

الشائعات في الميديا الجديدة

دراسة تحليلية لصفحتي هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية و Fake News DZ على الفيسبوك-

Rumors in the New Media -An Analytical Study of the Two Pages: The Anti-Electronic Rumors Authority and Fake News DZ on Facebook-

ياسر بن جلول¹

مخبر الدراسات الدعوية والاتصالية بجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

y.bendjelloul@univ-emir.dz

د. ليلى فيلالي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

filali.leila@yahoo.fr

تاريخ الوصول 2022/03/25 القبول 2022/10/19 النشر على الخط 2022/11/05

Received 25/03/2022 Accepted 19/10/2022 Published online 05/11/2022

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الشائعات في الميديا الجديدة، بحيث تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج تحليل المحتوى، من خلال إجراء دراسة تحليلية لصفحتين جزائريتين على موقع الفيسبوك تنشطان في مجال مكافحة الشائعات وهما صفحة هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية و صفحة Fake News DZ. طبقت الدراسة على 202 شائعة خلال الفترة الزمنية الممتدة لعام كامل من 1 أبريل 2020 إلى 31 مارس 2021، وذلك باستخدام أسلوب الحصر الشامل. وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من بينها أن أكثر الشائعات التي كانت متداولة في الميديا الجديدة هي الشائعات الصحية، وأن الشائعات انطلقت من مصادر متعددة تصدرتها صفحات وحسابات الفيسبوك، وأن الأخبار والمعلومات غير الصحيحة والتلاعب في الصور كانت أبرز طرق إنتاج الشائعات.

الكلمات المفتاحية: الشائعات، الميديا الجديدة، مواقع التواصل الاجتماعي، الصحافة الإلكترونية.

Abstract:

This study aimed to identify the reality of rumors in the new media, as it belongs to the descriptive studies that relied on the content analysis method, by conducting an analytical study of two Algerian Facebook pages that are active in the fight against rumors, namely the page of the Anti-Electronic Rumors Authority and the Fake News DZ page. The study was applied to 202 rumors during the period of a full year from 1st April 2020 to 31st March 2021, using the complete enumeration method. The study has reached a number of results, including that the most common rumors that were circulating in the new media were health rumors, and that the rumors were launched from multiple sources, topped by Facebook pages and accounts, and that incorrect news, information and manipulation of images were the most prominent methods of producing rumors.

Keywords: Rumors, New Media, Social Media, Electronic Press.

مقدمة:

تعتبر الشائعات من أخطر الأسلحة الفتاكة والمدمرة للأفراد والأسر والجماعات والمجتمعات والمؤسسات والدول والأمم. وقد وجدت منذ وجود الإنسانية، وكان إبليس أول من استعمل سلاح الإشاعات لجعل آدم وزوجه حواء -عليهما السلام- يقدمان على الأكل من الشجرة المحرمة. فما زال الشيطان يشيع الأكاذيب حول الشجرة التي أمرها الله تعالى بالابتعاد عنها؛ حتى نجح في خداعهما، فأطاعاه، وصدقا ما أشاعه، وأكلا منها، فكانت نتيجة ذلك الخروج من الجنة¹. ولقد ذكر القرآن تلك الإشاعات الكاذبة في مواطن متعددة، منها قوله تعالى: ﴿فَوَسْوَسَ لَهُمَا الشَّيْطَانُ لِيُبْدِيَ لَهُمَا مَا وُورِيَ عَنْهُمَا مِنْ سَوَاتِهِمَا وَقَالَ مَا نَهَاكُمَا رَبُّكُمَا عَنْ هَذِهِ الشَّجَرَةِ إِلَّا أَنْ تَكُونَا مَلَكَتَيْنِ أَوْ تَكُونَا مِنَ الْخَالِدِينَ﴾². ولم يسلم الرسل والأنبياء من حرب الشائعات، قال جل وعلا: ﴿كَذَلِكَ مَا أَتَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ مِنْ رَسُولٍ إِلَّا قَالُوا سَاحِرٌ أَوْ مَجْنُونٌ أَتَوَاصَوْا بِهِ ۗ بَلْ هُمْ قَوْمٌ طَاغُونَ﴾³.

وقد عرفت البشرية الأخبار التي لا خطم لها ولا أزمة منذ فجر التاريخ، واستخدمت الشائعات في المجتمعات والحضارات والأمم المختلفة طوال التاريخ الإنساني. فعلى سبيل المثال وليس الحصر، تكلم الفيلسوف العسكري الصيني سون تزو قبل أكثر من ألفي عام عن كيفية الاستفادة من الشائعات في الحرب، وذلك باستعمال فئة من الجواسيس تسمى بالجواسيس المضللين وتزويدهم بمعلومات زائفة يمررونها للعدو⁴. وعانى أباطرة الرومان من وباء الإشاعة إلى درجة أنهم عينوا حراس إشاعات مهمتهم تنحصر في مخالطة الناس، ونقل ما يسمعونه من إشاعات إلى القصر الإمبراطوري، فضلا عن إطلاق الإشاعات المضادة⁵. وكذلك كانت دولة المغول بقيادة جنكيز خان من أبرع الدول في استعمال الشائعات كسلاح في حربها لأعدائها، وفي تدمير قواهم المعنوية، وفي إلقاء الرعب والفرع في قلوبهم، وذلك مثلا من خلال إعداد مجموعات من قوافل التجار، وظيفتها إشاعة أن جيش المغول لا يقف في وجهه شيء⁶. وكان جوزيف جوبلز وزير الدعاية السياسية في عهد أدولف هتلر أيام ألمانيا النازية أحد أبرز من وظفوا وسائل الإعلام في الحرب النفسية، وهو صاحب المقولة الشهيرة التي تدل على منهجه الإعلامي: "أكذب حتى يصدقك الناس"⁷.

كما وجدت الشائعات في وسائل الإعلام والاتصال المختلفة، ففي السنة الثانية للحرب العالمية الثانية، حاول البريطانيون أن يدمروا محطة السكة الحديدية الرئيسية بوتسدام في برلين عدة مرات، ولكنهم لم ينجحوا في محاولاتهم تلك، إلا أن الألمان أشاعوا بأن الإنجليز قد نجحوا في محاولاتهم. وعندما وصلت هذه الإشاعات إلى بريطانيا، صدقت الأمر وسرعان ما أذاعت الخبر رسميا. حينئذ أخذت وزارة الدعاية الألمانية بعض الصحفيين الأمريكيين إلى المحطة الرئيسية لإثبات كذب الإذاعة البريطانية، وبذلك استطاع الألمان الحط من شأن الإذاعة البريطانية والتشكيك بمصداقيتها⁸. ومن ناحية أخرى ظهرت محاولات لمواجهة خطر الشائعات، فخلال الحرب العالمية الثانية، وفي الفترة الممتدة بين مارس 1942 وديسمبر 1943، استحدثت الصحيفة اليومية في بوسطن Herald Traveler زاوية أسبوعية تحت عنوان

¹ محمد سيد طنطاوي، الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام، ط1، دار الشروق، القاهرة، مصر، 2001، ص 9-13.

² سورة الأعراف: 20.

³ سورة الذاريات: 52-53.

⁴ صن تزو، فن الحرب، ترجمة رءوف شبايك، ط1، دار أجيال للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007، ص 128-129.

⁵ كامل محمد عويضة، علم نفس الإشاعة، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 1996، ص 111.

⁶ محمد سيد طنطاوي، مرجع سابق، ص 182-183.

⁷ عصام عبد الفتاح، أطلس الحربين العالميتين (الأرض.. والحرب.. والسلام)، ط1، شركة الشريف ماس للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015، ص

322.

⁸ مصطفى الدباغ، المرجع في الحرب النفسية، ط1، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، 1998، ص 97.

((عيادة الشائعات))، تخصص في كل مرة لدحض شائعة متداولة، وهي مبادرة سرعان ما تبنتها أربعون صحيفة أمريكية كبرى ومجلات عدة. ومنذ العام 1968، أنشأت غالبية المدن الأمريكية الكبرى مراكز معلومات متخصصة عرفت بمراكز ضبط الشائعات.¹ وإذا كانت الشائعات في الأزمنة السابقة تقتصر على أناس بأعينهم، وأماكن محددة، وربما يطول انتقالها من مكان إلى آخر. وإذا كانت تستند فيما مضى إلى وسائل الإعلام التقليدية كالصحف، أو المخطات الإذاعية، أو القنوات الفضائية، فإنها بعد ظهور الشبكة العنكبوتية، والميديا الجديدة بمختلف أدواتها من صحافة إلكترونية، وشبكات تواصل اجتماعي، ومنتديات، ومدونات، وغيرها؛ وجدت مجالا رحبا للانتشار عبر وسائل تسير بها سير النار في الهشيم، متخطية حواجز الزمان والمكان، فيسمع بها القاصي والداني، في دقائق أو ثوان معدودة.

أولا: إشكالية الدراسة ومنهجها:

1. الإشكالية:

ليست الشائعات ظاهرة مستحدثة، فقد كانت لها صولات وجولات في مختلف العصور والأمصار، وفي أوقات السلم والحرب، وتطورت بتطور وسائل الاتصال والإعلام التي تحملها وتنقلها وتزيد من حدتها. فقبل اعتماد الكتابة، كانت المشافهة هي قناة التواصل الوحيدة في المجتمعات. وكانت الشائعة وسيلة لنقل الأخبار وبناء السمعة أو تقويضها، وتأجيج الفتن أو الحروب.² ثم أخذت رقعة انتشارها تتسع في الوقت نفسه الذي بدأت فيه الأخبار بالذوب على نطاق واسع، وذلك بعد اختراع الطباعة على يد غوتنبرغ في القرن الخامس عشر. فقد كان من الصعب التحقق من الأخبار في تلك الحقبة. كانت هناك الكثير من مصادر الأخبار -من المنشورات الرسمية من قبل السلطات السياسية والدينية، إلى روايات شهود العيان من البحارة والتجار- دون وجود لمفهوم أخلاقيات الصحافة أو الموضوعية.³ وتتوالى الأزمنة، ولا تزال الشائعات مستمرة، فكان لاقتحام شبكة الإنترنت معترك الحياة البشرية وما أعقبها من مستحدثات أن أفرزت واقعا إعلاميا جديداً؛ فالتجهت المؤسسات الإعلامية لنشر المحتويات التي تقدمها على شبكة الويب، كما أتاحت الميديا الجديدة إمكانية إنتاج المحتوى من قبل المستخدمين أو الجمهور User-Generated Content، ما أسهم في بروز ما بات يعرف باسم صحافة المواطن Journalism Citizen. كل هذا فتح الباب على مصراعيه أمام صانعي الشائعات سواء كانوا أفراداً أو جماعات أو مؤسسات أو دولا أو لجانا إلكترونية لبث الشائعات في شتى المجالات عبر الفضاء السبراني لتحقيق مآربهم وأهدافهم. وممكن الخطر ليس فقط بتصديق المستخدمين لها، بل بقيامهم بالترويج لها، فتري جموعا من الناس يصبحون أبواقا لمطلقي الإشاعات، يرددون أراجيفهم، ويتسارعون لإحراز قصب السبق في نشر الأخبار والمعلومات أو تلقيها أو مشاركتها أو التعليق عليها، بقطع النظر عن مصداقيتها.

أصبحت الشائعات ظاهرة عالمية تهب رياحها فوق كل أرض وتحت كل سماء. فقد أظهر تحليل لموقع BuzzFeed News* أنه في الأشهر الأخيرة من الحملة الرئاسية الأمريكية التي سبقت الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام 2016، حصلت أهم عشرين قصة إخبارية

¹ جان نوبل كابفيرير، الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم، ترجمة تانيا ناجيا، ط1، دار الساقى، بيروت، لبنان، 2007، ص 302-305.
² المرجع نفسه، ص 13.

³ Jacob Soll, "The Long and Brutal History of Fake News", Available at:

<https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535>, 21 December 2020, 14:19.

