

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19

بالجزائر

-تحليل مضمون عينة من الأخبار الكاذبة على الفيسبوك-

Employing fake news in media disinformation during "Covid 19" in Algeria

Content analysis of a sample of fake news on Facebook.

الدكتور: ميلود صولي*

جامعة الجزائر 3 - الجزائر - saouli.miloud@univ-alger3.dz

تاريخ القبول 2022/05/31

تاريخ الاستلام 2022/01/14

الملخص

تناولت هذه الدراسة كيفية توظيف الأخبار الملفقة على موقع الفيسبوك في التضليل الإعلامي بخصوص الأزمة المتعددة الأبعاد بسبب فيروس "كوفيد" 19 في الجزائر، من خلال تحليل مضامين عينة من هذه الأخبار التي عرفت رواجاً كبيراً، في ظل انتشار جائحة كورونا. وسعت الدراسة إلى معرفة مقاصد استخدام الأخبار الملفقة والقيم المتضمنة في هذه الأخبار ومواضيعها وأفكارها، إلى جانب الاهتمام بدور الصورة في صناعة Fake News، من خلال فحص عينة منها في الأشهر الستة الأخيرة من سنة 2022.

وعليه توصلت هذه الدراسة إلى نتائج، أبرزها توظيف الأخبار الملفقة في التضليل والتعبئة والتحريض، بالتركيز على مواضيع ذات طابع سوسيواقتصادي بالدرجة الأولى وأمني سياسي في المقام الثاني، مع استغلال كبير للصورة في نشر هذه الأخبار الملفقة.

الكلمات المفتاحية: الأخبار الملفقة، التضليل الإعلامي، الفيسبوك، فيروس كوفيد 19؛ كورونا

Abstract:

This study deals with how to employ the fabricated news on Facebook in disinformation regarding the multi-dimensional crisis due to the "Covid 19" virus in Algeria, by analyzing the contents of a sample of this news that became very popular, in light of the spread of the Corona pandemic. The study sought to find out the purposes of using fabricated news, the values contained in this news, its topics and ideas, as well as the interest in the role of the image in the manufacture of Fake News, by examining a sample of it in the last six months of 2022.

Accordingly, this study reached results, most notably the use of fabricated news in misleading, mobilization and incitement, focusing on topics of a socio-economic nature in the first place and political security in the second place, with great exploitation of the image in the dissemination of these fabricated news.

Keys Words: Fake news, disinformation, facebook, covid 19, corona virus

* المؤلف المرسل

1- مقدمة عامة:

1.1. الإشكالية:

تعيش الجزائر منذ شهر مارس 2020 تحولات سياسية واجتماعية عميقة، وأزمة متعددة الأبعاد بفعل الانعكاسات الكبيرة التي أحدثتها جائحة كورونا -كوفيد 19- على كل مناحي الحياة اليومية للجزائريين والعامّة للبلد، حيث وضع الارتفاع الكبير لحالات الإصابة بالفيروس المنظومة الصحية على المحك بعد بروز العديد من الاختلالات في المشاكل المتعددة الأوجه، كما خلفت جملة التدابير والإجراءات التي أقرتها السلطات العليا في الدولة في مواجهتنا لهذه الأزمة الطارئة -من قبيل فرض الحجر الصحي وتوقيف الكثير من المهن والنشاطات - ظهور الكثير من الأزمات الفرعية والمشاكل المتعددة، فظهر العجز كبيرا في امكانيات المستشفيات في معالجة المصابين والتكفل بهم فضلا عن وقوع أزمة السيولة في متلف المؤسسات المالية و تسجيل ندرة كبيرة في جل المواد الغذائية الواسعة الاستهلاك؛ وغير كثير من الأزمات الفرعية التي لانزال تؤرق الحكومة لليوم. أمام كل هذه الإفرازات باتت البيئة الافتراضية الرقمية مسرحا مفتوحا على مصرعيه للانتشار الواسع للأخبار الكاذبة ذات الصلة بأزمة كورونا فيروس، بل عمل بعض الأطراف على توظيف مثل هكذا أنباء ومعلومات ملفقة في التضليل الإعلامي من خلال استغلال موقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك كوسيلة اتصال جماهيرية مكنت جميع شرائح جمهور الميديا الاجتماعية من التعبير عن أفكارهم وقناعاتهم ومواقفهم إلى حد التطرف والغلو وفي بعض الأحيان والمساس بكرامة وحرية الآخرين.

إن اسهام شبكة الفايسبوك في نقل الأحداث والوقائع المرتبطة بتشعبات الأزمة المتعددة الأبعاد بفعل جائحة "الكوفيد 19" في أدق تفاصيلها بالجزائر، الأمر الذي جعل من الجمهور متصلا بتطورات الأحداث رغم سياسة التعتيم التي مارستها القنوات التلفزيونية في كثير من الأحداث لا سيما حول قضية نقص الأكسجين، لكن رغم من كل هذا إلا أن الفايسبوك كان فضاء خصبا لترويج الأخبار

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود

الكاذبة والملفقة ونشر الإشاعات بأهداف تختلف بين التعبئة والتحريض والتضليل الإعلامي، وغيرها من المساعي، في ظل غياب أو عدم تطبيق القوانين المنظمة للفضاء الافتراضي والجرائم الالكترونية في الجزائر.

تتمحور إشكالية هذه الورقة العلمية حول مشكلة بحثية تتعلق أساسا بتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في عملية التضليل الإعلامي من خلال نشر الأخبار الملفقة في الأزمات المتعددة الأوجه والمراحل الانتقالية ، وعلاقة هذا التوظيف بالمتلقي الذي يكون في العادة متموقعا مع طرف على حساب طرف أو أطراف أخرى، يختلف معهم بالضرورة في الأفكار والتصورات والحلول وربما المبادئ، ما يجعل رغبات هذا المتلقي أمرا محسوما سلفا، في انتظار إشباعها بمختلف المضامين التي تتوافق مع مواقفه وآرائه، دون الحاجة إلى التحقق منها، بل قد يصبح هذا المتلقي ناقلا للرسالة وبالتالي مرسلا، من خلال مشاركة الخبر الكاذب على جداره في حسابه على مواقع التواصل الاجتماعي.

وفي محاولة لفهم هذه العلاقة المتعدية، تأتي هذه الورقة العلمية لدراسة وتحليل بعض المضامين الالكترونية التي عرفت رواجا كبيرا بين مستخدمي موقع الفيسبوك في الجزائر، خلال الأزمة المتعددة الأوجه التي تعيشها الجزائر بفعل ارتدادات وتبيعات الأزمة الصحية جراء الانتشار الواسع لفيروس "كوفيد12" على المستوى العالمي والمحلي خلال سنة 2022، واستخراج مختلف القيم والأساليب الإقناعية المتضمنة لهذه الرسائل التي هي في الأساس أخبار ملفقة تتكون من نصوص تنقل أخبارا وصورا مصاحبة، تم التأكد فيما بعد من كونها لا توثق الأحداث التي تحدثت عنها هذه المنشورات، وإنما تعود لأحداث قديمة ومفبركة وفي بعض الأحيان خارج حدود الوطن، كما ستعنى هذه الورقة بتحليل مختلف التفاعلات النصية والرمزية لمستخدمي الفيسبوك مع هذه الأخبار الكاذبة.

