الجدول رقم (08): إجمالي التكرار ونسب نوع القضايا المنشورة في الصفحة عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة نوع القضايا المنشورة
52.84%	437	قضايا سياسية
16.81%	139	قضايا اجتماعية
11.85%	98	قضايا ثقافية ودينية
7.37%	61	قضايا أمنية
5.93%	49	قضايا إقتصادية
5.20%	43	قضايا أخرى متنوعة
100%	827	المجموع

يشير هذا الجدول إلى إجمالي نوع القضايا المنشورة في صفحة **Fake news DZ** المشكّلة لعينة الدراسة، ويعتبر تضمين نوع القضايا في تحليل مضامين شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي في هذه الدراسة أمراً في غاية الأهمية، حيث تتضح لدى الباحث عن أكثر نوع القضايا التي تتبناها وتنشرها هذه الوسائط الإلكترونية، وفي ذات السياق (تداخلت مضامين هذه المنشورات، في أن أخذت أكثر من بعد أو نوع قضايا)، وهو ما يتوضح لنا من خلال تفرغ وقراءة نتائج هذا الجدول، والتي جاءت وفق ما يلي:

• جاء في الترتيب الأول من مجموع المضامين المنشورة في صفحة **Fake news DZ** (قضايا ذات طابع سياسي)،

بعدد تكراري 437 وبنسبة مئوية 52.84%، ويُبرّر تبني هذا النوع من القضايا عبر هذه الوسائط الإلكترونية، إلى عدة معطيات

أو ظروف، تضع المنشورات ذات الصبغة السياسية في هذا الترتيب، وفي هذا السياق يمكن أن نسد هذا التوقع إلى هذه العوامل:

✓ . إنتشار استخدام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي لدى الأفراد، خاصة في السنوات الأخيرة، وتزامن ذلك مع ظهور وتنامي نشاط تطبيقات جديدة كوتساب وتيك توك... الخ.

✓ . الإغلاق الإعلامي في القطاع السمعي البصري العمومي اتجاه معالجة مختلف القضايا، وكذا حالة الركود السياسي التي

صنعت مشهد البلد طيلة سنوات، وانعكاساته على واقع الحياة السياسية والإعلامية.

✓ . الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر بداية شهر فيفري من العام 2019، و الذي شكّلت فيه مواقع التواصل الاجتماعي فضاء أو مجالا لنشر وتداول وكذا معالجة قضايا الحراك الشعبي، أين مثل أجنحة جديدة لهذه الوسائط الإلكترونية عبر إثارة هذا المستجد الإدراكي، وهذا ما أشار إليه ستيفن بترسون (Stephen batrson) في شرحه لعملية وضع الأجنحة في الإعلام، حين قال بأنها: العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور، من خلال إثارة انتباههم لتلك القضايا، بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجدتكم، وأن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ويتعرض لها، سوف يكتيف إدراكه، وفقا للأهمية المنسوبة لتلك الوسيلة وموضوعاتها (حسونة، 2015)، كذلك تتفق هذه مع ما قدمه والتر ليبمان Lippman عام 1922 في كتابه "الرأي العام"، والذي إعتبر فيه أن وسائل الإعلام في كثير من الأحيان تقدم لنا بيانات زائفة في عقول الجماهير، كما تعمل هذه الوسائل على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تم المجتمع (Guo & Maxwell, 2011).

• احتلت (القضايا الاجتماعية)، الترتيب الثاني من المجموع الكلي للمنشورات في صفحة فايف نيوز ديزاد، وذلك بعدد تكراري 139 منشور كاذب وبنسبة مئوية 16.81%، ويمكن أن يستند تبرير تموقع المنشورات ذات الطابع الاجتماعي عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بهذا الترتيب بصفة عامة إلى المعطيات التالية:

✓ . السياقات الاتصالية ذات الطابع الاجتماعي التي توفرها هذه الوسائط الرقمية، هي التي أتاحت لمستخدميها المجال لنشر وتبادل مختلف التجارب الحياتية التي تحدث في المجتمع (عرض لمختلف الأحداث في المجتمع من مشكلات اجتماعية)، وهو ما يتطابق مع تسمية هذه الوسائل التي هي وسائل للتواصل الاجتماعي بالأساس.

✓ . الاستقلالية التي تتمتع بها مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، والتي منها تجاوز كل مظاهر الخوف والاستبداد المجتمعي إتجاه بعض القضايا، التي تصنف ضمن القضايا الممنوعة أو كما يعرف بالطابو، والتي لا يمكن تناولها أو إثارتها قبل ظهور هذه الوسائط.

✓ . مشاركة الفرد الجزائري لمختلف القضايا ذات الطابع الاجتماعي، وتضمنيها عبر هذه الوسائط، لتحقيق ما يعرف بفضيلة التضامن المجتمعي، ويعتبر هذا السلوك نتيجة لتراكمات وترسبات نفسية قبلية بالدرجة الأولى (مخلفات العشرية السوداء في تسعينيات القرن الماضي، وما ترتب عنها من أحداث أليمة من قتل وتنكيل وتشريد... الخ).

• جاء توظيف الاخبار ذات (البعد الثقافي والديني) في الترتيب الثالث من مجموع القضايا التي تضمنتها الصفحة، وذلك بعدد

تكراري ل 98 منشور كاذب، وبنسبة تقدر بـ 11.85%، وقد جاء توظيف هذا النوع من المضامين تبعا للمعطيات التالية:

✓ . خصوصية مواقع التواصل الاجتماعي، فرضت هذا التنوع في المضامين، لكونها فضاءات تتغذى وفق المستجد من

الأحداث، وبالتالي كان هذا التوقع في هذا النوع من المنشورات مبرر إلى حد ما.

✓ . إنعكاسات الحدث السياسي المتمثل في الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر، رمى بثقله على المشهد الثقافي بالخصوص،

وعليه كان تناول قضايا إلتصقت بشخصيات مثّلت نقطة إستهداف لحياتهم الشخصية والمهنية عبر إنتاج أخبار كاذبة.

• جاءت المضامين والمنشورات التي تحمل (الطابع الأمني) في الترتيب الرابع بعدد تكراري ل 61 خبر كاذب وبنسبة مئوية

7.37%، ويرجع تناول القضايا الأمنية عبر هذه الوسائط إلى عدة أسباب وظروف نجملها في النقاط التالية:

✓ . الوضع السياسي الذي يعيشه البلد، رمى بثقله على الجانب الأمني، وكذا خصوصية النظام السياسي مع المؤسسة الأمنية،

كجهاز يعمل على الحفاظ على السلم والأمن في البلد، ما جعل إستهداف هذا الجهاز أمرا متوقعا للأخبار الكاذبة.

✓ . مكانة المنشورات ذات الطابع الأمني، والتي تمثل هدفا مهماً للقائم بالفبركة، وما قد يشكّله من تداعيات خطيرة في المعادلة

السياسية والأمنية.

✓ . بروز شخصيات في أعلى هرم المؤسسة الأمنية، والتي ارتقت وتصدّرت المشهد الإعلامي طيلة فترة الحراك الشعبي، ما شكّل

مجالا لاستهدافهم من طرف صانعي الأخبار الكاذبة.

• جاء ترتيب (القضايا الاقتصادية) في الترتيب الخامس، بعدد تكراري 49 خبر كاذب، أي بنسبة تقدر بـ 5.93%

من مجموع نوع القضايا التي جرى توظيفها في صفحة فايبك نيوز ديزاد، بعدد ويمكن تفسير تضمين هذا النوع من القضايا في مواقع

وشبكات التواصل الاجتماعي ضمن النقاط التالية:

✓ . تبعات ومخرجات الحراك الشعبي على الوضعية الاقتصادية للبلد، أنتج مضامين كاذبة تعمل على استهداف شخصيات

إقتصادية، وشركات ذات صمعة في مجال المال والأعمال.

✓ . تعتبر صناعة أخبار كاذبة حول القضايا الاقتصادية، أحد الإستراتيجيات التي يعتمد عليها صانعو هذه الأخبار، لما لها من

منعكسات على الحياة الاجتماعية..

✓ . الفضائح المالية التي شكَّلت فيها الأرقام الضخمة من تبيعات الإختلاس والفساد المالي، والتي فتحت مجالا لتأويلها لتداول أخبار كاذبة حول هذه الفضائح.

الجدول رقم (09): إجمالي التكرار ونسب الموضوعات المتعلقة بأخبار الحراك الشعبي في الصفحة عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	الموضوعات المتعلقة بأخبار الحراك الشعبي
6.1%	37	أخبار كاذبة ضد المسيرات الشعبية
9.33%	57	أخبار كاذبة تثني على المسيرات
20.62%	126	أخبار كاذبة تستهدف شخصيات وطنية
11.62%	71	أخبار كاذبة ضد النظام السياسي
10.80%	66	أخبار كاذبة تثني على المؤسسة العسكرية
7.53%	46	أخبار كاذبة ضد المؤسسة العسكرية
5.1%	31	أخبار كاذبة حول منطقة القبائل
8.84%	54	أخبار كاذبة تتعلق بعناصر الهوية الوطنية
5.40%	33	أخبار كاذبة حول الانتخابات ورئيس الجمهورية عبد المجيد تبون
14.73%	90	أخبار كاذبة حول العلاقات الفرنسية الجزائرية
100%	611	المجموع

يوضح لنا هذا الجدول أهم الموضوعات التي تعنى بقضايا الحراك الشعبي، والتي جرى تناولها في صفحة **Fake news**

DZ، وقد شكَّلت هذه الموضوعات بتنوعها زخما إخباريا هائلا، وهو ما يعود إلى الظروف التي برزت فيها الأحداث التي ميزت هذه الفترة، فالباحث رأى في تحديد هذه الموضوعات، منطلقا يتجلى في سياق الأحداث الأكثر تناولا، وبتفريغ معطيات هذا الجدول اتضح لدينا المعطيات التالية:

• تصدّرت الاخبار الكاذبة التي إستهدفت (شخصيات وطنية) ذات صمعة، قائمة الاخبار التي أشارت لها صفحة

Fake news DZ، التي تمثل ثقلا على المشهد السياسي والاجتماعي، وذلك بعدد تكراري ب **126** منشور كاذب، وبنسبة مئوية

ب **20.62%**، ويرجح هذا الاهتمام إلى مجموعة من المعطيات التالية نذكر منها:

✓ . عادة ما تكون الشخصيات الوطنية بإختلاف مواقعها ومجال إهتمامتها، جزءا من المشكلات ذات البعد السياسي والاقتصادي، وهو واقع الحال مع تطابق مع مخرجات الحراك الشعبي في الجزائر، أين شكّلت موجات الغضب الشعبي لصانعي الاخبار الكاذبة، سهما صائبا وفرصة لنشر هذه الاخبار.

✓ . منحت البيئة الرقمية مساحة حرة لدوائر صناعة الاخبار الكاذبة، عبر ممارسة ما يسمى بالانتقام السوري من تلك الشخصيات، فأعطت بذلك الفرصة لإبراز زوايا غائبة عن ذهن الجمهور أو الرأي العام، خاصة إن كانت هذه الشخصيات محل سخط شعبي، وهو ما إتضح من خلال سرد أخبار كاذبة، تستهدف شخصيات ثقيلة مثل: المهجوم على رئيس الحكومة الأسبق أحمد أويحي في أكثر من خبر كاذب.

• جاء في الترتيب الثاني من مجموع الاخبار الكاذبة، التي أشارت إليها صفحة عينة الدراسة، (أخبار كاذبة تتعلق بالعلاقات مع فرنسا)، وذلك بعدد تكراري 90 خبر كاذب، وبنسبة مئوية تقدر ب 14.73%، ويرجع تفسير التركيز على الاخبار المتعلقة بفرنسا إلى مجموعة من الأسباب نذكر منها:

✓ . الإرث التاريخي الذي يجمع فرنسا مع الجزائر (احتلال فرنسا للجزائر)، جعل من الدوائر الفرنسية لها امتدادات بما يجري من مستجدات، خاصة أن الامر يتعلق بحالة سياسية استثنائية يمر بها البلد، والتي ترتبط بالاحتجاجات الشعبية.

✓ . حالة السخط والغضب الشعبي إتجاه ماضي فرنسا الاستعماري، منح فرصا مناسبة لنشر أخبار كاذبة، تتعلق بتدخل اللوبي الفرنسي في مستجدات وتطورات الحراك الشعبي، وهو ما مثّل وأعطى مساحة واسعة، لتوسيع رقعة هذه الاخبار عبر مختلف المواقع والمنصات التي تهتم ما الحراك الشعبي.

✓ . طبيعة العلاقات المتميزة التي جمعت شخصيات في أعلى هرم السلطة مع فرنسا، جعلت من ارتفاع نسق الاهتمام الشعبي بهذا النوع من الاخبار الكاذبة، وإصاق ما تضمّنته هذه الاخبار كإشارة واضحة، لتقبل هذه المضامين دونما التحقق من مصداقيتها.

• تموّعت الأخبار المتعلقة ب (أخبار كاذبة ضد النظام السياسي) في الترتيب الثالث، وذلك بعدد تكراري 71 منشور كاذب، أي بنسبة مئوية تقدر ب 11.62%، من المجموع الكلي للأخبار التي أشارت لها صفحة **Fake news DZ**، ويمكن في هذا السياق أن نشير إلى مجموعة من الظروف والأسباب، التي منحت لدوائر صناعة الاخبار الكاذبة إلى إستهداف النظام السياسي في الجزائر:

- ✓ . السخط والغضب الشعبي إتجاه السلطة السياسية، رمى بثقله، وفتح الباب واسعا لصناعة أخبار كاذبة تتناول مختلف الممارسات والفضائح التي تطال عددا من دوائر السلطة، وكذا المؤسسات الرسمية السيادية، وهي أحد أهم الأسباب الذي شجعت على إنتشار هذا النوع من القضايا عبر مختلف الوسائط الإلكترونية، خاصة عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك.
- ✓ . أضاف التحرر من مظاهر الخوف الذي خلفه الحراك الشعبي، والذي دفع بالكثير من مستخدمي مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، إلى ملئ هذا الفراغ بالأخبار التي تهاجم السلطة السياسية، ونظام الحكم.
- ✓ . شكّل الغضب الشعبي على النظام السياسي، فرصة للأيدي الخارجية، بأن أطلقت حزمة للأخبار الكاذبة، والتي عادة ما تتضمن الدعوة إلى التشكيك في قدرات السلطة السياسية، والدولة ومقوماتها، خاصة بنشاط ما يعرف بالذباب الالكتروني الذي تموله جهات مجهولة.

• في حين إحتلت المضامين التي (تثني على المؤسسة الأمنية والعسكرية)، على الترتيب الرابع، وذلك بعدد تكراري 66 خبر كاذب، أي بنسبة مئوية تقدر ب 10.80%، ويعتبر تداول هذه القضايا عبر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي إلى عدة أسباب نذكر منها:

- ✓ . العقيدة التي تربط الشعب الجزائري بالمؤسسة العسكرية، جعل من الاخبار التي تشيد بالمؤسسة الأمنية، تلقى إشادة شعبية على الرغم من عدم مصدقياتها بإعتبارها أخبار كاذبة، وتطورت هذه العلاقة، خاصة بعد الموقف المشرف للمؤسسة العسكرية، إتجاه المطالب الشعبية التي نادى بها الحراك.
- ✓ . الرد على الهجوم الالكتروني الذي تتعرض له مختلف المؤسسات الأمنية، جعل بعض مستخدمي هذه المواقع والمنصات، يطلقون أخبار كاذبة معاكسة تشيد بمجهودات المؤسسة العسكرية، ومثال هذه الاخبار، أخبار تروج لدخول الجيش الجزائري في شراكات وتكتلات مع قوى عسكرية إقليمية، وامتلاك الجيش الجزائري لأسلحة فتاكة منفردة.

• جاءت (الاخبار الكاذبة التي تثني أو تدعم المسيرات الشعبية) في الترتيب الخامس من مجموع المضامين التي أشارت إليها الصفحة، وذلك بعدد تكراري 57 خبر كاذب، أي بنسبة مئوية حددت ب 9.33%، ويمكن في هذا السياق الإشارة إلى مجموعة من الأسباب التي جعلت من موضوع دعم المسيرات الشعبية محل إستهداف للأخبار الكاذبة:

✓ . غياب أو تغييب الإعلام الرسمي على التغطية المهنية لتطورات الحراك الشعبي، جعل التغطية الإعلامية تنتقل من هذه الدوائر الرسمية، إلى فضاءات وسائل التواصل الاجتماعي، مما فتح المجال لتنامي نشاط الأخبار الكاذبة التي تدعم الحراك الشعبي، ومن أمثلة هذه الأخبار، إعادة تضمين صور وفيديوهات قديمة على أساس أنها حديثة ومستجدة.

✓ . حملات التضيق على الحراك الشعبي من طرف السلطة، دفع بعض مستخدمي مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي إلى ترويج أخبار كاذبة، تثير عاطفة الجمهور، قصد كسر مظاهر الخوف كشكل من أشكال التعبئة النفسية، ومن أمثلة ذلك بث صور مفبركة حول تدخل أعوان الأمن في ممارسة العنف ضد المحتجين.

• في الترتيب السادس جاءت (الأخبار التي تتعلق بالهوية الوطنية)، بعدد تكراري 54 خبر كاذب، أي بنسبة مئوية تقدر ب 8.84% من مجموع الاخبار التي تضمنتها صفحة فايف نيوز ديزاد، ويرجع تناول مثل هذه المواضيع التي تستهدف مكونات الشخصية الجزائرية إلى العناصر التالية:

✓ . يعتبر الانغماس في هذه المواضيع، مادة دسمة بتضمين أخبار كاذبة حول عناصر الهوية الوطنية أبرزها اللغة، وهو ما أشارت له الصفحة من خلال المنشورات التي تشك في تاريخ الامة، والتي تبعث برسائل مبطنّة حول ان الجزائر بلد لا ينتمي إلى الامة العربية، وتتطابق هذه الرؤية مع توصل إليه رزيق رابع في دراسته الموسومة ب" الأبعاد الثقافية للحراك الشعبي في الجزائر"، عندما أشار بالحديث عن الهوية، وإرتباطه بالعنف، حيث يتم إستغلال مواقع التواصل الاجتماعي والمنابر الإعلامية، عبر تغذية الإستقطابات السياسية والإيديولوجية من خلال بما سمّاها "بالمزايدة الوطنية" (رزيق، 2021، صفحة 86).

✓ . التحرر الفكري الذي أبان عليه الحراك، دفع بالكثير من الدوائر على إستغلال حالة الفوضى التي يمر بها البلد، والاستثمار بإطلاق حزمة من الاخبار الكاذبة التي تستهدف الوحدة الترابية، وهو ما لوحظ من خلال ما تضمّنته مختلف المنشورات التحريضية التي تحتويها مختلف شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (10): إجمالي تكرار ونسب الموضوعات المتناولة حسب الشهر أثناء فترة الحراك الشعبي في الصفحة المشكّلة لعينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	موضوعات الأخبار الكاذبة المتناولة حسب الشهر
7.74%	57	شهر أفريل 2019
4.89%	36	شهر ماي 2019
6.11%	45	شهر جوان 2019
9.51%	70	شهر جويلية 2019
14.27%	105	شهر أوت 2019
11.82%	87	شهر سبتمبر 2019
5.57%	41	شهر أكتوبر 2019
9.92%	73	شهر نوفمبر 2019
16.30%	120	شهر ديسمبر 2019
8.66%	63	شهر جانفي 2020
2.58%	19	شهر فيفري 2020
2.72%	20	شهر مارس 2020
100%	736	المجموع

يبين لنا الجدول ترتيب الموضوعات التي جرى تناولها حسب الشهر، ويعتبر ترتيب الموضوعات حسب المعدل الشهري، مؤشرا يضعنا حول أكثر الفترات التي شهد فيها توظيف وتضمين الأخبار الكاذبة، ومنها سيتم تحديد الأسباب والظروف التي أدت إلى ارتفاع نسق توظيف هذه الأخبار، وبتفريغ معطيات ونتائج هذا الجدول سجلنا التالي:

• تُظهر لنا نتائج هذا الجدول أن الأشهر الأولى من تأسيس الصفحة، حاول القائمين على هذه الصفحة تجميع أهم الأخبار الكاذبة، وتحديد خلفياتها والكشف عنها، وكذا الإشارة إلى مصادر وحقيقة هذه الأخبار، بالإضافة إلى كون هذه الأخبار ظاهرة بدأت كصناعة إتصالية في أوساط الحراك الشعبي بشكل ضعيف، وهو ما يفسر هذه النسبة، كما نلاحظ أن شهر (أوت) شهد ارتفاعا ملحوظا تجاوز 100 منشور كاذب أشارت له الصفحة، ويمكن أن يُعاز هذا الارتفاع في هذا الشهر وفق الأسباب التالية:

✓ . ارتفاع سقف مطالب الحراك الشعبي من حيث قائمة المطالب الشعبية، والتي ظهرت في الشعارات التي رفعتها الجماهير في

مختلف الساحات العمومية، والتي تؤثر على ارتفاع توظيف الأخبار الكاذبة في هذا الظرف وفق هذه المعطيات والتطورات.

✓ . إتساع حدة الحراك الشعبي، بأن تم الإتفاق على جعل يوم الثلاثاء من كل أسبوع حراك خاص بالطلبة الجامعيين، وهو مؤشر جد هام، يدل على أن الحراك الشعبي ظاهرة ترتفع بشكل يومي، وهو ما يفسر إقدام القائمين على عمليات نشر الأخبار الكاذبة على هذا الفعل، خاصة أن الفئة المثقفة أو النخبة في الجزائر، تعتمد على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي كمصادر مهمة لإستقاء الأخبار المتعلقة بالحراك الشعبي، وهو ما يتوافق ما تعتقده نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، هو أن وسائل الإعلام، الأكثر جماهيرية، هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات، ويحدث الغموض حين تكون هذه المعلومات غير مكتملة أو يكتنفها الغموض أو التضارب (مكاوي و ليلي حسين السيد، 2006).

✓ . حملة الاعتقالات التي طالت الشخصيات السياسية، أبرزها رئيسي الوزراء السابقين عبد المالك سلال وأحمد وأويحي، جعلت من بعض الصفحات الناشطة عبر موقع فيسبوك إلى التعمد في نشر أخبار كاذبة ضد هذه الشخصيات، والتنمر عليها بشكل ساخر، وهو ما شكّل في الأخير صدى واسعا في أوساط جمهور مستخدمي هذه المواقع والشبكات، لما شكّلته هذه الشخصيات من خلفيات قبلية بعلامات التذمر التي تكوّنت لدى الجمهور، ويتطابق هذا التفسير ما توصل إليه نصر الدين لعياضي، في دراسته "علة الأخبار في الحراك الشعبي الجزائري"، عندما تحدث عن الأخبار المزيفة التي طالت أعضاء الحكومة الحالية المغضوب عليها، و قادة الحراك الشعبي، والتي إستعانت بصور تم التلاعب بها ب (الفوتو شوب)، قصد النيل من شرفهم وسمعتهم (لعياضي، علة الأخبار الكاذبة في الحراك الشعبي الجزائري، 2019).

✓ . المبادرات السياسية التي دعت إليها بعض الأطراف لحلحلة الأزمة السياسية، أهما بما عرف بلجنة الحوار والوساطة، دفعت وحزكت بعض الدوائر المجهولة إلى توسيع نشاط عمليات الفبركة والأخبار الكاذبة، قصد كبح هذه المبادرات، وجعل البلد في حالة من اللاستقرار والفوضى، وهو ما تسعى إليه هذه الصناعة الاتصالية.

• شهد شهر (ديسمبر) كأكثر الفترات التي إنتشرت فيها الاخبار الكاذبة، وذلك بعدد تكراري ل 120 منشور كاذب، وبنسبة مئوية تقدر ب %16.30، وهو أعلى معدل تضمين للأخبار الكاذبة من بين جميع الفترات أو الأشهر الاخرى، ويعود تفسير هذا المعدل إلى توفر مجموعة من العوامل والأحداث التي ساهمت في هذا الارتفاع نذكر منها:

✓ . حملات مقاطعة الانتخابات التي تبنتها بعض الأوساط السياسية والشعبية، وتجلّى منطلق رفض الإنتخابات في اتجاه اخر هو مقاطعة أحزاب سياسية تقديم مرشحين عنها للإنتخابات، وتعلق الامر بالحزبين الاسلاميين(حركة مجتمع السلم، وجمعية العدالة والتنمية)، بالإضافة إلى شخصيات سياسية وطنية، على غرار مولود حمروش، وأحمد بن بيتور رئيسي الحكومة السابقين، ووزير

الخارجية السابق طالب الإبراهيمي (قندوز و مبطوش، 2021، صفحة 77)، حيث تم إستغلالها من طرف دوائر مجهولة، والتي هي تنشيط عبر مختلف الشبكات والمنصات، و يكون ذلك عبر الهجوم على الشخصيات التي تقدمت لهذا الإستحقاق الانتخابي، بواسطة عرض صور مفبركة وأخبار كاذبة تستهدف مساهمهم السياسي وحياتهم الشخصية، وهو ما أشارت له صفحة

.Fake news DZ

✓ . انطلاق التصويت لاختيار منصب رئيس الجمهورية، رافقته حملات إعلامية إستهدف السير العادي لهذه الانتخابات، وذلك بإطلاق لزمة من الأخبار الكاذبة، كأحد أهم الإستراتيجيات التي من شأنها ضرب الاستقرار السياسي، وزرع الشك في المتلقين لهذه الأخبار الكاذبة، و هذا ما أشارت إليه تقريبا إفتراضات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، أنه يحدث الغموض، حينما تكون هذه المعلومات غير مكتملة أو يكتنفها الغموض أو التضارب (مكاوي و ليلي حسين السيد، 2006)، وهو ما يطابق واقع ما شهده البلد من تطورات الحدث الانتخابي، الذين تميز بالضبابية، وحالة من الفتور والتخوف الذي ظهرت تجلياته، وهو عبر التفاعل مع مخزجات هذه الحالة السياسية التي يمر بها البلد.

✓ . وفاة قائد أركان الجيش الشعبي الوطني الراحل احمد قايد صالح، فتح المجال واسعا للتأويلات للقائمين على نشر الاخبار الكاذبة، خاصة أن هذه الشخصية تحضى بإحترام شريحة كبيرة من الجمهور، فالكثير من هذه الاخبار كانت تمدح هذه الشخصية، ومن هذه الاخبار ان صورة هذا الشخصية العسكرية صنفت كأكثر الترنندات (Trend)، التي تصدرت مختلف شبكات ومنصات التواصل الاجتماعي، وكذا حملات التشويه التي طالت هذه الشخصية.

تراجع رصد صفحة فابيك نيوز لمعدل نشر الأخبار الكاذبة، خلال أشهر (جانفي وفبري ومارس)، إلى ما كان عليه الوضع قبل ما يقارب العام، أي فترة تأسيس الصفحة، ويفسر هذا التراجع وفق العوامل التالية:

✓ . تداعيات إنتشار وباء كورونا في العالم، رمى بثقله على المشهد السياسي بالجزائر، أين سجل تراجع أداء الحراك الشعبي، وهو ما ظهر بعد ذلك على أرض الواقع، أين أخذ هذا الوباء تغطية إعلامية من مختلف وسائل الإعلام العالمية، واتجهت بذلك وسائل الإعلام المحلية إلى تغطية هذا العارض الصحي الذي غزى العالم، حتى أن وسائل التواصل الاجتماعي، صوّبت اهتمامها للانتشار السريع لهذا الوباء، وتوافقت المكونات السياسية والمدنية للحراك الشعبي في الجزائر على تعليق مؤقت للتظاهرات الشعبية والاحتجاجات للمرة الأولى منذ 22 فبراير/شباط 2019، على خلفية المخاوف من انتشار وباء كورونا في البلاد (لحياني، 2020).

✓ . القرار الذي تبنته السلطات العمومية بإعلان حالة الطوارئ، الذي تمثّل في غلق لجميع المرافق التربوية والتعليمية، وحضر أي تجمعات للأشخاص، إنعكس على مجالات الاهتمام لقضايا الحراك الشعبي، وتباطؤ بذلك حدة إنتاج الأخبار الكاذبة.

الجدول رقم (11): إجمالي تكرار ونسب مصادر الأخبار الكاذبة التي أشارت إليها الصفحة عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	مصادر الأخبار الكاذبة
55.37%	330	صفحات عامة ناشطة على موقع فيسبوك
29.19%	174	مواقع إلكترونية ومواقع إلكترونية شخصية.
11.58%	69	قنوات تلفزيونية
1.68%	10	وسائل إعلام أجنبية
2.18%	13	بيان
100%	596	المجموع

يوضح لنا هذا الجدول مصادر الأخبار الكاذبة التي أشارت إليها صفحة **Fake news DZ**، أي الصفحات السبّاقة التي نشرت الخبر أو المضامين الإخبارية، أو تلك التي أعادت نشرها، وبالتالي تكون الصفحة قد كشفت عن المصادر التي نقلت أو تبنت هذه الأخبار على صفحاتها أو مواقعها، وبتفريغ نتائج هذا الجدول اتضحت لنا هذه المعطيات:

• جاء في الترتيب الأول من مجموع المصادر التي نشرت أخبارا كاذبة، والتي رصدت وتناولت حيثياتها صفحة **Fake news DZ**، هي (صفحات ناشطة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك)، وذلك بعدد تكراري ب **330** مصدر، أي بنسبة مئوية تقدر ب **35.77%**، من مجموع المصادر الاخبار التي رصدها الصفحة ويمكن أن نحصر ونعدّد بعضا من العوامل التي جعلت من صفحات وشبكات التواصل الاجتماعي وعاءاً إلكترونيا لنشر الأخبار الكاذبة:

✓ . غياب آليات الرقابة على المضامين والمنشورات على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في عمومها، تحت طائل أن هذه الفضاءات، فضاءات تمارس فيها حرية نشر وتبادل المعلومات بدون قيد أو شرط، ويصف ياس خضير البياتي في تفسيره لعلاقة الوسيلة بالجمهور عموما: بأنها هي اعتماد الجمهور على معلومات وسائل الإعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة (البياتي، 2014)، وهو ما شجع على الإنتشار الواسع للأخبار الكاذبة.

✓ . خصوصية الظرف السياسي الذي يعيشه البلد من حراك شعبي، وحالة الضبابية التي تسود وتصنع المشهد، خاصة على مستوى التغطية الإعلامية، مثل هشاشة الوضعية السياسية، وبيئة مناسبة لنشر أخبار تفتقد للموثوقية قائمة على عمليات الفبركة.

✓ . طابع الجماهيرية الذي تحضى بها مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي، باعتبارها وسائل إعلام تحصى مليارات المستخدمين، جعلها من الوسائل الجماهيرية الأكثر تأثيراً، وهو ما يطابق واقع الحال حول أكثر المواقع إستخداماً في الجزائر (الشروق أولاً، 2021).

✓ . الانتقائية التي تتميز بها الصفحات الفيسبوكية الكبرى، والتي تحمل أسماء مستوحاة من الحراك الشعبي في الجزائر، جذب لها المتابعة الجماهيرية، كونها في نظر الكثيرين من مخرجات التحرر من مظاهر الخوف والإغلاق الذي ساد المشهد الإعلامي لسنوات، أمام اتساع الضغط وتصاعد وتيرة الحراك، خصوصاً مع وجود الإعلام البديل، الذي تمكن من تعبئة الشارع بطريقة عجزت عن كسرهما كل أدوات السلطة (موقع TRT عربي، 2022)، وهو ما شكّل فرصاً كبيرة في طرح هذه الأخبار بكل سهولة، أمام حالة الغضب التي تصنع يوميات الحراك الشعبي.

• عن المصادر التي نشرت الأخبار الكاذبة التي رصدتها صفحة **Fake news DZ**، جاءت (مواقع إلكترونية أو مواقع إلكترونية شخصية) في الترتيب الثاني، بعدد تكراري 174 مصدر، أي ما يقابله من النسبة المئوية 29.19%، ويفسر نشر هذه الأخبار على هذه المواقع والمنصات إلى عدة مؤشرات تتعلق:

✓ . هامش الحرية في نشر مختلف المضامين، أتاح للمستخدمين نشر أخبار غير موثوق بها، لتحقيق مآرب ومقاصد مادية، أو جلب أكثر المتابعات بغية تحقيق الشهرة.

✓ . الشعور بالإقصاء والتراكمات السياسية والاجتماعية القبلية، شجّع هذه الصفحات على ممارسة أيديولوجياتها، وإبداء تضامن سياسي مع جهة معينة ضد جهة أخرى، ويكون ذلك عن طريق نشر أخبار كاذبة، قد تكون ضد شخصيات أو هيئات، وهو ما نسميه بالخصم السياسي.

• جاء في الترتيب الثالث من مصادر الأخبار الكاذبة، الذي أشارت إليه صفحة **Fake news DZ**، (قنوات تلفزيونية)، وذلك بعدد تكراري يقدر ب 69 مصدر، ونسبة مئوية تساوي 11.58% من مجموع المصادر التي رصدتها الصفحة، ويمكن في هذا السياق تفسير هذه الترتيب، الذي جعل من القنوات التلفزيونية وعاء لنشر الأخبار الكاذبة، وهو تحرر الاعلام المرئي

سواء الخاص أو الرسمي أثناء فترة الحراك الشعبي، جعل من الوقوع في نشر أخبار غير مؤكدة أمر ملاحظا، وهو ما يؤشر على وجود حالة من الضبابية التي تسود المشهد السياسي، والتي رمت بثقلها على المضامين التي تنشرها هذه الوسائل، خاصة في الاخبار التي تمثل أهمية في المعادلة السياسية، والتي عادة ما تتعلق بالشخصيات الوطنية والمؤسسات الرسمية، ويعتبر هذا مؤشر خطير دالاً أن ظاهرة الاخبار الكاذبة ليست صناعة إتصالية تنطلق من سياق الوسائط الالكترونية الجديدة، بل ظاهرة منتشرة حتى عبر وسائل الاعلام التقليدية كالتلفزيونية الفضائية.

• جاء في الترتيب الرابع من مصادر الأخبار الكاذبة الذي أشارت إليه صفحة **Fake news DZ**، (وسائل إعلام

أجنبية)، ب 13 مصدر، أي ما يمثل نسبة 2.18%، ومن هنا تتضح لدى الباحث تواجد هذه المصادر في سياق وفي ظروف يمر بها البلد، ومن هذه المعطيات، هو الاهتمام الذي أبدته وسائل الإعلام الأجنبية بالشأن الجزائري، والذي يرجع إلى ما يمثله البلد من ثقل إقليمي وأهمية جيو سياسية في المنطقة، وأهمية هذا البلد الذي ينظر إليه كعامل استقرار في المنطقة، بالإضافة إلى أهم عامل يجعل من توظيف أخبار كاذبة مدروسة، وهو وجود دوائر أجنبية تعمل وفق أجندة عدائية للجزائر، وهي بالتالي تنفذ إستراتيجياتها عبر وسائل الإعلام بطريقة مضادة، خاصة أن البلد على أعتاب تحول في المشهد السياسي.

الجدول رقم (12): إجمالي تكرار ونسب فئة الإستمالات المستخدمة في المنشورات الكاذبة، التي أشارت إليها الصفحة عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	نوع الاستمالة المستخدمة في المنشورات
08.28%	61	إستمالة عقلية
91.72%	675	إستمالة عاطفية
00%	00	أخرى
100%	736	المجموع

يضعنا هذا الجدول أمام اختبار نوع الاستمالة المستخدمة للمنشورات المتضمنة في صفحة **Fake news DZ**، حيث يعتبر توظيف الاستمالة كمؤشر يجعل المتلقي، يتفاعل أو يكون على محك من الاستجابة الإيجابية مع المضامين التي يتلقاها، وهذا ما يسعى إلى تحقيقه المرسل أو القائم بالاتصال، وبتفريغ معطيات وتحليل نوع هذه الإستمالات، تبين لنا المعطيات التالية:

• احتل إستخدام (الإستمالة العاطفية) الترتيب الأول في المضامين التي تناولتها الصفحة بعدد تكراري 675، وبنسبة مئوية

تساوي 91.72%، وفي السياق سنحاول أن نقدم تفسيرات لإستخدام هذا النوع من الإستمالة في المضامين الإعلامية، خاصة

وأن هذه المضامين تصنف ضمن الأخبار الكاذبة:

✓ . إستخدام مداخل إقناعية يتطلب مخاطبة مشاعر المستخدمين، لكون هذه الأخبار تعتمد على قول عكس ما هو حقيقة

وواقع، فطبيعة الأخبار الكاذبة، لا تعتمد على معادلة عقلية بل خطاب عاطفي وجداني.

✓ . إستراتيجية الأخبار الكاذبة كصناعة إبداعية مبنية على الخداع المعلوماتي، تجعل من توظيف الإستمالة العاطفية أساس هذه

العملية، خاصة أن البيئة الرقمية تتيح حرية نشر المضامين، دونما مرورها على مقص الرقابة، وهو ما جرى توظيفه في الاخبار التي

تستهدف المسيرات الشعبية، وتوافق هذه النتائج إلى ما توصل إليها الباحثين: (Ghanem.Bilal) Paolo.russo

(Francisco.Rangel) في دراستهم الموسومة ب " التحليل العاطفي للمعلومات الكاذبة في وسائل التواصل

الاجتماعي والمقالات الإخبارية"، أين توصلوا إلى أن المعلومات الكاذبة، لها أنماط عاطفية مختلفة في كل نوع من أنواعها،

وتلعب العواطف دورا رئيسيا في خداع القارئ (Ghanem, Paolo, & Francisco, 2020).

✓ . الخصوصية التي فرضتها التحولات السياسية و الإجتماعية، وتوسع رقعة الإضطراب المعرفي، فتح الباب لممارسة هذا النوع

النزعي من الأخبار، أين نزع ثوب الحقيقة عنها، فتحول بذلك الخطاب الإعلامي إلى خطاب يستهدف مشاعر الخوف

والترهيب، و في بعض المواضع والقضايا يستهدف مشاعر التضامن و الإستعفاف، فالغموض يزداد حين تقدم وسائل الإعلام

معلومات غير متكاملة أو معلومات متضاربة بشأن هذه الأحداث، في هذه الحالة يتولد الإحساس بالغموض لدى الجمهور،

وفي حالات عديدة تكون وسائل الإعلام، هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات (المدونة الإلكترونية، 2013)،

ويحدث الغموض أكثر حين تكون هذه المعلومات غير مكتملة أو يكتنفها الغموض أو التضارب، خاصة ونحن في الجزائر أمام

حالة سياسية ومنعرج إستثنائي، وهو الحراك الشعبي الذي يتصدر قائمة الأخبار في هذه الفترة.

• في الترتيب الثاني جاء توظيف (الإستمالة العقلية) في المضامين الإخبارية التي رصدتها الصفحة المشكلة لعينة الدراسة،

وذلك بعدد تكراري ل 61 خبر كاذب، أي بنسبة مئوية تساوي 08.28%، وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة بإستخدام الاستمالة

العاطفية، وفي العادة يكون تبرير هذا التوظيف على النحو التالي:

✓ . طبيعة الأخبار التي لا تستند لأي دليل أو موثوقية، فهي عادة لا توظف الاستمالة العقلية، فإستراتيجية القائم بالفبركة تقوم على تعويم ومخاطبة المشاعر وشعبوية الخطاب، وهي بالتالي لا تستند لأي دليل خطابي عقلائي ملموس.

✓ . إستقاء الأخبار والمضامين من وسائل وشبكات التواصل الإجتماعي، يعتمد على الإستهلاك الفوري لهذه الأخبار، وفي ذلك تضيع فرص التفكير والتخمين في مدى مصداقية ما ينشر على هذه الوسائط.

الجدول رقم (13): إجمالي تكرار ونسب نوع الرد المستخدم في تكذيب الأخبار الكاذبة التي أشارت له الصفحة عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	نوع الرد المستخدم في الرد على الأخبار الكاذبة
41%	302	نصوص أو نصوص مصورة
30.43%	224	صور وفيديوهات
19.16%	141	روابط إلكترونية
9.38%	69	بلا تعليق
100%	736	المجموع

يُخصي لنا هذا الجدول نوع الرد المستخدم في تكذيب الأخبار الكاذبة، والتي أوردتها ورصدتها صفحة **Fake news** **DZ**، ومن هنا تتضح لدى الباحث الآليات التي تعتمد عليها هذه الصفحة في تبيان حقيقة هذه المضامين الكاذبة، وبتفريغ نتائج هذا الجدول سجلنا المعطيات التالية:

- حلّ في الترتيب الأول في نوع الردود المستخدمة في تكذيب الأخبار الكاذبة، (نصوص أو نصوص مصورة)، وذلك بعدد تكراري 302 منشور، وبنسبة مئوية تقدر ب 41%، ويبرر هذا الترتيب بمجموعة من العوامل نذكر منها:
 - ✓ . عدم تكلفة النصوص جعل توظيفها متاحا لدى الباحثين عن حقيقة الأخبار وإمتداداتها، فهو تسييح معلوماتي من حيث البناء النصي المجابه للأخبار الكاذبة، وهو ما إتضح لنا من خلال تقصي مجموع النصوص التي أدرجتها هذه الصفحة.
 - ✓ . توجي النصوص المصورة إلى دليل يدعم الرؤية، التي تسقط مألآت ومسارات الأخبار في بنيات ووسائط التي تعاكس حقيقة الأخبار، ويظهر هذا، أن النصوص المصورة تمارس مصداقية على أنها تصوير لنص يحمل دليلا ظاهريا وباطنيا.

• جاء في الترتيب الثاني في نوع الردود المستخدمة في تكذيب الأخبار الكاذبة (صور فيديو هات)، بعدد تكراري 244 رد،

وبنسبة مئوية تساوي %30.43، ويرجع هذا التوظيف المعتمد في الصفحة، إلى مجموعة من العوامل نذكر منها:

✓ طبيعة المضامين الكاذبة التي أشارت إليها الصفحة، تساهم في فرض الاستعانة بالصور كدليل على خلفيات هذه

المضامين الكاذبة وتبيان حقيقتها.

✓ نمطية الصور في العادة تمنح سياقات إتصالية للجمهور أو مستخدم هذه الوسائط، أي أن الجمهور الذي يتلقى هذه

المضامين، يكون في قد أحاط بزوايا كانت غامضة بالنسبة إليه، وبالتالي واقعية الصورة، هي من فرضت نفسها كدليل

حول تفاصيل وخلفية الموضوع المتناول.

✓ . يعتبر تضمين الفيديو هات كدليل مادي، يجابه به خطر الأخبار الكاذبة، نظرا لأن هذه التقنيات، هي ما تجعل ذهن

المتلقي أمام إختبار إقناعي، يستطيع من خلاله محو ما ترسب من أخبار كاذبة حول هذا الموضوع المستهدف.

✓ . تضمين الفيديو فرضته طبيعة الاحداث المتعلقة بأخبار الحراك الشعبي، وهو أن مظاهر الحراك تجسدها الصور

والفيديو هات، وبالتالي يكون الربط بين الحقيقة والكذب، بطريقة مفصلة بواسطة الصور والفيديو هات الاصلية، وذلك

وفق حدود توظيفها من حيث عنصري الزمان والمكان.

• جاء في الترتيب الثالث في نوع الرد المستخدم في تكذيب الأخبار الكاذبة على صفحة **Fake news DZ**، (روابط

إلكترونية)، وذلك بعدد تكراري 141رد، وبنسبة مئوية تقدر ب%19.16، ويُعاز هذا الترتيب إلى مجموعة من العوامل نذكر

منها:

✓ . طبيعة ومحتوى ما تتضمنه المنشورات والأخبار الكاذبة التي رصدتها هذه الصفحة، تجعل من نوع الرد يكون إسترداداً إلكترونياً

إلى ما وراء هذه الأخبار الكاذبة، وبالتالي تحيل المتلقين لهذه المضامين مباشرة إلى حقيقتها.

✓ . تعتبر الروابط الإلكترونية إشارة ضمنية، فرضت سياقاتها على فضيل كبير من الحوامل الإلكترونية بإختلاف مسمياتها، وهو

ما لُوَظ في أنه بمجرد النقر على الرابط، يميلك مباشرة على صفحات ناشطة على تطبيقات فيسبوك أو تويتر، أو أنها تضعك

على منصة يوتوب مثلا، أو على موقع إلكتروني...أو غيرها من وسائل السوشل ميديا الأخرى، ومن هنا تظهر وتنكشف حقيقة

الأخبار الكاذبة.

*ب. عرض وتحليل معطيات الجزء التفاعلي.

الجدول رقم (14): إجمالي نسب تفاعلات الجمهور مع الموضوعات التي تناولتها صفحة Fake news DZ.

مجموع المنشورات الكلي	النسبة المئوية لمجموع المنشورات	حد أدنى		حد متوسط		حد أقصى		طبيعة التفاعل مع المنشورات
		%	ت	%	ت	%	ت	
592	100%	64.02	379	26.52	157	9.46	56	الاعجابات
604	100%	63.26	382	21.84	132	14.90	90	التعليقات
639	100%	71.83	459	16.9	108	11.27	72	المشاركات

يضعنا هذا الجدول أمام إحصاء لمجموع تفاعلات الجمهور مع الموضوعات التي تناولتها الصفحة المشكّلة لعينة الدراسة، (لاحظ الباحث أن هناك بعض المنشورات والمضامين التي أشارت لها الصفحة، لم تسجل أي نوع من التفاعل من طرف الجمهور)، وفي هذا السياق قسّم الباحث هذه التفاعلات إلى ثلاث مستويات، وذلك على حسب نوع التفاعل، فبالنسبة لفئة الإعجابات كانت هذه التقسيمات كالتالي: (01 إلى 1000 هي حد أدنى، 1001 إلى 2000 حد متوسط، أكثر من 2001 حد أقصى)، أما فئة التعليقات، ومشاركة المنشور فقسّمها الباحث بنفس التقسيم (01 إلى 150 هي حد أدنى)، (151 إلى 300 حد متوسط)، (أكثر من 301 هي حد أقصى)، وتبريرات هذه التقسيمات لم تكن إعتباطية، بل جاءت لمتطلبات إحصائية تتعلق بسجل المتابعات والإعجاب بمحتويات هذه الصفحة، التي يفوق 165000 معجب و 156000 متابع، بالإضافة إلى تسجيل الباحث لتوزيع التفاعلات على الموضوعات المتناولة، وكذا تأثير عنصر التزامنية الخاص بطبيعة الأحداث المستجدة، و التي تثير إهتمام جمهور ومتابعي هذه الصفحة، ومن كانت النتائج المسجلة على النحو التالي:

فئة الإعجابات:

• إحتل مستوى الحد الأدنى (01 إلى 1000) الترتيب الأول ب 379 منشور، اما الترتيب الثاني فجاء مستوى الحد المتوسط (1001 إلى 2000) ب 175 منشور، اما الترتيب الثالث فهو لمستوى الحد الأقصى (أكثر من 2000) ب 66 منشور، وفي هذا السياق يمكن تبرير هذا التفاوت في مستوى الإعجابات، وفق المضامين التي أشارت لها الصفحة المشكّلة لعينة الدراسة إلى المعطيات التالية:

✓ . ارتفاع معدل متابعة الجمهور لمنشورات هذه الصفحة، مقارنة بالبدايات التي تكون ضعيفة، وهو الحال والوصف ذاته مع جميع الصفحات المنتشرة عبر هذه المواقع والمنصات.

✓ . الجمهور عادة ما يمر عليه المنشور، يعرف محتواه، ولا يتفاعل عبر الكبس على الإعجاب، فقد يعلق مباشرة أو يشارك المنشور، أو لا يتفاعل على مع الإطلاق.

✓ . المستجد من الأحداث فرض معدل التفاعل مع الموضوعات، وهو ما لاحظته الباحث من خلال إطلاعه على الموضوعات الأكثر إعجابا من طرف الجمهور، خاصة الأخبار التي تتعلق بالشخصيات السياسية، وكذا الأخبار المتعلقة بمنطقة القبائل، وهو فسّره نموذج دمج الأجندة **Melding Agenda**، مبررا هذا الافتراض بتحول البيئة الإتصالية إلى بيئة تفاعلية، وهو أن الجمهور يقوم بدمج وربط الأجندات في إطار يتفق مع قيمه، وأن ذلك يتم نتيجة استخدام عدد كبير من الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي ومصادر إخبارية أخرى لاستكمال معلوماته عن الأحداث (مُحدّج، 2019).

فئة التعليقات:

• جاء مستوى الحد الأدنى (01 إلى 150) الترتيب الأول ب 382 عدد تكراري، اما الترتيب الثاني فكان لمستوى الحد المتوسط (151 إلى 300) ب 132 عدد تكراري، اما الترتيب الثالث فهو لمستوى الحد الأقصى (أكثر من 300) ب 90 عدد تكراري، وفي هذا السياق يمكن تبرير هذا التفاوت في مستوى التعليقات إلى الأسباب التالية:

✓ . إرتفاع عدد التعليقات بشكل أكبر في شهر ديسمبر، فمثلا هذا الشهر شهد معدل عدد التعليقات وصل إلى 2000 تعليق على منشور واحد في كثير من المرات، ويرجع هذا التفاعل إلى معطيات تتعلق بإجراء الاستحقاق الانتخابي، والمتمثل في

الانتخابات الرئاسية، ومعطى آخر يتعلق بوفاة شخصية ثقيلة ممثلة في قائد الأركان أحمد قايد صالح، وهو ما فتح الباب لظهور الكثير من الأخبار الكاذبة، التي رصدتها هذه الصفحة وكشفت حقيقتها.