* بدأ في عام 2012، وهي مؤسسة إخبارية عالمية تقدم تقارير أصلية عبر الإنترنت. يبلغ متوسط عدد القراء أكثر من 50 مليون قارئ شهرياً. لدى

BuzzFeed News أكثر من 100 صحفي في نيويورك، لوس أنجلوس، واشنطن، سان فرانسيسكو، لندن، برلين، تورنتو، شيكاغو، ساو باولو، وطوكيو، ومراسلون أجنب في مكسيكو سيتي، نيودلهي، وأوكرانيا. فازت تقاريرهم بعدة جوائز منها: جائزة الرابطة الوطنية للصحفيين السود، جائزة نادي لندن للصحافة،

مزيفة عن الانتخابات على منصة الفيسبوك على تفاعل إجمالي أكبر من أهم عشرين قصة إخبارية حقيقية من 19 منفذاً من المنافذ الإخبارية الكبرى مجتمعة مثل: New York Times، Washington Post، Huffington Post، و NBC News، وغيرها. حيث حقق 20 خبراً انتخابياً مزيفاً 8,711,000 مشاركة وردود فعل وتعليقات على الفيسبوك، في حين أنتجت أفضل 20 قصة انتخابية من 19 موقعاً إخبارياً رئيسياً ما مجموعه 7,367,000 من المشاركات وردود الفعل والتعليقات.¹ كما شهدت مصر 53 ألف شائعة في 60 يوماً وتحديداً خلال شهري سبتمبر وأكتوبر من سنة 2017. 70% منها روجتها وسائل التواصل الاجتماعي، كما نقلت بعض وسائل الإعلام نسبة 30% من هذه الشائعات على أنها أخبار حقيقية دون التأكد من صحتها.²

وتكتوي الجزائر كغيرها من دول العالم بنار المعلومات المغلوطة (Misinformation) والمعلومات المضللة (Disinformation)؛ مما اضطر المشرع الجزائري إلى إضافة مادة قانونية جديدة تعنى بنشر وترويج أخبار زائفة تمس بالنظام والأمن العموميين، وقد نصت هذه المادة على أنه: "يعاقب بالحبس من سنة (1) إلى ثلاث (3) سنوات وبغرامة من 100.000 دج إلى 300.000 دج، كل من ينشر أو يروج عمداً، بأي وسيلة كانت، أخباراً أو أنباءً كاذبة أو مغرصة بين الجمهور يكون من شأنها المساس بالأمن العمومي أو النظام العام. تضاعف العقوبة في حالة العود."³ أضف إلى ذلك، ظهور صفحات وحسابات جزائرية على مواقع التواصل الاجتماعي كالفيسبوك وتويتر تنشط في كشف ومحاربة الشائعات والأخبار الزائفة، منها على موقع الفيسبوك كمثال:

صفحة هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية*، صفحة Fake News DZ*، صفحة المعرفة والأكاذيب - Toufik Toubal*، صفحة راصد الأخبار الكاذبة بالجزائر*. وبناءً على ما سبق فإن هناك حاجة ماسة لتسليط الضوء على واقع الشائعات في الميديا الجديدة، ومنه تأتي هذه الدراسة لتجيب على السؤال الرئيس التالي: ما هو واقع الشائعات في الميديا الجديدة من خلال صفحتي هيئة مكافحة

جائزة نادي الصحافة في الخارج، جائزة النشر الرقمي، جائزة الرابطة الكندية للصحفيين، جائزة المراسلين والحررين الإستقصائيين، وغيرها كثير. ينظر:

BuzzFeed News, "About BuzzFeed News", Available at:

<https://www.buzzfeednews.com/article/buzzfeednews/about-buzzfeed-news>, 17 January 2021, 14:57.

¹ Craig Silverman, "This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook", Available at: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook#.ssvv6Avgl>, 21 December 2020, 14:33.

² أمين صالح، "دراسة: مصر شهدت 53 ألف شائعة في 60 يوماً 70% منها روجتها السوشيال ميديا"، موقع: <https://www.youm7.com/>، تاريخ الزيارة: 25 جانفي 2021، الساعة: 13:26.

* المعلومات الخاطئة أو المغلوطة (misinformation) هي معلومات مغلوطة يعتقد الشخص الذي ينشرها أنها صحيحة. أما المعلومات المضللة (disinformation) أو التضليل فهو يعتمد على معلومات خاطئة يعلم الشخص الذي يقوم بنشرها أنها خاطئة، فهي كذب متعمد مقصود. ينظر: منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، الصحافة والأخبار الزائفة والتضليل، اليونسكو - مؤسسة فريدريش ناومان من أجل الحرية، عمان، الأردن، 2020، ص 40.

³ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 25، 29 أبريل 2020، قانون رقم 06-20، المؤرخ في 28 أبريل 2020، الفصل السادس مكرر، المادة 196 مكرر، ص 11.

* ينظر: <https://www.facebook.com/StopRumorsDz>

* ينظر: <https://www.facebook.com/FakenewsDZ>

* ينظر: <https://www.facebook.com/Toubal.TT>

* ينظر: <https://www.facebook.com/anti.propagandadz>

الإشاعات الإلكترونية و Fake News DZ الجزائريين على الفيسبوك؟ وتدرج ضمن التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية تتمثل فيما يلي:

- ما هي المجالات التي ركزت عليها الشائعات في الميديا الجديدة من خلال صفحتي هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية و Fake News DZ على موقع الفيسبوك؟
- ما هي مصادر الشائعات في الميديا الجديدة وفق الصفحتين محل الدراسة؟
- ما هي أنواع الشائعات في الميديا الجديدة كما جاء في الصفحتين محل الدراسة؟
- ما هي الأطر الجغرافية للشائعات في الميديا الجديدة من خلال الصفحتين محل الدراسة؟
- ما هي الطرق المستخدمة في إنتاج الشائعات في الميديا الجديدة من خلال الصفحتين محل الدراسة؟
- ما هي مصادر إثبات عدم صحة الشائعات في الصفحتين محل الدراسة؟
- ما هي الأدلة المستخدمة في دحض الشائعات في الصفحتين محل الدراسة؟
- ما هو حجم تفاعل المستخدمين مع الشائعات ومع دحض الشائعات من خلال الصفحتين موضع الدراسة؟

2. أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن واقع الشائعات في زمن وسائط الإعلام والاتصال الجديدة، من خلال صفحتي هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية و Fake News DZ الجزائريين على منصة الفيسبوك، وذلك من حيث مجال الشائعات، مصادرها، أنواعها، أطرها الجغرافية، طرق إنتاجها، مصادر إثبات عدم صحتها، الأدلة المستخدمة في دحضها، وحجم التفاعل مع الشائعات ومع دحضها.

3. أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من القضية الحية التي تتناولها وهي الشائعات التي تعد من أهم أساليب ووسائل الحرب النفسية. فكم كان لمكذوب الأخبار من آثار وخيمة وعواقب جسيمة ترتبت على انتشارها على مدار التاريخ، فإن الحرب ألوها كلام، ولا أدل على هذه الخطورة من أن شائعة امتلاك العراق لأسلحة الدمار الشامل كانت من أهم مسوغات الاحتلال الأمريكي للعراق سنة 2003. وتزداد أهمية دراسة الشائعات في ظل التطور التكنولوجي المتسارع وانتشار الإنترنت، وفي ظل التطور الهائل الذي حصل في برامج التصميم وبرامج المونتاج، فضلا عن تقنية التزييف العميق Deepfake؛ بحيث صار يصعب التمييز بين الغث والسمين والصادق والكاذب من الأخبار والمعلومات والصور والفيديوهات.

كما تمكن أهميتها في كون نشر الأخبار الكاذبة والتلاعب بالمعلومات من أبرز تكتيكات الحرب المعلوماتية، هذه الأخيرة التي تعد أحد مجالات الصراع في حروب الجيل الخامس Fifth Generation¹ Warfare ولم يكتف هذا الجيل من الحروب على تسخير الإعلام التقليدي والحروب النفسية بل يمتد ليشمل استخدام الإعلام الجديد بمختلف وسائله في شن الهجمات الإلكترونية. كما تؤثر الحروب الافتراضية على الرأي العام الإلكتروني لأنها تهتم أساسا بنشر الشائعات والترويج للأكاذيب ونشر الصور والفيديوهات المفبركة.² وإذا كانت الشائعات قد أفضت مضاجع الدول المتقدمة فكيف بغيرها؟ ففي 23 أبريل من سنة 2013 نشرت وكالة أسوشيتد برس Associated Press تغريدة على تويتر فحوها: "انفجاران في البيت الأبيض وإصابة باراك أوباما". في غضون دقائق، أعيد تغريدها حوالي 4000 مرة.

¹ شادي عبد الوهاب منصور، حروب الجيل الخامس أساليب التفجير من الداخل على الساحة الدولية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019، ص 121.

² محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2018، ص 194-196.

في الحقيقة كان خبرا ملفقا، أشاعه قراصنة بعد اختراقهم لحساب وكالة أسوشيتد برس على تويتر. وبمجرد الانطلاق في التغريد، بدأ سوق الأسهم في الولايات المتحدة الأمريكية بالانهيار مباشرة.¹

4. تحديد المفاهيم:

1.4. الشائعات:

لغة: شاع الشيب شيعا وشياعا وشيعانا وشيوعا وشيعوعة ومشيعا: ظهر وتفرق. وشاع الخبر في الناس يشيع شيعا وشيعانا ومشاعا وشيعوعة، فهو شائع: انتشر وافترق وذاع وظهر. وأشاع ذكر الشيء: أطاره وأظهره. والشاعة: الأخبار المنتشرة. وأشعت المال فرقته. وأشعت السر وشعت به إذا أذعت به. ورجل مشيع أي مذياع لا يكتفم سرا.² والشائعة: الخبر ينتشر ولا تثبت فيه.³

والشيعاء: الانتشار والتقوية. يقال: شاع الخبر، أي: كثر وقوي، وشاع القوم: انتشروا وكثروا، وشيعت النار بالحطب: قويتها، والشيعاء: من يتقوى بهم الإنسان وينتشرون عنه.⁴ وفي قوله تعالى: ﴿إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ﴾⁵. أي: أن يشيع خبرها، لأن الشيعوع من صفات الأخبار والأحاديث كالفشو وهو: اشتهاه التحدث بها.⁶

أما اصطلاحا فقد تعددت تعريفات الشائعات، ومن أبرزها ما يأتي:

الترويج لخبر مخلق لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة أو التهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومات كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو القومي تحقيقا لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول.⁷

واعتبر عالم الاجتماع الأمريكي تي شيبوتاني T. Shibutani الشائعات أخبارًا ملفقة تتولد من نقاش جماعي.⁸

كما عرفت بأنها: معلومات كاذبة أو تم تحويرها وتلوينها، تتعلق بمجال اقتصادي أو سياسي أو عسكري أو غير ذلك، يتم بنشرها تضليل الرأي العام وهز ثقته في أوضاع قائمة.⁹

¹ - Aine McMahon, " Hacked Associated Press Twitter account falsely reports explosions at White House", Available at: <https://www.irishtimes.com/news/hacked-associated-press-twitter-account-falsely-reports-explosions-at-white-house-1.1370348> ,23 December 2020, 14:46.

- Mark Prigg, " The tweet that cost \$139 BILLION: Researchers analyse impact of hacked 2013 message claiming President Obama had been injured by White House explosion", Available at: <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3090221/The-tweet-cost-139-BILLION-Researchers-analyse-impact-hacked-message-claiming-President-Obama-injured-White-House-explosion.html> , 23 December 2020, 14:46.

² أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الافريقي المصري، لسان العرب، المجلد الثامن، دار صادر، بيروت، لبنان، دت، ص 191.

³ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2004، ص 503.

⁴ الراغب الأصفهاني، مفردات ألفاظ القرآن، تحقيق صفوان عدنان داوودي، ط4، دار القلم، دمشق، سوريا، 2009، ص 470.

⁵ سورة النور: 19.

⁶ محمد الطاهر ابن عاشور، التحرير والتنوير، الجزء الثامن عشر، الدار التونسية للنشر، تونس، 1984، ص 184.

⁷ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003، ص 1455.

⁸ جان نويل كابفيرير، مرجع سابق، ص 20.

⁹ صفاء هاشم وآخرون، معجم المصطلحات الإعلامية، مجمع اللغة العربية، مصر، 2008، ص 77.