وترتكز أهمية هذه الورقة في كونها تدرس أحد أهم منصات الاتصال ودورها في تعزيز التضليل الإعلامي في إطار فراغ قانوني كبير يضبط عملية الاتصال ونقل الأخبار على شبكة الانترنت في الجزائر، وهشاشة الجمهور الذي يبحث عن إشباع رغباته، أمام التعتيم الإعلامي الذي مارسته وسائل الإعلام التقليدية بخصوص ما أحدثته جائحة "كورونا" في فترة معينة، كما تتجلى أهمية هذه الدراسة في تبيان اعتماد دوائر معينة على الأخبار الملفقة لتعزيز وتثبيت المواقف تجاه طبيعة ومستقبل التحولات التي تعرفها الجزائر على كل المستويات.

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود

وبهدف وصف الموضوع ومحاولة الإحاطة به، طرحنا سؤالاً محورياً تمثل في الآتي:

كيف تم توظيف الأخبار الملفقة على موقع الفاييسبوك في التضليل الإعلامي خلال الأزمة الصحية جراء فيروس "كوفيد" 19 بالجزائر؟

وللإجابة على هذا التساؤل المحوري، نطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما دور الصور في صناعة الأخبار الملفقة الخاصة بجائحة كورونا؟

- ما هو الجمهور الأكثر استهدافاً بالأخبار الملفقة حول الأزمة الصحية؟

- ما هي المواضيع والأفكار الأكثر تناولاً في الأخبار الملفقة؟

- ما هي القيم المتضمنة في الأخبار الملفقة المتداولة على موقع الفاييسبوك؟

2.1. منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

تندرج هذه الدراسة في إطار الدراسات الوصفية التحليلية التي تهدف أساساً إلى وصف الظاهرة محل الدراسة وصفاً دقيقاً بناءً على البيانات والمعطيات المتوفرة.

يتوقف اختيار أدوات جمع البيانات في أي بحث علمي على طبيعة البيانات المراد جمعها وقيمتها، وبما أن الهدف الرئيس من هذه الدراسة هو معرفة دور الأخبار الملفقة المنشورة على الفاييسبوك في التضليل الإعلامي فيما تعلق بموضوع الأزمة الصحية بالجزائر بسبب جائحة كورونا، فقد اعتمدنا على تحليل المضمون لوصف مضمون المادة المدروسة على الفاييسبوك.

وتحليل المضمون حسب بيرلسون، هو "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة الإعلامية وصفاً موضوعياً وكمياً".⁽¹⁾

وبعيداً عن الجدل المنهجي الحاصل حول ماهية تحليل المضمون، هل منهج أم أداة لجمع البيانات، استخدمنا استمارة تحليل المضمون.

وحدات وفئات التحليل:

وحدات التحليل:

وحدات التحليل، هي عبارة عن وسيلة التسجيل أو العد، هي أصغر جزء يمكن أن يظهر من خلاله تكرار الظاهرة، فوحدات التحليل إذن "تستخدم في قياس مدى تردد الموضوع محل البحث في المادة المدروسة".⁽²⁾ ومن هذا المنطلق، تم اعتماد الفكرة كوحدة للتسجيل في إطار سياق الفكرة، والعد كأسلوب لقياس التكرارات ومن خلاله مرات ظهور الفئة.

فئات التحليل:

تهتم فئات التحليل بالإجابة على تساؤلات الدراسة، من خلال الإجابة على سؤالين رئيسيين هما: ماذا قيل؟، ويعني المضمون، وكيف قيل؟ الذي يهتم بالشكل.

أ. الفئات المتعلقة بالشكل :

1. فئة المنشور: تعني الأخبار الملفقة التي جاءت في شكل منشورات على موقع الفايسبوك، وتنقسم بدورها إلى فئتين فرعيتين، هما:

-فئة فرعية طبيعة المنشور: وتم تقسيمها إلى: نص، نص + صور، نص + صور + رموز.

-فئة فرعية شهر النشر: وقسمت إلى أربعة: سبتمبر، أكتوبر، نوفمبر، ديسمبر.

2. فئة الصورة: وتم تقسيمها إلى ست فئات فرعية، هي:

-فئة تكرار الصورة: صورة واحدة / صورتان / أكثر من صورتين

-فئة فرعية مصدر الصورة: مواقع التواصل الاجتماعي، محرك البحث غوغل.

-فئة فرعية المكان الأصلي للصورة: داخل الوطن ، خارج الوطن

-فئة فرعية ظهور عنصر الجنس في الصورة: ذكر، أنثى، ذكر وأنثى، غير ظاهر.

-فئة فرعية نوع الصورة: حقيقية، مركبة (مونتاج)

-فئة فرعية فكرة الموضوع: أزمة ندرة المواد الواسعة الاستهلاك، قمع، تصريحات مساندة أو معارضة

لسياسات الدولة في مواجهة الأزمة، سجن، منع التنقل، انتخابات، دعم رئيس الجمهورية.

2. فئة اتجاه المضمون: إما إيجابي أو سلبي.

3. فئة القيم: تم تقسيمها إلى فئتين فرعيتين، هما:

-فئة فرعية فكرة القيمة: وفيها: التحريض، التعبئة، التضليل، الجهوية، التفرقة، التخوين، إشاعة،

التضييق، الاستهزاء.

-فئة فرعية اتجاه القيمة: إيجابي، سلبي.

4. فئة الشخصيات الفاعلة: وقسمت إلى: رجل سياسة، مناضل، عسكري أو أممي، مواطن، مسؤول،

فنان، تاجر، رجل اعمال، رياضي، مجاهد، إعلامي.

5. فئة الاستمالات الإقناعية: وقسمت إلى اثنتين: عاطفي، عقلي.