✓ . يفسر الارتفاع في مستوى الحد الأدنى من التعليقات، إلى أن هناك بعض المنشورات لا تثير إهتمام الجمهور، أو أن هذه المنشورات قد أستهلكت مضامينها وتعرّف عليها الجمهور مسبقا.

✓ . لوحظ كذلك أن التعليقات كانت ضعيفة في بداية التأسيس وظهور الصفحة على موقع فيسبوك، وهو مبرر واقعي حول حقيقة تصنيف هذا المستوى من تعليقات جمهور ومستخدمي الصفحة.

فئة مشاركة المنشورات:

• إحتل مستوى الحد الأدنى (01 إلى 150) الترتيب الأول ب 459 منشور، اما الترتيب الثاني فكان لمستوى الحد المتوسط (151 إلى 300) ب 108 منشور، اما الترتيب الثالث فهو لمستوى الحد الأقصى (أكثر من 300) ب 72 منشور، وفي هذا السياق يمكن تبرير هذا التفاوت في مستوى التعليقات إلى العوامل التالية:

✓ . مشاركة المنشور عادة ما يوحي بأهمية الخبر الذي أشارت له الصفحة، وهو ما أوضحه لنا هذا الجدول، وهو كذلك دليل على ارتفاع معدل ثقة جمهور هذه الصفحة، التي أسست لها، كأداة لرصد مختلف الأخبار الكاذبة والكشف عن خلفياتها.

✓ . مكانة المضامين التي رصدتها الصفحة، وكذا أهمية مواضيعها، والتي تنبع من سياق الأحداث الجارية، خاصة في شهر ديسمبر الاستثنائي، والذي تميّز بارتفاع في سقف في الأحداث التي ذكرناها سابقا، وهو ما دفع بجمهور هذه الصفحة إلى مشاركة هذه المضامين على نطاق واسع.

✓ . أهمية مشاركة المضامين، كأحد الأيقونات التي يوفرها تطبيق فيسبوك لمستخدميها، وهو ما منح لصفحة **Fake news** **DZ**، متابعة جماهيرية واسعة، بإعتبارها من أدوات مكافحة الأخبار الكاذبة، خاصة المنتشرة عبر منصات ومواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (15): إجمالي تكرار ونسب تضمين الإضافات التي أشار إليها الجمهور المتفاعل في الصفحة عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	نوع تضمين الإضافات
21.97%	29	أفتار
43.94%	58	صور ساخرة
29.56%	39	الروابط الإلكترونية والإشارة إلى الأصدقاء.
04.54%	06	أخرى (آيات قرآنية وآحاديث، وحكم)
100%	132	المجموع

يمثل هذا الجدول إجمالي تكرار ونسب تضمين الإضافات التي أشار إليها الجمهور المتفاعل في صفحة **Fake news DZ**.

ونظرا لصعوبة جمع كل الإضافات التي أشار إليها الجمهور المتفاعل مع منشورات عينة الدراسة، تم عرض وتحليل هذه المعطيات، بالرجوع إلى نسب الموضوعات التي أشارت لها الصفحة عينة الدراسة، والتي توضح لنا سابقا من خلال عرض نتائج الجزأ الثابت، أين سجلنا أن شهر ديسمبر من العام 2019، هي الفترة الأكثر رسدا للأخبار الكاذبة من طرف صفحة **Fake news DZ**، وفي السياق ذاته تم إختيار أكثر ثلاث منشورات تفاعلا من طرف جمهور الصفحة، وذلك خلال أيام 25.24.23 من هذا الشهر، وعليه كانت النتائج على النحو التالي:

- تفاعل جمهور الصفحة مع منشورات عينة الدراسة من حيث تضمين الإضافات، وأحتلت في ذلك (الصور الساخرة) الترتيب الأول التي أضيفت في التعليقات، وذلك بنسبة مئوية تقدر ب **43.94%**، فالتعبير الساخر إذن له العديد من الدلالات، والتي توحى بتهمك الجمهور المتفاعل مع هذه المضامين أو إبداء وتقديم وجهة نظر إتجاه هذا الموضوع المدرج على الصفحة، كما يعتبر توظيف الصور الساخرة مع حقيقة الكشف عن الأخبار الكاذبة، نوعا من الوعي الذي باتت تمارسه وسائل الكشف، ومنها صفحة

.Fake news DZ

- تفاعل جمهور الصفحة مع منشورات عينة الدراسة من حيث تضمين الإضافات، وجاء تضمين (الروابط الإلكترونية والإشارة إلى الأصدقاء) إلى الأصدقاء في الترتيب الثاني بنسبة مئوية **29.56%**، ويعتبر تضمين الروابط الإلكترونية من طرف جمهور الصفحة كنوع من الدعم الموجه لنشاط صفحة **Fake news DZ**، في مواجهة والكشف عن حقيقة هذه الأخبار، أما

الإشارة إلى الأصدقاء فهو يحمل دلالة واضحة، حول وجود إهتمام مشترك لهؤلاء المشار إليهم من حيث تلقي نفس المضامين، وبالتالي يعتبر هذا المنشور ذي أهمية.

● . تفاعل جمهور الصفحة مع منشورات عينة الدراسة من حيث تضمين الإضافات المعبر عنها، فجاء تضمين (الأفتار) في الترتيب الثالث، وذلك بنسبة مئوية %21.97، ويعتبر تضمين هذا النوع من التفاعل الذي يوفره تطبيق فيسبوك، خاصة في الأغلب تجعل للمتفاعل من الجمهور فرص توظيف هذه الأيقونات، كما جاءت (الآيات والأحاديث والحكم) في الترتيب الرابع، كنوع من تضمين البعد الديني والأخلاقي، وذلك بنسبة مئوية قدرت ب %04.54، والذي يمثل شكلا من أشكال الدعم لنشاط الصفحة، عبر نشر الوعي الديني والإجتماعي بين الأفراد والجمهور.

الجدول رقم (16): إجمالي تكرار ونسب الرد على التعليقات الخاصة بالجمهور المتفاعل في صفحة عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	نوع الرد على تعليقات الجمهور المتفاعل
75.06%	951	إيموجي
24.94%	316	تعليقات
100%	1267	المجموع

يبين لنا هذا الجدول نوع وعدد الردود على التعليقات الخاصة بجمهور صفحة **Fake news DZ**، ولصعوبة تحديد كل الردود، لجأ الباحث إلى إختيار أكثر خبر كاذب رصدته الصفحة، والذي يتمحور موضوعه حول فرحة سكان منطقة القبائل لوفاة رئيس أركان الجيش الوطني الشعبي، الراحل أحمد فايد صالح، الذي يعتبر أكثر شخصية تصدرت المشهد أثناء فترة الحراك الشعبي، ووصل عدد التفاعلات مع هذا المنشور إلى (4400 إعجاب، 2300 تعليق، 6400 مشاركة)، وكانت نتائج هذا الجدول على النحو التالي:

● جاء استخدام التعبير الإيموجي (الرموز التعبيرية)، في الترتيب الأول ب 951 حول الموضوع التي أشارت له صفحة **Fake news DZ**، كنوع من التفاعل مع التعليقات، وتستخدم هذه الرموز التعبيرية بمختلف دلالتها الأيقونية كشكل من أشكال التفاعل بين الجمهور، فمثلا هذا التعليق قد يكون محل سخرية أو إعجاب أو داعما له، كذلك الجمهور المتفاعل مع هذه

التعليقات قد يكون من مستخدمي الصفحة، أو جمهور خارجي (ظهور التعليقات لدى بعض الأصدقاء، وهي خاصية يوفرها تطبيق فيسبوك)، ويوحي استخدام هذه الرموز إلى بعض المعطيات والدلالات نذكر منها:

✓ مدى أهمية الخبر في الظرف الاجتماعي والسياسي الذي يمر به البلد، وهو ما شجّع الجمهور على التفاعل مع بعضه البعض، عن طريق ما تحمله هذه الرموز التعبيرية من دلالات.

✓ حساسية الموضوع جعلت من الجمهور، يبدي تفاعله الحذر مع ما وراء هذا الخبر، حتى وإن جاء بصيغة النفي والتكذيب، وهو ما ظهر من خلال التعليقات، التي تمايزت وفق ما تتطلبه أهمية هذا الموضوع، والذي يعتبر موضوع جد حساس، خاصة أنه يتعلق بالهوية والانتماء، وبشخصية تمثل ثقلا في المعادلة السياسية، خاصة وأنها في فترة الحراك الشعبي.

• جاءت التعليقات في الترتيب الثاني، وذلك ب 316 رد عن طريق (التعليق) من إجمالي تكرار ونسب الرد على التعليقات الخاصة بالجمهور المتفاعل، وهو رقم إسترده الباحث من خلال إحصاء لمجموع الردود التي تفاعلت مع التعليقات، والتي رافقت الخبر الذي رصدته و أشارت إليه صفحة **Fake news DZ**، ووفقا لما مثّلته نسبة التفاعل الكلي مع هذا الخبر من طرف جمهور الصفحة، و الذي تتمركز أهميته على مستويين إثنيين، وهو أن هذا الخبر يحمل صيغة التعاطف الجماهيري مع شخصية مهمة (وفاة قائد الأركان)، وبين التعاطف في الاتجاه الثاني، و الذي يرى في أن عملية الكشف عن خلفيات هذا الخبر، و الذي رصدته هذه الصفحة، يمثل قاعدة صلبة في تحقيق مع ما يعرف بفضيلة التضامن والإتحاد ما بين الجمهور. وهو مبررات جعلت من هذا الخبر أو المنشور يحضى بهذا التفاعل الكبير.

الجدول رقم (17): إجمالي تكرار ونسب إتجاه الجمهور نحو الموضوعات التي أشارت لها الصفحة عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	إتجاه الجمهور نحو الموضوعات
56.23%	902	مؤيد
29.55%	474	معارض
14.21%	228	محايد
100%	1604	المجموع

يضعنا هذا الجدول أمام إختبار آراء الجمهور المتفاعل من خلال خاصية التعليقات مع مختلف المواضيع التي أشارت إليها صفحة **Fake news DZ**، ولصعوبة إختبار جميع آراء الجمهور مع كل المنشورات الي تَضَمَّتْها الصفحة، تم إختيار شهر ديسمبر، ومن خلال المنشورات الأكثر تفاعلا، والتي تم حصرها سابقا، وهي أيام **25.24.23** من ذات الشهر، وتزامن بث هذه المضامين الكاذبة مع تداعيات وفاة قائد الأركان الراحل **أحمد قايد صالح**، بإعتباره شخصية ورقما مهما في المعادلة السياسية والعسكرية، ولم يتم تجميع كل التعليقات بسبب تفعيل خاصية فلترة التعليقات من طرف **أدمين** الصفحة، وعليه كان الإعتماد والقياس على **1604** تعليق متاح، ويعتبر قياس هذا الإختبار مهم جدا في هذه الدراسة، وهي معرفة آراء الجمهور حول مختلف الأخبار الكاذبة التي رصدتها صفحة عينة الدراسة، ومن هنا كانت نتائج هذا الجدول على النحو التالي:

• جاءت التعليقات (**التي أيدت**) ما نشره الصفحة من مضامين تخص تكذيب وكشف حقيقة هذه المنشورات المتداولة على مختلف الوسائط الإلكترونية، في **الترتيب الأول** بنسبة مئوية تقدر ب **56.23%**، ويمكن أن يفسر هذا الإتجاه الذي عبر عنه الجمهور المتفاعل وفق المعطيات التالية:

✓ . تفاعل الجمهور من حيث خاصية التعليقات برقم كبير جدا وهو **2300** تعليق، وهو أعلى حجم تعليقات مع كل ما تم نشره على صفحة **Fake news DZ**، وبالتالي مؤشر دال على أهمية هذا المنشور لدى الجمهور، والذي يتعلق بشقين من حدود التأثير الذي تسعى إليه دوائر صنع هذه المضامين الكاذبة، وهو الهجوم على شخصية سياسية وأمنية، والإستثمار في عناصر الهوية، وهو ما كشفتته الصفحة، وأيدته آراء الأغلبية من جمهور هذه الصفحة.

✓ . طبيعة المضامين التي تناولتها الصفحة التي خصت حياة قائد الأركان، والكشف عن حقيقة بعض الأخبار المتداولة، أما أن صورة هذه الشخصية تصدرت (الترند. Trend) ، كأكثر الصور تداولاً على موقع فيسبوك، وهو ما جعل الصفحة تشير إلى أنه عادة ما يتم نشر إحصائية رسمية من طرف إدارة فيسبوك، وبالتالي الأرقام المتداولة لا أساس لها من الصحة، وهو ما أيّدته أغلب التعليقات.

• جاءت التعليقات (التي عارضت) ما تنشره الصفحة من مضامين تخص تكذيب، وكشف من وراء هذه المضامين في الترتيب الثاني، وذلك بنسبة مئوية **29.55%**، ويعاز هذا الموقف إلى جملة من التبريرات، إستشفها الباحث من خلال إطلاعه على ما أحتوته عبارات أصحاب التعليقات، وهي كالتالي:

✓ . رمى التعاطف مع المحتوى بثقله على إتهامات جمهور الصفحة، والتي نقلت حقيقة الأخبار الكاذبة، حيث لم يتقبل أصحاب هذا الموقف زيف تصدر صورة شخصية (قايد صالح) قائمة الترنادات على موقع فيسبوك، وبالتالي جاء الموقف سلبي.

✓ . عبّر جمهور الصفحة عن إمتعاضهم مما كشفت عنه الصفحة على إتهامين، إتهام داعم لطرف ما على حساب طرف آخر، (التعصب الجهوي)، وفئة ترى في إثارة هذا الخبر في هذا التوقيت ليس في محله، وليس بالأهمية التي صورتها الصفحة.

• جاءت التعليقات (التي تحفظت) على ما تم رصده والكشف عنه من مضامين كاذبة، في الترتيب الثالث، وذلك بنسبة مئوية تقدر ب **14.21%** من مجموع التعليقات المعبر عنها، وأمّلت هذه التعليقات للباحث حول وجود فئة إنسحبت من إبداء التأييد أو المعارضة، وإتهمت موافقها إلى التحفظ، وبالتالي يمكن القول إن هذا الفصيل من الجمهور، تجنّب الدخول في صراع المواقف، نظراً لحساسية المواضيع المطروحة في هذا الظرف بالذات.

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة التحليلية:

إنطلاقاً من التساؤل الرئيسي التي تم طرحه، والذي يبحث في التعرف على الأثر الذي تحدثه الأخبار الكاذبة المنشورة عبر موقع فيسبوك على صناعة الرأي العام أثناء فترة الحراك الشعبي"، كانت نتائج هذه الدراسة التحليلية المطبقة على منشورات صفحة **Fake news DZ**، على النحو التالي:

• جاءت (اللغة العربية) في الترتيب الأول من حيث معدل الاستخدام الكلي للغة مضامين ومنشورات الصفحة، وذلك بنسبة مئوية تقدر ب **72.55%**، وحلّت (اللغة الفرنسية) في الترتيب الثاني من صناعة المحتوى الخيري، بنسبة تقدر ب **12.09%** من مجموع المنشورات في الصفحة المشكّلة لعينة الدراسة.

• المنشورات أو المضامين التي هي عبارة عن (صورة مرفقة بنص) احتلت الترتيب الأول من المجموع الكلي لطبيعة المضامين التي رصدتها صفحة **Fake news DZ**، وذلك بنسبة تقدر ب **47.01%**، فيما جاءت المنشورات أو المضامين التي هي عبارة عن (نص فقط) في الترتيب الثاني، وذلك بنسبة تقدر ب **36.68%**.

• من مجموع المضامين المنشورة في صفحة **Fake news DZ** جاء في الترتيب الأول (قضايا ذات طابع سياسي)، بنسبة مئوية **52.84%**، فيما احتلت (القضايا الاجتماعية) الترتيب الثاني من المجموع الكلي للمنشورات التي أشارت إليها الصفحة عينة الدراسة، وذلك بنسبة مئوية تقدر ب **16.81%**.

• تصدّرت الاخبار الكاذبة التي إستهدفت (شخصيات وطنية) ذات صمعة، قائمة الاخبار التي أشارت لها صفحة **Fake news DZ**، التي تمثل ثقلاً على المشهد السياسي والمجتمعي، وذلك بنسبة مئوية ب **20.62%**، جاء في الترتيب الثاني من مجموع الاخبار الكاذبة، التي أشارت إليها صفحة عينة الدراسة، (أخبار كاذبة تتعلق بالعلاقات مع فرنسا)، وذلك بنسبة مئوية قدرت ب **14.73%**.

• سجّل شهر (أوت) إرتفاعاً ملحوظاً تجاوز **100** منشور كاذب أشارت له صفحة **Fake news DZ**، وصولاً إلى شهر (ديسمبر)، الذي هو أكثر الفترات التي إنتشرت فيها الاخبار الكاذبة، ب **120** منشور كاذب، أي ما يمثل من النسبة المئوية ب **16.30%**.

- جاء في الترتيب الأول من مجموع المصادر التي نشرت أخبارا كاذبة التي رصدت وتناولت حيثياتها صفحة **Fake news DZ** هي (صفحات ناشطة على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك)، وذلك بنسبة مئوية تقدر ب **35.77%**، فيما حلت (مواقع إلكترونية أو مواقع إلكترونية شخصية) في الترتيب الثاني، بنسبة مئوية تقدر **29.19%** من مجموع المصادر التي أشارت لها الصفحة عينة الدراسة.
- احتل إستخدام (الإستمالة العاطفية) الترتيب الأول في المضامين التي تناولتها الصفحة، وذلك بنسبة مئوية تساوي **91.72%**، وجاء توظيف (الإستمالة العقلية) في الترتيب الثاني، وذلك بعدد تكراري **61** خبر كاذب، أي بنسبة مئوية تساوي **08.28%**.
- حلّ في الترتيب الأول في نوع الردود المستخدمة في تكذيب الأخبار الكاذبة، والتي أشرت لها صفحة **Fake news DZ** (نصوص أو نصوص مصورة)، وذلك بعدد تكراري **302**، ونسبة مئوية قدرت ب **41%**، فيما جاء في الترتيب الثاني (صور فيديو)، بعدد تكراري **244**، ونسبة مئوية تساوي **30.43%**.
- بالنسبة للجزء التفاعلي الخاص بفئة الإعجابات، احتل مستوى الحد الأدنى (**01** إلى **1000**) الترتيب الأول ب **379** منشور، أما الترتيب الثاني فجاء مستوى الحد المتوسط (**1001** إلى **2000**) ب **175** منشور، أما الترتيب الثالث فهو لمستوى الحد الأقصى (أكثر من **2000**) ب **66** منشور، أما فئة التعليقات فجاء مستوى الحد الأدنى (**01** إلى **150**) الترتيب الأول ب **382** عدد تكراري، أما الترتيب الثاني فكان لمستوى الحد المتوسط (**151** إلى **300**) ب **132** عدد تكراري، أما الترتيب الثالث كان لمستوى الحد الأقصى (أكثر من **300**) ب **90** عدد تكراري، وفيما يخص فئة مشاركة المنشورات، احتل مستوى الحد الأدنى (**01** إلى **150**) الترتيب الأول ب **459** منشور، أما الترتيب الثاني فكان لمستوى الحد المتوسط (**151** إلى **300**) ب **108** منشور، أما الترتيب الثالث لمستوى الحد الأقصى (أكثر من **300**) ب **72** منشور.
- . تفاعل جمهور الصفحة مع منشورات عينة الدراسة من حيث تضمين الإضافات، وأحتلت في ذلك الترتيب الأول (الصور الساخرة) التي أضيفت في التعليقات، وذلك بنسبة مئوية قدرت ب **43.94%**، وجاء تضمين (الروابط الإلكترونية والإشارة إلى الأصدقاء) في الترتيب الثاني بنسبة مئوية **29.56%**، فيما احتل تضمين (الملصقات **Aftar**) الترتيب الثالث، وذلك بنسبة مئوية **21.97%**.

• . جاء إستخدام التعبير الإيموجي (الرموز التعبيرية)، في الترتيب الأول ب 951 حول المواضيع التي أشارت لها **Fake news**

DZ، كنوع من التفاعل مع التعليقات، فيما حلت (التعليقات) في الترتيب الثاني، وذلك ب 316 رد عن طريق (التعليقات) من

إجمالي تكرار ونسب الرد على التعليقات الخاصة بالجمهور المتفاعل.

• . التعليقات (التي أيّدت) ما تنشره صفحة **Fake news DZ** من مضامين تخص تكذيب، وكشف حقيقة هذه المنشورات

المتداولة على مختلف الوسائط الإلكترونية، إحتلت الترتيب الأول ذلك بنسبة مئوية قدرت ب **56.23%**، أما التعليقات (التي

عارضت) ما تنشره الصفحة من مضامين تخص تكذيب، وكشف من وراء هذه المضامين في الترتيب الثاني، وذلك بنسبة مئوية

.29.55%

الفصل الثاني

دراسة ميدانية لأخبار الحراك في الجزائر من وجهة نظر عينة من أساتذة علوم الإعلام والإتصال والعلوم السياسية

المبحث الأول: عرض البيانات الشخصية للمبحوثين حسب متغيرات الجنس والتخصص والرتبة الجامعية.

المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات محاور الدراسة الميدانية:

المحور الأول: عرض وتحليل بيانات اعتماد أساتذة الإعلام والعلوم السياسية في الجزائر على مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي أثناء إستقاء الأخبار.

المحور الثاني: عرض وتحليل بيانات المعالجة الإعلامية لمواقع التواصل الإجتماعي لأخبار الحراك الشعبي في الجزائر من وجهة نظر أساتذة الجامعة.

المحور الثالث: عرض وتحليل بيانات إستراتيجية الأخبار الكاذبة في التأثير على الرأي العام أثناء فترة الحراك الشعبي.

المحور الرابع: عرض وتحليل بيانات أثر الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر على صناعة الرأي العام.

المحور الخامس: عرض وتحليل أدوات وميكانيزمات التصدي للأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي.

المبحث الثالث: عرض النتائج العامة للدراسة الميدانية.

تمهيد:

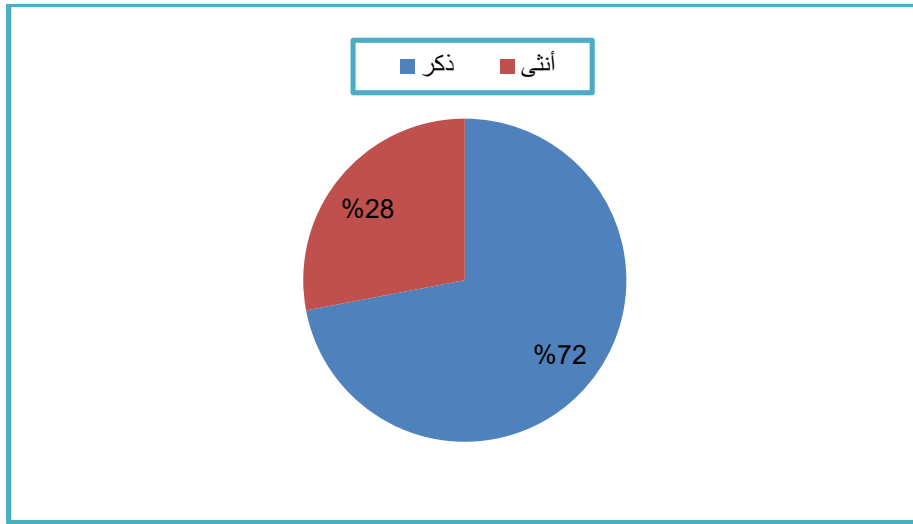
إستدعت متغيرات هذه الأطروحة أن تكون هناك دراسة ميدانية خاصة بالجمهور، و قد تمثّل مجتمع البحث في أساتذة الجامعة الجزائرية، و في عينة دراسة يمثلها أساتذة الإعلام والعلوم السياسية، ومن هنا قياس الرأي العام حول قضية معينة كما هو متعارف عليه، يخضع إلى توظيف أو الاستعانة بأدوات تستقرا آراء المبحوثين المشكلين لعينة الدراسة، وتم في هذا الإطار إنشاء استمارة استبيان بنموذجين إثنين واحدة إلكترونية وأخرى ورقية، رأى فيها الباحث كطريقة تحقق له الوصول إلى عدد أكبر من المبحوثين، و قد تمت عملية تفرغ معطيات الاستمارات في جداول إحصائية بالاستعانة ببرنامح **SPSS**، بعد ذلك تم تحليلها وتفسيرها، ثم الوصول بذلك إلى نتائج هذه الدراسة الميدانية، بالإضافة أننا لم نغفل على جانب مهم جدا خلال عملية تحليل المعطيات، و هو إسناد نتائج بحثية سابقة لها صلة بهذه الدراسة الميدانية.

إذن خصص الباحث فصلا كاملا لهذه الدراسة الميدانية عبر ثلاث مباحث، الأول: وتناول فيه، عرض البيانات الشخصية للمبحوثين حسب متغيرات الجنس والتخصص والرتبة الجامعية، أما الثاني: فخصص لعرض وتحليل بيانات محاور الدراسة الميدانية وفق عدة محاور: بداية بالمحور الأول و الذي تناول اعتمادية أساتذة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية على مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي كمصادر لإستقاء الأخبار، أما المحور الثاني فتناول المعالجة الإعلامية لهذه الوسائل لأخبار الحراك الشعبي في الجزائر، وذلك تناغما وانطلاقا من الإفتراضات التي تؤسس لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، أما المحور الثالث و المحور الرابع فتناولوا على التوالي: إستراتيجية الأخبار الكاذبة في التأثير على الرأي العام، وكذا أثر هذه النوع من الأخبار المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أثناء فترة الحراك الشعبي في الجزائر على صناعة الرأي العام، وتم بناء هذين المحورين، وفق افتراضات نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة)، أما المحور الخامس الذي حمل عنوان أدوات وميكانيزمات التصدي للأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي، فهو عبارة عن شبكة تقييمية للطرق والأساليب المتاحة، لمواجهة خطر هذه الصناعة الإتصالية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.، اما المبحث الثالث: فقدم من خلاله الباحث حوصلة عامة حول النتائج المتوصل عليها من هذه الدراسة الميدانية.

المبحث الأول: عرض البيانات الشخصية للمبحوثين حسب متغيرات الجنس والتخصص والرتبة الجامعية

الجدول رقم (18) يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	46	72%
أنثى	18	28%
المجموع	64	100%



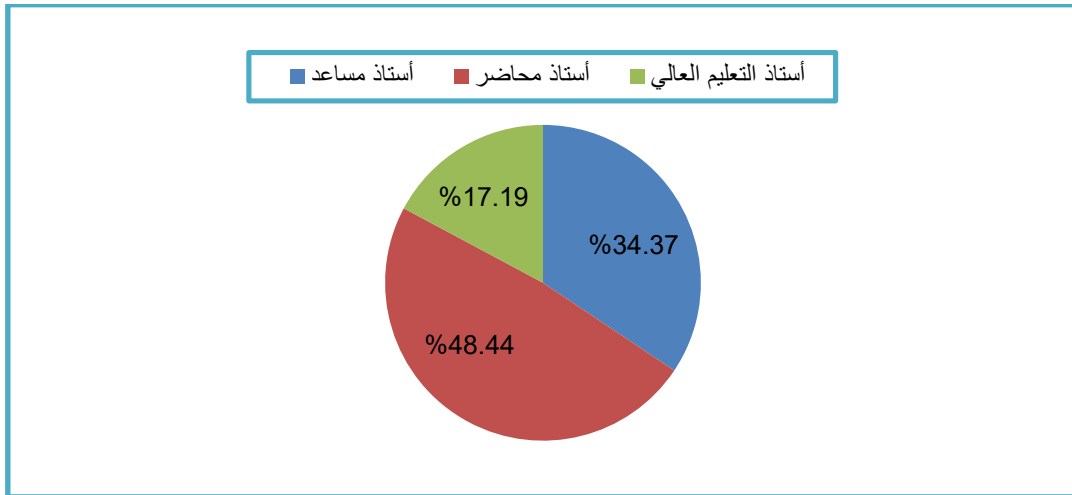
الشكل رقم (08): دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس

يمثل هذا الجدول توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الجنس، حيث يعتبر توظيف هذا المتغير من البيانات الشخصية للمبحوثين عنصراً هاماً في بناء أي استمارة إستبيان، فهو يمثل دائرة اهتمامات حقيقية ولبنة أساسية عبر مختلف المؤسسات الجامعية، وبقراءة نتائج هذا الجدول تظهر لنا تبايناً ملحوظاً من حيث تمثيل الجنسين، حيث جاء في الترتيب الأول صفة المبحوث من (جنس ذكر) بتكرار 46 مفردة وبنسبة تقدر ب 72%، أما الترتيب الثاني فجاء صفة المبحوث من (جنس أنثى) بتكرار 18 مفردة، وبنسبة تقدر ب 28%.

• حاول الباحث في هذا السياق توزيع الاستبيانات بشكل متساوي وفق الإمكانيات المتاحة، لكن بعض المعوقات حالت دون تحقيق توافق دقيق في التوزيع النصفى للاستمارات بالتساوي، ومنها نذكر: صعوبة التواصل مع صفة المبحوثين من العنصر النسوي، وذلك نظرا لإرتباطات مهنية محصّة، وفي المقابل من ذلك توفّر صفة المبحوثين العنصر الذكوري، أين يغلب قليلا عن العنصر الأنثوي في هيئة التدريس على مستوى الجامعة، وفي هذا الشأن تحصي وزارة التعليم العالي 63.500 ألف أستاذ باحثا، من بينهم أكثر من 27.000 ألف أستاذة، وهو ما يمثل نسبة 42% من مجموع الأساتذة الكلي (سومر، 2020)، ومنها نعتبر هذه التبريرات واقعية إلى حد ما، وفق وجهة نظر الباحث.

الجدول رقم (19) يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية الجامعية.

الرتبة الجامعية	التكرار	النسبة المئوية
أستاذ مساعد	22	34.37%
أستاذ محاضر	31	48.44%
أستاذ التعليم العالي	11	17.19%
المجموع	64	100%



الشكل رقم (09): يمثل دائرة نسبية لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية الجامعية.

يوضح هذا الجدول توزيع المبحوثين الذين يشكّلون عينة هذه الدراسة وفق متغير الرتبة العلمية للأستاذ الجامعي، وقد وُظف الباحث هذا المتغير الأساسي الذي يصنف ضمن البيانات الشخصية للمبحوثين، هو نظرا لأهميته في إستقراء ومحاولة الوصول إلى نتائج

تتميز أولاً بالواقعية التي يفرضها سلم الرتب العلمية الجامعية وأهميتها في مفهوم الدراية المعلوماتية والإحاطة المعرفية بالأحداث والوقائع، وثانياً ترتبط بالمسار المهني للمبحوث خاصة أن الأمر يتعلق بالجانب النوعي بالدرجة الأولى، كما يعتبر هذا المتغير أساسياً في بناء أي استمارة إستبيان يكون فيها المبحوث جزءاً من ميدان البحث الذي يسعى فيه الباحث إلى تحقيق المبتغيات العلمية والبحثية، وبقراءة مخرجات هذا الجدول يتبين لنا.

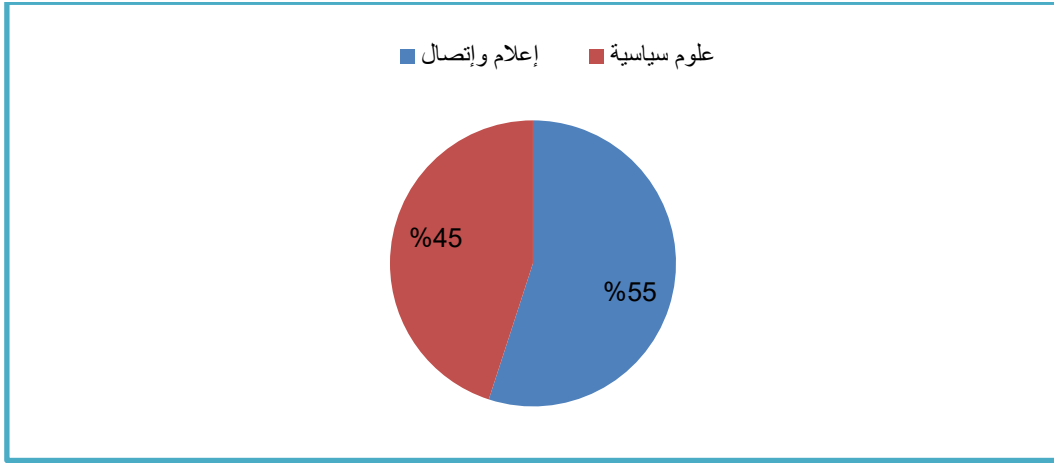
● الرتبة العلمية الجامعية التي إحتلت الترتيب الأول من مجموع المبحوثين هي رتبة (أستاذ محاضر)، بتكرار قدر ب31 مفردة، وبنسبة مئوية تساوي 48.44%، وتبرير هذا الترتيب أن صنف الأستاذ المحاضر يعتبر إرثاً تراكمياً يكتسبه الأستاذ بمرور سنوات الخبرة في هذا القطاع، وهو كذلك الصنف المهني الذي يحتل المرتبة الأولى من حيث الهيئة التدريسية الجامعية الإجمالية، وتجدر الإشارة أن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تسعى جاهدة من أجل محاولة رفع القدرات التدريسية و التأهيلية للطواقم البيداغوجية خاصة على مستوى هذا الصنف الذي يكون وفق آليات وشروط تأهيلية يكتسبها الأستاذ الباحث ضمن مساره التدريسي و البيداغوجي.

● جاءت الرتبة الثانية من حيث تصنيف المبحوثين صفة (أستاذ مساعد) بتكرار قدر ب 22 مفردة، وبنسبة مئوية ب34.37%، وتبرير هذا الترتيب أن رتبة الأستاذ المساعد جاءت بصفة آلية ووفق متطلبات مهنية تتعلق بحدود التغطية البيداغوجية للدروس، نظراً لتزايد عدد الطلبة على مستوى مختلف المؤسسات التعليمية الجامعية، وترتبط هذا الرتبة في الغالب بأن الأساتذة هم ضمن الطاقم البيداغوجي الجديد.

● إحتلت رتبة (أستاذ التعليم العالي) (بروفيسور) الرتبة الثالثة من المجموع الكلي لأفراد العينة بعدد تكراري 11 مبحوث، وبنسبة مئوية قدرت ب 17.19%، ومبررات هذا التصنيف هو نظراً للعدد المحدود لمن يحملون مصاف درجة الأستاذية على مستوى مختلف المؤسسات الجامعية ومراكز البحث بسبب أن قوانين الترقية لهذه الرتبة تتطلب مجموعة من الشروط العلمية و البيداغوجية أهمها المسار العلمي والإنتاج العلمي والمعربي، وكذا التدرج القبلي للرتب، و التي تُتَّوَّج في مسار أستاذ محاضر من الصنف (أ) لمدة محدودة قانوناً، كما تخضع هذه الرتبة إلى دراسة ملفات تحددها لجان التأهيل الوطنية عبر إعلان نتائج التأهيل مرة أو مرتين في السنة، ومن هنا تتضح قيمة المنتج العلمي الجامعي النوعي الذي يتوج المسار البيداغوجي الذي اكتسبه الأستاذ (موقع جامعة غرداية الإلكتروني، 2020)، وقد أُخضع توزيع الاستمارات إلى خيارات بين الورقية والإلكترونية، وذلك قصد الوصول إلى إحداث التوافق بين صفة المبحوثين ضمن متغير الرتبة الجامعية، وقد منحت نتائج هذا المتغير تنوعاً في الهيئة التدريسية ما أتاح للباحث فرصة حقيقية في الاحتكاك بمختلف الرتب، مما أعطى صفة البحث تنوعاً ومؤشراً حقيقياً يفيد بتعدد مختلف الرؤى حول القضايا التي يطرحها هذا الاستبيان.

الجدول رقم (20) يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص العلمي.

التخصص العلمي	التكرار	النسبة المئوية
إعلام وإتصال	35	55%
علوم سياسية	29	45%
المجموع	64	100



الشكل رقم (10): دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص العلمي.

يتضح لنا من خلال هذا الجدول المعنون بتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص العلمي، والذي يندرج ضمن البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين، حيث تم توظيف هذا المتغير لعدة اعتبارات، منها ما يتعلق بطبيعة مجتمع البحث وعينته، حيث اقتضت المتطلبات المنهجية عند تحديد مجتمع البحث على أن تكون عينة الدراسة فئة الأساتذة ممن يحملون أو يدرسون في تخصص الإعلام والإتصال و كذا تخصص العلوم السياسية على مستوى الجامعة الجزائرية، وفي هذا الصدد تبريرات هذا المتغير إنطلقت من تحديد مجتمع البحث وعينته، وبقراءة وتحليل معطيات الجدول يتضح لنا.

- ترتيب أساتذة (علوم الإعلام والإتصال) احتل الرتبة الأولى بعدد تكراري 35 مفردة، وبنسبة مئوية تساوي 55%، ومبررات هذا الترتيب أن سلك الأساتذة في هذا التخصص متوفر بشكل ملحوظ، خاصة أن هذا التخصص يحظى بإهتمام لدى دارسيه، وبالتالي انعكس بذلك على توفر أساتذة هذا التخصص على عينة الدراسة الإجمالي.

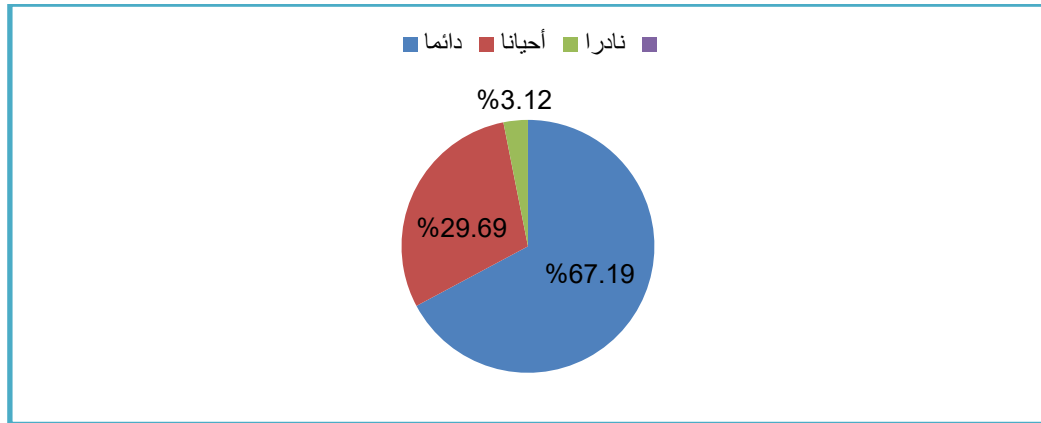
- جاء تخصص (العلوم السياسية) في الرتبة الثانية بعدد تكراري يساوي 29 مفردة، ونسبة مئوية تقدر ب 45%، ومبررات هذا الترتيب هو عدم توفر الأساتذة بشكل يضاهي تخصص علوم الإعلام والاتصال، خاصة أن هذا التخصص ليس موجود في كل الجامعات الجزائرية.

*المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية *

المحور الأول: عرض وتحليل بيانات اعتماد أساتذة الإعلام والعلوم السياسية في الجزائر على مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي أثناء إستيقاء الأخبار.

الجدول رقم (21) يوضح مدى متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	مدى المتابعة
67.19%	43	دائما
29.69%	19	أحيانا
03.12%	02	نادرا
100%	64	المجموع



الشكل رقم (11): دائرة نسبية توضح مدى متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الإجتماعي.

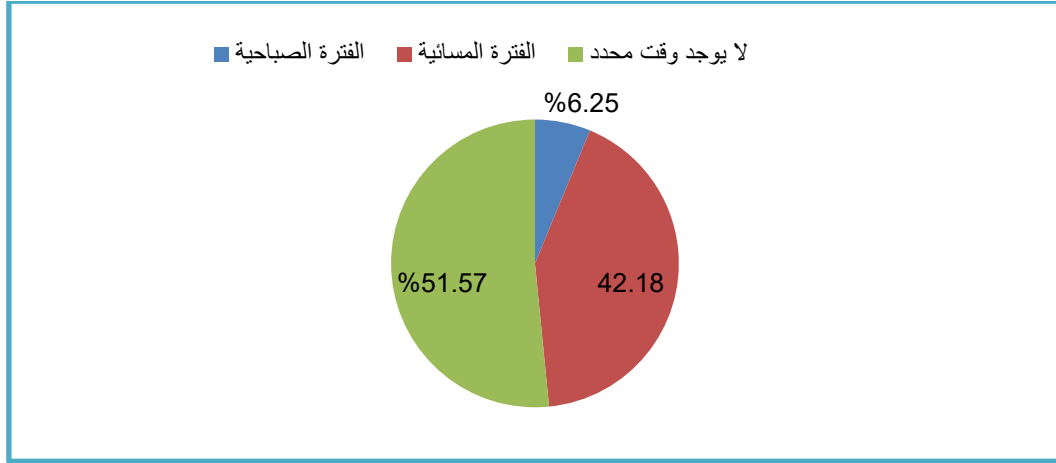
يمثل هذا الجدول نسب وتكرارات متابعة المبحوثين لمواقع وشبكات التواصل الإجتماعي، حيث تظهر لنا نتائج هذا الجدول

على النحو التالي:

- أفراد العينة يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي (بشكل دائم)، بعدد تكراري ب 43 مفردة، أي بنسبة مئوية تقدر ب 67.19%، وتكمن تبريرات هذه العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأفراد العينة هو ما أوضحت تمثله كوسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال من إعتمادية عليها كوسيلة التواصل مع مختلف المستجندات والمواضيع، خاصة أن هذه المواقع تحضى بمتابعة جماهيرية واسعة، بالإضافة إلا أن طبيعة التخصص تفرض على أفراد العينة الإحاطة الدائمة بما يجري من مختلف الأحداث المحلية والإقليمية.
- يتابع بعدد تكراري 19 مبحوث، أي بنسبة مئوية 29.69% من مجموع أفراد العينة مواقع التواصل الاجتماعي بصفة (أحيانا فقط)، ومبررات هذه الترتيب أن هناك من له ميول أكثر لبدائل أخرى، قد تكون وسائل الإعلام التقليدي كالتلفزيون مثلا، أو أنه لا يوجد أي اهتمام بهذه الوسائط الإلكترونية بشكل واضح.
- يتابع (بشكل نادر) ما يمثل عدد تكراري 02 من المبحوثين، أي بنسبة مئوية تقدر ب 3.12% من مجموع أفراد العينة الإجمالي مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، وهي نسبة ضعيفة جدا. وهو ما يقودنا إلى فهم مبررات هذا التوصيف بأن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي تحضى بإهتمام جماهيري، خاصة أن العصر الرقمي الذي يفرض تحولاً حتى في أنماط الإتصال وتحقيق صفة المواكبة الآنية للأحداث والوقائع بما يساهم في تحقيق الدراية المعلوماتية، وبالتالي هذا التوصيف يقودنا إلى الوصول إلى نتيجة مفادها: أن هذه الوسائل لا تجذب أفراد هذه العينة بشكل مقنع.

الجدول رقم (22) يبين فترة مشاهدة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.

فترة المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
الفترة الصباحية	04	06.25%
الفترة المسائية	27	42.18%
لا يوجد وقت محدد	33	51.57%
المجموع	64	100%



الشكل رقم (12): دائرة نسبية تبين فترة مشاهدة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.

يمثل هذا الجدول فترة مشاهدة المبحوثين لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث يعتبر تضمين فترات المشاهدة في سياق هذه الدراسة الميدانية أمرًا في غاية الأهمية، فهو يتعلق بأوقات محددة يكون لتأثير المضامين التي تنتجها الوسائط الإلكترونية واضح على مخرجات العملية الاتصالية ككل، وبقراءة وتحليل وتمحيص معطيات هذا الجدول يتبين لنا التالي:

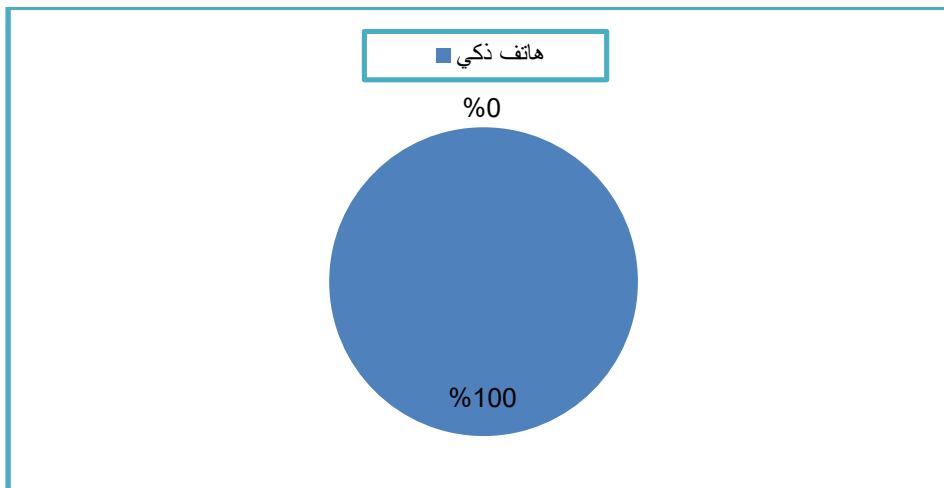
- فئة عريضة من المبحوثين ترى أن فترة مشاهدتهم لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (غير محددة)، وذلك بواقع عدد تكراري 33 مبحوث، أي بنسبة مئوية تقدر 51.57%، ويفسر هذه الترتيب في أن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي ملازمة للأفراد في كل الأوقات، وهو ما يفتح الباب أمام تحقيق مسائلة في الجانب العلاقائي لشبكات ومواقع التواصل الاجتماعي وتأثيراتها على المستخدمين، وبالتالي يمكن أن نسلم بالقول أن الذي يرتب هذا الوصف هو أن هناك علاقة تأبى الانقطاع، وهي ملازمة للمستخدم طوال أوقات اليوم تحت مسمى الإدمان الإلكتروني.

- فيما قال 27 مبحوث، أي ما نسبته 42.18% من مجموع أفراد العينة أن (الفترة المسائية) هي أكثر فترة يشاهدون مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث يمكن تفسير هذا القول على أنه طبيعي ومنتظر، وتبرير ذلك أن الفترة المسائية تتميز في العادة بغزارة في الأحداث والأخبار خاصة تلك المثيرة منها والتي تنتظر ردة فعل من طرف مستخدمي هذه المواقع والشبكات والمنصات، فهي تمثل مجالًا عامًا لتقاسم وتبادل الأفكار والتوجهات بدون أية قيود، وهو أمر كذلك يرتبط بأوقات الذروة، أين يكون فيه المستخدمين أو جمهور هذه الوسائط قد أكملوا دوام عملهم وتفرغوا لمشاهدة الأحداث والأخبار التي ميزت هذا اليوم.

- في مقابل ذلك يرى 04 فقط من المبحوثين أي ما نسبته 06.25% من مجموع أفراد العينة أن (الفترة الصباحية)، وهي النسبة الأضعف من فترات المشاهدة الأخرى، فهي الفترة الأكثر مشاهدة لديهم، وتفسر هذه النتيجة بإيقاع الحياة المتقطع الذي يميز عالم اليوم نتيجة لبعض الارتباطات المهنية والعائلية.
- تعطي نتائج هذا الجدول قراءات متعددة حول الفترات التي يكون فيها الجمهور أو المستخدمين نشطين، منها قدرة هذه الوسائط الإلكترونية على تحقيق ما يسمى بالتزامنية التي تجعل من الخبر أو المعلومة تتجدد ضمن سياقات يفرضها تفاعل الجمهور مع المحتوى المقدم، وتحقق بذلك التناغم المعرفي في كل الأوقات من طرف مستخدمين وجمهور متعدد الأفكار والثقافات ومتعشش نحو التعرف على مختلف الأخبار.

الجدول رقم (23) يوضح نوع الأجهزة التي يستعملها المبحوثين خلال تتبعهم للأخبار.