وعرفت أيضا بأنها: الأحاديث والأقوال والأخبار والروايات التي يتناقلها الناس دون التأكد من صحتها، ودون التحقق من صدقها. ويميل كثير من الناس إلى تصديق كل ما يسمعون دون محاولة للتأكد من صحته، ثم يروونه إلى غيرهم. وقد يضيفون إليه بعض التفاصيل الجديدة، وقد يتحمسون لما يروونه، ويدافعون عنه بحيث لا يدعون السامع يتشكك في صدق ما يقولونه.¹

وعرفت كذلك بأنها: "عبارة عن أحاديث غير مؤكدة يختلقها البعض لأغراض معينة، ويتناقلها الناس عن أحوالهم وأحوال بلدتهم خلال الشبكة الاجتماعية بحسن نية دون تثبت من صحتها، نتيجة تعميم الأخبار، وتكثر الإشاعات في أوقات الأزمات، وتكافح بالرقابة والعقوبة والوقائع الصحيحة."²

وهي: "خبر أو مجموعة أخبار زائفة تنتشر في المجتمع بشكل سريع وتتداول بين العامة ظنا منهم على صحتها. دائما ما تكون هذه الأخبار شائعة ومثيرة لفضول المجتمع والباحثين وتفتقر هذه الإشاعات عادة إلى المصدر الموثوق الذي يحمل أدلة على صدق الأخبار."³ بناءً على ما سبق يمكن تعريف الشائعات إجرائياً بأنها: الأخبار الزائفة والمعلومات المغلوطة والمضللة، بكل أنواعها وأشكالها، وكذا بكل مواضيعها، التي يتم إطلاقها ونشرها وترويجها والتفاعل معها في الميديا الجديدة بحسن نية أو بسوء طوية، تحقيقاً لأهداف معينة على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على النطاق العالمي بأجمعه.

2.4. الميديا الجديدة:

يطلق على الميديا الجديدة أو النيو ميديا عدة مسميات ومصطلحات منها: الإعلام التفاعلي، الإعلام الرقمي، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي، إعلام المعلومات، الإعلام الإلكتروني... إلخ.⁴ وتسميات وسائل الإعلام الجديدة أو وسائل الإعلام التفاعلية أو وسائل الاتصال الحديثة على رغم اختلافها اللفظي إلا أنها تفيد عن مدلول واحد هو تقنيات الإعلام الحديث.⁵

وقد عرفت الميديا الجديدة بأنها: تسخير التكنولوجيا في نشر الأخبار والمعلومات والمعارف من خلال عملية دمج وسائل الإعلام التقليدية مع الأدوات الرقمية وشبكة المعلومات العالمية بما يحقق الاتصال التفاعلي بين المرسل والمستقبل بسرعة فائقة عبر تكنولوجيا الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية التي تستخدم تقنية الويب.⁶

كما عرفت بأنها: جميع أشكال الإعلام الرقمي، الذي يقدم في قالب رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصوت والصورة والفيديو، إضافة إلى استخدام الكمبيوتر كأداة محورية من أجل عملية الإنتاج والعرض، والتفاعلية هي من أهم مميزات وسمات الوسائط الجديدة.⁷

وهي: أجهزة الإعلام الرقمية عموماً، أو صناعة الصحافة على الإنترنت، كما تشمل وسائل الإعلام التقليدية التي أفادت من التطور التكنولوجي والإنترنت، مثل الصحف المطبوعة، والإذاعة، والتلفزيون.¹

¹ حسن السعيد، سيكولوجية الإشاعة: رؤية قرآنية: إشارات موحية في الحرب النفسية وأجندة المواجهة، ط1، دار دجلة، عمان، الأردن، 2011، ص 19-20.

² محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 201.

³ سليمان الطعاني، الوجيز في التربية الإعلامية، ط1، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2020، ص 174.

⁴ فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، 2010، ص 182.

⁵ فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 286.

⁶ هزوان الوز، الإعلام أدوار وإمبراطوريات، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، سوريا، 2012، ص 14.

⁷ مي العبدالله، عبد الكريم شنين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (المشروع العربي لتوحيد المصطلحات)، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2014، ص 47.

ويقصد بالميديا الجديدة في هذه الدراسة: الصحافة الإلكترونية ومواقع القنوات التلفزيونية والإذاعات ووكالات الأنباء وصفحاتها وحساباتها وقنواتها الرسمية على وسائل التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى صحافة المواطن والمحتوى الذي ينتجه المستخدمون عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي.

3.4. صفحة هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية:

تأسست هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية في الجزائر للتوعية بخطورة الشائعات ونفيها والتحقق من الأخبار ونشر المعلومات الصحيحة. أنشأت صفحتها على الفيسبوك في 18 ديسمبر 2019، بلغ عدد المعجبين بها 174183 شخصا، ويقدر عدد متابعيها بـ 179621 شخصا. ترتبط الصفحة بموقع على شبكة الإنترنت: <https://stoprumors.net>، وترتبط ببريد إلكتروني: norumordz@gmail.com، ولموقعها حسابان على منصتي تويتر وإنستجرام.² صاحب هذه المبادرة هو الصحفي وليد كويني خريج كلية الإعلام والاتصال بالجزائر، والذي سبق له العمل في المجال الإعلامي وتحديداً في مجمع النهار. كانت فكرة تأسيس هذه المنصة موجودة منذ عام 2018، إلا أنها لم تجسد على أرض الواقع إلا بعد حراك 22 فيفري 2019، حيث كان الكم الكبير من المعلومات المغلوطة التي تتداول على وسائل التواصل الاجتماعي وحتى على المواقع الإخبارية، دافعا لتأسيس منصة تكون رادعة لمثل هاته الأكاذيب.³

4.4. صفحة Fake News DZ:

تم إنشاء الصفحة بتاريخ 6 أبريل 2019، تهدف إلى كشف الأخبار المغلوطة، بلغ عدد المعجبين بها 164530 شخصا، وتتم متابعتها بواسطة 173214 شخصا، ترتبط بحساب على موقع تويتر: <https://twitter.com/FakeNewsDZ>.⁴ وهي صفحة للتحقق من صحة المعلومات، تم إنشاؤها من باريس، من قبل طالبين جزائريين هما نسيم ولقمان بويدر. أتت فكرة إطلاقها مع بداية حراك 22 فيفري 2019، وكان الدافع الأول لذلك جعل المستخدمين على دراية بحجم ظاهرة الأخبار الزائفة من خلال إعطاء أمثلة على التلاعب بالمعلومات، ليس فقط على الشبكات الاجتماعية ولكن أيضا على وسائل الإعلام. ولا يهدف هذا المشروع إلى القضاء على المعلومات الخاطئة أو المضللة، بل يهدف إلى زيادة الوعي وإيجاد حافز عند بعض المستخدمين للبدء في أخذ المعلومات المتداولة على هذه الشبكات بحذر والتحقق منها.⁵

5.4. الفيسبوك:

يعرف بأنه موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، يمكن الأشخاص العاديين والاعتباريين من إبراز أنفسهم، وتعزيز مكانتهم عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين. أسسه مارك زوكربيرج Mark Zuckerberg عام 2004 لغرض التواصل بين الطلبة في

¹ غالب كاظم جياي الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة - ووسائل متجددة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2017، ص 56.

² ينظر: [/https://www.facebook.com/StopRumorsDz](https://www.facebook.com/StopRumorsDz)

³ علي بن ختو، "حوار مع مؤسس الهيئة الإلكترونية لمكافحة الإشاعة"، موقع: <https://www.alibenkhetou.com>، تاريخ الزيارة: 5 مارس

2021، الساعة: 17:54.

⁴ ينظر: [/https://www.facebook.com/FakenewsDZ](https://www.facebook.com/FakenewsDZ)

⁵ Rima ROUBI, "Lokman Bouider, Admin de Fake News DZ « Le meilleur antidote contre la désinformation est l'esprit critique »", site: <https://www.jeune-independant.net/lokman-bouider-admin-de-fake-news-dz-le-meilleur-antidote-contre-la-desinformation-est-lesprit-critique/>, le 06 avril 2021, 19:49.

جامعة هارفارد الأمريكية، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، ليتطور من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيسبوك.¹

5. الدراسات السابقة:

فيما يأتي عرض للدراسات السابقة الأكثر ارتباطاً بموضوع هذه الدراسة:

1.5. الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: دراسة سناء جلال عبد الرحمن الموسومة بـ: "دور صحافة المواطن في نشر ومقاومة الشائعات في المجتمع العربي دراسة تحليلية".²

تمحورت مشكلة الدراسة حول دور منصات صحافة المواطنين في نشر وتوزيع الشائعات من جهة وفي مواجهتها من جهة أخرى. وذلك من خلال تحليل مضمون عينة من الشائعات ونفيها المنشورة في صفحتين من صفحات فيسبوك العربية المعنية بمحاربة الشائعات، وهما: صفحة ده بجد المصرية، و صفحة هيئة مكافحة الإشاعات السعودية. وركزت الدراسة على تحليل الملصقات المنشورة (40 ملصقا) من 15 جويلية إلى 31 أوت 2014 بطريقة الحصر الشامل. خلصت الدراسة إلى أن المجال السياسي هو أول مجال ركزت عليه الشائعات. كما كان التركيز على عرض ودحض الشائعات المنتشرة على المستوى القومي (المصري-السعودي).

الدراسة الثانية: دراسة رضا عيد حمودة أكحيل الموسومة بـ: "الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين".³

هدفت الدراسة إلى معرفة الشائعات ومدى تأثيرها في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي، شملت مجموعة من الصحفيين الأعضاء في نقابة الصحفيين الأردنيين حيث تم توزيع استبانة على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 315 صحفياً، وذلك في الفترة الواقعة ما بين ماي 2014 - أفريل 2015. وقد أسفرت هذه الدراسة عن عدة نتائج منها أن الصحفيين من خلال إدراكهم لمفهوم الشائعات وأخطارها وأهدافها فإنهم يستخدمونها في نشر الأخبار بما يناسب سياسة المواقع التي يعملون بها، كما أن هناك بعض المواقع تقوم بنشر الأخبار دون التثبت من صحتها.

الدراسة الثالثة: دراسة محمد بن عائض التوم الموسومة بـ: "الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: تويتر نموذجاً".⁴

استهدفت دراسة الشائعات في تويتر كأحد مواقع التواصل الاجتماعي. وتنتمي هذه الدراسة إلى نمط البحوث الوصفية التحليلية. وقد تم استخدام أسلوب تحليل المضمون للتغريدات التي حددها الباحث وهي 62 تغريدة خاصة بحساب هيئة مكافحة الإشاعات السعودية، وذلك في الفترة من 2016/1/7 إلى 2016/12/28. توصلت الدراسة إلى أن مضمون الشائعة يأخذ أنواعاً متعددة جاءت

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 34.

² سناء جلال عبد الرحمن، "دور صحافة المواطن في نشر ومقاومة الشائعات في المجتمع العربي دراسة تحليلية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، المجلد 2015، العدد 1، جانفي/مارس 2015.

³ رضا عيد حمودة أكحيل، "الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015.

⁴ محمد بن عائض التوم، "الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: تويتر نموذجاً"، مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، جامعة الحدود الشمالية، السعودية، المجلد 4، العدد 1، 2019.

في مقدمتها الشائعات الدينية. كما تنوع أسلوب الشائعات ما بين الاستفزاز، التخويف، استغلال العاطفة الدينية، السخرية، وغيرها من الأساليب. وتعددت أغراضها ومن ذلك نشر معلومات مغلوطة، وتأجيج العاطفة الدينية.