1. 3. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع الدراسة هو جميع الوحدات التي رغب الباحث في دراستها، والمجتمع الكلي في بحوث التحليل هو مجموع المصادر التي نشر أو أذيع فيه المحتوى المراد دراسته خلال الإطار الزمني للبحث.⁽³⁾ والمجتمع الكلي لهذه الدراسة يتمثل في جميع الأخبار الملفقة التي تم تداولها على موقع الفيسبوك حول موضوع الأزمة المتعددة الأبعاد بسبب جائحة كورونا -كوفيد 19- في الجزائر خلال السنة 2022، وبالنظر إلى صعوبة حصر جميع وحدات مجتمع البحث لعدد الاعتبارات الموضوعية، على غرار وجود ملايين الحسابات والصفحات والمجموعات التي لا يمكن مراقبتها جميعها، حيث أحصى موقع "أليكسا" المتخصص 16 مليون مستخدم للفيسبوك في الجزائر سنة 2017، إضافة إلى ضيق الوقت لتتبع مسار جميع الأخبار الكاذبة على الفيسبوك، لهذا وجب علينا اختيار عينة للدراسة. اخترنا في هذه الدراسة مجالاً زمنياً للدراسة يمتد من 01 جوان 2022 إلى غاية 31 ديسمبر 2022، لعدد الاعتبارات، أبرزها أن هذه الفترة هي شهدت الكثير من التحولات والأزمات المختلفة من ندرة للمواد الواسعة الاستهلاك، وارتفاع أسعار بعد المواد، أزمة الأكسجين، أزمة السيولة، تنظيم الانتخابات، وهي الفترة التي اعتقدنا أنها ستكون حبلية بالأخبار الكاذبة لحساسية الوضع الثنائي الذي تعيشه الجزائر.

ولصعوبة حصر جميع الأخبار الملفقة في فترة ستة أشهر، إرتأينا متابعة صفحة "Fake news DZ"، المهمة بجمع أكبر قدر ممكن من الأخبار الملفقة المتداولة على مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصا الفيسبوك، واختيار العينة القصدية في اختيار مفردات عينة الدراسة، حيث تم قصد جميع الأخبار الملفقة التي لها علاقة مباشرة بموضوع الأزمة المتعددة الأبعاد بسبب تبعات جائحة كورونا، مع ضرورة التأكد من أنها أخبار كاذبة، إضافة إلى وقوعها في إطار الحيز الزمني المختار، وبعد الفحص والمتابعة، تمكنا من اختيار 44 مفردة أي أخبار ملفقة.

2. الأخبار الكاذبة (الملفقة):

1. 2. ماهية الأخبار الكاذبة:

ظهر مصطلح الأخبار الكاذبة في خضم الانتخابات الرئاسية الأمريكية لسنة 2016، بحيث تم استخدام هذا المفهوم الجديد منذ ذلك التاريخ، ليعتمد بعد ذلك قاموس "كولينز" هذا المصطلح بشكل رسمي وعلمي في عام 2017. وبالرغم من أن الفضل يعزى إلى الرئيس الأمريكي "دونالد

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود
ترامب" في إعادة إحياء وإظهار مصطلح الأخبار الكاذبة ومن جديد في نهاية 2016، إلا أن التأريخ
لبداية استعمال مثل هذه المضامين الإخبارية الملفقة، يرجع بالتحديد إلى قرابة القرنين من الزمن
وبالتحديد في سنة 1835 بعدما نشرت مجلة «NEW YOUR SUN» مقال افتتاحي حول عالم الفلك
"جون هرشل" والذي كشف فيه عن "استخدامه لتلسكوب قوي من مرصد بجنوب إفريقيا لرصد سطح
القمر، الأمر الذي أدى إلى اكتشاف مخلوقات فضائية شبه الماعز"، وعليه نشر هذا الخبر الملفق ساهم
في زيادة حجم المبيعات بأضعاف مضاعفة لأعداد المجلة خلافا لما كانت عليه.

لقد ظهرت العديد من التعريفات لمصطلح الأخبار الكاذبة، بحيث يحدد الباحث "ألكوت" المفهوم
الواسع للأخبار الملفقة على أنها مجرد " مقالات إخبارية تعتمد الاختلاف والكذب بهدف تضليل القراء"،
بيد أن في المقابل نجد الباحث " فريشلش، يضع مفهوماً أوسع للأخبار الكاذبة خلافاً لـ"ألكوت" بعدما
أعتبر بأن التعريف الأول "قاصراً لا يتطرق لجسامة الأخطاء التي يرتكبها الصحفيون أو السياسيون أو
الإشاعات".⁽⁴⁾

كما يمكن تحديد مفهوم الأخبار الكاذبة انطلاقاً من كونها "نوع من الأخبار غير مؤكدة يراد من
وراءها لفت النظر إليها وتأكيداتها وعلم الناس بها أي هي ترديد أقاويل أو أخبار غير صحيحة على أنها
حقيقية ومطابقة للواقع ولذلك فإن ترديد الأقوال الكاذبة تحمل معنى إشاعات كاذبة نفسها".⁽⁵⁾ ومن
هذا المنطلق يمكن القول بأن الأخبار الكاذبة fake news تعد بمثابة معلومات زائفة وخاطئة وغالباً ما
تكون مثيرة يتم تقديمها كتقارير إخبارية، فالخبر يكون كاذباً عندما يعتمد الناشر أو الناقل للخبر
تحرير الخبر بالحذف أو الإضافة، أي بمعنى جعل واقعة كاذبة في صورة واقعة صحيحة سواء أكان ذلك
بالقول أو بالكتابة، أو النشر الإلكتروني عبر مختلف وسائل الإعلام بنوعيتها التقليدية والرقمية
الاجتماعية، في ذلك تعتبر إذاعة أو نشر أخبار أو إشاعات كاذبة بأي وسيلة كانت من شأن ذلك التأثير
على الأمن العام أو إلقاء الرعب بين الناس أو إلحاق الضرر بالمصالح العامة.

من جهة أخرى يجب الإشارة إلى إبراز الاختلاف الكائن بين الأخبار الكاذبة غير الصحيحة
والأخبار المضللة التي تصنف في خانة " المعلومات الخاطئة أو غير الدقيقة التي يتم إعدادها أو
نشرها بنية صريحة للتضليل والتسبب في حدوث ضرر لشخص أو جماعة اجتماعية أو منظمة أو دولة
ولا تتكون المعلومات المضللة دائماً من أكاذيب مقصودة وصريحة، بل يمكن أن تكون حقائق فصلت

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود
عن سياقها الأصلي أو حقائق دمجت مع ملومات كاذبة".⁽⁶⁾ أما الأخبار الكاذبة فهي لا تعدو أن تكون مجرد معلومات زائفة وغير دقيقة، ولكنها يتم بثها أو نشرها بنية إحداث الضرر .