النسبة المئوية	التكرار	الجهاز المستعمل
100%	64	هاتف ذكي
00%	00	لوحة إلكترونية
00%	00	جهاز حاسوب
100%	64	المجموع



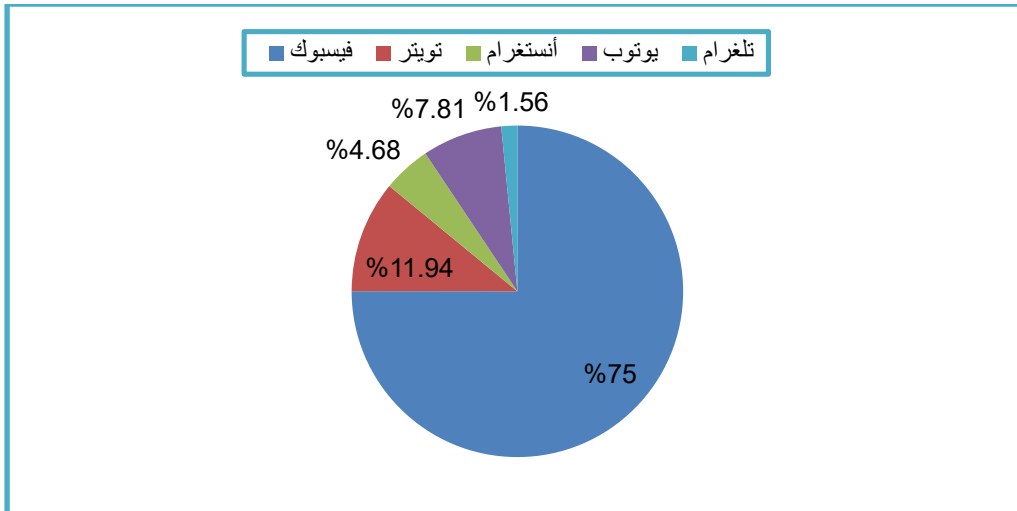
الشكل رقم (13): دائرة نسبية توضح نوع الأجهزة التي يستعملها المبحوثين خلال تتبعهم للأخبار

يمثل هذا الجدول العدد التكراري والنسب المئوية لنوع الأجهزة التي يستعملها أفراد العينة أثناء تصفحهم للأخبار عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، وبقراءة وتحليل معطيات هذا الجدول يتضح لنا، أن كل المبحوثين من أفراد العينة يفضلون استعمال (الهواتف الذكية) في عملية البحث عن الأخبار والمستجدات والتعرف على مختلف الأحداث، في المقابل تبقى وسائل كاللوحه الإلكترونية وجهاز الحاسوب ليست وسيلة مفضلة لتصفح مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي والتعرف على الأخبار.

● تفسر هذا النسبة المطلقة لإستخدام الهاتف الذكي في عملية ولوح المستخدمين لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي ضمن معطيات تكنولوجية بحتة، فالهاتف الذكي بات يكتسب الكثير من الخصائص التي تضاهي من حيث كفاءته أجهزة الكمبيوتر، والتي منها جودة الشاشة و إتساع الذاكرة، وأداء كاميرا التصوير والفيديو في مقابل ذلك هي صغيرة الحجم وسهلة الحمل في كل الأماكن وفي كل الأوقات، كما ساهمت تغطية شركات الخدمات الإتصالية المختلفة لشبكات الإنترنت والهاتف النقال في تقديم عروض ترويجية، خاصة أن هذه الشركات تضمن اليوم تغطية الجيل الرابع وهي تستعد لإطلاق عروض مستقبلية خاصة بالجيل الخامس من الاتصالات، ففي سنة 2019 (6.1) مليار مستخدم للهواتف المحمولة حسب الإحصائيات التي قامت بها شركة بايبدو المتخصصة (كم يبلغ مستخدمي الهاتف المحمول في العالم، 2022)، وهو مؤشر قوي يصف حال أكثر الوسائل الإتصالية إستخداما في العالم، وهو كذلك دليل على الثقة والأهمية التي باتت تحضى بها هذه الوسيلة لدى مستخدميها، وما عزز كذاك استخدام الهواتف الذكية لدى الكثير من المستخدمين هو الجانب الاقتصادي والتحول الملحوظ في القدرة الشرائية لديهم، كما بات اقتناء هاتف ذكي ثقافة ملزمة ودليل على التحضر ومواكبة العالم، فعدم امتلاكك لهاتف ذكي هو تأخر عن العالم المتقدم كما يعتقد كثيرين، وبالتالي فإن استخدامات الهواتف الذكية هو اعتماد بالدرجة الأولى عليها كوسيلة لتحقيق غاية التواصل مع الآخرين ومع العالم.

الجدول رقم (24) يبين أهم مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي التي يستقي منها المبحوثين للأخبار.

المواقع والشبكات	التكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	48	75%
تويتر	07	10.94%
أنستغرام	03	04.68%
يوتوب	05	07.81%
تلغرام	01	1.56%
المجموع	64	100%



الشكل رقم (14): دائرة نسبية تبين أهم مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي التي يستقي منها

المبحوثين للأخبار

يوضح لنا هذا الجدول أهم المواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، التي يستقي منها المبحوثين الأخبار، وبقراءة وتفريغ معطياته،

إتضح لنا التالي:

• أكثر المواقع وشبكات التواصل الإجتماعي التي يعتمد عليها أفراد عينة الدراسة كمصدر للأخبار هي موقع التواصل

الإجتماعي (فيسبوك)، وذلك بعدد تكراري 48 مفردة، وبنسبة مئوية قدرت ب 75%.

• في الترتيب الثاني جاءت منصة (تويتر) كأهم مصدر يعتمد عليه أفراد العينة في إستقاء مختلف الأخبار، وذلك بواقع عدد تكراري **07** مبحوثين، أي ما يعادل ما نسبة مئوية تقدر بـ **10.94%**.

• في الترتيب الثالث جاء موقع (يوتوب)، كمصدر لإستقاء الأخبار بعدد تكراري **05** مفردات، وبنسبة مئوية **07.81%**.

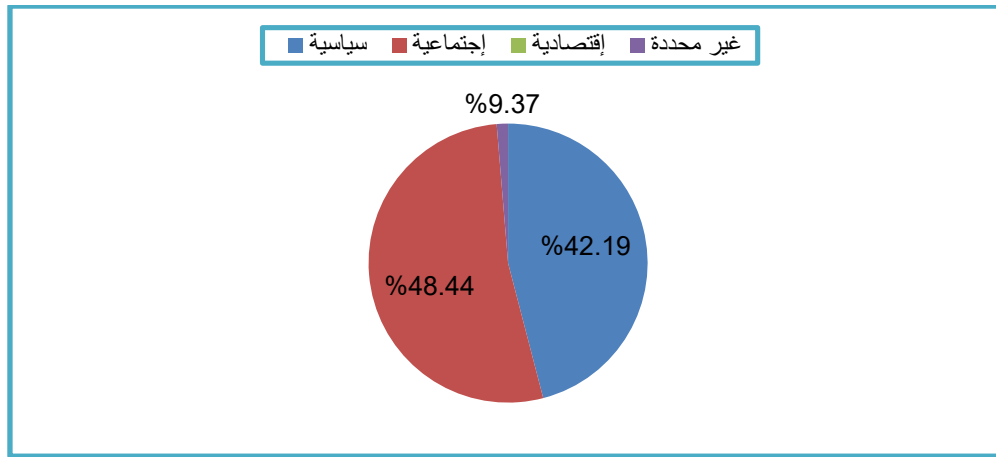
• فيما رأى ما نسبته **04.86%** من المبحوثين، أي ما يعادل **03** مفردات من مجموع المبحوثين على أن تطبيق (أنستغرام)، هو مصدرهم الأول للأخبار، ثم يليه تطبيق (تيلغرام) الذي بات اليوم تطبيقاً يهتم بالأخبار النوعية والحصريّة بواقع عدد تكراري **01** مفردة، أي بنسبة مئوية ضئيلة تقدر بـ **1.56%**.

• يمكن أن نفسر معطيات هذا الجدول بخصوص إختيار المبحوثين موقع فيسبوك كمصدر رئيسي لإستقاء مختلف الأخبار بعدة معطيات، منها إنتشار موقع فيسبوك كأكثر المواقع إستخداماً في العالم، فأخر الإحصائيات تضع Facebook هو ملك وسائل التواصل الاجتماعي مع جمهور هائل (أكثر من **1.9** مليار المستخدمون النشطون يومياً) (ألغرين، 2022)، وهو بذلك يمارس عنصر جذب للأفراد، وكذا الخلفية التاريخية والخصوصية التي تميز بها هذا الموقع في المنطقة العربية، ودوره ضمن أحداث ما يعرف بالربيع العربي، بالإضافة إلى ذلك كله سهولة تحميل هذا التطبيق، وتوفيره لخصائص تجعل المستخدم أكثر مرونة من حيث المشاركة والمشاهدة والتفاعل مع مختلف الأحداث.

• في المقابل يُفسّر موقع تويتر كثاني الترتيب من حيث اعتماد المبحوثين على هذه المنصة كمصدر للأخبار، هو أنها منصة تمتاز بالنوعية والكفاءة في نشر الأخبار، فهي تكتفي بتوصيف الأخبار ضمن نطاقه فقط بعيداً عن التفاصيل التي تغرق في الخبر، كما تعتبر هذه المنصة كأول منصة وموقع التي تم فيها تفعيل خاصية الهاشتاغ، والتي تسمح بمشاركة الأخبار على نطاق واسع، مما يعطيها قيمة معلوماتية ومعرفية أكثر لدى المستخدمين، أما ترتيب يوتيوب في المرتبة الثالثة فيفسر هذا بأن هذا الموقع عبارة عن قناة ربحية لصانعي المحتوى، وبالتالي تضمن الأخبار الحصرية و التقارير يجعل من المستخدمين أمام شغف إكتشاف هذه التقارير والأخبار، أما ترتيب أنستغرام، فيبرر أنه ليس موقع مخصص للأخبار العامة التي تحاكي يوميات المستخدمين السياسية و الإجتماعية، بل هو تطبيق لمحاكاة حياة المشاهير عبر الفيديوهات القصيرة، أما تطبيق تيلغرام فهو موقع جديد تطبيق يحاول التموقع في عالم السوشل ميديا.

الجدول رقم (25) يوضح نوع الأخبار التي تحظى بمتابعة المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي.

نوع الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
سياسية	27	42.19%
إجتماعية	31	48.44%
إقتصادية	00	00%
غير محددة	06	9.37%
المجموع	64	100%



الشكل رقم (15): دائرة نسبية توضح نوع الأخبار التي تحظى بمتابعة المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي

يحمل هذا الجدول المعنون بنوع الأخبار التي تحظى بمتابعة أفراد عينة الدراسة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث يعتبر التركيز على نوع الأخبار عبر هذه المواقع والشبكات، ذي أهمية بالغة من أجل فهم أكثر لمراكز صناعة العملية الإتصالية لمستخدمي هذه الوسائط، وعند قراءة معطيات الجدول تتضح لنا النتائج التالية:

- المبحوثين يهتمون ويتابعون أكثر الأخبار ذات (الطابع الاجتماعي) بالدرجة الأولى بعدد تكراري 31 مفردة، أي بنسبة مئوية 48.44%، وتفسر هذه النسبة في أن هذه المواقع والشبكات مضامينها تعنى بالدرجة الأولى بالمواضيع الإجتماعية، والتي تحمل الكثير من عناوينها صفة الإثارة، كما أن هذه المواقع تعتبر متنفساً إجتماعياً للكثير ممن جرى تغيّبهم على الشاشات ووسائل الإعلام

الرسمية، بالإضافة إلى ذلك، فإن البعد الاجتماعي يرمي بثقله على جميع المجالات الأخرى، فالقضايا التي تبناها هذه الوسائط تنطلق من السياق الاجتماعي للمستخدمين.

• جاء ترتيب (الأخبار السياسية) ثانيا بعدد تكراري 27 مبحوث، أي بنسبة مئوية تقدر %42.19، حيث يرى عدد من أفراد هذه العينة أن هذه الأخبار تعتبر إهتمامهم الأول بين مختلف القضايا الأخرى، وتفسر هذه النسبة على نحو أساسي بالحالة السياسية التي يعيشها البلد، وكذا التجاذبات بين أطراف صانعي القرار التي رمت بثقلها على رسم صور ومشاهد تنصدر هذه الشبكات والمواقع، بالإضافة إلى أن مستوى ونوعية أفراد العينة فهي ذات بعد نخبوي وذو إنتماء إعلامي وسياسي بما يفرضه حكم التخصص.

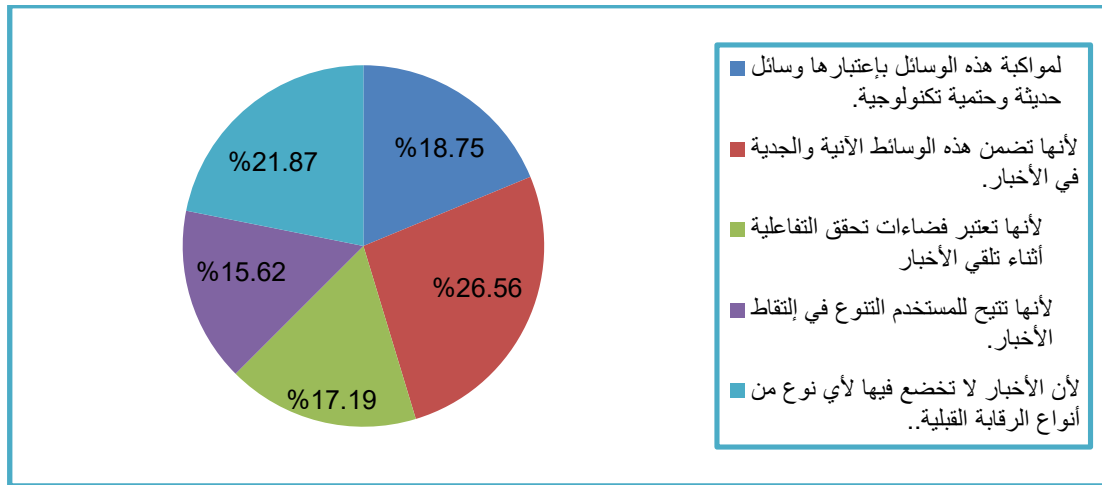
• في الترتيب الثالث جاء إختيار (التنوع في الأخبار أو غير محددة) بين (الإجتماعي والسياسي والثقافي وكذا الرياضي... الخ) بعدد تكرار 06 مفردات، أي بنسبة مئوية %09.37، ويرجع إختيار أفراد من العينة أنهم يتابعون الأخبار كلها متنوعة ولا يوجد ترتيب في نوع الأخبار، فهم يرون أن هذه المواقع ككل متنوع في الأخبار التي تكون موجودة في هذه الوسائط، وهي بذلك وسائل للتعرف على مختلف الأخبار والمعلومات.

توافقت نتائج هذا الترتيب الذي عبّر عنه المبحوثين إلى حد ما، مع النتيجة التي توصلنا إليها فؤاد مداني وعبو فوزية في دراستهما المعنونة بـ " الحراك الشعبي الجزائري والوعي الاجتماعي في منصات التواصل الاجتماعي - مظهرات الرسالة وتفاعل الوسيلة -"، أين توصلنا الباحثان إلى أن المواضيع الأكثر تداولاً وتفاعلاً من المستخدمين، كانت المواضيع ذات الطابع الاجتماعي، وكذا السياسي في الترتيب الثاني، وبشكل متقارب (مداني و عبو، 2020، صفحة 173).

الجدول رقم (26) يبين مبررات اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.

مبررات الاعتماد على مواقع وشبكات التواصل كمصدر للأخبار.	التكرار	النسبة المئوية
لمواكبة هذه الوسائل باعتبارها وسائل حديثة وحتمية تكنولوجية.	12	18.75%
لأنها تضمن هذه الوسائل الآنية والجدية في الأخبار.	17	26.56%
لأنها تعتبر فضاءات تحقق التفاعلية أثناء تلقي الأخبار.	11	17.19%
لأنها تتيح للمستخدم التنوع في إلتقاط الأخبار.	10	15.62%
لأن الأخبار لا تخضع فيها لأي نوع من أنواع الرقابة القبلية.	14	21.87%
لأن هذه الوسائل تمنح للمستخدم مرونة أكثر من حيث أنها عالمية الأداء.	00	00 %
أخرى..	00	00%

المجموع	64	100%
---------	----	------



الشكل رقم (16): دائرة نسبية تبين مبررات اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.

يقدم لنا هذا الجدول المبررات التي تقود أفراد عينة الدراسة، إلى إختيار مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي كمصدر للأخبار،

وبقراءة معطيات الجدول سجلنا النتائج التالية:

• تبين لنا أن 17 مبحوث، أي ما نسبته 26.56% من أفراد العينة الإجمالي، يرون أن السبب الأول الذي يدفعهم إلى الإعتماد على هذه الوسائط، هو أن هذه الوسائط (تضمن الآتية والجديفة في الأخبار)، ومن هنا فإن إختيار هذا المبررات من طرف المبحوثين واقعي جدا، نظرا لأن هذه الوسائط تتجدد فيها الأخبار في كل لحظة وحين، وهو ما يجعل من المستخدمين أمام زخم معلوماتي كبير، بفضل أن القائم بالاتصال بات متعدد والمستخدمين فيه هم من يساهمون في صناعة مضامينها.

• إختار 14 مبحوث، أي ما نسبته 21.87% من مجموع أفراد العينة أن (الأخبار في هذه الوسائل لا يخضع فيها لأي نوع من أنواع الرقابة القبلية)، و هنا نتوقف حول هذه الجزئية المهمة جدا خاصة في منطقتنا العربية، فهذا الإختيار لم يكن عرضيا بل هو نتيجة للترسبات وحالة القهر والحرمان السياسي والإعلامي التي عاشتها شعوب هذه المنطقة، التي مارستها السلطة والأنظمة السياسية طيلة سنوات، وبظهور هذه الوسائط منحت للجمهور العربي حقا في التعبير عن القضايا بدون قيود وبلا رقابة على المنشورات المعبرة عن الآراء والتوجهات خاصة السياسية منها، وفي هذا السياق يتفق هذا التوجه مع ما أشارت إليه زينب عبد الله محمد مصطفى في دراستها المعنونة ب: الرقابة الالكترونية وحرية الرأي و التعبير- دراسة مقارنة بين مصر و إيران- على أن هذه

الشبكات والمواقع هي مجالٌ وجد فيه المواطنين، خاصةً الشباب منهم مساحة كبيرة من التعبير بحرية عن آراءهم في الأحداث المحلية والعالمية ، ومن ثم كان للإنترنت دوراً أساسياً في التمهيد لقيام الثورة المصرية في العام (عبد الله محمد مصطفى، 2016) .

• قال 12 مبحوث، أي ما نسبته %18.75 من المبحوثين أن إعتمادهم على هذه الوسائط كمصادر للأخبار هو راجع إلى أن هذه الوسائط هي (وسائل حديثة وحتمية تكنولوجية)، ويعتبر هذا المبرر نتيجة للتحويلات في المشهد الاتصالي والإعلامي، فهي مظهر من مظاهر التحول الرقمي الذي يقود العالم اليوم، فلا يمكن في حال من الأحوال أن نتصور أن نبقي منعزلين عن هذه الوسائط التي هي حتمية وضرورة تكنولوجية، وهي تشمل جميع المجالات الإقتصادية و الخدماتية، وتتفق هذه النتيجة تقريبا مع ما توصلنا إليه غنية صوالحية و أكرم بطورة في دراستهما المعنونة ب: إعتماذ الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات (صوالحية و بطورة ، 2020، صفحة 276).

• رأى أفراد آخريين من المجموع الكلي المبحوثين، وذلك بعدد تكراري 11 مفردة، ونسبة مئوية تقدر %17.19 أن ما يدفعهم إلى التوجه إلى هذه الوسائط، هو أنها (تعتبر فضاءات تحقق التفاعلية أثناء تلقي الأخبار)، وتعتبر هذه الخاصية أساسية تضمنها هذه الوسائط الإلكترونية، فالجمهور في وسائل الإعلام التقليدي كان مغيب عن التفاعل مع المواضيع المطروحة لعدة أسباب، أما الخط التحريري لهذه الوسائط الذي يمنع هذه الخاصية، وإما لكون هذه الوسائط، لا تضمن هذه الخاصية أصلا لدواعي تقنية وهي غير موجودة.

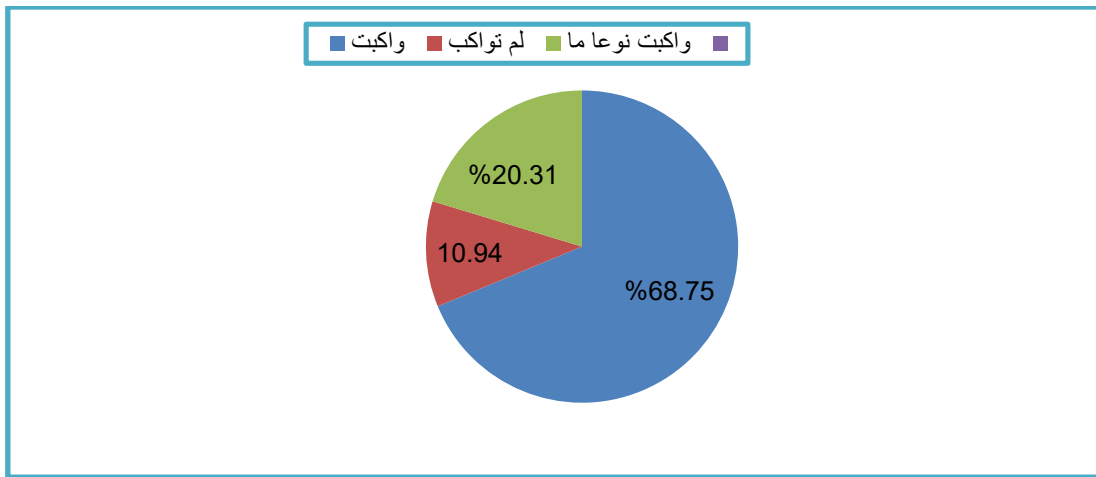
• قال 10 مبحوثين أي ما نسبته %15.62 من أفراد العينة الإجمالي، أن الذي يدفعهم أساسا إلى الإعتماذ على هذه الوسائط كمصدر أساسي لإلتقاط الأخبار هو أنها (تتيح للمستخدم التنوع في إلتقاط الأخبار)، وتعتبر هذه الخاصية أساسية في هذه الوسائط، لأن التنوع في الأخبار يعتبر مساحة تمارس فيها كل الأخبار، وذلك من أجل تحقيق التوافق بين ما يريده المستخدمين من مضامين ومواضيع متنوعة، وما يمكن أن يحقق كذلك لهذه الوسائط مزيدا من المستخدمين، ويتيح لها في المقابل الجانب الربحي، الذي يضمن لها البقاء في سوق المنافسة.

• توافقت مجمل إجابات المبحوثين مع ما تعتقده إفتراضات نظرية الإعتماذ على وسائل الإعلام، وهي ترى بأن: إعتماذ الجمهور على معلومات وسائل الإعلام هو من أجل أن يحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، وتركز هذه النظرية على العلاقات بين النظم – المعلومات الصغرى والمتوسطة والكبيرة ومكوناتها (البياني، 2014)، ومن هنا نستشف أن علاقة مضامين هذه الوسائط مع مستخدميها، هي من أجل تحقيق أهداف معلوماتية جد مهمة في نظر المستخدمين.

***المحور الثاني: عرض وتحليل بيانات المعالجة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي لأخبار الحراك الشعبي في الجزائر من وجهة نظر أساتذة الجامعة* .**

الجدول رقم (27) يوضح رأي المبحوثين في مدى مواكبة مواقع التواصل الاجتماعي لمجريات الحراك الشعبي في الجزائر.

النسبة المئوية	التكرار	مدى مواكبة مواقع التواصل الاجتماعي للحراك الشعبي
68.75%	44	واكبت
10.94%	07	لم تواكب
20.31%	13	واكبت نوعا ما
100%	64	المجموع



الشكل رقم (17): دائرة نسبية توضح رأي المبحوثين في مدى مواكبة مواقع التواصل الاجتماعي لمجريات الحراك الشعبي

كما هو موضح من عنوان هذا الجدول فهو خاص برؤية تقييمية من وجهة نظر أفراد العينة، ومدى مواكبة مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي لمجريات الحراك الشعبي، وبتفريغ معطيات الجدول جاءت النتائج على النحو التالي:

- يظهر لنا أن 44 مبحوث، أي ما نسبته 67.75% من أفراد المبحوثين، يعتقدون أنه مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (واكبت) لمجريات وأحداث الحراك الشعبي، ويفسر هذا التوجه على نحو يجابه واقع التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام الرسمية التي عادة ما تنتصر للسلطة السياسية، وترسم صورة نمطية معهودة على الأحداث، خاصة إن كانت هذه الأحداث تهدد نظام

الحكم، وذلك عن طريق تكميم أصوات المعارضة ومحاولة تقديم وصف معاكس للحقيقة، فهذه الوسائط تعتبر بديلا حقيقيا ومنتفسا إجتماعيا وسياسيا بالدرجة الأولى للجماهير، وهي الفكرة التي تنطلق منها نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام التي ترى أن إستخدامنا لوسائل الإتصال لا يتم بمعزل عن النظام الإجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الإتصال (إسماعيل م.، 2003).

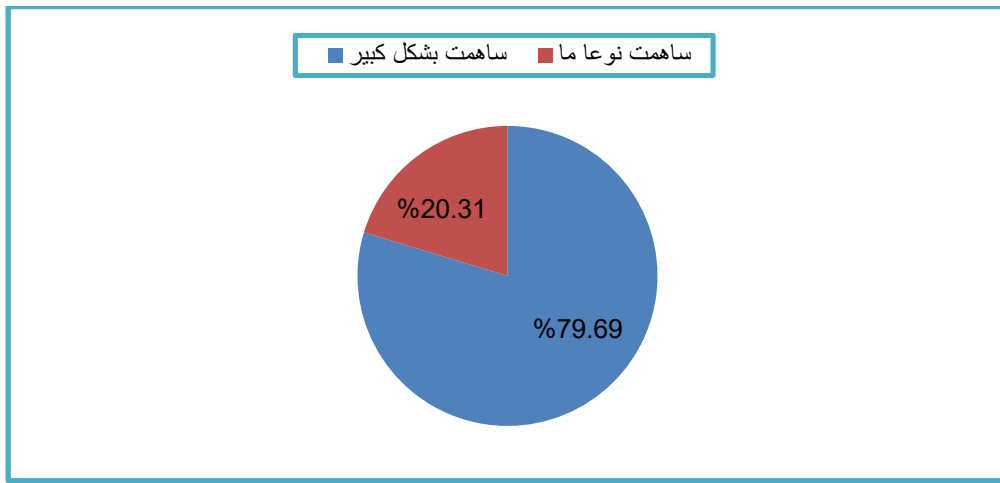
• يعتقد 13 مستجوب أي ما نسبته 20.31% من المبحوثين أن هذه المواقع والشبكات (واكب نوعا ما) لمجريات الحراك الشعبي، وكانت التغطية على المدى المتوسط، وقد تكون مبررات هذا التوجه الذي يتصوره جزء من أفراد هذه العينة أن هناك عوامل وظروف، تتعلق أساسا بضباية المشهد السياسي بين السلطة الحاكمة والحركات الإحتجاجية المناهضة لها، وكذا حالة التخوف من تناول الأحداث وتقديم قراءات خاطئة حولها، خاصة أن البلد يعيش على حافة من خطر سقوط مؤسسات سيادية وسط إزداد الفجوة وتباعد قنوات الإتصال بين السلطة والشعب.

• يرى 07 مستجوبين أي ما نسبته 10.64% من إجمالي أفراد العينة الإجمالي أن هذه الوسائط (لم تواكب) على الإطلاق مجريات وأحداث الحراك الشعبي، وتبرير هذا التوجه قد يتعلق برؤية أفراد هذه العينة من الناحية العلمية والأكاديمية أن هذه الوسائط ليست بالضرورة مصادر موثوق بها، ولا هي وسائل تنقل الصورة الصحفية بمعاييرها الخيرية والقيمية، ويمكن في ذلك الوثوق في قدرتها على تصوير الأحداث دونما زيف أو أي تأثيرات بصرية، والتي من شأنها في الأخير أن تقدم للمستخدمين وللجمهور صورة مشكوك في صحتها، فالتوهيل ليس حاملا للأحداث كما هي، وبالتالي فأصحاب هذا الرأي لا يرون في هذه الوسائط إعتماية موثوق فيها دائما في نقل الأحداث وتحقيق فعل مواكبة الأحداث.

■ تفسر النتائج العامة لهذا الجدول أن مستوى المواكبة للأحداث، إنتقل من سياق ومن مستجد غير متوقع، فاجئ السلطة والنظام السياسي، فالذي شهدته الجزائر من خروج الملايين من الجماهير إلى الشوارع والساحات العمومية، جعل من مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي أمام تحدي حقيقي بأن أضحت هذه الوسائط مجالا أو فضاء، لتبادل مختلف الأخبار والتطورات الخاصة بالحراك الشعبي، وبالتالي إجابات المبحوثين توضح لنا أن أحداث الحراك، استولت على حيز مهم من إهتمامتهم اليومية على هذه الشبكات والمواقع، وبالتالي يكون تحقيق فعل المواكبة، قد تحقق إلى حد ما، وتتفق هذه النتيجة مع توصلا إليه كل سهائلة سماح و محي الدين فرحات، في ورقتهما البحثية المعنونة: دور مواقع التواصل الإجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي - دراسة ميدانية لعينة من المستخدمين في الوسط الطلابي-، في أن موقع التواصل الإجتماعي لعبت دورا فعالا في تغطية مجريات الحراك الشعبي، إذا أعتبر هذا الموقع أداة نقلت أحداث ومجريات وتطورات الحراك الشعبي (سهائلة و فرحات، 2020، صفحة 20)

الجدول رقم (28) يبين رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في تحريك الجماهير نحو الإحتجاج.

النسبة المئوية	التكرار	مدى مساهمة مواقع التواصل في تحريك الجماهير
79.69%	51	ساهمت بشكل كبير
00%	00	لم تساهم على الإطلاق
20.31%	13	ساهمت نوعا ما
100%	64	المجموع



الشكل رقم (18) دائرة نسبية تبين رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في تحريك الجماهير نحو الإحتجاج.

يقدم لنا هذا الجدول الذي يحمل عنوان رأي المبحوثين في مدى مساهمة شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي في تحريك الجمهور نحو الإحتجاجات، ويكتسي هذا السؤال أهمية بالغة ضمن معطيات هذه الدراسة، تتمثل في الأهمية العملية التي تجسدها هذه المواقع والشبكات في محيط نشاطها، وهي بذلك تقدم توصيفاتها للجمهور ودورها في الحياة الاجتماعية والسياسية، وترجم كذلك في دور القائم بالإتصال وأجنداته، وبقراءة معطيات هذا الجدول يتضح لنا:

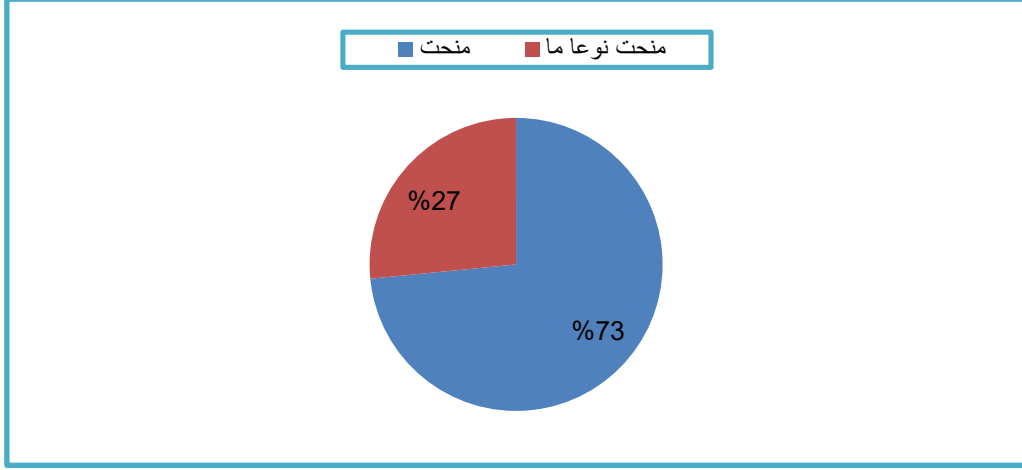
أكد 51 مبحوث أي ما نسبته 79.69% من إجمالي المبحوثين أن هذه المواقع والشبكات (ساهمت بشكل كبير) في توجيه الجماهير نحو الشارع، ويفسر هذا المؤشر الذي أبان عليه أفراد العينة حول الأهمية التي باتت اليوم تحظى بها هذه المواقع والشبكات في كل مجالات الحياة، وبوجود ما يطلق عليه بالاتصال التفاعلي، الذي دفع بتعبئة الجمهور بالتحرك صوب الشارع و

الساحات العمومية، وتصوير الوضع بأن هناك حالة بوجود غضب شعبي اتجاها الوضع الحالي، وبالحدوث عن النموذج الجزائري مع هذه المواقع والشبكات، فقد لعبت هذه الوسائط دورا محوريا في اتساع رقعة هذه التظاهرات التي شهدتها الجزائر فيما عرف بالحراك الشعبي، من خلال الدعوات الملحة والمتكررة للمواطنين من أجل التظاهر كل يوم جمعة بطريقة سلمية، وهذا التوصيف الذي أشارت وتوصلت إليه لويزة آيت حمادوش المعنونة بـ " الحراك الشعبي في الجزائر بين الإنتقال المفروض و الإنتقال التعاقدى (آيت حمادوش، 2019).

• قال 13 مبحوث، أي ما يعادل نسبته 20.31% من أفراد العينة الإجمالي أنّ مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي (ساهمت نوعا ما) في تحريك الجماهير نحو الاحتجاجات، و يمكن فهم هذا التصور أو الموقف الذي عبّر عنه أفراد هذه العينة بالسياقات الإتصالية التي فرضتها هذه المواقع والشبكات على الجانب العلاقتي، و الذي أضح يجمع مستخدمي هذه الوسائط، من ضبابية المشهد السياسي قبيل انفجار الوضع وخروج الجمهور للشارع، وبالتالي التوصيف المشار إليه بأن ساهمت نوعا ما، المقصود منه أن هذه المواقع والشبكات، أنّها ساعدت في الدفع بالجماهير إلى الخروج وما هي إلى نقطة اتصال بينهم، وأن العملية في الأخير هي نتيجة لتراكمات قبلية و إرث سياسي و اجتماعي قبلي.

الجدول رقم (29) يبين رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد أتاحت حرية كافية لمستخدميها في التعبير عن تطورات الحراك الشعبي.

النسبة المئوية	التكرار	مستوى الحرية التي وفرتها مواقع التواصل الاجتماعي
73.44%	47	منحت
00%	00	لم تمنح على الإطلاق
26.56%	17	منحت نوعا ما
100%	64	المجموع



الشكل رقم (19): دائرة نسبية بين رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد أتاحت حرية كافية لمستخدميها في التعبير عن تطورات الحراك الشعبي.

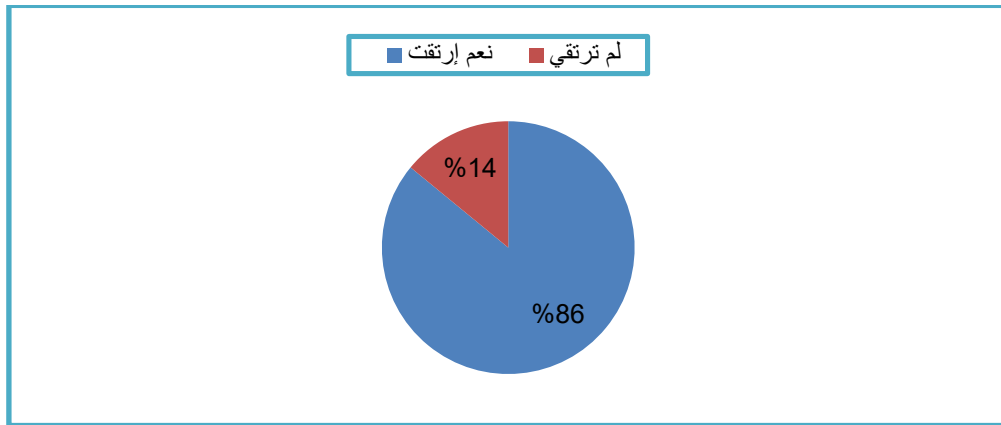
يتمحور عنوان هذا الجدول حول آراء المبحوثين، حول ما إذا كانت شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي قد منحت مساحة كافية لمستخدميها للتعبير عن مختلف الآراء والأفكار، حول مجريات وتطورات الحراك الشعبي في الجزائر، وعند تفرغ وقراءة الإجابات التي قدمها المبحوثين، توضح لدينا المعطيات التالية:

• يعتقد 47 مستجوب أي ما نسبته 73.44% من أفراد العينة الإجمالي أن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي قد (منحت بشكل كبير)، مساحة كافية لمستخدميها للتعبير عن مختلف أفكارهم وآراءهم حول تطورات الحراك الشعبي، ويمكن في هذا الإطار تفسير هذا الرأي بالأدوار التي باتت تلعبها هذه الوسائط كبداية إتصالية يلجأ لها المستخدم بما توفره من هامش الحرية والتعبير وإبداء الرأي على مختلف القضايا، فالممارسات التي ميزت الحياة السياسية والإعلامية طيلة عقود من إنعدام ديمقراطية وسائل الإعلام في التعليق والتعاطي مع مختلف المواضيع، جعل من ظهور هذه الوسائط بديلا ومتنفسا حقيقيا لممارسة إعلامية و إتصالية غير مقيدة، فتعاطي مستخدمي هذه الوسائط مع تطورات مخرجات الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر، وهي النتيجة التي أشارت لها أسعد فايزة زرهوني في ورقتها البحثية الموسومة بـ " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر- الفيسبوك أمودجا- (زرهوني، 2020، صفحة 713)، حينما أشارت إلى أن عمليات التعبئة التي تجسدت على أرض الواقع، كانت الشوارع والساحات العمومية مسرحا لهذه المظاهرات الشعبية، حيث أصبحت مواقع التواصل التي تستخدم الإنترنت برلمانا مفتوحا، يعبر فيه الكل عن رأيه، ويشارك في اتخاذ القرارات وصنعها، و هذا ما يشبه ذلك الفضاء العمومي الذي بدأ في ساحات النقاش حسب ما ذهب إليه هابرماس.

• إتفق 17 مبحوث أي ما نسبته 26.56% من إجمالي المستجوبين أن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي قد منحت نوعاً ما لمستخدميها الحرية في التعبير عن تطورات الحراك الشعبي، فكما هو معروف أنّ الوسائط الإلكترونية أنشأت كبداية إعلامية و اتصالية تستهدف تغيير وجهة الجمهور نحوها من وسائل الإعلام التقليدية المنغلقة، وتحقق هذا الغرض بأن وفّرت هذه الوسائل مساحات للتفاعل والتعبير لمستخدميها في كل الأوقات، ويعتبر هذا العنصر أساس نجاح العملية الاتصالية في عصر التحول الرقمي، هذا التوصيف الذي أنشأت على أساسه هذه الوسائط، وبالحدّث عن الحراك الشعبي في الجزائر فنقول أن هذه الوسائط نقلت مشاعر الجمهور من الفضاء الافتراضي كفضاء يحتدم فيه النقاش من مظاهر التذمر إلى الفضاء الواقعي، وبالتالي مستوى التفاعل تناغم إلى حد ما مع هذه الأحداث.

الجدول رقم (30) يبين رأي المبحوثين إن كانت الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام.

هل ارتقت أخبار الحراك الشعبي إلى قضايا رأي عام	التكرار	النسبة المئوية
نعم ارتقت	55	85.94%
لم ترتقي	09	14.06%
المجموع	64	100%



الشكل رقم (20) دائرة نسبية تبين رأي المبحوثين إن كانت الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي ترتقي إلى قضايا رأي عام.

يُعبّر هذا الجدول الذي تتمحور معطيته حول آراء أفراد عينة الدراسة، بخصوص إن كانت الأخبار التي تناولت أخبار الحراك الشعبي في الجزائر، يمكن تصنيفها إلى قضايا رأي عام، وفي هذا الصدد سنستقرأ معطيات هذا الجدول على إبتهاين إثنين، وعليه كانت آراء المبحوثين على النحو التالي:

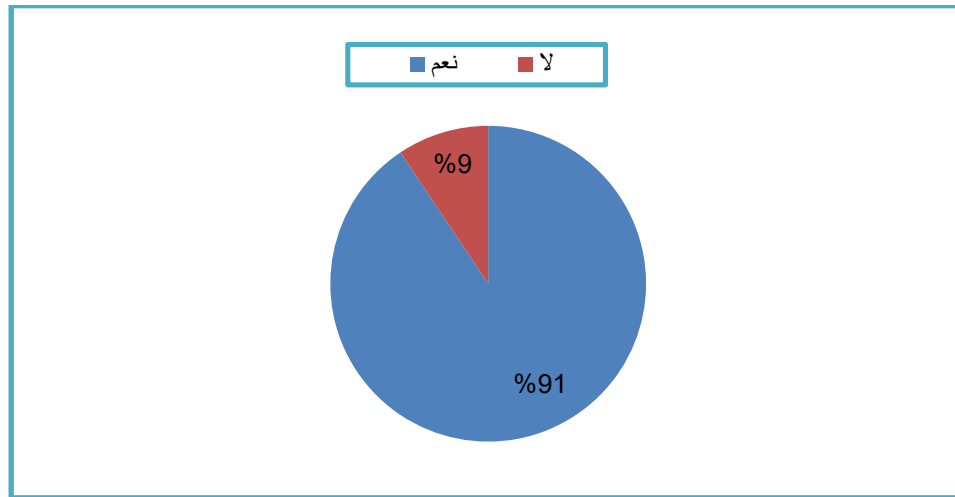
• قال 55 مبحوث، أي بما يعادل نسبته **85.94%** من أفراد العينة أن أخبار الحراك الشعبي (يمكن تصنيفها إلى قضايا رأي عام)، فأعطت نتائج هذا الجدول تصورا ودلالات لوقع أخبار الحراك الشعبي على الرأي العام، فكانت هذه النتائج معززة للطرح الذي يدعم تصنيف قضايا الحراك الشعبي بأنها قضايا رأي عام، وهي القضايا والأخبار على رسمت المشهد السياسي والإعلامي، وظهر جليا ذلك بأن تناولت وسائل الإعلام في نشراتها الإخبارية، و في حصصها التلفزيونية أخبار ومخرجات الحراك الشعبي سواء من طرف السلطة السياسية أو من الجماهير المحتجة، وكما هو متعارف عليه يسعى الرأي العام إلى تجسيد الكثير من المظاهر وتتمثل في: المقاطعة السلبية و الإستهتار، الإضراب عن العمل و الإعتصام، كما تعكس هذه المظاهر حالة من عدم رضا الرأي العام على أداء السلطة والوضع العام، كما تعني عدم الإتصال بين الشعب وقادته، وعدم مشاركة الجماهير في إتخاذ القرار السياسي بصورة حقيقة (حجاب، أساسيات الرأي العام، 2000، صفحة 48).

• إعتبر 09 من المستجوبين أي ما نسبته **14.06%** من مجموع أفراد العينة أن الأخبار المتعلقة بالحراك الشعبي (لا يمكن تصنيفها إلى قضايا رأي عام)، وهي نسبة ضئيلة جداً مقارنة بمن يرون عكس هذه الرأي الذي يصنف قضايا الحراك الشعبي إلى قضايا الرأي العام، ويمكن تفسير هذا التوجه للمبحوثين المعبر عنه بالدلالات والخلفيات الإيديولوجية والرؤية السياسية والإعلامية لدى مؤيدي هذا الطرح.

المحور الثالث: إستراتيجية الأخبار الكاذبة في التأثير على الرأي العام أثناء فترة الحراك الشعبي.

الجدول رقم (31) يوضح رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة.

هل تعتبر بيئة محفزة للأخبار الكاذبة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	58	90.62%
لا	00	00%
أحيانا فقط	06	9.38%
المجموع	64	100%



الشكل رقم (21): دائرة نسبية يوضح رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة.

يمثل هذا الجدول رأي المبحوثين حول سؤال مفاده عمّا إذا كانت مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي بيئة محفزة لنشر الأخبار الكاذبة، وقد أبانت إجابات أفراد العينة تباينا حول هذا التصور الذي طرحه الباحث، وعليه كان تفرغ معطيات هذا الجدول على النحو التالي:

• أيّد 58 مستجوب أي ما نسبته 90.62% من أفراد العينة الإجمالي بخيار (نعم)، وهو الطرح الذي يعتبر مواقع

وشبكات التواصل الإجتماعي بيئة محفزة لنشر الأخبار الكاذبة، ومن جملة التبريرات المقدمة نستقرأ من إجابات المبحوثين:

✓ غياب الوجه الحقيقي للناشر وهو ما يعطيه هامش كبير لنشر ما يريد (الاسم المستعار).

✓ احتواء هذه المواقع على الكثير من الأخبار الكاذبة.

✓ غياب مصادر موثوق بها.

✓ هو فضاء يتعدد فيه المصدر وفي الأغلب هو مصدر مجهول.

✓ غياب آليات فعّالة للتأكد من صحة الأخبار.

• أجاب **06** مبحوثين أي ما نسبته **9.38%** من عدد المبحوثين الإجمالي بأن مواقع التواصل الاجتماعي تعتبر بيئة مخفزة

لانتشار الأخبار الكاذبة (أحيانا فقط)، ويؤشر هذا الاعتقاد أن هذه الوسائل باعتبارها وسائل اتصال تحتوي على مختلف الأخبار،

وهي فضاء كذلك يعتمد على الجمهور في تلقي وتغذيته بمختلف الأخبار، فطبيعي أن تكون فيه الأخبار الكاذبة جزءا من الصناعة

الإتصالية والإخبارية، وبالتالي التسليم يكون هذه الوسائل الإلكترونية بيئة مخفزة تبقى نسبية في نظر بعض من أفراد العينة.

• نستشف من إجابات المبحوثين أن رأي الأغلبية تدعم الرؤية التي تفيد بأن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي هي بيئة

محفزة تساهم في نشر سريع للأخبار الكاذبة، ومن هنا يمكن القول أن هذه الأخبار هي صناعة إتصالية لها إستراتيجياتها وأهدافها،

خاصة أننا أمام بيئة رقمية تمتاز بالتعقيد ويتعدد فيها القائم بالاتصال، وتفتقد لقواعد النشر المهنية، وكذا مجال الحرية المتاح والغير

مقيد، منح مرونة أكثر في تناميها وتبنيها من طرف المستخدمين بطريقة مقصودة أو غير مقصودة، فشبكات التواصل الاجتماعي إذن

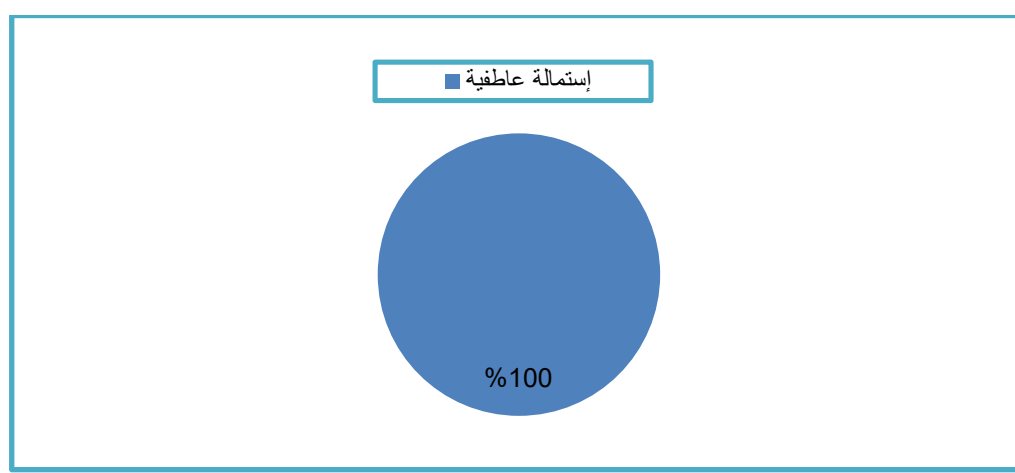
بيئة تساهم في انتشار الأخبار الكاذبة نتيجة لما تتميز من خصائص مثل سهولة النشر وسرعة إرسالها للجمهور، مثل ما أشار إليه

على سيد إسماعيل في كتابه الموسوم بـ " مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة.. والأخلاقيات المرفوضة" (إسماعيل

ع، 2020، صفحة 142).

الجدول رقم (32) يبين رأي المبحوثين في نوع الإستمالات التي تستعين بها الأخبار الكاذبة على هذه المواقع بشكل كبير للتأثير على الرأي العام.

نوع الاستمالة	التكرار	النسبة المئوية
استمالة عاطفية	64	100%
استمالة عقلية	00	00%
المجموع	64	100%



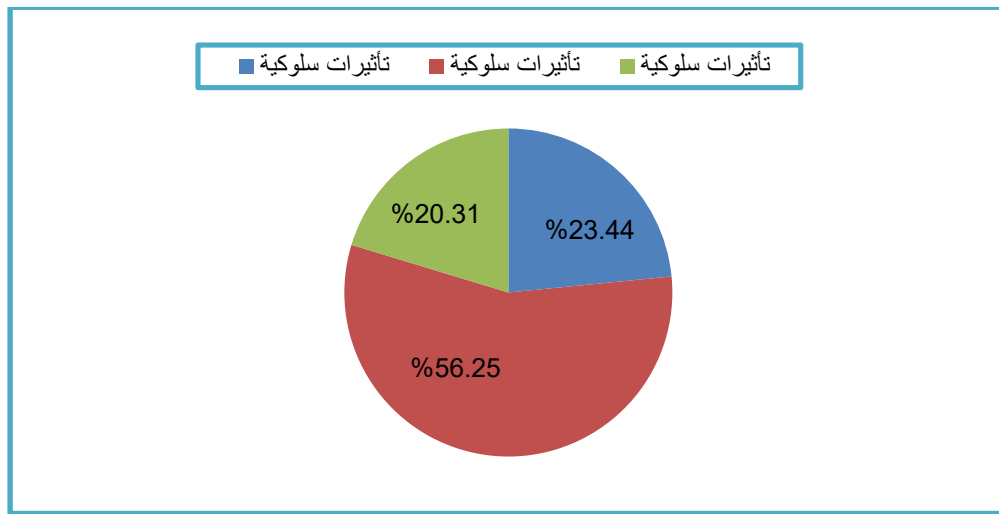
الشكل رقم (22): دائرة نسبية تبين رأي المبحوثين في نوع الإستمالات التي تستعين بها الأخبار الكاذبة على هذه المواقع بشكل كبير للتأثير على الرأي العام.