الدراسة الرابعة: دراسة رامي باسم يوسف حداد الموسومة بـ: "دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن".¹

هدفت الدراسة إلى بيان دور وسائل الإعلام الأردنية في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الإعلام في الأردن، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي، ولجأت إلى أسلوب الاستبانة، حيث طبقت الدراسة المسحية على القائمين على الإعلام في التلفزيون الأردني، ووكالة الأنباء الأردنية بتر، وصحيفة الرأي اليومية. تم اختيار عينة مقصودة استقرت بالنهاية على 157 مفردة وقت إجراء الدراسة المسحية في شهور فيفري- مارس-أفريل 2020. وخلصت الدراسة إلى أن أكثر الشائعات المتداولة هي الشائعات الاجتماعية. وأن الدافع الرئيسي لانتشار الشائعات كان مهاجمة الشخصيات العامة. كما أن أهم أسباب انتشار الشائعات صعوبة التحري عن مروجيها، وعدم وجود قوانين رادعة.

الدراسة الخامسة: دراسة جاسم محمد شبيب العيسى الموسومة بـ: "الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على الجمهور دراسة تحليلية لموقع الفيس بوك".²

اهتم الكتاب الذي كان في الأصل أطروحة دكتوراه بدراسة الشائعات في موقع الفيس بوك وانعكاسها على الجمهور العراقي. استخدم البحث المنهج المسحي بشقيه التحليلي والوصفي، واعتمدت أداة تحليل المضمون بهدف تحليل الشائعات التي جمعها الباحث من الفيس بوك من ناحيتي المضمون والشكل في أثناء المدة الواقعة بين 2016/1/1 ولغاية 2016/6/30، إذ تم حصر وجمع 500 شائعة. ولمعرفة آراء الباحثين من مستخدمي الفيس بوك بالشائعات وانعكاسها داخل المجتمع العراقي جرت الاستبانة على عينة قوامها 500 مبحوث وفق العينة العشوائية العنقودية. وقد خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج منها أن الشائعات أصبحت ظاهرة مستشرية في المجتمع العراقي، وقد تصدرتها الشائعات السياسية. وجاءت الجهات الأمنية في المرتبة الأولى في عملية التصدي والرد على الشائعات.

2.5. الدراسات الأجنبية:

-دراسة كل من: Soroush Vosoughi، Deb Roy، و Sinan Aral الموسومة بـ: "انتشار الأخبار الصادقة والزائفة عبر الأنترنت".³

اهتمت بدراسة الأخبار الحقيقية والزائفة التي نشرت على تويتر منذ إنشائه عام 2006 حتى عام 2017، وشملت 126 ألف قصة غرد بها 3 ملايين شخص أكثر من 4.5 مليون مرة. واعتمد الباحثون في ذلك على ست منظمات مستقلة للتحقق من المعلومات هي: (factcheck.org, truthorfiction.com, hoax-slayer.com, and snopes.com, politifact.com,) (urbanlegends.about .com). وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها أن الأكاذيب انتشرت بشكل كبير، أبعاد،

¹ رامي باسم يوسف حداد، "دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2020.

² جاسم محمد شبيب العيسى، الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على الجمهور دراسة تحليلية لموقع الفيس بوك، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2020.

³ Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral, "The spread of true and false news online", Science, Massachusetts Institute of Technology, the Media Lab, Cambridge, United States, vol 359, Issue 6380, 9 March 2018. Available at: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>

أسرع، أعمق، وعلى نطاق أوسع من الحقائق في جميع فئات المعلومات. وكان انتشار الأخبار السياسية المزيفة أكثر مقارنة ببقية المجالات. ومن ينشرها هم الأفراد وليس الروبوتات أو ما يعرف بالبوتمس. كما تستغرق الأخبار الحقيقية حوالي ست مرات لتصل إلى 1500 شخص مقارنة بالأكاذيب للوصول إلى العدد نفسه.

* التعقيب على الدراسات السابقة:

يتبين بعد استعراض الدراسات السابقة أن ثمة أوجه تشابه واختلاف مع هذه الدراسة؛ حيث تتفق الدراسة الحالية مع عدد من الدراسات السابقة (سواء جلال عبد الرحمن، محمد بن عائض التوم، جاسم محمد شبيب العيسى، دراسة كل من Soroush Vosoughi، Deb Roy، Sinan Aral) في توظيفها لتحليل المحتوى، إلا أنها تختلف معها في مجتمع وعينة الدراسة. كما اختلفت عن بعض الدراسات السابقة في كونها دراسة تحليلية في حين اقتصر بعض الدراسات السابقة على دراسات ميدانية (رضا عيد حمودة أكحيل، رامي باسم يوسف حداد). وتشارك هذه الدراسة مع دراسة (محمد بن عائض التوم) في اعتماد نظرية انتشار المستحدثات كمدخل نظري للدراسة، وتختلف مع بقية الدراسات التي اعتمدت على مداخل أخرى، أو اكتفت بالتحليل فقط دون ربط ذلك بنظرية معينة. تتميز هذه الدراسة بكونها تتناول واقع الشائعات في الميديا الجديدة من خلال صفحات جزائرية على الفيسبوك تعنى بمحاربة الشائعات، وذلك في فترة زمنية حديثة، علاوة على حجم العينة المعتمدة الذي يعتبر كبيراً مقارنة ببعض الدراسات السابقة (سواء جلال عبد الرحمن، محمد بن عائض التوم). وتمت الاستفادة من الدراسات السابقة في: المساعدة في وضع التساؤلات المناسبة، وتحديد المدخل النظري الملائم لموضوع الدراسة.

6. المدخل النظري المستخدم في الدراسة:

تستند هذه الدراسة على نظرية انتشار المبتكرات والمستحدثات Diffusion of Innovations، التي نشأت على يد عالم الاجتماع الأمريكي إيفريت روجرز Everett Rogers في كتابه "انتشار الابتكارات"، الذي نشر لأول مرة في عام 1962.¹ والابتكار هو أي فكرة جديدة، أو أسلوب، أو نمط جديد يتم استخدامه في الحياة، فاستحداث وسيلة اتصالية كالهاتف المحمول يعتبر ابتكاراً.² أما الانتشار فهو انتقال الأفكار والتكنولوجيا والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الناس. وهناك أربعة عناصر أساسية ترتبط بموضوع انتشار وتبني الأفكار المستحدثة وهي: الفكرة المستحدثة أو المبتكر أو التكنولوجيا الجديدة، قنوات الاتصال، التركيب الاجتماعي للبيئة أو النسق الاجتماعي، والفترة الزمنية الضرورية للانتقال.³

وتتميز المستحدثات والمبتكرات بعدة صفات وخصائص من شأنها التأثير على معدل انتشارها وتبني الناس لها؛ أولها الميزة النسبية والمقصود بها درجة تفوق الفكرة المستحدثة على غيرها من الأفكار السابقة لها، بالإضافة إلى مدى الفائدة التي تعود على الأشخاص الذين يتبنون هذا المستحدث. أما الخاصية الثانية فهي القابلية للانسجام وهي درجة ملائمة وتوافق الفكرة المستحدثة مع القيم السائدة والتجارب السابقة لمعتنقيها والمتبنين لها. ثالثها التعقيد والتشابك وهو مدى سهولة أو صعوبة الفكرة المستحدثة في مجال الفهم والاستعمال. أما الصفة الرابعة فهي القابلية للتقسيم وتعني مدى إمكانية تجريب الفكرة المستحدثة على نطاق ضيق. وأخيراً القابلية للانتقال من فرد إلى آخر ومن بيئة إلى أخرى ويقصد بها ذبوع نتائج الفكرة المستحدثة وانتقالها إلى الآخرين.⁴

¹ Vanessa Watts Simonds, Rima E. Rudd, "Diffusion of innovations", Available at:

<https://www.britannica.com/topic/diffusion-of-innovations>, 17 April 2021, 15:26.

² حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998، ص 255.

³ منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2009، ص 62-63.

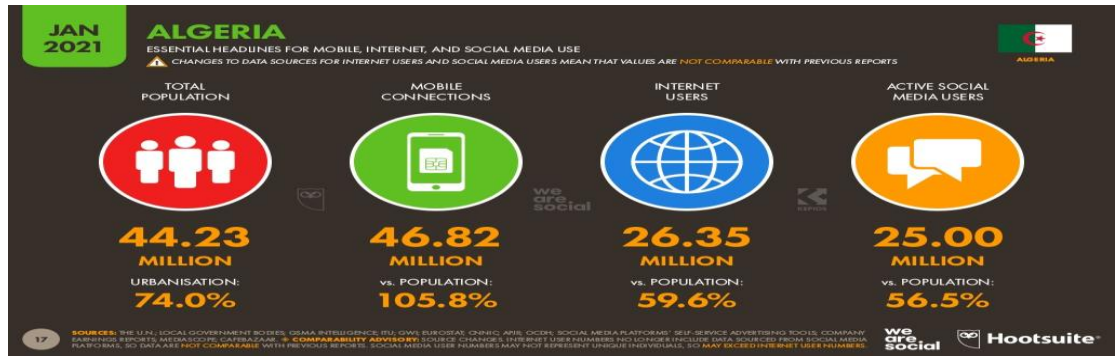
⁴ أفريت روجرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامي ناشد، عالم الكتب، القاهرة، مصر، دت، ص 187-188.

تتعلق نظرية انتشار الابتكارات بكيفية نشر وسائل الإعلام للابتكارات (أفكار جديدة، منتجات، سياسات)، من خلال النظام الاجتماعي، وكيفية تبني الأفراد لهذه الابتكارات.¹ ويكشف الواقع الاجتماعي عن وجود العديد من القنوات والوسائل التي تبث وتسير من خلالها الشائعات، ومن ثم فإن التقدم الذي طرأ على المجتمعات البشرية من كافة النواحي أوجد قنوات إضافية ووسائل جديدة استخدمها صانعو الشائعات ومروجوها من أجل تحقيق أغراضهم وغاياتهم.²

كانت نظرية انتشار المستحدثات تعتبر ولوقت قريب نظرية أكل عليها الدهر وشرب، لكنها استعادت بريقها من جديد مع تنامي أهمية التكنولوجيات، الأفكار والممارسات الجديدة والمتعلقة خاصة بشبكة المعلومات العالمية وتكنولوجيات الإعلام والاتصال.³ فقد تطورت الإنترنت ونمت ووصلت للجمهور بمعدل أسرع كثيراً من أي وسيلة اتصال أو إعلام أخرى؛ ويعود ذلك إلى مجموعة من الأسباب هي: أنها تقدم ميزة نسبية للمستخدمين، وهي أنهم يستطيعون من خلالها الظهور على أنهم على علم ودراية، كما يستطيعون التعرض للمعلومات المنشورة بالطريقة التي تناسبهم، بالإضافة إلى سهولة وعدم تعقيد متصفحات الويب والمواقع الإلكترونية، والتي يتم استخدامها في الوصول إلى المعلومات.⁴

استغرقت الإذاعة 38 عاما لجذب 50 مليون مستمع، واستغرق التلفزيون 13 عاما لجذب 50 مليون مشاهد، أما الإنترنت ففي 4 سنوات فقط اجتذبت 50 مليون متصفح.⁵ وإن عدد مستخدمي الإنترنت اليوم أكثر من نصف سكان الكرة الأرضية، فإلى غاية جانفي 2021 كان هناك 4.66 مليارات من الناس يستخدمون الشبكة العنكبوتية بنسبة 59.5% من العدد الإجمالي لسكان المعمورة المقدر بـ 7.83 مليارات نسمة. أما في الجزائر فقد بلغ عدد مستخدمي الإنترنت 26.35 مليون مستخدم بنسبة 59.6% من إجمالي عدد السكان البالغ 44.23 مليون نسمة.⁶ كما يوضح الشكل أدناه:

الشكل 1: يوضح عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر وعدد السكان إلى غاية جانفي 2021.



المصدر: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>

¹ مارك بالنافز، ستيفاني هيميلرمك، بريان شوميث، نظريات ومناهج الإعلام، ترجمة عاطف حطية، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2017، ص 95.

² جاسم محمد شبيب العيسى، مرجع سابق، ص 120.

³ فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال المفهوم- الاستعمالات- الآفاق، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 64.

⁴ سمير فاروق حسنين عفيفي، "الإعلام المعاصر بين تداول المعرفة ونقل خبرات الفن التشكيلي"، بحوث في التربية الفنية والفنون، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، مصر، المجلد 21، العدد 1، 2021، ص 40.

⁵ Tom Kelleher, **Public Relations Online: Lasting Concepts for Changing Media**, Sage Publications, California, United States, 2007, p 36.