2. 2. أنواع الأخبار الكاذبة:

- توجد أشكال عديدة من الأخبار الملفقة أو الكاذبة بحيث قامت "كلير واردل" من مؤسسة " News Draft First" بالترقية بين أنواع هذه المعلومات بتصنيفها لسبع فئات لتوضيح طائفة المحتويات المثيرة للإشكاليات الموجودة على الفضاءات الرقمية، ليس فقط عن طريق زيف مضمونها، بل أيضا أسلوب نشرها وتلقيها عبر الإنترنت. وهي بذلك يمكن تحديدها في سبعة أنواع⁽⁷⁾:
- الهجاء أو السخرية: يمكن وصفها بأنها لا توجد نية للتسبب في أذى من خلال نشرها أو بثها، ولكن هناك احتمالية للخداع؛
 - اتصال أو ربط خاطئ: عندما تكون العناوين الرئيسية أو المرئيات أو التعليقات التوضيحية لا تدعم المحتوى؛
 - محتوى مضلل: الاستخدام المضلل للأخبار لتوريث هيئة أو مؤسسة أو فرد؛
 - سياق خاطئ: عندما يتم مشاركة محتوى حقيقي سليم في سياق معلومات زائفة؛
 - محتوى احتيالي أو سياق منتحل: عندما يتم انتحال هوية مصادر أصلية حقيقية باستخدام مصادر مزيفة ومصطنعة؛
 - محتوى تم التلاعب به: عندما يتم التلاعب بالمعلومات أو الصور الحقيقية الأصلية بهدف الخداع والتلاعب بالمعلومات، كما هو الحال مع دمج صورة أصلية مع نص مفبرك لاسيما على مواقع التواصل الاجتماعي؛
 - محتوى ملفق أو مفبرك: محتوى جدي زائف 100٪ مصمم للخداع وإلحاق الضرر أو للتسبب في أذى، مثل نشر معلومات مفبركة تقدم على أنها حقائق واقعية.
- وعليه تعتبر هذه الأنواع الأكثر شيوعا واستخداما في الوقت الراهن، وقد تتطور في السنوات المقبلة، إلا أن المشترك فيها هو "الصراع الأبدي بين الحقيقة والوهم، بعدما وضعت الأخلاق جانبا ودمرت كل قيم المصادقية في نشر المعلومات"،⁽⁸⁾ بحيث أن جميع أصناف هذه الأخبار الكاذبة تسعى من أجل الظهور بمظهر الحقيقة ليصدقها الجمهور .

3. 2. أساليب إنتاج الأخبار الكاذبة:

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود

لقد بات تأثير الأخبار الملفقة اليوم واسع النطاق من حيث الانتشار لاسيما على مستوى منصات التواصل الاجتماعي، المعطى الذي شجع على إنتاج المعلومات مهما كانت مصداقيتها وصحتها التي "تستحق النقر" على الانترنت بغض النظر عن دقتها. فالانفجار الواسع لتدفق المعلومات على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية بعدما تحولت الانترنت إلى شبكة تزخر بكم هائل من الأخبار والمعلومات بفعل الثورة التكنولوجية في عالم الاتصال الشبكي، مما أدى إلى أن تكون الميديا الاجتماعية فضاء ليس للتواصل وإنما مساحة تستضيف الكثير من المعلومات غير المرغوب فيها بأوجهها المتعددة سواء كانت غير صادقة ومضللة التي يمكن أن ينتجها أي شخص كان، أو أخبارا مزيفة لا تشيّر فقط إلى القصص المصممة من أجل خداع جمهور الواب للنقر على الروابط الإلكترونية لهذه الأخبار في سبيل تحقيق الربح المادي، بل إلى الأخبار الساخرة، التي لا يهدف غرضها إلى التضليل، وإنما إطلاع المتصفحين للانترنت على المعلومات ومشاركة الآراء المضحكة حول الأخبار التي تنقل عبر ووسائل الإعلام.

إن من بين الأساليب التي يتم انتهاجها لدفع بالأخبار الكاذبة للنشر، تحدث من طرف مجموعات غير مترابطة على موقع التواصل التي تحاول التأثير على الرأي العام بطريقة مقصودة، ويجري نشر بعض منها كجزء من حملات التضليل المتطورة، من خلال "شبكات آلية ومصانع المتحرشين على الإنترنت" مثلما تسميها الباحثة "لورانس ألكسندر" في دراستها الموسومة بـ "Social Network Analysis Reveals Full Scale of Kremlin's Twitter Bot Campaign" والتي تمكنت من خلال من جمع وتصوير بيانات حوالي "20500 من حسابات Twitter المؤيدة للكرملين، مما يكشف عن الحجم الهائل من محاولات التلاعب بالمعلومات على شبكة الإنترنت⁽⁹⁾

إن قدرة الأخبار المفبركة على الانتشار بسرعة والإقناع بسهولة تعني أن الأشخاص والخوارزميات وراء منصات مواقع التواصل الاجتماعي تنتهج سياسة التلاعب من أجل تحقيق غاية التضليل الإعلامي وفقا لأربعة أنواع من التحيز:⁽¹⁰⁾

أولا: تحيز الذهني: تنشأ التحيزات المعرفية في الطريقة التي يعالج بها الدماغ المعلومات التي يواجهها الأفراد يومياً، وهو المعطى الذي يشكل ظاهرة خطيرة من حيث آثارها على جودة المعلومات على شبكات التواصل الاجتماعي، إذ توصلت الأبحاث إلى أن التنافس الشديد

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود

على كسب اهتمام المستخدمين المحدودى عنى أن بعض الأفكار تنتشر على الرغم من انخفاض جودتها؛

ثانيا: التحيز في المجتمع: عندما يتصل جمهور الواب مباشرة بأقرانهم، تؤثر التحيزات الاجتماعية التي توجه اختيأرهم للأصدقاء على المعلومات التي يرونها في الميديا الجديدة التي تظل فعالة بشكل خاص في نشر المعلومات بغض النظر عن كونها دقيقة أم لا عندما تكون هذه المجموعات مرتبطة ارتباطا وثيقا وتنفصل عن أجزاء أخرى من المجتمع؛

ثالثا: الانحياز في الآلة: ينشأ مباشرة من الخوارزميات المستخدمة لتحديد ما يراه جمهور الواب عبر الإنترنت. كل من منصات مواقع التواصل الاجتماعي ومحركات البحث تستغل هذا العامل بحيث يتم تصميم تقنيات مخصصة لاختيار المحتوى الأكثر جذبا وملاءمة لكل مستخدم على حدة مما يجعلهم أكثر عرضة للتلاعب؛

رابعاً: تحيز التأكد: وهو التحيز للآراء التي تتناسب أو تتفق مع نظرة المستخدم العامة حيال تعرضه للمضامين الإلكترونية المحملة بالمعلومات الكاذبة.

3. الأخبار الكاذبة والتضليل الإعلامي:

وسط الانفجار الكبير من تدفق وانتشار الأخبار والمعلومات التي تحتويها شبكة الإنترنت بمواقعها الإخبارية المتعددة وغيرها من المنصات الرقمية، تنتشر الكثير من الأخبار الكاذبة التي يهدف بعضها لتحقيق غايات سياسية أو ثقافية أو اقتصادية. في الوقت نفسه، يفتقر جمهور الويب المستهدف إلى امتلاك آلية يستطيع من خلالها التحقق من صحة ما يتلقاه باستمرار وبدون انقطاع من معلومات، قد تشكل إدراكه، وتعيد رسم خارطة وعيه بصورة تؤثر على قراره وسلوكه وتوجهاته مستقبلا، ومن ثم يصبح ضحية لهذه الممارسات غير الأخلاقية التي تغذيها الأخبار الكاذبة والمضللة. وبالنظر إلى حجم من يقف وراء نشر تلك المعلومات، التي قد تصل في كثير من المرات إلى أجهزة مخابرات دول بأكملها أو خلايا مجندة تابعة لها، ناهيك عن المرام والغايات التي تسعى لتحقيقها، كان البحث عن وسائل كشف هذا التضليل عن قصد أو بدونه هدف لدى مستخدمي الفضاءات الرقمية بكل فضاءاتها ووسائلها.