يَعبر هذا الجدول عن رأي أفراد العينة في نوع الإستمالات التي تستعين بها الأخبار الكاذبة بهدف التأثير على الرأي العام عبر الفضاء الرقمي، ومن خلال قراءة معطيات هذا الجدول، يتضح لنا أن آراء المبحوثين أجمعت واختارت بشكل مطلق (الاستمالة العاطفية)، والتي يوظف في صناعة الأخبار الكاذبة، قصد تحقيق مختلف إستراتيجياتها وأهدافها، وتفسير هذا الاعتقاد له مجموعة من التبريرات التي تعزز هذا الاستخدام فنجد: أنَّ الاستمالة العاطفية هي من أهم الإستمالات التي يستعان بها في صناعة المضامين الإعلامية، حيث أن نجد هذه الاستمالة تعمل على استخدام وإيجاد مشاعر ملائمة لدى المتلقي من خلال مخاطبة المشاعر والقيم والعواطف (عواجي و صلولى حلوي، 2011)، فتوظيف هذه الاستمالة في الفضاء الرقمي في إنتاج المضامين الكاذبة قد يحقق للقائمين على هذه الصناعة الإتصالية مآربهم وإستراتيجياتهم في محو وترتيب أجنحة معينة وخلق رأي عام، فهذه الفضاءات جعلت من

مستخدميها أداة تھضم الخبر، ثم تساهم في نشر هذه الأخبار على نطاق واسع، وهو ما خلق فجوة حقيقة في عدم التأسيس لمفهوم البعد الأخلاقي للمستخدم بتخليه عن المسؤولية الإجتماعية.

الجدول رقم (33): يوضح رأي المبحوثين في نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الإجتماعي.

نوع التأثير	التكرار	النسبة المئوية
تأثيرات سلوكية	15	23.44%
تأثيرات معرفية	36	56.25%
تأثيرات وجدانية	13	20.31%
تأثيرات أخرى	00	00%
المجموع	64	100%



الشكل رقم (23): دائرة نسبية توضح رأي المبحوثين في نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الإجتماعي.

يشير هذا الجدول إلى آراء المبحوثين في نوع التأثيرات التي تحدثها مضامين الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين، من

جمهور مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي، ويظهر لنا من خلال قراءة نتائج هذا الجدول أن:

• 36 مستجوب، أي بما نسبته 56.25% من أفراد العينة الإجمالي، رأوا أن (التأثيرات المعرفية)، هي الأكثر تأثيراً

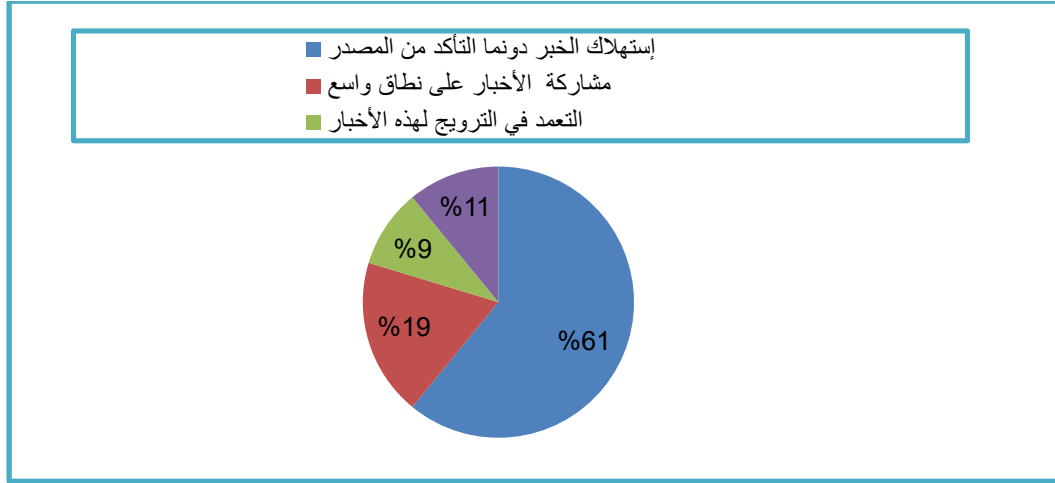
على مستخدمي هذه الوسائط، و يُفسّر هذا الإختيار وفق محددات تتعلق بعلاقة المستخدمين بهذه الوسائط، كوسائل تحقق لهم

الإحاطة المعرفية بالأحداث والوقائع، وهو الهدف الأساسي الذي تسعى إلى تحقيقه وسائل الإعلام بمختلف مسمياتها، فاعتماد المستخدمين على هذه الوسائط هو نتاج علاقة تمت وفق متغيرات فرضتها إرهابات ثورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فالجمهور يعتمد على وسائل معينة من أجل تحقيق نتيجة نمطية وهي معرفة ما يجري من أحداث وأخبار في وسطه الاجتماعي وفي جميع المجالات، وهذا التفسير ما تسعى إلى تبيانه نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فمثلا حين تقدم وسائل الإعلام معلومات غير متكاملة أو معلومات متضاربة بشأن هذه الأحداث، في هذه الحالة يتولد الإحساس بالغموض لدى أعضاء الجمهور، وفي حالات عديدة تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات، ويحدث الغموض حين تكون هذه المعلومات غير مكتملة أو يكتنفها الغموض أو التضارب (مكاوي و ليلي حسين السيد، 2006).

• في مقابل ذلك انقسمت آراء أفراد العينة بشكل متقارب في نوع التأثير الأكثر التي تحدثه المضامين الكاذبة بين (التأثيرات السلوكية) و(الوجدانية)، وهي نسب مرتبة على النحو التالي: 23.44% . 20.31%. وتستند هذه الآراء وفق معطيات تتعلق بالأدوار التي تقوم عليها العملية الإتصالية في الفضاء الرقمي، ووفق ما يملبه القائم بالاتصال من ترتيب للأحداث، إمتثالا لأجندة معينة، فهذا التنوع في التأثير بين الوجداني والسلوكي، هي منعكسات عملية أثناء تلقي المضامين الإخبارية، خاصة في الحالات الإستثنائية التي تمر بها منطقة جغرافية معينة كحدث سياسي أو اجتماعي، وهو ما تجسد في أحداث الحراك الشعبي في الجزائر.

الجدول رقم (34): يبين رأي المبحوثين في أكثر طريقة التي يساهم فيها بعض جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للأخبار الكاذبة التي استهدفت الحراك الشعبي.

النسبة المئوية	التكرار	طرق مساهمة الجمهور في الترويج للأخبار الكاذبة
60.93%	39	استهلاك الخبر دون التأكد من المصدر
18.75%	12	مشاركة هذه الأخبار على نطاق واسع
09.37%	06	التعمد في الترويج لهذه الأخبار
10.94%	07	التعاطف مع المحتوى فقط خدمة لإيديولوجيا معينة
100%	64	المجموع



الشكل رقم (24): دائرة نسبية يبين رأي المبحوثين في أكثر طريقة التي يساهم فيها بعض جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للأخبار الكاذبة التي استهدفت الحراك الشعبي.

يحمل هذا الجدول عنوان رأي المبحوثين في أكثر الطرق والأساليب التي يساهم بها مستخدمي وجمهور مواقع وشبكات

التواصل الاجتماعي في الترويج للأخبار الكاذبة المتعلقة بالحراك الشعبي في الجزائر، وكانت نتائج هذا الجدول علة النحو التالي:

- أبدى العدد الأكبر من أفراد عينة الدراسة، في أنّ أكثر طريقة التي يساهم بها مستخدمي هذه الوسائط الإلكترونية في نشر الأخبار الكاذبة المتعلقة بالحراك الشعبي هي **استهلاك الخبر دونما التأكد من المصدر**، وذلك بعدد تكراري يعادل **39** مفردة، أي بما نسبته **60.93%**، ويستند تبرير هذا الخيار إلى كون هذه الوسائط باتت بديلاً إعلامياً للجمهور وصناعة الأخبار فيها هي جزء من تلبية ماذا يريد الجمهور، في مقابل ذلك منحت هذه الوسائط لمستخدميها أدواراً حقيقية في صناعة المضامين الإعلامية.

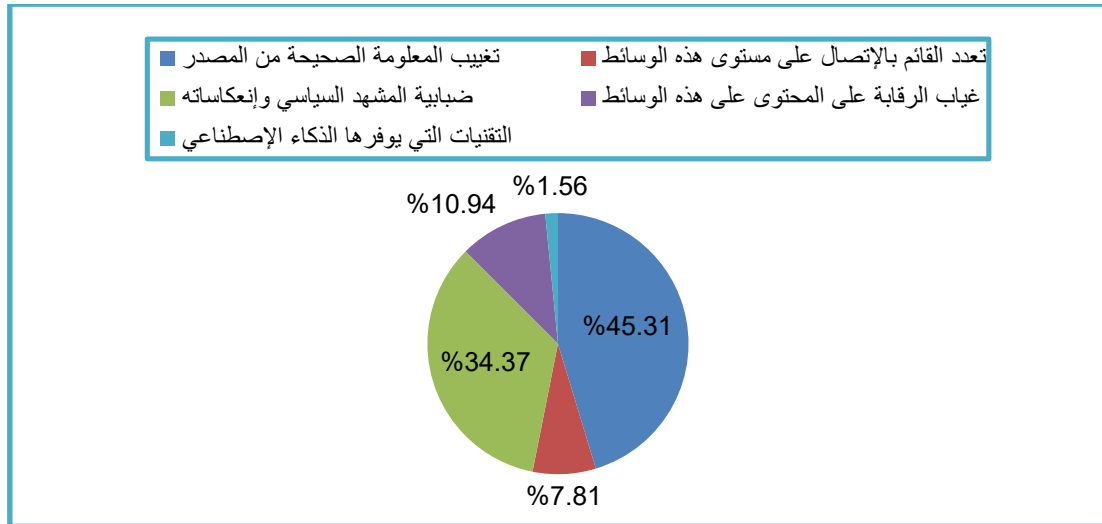
- أظهر **12** مستجوب أي بما يعادل ما نسبته **18.75%** من المجموع الكلي من أفراد عينة الدراسة أن **(مشاركة الأخبار على نطاق واسع)**، هي أكثر وسيلة يساهم بها الجمهور في الترويج للأخبار الكاذبة المتعلقة بالحراك الشعبي في الجزائر، ويعتبر هذا الخيار الذي طرحه الباحث استناداً إلى الخاصية التي توفرها هذا التطبيقات من إمكانية مشاركة الجمهور للمضامين الإخبارية لدى الأصدقاء وفي مختلف الصفحات والمجموعات، وهنا ما أشار إليه نموذج **دمج الأجندة Melding Agenda**، كأحد الاتجاهات البحثية الجديدة لدراسات الأجندة، إنطلاقاً من تحول البيئة الإتصالية إلى بيئة تفاعلية، وهو مفهوم يعنى أن الجمهور يقوم بدمج وربط الأجندات في إطار يتفق مع قيمه، وأن ذلك يتم نتيجة استخدام عدد كبير من الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي ومصادر إخبارية أخرى لاستكمال معلوماته عن الأحداث (محمد ح.، 2019).

• اختار 07 من المستجوبين أي بما يعادل بما نسبته 10.94% من المجموع الكلي لأفراد العينة، أن (التعاطف مع المحتوى فقط خدمة لإيديولوجيا معينة)، هو أكثر عامل يساهم به الجمهور في نشر والترويج للأخبار الكاذبة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، ويمكن تفسير هذا الأسلوب على نحو من الأساليب المستخدمة في توجيه الرأي العام، وترتيب الأجندة خدمة للقائم بالاتصال، وفي الوقت ذاته هي رسائل مشفرة إلى ما يسمى الخصم السياسي، فتعاطف فصيل من الجمهور مع المحتوى يستند إلى مظهرات تتعلق بمفهوم الإرث الإيديولوجي السياسي بالدرجة الأولى، والذي يظهر جليا مع بداية أي استحقاق أو مواعيد سياسية.

• يعتقد 06 من المستجوبين أي ما يعادل بما نسبته 09.37% من مجموع أفراد العينة الإجمالي، وهي بذلك أقل نسبة، في أنّ (التعمد في الترويج لهذه الأخبار)، هي أكثر طريقة يساهم بها جمهور هذه الشبكات والمواقع في نشر أخبار كاذبة، ويفسر توظيف هذا الأسلوب بخلفيات تتعلق بالتضامن والتعاطف مع القائم على إنتاج هذه الأخبار، ويعتبر هذا السلوك الغير المسؤول والغير أخلاقي، والذي يسعى إلى تحقيق أجندة القائم بالفكر، خاصة في الخصوصية والظرف الذي يمر به البلد، وأن في ذلك أيادي خارجية تبعث بسومومها على هذه الوسائط التي تحضى بمتابعة جماهيرية كبيرة، خاصة أن الحراك حمل صبغة سلمية، ولم تتخلله في ذلك مظاهر العنف.

الجدول رقم (35): يوضح رأي المبحوثين في الظروف التي تساهم في نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالحراك الشعبي.

العوامل والظروف التي تساهم في نشر الأخبار الكاذبة	التكرار	النسبة المئوية
تغييب المعلومة الصحيحة من المصدر	29	45.31%
تعدد القائم بالاتصال على مستوى هذه الوسائط	05	7.81%
ضبابية المشهد السياسي وانعكاساته	22	34.37%
غياب الرقابة على المحتوى على هذه الوسائط	07	10.94%
التقنيات التي يوفرها الذكاء الاصطناعي	01	1.56%
المجموع	64	100%



الشكل رقم (25): دائرة نسبية توضح رأي المبحوثين في الظروف التي تساهم في نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالحراك الشعبي.

يبين هذا الجدول الموسوم برأي أفراد العينة في أكثر الظروف التي تساهم في نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ومن خلال قراءة معطيات هذا الجدول يتضح لنا:

- قال 29 مبحوث أي بما يمثل نسبة 45.31% من المجموع الكلي للمبحوثين أن أكثر العوامل التي تساهم في نشر الأخبار الكاذبة المتعلقة بالحراك الشعبي، هي (تغيب المعلومة الصحيحة من المصدر)، ويعتبر تغيب المعلومة من المصدر مشكلة قديمة جديدة، أي منذ ظهور ونشأة الصحافة، فمن المعروف أن أهم قاعدة مهنية قبل نشر الخبر هو أن يخضع القائم بالاتصال إلى تبيان المصدر، كخطوة أولى من أجل تحقيق مفهوم الصدق والمصادقية في العمل الصحفي والإعلامي عموماً، وإذا تحدثنا عن الممارسة الإعلامية عموماً في الفضاء الرقمي، فإن المقصود من كل العمليات التي تقوم عليها هذه الوسائط، هي معرفة مصدر المعلومة ومسارها قبل نشرها فهذا هو المفروض، في مقابل ذلك لا نجد أهمية لهذا العامل الأساسي في المعادلة الإعلامية على مستوى هذه الوسائط، فعالباً المستخدم أو الجمهور يسعى إلى إستيحاء المعلومات والأخبار، وإعادة نشرها دونما مراعاة مصدرها، خاصة وأن البلد يعيش على وقع تحولات جيوسياسية ممثلة في مجريات الحراك الشعبي.

- اختار 22 مستجوب أي بما يعادل ما نسبته 34.37% من المبحوثين، بأن (ضبابية المشهد السياسي وانعكاساته)، هي أحد أهم العوامل التي تؤثر وتساهم في نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، فمع الخصوصية التي تميز منطقتها العربية من اضطراب الأوضاع السياسية والاجتماعية، جعل من هذا العامل يتموقع ويساهم بشكل كبير في التأثير على مختلف

مخرجات العمليات الإعلامية والإخبارية، خاصة أن تنامي الأخبار الكاذبة ارتبط أكثر مع التحول الرقمي لوسائل الإعلام، وظهور بعض المصطلحات مثل (صانعي المحتوى، والمؤثرون وغيرها... الخ). وبالتالي يبقى هذا العامل مهم وأساسي، خاصة في ظروف خاصة كهذه التي يمر بها البلد.

• رأى 07 من المبحوثين، أي ما يقابله بما نسبته 10.94% من أفراد العينة الكلي أن: (غياب الرقابة على المحتوى على هذه الوسائط)، أحد أهم العوامل التي تؤثر وتساهم في نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، وفي هذا السياق يمكن تفسير هذا القول بأن هذا العامل توقع بقوة مع تغير المشهد الإعلامي، بما يسمى بالانتقال الرقمي الذي فرض تحولات في إنتاج ونشر وتداول الأخبار والمعلومات، وجعلها متاحة للجميع، فالمستخدم أو جمهور هذه الوسائط الرقمية (خاصة شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي)، بإمكانه إنتاج ونشر ومشاركة الخبر دون أي قيد أو رقابة على المحتوى، فهذا المتغير في المعادلة الإعلامية، جعل من الخبر متمردا ومتحررا من العوارض القانونية والاجتماعية والأخلاقية، ما جعل من انعدام الرقابة على المحتوى مشكلة عويصة لها مخلفاتها خاصة على مصداقية الخبر والوسيلة في حد ذاتها، وهذا التوصيف ما أشار إليه حسين علي الفلاحي في كتابه "الإعلام التقليدي والإعلام الجديد" حين قال "الاتصال في عصرنا الحالي هو أكثر ديمقراطية، أين تراجعت فيه الرقابة، وانتعشت الحرية، وسادت التفاعلية، وفتح باب التواصل وسمع صوت من لم يمن متاحا لصوته أن يسمع" (الفلاحي، 2014، صفحة 197)، وفي السياق تبرز أهمية هذا العامل وتأثيراته في ظل الظروف الإستثنائية الذي يمر بها البلد، و التي رمت بثقلها على المشهد عموما.

• قال 05 أفراد من المبحوثين، أي ما يقابله من النسبة المئوية ب 7.81% من العدد الإجمالي لأفراد عينة الدراسة، أن (تعدد القائم بالاتصال على مستوى هذه الوسائط الإلكترونية)، هو من أكثر العوامل التي تساهم في نشر الأخبار الكاذبة المتعلقة بمخرجات الحراك الشعبي، وتجدر الإشارة هنا أن بروز هذا المتغير في المشهد الإعلامي، تكوّن عبر ممارسات فرضتها البيئة الرقمية، خاصة ونحن نتحدث عن حراك شعبي كسر حواجز الاحتكار الإعلامي للمعلومة طوال عقود. ويقصد بهذا المصطلح أن القائم بالاتصال تفرع وتعدد وأصبح الجميع يملك سلطة المعلومة ومخرجاتها، بغض النظر عن توفر معيار مصداقيتها أو عدم توفره.

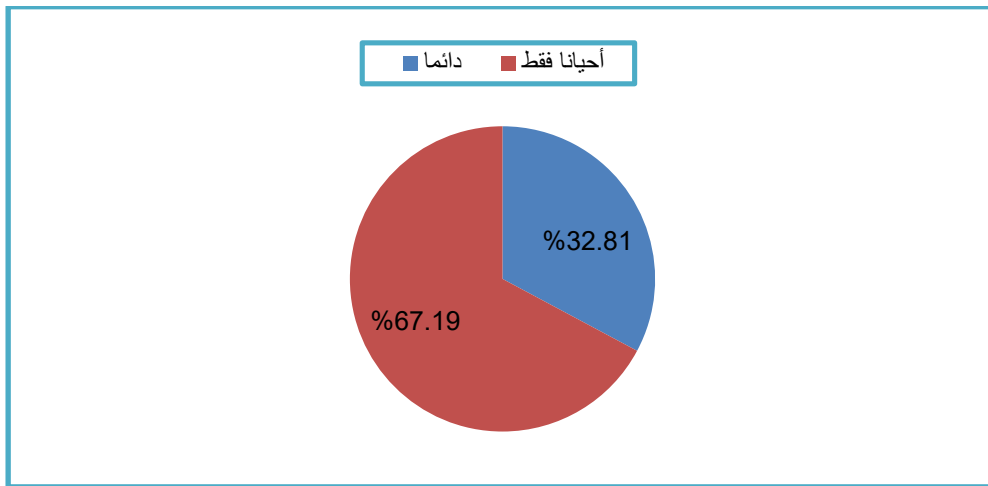
• فيما يرى مستجوب 01 من مجموع أفراد عينة الدراسة، أي بما يعادل 1.56%، أن أكثر العوامل التي قد تساهم في نشر الأخبار الكاذبة، هي (التقنيات التي يوفرها الذكاء الاصطناعي)، وبالرغم من هذا التوجه الذي أقره المبحوثين خلال إجاباتهم، يبقى الرأي الذي قدمه المبحوث حول دور هذه التقنيات في صناعة صور مزيفة والتلاعب بالمعلومة في إطار أو في سياق صناعة الأخبار الكاذبة ثابتا، وهو ما أشار إليه موقع مؤسسة "صحافة الذكاء الاصطناعي للبحث والاستشراف" ضمن تقرير يُبيّن قدرة الذكاء

الاصطناعي على التطور لإنتاج الأخبار المضللة والكاذبة، وأكد هذا التقرير أنه "يمكن للذكاء الاصطناعي إنتاج مقاطع فيديو كاذبة أو صوراً ملققة بطريقة احترافية للغاية، باستخدام تقنية جديدة تسمى "التزييف العميق" أو "الوهم العميق"، مثل وضع وجه شخص على جسد شخص آخر وتقديم أدلة كاذبة عن طريق التلاعب بالصورة أو الصوت (النهار اللبنانية، 2020).

المحور الرابع: أثر الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر على صناعة الرأي العام.

الجدول رقم (36): يبين رأي المبحوثين في الافتراض الذي يقول إن الأخبار الكاذبة هي صناعة إحصائية مؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

هل تعتبر الأخبار الكاذبة صناعة إحصائية مؤثرة	التكرار	النسبة المئوية
دائماً	21	32.81 %
أحياناً فقط	43	67.19 %
ليست كذلك	00	00%
المجموع	64	100 %



الشكل رقم (26): دائرة نسبية تبين رأي المبحوثين في الافتراض الذي يقول إن الأخبار الكاذبة هي صناعة إحصائية مؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

يضعنا هذا الجدول أمام رأي المبحوثين في الافتراض، الذي يقول إن الأخبار الكاذبة هي صناعة إحصائية مؤثرة في مواقع

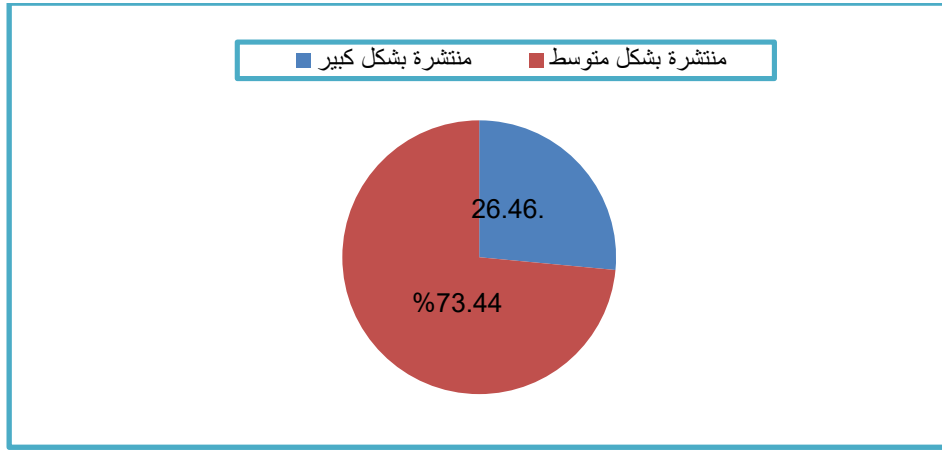
التواصل الاجتماعي، ومن خلال تفريغ وقراءة إجابات أفراد العينة حول هذا السؤال تبينت في ذلك آراءهم، وكانت كالتالي:

• إجتمعت إجابات 43 مستجوب، أي ما يقابله بما نسبته 67.19% من العدد الإجمالي للمبحوثين المشكلين لعينة الدراسة، على أن الأخبار الكاذبة هي صناعة إتصالية مؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (أحيانا فقط)، و يمكن تفسير هذا التصور الذي قدمه المبحوثين في وجود دلالات، توحي بأن النمط الاتصالي الذي سيتوجه به الجمهور، سيفرز مجموعة من الممارسات، والتي تتعلق بعلاقته مع هذه الوسائل خاصة إذا تحدثنا عن تحولات في طبيعة الكثير من هذه الممارسات، فطبيعة الأخبار الكاذبة تستمد مادتها الأولى من تموقع الأحداث ونقلها من الفضاءات الواقعية إلى الفضاءات الافتراضية، التي تشكل فيها مواقع وشبكات الاتصال نقطة اتصال حقيقية مع مستخدميها، وما يعزز هذه الفرضية أكثر هو أن ظاهرة الأخبار الكاذبة كإشكالية في الفضاء الرقمي، هي ظاهرة جديدة في سياقات توظيفها مع الأحداث والقضايا التي فرضت أجندتها على الجمهور، وبالتالي يمكن القول أن الرؤية التي قدمها أغلب المبحوثين تبدو واقعية وتحاكي تموقع الظاهرة في الفضاءات الرقمية.

• إتفق 21 مبحوث أي ما يعادل نسبته 32.81% من أفراد العينة الإجمالي، أن الأخبار الكاذبة هي صناعة إتصالية مؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (بشكل دائم)، و لهذا الافتراض تفسيرات تتعلق بحدود ظاهرة الكذب في البداية كظاهرة مجتمعية وتأثيراتها في السياقات المجتمعية و العلاقاتية منذ القدم، ثم تكورها وغنائها، ومن ثمة إنتقالها إلى المجال الإعلامي والاتصالي، و تبلور هذا المصطلح كأحد الميكانيزمات والأدوات التي يستعين بها القائم بالاتصال، وذلك لأجل ترتيب أجندة معينة، ومسح مراكز صنع القرار خاصة على المستوى السياسي والاجتماعي، ومع ظهور شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي توغلت ظاهرة الكذب، لتظهر كصناعة إتصالية لها أهدافها وإستراتيجياتها في بيئة رقمية تمتاز بالسرعة والتعقيد في الوقت ذاته، و هو التوجه الذي تراه الصحفية وخبرة الإعلام الرقمي ميس فات، حين تقول في هذا السياق " أن وسائل التواصل الاجتماعي تسهم بشكل كبير بنشر المعلومات المضللة وبث خطاب الكراهية، موضحة أن المواقع الإلكترونية حاليا تسمح لجميع الأشخاص ومن جميع التوجهات السياسية التعبير بحرية عن آرائهم" (موقع أنباء، 2021)، وهو ما يتطابق كذلك تقريبا مع الرؤية التي قدمها باحث الإعلام الأمريكي بيول ليفسون Paul Levinson، حين قال "أن وسائل التواصل الاجتماعي، الفرد فيها ينتج المضمون ويتمتع به، وهو لا ينشر ويفكر فقط، بل يستجيب للمضمون الذي ينتجه الآخرون ويتفاعل معه" (الدعيمي غ.، الإعلام الجديد إعتمادية متصاعدة-ووسائل متجددة، 2017، صفحة 97).

الجدول رقم (37): يوضح تقييم المبحوثين في مدى انتشار الأخبار الكاذبة المروجة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.

النسبة المئوية	التكرار	تقييم مدى انتشار الأخبار الكاذبة
26.46%	17	منتشرة بشكل كبير
73.44 %	47	منتشرة بشكل متوسط
00%	00	منتشرة بشكل ضعيف
100 %	64	المجموع



الشكل رقم (27): دائرة نسبية وضع تقييم المبحوثين في مدى انتشار الأخبار الكاذبة المروجة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.

يشير هذا الجدول إلى آراء أفراد العينة في تقييم مدى انتشار الأخبار الكاذبة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، وعند

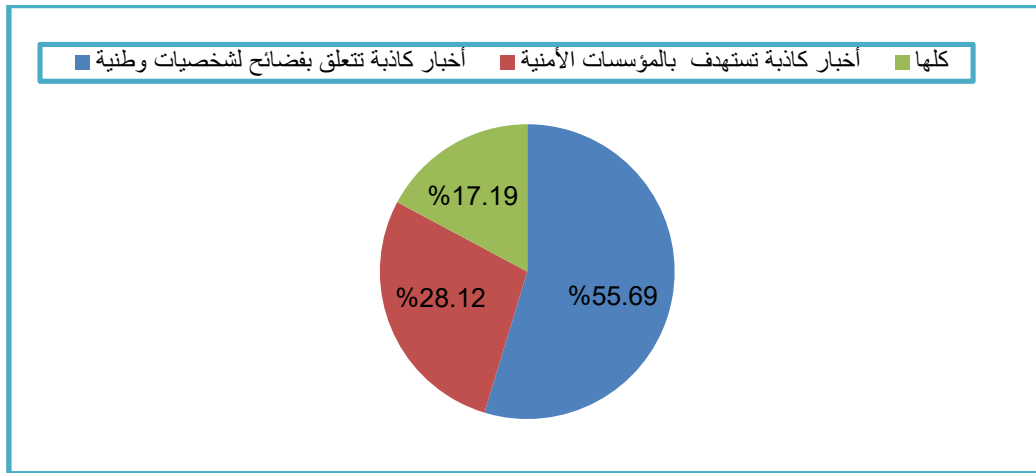
تفريغ معطيات هذا الجدول يتضح لنا أن إجابات المبحوثين كانت على النحو التالي:

- رأى 47 مستجوب، أي ما يقابله بما نسبته 73.44% من إجمالي المبحوثين، أن الأخبار الكاذبة في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي منتشرة بشكل (متوسط)، وتعطي هذه النسبة دلالات، توحى بتموقع هذه الممارسة في الفضاء الرقمي، خاصة على مستوى مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، ولعل الأخبار الكاذبة توغلت في هذه الوسائط، طبقاً وتبعاً للظروف السياسية التي مرت بها الجزائر، من تحول مفاجئ في الأحداث بما عُرف بالحراك الشعبي، مما جعل المجال مفتوح أمام من هبَّ ودبَّ للتلاعب بمشاعر الجماهير، وذلك من حيث حدود توظيفه، وهو ما يعمل على تحقيقه من يقف وراء خلف هذه الأخبار.

• في مقابل ذلك أجاب 17 مبحوث أي بما نسبته 26.46% من العدد الإجمالي للمبحوثين، بأن الأخبار الكاذبة في مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي منتشرة (بشكل كبير)، ووفقا لهذا التوافق ندرك جيدا أن القيمة الوجودية للأخبار الكاذبة تتغلغل أكثر في البيئة الرقمية، فصناعة هذه الأخبار يمنح لها قوة للتأثير على مخرجات العملية الإتصالية وعلى المستخدم في حد ذاته، كذلك المنطلقات التي تُوظف فيها الأخبار الكاذبة (كالأحداث السياسية كما حدث مع الحراك الشعبي في الجزائر) يجعل منها أكثر مرونة في تقبل مضامينها، فالعوامل المساعدة تجعل من الكذب طريقا لاستهداف ما يسمى بالخصم السياسي ومحاولة محو مراكز صنع القرار.

الجدول رقم (38): يبين رأي المبحوثين في طبيعة الأخبار الكاذبة الأكثر تأثيرا على مخرجات الحراك الشعبي، وعلى مستقبل التحول الديمقراطي في الجزائر.

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الأخبار الكاذبة
54.69%	35	أخبار كاذبة تتعلق بفضائح لشخصيات وطنية
00%	00	أخبار كاذبة تتعلق بقضايا حقوق الإنسان
00%	00	أخبار كاذبة تتعلق بقضايا ذات طابع اقتصادي واجتماعي
28.12%	18	أخبار كاذبة تستهدف المؤسسات الأمنية
17.19%	11	كلها
100%	64	المجموع



الشكل رقم (28): دائرة نسبية بين رأي المبحوثين في طبيعة الأخبار الكاذبة الأكثر تأثيرا على مخرجات الحراك الشعبي، وعلى مستقبل التحول الديمقراطي في الجزائر.

يتفق على هذا الجدول آراء الباحثين، حول طبيعة الأخبار الكاذبة الأكثر تأثيرا على مخرجات الحراك الشعبي، وعلى مستقبل التحول الديمقراطي في الجزائر، وأبانت نتائج هذا الجدول إختلافا بين الباحثين، ما يعطي للباحث فرصة في محاولة فهم وتحليل هذا التباين، وعليه كانت النتائج على النحو التالي:

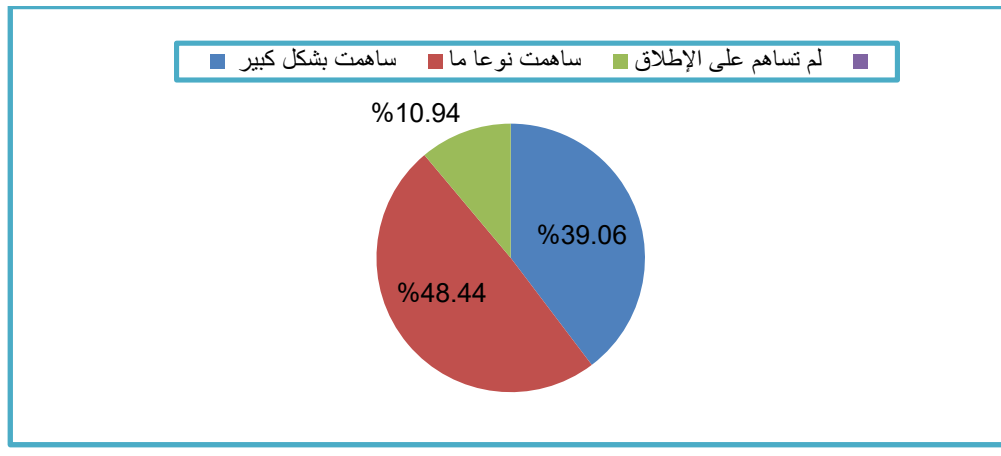
• أجاب 35 مبحوث أي ما نسبته 54.69% من إجمالي المبحوثين أن الأخبار التي تكون أكثر تأثيرا على مخرجات الحراك وعلى مستقبل التحول الديمقراطي، هي (أخبار كاذبة تتعلق بفضائح لشخصيات وطنية)، وهي تشكل النسبة الأكبر لآراء أفراد العينة الإجمالي، وتمثل هذه الأخبار بالخصوص، منها ما يتعلق بشخص صانع القرار، وهو المستهدف من العملية السياسية (غضب الشارع والاحتجاج ضد منظومة الحكم الذي تُرجم إلى حراك الشعبي)، فنشر خبر أو عدة أخبار كاذبة ضد شخصية ما، خاصة تلك التي تمثل ثقلا، أو لها مكانة مرموقة في المعادلة السياسية، من المولاة أو من المعارضة على حد سواء، بلا شك يمثل هدفا صائبا لدى صانعي هذه الأخبار، فهذه "الحملات الإلكترونية" في النهاية تسعى للتشويش، ووأد الحراك الشعبي الذي أطاح بالرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقة آنذاك، ويكون ذلك كله، ويتجسد من خلال بث أخبار كاذبة، والعمل على "شيطنة" شخصيات من الحراك ورميها بالباطل (أندبنت عربية، 2019).

• قال 18 مبحوث أي بما يعادل ما نسبته 28.12.% من أفراد العينة أن الأخبار الأكثر تأثيرا على مخرجات الحراك وعلى مستقبل التحول الديمقراطي هي: (أخبار كاذبة تستهدف المؤسسات الأمنية)، ويمكن في هذا السياق الحديث عن أهمية هذا الجهاز الذي يعتبر جهاز مقدس لا يمكن المساس بصمغته، ولهذا إرتبطت أهمية المؤسسة الأمنية والعسكرية بالحراك الشعبي، بعد أن أبانت عن موقفها الإيجابي من الحراك، وقصد التأثير على هذا الجهاز، عملت الكثير من الدوائر المجهولة على تشويه صورة المؤسسة العسكرية بحكم أنها تصدرت المشهد، خاصة بعد التجاوب الذي أظهره الحراكيين مع هذا الموقف.

• في مقابل ذلك اختار 11 مستجوب أي بما نسبته 17.19 % من مجموع عينة الدراسة (كل هذه الاختيارات التي إقترحها الباحث)، كطبيعة أخبار تؤثر على مخرجات الحراك، وعلى مستقبل التحول الديمقراطي، وفي هذا الصدد نشير أن الأخبار الكاذبة تتناغم مع كل المؤشرات التي قد تشكل اهتماما خاصا لدى الجمهور، وبالتالي استهداف نوع معين من الأخبار، تحده الظروف ومن يتصدر المشهد من شخصيات ومواضيع معينة، أين يتم الانغماس فيها وإثارتها ومحاولة طمس أو تحريف أو صناعة أخبار غير حقيقية.

الجدول رقم (39) يوضح رأي المبحوثين في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي.

النسبة المئوية	التكرار	مدى مساهمة الأخبار الكاذبة في صناعة الرأي العام
39.06%	25	ساهمت بشكل كبير
48.44%	32	ساهمت نوعا ما
10.94%	07	لم تساهم على الإطلاق
100%	64	المجموع



الشكل رقم (29): دائرة نسبية يوضح رأي المبحوثين في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي.

يبيّن هذا الجدول رأي المبحوثين حول مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، في

صناعة الرأي العام أثناء فترة الحراك الشعبي، وبتفريغ معطيات هذا الجدول تحصلنا على الإجابات التالية:

- إعتبر 31 مبحوث أي ما يقابله بما نسبته 48.44% من المبحوثين أن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي أثناء فترة الحراك الشعبي، (ساهمت نوعا ما) في صناعة الرأي العام، وتفسير هذا التوجه الذي عبّر عنه أفراد العينة له مبررات عديدة، تتعلق بمدى الطرح والطريقة ومجال الاهتمام الذي يطلقه القائم وراء نشر الأخبار الكاذبة، فالأخبار الكاذبة في الفضاء الرقمي، هي صناعة إتصالية تستهدف جهات معينة، وبالتالي لها أهداف تتعلق بتغيير توجهات وترتيب أولويات، كما يُفسر هذا التوجه كذلك على نحو آخر، وهو على أن الأخبار الكاذبة لها تأثير في مواضع معينة من قضايا الحراك الشعبي، ومن هنا تعطينا

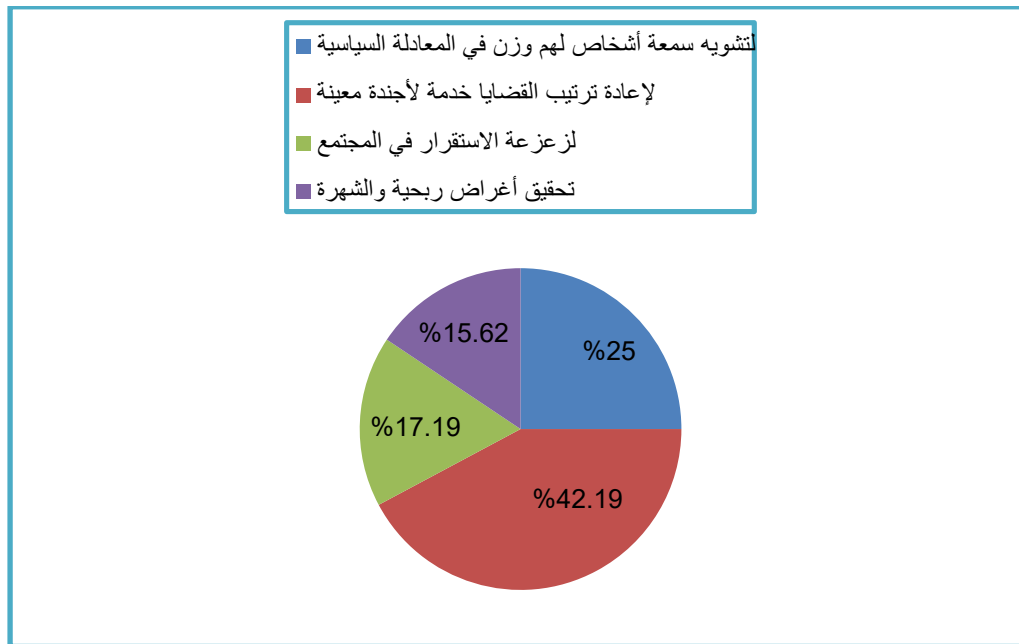
هذه النتيجة توافقاً من أن هناك تأثيراً للأخبار الكاذبة، ولو بشكل متفاوت على الرأي العام، و هو ما يضع الأخبار الكاذبة في موقع الصناعة الإتصالية التي تمتلك قوة التأثير في الفضاء الرقمي، ويتوافق هذا الرأي بشكل نسبي مع الدراسة التي قدمها الباحثان **Matthew Gentzkow. Hunt Allcot**، والتي توصلت إلى نتيجة مفادها: أن الأخبار الكاذبة هي صناعة تؤثر على البناء الاتصالي، وهي ورقة رابحة تستخدم في كثير من المجالات خاصة في الجانب السياسي.

• قال **25** مبحوث أي ما يعادل ما نسبته **39.06%** من أفراد العينة الإجمالي، أن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي أثناء فترة الحراك الشعبي، (سأهت بشكل كبير) في صناعة الرأي العام، ويُعبر هذا التوجه حول مدى خطر هذه الأخبار على الاستقرار الإجتماعي والسياسي، خاصة في هذه الفضاءات التي تنعدم فيها أي آليات للرقابة، وهامش النشر فيها لا تضبطه أي قوانين، وهو ما يتوافق مع أهم افتراضات نظرية الأجندة في اتجاهها العام، و التي تؤمن بقوة وسائل الإعلام، وتعتبر رابط اتصالي جد مؤثر على صناعة الرأي العام، وذلك وفق أجندة هي التي تختارها، ولا تقتصر في علاقتها بالجمهور على التسلية والتزود بالمعلومات، بل تعتبر موجهاً حقيقياً لتشكيل أو إعادة تشكيل الرأي العام (الطيب، 2014).

• فيما رأى **07** مبحوثين، أي بما يقابله من النسبة المئوية لإجمالي أفراد العينة ب **10.94 %**، أن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي أثناء فترة الحراك الشعبي، (لم تساهم على الإطلاق) في صناعة الرأي، وتبقى وجهة النظر هذه التي قدمها المبحوثين معبرة عن وجود عوامل أخرى، تساهم بشكل أكبر في التأثير على الرأي العام في الكثير من المحطات، ودليل ذلك أن الحركات الاحتجاجية ظاهرة قديمة، أين كانت الجماهير في أزمنة مضت تخرج في احتجاجات بدون تأثير أو مساهمة من الوسائط الإعلامية.

الجدول رقم (40): يبين رأي المبحوثين في الأهداف التي يسعى إليها مروجي وناشري الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي.

النسبة المئوية	التكرار	أهداف مروجي الأخبار الكاذبة
25%	16	لتشويه سمعة أشخاص لهم وزن في المعادلة السياسية
42.19%	27	لإعادة ترتيب القضايا خدمة لأجندة معينة
17.19%	11	لزعزعة الاستقرار في المجتمع
00%	00	خدمة النظام السياسي القائم
15.62%	10	تحقيق أغراض ربحية والشهرة
00%	00	أخرى
100%	64	المجموع



الشكل رقم (30): دائرة نسبية يبين رأي المبحوثين في الأهداف التي يسعى إليها مروجي وناشري الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي.

يضعنا هذا الجدول أمام آراء المبحوثين، في الأهداف التي يسعى إليها مروجي وناشري الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي، وتعتبر من أهم الإستراتيجيات التي تقوم عليها الأخبار الكاذبة، والتي هي من صميم اهتماماتها، هي الوصول إلى تحقيق أهداف معينة، وبتفريغ هذا الجدول، كانت النتائج على النحو التالي:

• قال 27 مبحوث أي بما نسبته %42.19 من مجموع أفراد العينة، أنّ أهم الأهداف التي يسعى إليها مروجي الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي، هي: (إعادة ترتيب القضايا خدمة لأجندة معينة)، ويفسّر هذا الهدف، على أن الأخبار الكاذبة تبرز أكثر في الأحداث السياسية الإستثنائية، كما هو الحال في الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر، حيث يسعى ناشري الأخبار الكاذبة إلى إعادة ترتيب المشهد وفق أجندة معينة، وهو ما يجعل من هذا الغرض له عديد القراءات والمآلات، التي تُقوّص من تأثير بعض القرارات التي تصدر عن النظام السياسي الحاكم، خاصة تلك المتعلقة بالإصلاح والاقتراحات المقدمة، وتكون هذه الإستراتيجية بإعادة تدوير أنظار الجمهور نحو قضايا قد تشكل اهتماما وتركيزا أكثر في أجندة الجمهور، و يتلاءم هذه الرأي المعبر عنه من طرف أفراد العينة مع الاعتقاد، أو الافتراض الذي يطرحه نموذج الأجندة المتداخلة الذي جاء به دولاند شو، و الذي هو عبارة عن مجموعة الموضوعات والقضايا التي يستشعر الجمهور أهميتها سياسيا أو اجتماعيا، و التي أصبحت في دائرة اهتمامه عبر تعرضه وإستخدامه لوسائل الاتصال التقليدية و الحديثة، بالإضافة إلى مدى اعتماده على كل من هذه الوسائل، لتكوين وجهات نظره وآرائه حول هذه الموضوعات التي تطرحها (رضوان و علي موسى، 2017).

• قال 16 مستجوب، أي بما يقابله من نسبة مئوية ب%25 من مجموع المبحوثين الإجمالي، أنّ من أهم الأهداف الأساسية التي يسعى إليها مروجي الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي هي: (تشويه سمعة أشخاص لهم وزن في المعادلة السياسية)، ويعتبر هذا الهدف الذي اختاره المبحوثين ذي بعد أخلاقي بالدرجة الأولى، لأن الأمر يتعلق بخرق لخصوصيات الأفراد، فنتائج هذا العمل تكون بإبعاد الصور الحقيقية وإنشاء صور وأفعال مشوهة للواقع، خاصة أنّ البيئة الرقمية تتيح للمستخدمين حق التعبير عن الآراء والمعتقدات دونما شرط أو قيد، وبالتالي يكون هذا الفعل قد توفرت له كل الظروف لأن يكون فعل ممارس على هذه الفضاءات، ففترة الحراك الشعبي، شهدت أن شخصيات تحظى بالتقدير من طرف الجمهور، وتبوء مراكز لصنع القرار، كان لها نصيب من هذا الاستهداف الذي طال حياتهم الشخصية والمهنية، وتتفق هذه الرؤية مع الدراسة التي قدمها عبد الرزاق الدليمي، والتي تفيد بان أهم أهداف الأخبار الكاذبة هي استهداف شخصيات ذات سمعة.

• أجاب 11 مستجوب أي بما يعادل من النسبة المئوية %17.19 من مجموع أفراد العينة الإجمالي، أنّ من أهم الأهداف الأساسية التي يسعى إليها مروجي الأخبار الكاذبة في فترة الحراك الشعبي هي: (زعزعة الاستقرار في المجتمع)، و يعتبر هذا الهدف مسّطر و متعدد الأوجه، إذا ما تحدثنا عن مجتمع تشكّل فيه رصيد سلبي اتجاه نظام الحكم، بسبب تغييب عنصر مهم جدا في البناء و الاستقرار والاستمرارية، وهو الثقة في منظومة الحكم والاطمئنان على قراراتها، و بالتالي هو من أحد أهم أسباب قيام الحراك الشعبي،

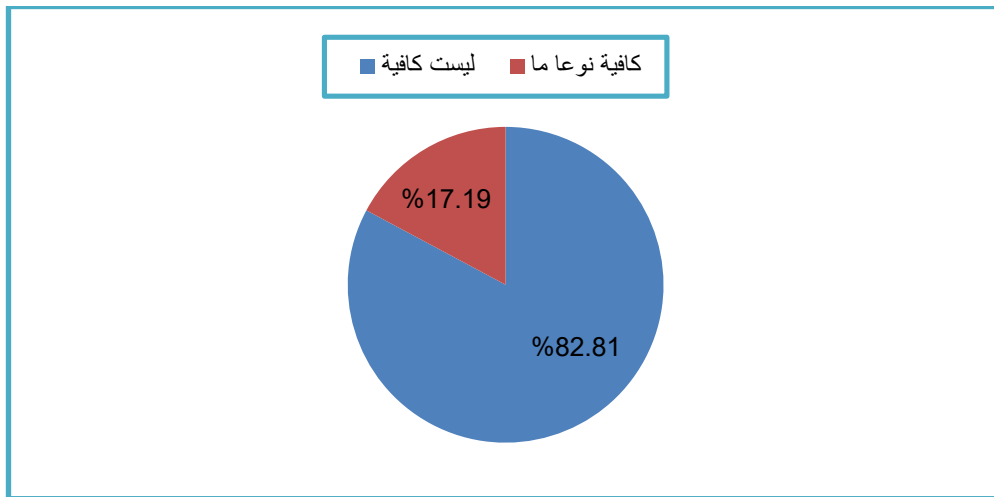
فصناعة وإنتاج أخبار كاذبة مهمتها أساسا هي زعزعة هذه الثقة، وجعل السلطة في صراع دائم مع محيطها السياسي والاجتماعي، وقد توصل **مصطفى عبد الحى عبد الحليم**، في إستطلاع له لعينة من الصحفيين المصريين حول أهم أهداف القائم على الأخبار الكاذبة، "هي العمل على نشر الرعب والخوف والقلق والفزع بين أفراد المجتمع، وتكدير الأمن العام وإلحاق الضرر بالمصلحة العامة، وكذا الإضرار بسمعة أو هيبة أو مكانة الدولة ومؤسساتها" (عبد الرحيم م.، 2021، صفحة 795).