⁶ Simon Kemp, "DIGITAL 2021: ALGERIA", Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria>, 17 April 2021, 17:40.

7. نوع الدراسة ومنهجها:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، وتهتم بوصفها وصفا دقيقا ويعبر عنها تعبيراً كفيماً أو تعبيراً كميًا. فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطي وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى¹. وعليه فقد تم الاعتماد على واحد من مناهج الدراسات الوصفية ألا وهو منهج تحليل المحتوى* (Content Analysis)، والذي يعرف بأنه: "مجموعة الخطوات المنهجية، التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي، الموضوعي والمنظم للسلمات الظاهرة في هذا المحتوى"².

8. مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة جميع أفراد الظاهرة المقصود دراستها³، ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في صفحتي هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية و Fake News DZ الجزائرتين على موقع الفيسبوك، أي جميع المنشورات التي تم نشرها خلال الفترة المحددة للدراسة وهي عام كامل بداية من 1 أبريل 2020 إلى غاية 31 مارس 2021، واختيرت هذه الفترة لكونها أحدث فترة يمكن دراستها، كما وقع الاختيار على الصفحتين لكونهما الأكثر إعجابا ومتابعة من المستخدمين.

وتم اعتماد الحصر الشامل الذي يتطلب الدراسة الشاملة لجميع مفردات البحث التي تشكل مجتمعه⁴، وقد بلغ عدد الشائعات التي أخضعت للتحليل خلال فترة الدراسة على مدار عام كامل 202، بواقع 83 شائعة في صفحة هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية، و 119 شائعة في صفحة Fake News DZ، علما أنه قد تكرر الرد على 11 شائعة في الصفحتين محل الدراسة، وتم الاكتفاء في هذه الحالة بالصفحة التي كانت لها الأسبقية في ذلك، كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول 1: عدد الشائعات في صفحتي الدراسة

الصفحة	عدد الشائعات	%
هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية	83	41
Fake News DZ	119	59
المجموع	202	100

¹ أمين ساعاتي، تبسيط كتابة البحث العلمي من البكالوريوس ثم الماجستير وحتى الدكتوراه، ط2، المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية، مصر، 1993، ص 78.

* هناك من يعتبر تحليل المحتوى أسلوبا والبعض يراه أداة والبعض يقول بأنه منهج. ينظر: محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، ط1، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص 173.

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004، ص 220.

³ محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، 2004، ص 71.

⁴ محمد شفيق، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1998، ص 185.

9. أدوات جمع البيانات:

تعرف الأداة على أنها: "الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات أو تصنيفها أو جدولتها، وهناك الكثير من الأدوات التي تستخدم للحصول على البيانات. ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث الواحد لتجنب عيوب إحداها ولدراسة الظاهرة من كافة الجوانب".¹ ولغايات تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها تم استخدام استمارة تحليل المحتوى.

1.9. فئات التحليل:

حددت الفئات وعناصرها بعد إجراء تحليل مبدئي للصفحتين محل الدراسة، وتمثلت فيما يأتي:

1.1.9. فئة مجال الشائعات: ويقصد بها الموضوع أو المضمون الذي تناوله وتدور حوله الشائعات، وقد شملت الفئات الآتية: شائعات سياسية، شائعات اقتصادية، شائعات عسكرية وأمنية، شائعات اجتماعية، شائعات قضائية وقانونية، شائعات تعليمية، شائعات علمية وتكنولوجية، شائعات صحية، شائعات دينية، شائعات بيئية، شائعات سياحية، شائعات ثقافية وفنية، شائعات إعلامية، شائعات تاريخية، شائعات رياضية.

2.1.9. فئة مصادر الشائعات: تكشف عن الشخص أو الجهة مصدر الشائعة والتي تنسب إليها الشائعة في الصفحتين محل الدراسة، وقد تضمنت الفئات الآتية:

- صفحات وحسابات فيسبوك: وهي الشائعة التي يكون مصدرها حساب أو صفحة تابعة لفرد أو جهة أو شخصية مشهورة، سواء كان هذا الحساب أو الصفحة تابعة لجهة معروفة كالصفحات الرسمية لإعلاميين أو فنانيين معينين، أو عامة ليس لها تعريف رسمي أو تابعة معروفة.

- صحف إلكترونية جزائرية: ويقصد بها الصحف الإلكترونية الجزائرية التي لها أصل ورقي أو الصحف الإلكترونية الخالصة، سواء كان نشرها للشائعات عبر مواقعها الإلكترونية أو صفحاتها وحساباتها الرسمية على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

- صحف إلكترونية عربية: ويقصد بها الصحف الإلكترونية العربية التي لها أصل ورقي أو الصحف الإلكترونية الخالصة، سواء نشرت الشائعات عبر مواقعها أو صفحاتها وحساباتها على وسائل التواصل الاجتماعي.

- صحف إلكترونية أجنبية: والمقصود بها الصحف الإلكترونية الأجنبية التي لها نسخ ورقية أو الصحف الإلكترونية المحضة، ومختلف صفحاتها وحساباتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي.

- قنوات تلفزيونية جزائرية: ويقصد بها مواقع القنوات التلفزيونية الجزائرية العمومية أو الخاصة و صفحاتها وحساباتها الرسمية على مختلف شبكات التواصل الاجتماعي.

- قنوات تلفزيونية عربية: هي الفضائيات العربية سواء من خلال مواقعها الرسمية أو من خلال الصفحات أو الحسابات الرسمية التابعة لها على مختلف منصات التواصل الاجتماعي.

- قنوات تلفزيونية أجنبية: هي الفضائيات الأجنبية سواء من خلال مواقعها الرسمية أو من خلال الصفحات أو الحسابات الرسمية التابعة لها على مختلف منصات التواصل الاجتماعي.

- إذاعات: ويقصد بها مواقع الإذاعات الجزائرية أو العربية أو الأجنبية والصفحات والحسابات الرسمية التابعة لها على مواقع التواصل الاجتماعي.

- صفحات مزورة: وهي صفحات على الفيسبوك انتحلت أسماء لشخصيات أو مؤسسات معينة.

¹ المرجع نفسه، ص 112.

-قنوات يوتيوب: وهي القنوات التي تعود إلى أشخاص أو جهات معينة على منصة اليوتيوب.
-أكثر من مصدر: وهي الشائعات التي يكون مصدرها مثلا عدة صفحات ومجموعات على الفيسبوك، أو التي يكون مصدرها بعض وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي في آن واحد.

3.1.9. فئة أنواع الشائعات: تصنف الشائعات في هذه الدراسة كما يأتي:

1.3.1.9. من حيث الأصل:

-الشائعات التي لا أصل لها: وهي الشائعات التي لا يكون لها نصيب من الصحة مطلقا وترتكز على كذب محض ولا أصل لها على أرض الواقع وهي أخبار مختلفة ومكذوبة.

-الشائعات المختلطة بين الصحة والكذب: وهي الشائعات التي تختلط فيها الحقيقة مع الكذب، والتي تنتشر وتذيع بين الناس ولها أصل تبنى عليه وتستند إليه وتعتمد عليه، ولكن لا يكون الخبر بجملة صادقا فقد أدخل عليه ما ليس من أصله. كما تندرج ضمنها أيضا إعادة نشر خبر صحيح ولكنه قدس.

2.3.1.9. وفق المناخ العام الذي تخلقه:

-الشائعات البيضاء: وهي ذات طابع تفاؤلي ومضمونها الأمل والرجاء ورفع الروح المعنوية والتسلية.
-الشائعات السوداء: وهي ذات مضامين تشاؤمية ومحتويات سوداوية قائمة ترمي إلى الإصابة بالهلع والخوف والاضطراب. وتضم شائعات اليأس والخوف التي تعتمد على نشر الخوف والقلق لاسيما في الأوقات العصيبة، وشائعات الكراهية التي تكون الغاية منها تسقيط الآخرين وتشويه سمعتهم.

4.1.9. فئة الأطر الجغرافية للشائعات: ويقصد بها الحيز والمجال الجغرافي الذي تشمله الشائعات، وتنقسم إلى: الشائعات الوطنية، الشائعات القومية، الشائعات الدولية.

5.1.9. فئة طرق إنتاج الشائعات: ويراد بها الطرق المستخدمة من جانب مطلقي الشائعات في إنتاج الشائعات، أي شكل وطريقة عرض الشائعات في الميديا الجديدة، وتتضمن ما يلي:

-التلاعب في صور: ويقصد بها استخدام صور لشخصيات أخرى لا علاقة لها بالشائعة أو صور قديمة أو صور من مناطق ودول أخرى أو صور أحداث أخرى، أو التلاعب في الصور ذاتها باستخدام برنامج الفوتوشوب وغيره من البرامج والتطبيقات المعنية بمعالجة الصور وتعديلها وفيركتها.

-التلاعب في فيديوهات: والمقصود بها مقاطع الفيديو التي تتضمن معلومات خاطئة، أو استخدام فيديوهات قديمة، أو فيديوهات من أماكن أخرى، أو فيديوهات لأحداث أخرى، أو التلاعب في الفيديوهات بحد ذاتها من خلال اجتزائها أو التعديل عليها وفيركتها باستخدام برامج المونتاج.

-أخبار ومعلومات غير صحيحة: وهي أن تتضمن الشائعات أخبارًا ومعلومات لا أساس لها من الصحة أو تختلط فيها الحقيقة مع الكذب.
-تصريحات وأقوال غير صحيحة: وهي التصريحات أو المقولات التي لا أساس لها من الصحة أو غير الدقيقة والتي تتم نسبتها إلى أشخاص ما.

-روابط غير صحيحة: ويقصد بها استخدام روابط بتبعتها تحيل إلى خبر لا علاقة له بالشائعة، أو استخدام روابط يكون الغرض منها سرقة البيانات الشخصية للمستخدمين أو اختراق حساباتهم.

-إعلانات: وهي استخدام إعلانات على الفيسبوك لا أصل لها ونسبتها إلى مؤسسات أو جهات معينة سواء كانت هذه الإعلانات ممولة أو مجانية.

- سير آراء: ويقصد به إنشاء سير آراء لا أساس له ونسبته إلى مؤسسة معينة.

-بيانات صحفية غير صحيحة: وتعني فبركة بيانات صحفية ونسبتها إلى جهات معينة.

6.1.9. فئة مصادر إثبات عدم صحة الشائعات: ويقصد بها الجهات التي تصدرت للشائعات وكان لها الإسهام في إثبات عدم صحة الشائعات كليا أو جزئيا، وتتضمن المصادر الآتية:

-صفحة هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية: وهي الشائعات التي تكفلت هذه الصفحة بنفسها بإثبات عدم صحتها.

-صفحة Fake News DZ : وهي الشائعات التي تكفلت هذه الصفحة بنفسها بإثبات عدم صحتها.

-بيانات رسمية: ويقصد بها البيانات التي تصدرها الجهات الرسمية في نفي شائعة معينة.

-صحف إلكترونية: وهي الصحف الإلكترونية الجزائرية، العربية، أو الأجنبية، وصفحاتها وحساباتها الرسمية في وسائل التواصل الاجتماعي.

-قنوات تلفزيونية: ويقصد بها مواقع القنوات التلفزيونية العمومية أو الخاصة وصفحاتها الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي.

-إذاعات: ويراد بها مواقع الإذاعات الجزائرية، العربية، أو الأجنبية وصفحاتها الرسمية على مواقع التواصل الاجتماعي.

-وكالات أنباء: والمقصود بها مواقع وكالات الأنباء سواء كانت جزائرية، أو عربية، أو أجنبية.

-مواقع إلكترونية: وهي المواقع التي أسهمت في الرد على شائعات معينة.

-الجهات الأمنية والعسكرية: ويقصد بها الدرك الوطني أو الأمن الوطني سواء من خلال إصدار بيانات صحفية، أو عبر الصفحات الرسمية التابعة لهم على مواقع التواصل الاجتماعي.

-وزارات: ويقصد بها مختلف الوزارات الجزائرية أو العربية التي تولت مهمة الرد على شائعات معينة.