وعليه فإن التضليل الإعلامي بحسب تعريف "جيمس فيتزر" الباحث الأمريكي هو بمثابة "نشر وتأكيد معلومات كاذبة أو مغلوطة بصورة متعمدة، بهدف الخداع، لكنه أشار إلى أن

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود

المعضلة الأساسية في قضية التضليل وجود النية المسبقة لدى القائمين به للتلاعب بوعي الجماهير⁽¹¹⁾. إن الفشل في تحديد هوية مصدر المعلومة المنشورة في الإعلام الرقمي هو أحد أبرز المقومات الداعمة لمخططات التضليل الإعلامي المتعمد، لذا كان تحديد اسم المصدر وهويته وكيونونه أساس العمل المهني، لأن ذلك يقودنا إلى معرفة المنشورات أو العكس، خاصة أن معلومات كثيرة تنشر تحت أسماء وهمية أو غير ذات صلة بالنسبة للمستخدم.

يعتبر توجيه الرأي العام الهدف الأول من بث الأخبار المفبركة أو المضللة، ف"الحكومات تحاول السيطرة على كل ما يصل إلى الجماهير، إما بمحاربة الصحافة الحرة مصدر الأخبار الصحيحة في الغالب، أو بنشر أخبار كاذبة أو مضللة عبر مواقع التواصل الاجتماعي الرقمية"⁽¹²⁾ وكل ذلك يندرج تحت إطار صناعة البروباغندا أو الدعاية السياسية كما وصفها نعوم تشومسكي في كتابه "صناعة الإذعان". لأن الحكومات تعتمد صناعة أعداء وهميين للشعوب من أجل إحكام السيطرة عليها والترويج لسياساتها، وبالتالي تجد من الأخبار الزائفة كوسيلة لهذا الهدف، فوصف الأفراد والجماعات بمواصفات مختلفة، أو حتى شيطنة بعض الأطراف والجهات بأكملها، كل هذا يأتي في إطار صناعة العدو الوهمي للأنظمة عبر اللجوء إلى الأخبار الزائفة والمضللة.

4. استهلاك الأخبار المزيفة في الجزائر عبر منصات التواصل الاجتماعي :

مع ارتفاع مستوى الإعلام الرقمي ونسبة الوصول إلى الإنترنت لدى الجزائريين، لاسيما على صعيد الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي تحديدا شبكة الفايسبوك، شهدت عادات وأنماط استخدام هذه الفضاءات الافتراضية تغييرات لدى جمهور الويب بالجزائر، من حيث مستويات تلقي المضامين الإلكترونية الخاصة بالأخبار الملفقة خلال سنة 2019 ذات الصلة المباشرة بالأزمة المتعددة الأبعاد بفعل جائحة-كوفيد 19- والتي أفرزت الكثير من التحولات على كل المستويات والجهات الاقتصادية، الاجتماعية والسياسية وحتى الأمنية، فهذا التحول رافقه في المقابل إنشاء منصات رقمية واجتماعية تابعة لجهات معروفة وغير معروفة تنطلق من خدمة أجنداث متناقضة والهدف من ذلك هو إعادة كسب شرائح من الجمهور المستخدم للميديا الاجتماعية، بغية دعم أطروحات من يقف خلف هذه المنصات الرقمية مثلما هو راهن من الأزمة الصحية التي تشهدها الجزائر منذ سنتين جراء تبعات جائحة كورونا -كوفيد 19- على كل مناحي الحياة العامة والخاصة للجزائريين.

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود

إن صناعة الأخبار المزيفة لا تقتصر على المنصات الإخبارية فقط، بل يلعب فيها أيضا الجمهور المستخدم دورا فاعلا في إعادة تصنيعها ونشرها على نطاق واسع في مجال النشر الإلكتروني الإخباري، مما أدت الزيادة في محتوى الأخبار على منصات وسائل الإعلام الاجتماعية إلى زيادة في استهلاك الأخبار الملفقة، وبفضل هذه البيئة الجديدة والفوضوية، أصبح مستهلكوا هذا النوع من المعلومات والأخبار من فئة الصحفيين الذين سقطوا في فخ FAKE NEWS بالاعتماد عليها كمصدر من مصادر الخبر دون التأكد من مصداقيته قبل نشره أو بثه.

إن الانتشار الواسع للصفحات الإخبارية على شبكة الفايسبوك لا سيما الفردية منها غير تابعة للمؤسسات الإعلامية بشكلها التقليدي، خلف ظهور مشكلات مهنية إعلامية، خصوصا ما تعلق منها بمسألة الأخلاقيات وحدود حرية التعبير، بعدما باتت الرسالة الإعلامية تصل إلى المتلقي بشكل سريع جدا من خلال الفضاء الأزرق، ومن هنا تتبلور المعضلة الحقيقية في الممارسة على مستوى الإعلام الإلكتروني، في إشكالية أساسها عدم وجود مرجعية حقيقية للعاملين تراقب وتقوم وتصحح مهنية العمل الرقمي، وبالتالي تضع القواعد المهنية المتعارف عليها في الإعلام التقليدي، فهذا المعطى قد يضع أصحاب هذه الصفحات الفايسبوكية الإخبارية في خانة الوسيلة البديلة القائمة على اجتهادات فردية من أشخاص ليست لهم علاقة بهذه المهنة وتحكمه أطراف خارجية تقوم بتوجيههم في كفاءات صناعة الأخبار غير الصحيحة بما يتماشى مع خدمة أجنادتهم، فضلا عن ذلك أن كل صفحة تقوم بنشر ما تم نشره من معلومات وأخبار في المواقع الأخرى مع افتقادها لكل مظاهر الموضوعية والمصداقية والدقة في التعاطي معها.