• قال **10** مستجوبين، أي بما يقابله من النسبة المئوية **15.62%** من مجموع المبحوثين الإجمالي، أن من أهم الأهداف الأساسية التي يسعى إليها مروجي الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي هي: (لتحقيق أغراض ربحية والشهرة)، أين وجد مبدعو الأخبار المزيفة أنه يمكنهم من جذب الكثير من الاهتمام، حتى يتمكنوا من كسب المال من خلال سيل الأخبار المزيفة والإعلانات الوهمية، على قول التعبير الذي أشارت إليها دراسة قدمها **صالي مُجدد**، فضيلة **تومي**، **عبد القادر بودربالة** في ورقة بحثية تحمل " ضرورة تبني نهج محو الأمية الإعلامية في ظل الأخبار الكاذبة بين الضرورة والحتمية (صالي، تومي، و بودربالة، 2022، صفحة 110)، و يعتبر هذا الهدف ذو صبغة مادية بالأساس، نظرا للتحفيزات المالية التي توفرها مختلف التطبيقات في المضامين التي تحقق نسب مشاهدة ومتابعة عالية، كما يتحقق في ذات السياق توقع صفحة أو شخصية ما في المجال الإعلامي، وتصبح بذلك متابعة ومهتم بها من طرف الجمهور، كشكل مأخوذ مما كان يتحقق في عهد الصحافة الكلاسيكية، أو الصحافة الصفراء، فإيجاد محيط اجتماعي وسياسي، يشجع توقع هذا الهدف، خاصة أننا بصدد الحديث عن حالة الحراك الشعبي في الجزائر.

المحور الخامس: أدوات وميكانيزمات التصدي للأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الجدول رقم (41): تقييم المبحوثين في إن كانت إدارة موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك تقدم أدوات كافية وتساهم في مواجهة الأخبار الكاذبة.

النسبة المئوية	التكرار	مدى مساهمة فيسبوك في مواجهة الأخبار الكاذبة
00%	00	كافية
82.81%	53	ليست كافية
17.19%	11	كافية نوعا ما
100%	64	المجموع



الشكل رقم (31): دائرة نسبية تقييم المبحوثين في إن كانت إدارة موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك تقدم أدوات كافية وتساهم في مواجهة الأخبار الكاذبة.

يمثل هذا الجدول آراء المبحوثين في تقييم الأدوات التي تقدمها إدارة فيسبوك لمواجهة خطر نشر الأخبار الكاذبة، وبتفريغ

معطيات هذا الجدول، كانت النتائج على النحو التالي:

• إعتبر 53 مبحوث، أي ما يقابله من النسبة المئوية 82.81% من أفراد العينة الإجمالي، أن الأدوات المقدمة من طرف

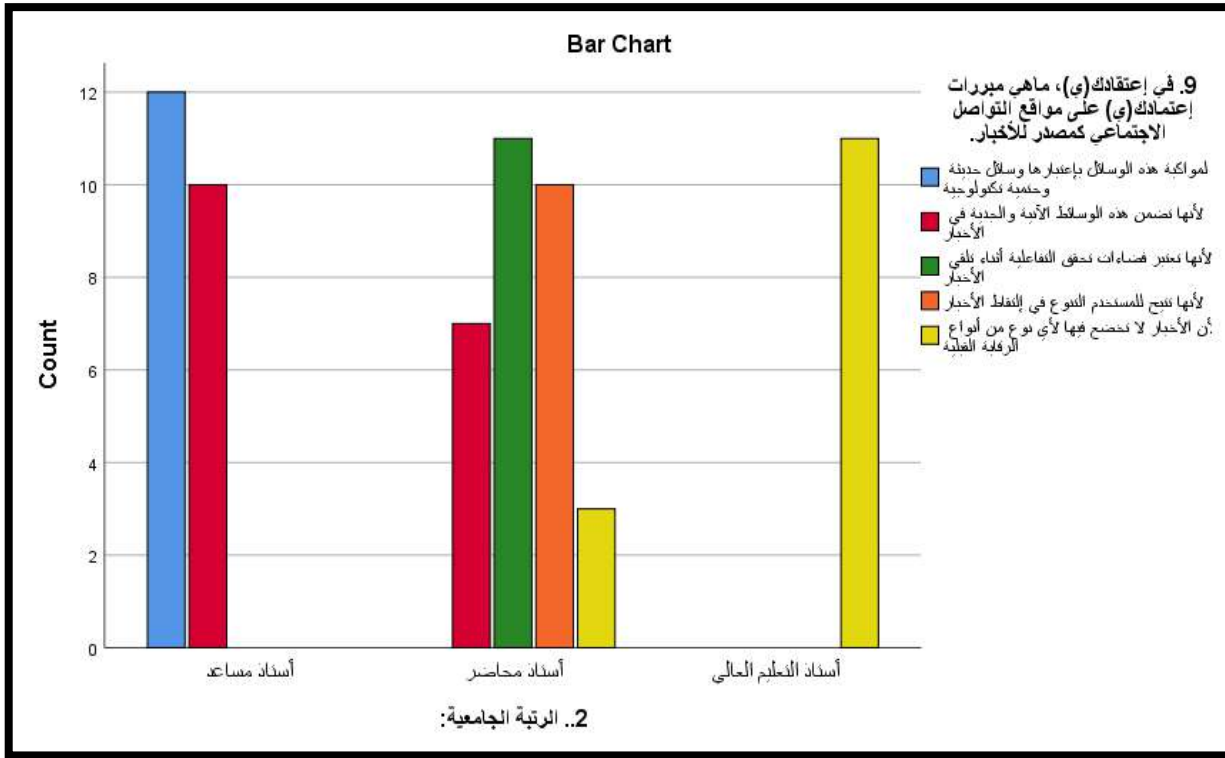
إدارة فيسبوك للتصدي للأخبار الكاذبة (ليست كافية)، و يبرز هذا الموقف المعبر عنه حجم التحدي، الذي فرضته هذه الصناعة في

المجال الرقمي على المستخدمين، فالتحولات التقنية الرهيبة رمت بثقلها على نوع و مستوى الأخبار المنشورة على هذه الفضاءات، كذلك تسارع الأحداث فرض سياقات زمنية، لا تمنح صفة رصد وتكذيب هذه الأخبار لحظة نشرها، بالإضافة إلى هذا كله أن مجال الحرية، الذي منح للجميع حق النشر ومشاركة مختلف الأخبار، سيجعل منها على عمومها، تُشكل زخما لدى ذهن المتلقي، و التي يصعب في الأخير التحكم فيها، و كذا التفريق عمّا إذا كانت أخبارا كاذبة أم هي صحيحة ومؤكدة، وهنا تغذت فكرة الإفراط في وفرة المعلومات، فالبعض منها دقيق وصحيح والبعض الآخر لا، مما يجعل من الصعب بمكان على الجمهور العثور على مصادر جديدة بالثقة، و إرشادات موثوق بها عندما يحتاجون إليها (تومي و بودربالة، 2021، صفحة 114).

• قال 11 مبحوث أي ما نسبته 17.19% من أفراد العينة الإجمالي، أن الأدوات المقدمة من طرف إدارة فيسبوك للتصدي للأخبار الكاذبة، (كافية نوعا ما)، وتعطي لنا هذه النتيجة المقدمة دلالات حول كيفية تعاطي مستخدمي هذه الوسائط مع مختلف الأخبار الكاذبة، إنطلاقا من كونها موجودة مع كومة الأخبار التي هي وقود هذه المنصات والمواقع، خاصة وأن الخبر يُستهلك بمجرد أن يظهر ويتم تداوله ونشره، وهي في حد ذاتها جزئية تحقق إشارات وترسبات ذهنية لدى متلقيها، في مقابل ذلك ما توفره إدارة فيسبوك من أدوات لمجابهة الأخبار الكاذبة، لا يفي بالغرض الذي يُظهر حقيقة هذا الأخبار ويقف عند تكذيبها أو نفيها.

الجدول رقم (42) يبين علاقة مبررات اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، حسب متغير الرتبة الجامعية للأستاذ الجامعي.

المجموع	مبررات اعتمادك على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.							
	لأن الأخبار لا تخضع فيها لأي نوع من أنواع الرقابة القبلية	لأنها تتيح للمستخدم التنوع في النقاط الأخبار	لأنها تعتبر فضاءات تحقق التفاعلية أثناء تلقي الأخبار	لأنها تضمن هذه الوسائط الآنية والجدية في الأخبار	لمواكبة هذه الوسائل باعتبارها وسائل حديثة وحتمية تكنولوجية			
22	0	0	0	10	12	ت	أستاذ مساعد	الرتبة الجامعية.
34.4%	0.0%	0.0%	0.0%	15.6%	18.8%	%		
31	3	10	11	7	0	ت	أستاذ محاضر	
48.4%	4.7%	15.6%	17.2%	10.9%	0.0%	%		
11	11	0	0	0	0	ت	أستاذ التعليم العالي	
17.2%	17.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	%		
64	14	10	11	17	12	ت	المجموع	
100.0%	21.9%	15.6%	17.2%	26.6%	18.8%	%		
الدلالة الإحصائية		مستوى الدلالة		الدلالة المعنوية		درجة الحرية		إختبار كا ²
دال		0.05		0.00		08		88.94



الشكل رقم (32): مخطط بياني يوضح علاقة مبررات اعتماد الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حسب متغير الرتبة الجامعية للأستاذ الجامعي.

يبين لنا هذا الجدول، علاقة مبررات اعتماد الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، حسب متغير الرتبة

العلمية للأستاذ الجامعي، وقد تم تسجيل المعطيات التالية:

• إتفق الباحثين ممن يحملون صفة أستاذ مساعد، وأستاذ محاضر، على خيار التبرير التالي: (تضمن هذه الوسائط الآتية

والجدية في الأخبار)، وذلك وفق الترتيب الثاني: **15.6%**، **10.9%**، فيما كان إتجاه مصاف الأساتذة من الرتبة العلمية أستاذ

التعليم العالي، بصفة مطلقة، أن مبرر اعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، (لأن الأخبار في هذه الوسائط، لا

تخضع لأي نوع من أنواع الرقابة القبليية)، وذلك بنسبة، **17.2%**، وبعدد تكراري يساوي **11** مبحوث، وقد إتفق مع هذا التبرير

ما نسبته **4.7%** من الأساتذة من رتبة أستاذ محاضر، وقد إختار ما نسبته **18.8%** من مصاف أستاذ مساعد، تبرير (مواكبة هذه

الوسائل، بإعتبارها وسائل حديثة وخدمية تكنولوجية)، و هي الرتبة العلمية التي إنفردت بهذا التبرير، وقد إختار أيضا نفس عدد

المبوحثين من مصاف أستاذ محاضر مبرر: (أن هذه الوسائط فضاءات تحقق التفاعلية أثناء تلقي الأخبار)، وذلك بنسبة

17.2%، أي **11** مفردة، وهي كذلك الرتبة العلمية التي إنفردت بهذا التبرير، وقد إختار فصيل من المبحوثين، من نفس الرتبة

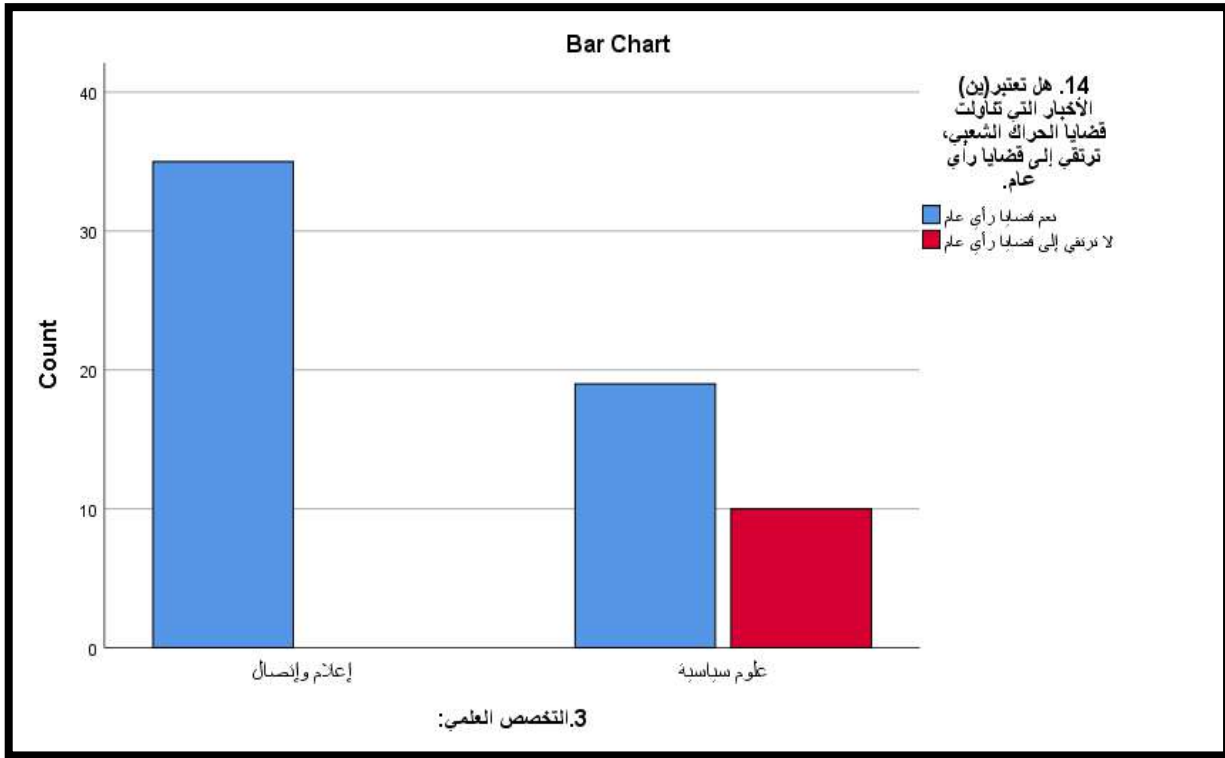
العلمية (أستاذ محاضر)، خيار أو تبرير: (لأن هذه الوسائط، تتيح للمستخدم التنوع في إلتقاط الأخبار)، و ذلك بعدد مفردات يساوي: 10 مبحوثين، أي بنسبة %15.6.

• نستنتج من خلال هذه النتائج، أن من إختار تبرير: (تضمن هذه الوسائط الآنية والجدية في الأخبار)، هم المبحوثين من الرتبة العلمية (أستاذ محاضر، أستاذ مساعد)، فيما كان إتجاه مصاف الأساتذة من الرتبة العلمية (أستاذ التعليم العالي)، بصفة مطلقة، أن مبرر إعتمادهم على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار راجع: (لأن الأخبار في هذه الوسائط، لا تخضع لأي نوع من أنواع الرقابة القبلية).

• تفسّر هذه المعطيات المقدمة في هذا الجدول، إلى التنوع الذي ميّز التبريرات المقدمة من حيث وصف عناصر الجذب، و المقاربة المعتمدة التي تقدمها هذه الوسائط، والمتمثلة في مظاهر الانتقال الرقمي الذي بات اليوم واقعا لما يسمى بالمجتمع الرقمي، كما تعتبر هذه التبريرات من مميزات وخصائص هذه الوسائط الإلكترونية في البيئة الرقمية الجديدة، كما فرض في ذات السياق تنوع المبحوثين من حيث الرتبة العلمية، تعدد وجهات النظر من منطلقات تتعلق، بالإرث المعرفي، والتفاوت ما بين المبحوثين في الاحتكاك بمختلف المواضيع، التي لها صلة بأبحاث العصر الرقمي وتحولاته، و في السياق ذاته، توجد تبريرات أخرى، تتعلق بمدى الاستجابة التي باتت تفرضها البيئة الرقمية على مستخدميها، وكذا انعكاساتها على مسار ما تنتجه هذه الوسائط من مضامين، وبالتالي الرؤية المقدمة من المبحوثين وفق متغير الرتبة العلمية، تبدو واقعية إلى حد كبير ، وهذا ما نلاحظه وفق ما يثبته تطبيق إختبار كا²، والذي قدّر ب 88.94 كاف تريبي، ودرجة حرية قدرت ب 08 ، و عند دلالة معنوية 0.00، و بمستوى دلالة 0.05، و بالتالي نستنتج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤكدة، بين متغير الرتبة العلمية الأستاذ الجامعي، و مبررات إعتماذ المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.

الجدول رقم (43) يوضح علاقة رأي المبحوثين إن كانت الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام،
بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.

إختبار المبحوثين إن كانت الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام.				
المجموع				
	لا ترتقي إلى قضايا رأي عام	نعم قضايا رأي عام		
35	0	35	ت	التخصص العلمي: إعلام وإتصال
54.7%	0.0%	54.7%	%	
29	10	19	ت	علوم سياسية
45.3%	15.6%	29.7%	%	
64	10	54	ت	المجموع
100.0%	15.6%	84.4%	%	
دلالة الإحصائية	مستوى الدلالة	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	إختبار كا ²
دال	0.05	0.00	1	14.30



الشكل رقم (33): مخطط بياني يوضح علاقة رأي الباحثين إن كانت الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام، حسب متغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.

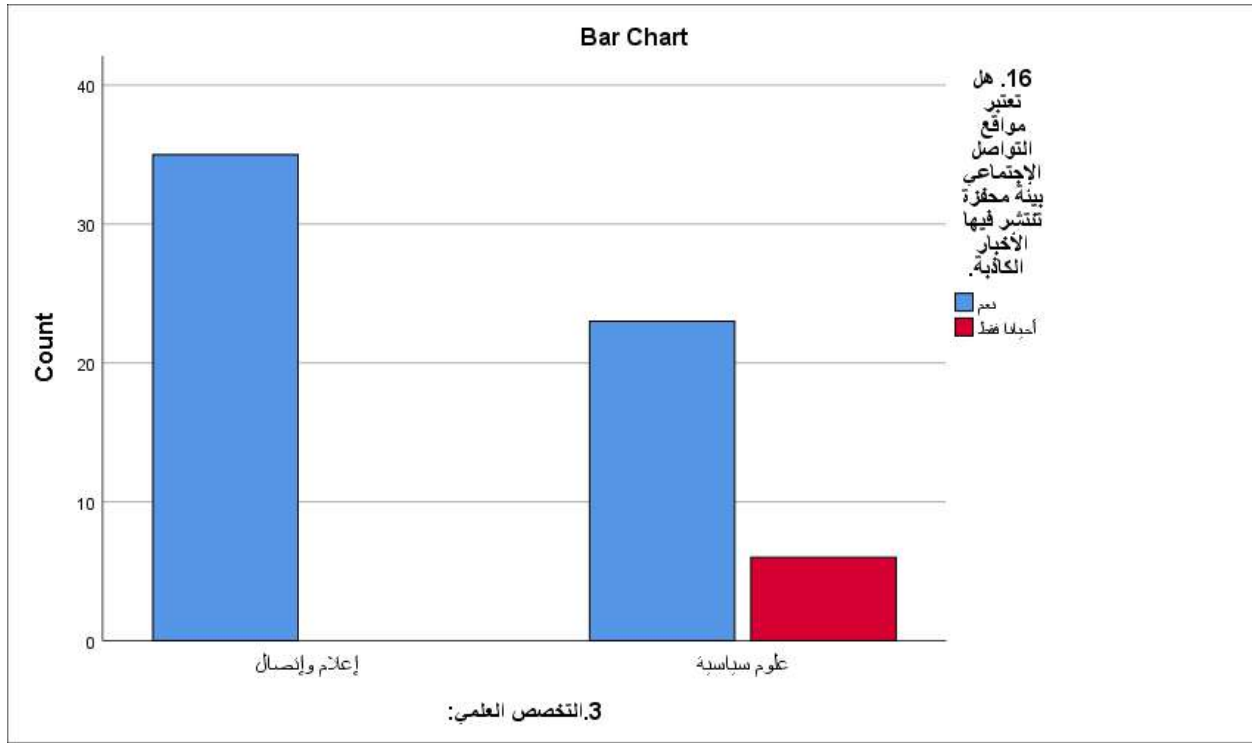
يبين لنا هذا الجدول علاقة رأي الباحثين فيما إن كانت الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام، بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي، حيث سجلنا المعطيات التالية:

إختار و بصفة مطلقة الباحثين ممن هم في تخصص علوم الإعلام والإتصال، القول الذي يعتقد أن (الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي هي قضايا رأي عام)، وذلك بنسبة **54.7%**، أي بعدد تكراري يساوي **35** مفردة، وهي النسبة الكلية من أفراد العينة الإجمالي لهذا التخصص، في مقابل ذلك إنقسمت آراء من هم في تخصص العلوم السياسية، حيث قال ما نسبته **29.7%**، أي ما يقابل **19** مبحوث، أن (الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، هي قضايا رأي عام)، فيما قال **15.6%**، أي ما يقابل **10** مبحوثين، أن هذه الأخبار لا ترتقي إلى قضايا رأي عام.

• ما نستتجه من هذه المعطيات المقدمة في هذا الجدول، أن الأساتذة ممن هم في تخصص علوم الإعلام والإتصال، يرون وبصفة مطلقة أن الأخبار المتعلقة بقضايا الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر، هي (قضايا رأي عام)، بينما في الإتجاه الثاني إنقسمت آراء أساتذة العلوم السياسية بين مؤيد لهذا الطرح ومعارض له.

• في السياق ذاته تفسر هذه النتائج على نحو يدل أن الدراية الإعلامية، و توقع الأخبار ذات الإنتشار الواسع، و تعاطي وسائل الإعلام بمختلف وسائلها مع أخبار الحراك الشعبي، هي حالة معيّرة عن وضع تبنته هذه الوسائل، إنطلاقاً من ما هو موجود، وبالتالي الرؤية المقدمة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال، تبدو واقعية إلى حد كبير، مع ما باتت تفرضه الأخبار ذي الصبغة السياسية على الجمهور، وهذا ما يظهره لنا ويثبته تطبيق إختبار كا²، حيث قدر ب **14.30** كاف تريبي، وبدرجة حرية قدرت ب **01**، عند دلالة معنوية **0.00**، و بمستوى دلالة **0.05**، و بالتالي نستنتج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤكدة، بين متغير التخصص العلمي للأستاذ و تصنيف أخبار الحراك، إن كانت تصنف قضايا رأي عام، أو لا تصنف. وعليه فإن هناك علاقة بين هذين المتغيرين. الجدول رقم (44) يوضح علاقة رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة، بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.

المجموع	هل تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة.			
	أحيانا فقط	نعم		
35	0	35	ت	التخصص العلمي. إعلام واتصال
54.7%	0.0%	54.7%	%	
29	6	23	ت	علوم سياسية
45.3%	9.4%	35.9%	%	
64	6	58	ت	المجموع
100.0%	9.4%	90.6%	%	
دلالة الإحصائية	مستوى الدلالة	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	إختبار كا ²
دال	0.05	0.00	01	7.99



الشكل رقم (34): مخطط بياني يوضح علاقة رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة، بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.

• يضعنا هذا الجدول أمام إختبار العلاقة بين رأي المبحوثين، و متغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي، في إن كانت مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة، تنشر فيها الأخبار الكاذبة، وعليه كانت نتائج هذا الجدول على النحو التالي:

• إتجهت آراء الأساتذة ممن هم في تخصص علوم الإعلام والإتصال بصفة مطلقة، نحو القول الذي يعتبر (مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة)، وذلك بنسبة %54.7، أي بعدد تكراري يساوي 35 مفردة من مجموع مفردات العينة الكلية، أما آراء الأساتذة ممن هم في تخصص العلوم السياسية، فكانت على النحو التالي: نسبة %35.9، أي 23 مبحوث، ترى أن مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة، أما ما تبقى من أفراد هذا التخصص العلمي، فأتجهت إلى (عدم إعتبار مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة لنشر الأخبار الكاذبة)، أي بنسبة %9.4، ما يقابله من العدد التكراري للمبحوثين 06 أفراد، و هي النتيجة النهائية المعبر عنها من خلال نتائج هذا السؤال في الجداول البسيطة سابقا.

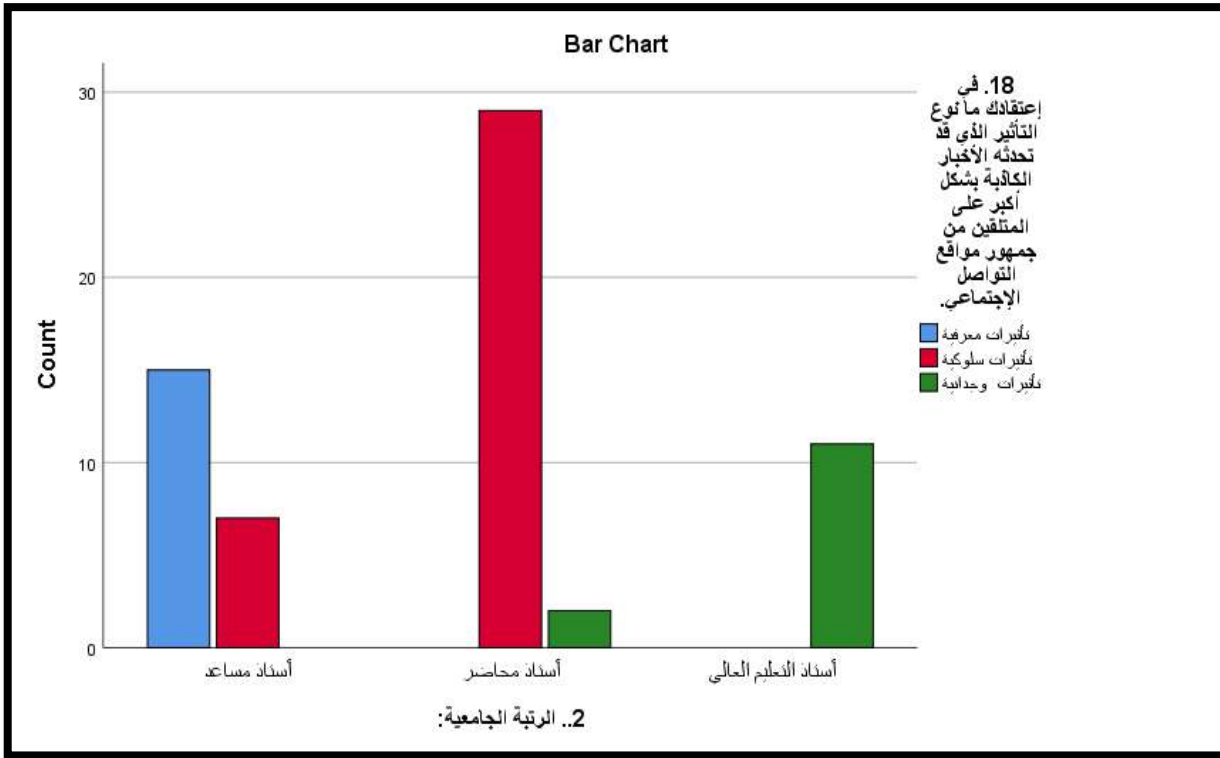
• ما يمكن أن نلاحظه من خلال معطيات هذا الجدول، أن توجّهات أساتذة علوم الإعلام والإتصال، أجمعت بصفة كلية، على أن مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي، هي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة، وهو الأمر ذاته الذي إتفقت عليه آراء

الأغلبية، ممن هم في تخصص العلوم السياسية، فيما رأى الأقلية من هذا التخصص العلمي، غير هذا الاعتقاد، وهو عدم إعتبار مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بيئة محفزة لنشر الأخبار الكاذبة.

● تُفسّر هذه النتائج المسجلة في هذا الجدول، لإعتبار رئيسي يتعلق بمتغير الأخبار الكاذبة، الذي هو حامل لصفة ومفهوم الصناعة الإتصالية بمفهومها المعاصر، فهي إذن ظاهرة إتصالية، ترتبط بما تنتجه الوسائط الرقمية من مضامين إخبارية، فمهما كان نوع هذه المنشورات، بمن فيها إختبار معيار الصدق في هذه المضامين، إلا أنه في المقابل، يبقى الحديث عن الخبر بإعتباره مكون للمادة المنشورة على مستوى هذه الوسائط، وعليه كان إختيار أساتذة علوم الإعلام والإتصال بصفة الإجماع على أن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي بيئة محفزة، تنتشر فيها الأخبار الكاذبة، لها منطلقات تتعلق بتوفر عنصر الإثارة، وكذا إرتفاع وضخامة المضامين المنشورة على هذه الوسائط، بالإضافة إلى وجود محفز رئيسي، يتعلق بهامش الحرية الذي يمنح الجميع حق نشر وتداول هذه المضامين بلا رقيب ولا حسيب، وهذا ما تؤكدته نتائج تطبيق إختبار كا²، الذي قدر ب **7.99** كاف تريعي، وبدرجة حرية قدرت ب **01**، عند دلالة معنوية **0.00**، بمستوى دلالة **0.05**، و بالتالي نستنتج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤكدة، بين متغير التخصص العلمي للأستاذ، و رأي المبحوثين، إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة.

الجدول رقم (45): يبين علاقة رأي المبحوثين في نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، بمتغير الرتبة العلمية للأستاذ الجامعي.

ما هو نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي.					
	تأثيرات وسلوكية	تأثيرات معرفية	تأثيرات وجدانية		
الرتبة الجامعية:	ت	15	7	0	22
	%	23.4%	10.9%	0.0%	34.4%
أستاذ مساعد	ت	0	29	2	31
	%	0.0%	45.3%	3.1%	48.4%
أستاذ محاضر	ت	0	0	11	11
	%	0.0%	0.0%	17.2%	17.2%
أستاذ التعليم العالي	ت	15	36	13	64
	%	23.4%	56.3%	20.3%	100.0%
المجموع	ت	15	36	13	64
	%	23.4%	56.3%	20.3%	100.0%
إختبار كا ²	درجة الحرية	الدلالة المعنوية	مستوى الدلالة	دلالة الإحصائية	
86.61	04	0.00	0.05	دال	



. الشكل رقم (35): مخطط بياني يوضح علاقة رأي الباحثين في نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، بمتغير الرتبة العلمية للأستاذ الجامعي.

يمثل هذا الجدول آراء الباحثين، حول علاقة رأي الباحثين في نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، بمتغير الرتبة العلمية للأستاذ الجامعي، وبتفريغ هذا الجدول، توضح لنا النتائج التالية:

- إتجهت آراء 29 محوث، أي ما يقابله من النسبة الإجمالية الكلية للباحثين 45.3%، من الرتبة العلمية (أستاذ محاضر)، أن نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين، من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، هي (التأثيرات المعرفية)، وشاطرهم في ذات السياق فئة (أستاذ مساعد)، بنسبة 10.9%، أي ما يمثل 07 محوثين، فيما إتفقت بشكل إنفرادي، وشبه إجماع ما نسبته 23.4%، أي 15 محوث، أن نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين، من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، هي (التأثيرات السلوكية)، فيما إتفقت آراء جميع فئة الأساتذة من الرتبة العلمية (أستاذ التعليم العالي)، أي بنسبة على أن نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين، من جمهور

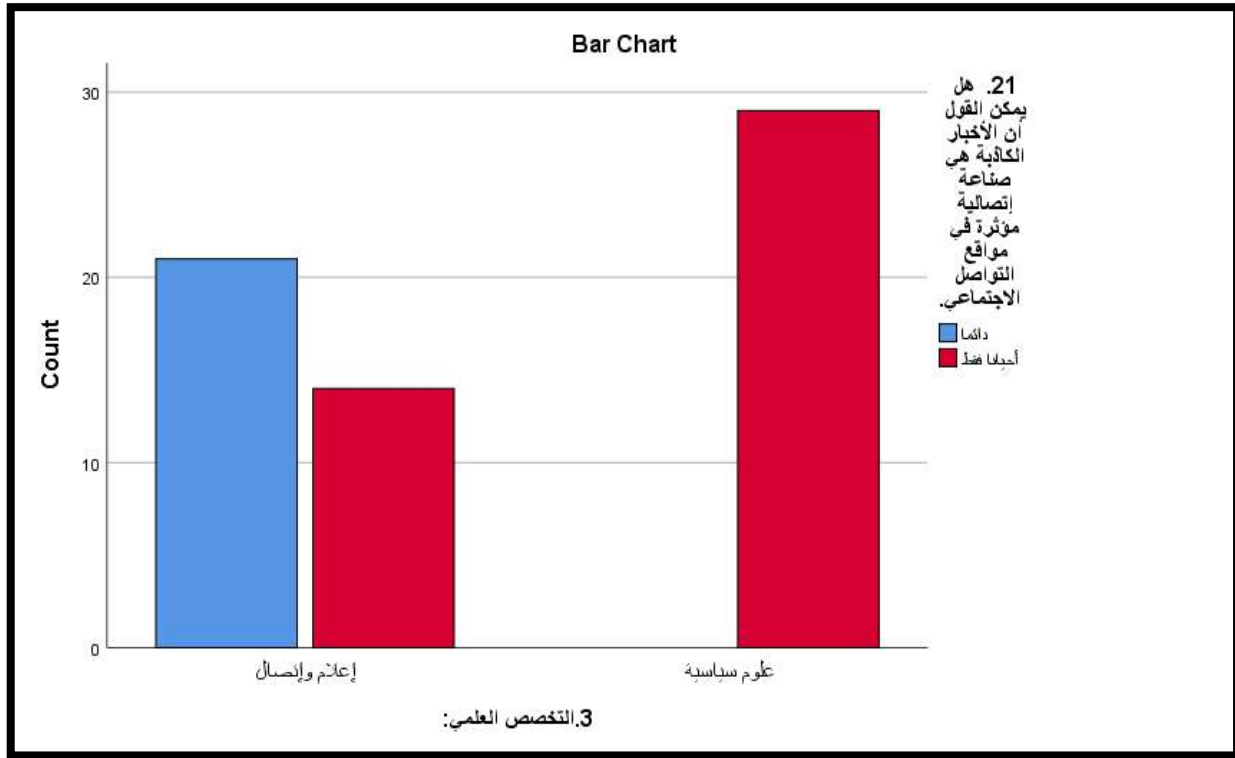
مواقع التواصل الاجتماعي هي (التأثيرات الوجدانية)، أي بنسبة **17.2%**، وهو كذلك وجهة نظر قدمها **02** من مبحوثين من الرتبة العلمية (أستاذ محاضر).

• الملاحظ من خلال تفريغ نتائج هذا الجدول: إتفاق بشكل مطلق للأساتذة من مصاف (أستاذ التعليم العالي)، على أن التأثير الأكبر الذي تحدثه الأخبار الكاذبة على المتلقين من جمهور الوسائط الإلكترونية، هي تأثيرات وجدانية، كما لاحظنا كذلك أن الرتبة العلمية الجامعية (أستاذ محاضر)، إتفقت الأغلبية الساحقة منها، على نوع التأثيرات على المتلقين من جمهور الوسائط الإلكترونية لمن يتعرضون للأخبار الكاذبة، هي تأثيرات ذات خلفية معرفية.

• تفسر نتائج هذا الجدول وفق المعطيات التالية، إتفاق معظم آراء المستجوبين، على أن هناك تأثيرات تصدرها الأخبار الكاذبة على الجمهور من مستخدمي هذه الوسائط، وهو مؤشر على الاتفاق، على أن هذه الأخبار هي صناعة إعلامية و إتصالية، وهي تحظى بإهتمام جماهيري، في مقابل ذلك متغير الرتبة الجامعية، أخرج هذه النتائج وفق أن أكثر فئة تعرضت لهذه المسائلة البحثية الميدانية، هي فئة الأساتذة من مصاف (أستاذ محاضر)، كما أن إختيار أساتذة التعليم العالي على نوع أن التأثيرات التي تكون قوية على متلقي هذه الأخبار، هي التأثيرات الوجدانية، وبالتالي يكون التقارب ملاحظ، وعليه فالنظرة الإستشراافية التي قدمها المبحوثين، تدل على أن هناك توافر من حيث حدود توظيف هذه الأخبار في البيئة الرقمية، كذلك هي رؤى دالة على ما تفترضه نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام من تأثيرات متوقعة على جمهورها ومستخدميها، وهذا ما تؤكدته نتائج تطبيق إختبار χ^2 ، الذي قدر ب **86.61** كاف تربيعي، وهو مؤشر عالي جدا، وبدرجة حرية قدرت ب **04**، عند دلالة معنوية **0.00**، بمستوى دلالة **0.05**، و بالتالي نستنتج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤكدة، بين نوع التأثيرات المتوقعة، ومتغير الرتبة العلمية الجامعية.

الجدول رقم (46): علاقة رأي المبحوثين في الافتراض الذي يقول إن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هي صناعة إحصائية مؤثرة، بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.

هل الأخبار الكاذبة هي صناعة إحصائية مؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي.				
المجموع	أحيانا فقط	دائما	ت	التخصص العلمي:
35	14	21		إعلام واتصال
54.7%	21.9%	32.8%	%	
29	29	0	ت	علوم سياسية
45.3%	45.3%	0.0%	%	
64	43	21	ت	المجموع
100.0%	67.2%	32.8%	%	
دلالة الإحصائية	مستوى الدلالة	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	إختبار كا ²
دال	0.05	0.00	01	25.89



الشكل رقم (36): مخطط بياني يوضح علاقة رأي الباحثين في الافتراض الذي يقول إن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هي صناعة إتصالية مؤثرة، بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.

يتفصّل هذا الجدول علاقة رأي الباحثين في الافتراض الذي يقول إن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي،

هي صناعة إتصالية مؤثرة، بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي، وفيما يلي عرض لنتائج هذا الجدول:

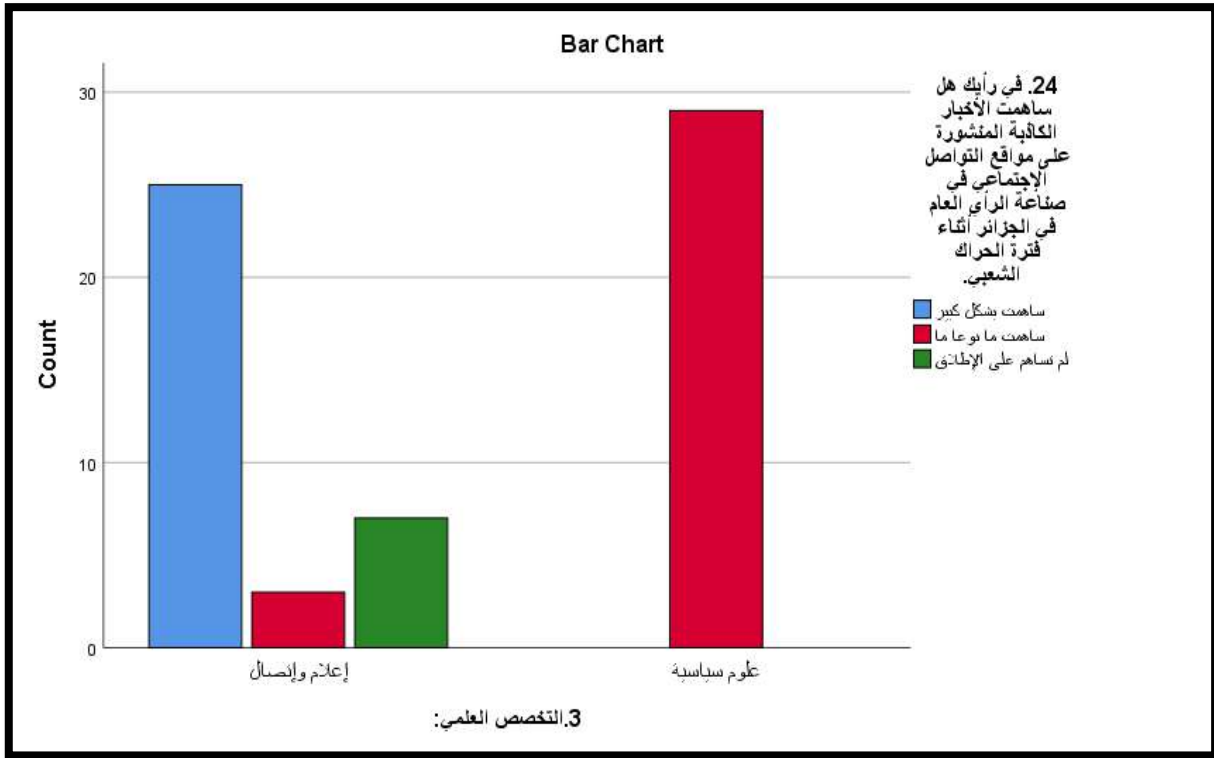
- إتجهت آراء جميع الباحثين من متغير التخصص العلمي (علوم سياسية) الذين يشكّلون ما نسبته **45.3%** من مجموع الباحثين الإجمالي، إلى أن الأخبار الكاذبة هي صناعة إتصالية مؤثرة (أحيانا فقط)، وقد إتفق مع هذا الموقف آراء متغير التخصص العلمي (إعلام وإتصال) وهي نسبة تمثل **21.9%**، فيما إتجهت بقية المستجوبين من هذا التخصص العلمي، أي ما نسبته **32.8%** من المجموع الكلي للباحثين، نحو الإعتقاد الذي يرى أن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هي صناعة إتصالية (مؤثرة بصفة دائمة).

- نلاحظ من خلال هذه النتائج، أن الأساتذة من التخصص العلمي (علوم سياسية)، إتجهوا نحو إعتبار أن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر هذه الوسائط الإلكترونية، ليست مؤثرة بصفة دائمة، بل هي مؤثرة أحيانا فقط، فيما إنقسمت آراء الأساتذة من التخصص العلمي وإتصال إلى رأيين، رأي يعتبر هذه الأخبار مؤثرة بصفة دائمة، وإتجاه ثاني يرى أنّها مؤثرة أحيانا فقط.

● تُفسَّر نتائج هذه الإختبار وفق متطلبات تتعلق، بحدود التأثير على المتلقين من جمهور هذه الوسائط، وبالتالي العمل على خلق رأي عام، أو تدوير قضايا معينة مركزية نحو قضايا وهمية ومن صنع القائم بالفبركة، وعليه كان إختيار أساتذة العلوم السياسية، وفق ما تمليه حدود المعرفة التي تعتبر الأخبار الكاذبة صناعة إتصالية مؤثرة على مستويات معينة، و هي ليست كذلك في مواضع أخرى، وبالتالي كانت هذه هي التبريرات على هذا الإجماع المعبر عنه واقعية، في مقابل ذلك رأى الأغلبية من أساتذة علوم الإعلام والإتصال، أنّ الأخبار الكاذبة هي صناعة إتصالية مؤثرة بشكل دائم، ويكون هذا الرأي له الإسناد المعرفي، لما شكَّله هذه الأخبار من نقاشات تثار حول دورها في تحقيق مكتسبات معينة على مستوى الكثير من المواضيع، خاصة مع التوجه الذي فرضه عصر التحول الرقمي، و إرتفاع معدل الإستهلاك المعلوماتي، الذي يُعتبر بمثابة غذاء لهذه المنصات والمواقع، وكذا هامش الحرية الذي تتمتع به مقارنة بالوسائل الإعلامية و الإتصالية الأخرى، وبالتالي مخرجات هذه الأخبار على المتلقين، تتضح بمجرد تحقيق نسب مشاهدة عالية، وتداولها بشكل واسع على مستخدمين آخرين، وعليه تعتبر هذه التبريرات واقعية، وهذا ما تؤكدته نتائج تطبيق إختبار كا²، الذي قدر ب **25.89** كاف تربيعي، وهو مؤشر عالي، وبدرجة حرية قدرت ب **01**، عند دلالة معنوية **0.00**، بمستوى دلالة **0.05**، و بالتالي نستج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤكدة، بين الافتراض الذي يقول أن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هي صناعة إتصالية مؤثرة ، ومتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.

الجدول رقم (47): يوضح علاقة رأي المبحوثين في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.

هل ساهمت الأخبار الكاذبة المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي.						
المجموع	لم تساهم على الإطلاق	ساهمت ما نوعا ما	ساهمت بشكل كبير			
35	7	3	25	ت	إعلام واتصال	التخصص العلمي:
54.7%	10.9%	4.7%	39.1%	%		
29	0	29	0	ت	علوم سياسية	
45.3%	0.0%	45.3%	0.0%	%		
64	7	32	25	ت	المجموع	
100 %	10.9%	50.0%	39.1%	%		
دلالة الإحصائية		مستوى الدلالة	الدلالة المعنوية	درجة الحرية	إختبار كا ²	
دال		0.05	0.00	02	53.02	



الشكل رقم (37): مخطط بياني يوضح علاقة رأي الباحثين في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي

يُعبّر هذا الجدول عن علاقة رأي الباحثين في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، على صناعة الرأي العام في الجزائر، وذلك أثناء فترة الحراك الشعبي بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي، وعليه وبعد عملية التفرغ، كانت النتائج على النحو التالي:

- إتجهت أغلبية آراء الباحثين أي بنسبة **39.1%** من التخصص العلمي علوم الإعلام والاتصال، وهي التي إنفردت في الاتجاه الذي يرى أن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (ساهمت بشكل كبير)، في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي، فيما إتجهت بشكل مطلق آراء الباحثين من التخصص العلمي علوم سياسية، أي بنسبة تمثل **45.3%**، أن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (ساهمت نوعا ما)، في صناعة الرأي العام في الجزائر، فيما قال ما نسبته **10.9%**، وهي أدنى نسبة أن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي (لم تساهم على الإطلاق)، في صناعة الرأي العام في الجزائر.

• من خلال هذه النتائج تم تسجيل بعض الملاحظات نذكر منها: إتجاه متغير التخصص العلمي الجامعي للمبشرين (العلوم السياسية)، إلى إعتبار الأخبار الكاذبة ساهمت نوعا ما في صناعة الرأي العام، فيما عتبر المبشرين من متغير التخصص (علوم الإعلام والاتصال)، الرؤية التي تدعم المساهمة الواضحة للأخبار الكاذبة في صناعة الرأي العام بالجزائر.

• تفسير هذه المعطيات المعبر عنه، والتوافق التقريبي بين المبشرين، على أن هناك مساهمة متفاوتة في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة على الرأي العام، وهو ما يجعل هذا التقدير، يتم على وجود تأثير تطلقه الأخبار الكاذبة، وهنا تبرز جزئية مهمة جدا، تتمثل في أن هناك مساعي غامضة، يطلقها من يقف على إنتاج ونشر هذا النوع من الأخبار، فإتجاه المبشرين من متغير التخصص العلمي (العلوم السياسية)، نحو التقدير (ساهمت نوعا ما)، هو إقرار بما هو موجود، أما إتجاه الرتبة العلمية (إعلام و إتصال)، على التقدير الذي (ساهمت بشكل كبير)، هو توصيف لحالة لها إرتباط بالسياق الإتصالي، و الذي يصنع المشهد الإعلامي في عصر التحول الرقمي، الذي نعيش تفاصيله اليوم، وعليه كان هذه النتيجة أنها تميزت بالموثوقية، وذلك وفقا للتقديرات التي تؤكد نتائج تطبيق إختبار كا²، الذي قدر ب **53.02** كاف تربيعي، وهو مؤشر عالي، وبدرجة حرية قدرت ب **02**، عند دلالة معنوية **0.00**، بمستوى دلالة **0.05**، و بالتالي نستنتج أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤكدة، في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الإجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.

المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة الميدانية

إنطلاقاً من التساؤل الرئيسي التي تم طرحه، والذي يبحث في التعرف على الأثر الذي تحدثه الأخبار الكاذبة المنشورة عبر موقع فيسبوك على صناعة الرأي العام أثناء فترة الحراك الشعبي"، كانت نتائج هذه الدراسة الميدانية المطبقة على عينة من أساتذة الجامعة الجزائرية الذين يدرسون في تخصص الإعلام والعلوم السياسية، في عمومها على النحو التالي:

• أبانت نتائج هذه الدراسة أن أغلب أفراد العينة بما نسبته **67.19%**، يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي (بشكل دائم)، وتكمن تبريرات هذه العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأفراد العينة، بما باتت تمثله وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال كوسيلة يعتمد عليها الجمهور للتواصل المستمر مع مختلف المستجدات والمواضيع.

• أجاب ما نسبته **51.57%**، من المجموع الكلي للمستجوبين، أن فترات مشاهدتهم لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (غير محددة)، و يفسر هذه الترتيب في أن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي ملازمة للأفراد في كل الأوقات، فيما قال ما نسبته **42.18%** من مجموع أفراد العينة، أن (الفترة المسائية)، هي أكثر فترة يشاهدون فيها مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، حيث يمكن تفسير هذا الموقف المعبر عنه من طرف الباحثين، أن الفترة المسائية تتميز في العادة بغزارة في الأحداث والأخبار، خاصة تلك المثيرة منها، والتي تنتظر تفاعل مستخدمي هذه المواقع والشبكات والمنصات.