-مواقع أو صفحات أخرى لمكافحة الشائعات: ويقصد بها مواقع أو صفحات الفيسبوك الجزائرية، العربية، والأجنبية التي تعمل في مجال محاربة الشائعات.

-صفحات وحسابات رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي: وهي الصفحات والحسابات الرسمية على مختلف وسائل التواصل الاجتماعي التابعة لجهات ما أو أفراد بعينهم.

-صفحات وحسابات غير رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي: وهي الصفحات والحسابات العامة التي ليس لها تعريف رسمي أو تابعة معروفة.

7.1.9. فئة الأدلة المستخدمة في دحض الشائعات: ويقصد بها الأدلة التي رجعت إليها واعتمدت عليها وقدمتها مصادر دحض

الشائعات سواء تعلق الأمر بالصفحتين محل الدراسة أو المصادر الأخرى التي تصدرت لمواجهة الشائعات، وتتضمن الأدلة التالية:

-الصورة الأصلية: نشر الصورة الأصلية كإثبات على التلاعب بها أو تعديلها أو عدم ارتباطها بالحدث.

-الفيديو الأصلي: نشر الفيديو الأصلي أو رابطته كإثبات على التلاعب به أو تعديله أو عدم ارتباطه بالحدث.

-الخبر والمعلومة الصحيحة: وتعني الرد على الشائعات بالأخبار والمعلومات الصحيحة التي تفندها.

-صورة النفي الرسمي: نشر صورة النفي الذي صدر من جهة رسمية.

-صورة النفي الشخصي: نشر صورة النفي الصادر من شخصية معينة.

-رابط للخبر والمعلومة الصحيحة: تدعيم الرد على الشائعات بروابط للخبر والمعلومة الصحيحة.

- صحف إلكترونية: وهي الصحف الإلكترونية الجزائرية أو العربية أو الأجنبية التي لها أصل مطبوع أو الصحف الإلكترونية البحثية وصفحاتها وحساباتها وقنواتها الرسمية على مختلف منصات التواصل الاجتماعي.
- قنوات تلفزيونية: ويقصد بها مواقع القنوات التلفزيونية العمومية والخاصة سواء كانت قنوات جزائرية، عربية، أو أجنبية، والصفحات والحسابات والقنوات التابعة لها على شبكات التواصل الاجتماعي.
- إذاعات: والمقصود بها مواقع الإذاعات الجزائرية أو العربية أو الأجنبية سواء كانت عمومية أو خاصة والصفحات والحسابات والقنوات التي تتخذها لها على مواقع التواصل الاجتماعي.
- وكالات أنباء: وتعني مواقع وكالات الأنباء الجزائرية أو العربية أو الأجنبية والصفحات والحسابات والقنوات المرتبطة بها على وسائل التواصل الاجتماعي.
- مواقع مكافحة الشائعات : ويراد بها المواقع العربية أو الأجنبية التي تنشط في مجال مواجهة الشائعات.
- حسابات أو صفحات أو مجموعات على الفيسبوك: وهي مختلف الحسابات والصفحات والمجموعات على الفيسبوك سواء كانت خاصة بشخص أو جهة معينة وسواء أكانت رسمية أو ليس لها تعريف رسمي أو تابعة معروفة.
- قنوات يوتيوب: وهي القنوات التي تعود إلى أشخاص أو جهات أو مؤسسات معينة على منصة اليوتيوب.
- حسابات تويتر: وهي الحسابات الخاصة بشخصيات أو جهات أو مؤسسات معينة على تويتر الرسمية منها والتي ليس لها تعريف رسمي أو تابعة معروفة.

- 8.1.9. فئة حجم التفاعل مع الشائعات ومع دحض الشائعات:** ويقصد بها قياس حجم تفاعل المستخدمين مع الشائعات المنشورة في الميديا الجديدة مقارنة بحجم تفاعلهم مع دحض هذه الشائعات، وتدرج ضمنها: عدد الإعجابات، عدد المشاركات، عدد التعليقات.
- 2.9. وحدات التحليل:** اقتضت الدراسة اختيار وحدة الفكرة وكذا وحدة المنشور Post كوحدين للتحليل، واختيار التكرار كوحدة للقياس.
- 3.9. صدق التحليل:** بعد إجراء تحليل مبدئي للصفحتين محل الدراسة وإعداد استمارة تحليل المحتوى تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين*، بغية التأكد من صلاحيتها وقابليتها للتطبيق، وقد تم القيام ببعض التعديلات في ضوء الملاحظات التي أبدتها المحكمون.
- 4.9. ثبات التحليل:** تم تحليل نسبة 20% من الشائعات ثم بعد مضي فترة 21 يوما على العملية الأولى تم إعادة تحليل الشائعات نفسها، وتبين وجود اتفاق كبير بين نتائج التحليل الأول، ونتائج التحليل الثاني، إذ بلغت نسبة الثبات وفقا لمعادلة هولستي 96%، وهي نسبة عالية لتأكيد ثبات التحليل.

*المحكمون هم:

- د.شيرين علي موسى، أستاذ مساعد، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة حلوان، مصر.

- د.محمد البشير بن طبة، قسم الدعوة والإعلام والاتصال، كلية أصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية بقسنطينة، الجزائر.

ثانيا: عرض الدراسة التحليلية ونتائجها:

1. فئة مجال الشائعات:

الجدول 2: مجال الشائعات في صفحتي الدراسة

الترتيب	%	التكرار	مجال الشائعات
2	17.82	36	سياسية
6	6.93	14	اقتصادية
5	7.92	16	عسكرية وأمنية
4	8.91	18	اجتماعية
10	1.98	4	قضائية وقانونية
9	2.47	5	تعليمية
12	0.49	1	علمية وتكنولوجية
1	19.80	40	صحية
7	5.44	11	دينية
3	12.87	26	بيئية
11	1.48	3	سياحية
8	4.95	10	ثقافية وفنية
10	1.98	4	إعلامية
11	1.48	3	تاريخية
7	5.44	11	رياضية
	100	202	المجموع

يُبين من خلال من الجدول رقم (2) أن الشائعات الصحية تبوأ المركز الأول بنسبة 19.80%، وهذا يدل على أن الشائعات يشتد أوارها في أوقات الأزمات والكوارث، خاصة وأن فترة هذه الدراسة قد تزامنت مع استمرار تفشي فيروس كورونا في مختلف أصقاع الأرض، والذي صاحبه انتشار للشائعات حول الكوفيد-19، ما جعل العالم يعيش حالة من الوباء المعلوماتي Infodemic جنبا إلى جنب مع جائحة وأزمة كورونا، وهو ما يظهر جليا من خلال تصريح المدير العام لمنظمة الصحة العالمية تيدروس غيبريسوس Tedros Ghebreyesus في مؤتمر ميونيخ للأمن بتاريخ 15 فيفري 2020: "لكننا لا نحارب وباء كورونا فقط، بل نحارب أيضا الوباء المعلوماتي. إن الأخبار الزائفة تنتشر بشكل أسرع وبسهولة أكبر من هذا الفيروس، وتنطوي على القدر نفسه من الخطورة".¹ ومما يؤكد ما سبق ظهور بوابة covid19misinfo وهي مبادرة للتلقيح ضد وباء المعلومات، يهدف هذا المشروع إلى دراسة طبيعة وحجم المعلومات الخاطئة المتعلقة

¹ World Health Organization, "Munich Security Conference", Available at: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference> ,12 January 2022, 19:23.

بالكوفيد-19 والعمل كمركز لأبحاث الوباء المعلوماتي. وهو مشروع في تورنتو بكندا، يتم تمويله من المعاهد الكندية للبحوث الصحية، Compute Canada ومنظمة الصحة العالمية.¹

وكانت معظم الشائعات الصحية تدور حول فيروس كورونا، وكيفية انتقاله وانتشاره وأصل الفيروس وأعراضه، القرارات والإجراءات المتخذة من بعض الدول كالحجر الصحي، الإصابات والوفيات بالفيروس، واللقاحات والعلاجات. وتطرت بعض الشائعات إلى أمراض أخرى كالملايا وكاوازاكي، أو إلى الفاعلين في المجال الصحي كالأطباء. ومن أمثلة هذه الشائعات: شائعة نشرتها صفحة "أخبار 48 ولاية" على الفيسبوك يوم 2 أوت 2020، جاء فيها: "وزير الصحة الروسي: رسميا اللقاح الروسي ضد هذا الوباء ناجح 100%". الرئيس الروسي: سيستفيد حلفاؤنا من اللقاح مجاناً قبل 10 أوت كل من الصين و الجزائر و... الرئيس الروسي: سنسوق المصل نهاية أوت لباقي العالم. فلاديمير بوتين: حافظوا على حياتكم و عائلاتكم حتى وصول المصل. المصدر: CNN الأمريكية...". ومنها كذلك شائعة بثتها قناة الشروق TV الجزائرية في إحدى حصصها ونشرتها أيضا على الفيسبوك وذلك في جويلية 2020 حول طريقة للكشف عن الإصابة بفيروس كورونا عن طريق "النفثة"، هذا المنشور الذي منعه موقع الفيسبوك وجاء في تحذيره منه ما يلي: "منشور يخالف معايير مجتمعنا المتعلقة بالمعلومات المضللة التي يمكن أن تتسبب في أذى جسدي لا يمكن لأي شخص آخر رؤية منشورك. نحن نشجع على حرية التعبير، ولكننا لا نسمح بنشر معلومات زائفة حول فيروس كورونا (كوفيد-19) والتي يمكن أن تساهم في حدوث إيذاء بدني".

كما نشر أكثر من مصدر بتاريخ 11-13 أبريل 2020 شائعة جاء فيها: "الفيديو منتشر بكثافة شاهد! ضابط إيطالي يذبح نفسه بسبب إصابته بفيروس كورونا والأمن يحاول منعه"، لكن الفيديو في الحقيقة يعود لرجل مريض عقليا نحر نفسه أمام الشرطة في صربيا خلال جانفي 2020. ونشرت جريدة التحرير الجزائرية عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك في 2 أبريل 2020 شائعة جاء فيها: "انتقل إلى رحمه الله الطفل يوسف بسبب فايروس كورونا ترجموا عليه... الله يرحمه ويصبر أهله"، ولم تذكر الجريدة الهوية الكاملة للطفل على الصورة أو على الأقل أنه من أربيل بالعراق، مما غلط الكثير من المستخدمين ممن نقلوا الخبر على أنه في الجزائر، وقد نفت المديرية العامة لصحة أربيل الخبر وأكدت أن وفاة الطفل لا علاقة لها بكورونا، وأنه كان مصابا بشلل دماغي، حسبما جاء في موقع شبكة روادا الإعلامية الكردية. ونشرت جريدة اللواء الإلكترونية اللبنانية بتاريخ 24 مارس 2020 شائعة تحت عنوان: "واشنطن تعترف بتصنيع الفيروس القاتل". أما عن الشائعات الصحية التي لم تكن متعلقة بفيروس كورونا فمثالها شائعة نشرتها صحيفة النهار أونلاين الإلكترونية الجزائرية بتاريخ 2 أكتوبر 2020 تحت عنوان: "اكتشاف أول حالة "ملاريا" في باتنة"، وهو ما نفتته مديرية الصحة والسكان لولاية باتنة عبر صفحتها على الفيسبوك، حيث طمئننت مواطني ولاية باتنة بأنه لا توجد حالة ملاريا وإنما هي حالة مشتبه فيها غير مؤكدة تقطن بولاية جنوبية قد تم تحويلها لمستشفى متخصص خارج ولاية باتنة قصد إجراء تحاليل دقيقة.

أما المركز الثاني فقد شغلته الشائعات السياسية بنسبة قدرها 17.82%، وتتفق هذه النتيجة إلى حد كبير مع نتيجة دراسة (جاسم محمد شبيب العيسى، 2020) والتي أظهرت أن الشائعات السياسية قد جاءت في المركز الأول بنسبة 32%.² كما اتفقت مع ما توصلت إليه دراسة (Soroush Vosoughi، Deb Roy، Sinan Aral، 2018) حيث كانت السياسة هي أكبر فئة من الشائعات، تليها الأساطير الشعبية، الأعمال التجارية، الإرهاب، العلوم، الترفيه، والكوارث الطبيعية.³ وكان المجال السياسي هو المجال الأول الذي ركزت عليه

¹ Gruz, A. & Mai, "About the COVID19MisInfo.org Portal", COVID-19 Misinformation Portal, Social Media Lab, Ryerson University, Toronto, Canada, Available at: <https://covid19misinfo.org/about-page/>, 24 December 2021, 11:47.