من جهة أخرى فإن سرعة انتقال المعلومات الملفقة بين المستخدمين، يرجع أساسا إلى عدم وجود رقابة فعالة وقوانين تجرم نقل الأخبار المزيفة عبر الشبكات الاجتماعية الرقمية بشكل صارم، فضلا عن صعوبة التعرف على شخصية مطلق هذه الأخبار المغلوطة على وجه التحديد، ومن هذا المنطلق فإن انتشار الأخبار الكاذبة بشكل رهيب خلال عهد كورونا الجديد بالجزائر إن صح المجاز، يشكل التحدي الكبير الذي استطاع أن يتجاوزه. وفي هذا الإطار يعتبر الباحث "نصر رمضان"، أن استفحال ظاهرة نشر الأخبار الكاذبة يعد "أشد وأخطر سلبيات شبكات التواصل الاجتماعي لاسيما في أوقات الأزمات الأمنية أو السياسية، وفي ظل غياب وسائل الإعلام الأخرى في تغطية تلك الأزمات

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود
 ورغبة الجمهور فيه، لتشكل بذلك أخطر وأفتك الأساليب المستخدمة في التأثير على الأمن
 والجماهير".⁽¹³⁾

5- قراءة وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

5-1 فئات التحليل من حيث الشكل:

فئة المنشور:

الجدول 1: يمثل فئة فرعية طبيعة المنشور

النسبة	التكرار	
2.27 %	01	نص
75 %	33	نص + صور
22.73 %	10	نص + صور + رموز
100 %	44	المجموع

المصدر: إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الدراسة الميدانية

يتضح من خلال الجدول أن الأغلبية الساحقة من المنشورات تحتوي على صورة واحدة على الأقل، على اعتبار أن الصور جاذبة للجمهور، فهي من العناصر التيبوغرافية أو ما يسمى بعناصر الإبراز، إضافة إلى استخدام الرموز التعبيرية التي تميز موقع الفايسبوك، وهي كذلك تجعل المنشور محل جذب ومتابعة.

الجدول 2: يمثل فئة فرعية تكرار الصورة

النسبة	التكرار	
88.63 %	39	صورة واحدة
4.54 %	02	صورتان
4.54 %	02	أكثر من صورتين
2.27 %	01	دون صورة
100 %	44	المجموع

المصدر: إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الدراسة الميدانية

يتضح من خلال أرقام الجدول أن السواد الأعظم من الأخبار اعتمدت على صورة واحدة فقط، وتفاوتت تعدد الصور، لأن وضع صورة واحدة على الفايسبوك تجعلها أكثر بروزا وبالجم الكبير، في حين أنه كلما تعددت الصور كلما صغر حجم الصور في واجهة المنشور، ما قد يؤثر على جاذبيته

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود
بالنسبة للجمهور، كما أن تعدد الصور قد يفضح صاحب الخبر الكاذب ويجعله في حرج، خصوصا إذا
كان هناك اختلاف ظاهر في تفاصيل الصور التي نشرها.

جدول 3: يمثل فئة فرعية مصدر الصورة

النسبة	التكرار	
% 53.48	23	محرك البحث غوغل
% 46.52	20	مواقع التواصل الاجتماعي
% 100	43	المجموع

المصدر: إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الدراسة الميدانية

هناك تقارب بين نسبة الصور المأخوذة من محرك البحث غوغل وتلك المستقاة من مواقع
التواصل الاجتماعي "فايسبوك"، ما يعني أن أولوية الصورة في حد ذاتها ومدى ملاءمتها لموضوع
الخبر الكاذب أهم من مصدرها في حد ذاته.

جدول 4: يمثل فئة فرعية مكان الصورة

النسبة	التكرار	
% 62.79	27	داخل الوطن
% 37.20	16	خارج الوطن
% 100	43	المجموع

المصدر: إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الدراسة الميدانية

من خلال الجدول يتضح أن حوالي ثلثي الصور المصاحبة للأخبار الملفقة محل الدراسة هي
من بيئة جزائرية، أي تم التقاطها داخل الوطن، وهي أكثر مصداقية عندما يتم إرفاقها بأخبار ملفقة
تتعلق بمختلف المشاكل والأزمة المرافقة لأزمة كورونا، وبالتالي تجد قبولا لدى الجمهور التي تعتبر
لديه بعض المعالم والأماكن مألوفة، خصوصا وأن الألفة والقرب الجغرافي من بين أهم القيم في
اختيار الأخبار، في حين تم استخدام أكثر من ثلث الصور من محيط خارج الجزائر، ما يجعل الجمهور
في حالة شك وريبة من صدقية الخبر، الذي لا يتوافق نصه مع الصورة المختارة.

جدول 5: يمثل فئة فرعية ظهور عنصر الجنس في الصورة

النسبة	التكرار	
% 66.66	28	ذكر
% 2.38	01	أنثى
% 14.28	06	ذكر وأنثى معا
% 16.66	07	غير ظاهر
% 100	42	المجموع

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود

المصدر: إعداد الباحث انطلاقاً من معطيات الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول أن أغلبية الصور ركزت على النوع الاجتماعي، ذكرا كان أم أنثى، بالتفاصيل الظاهرة أي بصور مقربة تكشف الملامح وتفاصيل الأشخاص وبالتالي هوياتهم، ما قد يجعل من الخبر سهل التحقق من صدقيته لدى الجمهور، خصوصا وإن كان هذه الشخوص معروفة أو مألوفة، كما أن ثلثي الصور المستخدمة في الأخبار الملفقة محل الدراسة ركزت على جنس الذكور.

جدول 6: يمثل فئة اللغة المستخدمة

النسبة	التكرار	
52.27 %	23	عربية فصحي
9.10 %	04	عامية
2.27 %	01	فرنسية
36.36 %	16	لغة هجينة
100 %	44	المجموع

المصدر: إعداد الباحث انطلاقاً من معطيات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول أن أكثر من نصف المنشورات بقليل اعتمدت على اللغة العربية الفصحى، وهذا أمر طبيعي إذا أراد صاحب الخبر أن يتسم خبره بشيء من المصداقية، فالجزائريون تعودوا على العربية الفصحى كلغة للأخبار، فهي أكثر جدية وحزما وإخبارا من اللغة العامية أو الهجينة التي تمزج العربية بالفرنسية والعامية أحيانا.

جدول 7: فئة الجمهور المستهدف

النسبة	التكرار	
56.81 %	25	مع خيارات السلطة في مواجهة أزمة كورونا
25 %	11	ضد خيارات السلطة في مواجهة أزمة كورونا
18.19 %	08	جمهور عام
100 %	44	المجموع

المصدر: إعداد الباحث انطلاقاً من معطيات الدراسة الميدانية

يتبين من الجدول أن الأخبار الملفقة محل الدراسة كانت موجهة في أكثر من نصفها إلى جمهور من مناصري خيارات السلطة في مواجهة أزمة كورونا أي مع دعم سياسات النظام في التعامل مع تبعات جائحة كورونا، مقابل ربع المنشورات موجهة لجمهور من منتقدي السلطة وضد سياساتها من قبيل أوقات الحجر الصحي أو تبريرات غياب السيولة المالية أو حتى في تنظيم الانتخابات المحلية في ظل الموجة الثالثة لأزمة "كوفيد" 19.

2-5 فئات التحليل من حيث المضمون:

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود

الجدول 8: يمثل فئة اتجاه المضمون

النسبة	التكرار	
% 70.45	31	سلبي
% 29.55	13	إيجابي
% 100	44	المجموع

المصدر: إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الدراسة الميدانية

يتضح من خلال أرقام الجدول أن أكثر من ثلثي الأخبار الملفقة كانت ذات اتجاه سلبي من حيث المضمون، وهذا أمر معقول إذا ما تحدثنا عن أخبار كاذبة غير صحيحة، فالهدف عادة يكون سلبيًا وليس إيجابيًا.