• أشارت لنا نتائج هذه الدراسة عن وجود إتفاق لكل الباحثين من أفراد العينة، على استعمال (الهواتف الذكية) في عملية البحث عن الأخبار و المستجدات والتعرف على مختلف الأحداث، في مقابل ذلك تبقى الوسائل الأخرى، (اللوحة الإلكترونية، وجهاز الحاسوب)، ليست وسيلة مفضلة للباحثين لتصفح مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، و التعرف على مختلف الأخبار، وتفسر هذا النسبة المطلقة لإستخدام الهواتف الذكية أثناء عملية ولوج المستخدمين لمواقع وشبكات التواصل الاجتماعي ضمن معطيات تكنولوجية بحته، فالهاتف الذكي، بات يكتسب الكثير من الخصائص التي تضاهي من حيث كفاءاته أجهزة الكمبيوتر أو أكثر.

• عن أكثر المواقع وشبكات التواصل الاجتماعي التي يعتمد عليها أفراد عينة الدراسة كمصدر للأخبار، إختار **75%** من إجمالي الباحثين، موقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك)، و يفسر إختيار الباحثين موقع فيسبوك كمصدر رئيسي لإستقاء مختلف الأخبار بعدة معطيات، أبرزها إنتشار موقع فيسبوك كأكثر المواقع إستخداما في العالم، فأخر الإحصائيات تضع **Facebook**

هو ملك وسائل التواصل الاجتماعي مع جمهور هائل (أكثر من 1.9 مليار المستخدمون النشطون يوميا)، فيما في الترتيب الثاني جاءت منصة (تويتر) كأهم مصدر يعتمد عليه أفراد العينة في إستقاء مختلف الأخبار، بنسبة **10.94%**.

● أعطت لنا نتائج هذه الدراسة أن نوع الأخبار التي تحظى بمتابعة أكثر من طرف أفراد عينة الدراسة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي: هي الأخبار ذات (الطابع الاجتماعي)، وذلك بنسبة مئوية تقدر ب **48.44%**، و يمكن أن تفسر هذه النسبة في أن هذه المواقع والشبكات مضامينها تعنى بالدرجة الأولى بالمواضيع الاجتماعية، والتي تحمل الكثير من عناوينها صفة الإثارة، كما أن هذه المواقع تعتبر متنفسا إجتماعيا للكثير ممن جرى تغييهم على الشاشات ووسائل الإعلام الرسمية، بالإضافة إلى ذلك فإن البعد الاجتماعي يرمي بثقله على جميع المجالات الأخرى، فالقضايا التي تتبناها هذه الوسائط، تنطلق من السياق الاجتماعي للمستخدمين، فيما قال ما نسبته **42.19%** من الباحثين أنهم يتابعون بشكل كبير الأخبار ذات (الطابع السياسي)، وتفسر هذه النسبة على نحو أساسي بالحالة السياسية التي يعيشها البلد، وكذا التجاذبات بين أطراف صانعي القرار التي رمت بثقلها على رسم صور ومشاهد تنصدر هذه الشبكات و المواقع ، بالإضافة إلى أن مستوى ونوعية أفراد العينة هي ذات بعد نحوي، وذي إتماء إعلامي و سياسي بما يفرضه حكم التخصص.

● أفادت نتائج هذه الدراسة الميدانية أن **26.56%** من أفراد العينة الإجمالي، يرون أن السبب الأول الذي يدفعهم إلى الإعتماد على مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في إستقاء مختلف الأخبار، هو أن هذه الوسائط (تضمن الآنية والجدية في الأخبار)، ومن هنا فإن إختيار هذا المبررات من طرف الباحثين واقعي جدا، هو نظرا لأن هذه الوسائط تتجدد فيها الأخبار في كل لحظة وحين، وهو ما يجعل من المستخدمين، أمام زخم معلوماتي كبير، فيما إتجه **21.87%** من الباحثين من مجموع أفراد العينة، أن (الأخبار في هذه الوسائل لا تخضع فيها لأي نوع من أنواع الرقابة القبلية)، و هنا تتوقف حول هذه الجزئية المهمة جدا، خاصة في منطقتنا العربية، فهذا الإختيار لم يكن عرضيا، بل هو نتيجة للترسبات وحالة القهر والحرمان السياسي والإعلامي، التي عاشتها شعوب هذه المنطقة.

● جاءت نتائج السؤال المتعلق بإستيقاء الباحثين لأخبار كاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر عبر مواقع التواصل الاجتماعي،

✓ . صبت آراء **45.31%** من الباحثين بخصوص استقائهم للأخبار الكاذبة، في الأخبار التي (تتعلق بشخصيات في

النظام السياسي).

✓ . تَوَجَّهت آراء **31.25%** من المبحوثين في أكثر الأخبار الكاذبة التي استقوها من مواقع التواصل الاجتماعي هي

(الأخبار المتعلقة بالمسيرات الشعبية).

✓ . قال **23.74 %** من أفراد العينة أنهم لا يتذكرون بالضبط خبرا بحد ذاته، وكانت الإجابات بعبارة (لا أتذكر).

• قال ما نسبته **67.75%** من إجمالي المبحوثين، أن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (واكبت) مجريات وأحداث الحراك الشعبي، ويفسر هذا التوجه على نحو يجابه واقع التغطية الإعلامية لوسائل الإعلام الرسمية، التي عادة ما تنتصر للسلطة السياسية، فهذه الوسائط تعتبر بديلا حقيقيا ومنتفسا إجتماعيا وسياسيا بالدرجة الأولى للجماهير، وهي الفكرة التي تنطلق منها نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، التي ترى أن استخدامنا لوسائل الاتصال، لا يتم بمعزل عن النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال.

• أظهرت نتائج هذه الدراسة أن **79.69%** من إجمالي المبحوثين، يرون أن مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، (ساهمت بشكل كبير) في توجيه الجماهير نحو الشارع، ويفسر هذا المؤشر الذي أبان عليه أفراد العينة حول الأهمية التي باتت اليوم تحضى بها هذه المواقع والشبكات في كل مجالات الحياة، وبوجود ما يطلق عليه بالاتصال التفاعلي الذي دفع بتعبئة الجمهور بالتحرك صوب الشارع والساحات العمومية.

• توصلت هذه الدراسة إلى أن **85.94%** من أفراد العينة، يرون أن أخبار الحراك الشعبي، (يمكن تصنيفها إلى قضايا رأي عام)، فأعطت نتائج السؤال تصورا ودلالات لواقع أخبار الحراك الشعبي على الرأي العام، فكانت هذه النتائج معززة للطرح الذي يدعم تصنيف قضايا الحراك الشعبي بأنها قضايا رأي عام، وهي القضايا والأخبار على رسمت المشهد السياسي والإعلامي، وظهر جليا ذلك بأن تناولت وسائل الإعلام في نشراتها الإخبارية وفي حصصها التلفزيونية أخبار ومخرجات الحراك الشعبي سواء من طرف السلطة السياسية أو من الجماهير المحتجة.

• قدمت لنا هذه الدراسة تقييم المبحوثين لأداء مواقع التواصل الاجتماعي في المعالجة الإعلامية للأخبار المتعلقة بالحراك

الشعبي في الجزائر، إختلافا في الرؤى، وكانت النتائج تصب في النحو التالي:

✓ . قال **67.19%** من أفراد العينة أن أداء مواقع التواصل الاجتماعي، كانت على النحو المتوسط، فيما عبّر آخرون على أن

هذا الأداء كان في الاتجاه المتوسط، أي بنسبة **32.81%** من أفراد العينة، وتوحي هذه النتيجة على الأهمية التي باتت تحضى

بها مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، كوسائط إعلامية بالدرجة الأولى، في معالجة وتغطية الأحداث اليومية التي يعيشها

الأفراد، خاصة في الأحداث ذات الصبغة السياسية، كما هو الحال مع الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر.

• أظهر ما نسبته **90.62%** من أفراد العينة الإجمالي، يعتبرون مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (بيئة محفزة لنشر الأخبار الكاذبة)، ومن جملة التبريرات المقدمة إستقرأنا من إجابات المبحوثين: غياب الوجه الحقيقي للناشر، وهو ما يعطيه هامش كبير لنشر ما يريد، احتواء هذه المواقع على الكثير من الأخبار الكاذبة، غياب مصادر موثوق بها، هو فضاء يتعدد فيه المصدر وفي الأغلب هو مصدر مجهول.

• رأى أفراد العينة وبشكل مطلق، أن الأخبار الكاذبة توظف وتستعين ب: (الاستمالة العاطفية) بشكل دائم، لتحقيق إستراتيجياتها وأهدافها، وتفسير هذا الاعتقاد له مجموعة من التبريرات التي تعزز هذا الاستخدام فنجد: أن الاستمالة العاطفية من أهم الإستمالات التي يستعان بها في صناعة المضامين الإعلامية، حيث أن هذه الاستمالة تعمل على استخدام، وإيجاد مشاعر ملائمة لدى المتلقي من خلال مخاطبة المشاعر والقيم والعواطف.

• كشفت لنا هذه الدراسة أن **56.25%** من أفراد العينة الإجمالي يعتقدون أن (التأثيرات المعرفية)، هي الأكثر تأثيرا من مجموع التأثيرات الأخرى على مستخدمي هذه الوسائط، ويُفسّر هذا الإختيار وفق محددات تتعلق بعلاقة المستخدمين بهذه الوسائط كوسائل تحقق لهم الإحاطة المعرفية بالأحداث والوقائع، وهو الهدف الأساسي الذي تسعى إلى تحقيقه وسائل الإعلام بمختلف مسمياتها، فالجمهور يعتمد على وسائل معينة من أجل تحقيق نتيجة نمطية، وهي معرفة ما يجري من أحداث وأخبار في وسطه الإجماعي وفي جميع المجالات، و هذا التفسير يتوافق بشكل واضح مع الذي تبناه نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام.

• أظهرت لنا نتائج هذه الدراسة الميدانية أن **60.93%** من أفراد عينة الدراسة، يرون أن أكثر طريقة التي يساهم بها مستخدمي هذه الوسائط الإلكترونية في نشر الأخبار الكاذبة المتعلقة بالحراك الشعبي، هي (استهلاك الخبر دونما التأكد من المصدر)، ويستند تبرير هذا الخيار إلى كون هذه الوسائط باتت بديلا إعلاميا للجمهور وصناعة الأخبار فيها هي جزءا من تلبية ماذا يريد الجمهور.

• أبانت هذه الدراسة الميدانية أن **73.44%** من إجمالي المبحوثين، يرون أن الأخبار الكاذبة في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي منتشرة (بشكل متوسط)، ويشير هذا التوجه الذي عبّر عنه هؤلاء المستجوبين، إلى تموقع هذه الممارسة في الفضاء الرقمي، خاصة على مستوى مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، فالأخبار الكاذبة توغلت في هذه الوسائط طبقا وتبعاً للظروف السياسية

التي مرت بها الجزائر، من تحول مفاجئ في الأحداث بما عُرف بالحراك الشعبي، في مقابل ذلك أجاب **26.46%** من العدد الإجمالي للمبحوثين، بأن الأخبار الكاذبة في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي (منتشرة بشكل كبير)، ووفقا لهذا التوافق ندرك جيدا أن القيمة الوجودية للأخبار الكاذبة تتغلغل أكثر في البيئة الرقمية، فصناعة هذه الأخبار يمنح لها قوة للتأثير على مخرجات العملية الإتصالية وعلى المستخدم في حد ذاته.

• أجاب ما نسبته **54.69%** من إجمالي المبحوثين، أن الأخبار التي تكون أكثر تأثيرا على مخرجات الحراك، وعلى مستقبل التحول الديمقراطي، هي (أخبار كاذبة تتعلق بفضائح لشخصيات وطنية)، وهي بذلك تشكل النسبة الأكبر لآراء أفراد العينة الإجمالي، ويسند هذا الإختيار، بعدة معطيات تتعلق بشخص صانع القرار، وهو المستهدف من العملية السياسية من طرف من يقفون وراء هذه الأخبار، فنشر خبر أو عدة أخبار كاذبة ضد شخصية تمثل ثقلا و أهمية في المعادلة السياسية من المولاة أو من المعارضة على حد سواء، في مقابل ذلك قال **28.12%** من أفراد العينة، أن الأخبار الأكثر تأثيرا على مخرجات الحراك وعلى مستقبل التحول الديمقراطي هي: (أخبار كاذبة تستهدف المؤسسات الأمنية)، ويمكن في هذا السياق الحديث عن أهمية هذا الجهاز الذي يعتبر جهاز مقدس لا يمكن المساس بصمغته، ولهذا إرتبطت أهمية المؤسسة الأمنية والعسكرية بالحراك الشعبي بعد أن أبانت عن موقفها الإيجابي من الحراك، وقصد التأثير على هذا الموقف، عملت الكثير من الدوائر المجهولة على تشويه صورة المؤسسة العسكرية بحكم أنها تصدرت المشهد خاصة بعد التجاوب الذي أظهره الحراكين مع هذا الموقف.

• كشفت لنا هذه الدراسة الميدانية أن **48.44%** من المبحوثين، يعتبرون أن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي أثناء فترة الحراك الشعبي، (ساهمت نوعا ما) في صناعة الرأي العام، و قد يبرر هذا التوجه الذي عبّر عنه أفراد العينة له مبررات عديدة، منها ما تعلق بمدى الطرح والطريقة ومجال الاهتمام، الذي يطلقه القائم وراء نشر الأخبار الكاذبة، فالأخبار الكاذبة في الفضاء الرقمي هي صناعة إتصالية تستهدف جهات معينة، وبالتالي لها أهداف، تتعلق بتغيير توجهات وترتيب أولويات، فيما قال **39.06%** من أفراد العينة، أن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي أثناء فترة الحراك الشعبي، (ساهمت بشكل كبير) في صناعة الرأي العام، ويُعبّر هذا التوجه حول مدى خطر هذه الأخبار على الاستقرار الاجتماعي والسياسي، خاصة في هذه الفضاءات التي تنعدم فيها أي آليات للرقابة، وهامش النشر فيها لا تضبطه أي قوانين، وهو ما يتوافق مع أهم افتراضات نظرية الأجندة في اتجاهها العام التي تؤمن بقوة وسائل الإعلام، وتُعتبر رابط اتصالي جد مؤثر على صناعة الرأي العام.

• أظهرت نتائج هذه الدراسة الميدانية أن **42.19%** من مجموع أفراد العينة الإجمالي، يعتقدون أن أهم الأهداف التي يسعى إليها مروجي الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي هي: **(إعادة ترتيب القضايا خدمة لأجندة معينة)**، ويفسّر هذا الهدف، على أن الأخبار الكاذبة تبرز أكثر في الأحداث السياسية الإستثنائية، كما هو الحال في الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر، حيث يسعى ناشري الأخبار الكاذبة إلى إعادة ترتيب المشهد وفق أجندة معينة، وهو ما جعل من هذا الغرض له عديد القراءات والمآلات التي تُفوّص من تأثير بعض القرارات التي تصدر عن النظام السياسي الحاكم، وهو ما يتوافق مع الافتراض الذي قدمه نموذج الأجندة المتداخلة الذي جاء به **دولاند شو**.

• أفادت هذه الدراسة الميدانية أن **82.81%** من أفراد العينة الإجمالي، يرون أن الأدوات المقدمة من طرف إدارة فيسبوك للتصدي للأخبار الكاذبة هي **(ليست كافية)**، ويبرز هذا الموقف المعبر عنه حجم التحدي، الذي فرضته هذه الصناعة في المجال الرقمي على المستخدمين، فالتحولات التقنية الرهيبة رمت بثقلها على نوع ومستوى الأخبار المنشورة على هذه الفضاءات، كذلك تسارع الأحداث فرض سياقات زمنية، لا تمنح صفة رصد وتكذيب هذه الأخبار لحظة نشرها، بالإضافة إلى هذا كله أن مجال الحرية الذي منح للجميع حق النشر ومشاركة مختلف الأخبار، سيجعل منها على عمومها تشكل زخما لدى ذهن المتلقي، و التي يصعب في الأخير التحكم فيها، والتفريق عما إذا كانت أخبارا كاذبة أم هي صحيحة ومؤكدة.

• إجتمعت آراء الباحثين، حول الأدوات الأخرى التي يرونها أكثر فعالية في مواجهة الأخبار الكاذبة، وقد صبت معظم

إجاباتهم في **(ضرورة تقنين وتجريم نشر الأخبار الكاذبة)**، ووضع ميثاق أخلاقي حول تداول ونشر المعلومة في الفضاء الرقمي.

• عبّرت جميع إجابات الباحثين عن إتفاق حول أداء صفحة **Fake news DZ**، والمتخصصة في عملية الكشف عن

الأخبار الكاذبة، خاصة في الأخبار المتعلقة بالحراك الشعبي في الجزائر، على أن هذه المبادرات هي **(مبادرات جيدة)**، وتستحق

التشجيع.

• كشفت لنا نتائج إختبار تطبيق إختبار كاذب²، والذي قدّر ب **88.94** كاف تريبي، أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية

مؤكدة، بين متغير الرتبة العلمية للأستاذ الجامعي، ومبررات إعتقاد الباحثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.

• أظهر تطبيق إختبار كاذب²، والذي قدر ب **14.30** كاف تريبي، أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤكدة، بين متغير

التخصص العلمي للأستاذ وتصنيف أخبار الحراك، إن كانت تصنف قضايا رأي عام، أو لا تصنف.

• تؤكد نتائج تطبيق إختبار كا²، أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤكدة، والذي قدر ب **7.99** كاف تربيعي، بين متغير التخصص العلمي للأستاذ، ورأي المبحوثين، في إن كانت مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة.

• تؤكد نتائج تطبيق إختبار كا²، أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤكدة، والذي قدر ب **86.61** كاف تربيعي بين نوع التأثيرات المتوقعة، ومتغير الرتبة العلمية الجامعية.

• تؤكد نتائج تطبيق إختبار كا²، أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤكدة، الذي قدر ب **25.89** كاف تربيعي، بين الافتراض الذي يقول إن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هي صناعة إتصالية مؤثرة، ومتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.

• تؤكد نتائج تطبيق إختبار كا²، الذي قُدر ب **53.02** كاف تربيعي، أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية مؤكدة، في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.

النتائج العامة للدراسة.

النتائج العامة للدراسة:

أ. على مستوى تحصيل نتائج الإطار النظري:

• وفقا للمحددات التي إنطلقت منها الدراسة، والتي عملت على الإحاطة المعرفية الجيدة لمتغيراتها، تم التوصل إلى وصف لواقع استخدام مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، وذلك بالإشارة إلى آخر الإحصائيات المقدمة خلال شهر جوان من العام 2021، والتي تفيد بأنَّ مشتركى ومستخدعى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر بلغ حوالي 25 مليون شخص، أي بنسبة تقدر ب 56.5% من العدد الإجمالي للسكان البالغ 44.23 مليون نسمة، وهو ما يؤسس إلى القول أن هذه الشبكات والمواقع، باتت اليوم كعمارة إتصالية تموّعت وفرضت تواجدها في المشهد الإتصالي والإعلامي في العالم، وفي الجزائر على وجه الخصوص، وفي السياق تمّظهرت لدى الباحث مختلف الضوابط الأخلاقية والمهنية، والتي من المفترض أن تحكم سيريان هذه الصناعة الإتصالية، و هي التي لا تختلف كثيرا عن الضوابط الأخرى المتعارف عليها في الاعلام التقليدي، ولكن ما إستنتجناه، أن أليات تجسيد هذه الضوابط معقدة وصعبة المراس، خاصة في عصر التحول الرقمي الرهيب، وظهر ذلك بمختلف التأثيرات التي باتت تحدثها هذه الوسائل، خاصة على المستويات السياسية والإجتماعية، وهو ما إستجمعه الباحث عبر حصره لمظاهر هذه التأثيرات، والتي دفعت بالباحثين في حقول علوم الإتصال والاعلام، وعلم الإجتماع، وعلم النفس، والعلوم السياسية، إلى دراسة هذه التأثيرات وإنعكاساتها على عديد المستويات.

• كشفت لنا هذه الدراسة، وفي إطار ما يقتضيه الربط بين مختلف متغيرات الدراسة، أن مفهوم الحراك الشعبي، ظهر بأوصاف عديدة عبر إمتدادات زمنية مختلفة (الحراك السياسي، الحراك الاجتماعي، الانتفاضة، الثورة)، كما تم عرض مظاهر هذه التوصيفات كواقع حال في منطقتها العربية، والتي هي من أكثر المناطق التي شهدت تجسيدا لهذا المفهوم، والتي عرفت بثورات الربيع العربي على حد الوصف المتداول، أين تميّزت هذه الأحداث بأنها سريعة الإنتشار، وأحدثت هوة في الأنظمة العربية، وأعدت رسم وبناء المشهد السياسي من جديد، خاصة في بلدان كتونس ومصر وليبيا وسوريا، وهو ما تم الإشارة إليه عبر الكشف عن الأسباب وماءالات هذه الأحداث، من خلال استعراض جملة هذه التجارب، كما توصل الباحث، بأن وصف هذه التجارب وربطها بممارسة الحقوق المدنية والسياسية المكفول قانونا في نص الميثاق العالمي لحقوق الإنسان، قد كشف عن الكثير من المخطات المؤلمة التي مارسها طرفي الصراع من السلطة ب (إنعدام الحوار، وعدم احترام الإرادة الشعبية)، ومن المحتجين ب (طريقة التعبير التي كانت بممارسة

العنف في حالات كثيرة)، وهو ما أدى إلى إحداث جدل كبير حول مخرجات هذا التغيير، في معادلة لم تكن في مستوى المطالب والطموح الجماهيري.

● لب الموضوع الذي يجسد السياق المكاني والزمني لهذه الدراسة، وهو التوصيف الذي وضعنا أمام فرصة التعرف على مسار وتحول إستثنائي في المشهد السياسي الجزائري، وهو **حراك فبراير 2019**، حيث أحالنا هذا المحور في السياق الكرونولوجي لظاهرة الإحتجاجات التي شهدتها الجزائر، منذ ما عرف ب: **أحداث أكتوبر 1988**، وصولا إلى **إحتجاجات يناير 2011**، أين إجتمعت الأسباب لهذين الحدثين بمؤشرات إقتصادية بدرجة كبرى، وإمتدت إلى المؤشرات السياسية فيما بعد، وبالعودة إلى أهم حدث قلب المعادلة السياسية، وجعل وصف هذا التحول في المشهد السياسي الجزائري، مادة دسمة لمختلف مضامين وسائل الإعلام المحلية والدولية، وهو **الحراك الشعبي فبراير 2019**، حيث تَوَضَّحت لدى الباحث عن عديد الأسباب التي دفعت بالجماهير إلى الإندفاع، والخروج بالملايين إلى مختلف الساحات العمومية، و عبر كل أقطار الوطن، أبرزها ساحة البريد المركزي بالعاصمة قلب الحراك النابض، ولعل أهم سبب رئيسي ومباشر لهذا الحراك، إستنتجه الباحث من عديد الأسباب الأخرى، هو ترشيح الرئيس السابق الراحل **عبد العزيز بوتفليقة** لعهدة رئاسية جديدة، بالإضافة إلى ما يتعلق بممارسات بعض الشخصيات السياسية البارزة في السلطة، وإرتباطها بقضايا الفساد المالي، وقد عرفت فترة الحراك عديد الأحداث المرتبطة بمخرجات الحراك الشعبي، أبرزها إستقالة الرئيس بوتفليقة، وحملة الإعتقالات التي مست تقريبا جميع شخصيات النظام السياسي، وصولا إلى إعلان مبادرة حلحلة الأزمة السياسية بما عرف بلجنة الحوار الوطنية، التي أعلنت عن تاريخ تنظيم الانتخابات الرئاسية، وفي ضل هذه المتغيرات، بدى مستقبل الحراك الشعبي مرتبنا بالتحولات التي طرأت على المشهد السياسي في عمومته.

● من المتغيرات الرئيسية لهذه الدراسة هي: **-الأخبار الكاذبة والرأي العام-**، وفي هذا الصدد، كان الباحث قد تَوَصَّل إلى المعرفة الجيدة للخلفية التاريخية لهذا المصطلح **-الأخبار الكاذبة-**، أين نال هذا المصطلح نصيبه من الإهتمام لأول مرة، مع إحتدام الصراع بين مرشحي الرئاسة الأمريكية **دولاند ترامب** و **هيلاري كلينتون**، عندما وظَّف كل من المرشحين أخبارا كاذبة في الحملة الإنتخابية، وبالتوازي مع الأدوار التي باتت تلعبها مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، تم التفصيل في أهم الإستراتيجيات المعتمدة في عملية تنفيذ هذه الصناعة الإتصالية، والتي من أهمها: (**التضليل المعرفي**، **تحريف الكلمة عن معناها**، **القولبة وتصنيع الصورة النمطية**، **تحقيق الصدى العاطفي...**)، كما تم الإشارة للمصطلحات المشابهة للأخبار الكاذبة، ك (**الشائعة**، **التضليل الإعلامي**، **الدعاية**، **الأخبار الساخرة**، **الصحافة الصفراء...**)، بالموازاة مع ذلك تم التعرف على جدلية تقبل الأخبار الكاذبة في مواقع

التواصل الاجتماعي، فوفق الكثير من الدراسات، فإن من أسباب تقبل تلك المعلومات بهذا الشكل، هو التزييف الذي عمل على تغيير المعلومات وتجديدها، وهو ما يتوافق مع الاعتقاد الذي يؤمن به المتلقي من خلال بناء التصورات، التي تُطرح عليه على شكل خبر يتوافق مع السياق العام للأحداث، فهذا الاعتقاد القبلي بتوقع الأحداث وتصديقها، بات روتيناً يومياً لمتلقي هذه المضامين، بالرغم من إفتقادها للمصدر والدليل الذي يوثقها، كذلك الذكاء الإصطناعي، جعل تولي المعلومات بطريقة دراماتيكية أشبه بالواقع، كما تم حصر أهم أدوات مجابهة هذه الأخبار والتي منها (رفع مستوى الوعي التربية الإعلامية، الاستعانة بالتطبيقات البرمجية لكشف الأخبار الكاذبة...)، في السياق يرتبط ما تنتجه مختلف وسائل الإعلام من مضامين بحدود التأثير على الرأي العام، ومن هنا يبرز التفصيل الذي أشار إليه الباحث إلى الإحاطة التاريخية لهذا المفهوم، و الذي ظهر مع بزوخ فجر التاريخ، ليمتد تطور هذا الرأي تحت عدة عوامل أبرزها (العادات والتقاليد، الوضع السياسي، التربية والتعليم...)، وصولاً بعد ذلك إلى تبلور مفهوم جديد، وهو الرأي العام الإلكتروني، والذي ظهر مع نشأة الصحافة الإلكترونية في سبعينيات القرن الماضي، والذي يتميز بخصائص أبرزها (الانتشار والوصول، سهولة القياس واتجاهاته، تعزيز قيم المشاركة الديمقراطية لتبادل الآراء...)، ولعب الرأي الإلكتروني عديد الأدوار في البيئة السياسية المعاصرة، خاصة مع بروز إعتماذية الجمهور على مواقع التواصل الاجتماعي، وتموقع مصطلح المجتمعات الافتراضية كواقع حال فرضه عصر التحول الرقمي.

ب. على مستوى تحصيل نتائج الدراسة التطبيقية.

كشفت لنا نتائج الدراسة التطبيقية التي تبحث في حدود التأثير التي مارسته الأخبار الكاذبة على الرأي العام في مواقع التواصل الاجتماعي، والتي أجريت ضمن شقين من الدراسة (من حيث المضامين المنتشرة عبر هذه الوسائط، وحدود تأثيرها على المتلقين):

• تحضى صفحة **Fake news DZ** الناشطة على موقع فيسبوك بإهتمام جماهيري كبير، وهو ما توضحه عدد المتابعات التي تتجاوز **200 ألف** متابع لمضامين هذه الصفحة، وهو رقم يؤشر على أن هناك إعتماذية الجمهور على شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومة، وهو ما أثبتته نتائج الدراسة الميدانية، أن أغلب أفراد العينة، أي ما نسبته **67.19%**، يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي (بشكل دائم)، وتكمن تبريرات هذه العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأفراد العينة، بما باتت تمثله وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال كوسيلة يعتمد عليها الجمهور للتواصل المستمر مع مختلف المستجدات والمواضيع.

• أخذت المضامين ذات (الطابع السياسي) حصة الأسد من مجموع المضامين المنشورة في صفحة **Fake news DZ**

بنسبة مئوية قدرت بـ **52.84%**، وهو ما يتوافق تقريبا مع مجال الاهتمام الذي كشفت عنه نتائج الدراسة الميدانية، حيث عبّر ما نسبته **42.19%** من أفراد العينة الإجمالي، أن لديهم مجال إهتمام كبير ب (القضايا السياسية)، ويعاز هذا الاهتمام إلى ما فرضته التحولات المتمثلة في تطورات الحراك الشعبي.

• تصدّرت الاخبار الكاذبة التي إستهدفت (شخصيات وطنية) ذات صمعة، التي تمثل ثقلا على المشهد السياسي والمجتمعي، قائمة الاخبار التي أشارت لها صفحة **Fake news DZ**، وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ **20.62%**، وهو ما يتوافق مع نتائج الدراسة الميدانية، حيث إتجهت آراء **45.31%** من المبحوثين بخصوص استقائهم للأخبار الكاذبة، هي أخبار (تتعلق بشخصيات في النظام السياسي)، وفي ذات السياق قال ما نسبته **54.69%** من إجمالي المبحوثين، أن الأخبار التي تكون أكثر تأثيرا على مخرجات الحراك الشعبي، وعلى مستقبل التحول الديمقراطي، هي (أخبار كاذبة تتعلق بفصائح لشخصيات وطنية)، وبالتالي يجعلنا هذا التوافق في نتائج الدراساتين، إلى ما باتت تفرضه التحولات السياسية المتمثلة في الحراك الشعبي، وأن الظرف وحده هو من يملئ على صانعي هذا الأخبار، الإستثمار في حالات الإضطراب السياسي، وتقرير أجداتهم عبر هذه الوسائط.

• جاء في الترتيب الأول من مجموع المصادر التي نشرت أخبارا كاذبة، والتي رصدت وتناولت حيثياتها صفحة **Fake news DZ**

هي (صفحات ناشطة على موقع التواصل الإجتماعي فيسبوك)، وذلك بنسبة مئوية تقدر بـ **35.77%**، وهو ما يتطابق مع الرؤية التي أبان عليها **90.62%** من أفراد عينة الدراسة الميدانية، حيث إعتبروا أن مواقع وشبكات التواصل الإجتماعي (بيئة محفزة لنشر الأخبار الكاذبة)، وهو ما يؤشر على أن هناك أسباب جعلت هذه الصناعة الإتصالية تلقى رواجاً على هذه الوسائط. أبرزها السياق الاتصالي لهذه الوسائط أبرزها الاتاحة وسهولة النشر، وإنعدام الرقابة... الخ.

• إحتل إستخدام (الإستمالة العاطفية) الترتيب الأول في المضامين التي تناولتها صفحة **Fake news DZ**، وذلك

بنسبة مئوية قدرت بـ **91.72%**، وهي النتيجة ذاتها التي عبّر عنها أفراد العينة و(بشكل مطلق)، أن الأخبار الكاذبة توظف وتستعين ب (الاستمالة العاطفية)، ويفسر إستخدام هذه الإستمالة إلى كون هذه الاستمالة، تعمل على إحداث محاكاة للمتلقى من خلال مخاطبة مشاعره وقيمه وعواطفه.

• المستجد من الأحداث فرض معدل التفاعل مع الموضوعات التي أشارت لها صفحة **Fake news DZ**، وهو ما

لاحظه الباحث من خلال إطلاعها على الموضوعات الأكثر تفاعلا من طرف الجمهور، خاصة الأخبار التي تتعلق بالشخصيات

السياسية، وكذا الأخبار المتعلقة بمنطقة القبائل، ويدعم هذه الملاحظات ما أظهرته نتائج الدراسة الميدانية أن **42.19%** من مجموع أفراد العينة الإجمالي، يعتقدون أن أهم الأهداف التي يسعى إليها مروجي الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي هي: (لإعادة ترتيب القضايا خدمة لأجندة معينة)، وهو ما فسّره نموذج دمج الأجندة **Melding Agenda**، مبررا هذا الافتراض بتحول البيئة الإتصالية إلى بيئة تفاعلية، وهو أن الجمهور يقوم بدمج وربط الأجنداث في إطار يتفق مع قِيَميه، وأن ذلك يتم نتيجة استخدام عدد كبير من الجمهور لوسائل التواصل الاجتماعي، ومصادر إخبارية أخرى لاستكمال معلوماته عن الأحداث التي يفرضها الواقع.

• كشفت لنا الدراسة الميدانية أن (التأثيرات المعرفية)، هي الأكثر تأثيرا من مجموع التأثيرات الأخرى على مستخدمي هذه الوسائط، ويُفسّر هذا الإختيار وفق محددات تتعلق بعلاقة المستخدمين بهذه الوسائط كوسائل تحقق لهم الإحاطة المعرفية بالأحداث والوقائع، وهو الهدف الأساسي الذي تسعى إلى تحقيقه وسائل الإعلام بمختلف مسمياتها، فالجمهور يعتمد على وسائل معينة من أجل تحقيق نتيجة نمطية، وهي معرفة ما يجري من أحداث وأخبار في وسطه الاجتماعي وفي جميع المجالات، و هذا التفسير يتوافق بشكل واضح مع الذي تبناه نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام.

• إرتفاع حدة إنتشار الأخبار الكاذبة خلال الفترة الممتدة من شهر **أفريل 2019** إلى غاية نهاية شهر مارس من العام **2021**، الذي رصدته صفحة **Fake news DZ**، أين بلغ معدل **736** خبر كاذب، ما يعكس حجم التحدي الذي ترفعه هذه الصفحة لكبح خطر الأخبار الكاذبة، وهو ما إجتمعت عليه آراء الباحثين خلال الدراسة الميدانية، حول أبرز الأدوات التي يرونها أكثر فعالية في مواجهة الأخبار الكاذبة، وقد صبت معظم إجاباتهم في (ضرورة تقنين وتجريم نشر الأخبار الكاذبة، وضع ميثاق أخلاقي حول تداول ونشر المعلومة في الفضاء الرقمي...).

• التعليقات (التي أيّدت) ما تنشره صفحة **Fake news DZ** من مضامين تخص تكذيب، وكشف حقيقة هذه المنشورات المتداولة على مختلف الوسائط الإلكترونية، إحتلت الترتيب الأول ذلك بنسبة مئوية قدرت ب **56.23%**، وتدعم هذه النتيجة إجابات الباحثين حول إتفاقهم بالأغلبية، حول أداء صفحة **Fake news DZ**، خاصة في الأخبار المتعلقة بالحراك الشعبي بالجزائر، على أن هذه المبادرات هي (مبادرات جيدة)، وتستحق التشجيع.

خاتمة

خاتمة:

مكّنتنا هذه الدراسة من محاولة الإجابة على مختلف التساؤلات الفرعية التي تم طرحها، والتي إنطلقت من صلب التساؤل الرئيس الذي يتمحور حول الأثر الذي مارسه صناعة الأخبار الكاذبة في البيئة الرقمية، خاصة موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك على الرأي العام، أثناء فترة الحراك الشعبي الجزائري، وفي هذا السياق دفعت هذه الأسئلة بالباحث إلى إثارة محاور دقيقة، تصل به إلى الإجابة الفعلية لجملة التساؤلات المطروحة، وذلك وفقا لما تقتضيه أصول البحث العلمي المتعارف عليها، ومن هنا توضحت لدى الباحث، أن هذه الدراسة الإستكشافية، تشكّل بالفعل إنطلاقة جادة، عبر إثارة مشكلة بحثية مستجدة، وبمتغيرات تمتاز بأنها متعددة المفاهيم والأدوار.

فمن المتعارف عليه منهجيا أنّ إثارة أي مشكلة بحثية، تنطلق من تحديد متغيرات الدراسة كخطوة أولى، والتي تظهر لنا من خلال عنوان هذه المشكلة البحثية، وكذا ضبط التساؤل الرئيس وتساؤلاته الفرعية، والذي ينطلق بدوره كذلك إستنادا إلى المداخل النظرية والمقاربتية، التي تحيلنا إلى فهم العملية الاتصالية والإعلامية بكل مرونة، وتصل بنا إلى نتائج تتوافق مع تم ما طرحه، وعليه كان الباحث قد طرح سؤالا أوليا تمحور حول: مستوى العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي ومستخدامها في الجزائر، أين توصل الباحث أنّ آخر الإحصائيات المقدمة خلال شهر جوان من العام 2021، والتي تشير إلى أن عدد مشترك ومستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بالجزائر، بلغ حوالي 25 مليون شخص، أي بنسبة تقدر بـ 56.5% من العدد الإجمالي للسكان البالغ 44.23 مليون نسمة، وهو ما يدفعنا إلى القول أن هذه الشبكات والمواقع، فرضت تواجدها في المشهد الاتصالي والإعلامي في الجزائر، وهو كذلك ما توصلت إليه نتائج الدراسة التحليلية التي إستهدفت صفحة **Fake news DZ**، الناشطة على موقع فيسبوك، والتي تحظى بإهتمام جماهيري كبير، وهو ما توضحه عدد المتابعات التي تتجاوز 200 ألف متابع لمضامين هذه الصفحة، وهو ما يؤشر كذلك على أن هناك إعتمادية للجمهور على شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي كأحد مصادر للمعلومة، توافقت هذه المعطيات مع ما أثبتته نتائج الدراسة الميدانية، التي عبّر عنها أغلب أفراد العينة، أي ما نسبته 67.19%، أنهم يتابعون مواقع التواصل الاجتماعي (بشكل دائم)، وتكمن تبريرات هذه العلاقة بين مواقع التواصل الاجتماعي وأفراد العينة، بما باتت تمثله وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كوسائل يعتمد عليها الجمهور، للتواصل المستمر مع مختلف المستجدات والمواضيع، أما السؤال الثاني التي تم طرحه فهو يتعلق بأهم الخلفيات والأسباب التي أدت إلى إنطلاق الحراك الشعبي في الجزائر، وكذا أهم مخرجاته، وقد شكّلت الإجابة عن

هذا السؤال، تشخيصا وإحاطة معرفية، قادتنا إلى أن نتعرف أكثر عن أهم الأسباب الحقيقية، التي أدت لإندلاع هذا التحرك الشعبي، و عليه توصلنا أن السبب الرئيس، يتعلق بإعلان ترشيح الرئيس السابق الراحل عبد العزيز بوتفليقة لعهدة رئاسية جديدة، بالإضافة إلى أسباب أخرى تتعلق بممارسات بعض الشخصيات السياسية البارزة في السلطة، وإرتباطها بقضايا الفساد المالي، أما عن أهم مخرجات الحراك الشعبي، فتمثلت في عديد الأحداث المترابطة والسريعة في الآن ذاته، أبرزها إستقالة الرئيس بوتفليقة، وحملة الاعتقالات التي مست تقريبا جميع شخصيات النظام السياسي، وصولا إلى إعلان مبادرة حلحلة الأزمة السياسية، بما عرف بلجنة الحوار الوطنية، والتي أعلنت عن تاريخ تنظيم الانتخابات الرئاسية، إضافة إلى عرض مسودة الدستور والتصويت عليها، بعد أن تولى المرشح عبد المجيد تبون رئاسة البلاد.

في إجابة عن السؤال الثالث، والتي تتعلق بطبيعة المضامين الإخبارية الكاذبة المنشورة على موقع فيسبوك، والمنطلقات الإيديولوجية لهذه الأخبار، تبين لنا من خلال نتائج الدراسة التحليلية، أن المضامين ذات (الطابع السياسي) تصدّرت نوع المضامين المنشورة في صفحة **Fake news DZ**، بنسبة مئوية قدرت بـ **52.84%**، وهو ما يتوافق تقريبا مع مجال الاهتمام الذي كشفت عنه نتائج إختبار الجمهور (الدراسة الميدانية)، حول أكثر المواضيع الذي يستهدفها مروجو الأخبار الكاذبة، حيث عرّب بما نسبته **42.19%** من أفراد العينة الإجمالي، أن لديهم مجال إهتمام كبير ب (القضايا السياسية)، ويعاز هذا الاهتمام إلى ما فرضته التحولات المتمثلة في تطورات الحراك الشعبي، كما تصدّرت الأخبار الكاذبة التي إستهدفت (شخصيات وطنية) ذات الوزن السياسي والإعلامي، قائمة الأخبار التي أشارت لها صفحة **Fake news DZ**، بنسبة مئوية قدرت بـ **20.62%**، وهو ما يتوافق مع نتائج الدراسة الميدانية كذلك، حيث إتجهت آراء **45.31%** من المبحوثين بخصوص استقائهم للأخبار الكاذبة، هي أخبار (تتعلق بشخصيات في النظام السياسي)، وفي ذات السياق قال ما نسبته **54.69%** من إجمالي المبحوثين، أن الأخبار التي تكون أكثر تأثيرا على مخرجات الحراك الشعبي، وعلى مستقبل التحول الديمقراطي، هي (أخبار كاذبة تتعلق بفصائح لشخصيات وطنية)، وبالتالي يحيلنا هذا التوافق في نتائج الدراستين، إلى ما باتت تفرضه التحولات السياسية المتمثلة في الحراك الشعبي، وأن الظرف وحده هو من يملئ على صانعي هذا الأخبار، الإستثمار في حالات الإضطراب السياسي، وتقرير أجنداتهم عبر هذه الوسائط، وبالتالي يكون قد توضح لنا، أن المنطلقات الإيديولوجية لصانعي هذا الأخبار، هي أنها تمارس مفهوم الخصم السياسي، الذي يظهر في هذه الأوقات لأغراض التشويش وخلق رأي عام مواز.

أما إجابة السؤال الرابع التي تمحورت حول الأساليب والإستراتيجيات التي اعتمدت عليها الأخبار الكاذبة أثناء الحراك الشعبي في التأثير على الرأي العام، وهنا قام الباحث بعملية حصر وجمع أهم الإستراتيجيات التي تعتمد عليها هذه الصناعة الإتصالية، القائمة على عملية إنتاج ونشر الأخبار الكاذبة، خاصة ونحن في بيئة رقمية تمتاز بالتعقيد، ولعل من أهم هذه الإستراتيجيات المعتمدة في عملية تنفيذ هذه الصناعة الإتصالية (التضليل المعرفي، تحريف الكلمة عن معناها، القولية وتصنيع الصورة النمطية، تحقيق الصدى العاطفي...)، و بعملية إسقاط هذه الأساليب والإستراتيجيات على الدراسة التطبيقية، تبين لدى الباحث إستخدام (الإستمالة العاطفية) في المضامين الكاذبة التي رصدتها و تناولتها تفاصيلها صفحة **Fake news DZ**، خلال فترة الحراك الشعبي، وذلك بنسبة مئوية عالية تقدر **91.72%**، وهي النتيجة ذاتها التي سجلتها الدراسة الميدانية، حيث رأى أفراد العينة المستجوبة و(بشكل مطلق)، أن الأخبار الكاذبة توظف وتستعين ب (الاستمالة العاطفية) لتحقيق أهدافها، وقد لاحظنا أن حجم الأخبار الكاذبة إرتفع بشكل ملحوظ، أين رصدت صفحة **Fake news DZ** خلال فترة شهر ديسمبر من العام **2019** فقط، **120** خبر كاذب، وهو الشهر الأكثر تضليلا للأخبار في فترة الحراك الشعبي، أين تميّزت هذه الفترة، ب بروز حديثين مهمين، وهما الانتخابات الرئاسية، ووفاة قائد الأركان أحمد قايد صالح، ويُفسر إستخدام هذه الإستمالة إلى كون هذه الاستمالة، تعمل على إحداث محاكاة للمتلقى من خلال مخاطبة مشاعره وقيمه وعواطفه بطريقة دراماتكية.

في إجابة السؤال الخامس التي تمحورت حول أهم أدوات وميكانيزمات وسبل مواجهة خطر هذه الأخبار في الفضاء الرقمي، توصل الباحث حصر أهم أدوات مجاهدة هذه الأخبار والتي منها (رفع مستوى الوعي المعلوماتي، وتكريس ثقافة التربية الإعلامية)، ويكون ذلك عن طريق إعداد مناهج تربوية وتفعيلها في الفضاءات التعليمية، وبالتالي تتكون حماية قبلية لتفادي الوقوع في فخ الأخبار الكاذبة، كذلك (الاستعانة بالتطبيقات البرمجية لكشف الأخبار الكاذبة)، حيث تعتبر التطبيقات التي يوفرها مزودي البرمجيات، والتي هي عبارة عن أدوات لتحليل المحتوى، أمرا يزيد من فرصة التحقق من الأخبار والصور والمقاطع المرئية، التي يتعرض لها الفرد.

كإجابة عامة عن التساؤل الرئيس الذي يبحث في- أثر الأخبار الكاذبة المنشورة عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك على الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي-، يمكن القول إنَّ هناك أثر لهذه الأخبار على الرأي العام، وتَبَرَّر هذا النتيجة، إستنادا إلى ما تم رصده من (حجم هذه الأخبار الكاذبة المنتشرة على هذه الفضاءات، التي تفاعل معها الجمهور، بدعم من حالة الإضطراب وضبابية المشهد السياسي الذي شهدته الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي، وتراجع دور وسائل الإعلام الرسمية، وعدم تعاملها الحيادي مع مخرجات الحراك الشعبي).

في الأخير ما يمكن أن نستنتجه، أن هذه الدراسة الإستكشافية، قادتنا إلى إثارة مشكلة حيوية، تأثرت بمخرجات التحول الرقمي الذي يشهده العالم، وإرتباط متغيراتها على مستويات عدة، بدءاً بتوغل ظاهرة الأخبار الكاذبة على هذه الفضاءات، وتأثيراتها على جمهور إفتراضي نشط، والذي باتت تظاهراته ومعامله، تتضح أكثر بأن أصبح هو واجهة الرأي الإفتراضي، الذي ينعكس على صناعة الرأي العام الواقعي، وعليه تبقى هذه المتغيرات- الأخبار الكاذبة، مواقع التواصل الاجتماعي، الرأي العام، مجالا واسعا للباحثين، لإثارة مشكلات بحثية حول هذه المواضيع.

قائمة المصادر والمراجع.

قائمة المصادر والمراجع:

القرءان الكرم. سورة آل عمران. الآفة 104.

باللغة العربية:

الكتب

1. أبو القاسم عبد القادر صالح. (2021). المرشد في إعداد البحوث والدراسات العلمية. الخرطوم السودان: مركز البحث العلمي والعلاقات الخارجية.
2. أبو القاسم عبد الله صالح. (2015). المرشد في إعداد البحوث والدراسات العلمية. الخرطوم السودان: 2015.
3. أحمد بدر. (2008). علوم الإعلام، البحث العلمي، المناهج، التطبيقات. القاهرة، مصر: دار قباء للنشر والتوزيع.
4. أحمد بن مرسل. (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
5. أحمد شاهين. (ب.س). الإعلام والرأي العام. القاهرة مصر: مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع.
6. أحمد فهمي. (1436). هندسة الجمهور "كيف تغير وسائل الإعلام الأفكار والتصرفات". الرياض السعودية: مركز البيان للبحوث والدراسات.
7. أكرم فرح الرقيب. (2017). الخطاب الإعلامي وتكتيك إستعمال معرفة التورية. القاهرة مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
8. بول لينفسون. (2015). أحدث وسائل الإعلام الجديدة. القاهرة مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
9. بطرق حلاق. (2020). الرأي العام وطرق قياسه. دمشق سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.
10. بيبة صبطي. (2018). الإعلام الجديد والمجتمع. مصر: المركز العربي للنشر والتوزيع.
11. جاك دريدا. (2016). تاريخ الكذب. الدار البيضاء المغرب: المركز الثقافي العربي.
12. جمال سند السويدي. (2014). وسائل التواصل الإجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية(من القبيلة إلى الفيسبوك). الإمارات العربية المتحدة: مركز الإمارات للبحوث الإستراتيجية .
13. جمال مجاهد. (2010). الرأي العام وقياسه(الأسس النظرية والمنهجية). الأسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

14. جوفان دجور جفش. (1970). الرأي العام في النظام الإشتراكي. بغداد العراق: شركة الطبع والنشر الأهلية
15. حامد عبد الله ربيع. (2007). مقدمة في نظرية الرأي العام. القاهرة مصر: مكتبة الشروق الدولية.
16. حامد عبد الماجد قويسى. (2003). دراسات في الرأي العام (مقاربة سياسية). القاهرة مصر: مكتبة الشروق الدولية.
17. حسان شمسي باشا. ماجد حسان شمسي باشا. (2020). وسائل التواصل الإجتماعي (رحلة في الأعماق). دمشق سوريا: دار القلم.
18. حسن سعيد عبد الحميد. (2020). هندسة العقل (دراسة في أساليب خداع الرأي العام). بغداد العراق: مركز النهريين للدراسات الإستراتيجية.
19. حسن عماد مكاوي. (2016). الاتصال ونظرياته المعاصرة (المجلد 12). القاهرة مصر: الدار المصرية اللبنانية.
20. حسن عماد مكاوي، و عاطف عدلي العبد. (2008). نظريات الإعلام. ب.د.ن.
21. حسن عماد مكاوي، و ليلي حسين السيد. (2006). الإتصال ونظرياته المعاصرة (المجلد 01). القاهرة مصر. الدار المصرية اللبنانية.
22. حسين السوداني. (2015). شبكات تالتواصل الإجتماعي وتأثيرها على جمهور المتلقين. عمان الأردن: مركز لكتاب الأكاديمي.
23. حسين عبد القادر. (2020). الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة. الجيزة مصر: دار الكتب المصرية.
24. حسين علي الفلاحي. (2014). الإعلام التقليدي والإعلام الجديد-دراسات في صور ومظاهر من الإعلام التقليدي والإعلام الجديد-. عمان الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
25. خالد الغمري. (2014). نبوة أمون (الإنترنت من حرب الباردة إلى حروب الجيل الرابع وفتنة الدجال). القاهرة مصر: مركز الأهرام للنشر.
26. خالد جمال عبدة. (2016). الإعلام البديل على الأنترنت (فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال). القاهرة مصر: المكتب العربي للتعرف.
27. خالد غسان يوسف المقدادي. (2013). ثورات الشبكات الإجتماعية. عمان الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
28. دار الكتاب الجامعي.