² جاسم محمد شبيب العيسى، مرجع سابق، ص 247.

³ Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral, op. cit, p 1147.

الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 22.5% وذلك في دراسة (سواء جلال عبد الرحمن، 2015).¹ وتتفق هذه النتيجة نوعا ما مع ما توصلت له دراسة (محمد بن عائض التوم، 2019) من أن الشائعات السياسية جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 19.35% بعد كل من الشائعات الدينية التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 24.19%، والشائعات الاجتماعية التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة 22.58%.

ومن الشائعات المتعلقة بالشأن السياسي شائعة نشرتها صفحة "معركة تحرير الوعي4" على الفيسبوك في أكتوبر 2020 تحت عنوان: "رئيس الوزراء الإسرائيلي بنيامين نتيناهو يدعو الجزائريين الى التصويت بنعم على الدستور". ونشرت عدة صفحات وحسابات على الفيسبوك مثل صفحة "Chouf-Chouf"، صفحة "Derrière Chaque" وغيرها في سبتمبر 2020 شائعة جاء فيها: "الرئيس الغيني ألفا كوندي" يلکم و يضرب وزير العمال أمام الجميع .. إفريقيا العظمى يا دلالي"، ولكن الفيديو في الحقيقة كان قدما وهو يظهر طالبا جامعا إعتدى على أستاذه في غينيا الاستوائية. ومنها شائعة تناقلتها مواقع التواصل الاجتماعي بتاريخ 25 أبريل 2020 عن وفاة زعيم كوريا الشمالية كيم جونج أون، وهو ما نفته كوريا الشمالية.

أما فيما يخص الشائعات البيئية فقد جاءت في المركز الثالث بنسبة 12.87%، وكانت عن الكوارث الطبيعية، عالم الحيوانات، الموارد الطبيعية، والفلك، منها على سبيل المثال شائعة نشرتها عدة صفحات ومجموعات على الفيسبوك في أوت 2020 ورد فيها: "عاجل لجنة مراقبة الزلازل WSD ترسل انذار للسلطات الجزائرية حول توقعات لزلازل عنيف قد يضرب شمال افريقيا"، إلا أنه في الحقيقة لا وجود أصلا للجنة مراقبة زلازل اسمها WSD. وكذا شائعة نشرتها قناة الجزيرة من خلال صفحة "الجزيرة - الجزائر" على الفيسبوك بتاريخ 4 أكتوبر 2020 تحت عنوان: "حريق يأتي على 60 ألف نخلة بغابات المنيعنة ولاية غرداية ويكبد الفلاحين خسائر فادحة"، لكن الحريق تسبب في إتلاف 60 نخلة وليس 60 ألف نخلة بحسب ما جاء في صفحة "مديرية الحماية المدنية غرداية DPC Ghardaia" على الفيسبوك. ومنها شائعة نشرتها صفحة "RAK FI annaba راک في عنابة" على الفيسبوك بتاريخ 6 أبريل 2020 تحت عنوان: "صيادون يعثرون على بقرة بلون النمر في غابات أستراليا سبحان الله"، الحقيقة أن الفلاحين Kyle Harris و Jeff Kast من الولايات المتحدة الأمريكية قاما بتلوين إحدى الأبقار بألوان النمر لتصويرها، وقد قامت الصفحة بتصحيح ما نشرته.

ثم احتلت المركز الرابع الشائعات الاجتماعية بنسبة قدرها 8.91%، ومن الأمثلة عليها شائعة نشرتها صفحة Al Hadath "Algeria الحدث الجزائري" التابعة لقناة الحدث على الفيسبوك يوم 12 أوت 2020 تحت عنوان: "فيديو للحظة وصول مهاجرين غير شرعيين من تونس و الجزائر إلى إسبانيا...".، لكن الفيديو الذي نشرته قناة الحدث على صفحتها الرسمية قديم وهو لمهاجرين من المغرب وليسوا من الجزائر. ومنها شائعة نشرتها عدة صفحات على الفيسبوك مثل صفحة "شوارع مدينة العلمة" في 31 مارس 2020 و صفحة "انا جزائري" في 1 أبريل 2020 جاء فيها: "حدث بسطيف... أحدهم يتقمص شخصية متشرد ويستولي على المحل بطريقة احترافية... لا حول ولا قوة إلا بالله...".، إلا أن الصور كانت من البرازيل وليست من سطيف.

وأخذت المركز الخامس الشائعات العسكرية والأمنية بنسبة 7.92%، ومن النماذج عليها شائعة نشرتها عدة صفحات على الفيسبوك مثل "أخبار بلدية ديرة"، "Bouira News أخبار البويرة"، "Garanda City One" "Bouira" بتاريخ 22 ديسمبر 2020 تحت عنوان: "انباء عن استشهاد 5 جنود في البويرة". ومنها شائعة نشرها أكثر من مصدر بتاريخ 18 ماي 2020 تحت عنوان: "عاجل: تقرت: حادث مرور خطير يؤدي إلى وفاة 3 أفراد من الدرك الوطني إنا لله وإنا إليه راجعون"، وهو ما نفته صفحة "طريقي Tariki"

¹ سواء جلال عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 154-157.

² محمد بن عائض التوم، مرجع سابق، ص 147.

الصفحة الرسمية للدرك الوطني في مجال الإعلام المروري، وجاء في نفيها ما نصه: "فيما يخص المنشور الذي تم تداوله في صفحات عديدة عبر شبكة التواصل الاجتماعي فيسبوك على أنه حادث مرور آني وقع هذا اليوم لسيارة افراد الدرك الوطني على مستوى ولاية ورقلة، نخطبكم علما أن هذا المنشور لا أساس له من الصحة". وقد تداولت بعض المواقع الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي بتاريخ 17 أبريل 2020 إشاعات حول تنحية وتوقيف عدد من القيادات المركزية وإطارات عليا بالجيش الوطني الشعبي، وهو ما فندته وزارة الدفاع الوطني في بيان لها.

فيما جاءت الشائعات الاقتصادية في المركز السادس بنسبة 6.93%، ومن تلك الشائعات شائعة نشرتها صفحة مزورة على الفيسبوك باسم "وزارة المالية" في أبريل 2020 جاء فيها: "قرر وزير المالية بتخصيص إعانة مالية قدرها 10 آلاف دينار لأرباب الأسر قم بملء الاستمارة عن طريق الينك واتبع التعليمات ستبدء عملية الدفع بداية من الموافق الثلاثاء 21 من الشهر الجاري هكذا سيتم دفع منحة المليون". وفي المركز السابع تماثلت الشائعات الدينية والرياضية بنسبة 5.44% لكل منهما، ومن الأمثلة على الشائعات الدينية شائعة نشرها أكثر من مصدر في أوت 2020 تحت عنوان: "عشر سنوات سجن نافذة في حق الداعية محمود الحسنيات"، ومنها شائعة نشرتها صفحة "بوزريعة الايبار" على الفيسبوك في 7 أبريل 2020 جاء فيها: "خبر عاجل الاوقاف تعلن فتح المساجد من الجمعة القادمة تكبير الله أكبر". أما الشائعات الرياضية فمثالها شائعة اعتزال بول بوغبا للعب دوليا مع المنتخب الفرنسي لكرة القدم بعد تصريحات الرئيس الفرنسي إيمانويل ماكرون عن الإسلام، والتي نشرتها صحيفة The Sun البريطانية على موقعها يوم 25 أكتوبر 2020 بعنوان: "PAUL OVER Man Utd star Paul Pogba has quit playing for France, over "President Macron's comments on 'Islamist terrorism. وقد نفى لاعب الفريق الفرنسي ونادي مانشستر يونايتد الإنجليزي سابقا هذا الخبر شخصيا عبر حسابه الرسمي على إنستغرام.

فيما احتلت الشائعات الثقافية والفنية المركز الثامن بنسبة 4.95%، ومن مثل ما جاء في ذلك شائعة نشرتها صفحة "بشار نيوز" على الفيسبوك يوم 27 أبريل 2020 ورد فيها: "من تصميم وتلحيم اللحام الفنان المبدع عبد المالك بن عزيزة من بلدية وجانة ولاية جيجل"، وكانت كل الصور مأخوذة من مواقع على الإنترنت وتعود لفنانين أو هاويين أجنب. وجاءت الشائعات التعليمية في المركز التاسع بنسبة 2.47%، ومثالها شائعة نشرتها صفحة "هنا قسنطينة Ici Constantine" على الفيسبوك في أكتوبر 2020 جاء فيها: "استقبال مميز للأستاذة سيديا مرابط من قبل التلاميذ والزملاء بعد حادثة الإهانة التي تعرضت لها أمس من قبل والي وهران"، لكن الفيديو الذي تم نشره على أساس أنه استقبال للأستاذة سيديا مرابط التي تعرضت لإهانة من قبل والي وهران يعود في الحقيقة لعام 2017 وكان خلال تكريم لمعلمة تونسية.

وتقاسمت كل من الشائعات القضائية والقانونية والشائعات الإعلامية المركز العاشر بنسبة 1.98%، ومن أمثلة الشائعات القضائية والقانونية شائعة نشرها أكثر من مصدر في 8 أبريل 2020 جاء فيها: "يرحم الكرش لي جابتك... بعد تأخير دام أكثر من 25 سنة أعلن الزغماتي عن الشروع في تطبيق الإعدام بالحقنة على المعتصبين و قتلة الأطفال كما أدرج معهم الأفراد الذين ثبتت عليهم تهمة رمي رضع حديثي الولادة في المزابل و الشوارع أو إهمالهم عمدا حتى الموت...". أما الشائعات الإعلامية فمثالها شائعة نشرتها المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك بتاريخ 13 أكتوبر 2020 جاء فيها: "التلفزيون الجزائري الموقع الاخباري الالكتروني الجزائري دائما في الصدارة ويصنع الحدث، إذ بلغت نسبة المتابعة في الـ 24 ساعة الأخيرة 11 مليون مشاهدة ومن 6 إلى 13 أكتوبر بلغت قرابة 30 مليون مشاهدة"، لكن الصفحة خلطت بين عدد الدقائق المشاهدة (nombre de minutes vues) وعدد المشاهدات

(nombre de vues) حيث أن 11 مليون هو عدد الدقائق المشاهدة و ليس عدد المشاهدات، والأمر نفسه ينطبق على 30 مليون مشاهدة والتي هي في الحقيقة 30 مليون دقيقة مشاهدة حسب الإحصائيات الموجودة في صورة المنشور.

تليها كل من الشائعات السياحية والشائعات التاريخية في المركز الحادي عشر وقبل الأخير بنسبة 1.48%، ومن أمثلة الشائعات السياحية شائعة نشرتها صفحة "خنشلة اليد في اليد 40" على الفيسبوك يوم 9 ماي 2020 تحت عنوان: "حمام معدني مزغنان تحت الارض في ولاية بسكرة"، في الحقيقة كانت الصور لفندق Zenti'k project في المكسيك. أما الشائعات التاريخية فمثالها شائعة نشرتها صفحة "وحدة الجزائر خط أحمر" على الفيسبوك بتاريخ 1 جوان 2020 جاء فيها ما نصه: "في هذه الصورة المجاهد العظيم أيت حمد هو واقف ويضع يديه خلف ظهره وينحن خاشعا لي ضابط فرنسي ليعطيه التعليمات والتوجيهات والخطط لكي يحارب فرنسا..."، في الحقيقة كانت الصورة للمرحومين حسين آيت احمد إلى جانب العقيد في جيش التحرير الوطني الجزائري أكلي مقران المعروف بسي محمد أولحاج قائد الولاية التاريخية الثالثة وليست لضابط فرنسي.