الجدول 09: فئة فرعية فكرة القيمة

النسبة	التكرار	
% 9.95	06	التحريض
% 20.89	14	التعبئة
% 38.80	26	التضليل
% 1.49	01	الجهوية
% 2.98	02	التفرقة
% 5.97	04	التخوين
% 7.46	05	إشاعة
% 7.46	05	التضيق
% 5.97	04	الاستهزاء
% 100	67	المجموع

المصدر: إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الدراسة الميدانية

من الجدول نلمس جليا بروز قيمة التضليل كأول هدف من الأخبار الكاذبة المتعلقة بالأزمة المتعددة الأبعاد التي خلفتها أزمة كورونا في الجزائر ومن الطرفين، تليها التعبئة في المستوى الثاني خصوصا في ظل غياب المعلومات الصحيحة حول الكثير من المسائل، ثم التحريض والتضيق والإشاعة في مستوى ثالث بنسب متقاربة وهي تعكس تماما أهداف الأخبار الملفقة التي تعتمد على تزيف وتحريف الوقائع والأحداث واختلاقها في بعض الأحيان لتحقيق أغراض ما.

وظهرت قيمة التضليل في كثير من الأخبار الملفقة، على غرار نشر صورة لعناصر الدرك الوطني وهي ترافق عمليات بيع مادة السميد، كما ظهرت التعبئة مجتمعة مع التضليل في نشر صور لمشاهد تهين الجزائريين وهم في طوابير طويلة تم تغيير قيمها الحقيقية باستخدام الكثير من برامج الفوتوشوب.

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود

الجدول 10: يمثل فئة فرعية اتجاه القيمة

النسبة	التكرار	
% 13.63	06	إيجابي
% 86.37	38	سلبي
% 100	44	المجموع

المصدر: إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الدراسة الميدانية

من الجدول، يتأكد أن الاتجاه العام للقيم المتضمنة في الأخبار الملفقة يكون سلبيا، بالنظر إلى الأهداف غير البريئة التي يراد تحقيقها من خلال نشر مثل هكذا أخبار.

الجدول 11: يمثل فئة الشخصيات الفاعلة

النسبة	التكرار	
% 12.24	06	رجل سياسة
% 4.08	02	رجل أعمال
% 18.36	09	أمني
% 44.89	22	مواطن
% 8.16	04	مسؤول
% 4.08	02	فنان
% 2.04	01	رياضي
% 2.04	01	مجاهد
% 2.04	01	تاجر
% 2.04	01	إعلامي
% 100	49	المجموع

المصدر: إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الدراسة الميدانية

يتضح من خلال أرقام الجدول أن المواطن العادي كان محورا أساسيا في حيك الأخبار الملفقة والشخصية الأبرز في القصص الخبرية المتضمنة، لأنه الفاعل رقم واحد على الساحة الوطنية منذ بداية الأزمة الصحية التي رمت بأطنابها على الكثير من القطاعات، فهو تحول إلى رمز وأيقونة في مخيال الجزائريين وبالتالي كلما دارت الأحداث حول شخص المواطن كلما كان الخبر محل اهتمام من الجمهور، ثم بدرجة أقل رجال السياسة الذين كانوا محل شد وجذب من قبل الجزائريين الذين فقدوا الثقة في السياسة والأحزاب، وعلى مستوى آخر تم تسجيل الكثير من الأخبار الملفقة حول شخصيات رجال المال والأعمال في جزئية مساعدتهم لمختلف المؤسسات الصحية لا سيما بمولدات الأكسجين واقتناء المكثفات للمساهمة في مواجهة الأزمة.

الجدول 12: يمثل فئة الاستمالات الإقناعية

النسبة	التكرار	
% 93.18	41	عاطفي
% 6.82	03	عقلي
% 100	44	المجموع

المصدر: إعداد الباحث انطلاقا من معطيات الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول أن الأغلبية الساحقة من الأخبار الملفقة محل الدراسة استخدمت استمالات إقناعية عاطفية، خاطبت المشاعر والأحاسيس قبل العقل، وابتعدت عن طابع الإخبار وإعطاء المعلومة التي تنبني على قوالب فنية معروفة في الكتابة والتحرير، وتستلزم الإجابة على أكبر قدر ممكن من الأسئلة الست المعروفة، وهو ما كان مغيبا في كثير من هذه الأخبار الكاذبة، ما يجعل الطابع التعبوي والتوجيهي ظاهرا للجمهور وبالتالي ارتفاع احتمال رفض الخبر وعدم تصديقه.

6- النتائج العامة للدراسة:

- أغلبية ساحقة من الأخبار الملفقة تكون مرفوقة بصور، لإعطاء مصداقية وقوة للخبر، وهو ما يؤكد الباحث عبد الله بدران الذي يقول "إن الصورة تكون بمنزلة الوثيقة الشاهدة على تأكيد صحة الخبر ووقوعه".⁽¹⁴⁾

- يمزج صناع الأخبار الملفقة على الفاييسبوك بين الصور الخاصة بالواقع الجزائري وصور من خارج الوطن؛

- تركز الأخبار الملفقة على الرجل كمحور للشخصيات الفاعلة في مختلف الأحداث، خصوصا فئة الشباب والأطباء، لأن الجيش الأبيض يعد بطلا في الأزمة الصحية التي تمر بالعالم أجمع، وكل ما ينشر حولهم يكون محل اهتمام؛

- يستخدم صناع الأخبار الكاذبة صورا حقيقية في أخبارهم، بنسبة أكبر من الصور المفبركة، بالنظر إلى أن الصورة الحقيقية تكون أكثر مصداقية لدى الجمهور ويصعب الكشف عن زمانها ومكانها الحقيقي.