- 29.ديراج ميرثلي. (2014). تويتر التواصل الإجتماعي في عصر تويتر. القاهرة مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- 30.رافي جيبنا، و هيغ بروكس. (2017). وسائل افعلام وتأثيرها على المجتمع. القاهرة مصر: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
- 31.رفيق سكري. (1991). الرأي العام والإعلام والدعاية. طرابلس لبنان: جروس برس للطباعة.
- 32.سلسلة المعارف والتقارير. (2020). الإنترنت ووسائل التواصل الإجتماعي. مركز المعارف للدراسات الثقافية.
- 33.شريف اللبان. (2012). مقدمة في مناهج البحث العلمي . القاهرة مصر: الدار العربية للنشر والتوزيع.
- 34.شريف حسن البوشي. (2019). الإنتقال الديمقراطي(الأسس والآليات). المعهد المصري للدراسات.
- 35.صالح خليل أبو أصبع. (2006). الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة. مصر: مكتبة الإسكندرية.
- 36.صلاح عبد الحميد، و يمى عاطف. (2014). الإعلام والفضاء الإلكتروني. الجيزة مصر: أطلس للإنتاج والنشر الإعلامي.
- 37.عاطف العدلي عبد الله. (2006). مدخل إلى الإتصال والرأي العام. القاهرة مصر: دار الفكر العربي.
- 38.عاطف عدلي العبد الله، و نهي عاطف العبد. (2001). نظريات الإتصال وتطبيقاتها العربية. القاهرة مصر: دار الفكر العربي.
- 39.عامر حسن فياض. (2011). الرأي العام وحقوق الإنسان. بغداد العراق: دار الكتب الوثائق.
- 40.عامر فتحي. (2012). الرأي العام الإلكتروني. القاهرة مصر: دار الجامعات للنشر والتوزيع.
- 41.عبد الحافظ عواجي، و صلوى حلوي. (2011). نظريات الإعلام.
- 42.عبد الرحمن بن براهيم الشاعر. (2015). مواقع التواصل الإجتماعي والسلوك الإنساني. عمان الاردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 43.عبد الرحمن عزي. (2010). علم الإجتماع الإعلامي. تونس لبنان: الدار المتوسطية للنشر.
- 44.عبد الرزاق مُجدّ الدليمي الدليمي. (2015). صناعة الإعلام العالمي المعاصر. عمان: دار اليازودي.
- 45.عبد الرشيد عبد العزيز حافظ. (2018). أساسيات البحث العلمي. الرياض السعودية: جامعة الملك عبد الله.

46. عبد القادر حسين. (2020). الرأي العام والدعاية وحرية الصحافة. الجيوة مصر: دار الكتب المصرية.
47. عبد الله عاطف العدي. (2006). مدخل إلى الإتصال والرأي العام. القاهرة مصر: دار الفكر العربي.
48. عبد النبي عبد الله الطيب. (2014). فلسفة ونظريات الإعلام. القاهرة مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
49. عبود عبد الله العسكري. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. دمشق سوريا: دار النمر.
50. عزمي بشارة. (2016). ثورة مصر (الجزء الأول: من جمهورية يوليو إلى ثورة يناير). بقطر: المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
51. عقيل حسين عقيل. (2012). خطوات البحث العلمي من تحديد المشكلة إلى تفسير النتيجة. دمشق سوريا: دار لابن كثير.
52. علي خليل شقرة. (2014). الإعلام الجديد (شبكات التواصل الإجتماعي)، عمان الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
53. علي سيد إسماعيل. (2020). مواقع التواصل الإجتماعي بين التصرفات المرفوضة.. والأخلاقيات المرفوضة. الإسكندرية مصر دار التعليم الجامعي.
54. علي قسايسية. (2011). جمهور وسائط الإتصال ومستخدموها (من المتفرجين إلى المبحرين الافتراضيين). الجزائر: دار الورسم للنشر والتوزيع.
55. علي كنعان. (2015). الإعلام التفاعلي. عمان الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.
56. علي لفتة العيساوي. (2021). الفيسبوك الوطن البديل للشباب. النجف العراق: المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية.
57. علي مُجد أبو علي. (2014). فن الإتصال الجماهير بين النظرية والتطبيق. العراق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
58. علي محمود علي. (ب.ت). التأصيل الفلسفي لثورة 25 يناير المصرية.
59. عمار بوحوش. (1995). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
60. عمرو الشويكي. (2014). الحركات الإحتجاجية في الوطن العربي. بيروت لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.

61. غالب كاظم الدعيمي. (2019). الرأي العام من عصر الطباعة إلى الإنترنت. المملكة الهاشمية: دار أمجد للنشر والتوزيع.

62. غالب كاظم جواد الدعيمي. (2015). التلفزيون وصناعة الرأي العام. عمان الأردن: دار أمجد للنشر والتوزيع.

63. غالب كاظم جواد الدعيمي. (2017). الإعلام الجديد إعتمادية متصاعدة-ووسائل متجددة. الأردن: دار أمجد.

64. فاضل محمد البدراني. (2017). الإعلام في عصر التدفق الإخباري. بيروت لبنان. منتدى المعارف.

65. فاطمة الزهراء عبد الفتاح. (2016). الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار. القاهرة مصر: العربي للنشر والتوزيع.

66. فريد حاتم الشحف. (2015). الدعاية والتضليل الإعلامي(الأساليب والطرق). دمشق سوريا: منشورات علاء.

67. فهد بن عبد الرحمن الشميمري. (2010). التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام. الرياض السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية.

68. كمال الحاج. (2020). نظريات الإعلام والاتصال. دمشق سوريا: منشورات الجامعة الافتراضية

69. لؤي الزغبى. (2020). الإعلام والاتصال الإلكتروني. دمشق سوريا: الجامعة الافتراضية السورية.

70. ماكس مولر. (2012). الأخبار والرأي العام. القاهرة مصر: دار الفجر للنشر والإشهار.

71. ماهر الشمالي. (2017). الإعلام الرقمي الجديد. عمان الأردن: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.

72. محمد عبد الحميد. (2004). نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير. القاهرة مصر: عالم الكتب.

73. محمد عبد الرؤوف بهنسي. (1986). الرأي العام في الإسلام. القاهرة مصر: مؤسسة الخليج العربي.

74. محمد عبد الملك متوكل. (2005). مدخل إلى الإعلام والرأي العام. القاهرة مصر: المكتبة الأنجلزو المصرية.

75. محمد محمد البادي. (2006). مدخل إلى دراسة الرأي العام. فلسطين: مكتبة فلسطين للكتب المصورة.

76. محمد مصطفى رفعت. (2018). الرأي العام الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية. القاهرة مصر: دار العربي للنشر والتوزيع.

77. محمد منير حجاب. (2000). أساسيات الرأي العام. القاهرة مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.

78. محمد منير حجاب. (2007). أساسيات الرأي العام. القاهرة مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.

79. محمد منير حجاب. (2014). المعجم الإعلامي. القاهرة مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
80. محمود حسن إسماعيل. (2003). مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير. القاهرة مصر: الدار العالمية للنشر والتوزيع
81. محي الدين عبد الرحيم. (2009). الرأي العام(مفهومه وانواعه،عوامل تشكيله ووظائفه وقوانينه، طرق قياسه وأساليب تغيره. القاهرة مصر: المكتبة الأنجلزو مصرية.
82. مختار النهامي. (1974). الرأي العام والحرب النفسية. القاهرة مصر: دار المعارف.
83. مختار النهامي، و عاطف عدلي العبد. (2000). الرأي العام. القاهرة مصر: مركز بحوث الرأي العام.
84. مختار تھامي. (1974). الرأي العام والحرب النفسية. عمان، الأردن: دار المعارف للنشر والتوزيع.
85. مراد غسان. (2019). دهاء شبكات التواصل الإجتماعي وخبايا الذكاء الإصطناعي. العراق: شبكة المطبوعات للتوزيع والنشر.
86. مراد كامل خورشيد. (2013). الرأي العام بين المنظور الإعلامي والتوظيف السياسي. عمان الأردن: دار المسيرة.
87. مراد كامل خورشيد. (2011). الإتصال الجماهيري والإعلام. عمان الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
88. مصطفى حميد الطائي. (2006). مناهج البحث العلميو تطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية (المجلد 01). الاسكندرية: دار الوفاء للنشر للطباعة والنشر.
89. مصطفى ربحي عليان. (2000). مناهج وأساليب البحث العلمي . عمان الاردن: دار صفا للنشر والتوزيع.
90. مصطفى يوسف كافي. (2016). الإعلام التفاعلي. عمان الاردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
91. مصطفى يوسف كافي،. (2015). الرأي العام ونظريات الإتصال. عمان الأردن: دار حامد للنشر والتوزيع.
92. مصعب حسين الدين قتلوني. (2014). ثورات الفيسبوك. بيروت لبنان: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر
93. موريس أنجرس. (2004). منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. الجزائر: دار القصبية.
94. موفق الحمداني، و و أخرون. (2006). أساسيات البحث العلمي. عمان الأردن: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
95. مؤيد السعدي. (2019). الإندماج الإتصالي في الإعلام الجديد. قسنطينة الجزائر: مؤسسة ألفا للوثائق.

96. مي العبد الله، و عبد الكريم شين. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال. بيروت لبنان: دار النهضة العربية.
97. مير شايمر، و جون جي. (2016). لماذا يكذب القادة؟ حقيقة الكذب في السياسة الدولية. الكويت: عالم المعرفة.
98. مير شايمر، و جون جي. (2018). لماذا يكذب القادة؟ حقيقة الكذب في السياسة الدولية. الكويت: عالم المعرفة.
99. ميلفين ديفلر، و ساندرا بول روكيتش. (1992). نظريات وسائل الإعلام. القاهرة مصر: الدار الدولية للنشر.
100. نسرین مُحمد عبده حسونة. (2015). نظريات الإعلام والاتصال. القاهرة مصر: شبكة الأولولة للنشر والتوزيع.
101. نصر الدين لعياضي. (2019). الميديا بين المتن والهامش. الشارقة الإمارات العربية المتحدة: دائرة الثقافة.
102. نضال فلاح الصلاعين. (2016). نظريات الإتصال والإعلام الجماهيري. دار الإعصار العالمي.
103. نفا العبد. (2018). نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام: الأسس والمنطلقات. أسطنبول تركيا: المعهد المصري للدراسات.
104. نيك كولدرى. (2014). شبكات التواصل الإجتماعي والممارسة الإعلامية. مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
105. هاني الرضا، و رامز عمار. (2013). الرأي العام والإعلام والدعاية. بيروت لبنان: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
106. هبة ربيع. (2014). الحركات الإحتجاجية في الوطن العربي. بيروت لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية
107. الهتامي عبد العزيز إمام. (ب.س). مدخل إلى سيكولوجية الرأي العام. مصر: دار الحكيم الأوفيست.
108. وسام فاضل راضين ، و مُحمد حميد التميمي. (2017). الإعلام الجديد .. تحولات جديدة ورؤى معاصرة. الامارات العربية: مروى عصام صلاح. (2015). الإعلام الإلكتروني(أسس وأفاق المستقبل). عمان الأردن: دار الإعصار للنشر والتوزيع
109. ياس خضير البياني. (2014). الإعلام الجديد الدولة الافتراضية الجديدة . عمان الأردن: دار البداية نارون وموزعون.
110. يوسف تمار. (2007). تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين. الجزائر: طاسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع.

الأطروحات والرسائل

- 01 إيمان عبد الرحيم. (2008). التحول الديمقراطي والأمن القومي مع التطبيق على مصر والعراق. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية. القاهرة، مصر: جامعة القاهرة.
- 02 إيمان نمار أرتيمة. (2013). إتجاهات قادة الرأي في الأردن نحو برامج التنمية السياسية في التلفزيون الأردني وقناة رؤيا الخاصة (دراسة مقارنة). رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام . عمان، الأردن: كلية الإعلام. جامعة الشرق الأوسط.
- 03 بشير مخلوف. (2013). موقع الدين في عملية الانتقال الديمقراطي في الجزائر في الفترة(1989.1995). أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراة . وهران، الجزائر: كلية العلوم الإجتماعية. جامعة السانبا وهران.
- 04 حاج بشير جيدور. (2017). أثر وسائل التواصل الاجتماعي في عملية التحول الديمقراطي في الدول العربية(دراسة مقارنة). أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في العلوم السياسية، 50.49. الجزائر: كلية الحقوق، جامعة بسكرة.
- 05 سامية جابر محمد مهران. (2019). الرأي العام والشائعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون . مصر : كلية القانون. جامعة طنطا.
- 06 سلطان جدعان نايف الخريشة. (2016). أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام . عمان، الأردن: كلية الإعلام. جامعة الشرق الأوسط.
- 07 شب علاء حسين عبد دخيل. (2016). شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في رسم صورة المرأة من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام. عمان، الأردن: جامعة الشرق الأوسط
- 08 شهاب الدين محمد فوزي. (2017). دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني. البحرين: معهد البحرين للتنمية السياسية.
- 09 شهرزاد صحراوي. (2013). هيكلة التحول الديمقراطي في المنطقة العربية (دراسة حالة). رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية. الجزائر: كلية الحقوق. جامعة بسكرة.
- 10 فادي علان جمعة. (2015). دور المثقف في ثورات الربيع العربي وعلاقته بالسلطة القائمة. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير . نابلس، فلسطين: جامعة النجاح الوطنية.

11 فضيلة تومي. (2016). أثر شبكات التواصل الاجتماعي على تشكل الهوية الافتراضية ((دراسة ميدانية لتمثلات عينة من المستخدمين الجزائريين لموقع facebook). أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: كلية علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر.

12 مبارك الرعود عبد الله ممدوح. (2012).. دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة. عمان، الأردن: كلية الإعلام. جامعة الشرق الأوسط.

13 مبارك زودة. (2012).. دور الإعلام الاجتماعي في صناعة الرأي العام. رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: قسم العلوم الإنسانية. جامعة باتنة.

14 محمد الصالح الشبيري. (2011). اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للأزمات " حرب الحوثيين أمودجا. رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام . عمان، الأردن: كلية الإعلام. جامعة الشرق الأوسط.

15 نريمان حداد. (2019). الحركة النسوية العربية عبر شبكات التواصل الاجتماعي. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام. الجزائر: قسم العلوم الإنسانية. جامعة بسكرة.

16 وسام طائل البشاشة. (2013). دوافع استخدام طلبة الجامعات الأردنية لمواقع التواصل الاجتماعي وإشباعاتها (فيسبوك وتويتر أمودجا). رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الصحافة والإعلام. الأردن: كلية الآداب والعلوم. جامعة البتراء.

المجلات والدوريات

01 أبو زيد. دينا فاروق. (2020). أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعي في مصر بالتطبيق على موقع فيسبوك. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون. العدد 20.

02 أحلام بولكعبيات ، و إدريس بولكعبيات. (2021). التربية الإعلامية: من مشروع دفاع إلى مشروع تمكين. مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 32. العدد 01.

03 أحلام صارة مقدم، و مصطفى بن حوة. (2019). 22 فبراير.. الحراك الشعبي في الجزائر (الأسباب والتحديات). مجلة الدراسات الإفريقية وحوض النيل، المجلد 02. العدد 06.

- 04 أحمد البشير غول. (2016). نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة) بين النشأة والتطور. مجلة كلية الآداب. جامعة الزوايا، المجلد 01. العدد 22.
- 05 أحمد خالدي. (2020). الحركات الاحتجاجية في المنطقة العربية (الموجة الأولى للانتفاضة السياسية). مجلة الميدان للعلوم الإنسانية، المجلد 03. العدد 04.
- 06 أحمد مدحت. (2019). الأخبار الكاذبة ومواقع التواصل... حرب حقيقية أم وهم دعائي؟ مجلة الصحافة .
- 07 إزدهار معتوق. (2017). مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة الرأي العام. مجلة الوحدة الإسلامية، العدد 181.
- 08 أسعد فايزة زرهوني. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي في الجزائر الفيسبوك أمودجا. حوليات جامعة الجزائر، المجلد 34. العدد 03.
- 09 البرجي هشام. (2021). التسويق الإلكتروني للسلع والخدمات لدى صناع المحتوى عبر موقع يوتوب. المجلة العلمية لبحوث الاذاعة والتلفزيون، العدد 22.
- 10 الزهراني أحمد مُجدّ قران. (2021). ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية في الصحافة السعودية اليومية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة. المجلد 18.
- 11 الطاهات الطاهات، و عبد الكريم الديبسي. (2013). دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعة الأردنية. مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 40. العدد 01.
- 12 الطيب معاش، و رشيد بكاي. (2021). كرونولوجيا الاحتجاجات والحراك الشعبي في الجزائر (محطات تاريخية). مجلة التمكين الاجتماعي، العدد 01.
- 13 المسعود عينة. (2021). منهجية تكوين وصنع الرأي العام الفعال. مجلة مدرات سياسية، المجلد 05. العدد 18.
- 14 الهماش بن متعب بن شديد بن مُجدّ. (2007). الرأي العام الإلكتروني. مجلة الأمن والحياة، العدد 304.
- 15 أماني علي مُجدّ مصطفى حمد. (2021). واقع القيم الأخلاقية لدى طلاب جامعة أسبوط في العصر الرقمي. المجلة التربوية لتعليم الكبار، المجلد 03. العدد 02.
- 16 أوسامة عمر. (2021). وسائل الإعلام التقليدية والمساحات الافتراضية (من يقود عملية بناء الأجندة؟). مجلة الدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 09. العدد 04.

- 17 إيهاب خليفة. (12 05، 2020). ملامح التحول نحو الجيل الجديد للشبكات الاجتماعية. المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة.
- 18 بن عمار شهرزاد. العربي بوعمامة. (2016). الأداء الصحفي وأخلاقيات الصحافة في ضل تطبيقات الويب الجديد. المجلة الدولية للإتصال الاجتماعي، المجلد 03. العدد 01.
- 19 بن عون منى. (2016). مواقع التواصل الإجتماعي والمشاركة السياسية. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد 09. العدد 01..
- 20 بوحنية قوي. (2019). الحراك السياسية في الجزائر من إسقاط السلطة إلى هندسة الخروج الآمن. مركز الجزيرة للدراسات.
- 21 حسنين حنان مُحمَّد إسماعيل. (2015). دور وسائل الإعلام في تمية الإهتمام البيئي لدى الجمهور المصري(دراسة في إطار نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام). المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 14. العدد 02.
- 22 حسون عبيد هجيج، و حسين مهدي حمزة. (2018). جريمة بث الأخبار والإشاعات الكاذبة. مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 26. العدد 07.
- 23 حسين بركاني. (2021). المقاربة الجينالوجية لبراديغيم الحراك والثورة عند فريدريك نيتشه. المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 10. العدد 01.
- 24 حسين علي الصباخة، و آخرون. (2017). أثر مؤتمر باريس للمناخ 2015 على السياسة الإعلامية بدولة الكويت في ضل نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام. مجلة الدراسات والبحوث البيئية، المجلد 07. العدد 01.
- 25 حمدي مُحمَّد أبو سنة. (2021). علاقة الإعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات كمصدر للمعلومات بإتجاه المصريين المغتربين بالسعودية نحو لقاح كورونا المستجد. مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 58. العدد 01.
- 26 حمزة سعد مُحمَّد. (2019). الإتجاهات الحديثة في دراسات وضع الأجندة في العالم العربي. مجلة الباحث الإعلامي، المجلد 44. العدد 11.
- 27 حمزة هوارى. (2020). مواقع التواصل الإجتماعي وإشكالية الفضاء العمومي. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد 20. العدد 07.

- 28 حميدة بن يحيى، و عبد المجيد أونيس. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك عبر الإنترنت (دراسة على عينة من المستهلكين الجزائريين عبر مواقع التواصل الاجتماعي). مجلة الإصلاحات الاقتصادية والإندماج في الاقتصاد العالمي، المجلد 14. العدد 04.
- 29 حنان كيلاني. (2015). التضليل الإعلامي وعلاقته بالآثار السلبية لشبكات التواصل الاجتماعي. مجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 14. العدد 04.
- 30 حياة صغير. (2017). قراءة في الحراك الاجتماعي والسياسي (حالتا تونس ومصر بعد الثورة). مجلة الحوار الثقافي، المجلد 06. العدد 01.
- 31 خالد كاظم عودة الإبراهيمي. منتهى جواد كاظم، خالد كاظم عودة الإبراهيمي، و منتهى جواد الكاظم. (2014). الرأي العام وضمناته الدستورية. مجلة ذي قار، المجلد 09. العدد 03.
- 03 رابح رزيق. (2021). الأبعاد الثقافية للحراك الشعبي في الجزائر. مجلة تمثالات جامعة مولود معمري، المجلد 04. العدد 03
- 32 رزقي خليفي، و هجيرة شيقارة . (2017). منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية. مجلة معارف، المجلد 23. العدد 12.
- 33 زهبة يسعد. (2020). الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة نظر المستخدمين. المجلة الجزائرية لبحوث الرأي العام، المجلد 03. العدد 01.
- 34 زين العابدين مغربي، و غالي حساين دواجي. (2020). التواصل وأليات عند فليب بروتون. الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 12. العدد 02.
- 35 سفيان ساسي. (2017). سوسيولوجيا التواصل الاجتماعي الافتراضي. مجلة تطوير للعلوم الاجتماعية، المجلد 10. العدد 03.
- 36 سلمى غروبة. سميرة سطو طاح. (2017). تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على الممارسة الإعلامية للقنوات التلفزيونية (دراسة تحليلية لبرامج قناة الشروق). حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، المجلد 11. العدد 04.
- 37 سماح سهيلية، و محي الدين فرحات. (2020). دور مواقع التواصل الاجتماعي في تفعيل الحراك الشعبي -دراسة ميدانية لعينة من المستخدمين في الوسط الطلاي-. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 04. العدد 02.

- 38 سهيل صالح إبراهيم. (2019). أثر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي في نشر القلق السياسي لدى الشباب. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 18. العدد 04.
- 39 شيماء عبد المجيد ذياب. وسام فاضل راضي. (2019). التلفزيون وبناء الأجندة. مجلة الباحث الإعلامي. المجلد 50. العدد 12.
- 40 عائدة إبراهيم السخاوي. (2021). الإتجاهات الحديثة في بحوث نظريات الإعلام في العالم. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 75.
- 41 عائشة دويدي. (2020). الحراك الشعبي في الجزائر بين الطرح والمعالجة (إحتجاجات: 2019). مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 11. العدد 01.
- 42 عبد الجبار أحمد عبد الله، فراس كركيس عزيز. (2012). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ثورات الربيع العربي. مجلة العلوم السياسية، العدد 44.
- 43 عبد الجبار بوطمين، عادل جربوعة. (2019). الأخبار الزائفة والحراك الشعبي. مجلة المعيار، المجلد 25. العدد 24.
- 44 عبد الحق زغدار، فهيم رملي. (2014). ثورة شباب ليبيا... الأسباب، التحديات والتداعيات بعد العام 2011، حيثياتها ومستقبلها. المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 01. العدد 04.
- 45 عبد الرحمن شداد. (2017). الرأي العام. مجلة تاريخ العلوم، المجلد 03. العدد 06.
- 46 عبد الرزاق الدليمي. (07، 2018). إشكاليات الأخبار الكاذبة وتأثيرها على الرأي العام. مركز الجزيرة للدراسات.
- 47 عبد العاطي عايش محمد نهي. (2020). نشأة الصحافة الساخرة في مصر في القرن التاسع عشر الميلادي أبو نظارة أمودجا. مجلة بحوث الشرق الأوسط، المجلد 58. العدد 05.
- 48 عبد العظيم عبد الجابر. (2012). التطورات السياسية في ليبيا على إثر ثورة 17 شباط 2011 (رؤية سياسية). مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، العدد 38.
- 49 عبد القادر بوعرفة. (2019). الحراك الشعبي بالجزائر (الدوافع والعوائق). مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد 01. العدد 07.
- 50 عبد القادر قندوز، و الحاج مبطوش. (2021). واقع المشاركة السياسية في الجزائر بعد الحراك الشعبي، وتحدي بناء الجزائر الجديدة. مجلة الرائد في الدراسات السياسية، المجلد 03. العدد 01.

- 51 عبد الله الزين الحيدري. (2017). الميديا الإجتماعية: المصانع الجديدة للرأي العام. مركز الجزيرة للدراسات.
- 52 عبد المجيد رمضان. (2021). السياسيات الحكومية ومبادرات وسائل الإعلام في مواجهة الأخبار الكاذبة. مجلة الساورة للدراسات في العلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد 07. العدد 02.
- 53 عبد المنعم العجال. (2021). تأثير الصورة على المتلقي ةألية التحقق من مصديقاتها. مجلة العلامة، المجلد 06. العدد 03.
- 54 عزام أبو الحمام. (2020). مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأجندة في سياق البيئة الرقمية للإتصال والإعلام. مركز الجزيرة للدراسات.
- 55 حمدي محمد أبو سنة. (2021). علاقة الإعتماد على صحافة الهاتف المحمول كمصدر للمعلومات بإتجاه المصريين المغتربين في السعودية نحو لقاح فيروس كورونا المستجد. مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 58. العدد 01.
- 56 علي سعدي عبد الزهرة جبير. (2021). الحراك الشعبي(دراسة نظرية في المفهوم والأسباب). مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 14. العدد 02.
- 57 علي الشيماء. (2014). رؤية عينة من الجمهور الخاص لإنتخابات مجلي الشعب 2011.2012. المجلة الإجتماعية القومية، المجلد 14. العدد 01.
- 58 عمار جعفر العزاوي. (2015). الثورة الليبية.. الأسباب، التحديات والتداعيات بعد العام 2011. مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية، العدد 50.
- 59 غدیر غنيات، و محمد الأمين صفاقية. (2021). تأثير الأخبار الكاذبة المتداولة في منصات التواصل الإجتماعي في زمن وباء الفيروس التاجي المستجد"كورونا". المجلة الجزائرية للأمن والتنمية، المجلد 10. العدد 02.
- 60 غنية صوالحية. أكرم بطورة. (2020). إعتماد الأساتذة الجامعيين على مواقع التواصل الإجتماعي كمصدر للمعلومات-دراسة ميدانية على قسم العلوم الإنسانية بجامعة تبسة-. مجلة العوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، المجلد 07. العدد 02.
- 61 فاضل مشتاق طلب. (2018). دور مواقع التواصل الإجتماعي في تكوين الرأي العام المحلي. مجلة تكريت للعلوم السياسية، المجلد 12. العدد 18.

62 فاطمة منصور فرج. (2021). دور مواقع التواصل الاجتماعي في نشر وتداول الشائعات المتعاقبة بجائحة كورونا(دراس ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بمدينة سرت.ليبيا). مجلة سرت للعلوم الإنسانية، العدد 02.

63 فتيحة بوعازي. (2017). الرأي العام الإلكتروني في ضل الإعلام الجديد. مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 02.

64 فضيلة تومي. (2021). الأخبار الكاذبة وإضطراب المجال العام الرقمي. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد 09.العدد03.

65 فضيلة تومي، و عبد القادر بودريالة. (2021). غوغائية المحتوى الرقمي وسطوة الخبر الكاذبة في زمن جائحة COVID19. مجلة الاعلام والمجتمع، المجلد 01.العدد 02.

66 فطيمة سايح. (2019). دور الفساد المالي والإداري في إنبثاق الحراك الشعبي في الجزائر(دراسة لعينة من المشاركين في الحراك). مجلة التكامل الإقتصادي، المجلد 07.العدد 02.

67 فؤاد مداني، و فوزية عبو. (2020). الحراك الشعبي والوعي الاجتماعي في منصات التواصل الاجتماعي-تظاهرات الرسالة وتفاعل الوسيلة-. مجلة الناصرية للدراسات الاجتماعية والتاريخية، المجلد 11.العدد 02.

68 لبي رحموني. (2020). الأخبار المضللة عبر شبكات التواصل الاجتماعي(مضمونها وطرق محاربتها). المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 03.العدد 02.

69 لوبيزة آيت حمادوش. (2019). الحراك الشعبي في الجزائر بين الإنتقال المفروض و الإنتقال التعاقدى. مركز الجزيرة للدراسات. الدوحة قطر.

70 مبارك بن واصل الحازمي. (ماي، 2021). الإعلام العربي والأمن القومي(الرؤى والتحديات...نحو أجندة إعلامية مستقبلية). المجلة المصرية لبحوث الإتصال الجماهيري. العدد 05.

71 مُجَّد الأمين عبد مرزوق. (2020). مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي(الإعتماد المتبادل). برلين ألمانيا: المركز الديمقراطي العربي.

72 مُجَّد الراجي. (2018). صناعة الأخبار الكاذبة لولب الحصار المعلوماتي للأخبار الكاذبة. مركز الجزيرة للدراسات.

73 مُجَّد السببلي. (مارس، 2019). حراك الجزائر: أزمة النظام بين الإصلاح والقطيعة. مركز الملك فيصل للبحوث والدراسات الإسلامية.الرياض السعودية.

- 74 مُجَّد صالبي، فضيلة تومي، و عبد القادر بودربالة. (2022). ضرورة تبني نهج محور الأهمية الإعلامية في ضل الأخبار الكاذبة بين الضرورة والحتمية. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد 14. العدد 02
- 75 مركز الجزيرة للدراسات. (بلا تاريخ). الحراك الشعبي بالجزائر.. الدوافع والمآلات. مركز الجزيرة للدراسات.
- 76 مصطفى عبد الحي عبد الرحيم. (2021). دور المبادرات الرقمية المتخصصة في تنقية المحتوى الصحفي من الأخبار الزائفة عبر منصات التواصل الإجتماعي من وجهة نظر الصحفيين المصريين-دراسة ميدانية-. مجلة البحوث الإعلامية، المجلد 58. العدد 02.
- 77 مصطفى محمود الجمل محمود. (2014). العوامل المؤثرة على ترتيب أولويات قضايا القائم بالإتصال في البرامج الحوارية. مجلة بحوث التربية النوعية، المجلد 34.
- 78 مها السيد بهنسي. (2014). علاقة التعرض للمحتوى السياسي في الشبكات الإجتماعية بالثقة السياسية لدى مستخدميه(دراسة على جمهور موقعي فيسبوك وتويتر). المجلة اعربية لبحوث الإعلام والإتصال، العدد 04.
- 79 مها مصطفى بخيت، و إيناس أبو يوسف. (2017). المعالجة الصحفية لأحداث إنتخابات الرئاسة المصرية 2012، وحتى عزل مرسي في صحيفتي الصباح المغربية والأيام الفلسطينية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 09.
- 80 ميلود مراد. (2021). إزدواجية إستخدام اللغة العربية في الخطاب الإعلامي العربي ما بين اللغة العربية الفصحى واللغة العربية. مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 06. العدد 03.
- 81 نادية بن ورقلة . (2013). دور شبكات التواصل الإجتماعي في تنمية الوعي السياسي والإجتماعي لدى الشباب العربي. مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 05. العدد 11.
- 82 ناصر جايي. (13 02، 2011). الحركات الإحتجاجية في الجزائر(كانون الثاني 2011). المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- 83 نبيل حمر. (2020). الأخبار الكاذبة على شبكات التواصل الإجتماعي واثارها على إتجاهات الرأي العام(دراسة في المفهوم العلاقة والإهداف). مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، المجلد 07. العدد 02.
- 84 نجيب بخوش، سامية بخوش. (2020). الإجراءات المنهجية لإستخدام تحليل المضمون في بحوث الإعلام. المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام، المجلد 03. العدد 02.

- 85 نصير بوعلي. (2013). الصورة كنوع صحفي وعلاقتها بالأزمات من الصورة كحقيقة إلى فوضى الصورة والقفز فوق الحقيقة. مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 01. العدد 01.
- 86 نواف التميمي. (2018). واف التميمي، نموذج التواصل السياسي لـ"كامبريدج أناليتكا": فبركة الأخبار وهندسة الجمهور. مركز الجزيرة للدراسات.
- 87 نور الدين بكيس. (2013). قراءة سوسيولوجية في مسار الحركات الاحتجاجية بالمجتمعات العربية. مجلة دراسات إجتماعية، المجلد 05. العدد 03.
- 88 نورين عشعاش، مُجدّ البشير. (2020). الرأي العام الإلكتروني وحرية الرأي والتعبير. المجلة الجزائرية للامن الإنساني، المجلد 05. العدد 02.
- 89 هشام بوبكر، نعيم بوعموشة. (2019). دور شبكات التواصل الإجتماعي في صناعة الرأي العام لدى المواطن الجزائري. مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 13. العدد 01.
- 90 هناء قيصران. (2020). دور شبكات التواصل الإجتماعي في الحراك السياسي العربي وتأثيره على الثقافة السياسية. مجلة الآداب والعلوم الإجتماعية، المجلد 16. العدد 04.
- 91 أبو الفضل مُجدّ بملوي. (2021). حق الإعلام وجريمة الأخبار الكاذبة في التشريع الجزائري. مجلة مصداقية، المجلد 03. العدد 03.
- 92 وحدة الدراسات السياسية. (02، 2020). الجزائر 2019. من الحراك إلى الإنتخابات. المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات.
- 93 وليد بن عبو. (2017). الإعلام الإلكتروني ... نظرة في الإستخدامات والميزات. مجلة الراصد العلمي، العدد 02.
- 94 يسرا حسني عبد الخالق. (2021). التحولات الجديدة في آليات الإتصال السياسي في البيئة الرقمية. المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 20. العدد 03.
- 95 يوسف مُجدّ الفلكاوي. (2016). إستخدام وسائل التواصل الإجتماعي في دولة الكويت (دراسة ميدانية على عينة من الشباب الكويتي). المجلة المصرية لبحوث الإعلام والاتصال. العدد 54.
- 96 يوسف أزروال. (2019). الإنتقال الديمقراطي بدول الربيع العربي: المضمون الأسباب، عوامل النجاح. مجلة أفاق علمية، المجلد 11. العدد 03.

المؤتمرات والملتقيات العلمية

01 أحمد فاروق رضوان، و شيرين علي موسى. (2017). دور وسائل التواصل الاجتماعي في ترتيب أولويات المجتمع ووسائل الإعلام التقليدي(دراسة في مفهوم الأجندة المتداخلة). المجتمع العربي وشبكات التواصل الاجتماعي في عالم متغير. مسقط عمان.

02 ناصر حسني مُحمَّد. (2015). إتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة(دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في الدوريات المحكمة). وسائل التواصل الاجتماعي "التطبيقات والإشكاليات المنهجية". الرياض السعودية: جامعة الإمام بن سعود الإسلامية.

الموسوعات والمعاجم

01 بن منظور. (1414). لسان العرب. بيروت لبنان: دار صادر .

02 جرجس ميشال جرجس. (2005). معجم مصطلحات التربية والتعليم (ط 01). بيروت لبنان: دار النهضة العربية.

03 مُحمَّد بن أبي الرازي. (1982). مختار الصحاح. الكويت: دار الرسالة.

04 معجم المعاني الجامع الإلكتروني. (ب ت). (معنى رأى، المنتج) تم الاسترداد من

[./https://www.almaany.com](https://www.almaany.com)

05 موسوعة المصطلحات الإسلامية. (ب ت). تم الإسترداد من [./https://terminologyenc.com](https://terminologyenc.com) (معنى كلمة أثر، المنتج)

06 قاموس المفردات العربية البراق. (بلا تاريخ). <https://www.maajim.com>

التقارير والبيانات

01 رئاسة الجمهورية الجزائرية. (2019). بيان حول المجلس الأعلى للأمن. .

02 منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة . (2020). الصحافة والأخبار الكاذبة والتضليل. منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونسكو).

المواقع الإلكترونية

01 maghrebvoices، موقع. (28 12، 2020). من كورونا إلى دستور في غياب الرئيس... 10 أبرز أحداث

شهدتها الجزائر في 2020. تاريخ الاسترداد 01 19، 2022، من

[.https://www.maghrebvoices.com](https://www.maghrebvoices.com)

02 إبتها مبروك. (2021). التنمية السياسية. تاريخ الاسترداد 05 12، 2021، من political-

[.encyclopedia.org](https://www.encyclopedia.org)

03 أحلام باي. (ب.ت). نظرية ترتيب الأولويات. تم الاسترداد من مدونة نظريات الإعلام :

[.http://constantine3.blogspot.com](http://constantine3.blogspot.com)

04 أحمد مجّد. (09 05، 2015). الثورات العربية في سياق الربيع العربي والديمقراطية. تاريخ الاسترداد 10 12، 2021،

من Jadaliyya.

05 إسلام الشربوني. (01 04، 2021). مسؤول في فيسبوك: هذا هو حجم الخبر الكاذبة التي حذفناها. تاريخ الاسترداد

29 10، 2021، من [.https://www.skynewsarabia.com](https://www.skynewsarabia.com)

06 أسماء المغلوث. (15 09، 2011). دراسة أمريكية تركز دور الإعلام الاجتماعي في تفعيل الثورات العربية. تاريخ

الاسترداد 11 08، 2021، من [.https://www.alriyadh.com](https://www.alriyadh.com)

07 إسماعيل عزام. (13 04، 2017). الرأي العام في قبضة الإنترنت. تاريخ الاسترداد 12 11، 2021، من

[.https://www.aljazeera.net](https://www.aljazeera.net)

08 ألاء الشافعي. (2020). معاني الأيموجي. تاريخ الاسترداد 27 01، 2020، من

[/https://www.fekera.com/110782](https://www.fekera.com/110782)

09 أمل سالم. (11، 2018). الموسوعة العربية الشاملة. تاريخ الاسترداد 15 04، 2022، من [.mosoah.com](https://www.mosoah.com)

10 أندبنت عربية. (2019). الجزائر.. "الحملات الإلكترونية" تشوش على الحراك الشعبي. تاريخ الاسترداد 12 08،

2022، من [.https://www.independentarabia.com](https://www.independentarabia.com)

11 إيمان بن حسين. (13 01، 2015). أهم محطات الثورة التونسية. تاريخ الاسترداد 02 10، 2021، من

[./https://www.alaraby.co.uk](https://www.alaraby.co.uk)

- 12 برنامج مدقق الحقائق Fact checking .(بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 03 01، 2022، من <https://support.google.com>
- 13 بشري جميل الراوي. (09 02، 2014). دور مواقع التواصل الاجتماعي في التغيير (مدخل نظري). تاريخ الاسترداد 10 10، 2021، من <http://alma3raka.net>
- 14 بوبكر بلقاسم. (08، 2019). فيسبوك والأخبار الكاذبة .. محاكمات إفتراضية للصحفيين. تاريخ الاسترداد 11 04، 2022، من <https://ultraalgeria.ultrasawt.com>
- 15 تقرير 10 دراسات بحثية أجراها موقع "فيسبوك" على مستخدميه . (15 07، 2014). تاريخ الاسترداد 09 10، 09، من <http://w.w.w.dotmsr.Com/ar/6053204/1>
- 16 جراي ولبيامز. (2021). 23 إحصائية مذهلة عن الأنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد 23 12، 2021، من <http://wizcase.com>
- 17 الجزيرة نت. (07 04، 2017). تعرف على إرشادات فيسبوك لإكتشاف الأخبار الكاذبة. تاريخ الاسترداد 25 11، 2021، من <https://www.aljazeera.net/news>
- 18 الجزيرة نت. (28 03، 2018). كيف أثرت مواقع التواصل الاجتماعي في الوعي السياسي. تاريخ الاسترداد 10 11، 2021، من <https://www.aljazeera.net/new>
- 19 الجزيرة نت. (28 04، 2013). دراسة: شبكات التواصل الاجتماعي تنمي المشاركة السياسية. تاريخ الاسترداد 11 10، 2021، من <https://www.aljazeera.net/news>
- 20 جير الدين ونغ هوى ساك. (21 12، 2016). تطوير خوارزميات جديدة للحد من إنتشار الأخبار الكاذبة على شبكة الإنترنت. تاريخ الاسترداد 25 11، 2021، من <http://democraticac.de>
- 21 حسني رفعت حسني. (01 03، 2019). التربية الإعلامية .. طريقنا الأمثل في التصدي للأخبار الكاذبة. تاريخ الاسترداد 02 01، 2022، من <https://www.aljazeera.net>
- 22 الحسين بن خليل. (24 05، 2020). سلطة الرأي العام الإلكتروني. تاريخ الاسترداد 09 08، 2021، من <https://www.politics-dz.com>

- 23 حسين زنديد. (16 06، 2021). إنتخابات الجزائر.. المقاطعة تفاقم الهوة بين الشعب والنظام. تاريخ الاسترداد 17
12، 2021، من <https://www.dw.com>
- 24 حسينة بن رقية. (2015). وضع الأجندة" ترتيب الأولويات". تاريخ الاسترداد 10 09، 2021، من [in-newmedia.blogspot.com](https://www.in-newmedia.blogspot.com)
- 25 الخطاب الأخير للرئيس بوتفليقة.. رسالة للشباب الجزائري 2012 بولاية سطيف. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 29
12، 2021، من <https://www.youtube.com/watch?v=FdK4g4tmS9w>
- 26 رنا الحميدان، و عبد الله الريدي. (2020). التواصل الإجتماعي والأخلاق. مجلة حكمة. تم الاسترداد من
<https://hekmah.org>
- 27 رياض شعباني. (0219، 2019). خطوات للتواجد الفعال للصحفي على مواقع التواصل الإجتماعي. تاريخ الاسترداد
26 10، 2021، من <https://ijnet.org/ar/story>
- 28 زهية راقع. (21 02، 2019). إرهاصات عجلت بإختيار جدار الصمت والخوف. تاريخ الاسترداد 30 02، 2020،
من <https://www.elbilad.net>
- 29 زولا سومر. (09 03، 2020). النساء يمثلن 45% في مجال الباحث العلمي. تاريخ الاسترداد 22 09، 2022، من
<https://www.el-massa.com/dz>
- 30 زينة عبد الله محمد مصطفى. (27 07، 2016). الرقابة الإلكترونية وحرية الرأي و التعبير - دراسة مقارنة بين مصر
وإيران-. تاريخ الاسترداد 05 09، 2022، من
https://accronline.com/article_detail.aspx?id=25895
- 31 سارة عبد العزيز سالم. (25 04، 2019). الملامح الأساسية لإنتشار الخبر الكاذبة في العالم. تاريخ الاسترداد 28 10،
2021، من <https://futureuae.com/ar-/Release/ReleaseArticle/841/fake-news>
- 32 سامح فايز. (21 12، 2020). هل أصبحت السويال ميديا مصنعا للأخبار الكاذبة. تاريخ الاسترداد 24 11،
2021، من [hafryat.com](https://www.hafryat.com)
- 33 سمر حسن سليمان. (28 11، 2018). موضوع. (مفهوم التواصل لغة واصطلاحاً، المنتج) تم الاسترداد من
[mawdoo3.com](https://www.mawdoo3.com).

- 34 سميحة ناصر بخليف. (2020، 12 20). ماهي وسائل التواصل الإجتماعي. تاريخ الاسترداد 10 12، 2021، من [.mawdoo3.com](http://mawdoo3.com)
- 35 شبكة النبأ المعلوماتية. (2017، 07 13). حق الرأي العام في صنع السياسات. تاريخ الاسترداد 12 07، 2021، من [.annabaa.org](http://annabaa.org)
- 36 شبكة سكاى نيوز عربية. (2019، 12 23). الجزائر.. وفاة رئيس أركان الجيش قايد صالح. تاريخ الاسترداد 01 02، 2022، من [.https://www.skynewsarabia.com/middle-east/1307350](https://www.skynewsarabia.com/middle-east/1307350)
- 37 الشروق أولاين. (2021، 02 11). هذه آخر إحصائيات مستخدمي الأنترنت وشبكات التواصل بالجزائر. تاريخ الاسترداد 09 04، 2021، من [./https://www.echoroukonline.com](https://www.echoroukonline.com)
- 38 شريف درويش اللبان، و سامح محمد الشريف. (2016، 04 03). دراسة حول الفاعلية: الشعارات السياسية لـ 25 يناير و30 يونيو على شبكات التواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد 11 24، 2021، من [.http://www.acrseg.org/40071](http://www.acrseg.org/40071)
- 39 شيماء عويس. (2019، 11 17). مفهوم الثورة السياسية وثورات الربيع العربي. تم الاسترداد من [.ttps://www.politics-dz.com](https://www.politics-dz.com)
- 40 عادل عبد الصادق. (2011، 08 26). الفضاء الإلكتروني والرأي العام.. تغير المجتمع والأدوات والتأثير. تاريخ الاسترداد 12 16، 2021، من [.\(accronline.com\)](http://accronline.com)
- 41 عامر ملاعب. (2019، 03 30). وسائل التواصل الاجتماعي: إستخدامها وتأثيرها في مجالي الأمن والدفاع. تاريخ الاسترداد 03 30، 2021، من [.https://sitainstitute.com/?p=4750](https://sitainstitute.com/?p=4750)
- 42 عبد الحميد عبدوس. (2017، 10 10). لماذا فشلت إنتفاضة أكتوبر 1988 في تحقيق التحول الديمقراطي؟. تاريخ الاسترداد 11 08، 2021، من [.\(elbassair.dz\)](http://elbassair.dz)
- 43 عبد القادر بن مسعود. (2018، 09 04). القصة الكاملة لمرض الرئيس الجزائري بوتفليقة. تاريخ الاسترداد 12 30، 2021، من [.https://www.sasapost.com](https://www.sasapost.com)
- 44 عبد القادر زيان. (2011، 01 30). ثورة تونس بين الخرافة والحقيقة(كروونولوجيا الأحداث). تاريخ الاسترداد 08 09، 2021، من [.\(zianeprof.blogspot.com\)](http://zianeprof.blogspot.com)

- 45 عثمان لحياني. (16 03، 2020). الجزائر.. الحراك الشعبي يعلق التظاهرات بسبب كورونا. تاريخ الاسترداد 08 31، 2022، من [./https://www.alaraby.co.uk](https://www.alaraby.co.uk)
- 46 عثمان لحياني. (16 08، 2013). بوتفليقة يعود إلى الجزائر بعد رحلة علاج طويلة. تاريخ الاسترداد 12 31، 2021، من [.https://www.alarabiya.net/north](https://www.alarabiya.net/north)
- 47 عثمان لحياني. (19 02، 2019). الإحتقان ضد"الولاية الخامسة" يتصاعد.. حشود تمزق صورة بوتفليقة. تاريخ الاسترداد 12 31، 2021، من [.https://www.alaraby.co.uk](https://www.alaraby.co.uk)
- 48 عربي BBC. (14 01، 2021). الثورة التونسية..محطات رئيسية. تاريخ الاسترداد 10 21، 2021، من [.https://www.bbc.com/arabic/middleeast-46865244](https://www.bbc.com/arabic/middleeast-46865244)
- 49 عربي BBC. (28 12، 2011). عام 2011: تسلسل زمني للأحداث في مصر. تاريخ الاسترداد 12 10، 2021، من [.https://www.bbc.com/arabic/middleeastchronological](https://www.bbc.com/arabic/middleeastchronological)
- 50 فيصل مطاوي. (05 01، 2011). إتصال هاتفي مع قناة الجزيرة. تاريخ الاسترداد 12 09، 2021، من [.https://www.bing.com](https://www.bing.com)
- 51 قناة البلاد. (22 02، 2020). حراك .. فيفري 2019 القصة الكاملة) ، تاريخ الاسترداد 09 28، 2021. [.https://www.youtube.com/watch?v=EmmzaSK_JkU](https://www.youtube.com/watch?v=EmmzaSK_JkU)
- 52 قناة الجزيرة. (الجزائر.. وزارة الدفاع تنفي عزل قائدالجيش) (02 04، 2019). <https://www.aljazeera.net>
- 53 قناة العربية. (بلا تاريخ). لحظة إعلان تنحي حسني مبارك عن السلطة. تاريخ الاسترداد 10 12، 2021، من إعلان استقالة حسني مبارك من الرئاسة - YouTube.
- 54 كم يبلغ مستخدمي الهواتف المحمول في العالم. (2022). تاريخ الاسترداد 08 11، 2022، من [./https://mqaall.com/mobile-phone-users-world](https://mqaall.com/mobile-phone-users-world)
- 55 ماتن ألغرين. (2022). Facebook..إحصائيات وحقائق ل2022. تاريخ الاسترداد 08 10، 2022، من [./https://www.websiterating.com](https://www.websiterating.com)

56 ماهي الأخبار الكاذبة والمفاهيم المشابهة. (2020). تاريخ الاسترداد 01 10، 2020، من

<https://nakdchacha.blogspot.com>

57 مُجَّد جابر خلف الله. (03 04، 2015). مميزات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد 22 09،

2021، من <https://kenanaonline.com/users/azhar-gaper/posts/713376>

58 مُجَّد مسلم. (09 09، 2020). هذه أهم البنود الجديدة المدرجة على مسودة الدستور. تاريخ الاسترداد 02 12،

2021، من <https://www.echoroukonline.com>

59 مرام جبران مرعب. (ب.ت). ما هو التشبيك وما هي أهمية إتقانه في مرحلة البحث عن عمل؟ تاريخ الاسترداد 04 11،

2021، من <https://magazine.co-impact.co.il/art-12.html>

60 منصة فتيينو لكافة الأخبار الكاذبة. (بلا تاريخ). تم الاسترداد من <https://fatabyyano.com>

61 الموسوعة الحرة ويكيبيديا. (03 13، 2022). تم الاسترداد من <https://ar.wikipedia.org>

62 موقع cyber-arab. (02 19، 2019). ماهي الأخبار المزيفة؟، وماهي فئاتها ومصادرها، تعرف على الأدوات

والطرق الفعالة لتمييزها وكشفها. تاريخ الاسترداد 11 10، 2021، من [https://www.cyber-](https://www.cyber-arabs.com)

[arabs.com](https://www.cyber-arabs.com)

63 موقع TRT عربي. (08 20، 2022). الجزائر.. هل حرك الإعلام أم هي فصحة ظرفية. تم الاسترداد من

<https://www.trtarabi.com>

64 موقع الإذاعة الجزائرية. (12 21، 2020). أهم أحداث الجزائر في 2020: ضل كورونا و 04 تحولات. تاريخ

الاسترداد 09 01، 2022، من <https://radioalgerie.dz/news>

65 موقع الإذاعة الوطنية. (02 20، 2020). <https://radioalgerie.dz/news>

66 موقع الجزيرة الوثائقية. (10 24، 2019). إنتفاضة أكتوبر 1988.. ربيع الجزائر الأول وثورته المضادة. تاريخ

الاسترداد 06 11، 2021، من <https://doc.aljazeera.net>

67 موقع الجزيرة نت. (03 13، 2019). إعلان فوز عبد المجيد تبون برئاسة الجزائر. تاريخ الاسترداد 02 01، 2022،

من <https://www.aljazeera.net>

68 موقع الجزيرة نت. (15 05، 2017). أكتوبر 1988.. ربيع الجزائر الذي أنهى الأحادية. تاريخ الاسترداد 11 03، 2021، من (aljazeera.net).

69 موقع المعرفة أولانين. (ب ت). الإحتجاجات الجزائرية 2011.2012. تاريخ الاسترداد 09 12، 2021، من marefa.org.

70 موقع المعرفة أولانين. (ب ت). الربيع العربي. تاريخ الاسترداد 22 11، 2021، من الربيع العربي - المعرفة marefa.org.

71 موقع النجاح. (25 09، 2021). ما هو برنامج تيك توك (Tik Tok)؟ وما أهم إحصائياته وكيفية استخدامه. تاريخ الاسترداد 23 12، 2021، من <https://www.annajah.net>.

72 موقع أنباء. (2021). الأخبار الزائفة" تملأ وسائل التواصل الإجتماعي .. ما تأثيرها وكيف تكبح". تاريخ الاسترداد 02 08، 2022، من <https://www.enabbaladi.net>.

73 موقع جامعة غرداية الإلكترونية. (2020). شروط وشبكة التقييم للترقية إلى رتبة أستاذ التعليم العالي. تاريخ الاسترداد 07 08، 2022، من <https://www.univ-ghardaia.dz>.

74 موقع جريدة النهار اللبنانية. (14 10، 2016). إليكم أشهر 10 مواقع للتواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد 03 11، 2021، من <https://www.annahar.com/arabic/article/479138>.

75 موقع سكاى نيوز عربي. (22 01، 2018). فيسبوك.. وسائل التواصل الإجتماعي قد لا تخدم الديمقراطية. تاريخ الاسترداد 13 11، 2021، من <https://www.skynewsarabia.com/technology/1015147>.

76 موقع عربي يوست. (11 05، 2016). الرأي العام الإلكتروني. تاريخ الاسترداد 12 12، 2021، من <https://arabicpost.net>.

77 موقع قناة البلاد. (31 08، 2019). الدكتور بكييس يشرح مفهوم "شرعنة الفساد" في الجزائر. تاريخ الاسترداد 01 01، 2022، من <https://www.youtube.com/watch?v=I9BsDnxZ17E>.

78 نزار خيرون. (24 05، 2020). الخبر الزائفة.. الحرب الجديدة على وعي الشعوب. تاريخ الاسترداد 07 10، 2021، من (aljazeera.net).

- 79 نصر الدين لعياضي. (16 06، 2019). علة الأخبار الكاذبة في الحراك الشعبي الجزائري. تاريخ الاسترداد 01 09، 2022، من <https://nlayadi.com>.
- 80 النهار اللبنانية. (2020). هل يمكن للذكاء الإصطناعي إبتكار ونشر الأخبار المضللة. تاريخ الاسترداد 03 08، 2022، من <https://www.annahar.com/arabic>.
- 81 نورة الزعبي. (21 10، 2016). تكوين الرأي العام الإلكتروني ومدى تأثيره وتأثره بالمجتمع. تاريخ الاسترداد 11 10، 2021، من <http://akhbar-alkhaleej.com/news/article/1093754>.
- 82 هلا كريم. (19 02، 2021). بكل اللغات والثقافات.. الأخبار الكاذبة أكثر إنتشارا. تاريخ الاسترداد 29 10، 2021، من <https://www.independentarabia.com/node/195146>.
- 83 وليد التليلي. (14 01، 2015). كرونولوجيا الثورة التونسية: إنجازات تحطت المطبأ. تاريخ الاسترداد 09 09، 2021، من <https://www.alaraby.co.uk>.
- 84 ويكيبيديا الموسوعة الحرة. (ب ت). ثورة ليبيا سنة 2011. تاريخ الاسترداد 11 12، 2021، من [.https://ar.wikipedia.org](https://ar.wikipedia.org).
- 85 ويكيبيديا الموسوعة الحرة. (ب ت). ثورة 25 يناير. تاريخ الاسترداد 07 11، 2021، من <https://ar.wikipedia.org>.
- 86 ويكيبيديا(الموسوعة الحرة). (بلا تاريخ). ثورة 25 يناير. تم الاسترداد من <https://ar.wikipedia.org>.
- 87 ويكيبيديا الموسوعة الحرة. (ب ت). اللهجة الجزائرية. تاريخ الاسترداد 10 06، 2022، من <https://ar.wikipedia.org>.
- 88 ويكيبيديا الموسوعة الحرة. (ب ت). نظرية ترتيب الأولويات. تاريخ الاسترداد 10 03، 2021، من <https://ar.wikipedia.org>.
- 89 ويكيبيديا(الموسوعة الحرة). (ب ت). نظرية ترتيب الأولويات. تم الاسترداد من <https://ar.wikipedia.org>.
- 90 يوسف أبو سيفين. (30 06، 2020). كيف تطورت وسائل التواصل الاجتماعي في العقد الأخير. تاريخ الاسترداد 10 11، 2020، من <https://www.alroeya.com/9-34/2147812>.

- 01 Alberto Accra .(2019) .Cognitive pull and online misinformation .Jornal Palgrave.(01)05 ،
- 02 Allcott Hunt و ،Gentzkow Matthew .(2017) .Social Media and Fake News in the 2016 .ournal of Economic Perspectives ،(Volume 31)Number 2ا ،(p .236–211
- 03 Andreas, K., & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media.". Business horizons, 53, p. 62.
- 04 Axel Gelfert. .(2018) .،Fake news: A definition .Informal Logic.01 ،
- 05 Bastik Zack" .(2021) .Would you notice if fake news changed your behavior? An experiment on the unconscious effects of misinformation . Computers in Human Behavior.
- 06 Bilal Ghanem ،Russo Paolo و ،Rangel Francisco" .(2020) .Emotional analysis of misinformation in social media and news articles ." .ACM transactions on Internet technology.01 ،
- 07 Boyd Danah M و ،Nicole B. Ellison" .(2007) .Social network sites: Definition, history, and scholarship ." .Journal of computer-mediated Communication.01 ،
- 08 Chris Drew .(2021) .Agenda-setting theory (definition, examples, and criticisms) ،2021 ،05 13 .https://helpfulprofessor.com/agenda-setting-theory.
- 09 Christy Cheung ،KO Lee Matthew و ،Chiu Pui-Yee" .(2011) .Online social networks: Why do students use facebook ."؟Computers in human behavior.04. ،
- 10 Chu Shenى و ،Reda ZaFarani" .(2018) .Fake News: A Survey of Research, Detection Methods, and Opportunities ."arXiv Primer.
- 11 David Lazer" .(2017) .Combating fake news: An agenda for research and action .Harfield University.
- 12 David Lazer .(2017) .Combating fake news: An agenda for research and action ." .Harfield University.

- 13 Digital Media .(2015 '05 05) .<https://www.facebook.com> 2022 '08 2021 .
- 14 Hampton و Keith N .(2011) .social networking sites and our lives . Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.08
- 15 Ka Shu" .(2020 '03 08) .Fake News Net: A Data Repository with News Content Social Context and Spatiotemporal Information for Studying Fake News on Social Media .Big Data.
- 16 Kumar 'Srijan و Nei I Shah .(2018) .Misinformation on the Internet and social media: a survey .arXiv Pre-print arXiv.
- 17 Lee Guo ' McCombs Maxwell .(2011) .Settingthe network agenda: a third level of media influence .International Telecommunications Association Annual Conference .Boston, Massachusetts.
- 18 Matthew Dentith .(2016) .The problem of fake news .Public Reason.01 '
- 19 McCombs McCombs .(2002) .The role of the media in setting the agenda in shaping public opinion .Mass Media Economics Conference 2002 .
- 20 mily Mclaughlin .(2013) .Content Development Strategist '2021 '12 28 . [.https://searchmobilecomputing.techtarget.com/definition/WhatsApp](https://searchmobilecomputing.techtarget.com/definition/WhatsApp).
- 21 Rand Gordon 'G David .(2019 '03) .Who Falls for Fake News? The Roles of Bullshit .Journal of Personality.
- 22 Ryan Tracii .(2017) .How Social Are Social Media? A Review of Online Social Behaviors and Connectedness .journal of Relationships Research ' .01
- 23 Shalini Talwar" .(2020) .Sharing of fake news on social media: Application of the honeycomb framework and the third-person effect hypothesis .Journal of Retailing and Consumer Services.(57)
- 24 Solon Olivia .(2017) .The future of fake news: don't believe everything you read, see or hear '2021 '08 13 .[.https://www-theguardian-com](https://www.theguardian-com).
- 25 The Guardian newspaper .(2011 '02 27) .unisian Prime Minister Mohamed Ghannouchi resigns amidunrestg :'2021 '07 13 . <https://www.theguardian.com>.

- 26 University Relations Website .(2022) .Social Media Overview .
<https://www.bing.com>.**
- 27 Xu Kai ،Suhang Wang و ،Liu Huan .(2019) .Beyond news content: The
role of social context in detecting fake news .Internet Searching and Data
Mining .**
- 28 Yasmina Allouche .(2016 ،10 06) .Why Algeria's 'Black October' in 1988
defined its role in the Arab Spring ،2021 ،09 08 .[https://www-
middleeastmonitor-com](https://www-middleeastmonitor-com).**

الملاحق.

الرقم	اسم ولقب الأستاذ المحكم	الدرجة العلمية	جامعة الانتماء
01	أ.د. علي جبار الشمري	أستاذ التعليم العالى	كلية الإعلام، جامعة بغداد العراق
02	مروى حسين السيد صلاح	أستاذ محاضر	جامعة المنصورة مصر
03	باية سيفون	أستاذ التعليم العالى	جامعة المسيلة
04	عبد القادر بودر بالة	أستاذ محاضر أ	جامعة ورقلة
05	نادية جيتي	أستاذ محاضر ب	جامعة ورقلة

* ملحق رقم (1): جدول الأساتذة المحكمين لإستمارة تحليل المحتوى، وإستمارة الإستبيان.

* ملحق رقم (2): نموذج لإستمارة تحليلية.

* ملحق رقم (3): نموذج لإستمارة إستبيان.



جامعة قاصدي مرباح بورقلة

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علوم الإعلام والإتصال

إستمارة تحليل المحتوى

نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها في صناعة الرأي العام

(دراسة تحليلية لأخبار الحراك الجزائري عبر موقع فيسبوك).

إشراف الأستاذة الدكتورة: فضيلة تومي

إعداد الطالب: البشير محدي

نضع بين أيديكم نموذجا لإستمارة تحليل المحتوى ودليل الإستمارة، والتي تم الإستعانة بها ضمن متطلبات دراسة بحثية خاصة بإنجاز أطروحة دكتوراة (الطور الثالث) في ميدان علوم الإعلام والإتصال، حيث تم في هذا الإطار تحليل المضامين الإخبارية الكاذبة التي تناولتها صفحة Fake news DZ ، وذلك بالإعتماد على الوحدات الإحصائية كأسلوب لجمع التكررات، وعلى وحدة الموضوع أو وحدة الفكرة كوحدات للتحليل، ومن هنا تم تقسيم فئات التحليل إلى قسمين من حيث الشكل، ومن حيث المضمون الذي قسم بدوره إلى جزئين الأول خاص بالجزء الثابت والثاني خاص بالجزء التفاعلي. وعليه نلتمس من سيادتكم المحترمة تقديم يد المساعدة من خلال عملية التصويب والتصحيح، وكذا تقديم الملاحظات والإضافات التي من شأنها في الأخير أن تثري مجال الدراسة البحثية.

تقبلوا تحيات الطالب.

الموسم الجامعي 2022/2023

. عرض البيانات الخاصة بالصفحة عينة الدراسة:

1. وسم الصفحة.
2. روابط الصفحة.
3. عدد المعجبون بالصفحة
4. عدد المتابعون للصفحة.
5. الخط التحريري للصفحة(شعارها).
6. تاريخ إنشاء الصفحة.

. الفئات الأولى (من حيث الشكل): كيف قيل؟.

1. فئة اللغة المستخدمة
2. فئة طبيعة المنشورات

. الفئات الثانية (من حيث المضمون): ماذا قيل؟

ويقصد بما محتوى المادة الخيرية بمختلف أشكالها، من الآراء والأفكار والمعاني والمعلومات، والتي جرى تناولها في الصفحة المشكّلة لعينة الدراسة، وتم في هذا الإطار تقسيم وحدة الموضوع إلى مجالين، الأول: يتعلق بالجزء الثابت للموضوع، والثاني: يتعلق بالجزء التفاعلي للموضوع.

أ. عرض فئات الجزء الثابت.

01. فئة نوع القضايا المنشورة
02. فئة الموضوعات المتعلقة بأحداث الحراك الشعبي.
03. فئة الموضوعات المتناولة حسب الشهر المتعلقة بأحداث الحراك الشعبي.
04. فئة مصادر الأخبار الكاذبة التي أشارت إليها الصفحة.
05. فئة الإستimalات المستخدمة في المنشورات الكاذبة التي أشارت إليها الصفحة.

06. فئة نوع الرد المستخدم في تكذيب الأخبار الكاذبة.

ب. عرض فئات الجزء التفاعلي.

07. فئة تفاعلات الجمهور مع الموضوعات التي تناولت أخبار الحراك الشعبي.

08. فئة تضمين الإضافات التي أشار إليها الجمهور المتفاعل.

09. فئة الرد على التعليقات الخاصة بالجمهور المتفاعل (الرد على الرد).

10. فئة إتجاه الجمهور نحو الموضوعات التي أشارت لها الصفحة

دليل الإستمارة.

من حيث الشكل:

1/1 اللغة العربية. 2/1 اللغة العامية. 3/1 اللغة الفرنسية.

1/2 نص فقط. 2/2 نص مرفق بصورة. 3/2 نص مرفق بفيديو. 4/2 صورة فقط. 5/2 فيديو فقط. 6/2 روابط إلكترونية.

من حيث المضمون:

1/1 قضايا سياسية. 2/1 قضايا إجتماعية. 3/1 إقتصادية. 4/1 قضايا أمنية.

1/2 أخبار ضد المسيرات الشعبية. 2/2 أخبار تثني على المسيرات. 3/2 أخبار تستهدف شخصيات وطنية. 4/2 أخبار ضد النظام السياسي. 5/2 أخبار تثني على المؤسسة العسكرية. 6/2 أخبار ضد المؤسسة العسكرية. 7/2 أخبار حول منطقة القبائل. 8/2 أخبار تتعلق بعناصر الهوية الجزائرية. 9/2 أخبار ضد الرئيس عبد المجيد تبون. 10/2 أخبار كاذبة حول العلاقات الفرنسية الجزائرية.

1/3 شهر أفريل. 2/3 شهر ماي. 3/3 شهر جوان. 4/3 شهر جويلية. 5/3 شهر أوت. 6/3 شهر سبتمبر. 7/3 شهر أكتوبر. 8/3 شهر نوفمبر. 9/3 شهر ديسمبر. 10/3 جانفي. 11/3 شهر فيفري. 12/3 شهر مارس.

1/4 صفحات ناشطة على موقع فيسبوك. 2/4 مواقع إلكترونية. 3/4 قنوات تليفزيونية. 4/4 وسائل إعلام أجنبية.

5/4 بيان رسمي. 6/4 بدون مصدر.

1/5 إستمالة عقلية. 2/5 إستمالة عاطفية.

1/6 صورة. 2/6 صورة وفيديو. 3/6 روابط إلكترونية.

1/7 حد أدنى. 2/7 حد متوسط. 3/7 حد أقصى.

1/8 أفتار. 2/8 صورة ساخرة. 3/8 روابط إلكترونية.

1/9 إيموجي. 2/9 تعليق.

1/10 مؤيد. 2/10 معارض. 3/10 محايد.



جامعة قاصدي مرباح بورقلة

كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

إستمارة إستبيان

نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها في صناعة الرأي العام

(دراسة تحليلية لأخبار الحراك الجزائري عبر موقع فيسبوك).

إشراف الأستاذة الدكتورة: فضيلة تومي

إعداد الطالب: البشير محدي

أعدت هذه الإستمارة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراة الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، ومن هنا إجراءات الدراسة إستدعت إنجاز هذا البحث الميداني على مجتمع البحث المتمثل في عينة من أساتذة الجامعة الجزائرية، ممن هم في إختصاصي الإعلام والعلوم السياسية على التوالي، وذلك بهدف المساعدة في الإجابة على إشكالية الدراسة التي تصب في التعرف على أثر الأخبار الكاذبة المنشورة عبر موقع فيسبوك على صناعة الرأي العام، وذلك ضمن مخرجات الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر، وعليه نرجو من السادة الأساتذة الأفاضل المساهمة وتقديم يد العون، وذلك عن طريق الإجابة على مجموع الأسئلة الذي تضمّنها هذا الإستبيان، كما نلتزم ونحرص على أن تكون كل المعلومات المقدمة لنا، ستبقى في سرية تامة، ولا تُستخدم إلا لأغراض علمية بحتة.

تقبلوا تحيات الطالب.

*الموسم الجامعي 2022/2023

البيانات الشخصية:

1. الجنس:

ذكر أنثى

2. التخصص العلمي:

إعلام وإتصال علوم سياسية

3. الرتبة الجامعية:

أستاذ مساعد أستاذ محاضر أستاذ التعليم العالي

المحور الأول: استقاء أساتذة الإعلام والعلوم السياسية في الجزائر للأخبار من مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.

4. أنت (ي) تتابع(ين) مواقع التواصل الاجتماعي بشكل:

دائم أحيانا نادرا

5. ماهي فترات مشاهدتك (ي) لمواقع التواصل الاجتماعي.

في الفترة الصباحية في الفترة المسائية لا يوجد وقت محدد

6. خلال تتبعك للأخبار على مواقع التواصل الاجتماعي، ماهو الجهاز الذي تستعمله.

هاتف ذكي لوحة إلكترونية جهاز كمبيوتر

7. ماهي أهم مواقع وشبكات التواصل الإجماعي التي تستقي منها الأخبار.

فيسبوك تويتر أنستغرام يوتوب

. أخرى أذكرها

8. ما نوع الأخبار التي تحضى بمتابعتك (ي) على مواقع التواصل الاجتماعي.

أخبار سياسية أخبار إجتماعية أخبار إقتصادية غير محددة

9. في إعتقادك(ي)، ماهي مبررات إعتماذك(ي) على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.

لمواكبة هذه الوسائل بإعتبارها وسائل حديثة وحتمية تكنولوجية.

لأنها تضمن هذه الوسائل الآنية والجدية في الأخبار.

لأنها تعتبر فضاءات تحقق التفاعلية أثناء تلقي الأخبار.

لأنها تتيح للمستخدم التنوع في إلتقاط الأخبار.

لأن الأخبار لا تخضع فيها لأي نوع من أنواع الرقابة القبلية.

لأن هذه الوسائل تمنح للمستخدم مرونة أكثر من حيث أنها عالمية الأداء.

أخرى أذكرها.....

10. هل تم استقائك لأخبار كاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي عبر مواقع التواصل الاجتماعي؟

.....
.....
.....

المحور الثاني: المعالجة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي لأخبار الحراك الشعبي في الجزائر من وجهة نظر أساتذة الجامعة.

11. في رأيك(ي)، هل واكبت مواقع التواصل الاجتماعي مجريات الحراك الشعبي في الجزائر.

واكبت لم تواكب نوعا ما

12. هل تعتقد(ين)، أنّ مواقع التواصل الاجتماعي ساهمت في تحريك الجماهير نحو الشارع.

ساهمت بشكل كبير لم تساهم على الإطلاق نوعا ما

13. هل منحت مواقع التواصل الاجتماعي حرية كافية لمستخدميها في التعبير عن تطورات الحراك الشعبي.

منحت لم تمنح على الإطلاق نوعا ما

14. هل تعتبر (ين) الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام.

. نعم قضايا رأي عام لا ترتقي إلى قضايا رأي عام

15. تقييمك (ي) لأداء مواقع التواصل الاجتماعي في المعالجة الإعلامية للأخبار المتعلقة بالحراك الشعبي في الجزائر.

.....
.....
.....
.....
.....

المحور الثالث: إستراتيجية الأخبار الكاذبة في التأثير على الرأي العام أثناء فترة الحراك الشعبي.

16. هل تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة.

نعم لا أحيانا فقط

. إن كانت الإجابة (بنعم) قدم تبريرات تؤكد هذا الرأي:.....
.....
.....

17. في رأيك ما نوع الإستمالات التي تستعين بها الأخبار الكاذبة على هذه المواقع بشكل كبير للتأثير على الرأي العام.

الإستمالة العاطفية الإستمالة العقلية

18. في إعتقادك ما نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الإجتماعي.

تأثيرات معرفية تأثيرات سلوكية تأثيرات وجدانية

أخري:.....

19. من وجهة نظرك ما هي أكثر طريقة، والتي يساهم فيها بعض جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للأخبار الكاذبة التي إستهدفت الحراك الشعبي.

إستهلاك الخبر دون التأكد من المصدر.

مشاركة هذه الأخبار على نطاق واسع.

التعمد في الترويج لهذه الأخبار.

التعاطف مع المحتوى فقط خدمة لإيديولوجيا معينة.

20. ماهي الظروف التي تساهم في نشر الأخبار الكاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالحراك الشعبي.

تغيب المعلومة الصحيحة من المصدر.

تعدد القائم بالإتصال على مستوى هذه الوسائط.

ضبابية المشهد السياسي وإنعكاساته.

غياب الرقابة على المحتوى على هذه الوسائط.

التقنيات التي يوفرها الذكاء الإصطناعي

المحور الرابع: أثر الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر على صناعة الرأي العام.

21. هل يمكن القول إن الأخبار الكاذبة هي صناعة إتصالية مؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي.

دائما أحيانا فقط ليست كذلك

22. من خلال تتبعك لمجريات الحراك الشعبي في الجزائر وفي إعتقادك، هل الأخبار الكاذبة المروجة على مواقع التواصل الاجتماعي منتشرة.

بشكل كبير بشكل متوسط بشكل ضعيف

23. في إعتقادك ما هي طبيعة الأخبار الكاذبة التي كانت مؤثرة أكثر على مخرجات الحراك الشعبي وعلى مستقبل التحول الديمقراطي في الجزائر.

. أخبار كاذبة تتعلق بفصائح لشخصيات وطنية.

. أخبار كاذبة تتعلق بقضايا حقوق الإنسان.

. أخبار كاذبة تتعلق بقضايا ذات طابع إقتصادي وإجتماعي.

. أخبار كاذبة تتعلق بالمؤسسات الأمنية.

. كلها

24. في رأيك هل ساهمت الأخبار الكاذبة المنشورة على مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي.

ساهمت بشكل كبير ساهمت ما نوعا ما لم تساهم على الإطلاق

25. في رأيك ماهي أهداف مروجي وناشري الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي.

. لتشويه سمعة أشخاص لهم وزن في المعادلة السياسية.

. لإعادة ترتيب القضايا خدمة لأجندة معينة.

لزعزعة الاستقرار في المجتمع.

خدمة النظام السياسي القائم.

خدمة النظام السياسي القائم.

أهداف أخرى اذكرها:.....

المحور الخامس: أدوات وميكانيزمات التصدي للأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الاجتماعي.

26. هل تعتقد أن إدارة موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك تقدم أدوات كافية وتساهم في مواجهة الأخبار الكاذبة؟

كافية ليست كافية كافية نوعا ما

27. في رأيك ماهي الأدوات الأخرى التي تراه (ها) أنت أكثر فعالية في مواجهة الأخبار الكاذبة؟

.....
.....
.....
.....

28. ظهرت العديد من المبادرات التي تساعد جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في عملية الكشف عن الأخبار الكاذبة خاصة في الأخبار المتعلقة بالحراك الشعبي في الجزائر على شاکلة صفحات مختصة تقوم بنشر الخبر الكاذب وترصد خلفياته وحقيقته منها صفحة فايك نيوز ديزاد، من وجهة نظرك كيف تقيم هذه التجربة؟

.....
.....

ملحق رقم 04: نتائج صدق إستمارة الإستبيان وفق معامل الضغوط النفسية الفا كرونباخ:

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	64	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	64	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.625	22

Group Statistics

	VAR00022	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
الكل	1.00	21	43.2381	3.64561	.79554
	2.00	21	32.3810	.66904	.14600

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
الكل	Equal variances assumed	54.927	.000	13.423	40	.000	10.85714	.80882	9.22245	12.49184
	Equal variances not assumed			13.423	21.346	.000	10.85714	.80882	9.17676	12.53753

ملحق رقم (05): نتائج إختبار إجابات المبحوثين وفق متغيرات البيانات الشخصية.

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
2..الرتبة الجامعية 9. * في: إعتقادك(ي)، ماهي مبررات إعتقادك(ي) على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.	64	100.0%	0	0.0%	64	100.0%

2..الرتبة الجامعية 9. * في إعتقادك(ي)، ماهي مبررات إعتقادك(ي) على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار Crosstabulation .

9. في إعتقادك(ي)، ماهي مبررات إعتقادك(ي) على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار.

		لمواكبة هذه الوسائل بإعتبارها وسائل حديثة وحتمية تكنولوجية	لأنها تضمن هذه الوسائل الأنية والجدية في الأخبار	لأنها تعتبر فضاءات تحقق التفاعلية أثناء تلقي الأخبار	لأنها تتيح للمستخدم التنوع في التقاط الأخبار	لأن الأخبار لا تخضع فيها لأي نوع من أنواع الرقابة القبلية	Total	
2..الرتبة الجامعية	أستاذ مساعد	Count	12	10	0	0	22	
	% of		18.8%	15.6%	0.0%	0.0%	34.4%	
	Total							
أستاذ محاضر	Count	0	7	11	10	3	31	
	% of		0.0%	10.9%	17.2%	15.6%	48.4%	
	Total							
أستاذ التعليم العالي	Count	0	0	0	0	11	11	
	% of		0.0%	0.0%	0.0%	17.2%	17.2%	
	Total							
Total	Count	12	17	11	10	14	64	
	% of		18.8%	26.6%	17.2%	15.6%	21.9%	100.0%
	Total							

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)
Pearson Chi-Square	88.940 ^a	8	.000
Likelihood Ratio	93.087	8	.000
Linear-by-Linear Association	47.642	1	.000
N of Valid Cases	64		

a. 10 cells (66.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.72.

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
3. التخصص العلمي 14. * هل: تعتبر(ين) الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام.	64	100.0%	0	0.0%	64	100.0%

3. التخصص العلمي 14. * هل تعتبر(ين) الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام .

Crosstabulation

14. هل تعتبر(ين) الأخبار التي تناولت قضايا

الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام.

لا ترتقي إلى قضايا نعم ترتقي إلى قضايا

رأي عام

رأي عام

Total

	Count		Total
3. التخصص العلمي: إعلام وإتصال	35	0	35
	% of Total	54.7%	0.0%
علوم سياسية	19	10	29
	% of Total	29.7%	15.6%
Total	54	10	64
	% of Total	84.4%	15.6%
			100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	14.304 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	11.808	1	.001		
Likelihood Ratio	18.112	1	.000		

Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	14.080	1	.000		
N of Valid Cases	64				

- a. 1 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4.53.
b. Computed only for a 2x2 table

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
3. التخصص العلمي 16 * هل: تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة.	64	100.0%	0	0.0%	64	100.0%

التخصص العلمي 16 * هل تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة .

Crosstabulation

16 هل تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي بيئة
محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة.

		محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة.		Total
		نعم	أحيانا فقط	
3. التخصص العلمي: إعلام وإتصال	Count	35	0	35
	% of Total	54.7%	0.0%	54.7%
علوم سياسية	Count	23	6	29
	% of Total	35.9%	9.4%	45.3%
Total	Count	58	6	64
	% of Total	90.6%	9.4%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2- sided)	Exact Sig. (2- sided)	Exact Sig. (1- sided)
Pearson Chi-Square	7.990 ^a	1	.005		
Continuity Correction ^b	5.741	1	.017		
Likelihood Ratio	10.255	1	.001		
Fisher's Exact Test				.006	.006
Linear-by-Linear Association	7.866	1	.005		
N of Valid Cases	64				

- a. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.72.
b. Computed only for a 2x2 table

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
2..الرتبة الجامعية 18. * في إعتقادك ما نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الإجتماعي.	64	100.0%	0	0.0%	64	100.0%

الرتبة الجامعية 18. * في إعتقادك ما نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل

الإجتماعي Crosstabulation

18. في إعتقادك ما نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر

على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الإجتماعي.

		تأثيرات معرفية	تأثيرات سلوكية	تأثيرات وجدانية	Total	
2..الرتبة الجامعية:	أستاذ مساعد	Count	15	7	0	22
		% of Total	23.4%	10.9%	0.0%	34.4%
	أستاذ محاضر	Count	0	29	2	31
		% of Total	0.0%	45.3%	3.1%	48.4%
	أستاذ التعليم العالي	Count	0	0	11	11
		% of Total	0.0%	0.0%	17.2%	17.2%
Total		Count	15	36	13	64
		% of Total	23.4%	56.3%	20.3%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	86.614 ^a	4	.000
Likelihood Ratio	84.040	4	.000
Linear-by-Linear Association	47.714	1	.000
N of Valid Cases	64		

a. 3 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.23.

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
	3.التخصص العلمي * 21: هل يمكن القول أن الأخبار الكاذبة هي صناعة إتصالية مؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي.	64	100.0%	0	0.0%	64

التخصص العلمي * 21: هل يمكن القول أن الأخبار الكاذبة هي صناعة إتصالية مؤثرة في مواقع التواصل

. Crosstabulation الاجتماعي

21. هل يمكن القول أن الأخبار الكاذبة هي صناعة إتصالية مؤثرة في مواقع التواصل الاجتماعي.

		دائما	أحيانا فقط	Total
3. التخصص العلمي:	وإتصال إعلام	Count 21	14	35
		% of Total 32.8%	21.9%	54.7%
	سياسية علوم	Count 0	29	29
		% of Total 0.0%	45.3%	45.3%
Total		Count 21	43	64
		% of Total 32.8%	67.2%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	25.898 ^a	1	.000		
Continuity Correction ^b	23.248	1	.000		
Likelihood Ratio	33.893	1	.000		
Fisher's Exact Test				.000	.000
Linear-by-Linear Association	25.493	1	.000		
N of Valid Cases	64				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9.52.

b. Computed only for a 2x2 table

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
	3. التخصص العلمي. 24. * في رأيك هل ساهمت الأخبار الكاذبة المنشورة على مواقع التواصل الإجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي.	64	100.0%	0	0.0%	64

التخصص العلمي. 24. * في رأيك هل ساهمت الأخبار الكاذبة المنشورة على مواقع التواصل الإجتماعي في صناعة الرأي العام في

. Crosstabulation الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي

24. في رأيك هل ساهمت الأخبار الكاذبة المنشورة على مواقع التواصل

الإجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي.

		لم تساهم على الإطلاق	ساهمت ما نوعا ما	ساهمت بشكل كبير	Total
3. التخصص العلمي: إعلام واتصال	Count	7	3	25	35
	% of Total	10.9%	4.7%	39.1%	54.7%
علوم سياسية	Count	0	29	0	29
	% of Total	0.0%	45.3%	0.0%	45.3%
Total	Count	7	32	25	64
	% of Total	10.9%	50.0%	39.1%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	53.029 ^a	2	.000
Likelihood Ratio	68.247	2	.000
Linear-by-Linear Association	9.810	1	.002
N of Valid Cases	64		

a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.17.

فهرس المحتويات

الصفحة	عنوان الجدول
أ. ح	مقدمة
06	الإطار المنهجي
07	تحديد إشكالية الدراسة
08	التساؤلات الفرعية
09	أسباب اختيار موضوع الدراسة
12	أهمية الدراسة
13	أهداف الدراسة
14	مفاهيم ومصطلحات الدراسة
18	أدبيات الدراسة
31	حدود الدراسة
32	منهج الدراسة
34	مجتمع البحث
35	عينة الدراسة
39	أدوات جمع البيانات
47.153	الإطار النظري
48	الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي والحراك الشعبي
49	تمهيد
52	المبحث الأول: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي
52	أ.نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
52	ب. تعريف مواقع التواصل الاجتماعي
55	المبحث الثاني: أنواع ووسائل مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها
55	أ.أنواع ووسائل مواقع التواصل الاجتماعي

59	ب. خصائص وسائل مواقع التواصل الاجتماعي
61	المبحث الثالث: معايير وأخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
61	أ. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كممارسة إعلامية
63	ب. معايير وأخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
65	المبحث الرابع: واقع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر وتأثيراتها
65	أ. استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر
67	ب. تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي على المستوى السياسي والإجتماعي.
69	المبحث الخامس: ماهية الحراك والمفاهيم المشابهة
70	أ. مفهوم الحراك الشعبي
70	ب. المصطلحات والمفاهيم المشابهة
71	المبحث السادس: كرونولوجيا الحركات الشعبية (ثورات الربيع العربي)
77	المبحث السابع: الحراك الشعبي في الجزائر (قراءة في الأسباب والخلفيات)
86	المبحث الثامن: تجربة التحول الديمقراطي في الجزائر
86	أ. تعريف التحول الديمقراطي.
87	ب. تجربة التحول الديمقراطي في الجزائر
90	الفصل الثاني: التوظيف المقاربي للدراسة
91	تمهيد
92	المبحث الأول: الخلفية التاريخية لنشأة لنظريات الإتصال
96	المبحث الثاني: الخلفية المعرفية لنظرية ترتيب الأولويات . Setting the agend
101	المبحث الثالث: فروض نظرية ترتيب الأولويات، وحدود توظيفها في دراسة مواقع التواصل الاجتماعي
106	المبحث الرابع: الخلفية التاريخية والمعرفية لنظرية الإعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theo
109	المبحث الخامس: إفتراضات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام، وحدود توظيفها في الدراسة

116.153	الفصل الثالث: أثر نشر الأخبار الكاذبة على صناعة الرأي العام في البيئة الرقمية المعاصرة
117	تمهيد
119	المبحث الأول: الخلفية التاريخية للأخبار الكاذبة ومفاهيمها المشابهة
119	أ. الخلفية التاريخية
120	ب. مفهوم الأخبار الكاذبة
122	ج. المفاهيم المشابهة للأخبار الكاذبة
126	المبحث الثالث: الأخبار الكاذبة ومفهوم القابلية لدى متلقيها
129	المبحث الرابع: أدوات وميكانيزمات التصدي لظاهرة إنتشار الأخبار الكاذبة في البيئة الرقمية
134	المبحث الخامس: الخلفية التاريخية لتطور الرأي العام
134	أ. الرأي العام في المجتمعات القديمة
135	ب. الرأي العام في الفترة الإسلامية
136	ج. الرأي العام في العصر الحديث
137	المبحث السادس: مفهوم الرأي العام، عوامل تكوينه وأنواعه
137	أ. مفهوم الرأي العام
139	ب. عوامل تكوين الرأي العام
143	ج. أنواع الرأي العام
145	المبحث السابع: صناعة الرأي العام في الفضاء الإلكتروني
145	أ. نشأة الرأي العام الإلكتروني
146	ب. تعريف الرأي العام الإلكتروني
147	ج. خصائص الرأي العام الإلكتروني
148	المبحث الثامن: الرأي العام الإلكتروني في البيئة السياسية المعاصرة
148	أ. الرأي العام الإلكتروني في مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي
150	ب. الرأي العام الإلكتروني، وصناعة المشهد السياسي

252.154	الإطار التطبيقي للدراسة
155	تمهيد
156	الفصل الأول: الدراسة التحليلية لمنشورات صفحة <u>fake news DZ</u>
157	المبحث الأول: عرض معطيات الدراسة التحليلية من حيث الشكل
162	المبحث الثاني: عرض معطيات الدراسة التحليلية من حيث المضمون
162	أ. عرض وتحليل معطيات الجزء الثابت
177	ب. عرض وتحليل معطيات الجزء التفاعلي
185	المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة التحليلية
188	الفصل الثاني: دراسة ميدانية لأخبار الحراك الشعبي في الجزائر من وجهة نظر عينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية
190	المبحث الأول عرض البيانات الشخصية للمبحوثين حسب متغيرات الجنس والتخصص والرتبة الجامعية
246	المبحث الثالث: النتائج العامة للدراسة الميدانية
253	النتائج العامة للدراسة
254	أ. على مستوى تحصيل نتائج الإطار النظري
256	ب. على مستوى تحصيل نتائج الدراسة التطبيقية
259	خاتمة
264	قائمة المصادر والمراجع

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	جدول يوضح نتائج صدق المقارنة الطرفية للإستبيان	45
02	جدول يوضح نتائج معامل ثبات مقياس الضغوط النفسية بألفا كرونباخ.	46
03	جدول يبين تقسيمات لمفهوم الإعلام الإجتماعي	59
04	جدول يبين هذا مقارنة بين المفاهيم المتعلقة بالأخبار الكاذبة	123
05	جدول يمثل بطاقة تقنية وتعريفية لصفحة Fake news DZ محل الدراسة التحليلية	156
06	جدول يمثل إجمالي ونسب استخدام اللغة المستخدمة في منشورات صفحة Fake news DZ	158
07	جدول يمثل إجمالي تكرارات ونسب طبيعة المنشورات في الصفحة المشكّلة لعينة الدراسة.	160
08	جدول يبين إجمالي التكرار ونسب نوع القضايا المنشورة في الصفحة عينة الدراسة	163
09	جدول يوضح إجمالي التكرار ونسب الموضوعات المتعلقة بأخبار الحراك الشعبي في الصفحة عينة الدراسة	166
10	جدول يبين إجمالي تكرار ونسب الموضوعات المتناولة حسب الشهر أثناء فترة الحراك الشعبي في الصفحة المشكّلة لعينة الدراسة	170
11	جدول يوضح إجمالي تكرار ونسب مصادر الأخبار الكاذبة التي أشارت إليها الصفحة عينة الدراسة	173
12	جدول يبين إجمالي تكرار ونسب فئة الإستمالات المستخدمة في المنشورات الكاذبة، التي أشارت إليها الصفحة عينة الدراسة	175
13	جدول يوضح إجمالي تكرار ونسب نوع الرد المستخدم في تكذيب الأخبار الكاذبة التي أشارت له الصفحة عينة الدراسة	177
14	جدول يبين إجمالي نسب تفاعلات الجمهور مع الموضوعات التي تناولتها صفحة Fake news DZ	179
15	جدول يبين إجمالي تكرار ونسب تضمين الإضافات التي أشار إليها الجمهور المتفاعل في	182

	الصفحة عينة الدراسة	
183	جدول يوضح إجمالي تكرار ونسب الرد على التعليقات الخاصة بالجمهور المتفاعل في صفحة عينة الدراسة	16
184	جدول يبين إجمالي تكرار ونسب إتجاه الجمهور نحو الموضوعات التي أشارت لها الصفحة عينة الدراسة	17
192	جدول يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	18
193	جدول يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية الجامعية	19
195	جدول يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص العلمي	20
196	جدول يوضح مدى متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	21
197	جدول يبين فترة مشاهدة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي	22
199	جدول يوضح نوع الأجهزة التي يستعملها المبحوثين خلال تتبعهم للأخبار	23
201	جدول يبين أهم مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي التي يستقي منها المبحوثين للأخبار	24
203	جدول يوضح نوع الأخبار التي تحظى بمتابعة المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي	25
204	جدول يبين مبررات اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار	26
207	جدول يوضح رأي المبحوثين في مدى مواكبة مواقع التواصل الاجتماعي لتجريات الحراك الشعبي في الجزائر.	27
209	جدول يبين رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في تحريك الجماهير نحو الإحتجاج.	28
210	جدول يبين رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد أتاحت حرية كافية لمستخدميها في التعبير عن تطورات الحراك الشعبي	29
212	جدول يبين رأي المبحوثين إن كانت الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام.	30
214	جدول يوضح رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة.	31
216	جدول يبين رأي المبحوثين في نوع الإستimalات التي تستعين بها الأخبار الكاذبة على هذه المواقع بشكل كبير للتأثير على الرأي العام.	32

117	جدول يوضح رأي المبحوثين في نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي	33
218	جدول يبين رأي المبحوثين في أكثر طريقة التي يساهم فيها بعض جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للأخبار الكاذبة التي استهدفت الحراك الشعبي	34
220	جدول يوضح رأي المبحوثين في الظروف التي تساهم في نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالحراك الشعبي.	35
223	جدول يبين رأي المبحوثين في الافتراض الذي يقول إن الأخبار الكاذبة هي صناعة إتصالية مؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	36
225	جدول يوضح تقييم المبحوثين في مدى انتشار الأخبار الكاذبة المروجة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي.	37
226	جدول يبين رأي المبحوثين في طبيعة الأخبار الكاذبة الأكثر تأثيرا على مخرجات الحراك الشعبي، وعلى مستقبل التحول الديمقراطي في الجزائر	38
228	جدول يوضح رأي المبحوثين في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي.	39
230	جدول يبين رأي المبحوثين في الأهداف التي يسعى إليها مروجي وناشري الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي.	40
233	جدول تقييم المبحوثين في إن كانت إدارة موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك تقدم أدوات كافية وتساهم في مواجهة الأخبار الكاذبة	41
235	جدول يبين علاقة مبررات اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، حسب متغير الرتبة الجامعية للأستاذ الجامعي.	42
238	جدول يوضح علاقة رأي المبحوثين إن كانت الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام، بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي	43
240	جدول يوضح علاقة رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة، بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.	44
243	جدول يبين علاقة رأي المبحوثين في نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، بمتغير الرتبة العلمية للأستاذ الجامعي	45
246	جدول يوضح علاقة رأي المبحوثين في الافتراض الذي يقول إن الأخبار الكاذبة المنشورة	46

	عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هي صناعة إتصالية مؤثرة، بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي	
249	جدول يبين علاقة رأي المبحوثين في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي	47

* فهرس الأشكال *

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	مخطط إحصائي يبين ترتيب وسائل وشبكات التواصل الاجتماعي الأكثر إستخداماً	63
02	رسم بياني عدد مشتركين شبكة الهاتف النقال، وكذا مشتركين الإنترنت، وشبكات التواص الاجتماعي في الجزائر	65
03	مخطط يبين مراحل تبلور نظريات الإتصال من إعداد الباحث	93
04	مخطط يمثل تقسيم أنواع قياس وترتيب الأولويات	102
05	مخطط يوضح نموذج الأجندة المتداخلة ل: دولاند شو	105
06	مخطط لتصور عام لإفتراضات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام من إعداد الباحث	110
07	مخطط يحدد العلاقة بين الوسيلة والمجتمع والجمهور.	113
08	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس	192
09	دائرة نسبية لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الرتبة العلمية الجامعية	193
10	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص العلمي	195
11	دائرة نسبية توضح مدى متابعة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.	196
12	دائرة نسبية تبين فترة مشاهدة المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي.	198
13	دائرة نسبية توضح نوع الأجهزة التي يستعملها المبحوثين خلال تتبعهم للأخبار	199
14	دائرة نسبية تبين أهم مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي التي يستقي منها المبحوثين للأخبار	201
15	دائرة نسبية توضح نوع الأخبار التي تحظى بمتابعة المبحوثين على مواقع التواصل	203

	الاجتماعي	
205	دائرة نسبية تبين مبررات اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار	16
207	دائرة نسبية توضح رأي المبحوثين في مدى مواكبة مواقع التواصل الاجتماعي لمجريات الحراك الشعبي	17
209	دائرة نسبية تبين رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد ساهمت في تحريك الجماهير نحو الإحتجاج	18
211	دائرة نسبية بين رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي قد أتاحت حرية كافية لمستخدميها في التعبير عن تطورات الحراك الشعبي	19
212	دائرة نسبية تبين رأي المبحوثين إن كانت الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي ترتقي إلى قضايا رأي عام	20
214	دائرة نسبية يوضح رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة	21
216	دائرة نسبية تبين رأي المبحوثين في نوع الإستمالات التي تستعين بها الأخبار الكاذبة على هذه المواقع بشكل كبير للتأثير على الرأي العام.	22
217	دائرة نسبية توضح رأي المبحوثين في نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي	23
219	دائرة نسبية يبين رأي المبحوثين في أكثر طريقة التي يساهم فيها بعض جمهور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للأخبار الكاذبة التي استهدفت الحراك الشعبي	24
221	دائرة نسبية توضح رأي المبحوثين في الظروف التي تساهم في نشر الأخبار الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي المتعلقة بالحراك الشعبي	25
223	دائرة نسبية تبين رأي المبحوثين في الافتراض الذي يقول إن الأخبار الكاذبة هي صناعة إتصالية مؤثرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي	26
225	دائرة نسبية وضح تقييم المبحوثين في مدى انتشار الأخبار الكاذبة المروجة عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي	27
226	دائرة نسبية بين رأي المبحوثين في طبيعة الأخبار الكاذبة الأكثر تأثيرا على مخرجات الحراك الشعبي، وعلى مستقبل التحول الديمقراطي في الجزائر	28
228	دائرة نسبية يوضح رأي المبحوثين في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر	29

	مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي	
230	دائرة نسبية يبين رأي المبحوثين في الأهداف التي يسعى إليها مروجي وناشري الأخبار الكاذبة أثناء فترة الحراك الشعبي	30
233	دائرة نسبية تقييم المبحوثين في إن كانت إدارة موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك تقدم أدوات كافية وتساهم في مواجهة الأخبار الكاذبة.	31
236	مخطط بياني يوضح علاقة مبررات اعتماد المبحوثين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار حسب متغير الرتبة الجامعية للأستاذ الجامعي	32
239	مخطط بياني يوضح علاقة رأي المبحوثين إن كانت الأخبار التي تناولت قضايا الحراك الشعبي، ترتقي إلى قضايا رأي عام، حسب متغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.	33
240	مخطط بياني يوضح علاقة رأي المبحوثين إن كانت مواقع التواصل الاجتماعي بيئة محفزة تنتشر فيها الأخبار الكاذبة، بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي.	34
243	مخطط بياني يوضح علاقة رأي المبحوثين في نوع التأثير الذي قد تحدثه الأخبار الكاذبة بشكل أكبر على المتلقين من جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، بمتغير الرتبة العلمية للأستاذ الجامعي	35
247	مخطط بياني يوضح علاقة رأي المبحوثين في الافتراض الذي يقول إن الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، هي صناعة إتصالية مؤثرة، بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي	36
250	مخطط بياني يوضح علاقة رأي المبحوثين في مدى مساهمة الأخبار الكاذبة المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة الرأي العام في الجزائر أثناء فترة الحراك الشعبي بمتغير التخصص العلمي للأستاذ الجامعي	37