- أغلب الصور المستخدمة في الأخبار الكاذبة محل الدراسة هي قديمة مقارنة بفترة المنشورات الممتدة بين جوان وديسمبر 2022، وهي ذات قيم سلبية الهدف منها التضليل والتحريض؛

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود

- اللغة العربية الفصيحة هي اللغة الأولى المستخدمة في تحرير الأخبار الملفقة، ثم الهجينة التي تمزج بين الفصحى والعامية والفرنسية وحتى الرموز التعبيرية في بعض الأحيان، فاللغة العربية أقرب للغة الأخبار وتعطيها صدقية؛

- الداعمون لسياسات الحكومة في مواجهة تبعات الأزمة الصحية هم الجمهور الأكثر استهدافا بالأخبار الملفقة، من خلال العينة المدروسة، إما بالتعبئة أو التجييش ضد خيارات السلطة القائمة في التعاطي مع الأزمة؛

- اتجاه مضامين الأخبار الملفقة كان سلبيا في الغالب، وهذا طبيعي بالنظر إلى أسس صناعة الفايك نيوز، التي تركز على الكذب وخلق الأحداث وتشويهها؛

- قيم التعبئة والتضليل والتحريض كانت أبرز القيم المتضمنة في الأخبار الملفقة المدروسة، وهو ما يتطابق مع حالة الوضع العام الراهن الذي تعيشه الجزائر، وهو ما يؤكد دافيد لازار، David M.J Lazer، عندما يقول "تداخل الأخبار المزيفة مع الأخبار الأخرى لتحث اضطرابات في المعلومات، مثل التضليل والترويج لمعلومات خاطئة أو مضللة عن قصد لخداع الناس".⁽¹⁵⁾

- المواطن العادي كان الشخصية الأبرز في جميع قصص الأخبار الملفقة على اعتبار أنه البطل والأيقونة، يليه رجل الأمن والطبيب كانا في قلب الأحداث منذ بدأ هذه الأزمة المتعددة الأبعاد ثم رجل السياسة؛

- الأغلبية الساحقة من الاستمالات الإقناعية في الأخبار الملفقة كانت عاطفية، تخاطب المشاعر والأحاسيس بدل العقل، وهو ما أشار إليه "يسعى القائم بالفبركة إلى محاصرة المنافس، سواء كان فردا أو مؤسسة أو كيانا سياسيا، عبر حملات التشويه والكذب، وصوغ صورة ذهنية سلبية وكاريكاتورية عن الخصم السياسي وسط الرأي العام بهدف خلق حالة من الإرعاب والتخويف من خطابه أو مشروعه أو وجوده السياسي".⁽¹⁶⁾

خاتمة

خلصت هذه الدراسة إلى تأكيد الاتجاه السلبي للأخبار الملفقة خصوصا في الأزمات والمراحل الاستثنائية التي تمر بها الدول والشعوب، حيث تكون جميع المنظومات هشة وسهلة الاختراق والتوجيه، وقد تأكد أن مواقع التواصل الاجتماعي، خصوصا الفاييسبوك الذي يعد الأكثر استخداما في

توظيف الأخبار الملفقة في التضليل الإعلامي خلال جائحة "كوفيد" 19 بالجزائر ————— د. صولي ميلود
الجزائر، كان فضاء خصبا لنشر وتداول الأخبار الملفقة Fake News بهدف التضليل الإعلامي فيما يخص الأزمة المتعددة الأبعاد التي أحدثتها جائحة كورونا -كوفيد 19- وهو الموضوع الذي انقسمت حوله المواقف والآراء، وبالتالي يحاول كل طرف ضخ أكبر عدد ممكن من الأخبار الكاذبة على موقع الفيسبوك، لاستقطاب الجمهور وتوجيهه مواقفه نحو خيارات معينة، انطلاقا من تشويهه وتزوير الأخبار، وخلق الإشاعة والتحريض وكل ما من شأنه التأثير في الطرف الآخر، وتبقى النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة جزءا يسيرا من واقع تداول الأخبار الملفقة على شبكة الانترنت وانعكاسات ذلك على الجمهور.

وبناء على ما تقدم فإن مواجهة ومحاربة الأخبار الكاذبة يفرض على مستخدمي منصات الميديا الاجتماعية، إدراك حقيقة أن الأخبار الملفقة تنتشر بسرعة البرق وكالمنار في الهشيم عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي، الأمر الذي يجعل منها تحرز إعجابات كثيرة، وهو ما يفرض على مستخدمي الشبكات الاجتماعية الرقمية توخي الحذر المضاعف عند رغبتهم في نشر أي أخبار تثار حولها الكثير من الجدل وتفادي السقوط في فخ الحصول على حزم التعليقات وعلامات الإعجاب "لايك".

الهوامش وقائمة المراجع:

- 1- عدلي العبد، عاطف، (2007)، بحوث الإعلام والرأي العام تصميمها وتنفيذها، مصر، ط.4، دار الفكر العربي، ص.46.
- 2 - بن مرسل، أحمد، (2003)، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ط.1، ديوان المطبوعات الجامعية، ص.108.
- 3 - عبد الحميد، محمد، (1983)، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر، ط.1، ديوان المطبوعات الجامعية، ص.163.
- 4 - عمرو، إسماعيل، (2020)، الناشطة في مواجهة الأخبار الكاذبة، لبنان: معهد الأصفري للمجتمع المدني والمواطنة، الجامعة الأمريكية، ص.4.
- 5 - حسون، عبيد هجيج وحسن مهدي حمزة، (2018)، جريمة بث الأخبار والإشاعات الكاذبة: دراسة مقارنة، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، العدد: 7، العراق، ص.246.
- 6 - المعهد الديمقراطي الوطني، (2001)، تقرير حول: دعم سلامة المعلومات والخطاب السياسي المدني، واشنطن.
- 7 - Lawrence, Alexander, Social Network Analysis Reveals Full Scale of Kremlin's Twitter Bot Campaign, 28-10-2021, article sur l'internet : <https://cutt.us/bx0JG>
- 8 - أبو عرقوب، عمر، (2019)، ستة أنواع للأخبار الكاذبة في العصر الرقمي، مجلة الصحافة، العدد: 13، قطر، ص.12.

9 - كلير، واردل، الأمر ليس سهلاً عندما يتعلق بالأخبار الزائفة، مقال موجود على شبكة الإنترنت، تاريخ التصفح 2021/10/5، مقال متاح على الرابط التالي:

<https://cutt.us/NnSSu>

10- منظمة الأمم المتحدة، (2019)، تقرير صادر عن برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، في فهم الأخبار المزيفة في لبنان، نشر الوعي حول الأخبار المزيفة ذات التأثير على الاستقرار الاجتماعي وحقوق الإنسان، لبنان، ص.8.

11 - مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، (2018)، مفهوم "الأخبار الكاذبة": كيف يؤثر الخطاب السياسي الأمريكي على حرية الصحافة في مصر، القاهرة، ط.1، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، ص.7.

12 - الشامي، أسامة، (2019)، التضليل استراتيجية الحكومات البديلة، مجلة الصحافة، (العدد: 13)، قطر، ص.3.

13 - حربي، نصر رمضان سعد الله، (2019)، الشائعات ونشرها عبر مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي، مصر، ط.1، كلية الحقوق جامعة طنطا، ص.19.

14 - عبد الله بدران، (2014)، الصورة الصحافية: الأبعاد الأخلاقية والتطورات التقنية، مجلة الكويت، العدد: 365، ص.45.

15 - عمرو محمد، عبد الحميد، (2019)، العدا لوسائل الإعلام: التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور، مصر، ط.1، دار العربي للنشر والتوزيع، ص.163.

16 - الراجي محمد، (2018)، صناعة الأخبار الكاذبة ولولب الحصار المعلوماتي للرأي العام، مجلة دراسات إعلامية، مركز الجزيرة للدراسات، ص.9.