أما المركز الثاني عشر والأخير فعاد للشائعات العلمية والتكنولوجية بنسبة 0.49%، وتمثلت في شائعة نشرتها الإذاعة الجزائرية عبر حسابها الرسمي في موقع تويتر بتاريخ 2 أبريل 2020 جاء فيها: "تحية تقدير وعرفان لابن ولاية مستغانم المخترع فوزي برحمة رئيس الاكاديمية الوطنية للابداع و الابتكار وطاقمه حيث صرح للاذاعة ابتكاره رفقة الفريق المساعد لجهاز تنفسي ذكي اصطناعي إلكتروني وميكانيكي يدمج بين الهواء الطبيعي والصناعي ويمكن التحكم فيه عن بعد لانعاش المصابين"، إلا أن كل الصور في التغريدة كانت لمشروع أخرى، فالصورة الأولى لم تكن لجهاز تنفس اصطناعي بل لجهاز التخدير GE Healthcare 9100c NXT لشركة، والصورة الثانية كانت لمشروع طباعة قناع واقى بتقنية الطباعة ثلاثية الأبعاد قام به الأستاذ بجامعة الأغواط كمال سحيري.

يتضح جليا مما ذكر آنفا أن صناعات الشائعات ومروجيها تمكنوا من استغلال الميديا الجديدة لبث الشائعات في شتى الميادين، وتتفق هذه النتائج مع ما طرح في الإطار النظري للدراسة، حيث تم استخدام مستحدثات العصر ومخترعاته في نشر الأراجيف الباطلة في مختلف المجالات الصحية والسياسية والبيئية والاجتماعية والعسكرية والأمنية والاقتصادية والدينية والرياضية وغيرها. وتتمثل أهداف نشر الشائعات والأخبار المكذوبة في: جذب الجمهور نحو موقع الويب لتحقيق المزيد من الأرباح والمداخل، لاكتساب الشعبية على منصات التواصل الاجتماعي، لجذب انتباه الناس، للترفيه والتسلية أو تشويه صورة الآخرين، لصرف انتباه الجمهور عن الأشياء المهمة إلى شيء لا قيمة له، لزيادة النفوذ السياسي، لتضليل وخداع الناس، للتأثير على آراء الناس، لاستفزاز مجموعة من الناس، أو لكسب الربح من خلال عناوين clickbait¹.

2. فئة مصادر الشائعات:

الجدول 3: مصادر الشائعات في صفحتي الدراسة

الترتيب	%	التكرار	مصادر الشائعات
1	48.01	97	صفحات وحسابات فيسبوك
3	8.91	18	صحف إلكترونية جزائرية
7	0.49	1	صحف إلكترونية عربية

¹ Bhawna Narwal, "Fake News in Digital Media", 2018 International Conference on Advances in Computing, Communication Control and Networking (ICACCCN), Greater Noida, India, 12-13 October 2018, p 979, Available at:

https://www.researchgate.net/publication/334167548_Fake_News_in_Digital_Media

7	0.49	1	صحف إلكترونية أجنبية
5	2.47	5	قنوات تلفزيونية جزائرية
6	1.48	3	قنوات تلفزيونية عربية
7	0.49	1	قنوات تلفزيونية أجنبية
7	0.49	1	إذاعات
4	3.96	8	صفحات مزورة
7	0.49	1	قنوات يوتيوب
2	32.67	66	أكثر من مصدر
	100	202	المجموع

توضح البيانات في الجدول رقم (3) مصادر الشائعات، حيث احتلت صفحات وحسابات الفيسبوك المرتبة الأولى بنسبة 48.01%، ومن بين صفحات وحسابات الفيسبوك التي كانت مصدرًا للشائعات: (Chouf-Chouf، Derrière Chaque)، الصفحة الساخرة "Mourad Biar"، أخبار الساعة، RAK FI annaba راك في عنابة، 1.2.3 viva l'algerie، أخبار 48 ولاية، Reda city 16، بشار نيوز، news of algeria - أخبار الجزائر، وزارة الفقر و السعادة، روائح الزمن الجميل، الجزائر الصاعدة، Algeria Dream، Je Dénonce Dz، الجزائر باديسية نوفمبرية، Dosiyet lwa3rine، اولاد الجباس - djebase، نادي حماة الوطن، DZ Réalité، Femme Algérienne Actuelle، وحدة الجزائر خط أحمر، Entre Algériens، Dz، Femme، انا جزائري، الجزائر منارة الحراك، Dzair Bladi، Dima Dz، معركة تحرير الوعي 4، هنا الجزائر، تمنجيل جزائري، حساب "Hamza Hamza"، حساب "Mohammad Saleh" ... إلخ).

يليهما أكثر من مصدر في المرتبة الثانية بنسبة بلغت 32.67%، وهي الشائعات التي كان مصدرها بعض وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، عدة صفحات وحسابات ومجموعات على الفيسبوك، أو مختلف مواقع التواصل الاجتماعي كمنصتي الفيسبوك وتويتر. ومثالها شائعة نشرتها جريدة التحرير الجزائرية عبر صفحتها على الفيسبوك وصفحة "حباب قسنطينة" على الفيسبوك يوم 19 أبريل 2020 جاء فيها: "الطبيبة محناز بعد ليلة متعبة من العمل بمستشفى العاصمة تنتهي بالوفاة وذلك جراء حادث بالسيارة وهي في طريق العودة للمنزل من مناوبة بمصلحة الإنعاش..."، لكن الصورة كانت لطبيبة باكستانية اسمها مهناز فارقت الحياة في ديسمبر 2018.

وجاءت الصحف الإلكترونية الجزائرية في المرتبة الثالثة بنسبة 8.91%، وتمثلت في: (النهار أونلاين، جريدة التحرير الجزائرية، البلاد، كل شيء عن تيبازة، الهداف، Le Soir d'Algerie، Journal el (Hidhab). وهذه النتيجة تتفق مع ما أشارت إليه دراسة (رضا عيد حمودة أكحيل، 2015) بأن المواقع الإخبارية باتت تعتمد على الشائعات لعدة أسباب، منها الحصول على سبق الصحفي، وأكبر عدد من القراءات.¹ تلتها الصحف المزورة في المرتبة الرابعة وذلك بنسبة 3.96%، وتمثلت في: (صفحة باسم قناة النهار "Ennahar Tv النهار الجديد"، صفحة مزيفة باسم "القناة الأرضية الجزائرية"، صفحة باسم قناة البلاد "Journal Elbilad Tv"، صفحة باسم "وزارة المالية"، صفحات مزيفة لاتصالات الجزائر، صفحة باسم "Sonelgaz").

¹ رضا عيد حمودة أكحيل، مرجع سابق، ص 131-132.

أما المرتبة الخامسة فنالتها القنوات التلفزيونية الجزائرية بنسبة قدرت بـ 2.47%، وتمثلت في: (المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، الأحياء، الشروق TV، BeurTV). وحلت القنوات التلفزيونية العربية في المرتبة السادسة بنسبة 1.48%، وتمثلت في: (الحدث، الجزيرة). وكانت المرتبة السابعة والأخيرة للصحف الإلكترونية العربية، الصحف الإلكترونية الأجنبية، القنوات التلفزيونية الأجنبية، الإذاعات، وقنوات اليوتيوب بنسبة 0.49%، وتمثلت الصحيفة الإلكترونية العربية في: (جريدة اللواء الإلكترونية اللبنانية)، والصحيفة الإلكترونية الأجنبية في: (The Sun البريطانية)، والقنوات التلفزيونية الأجنبية في: (فرانس 24)، والإذاعات في: (الإذاعة الجزائرية عبر حسابها الرسمي على تويتر)، وقنوات اليوتيوب في: (قناة "AMIR DZ").

وقد تشابحت نتائج الدراسة الحالية بشكل كبير مع نتائج دراسة (جاسم محمد شبيب العيسى، 2020) التي أكدت أن مصادر نشر الشائعات في الفيسبوك تمثلت أولاً في الصفحات الشخصية للمستخدمين بنسبة 56.8%، وثانياً في الصفحات العامة بنسبة 25.8%، وجاءت ثالثاً مصادر مجهولة أو وهمية بنسبة 9.6%، ورابعاً وسائل الإعلام بنسبة 5.2%¹. وتتفق مع دراسة (رامي باسم يوسف حداد، 2020) التي خلصت إلى أن أكثر الوسائل مساهمة في نشر الشائعات ووسائل التواصل الاجتماعي بنسبة 87.3%، ثم المواقع الإلكترونية الأردنية بنسبة 4.5%². كما تتوافق مع دراسة (سناء جلال عبد الرحمن، 2015) التي أفادت أن أهم مصادر الشائعات تمثلت في صفحات الفيسبوك 52.5%، يليها تطبيقات الهواتف الذكية 15%، ثم تويتر والصحف الإلكترونية 10% لكل منها، وأخيراً مواقع الويب واليوتيوب 2.5% لكل منها.³

يظهر من خلال ما تقدم بأن الشائعات انطلقت من مصادر شتى ومنافذ متعددة، وكان لصفحات وحسابات الفيسبوك القدر المعلى في نشر الشائعات، ولعل مرد هذه النتيجة أن موقع الفيسبوك وغيره من مواقع التواصل الاجتماعي جعلت أي شخص بغض النظر عن سنه أو مستواه التعليمي أو أهدافه قادراً على إضافة المحتوى بالنص والصوت والصورة والتفاعل والنشر كما لو كان مؤسسة إعلامية مصغرة. وحتى وسائل الإعلام التي يفترض أن تكون حائط الصد الأول أمام الإشاعات، فإذا بها هي الأخرى تسهم في نشر الشائعات وتضرب عرض الحائط بالمصادقية التي هي رأس المال الأساسي للإعلام؛ وربما يعزى هذا الأمر إلى التنافس الشديد فيما بينها على اجتذاب أكبر عدد ممكن من أفراد الجمهور، ومحاولة تحقيق سبق الصحفي. وقد توزعت وسائل الإعلام التي شاركت في نشر الشائعات سواء تعلق الأمر بالصحف الإلكترونية أو القنوات التلفزيونية أو الإذاعات بين الجزائرية والعربية والأجنبية، وكانت الصحف الإلكترونية الجزائرية أكثرها نشرًا للشائعات. كما كان للصفحات المزورة التي اتخذت أسماء وسائل إعلامية ومؤسسات دور ملحوظ في نشر الأخبار الزائفة.

¹ جاسم محمد شبيب العيسى، مرجع سابق، ص 315-318.

² رامي باسم يوسف حداد، مرجع سابق، ص 54.

³ سناء جلال عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 160.

الجدول 4: أنواع الشائعات في صفحتي الدراسة

الترتيب	%	التكرار	الفئة	
1	55.45	112	الشائعات التي لا أصل لها	من حيث الأصل
2	44.55	90	الشائعات المختلطة بين الصحة	
	100	202	المجموع	
2	34.16	69	الشائعات البيضاء	وفق المناخ العام الذي تخلقه
1	65.84	133	الشائعات السوداء	
	100	202	المجموع	

يبين الجدول رقم (4) أنواع الشائعات من حيث الأصل، وقد حصلت الشائعات التي لا أصل لها على أكبر نسبة حيث بلغت 55.45%، ومثالها شائعة نشرتها عدة صفحات وحسابات على الفيسبوك منها صفحة "هنا المنيرة" و صفحة "تيميمون نيوز- Timimoun News الصفحة الرسمية" وغيرها بتاريخ 30 أكتوبر 2020 جاء فيها: "وزير العمل الهاشمي جعوب: إرتفاع عدد المناصب الشاغرة سببه عدم إقبال الشباب على مسابقات التوظيف وحبهم للبطالة والهجرة الغير الشرعية". بينما كان نصيب الشائعات المختلطة بين الصحة والكذب نسبة 44.55%، ومن ذلك شائعة نشرتها جريدة التحرير الجزائرية عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك في 10 جوان 2020 جاء فيها: "حادث مرور في الطريق الوطني الرابط بين مستغانم و وهران بالضبط بين بلديتي ارزيو و قديل خلف وفاة دركي على متن دراجة نارية إنا لله وإنا اليه راجعون"، لكن الحقيقة أن الحادث يعود لأكثر من 3 سنوات مضت حسب ما كشفت عنه صفحة "طريقي Tariki" التابعة للدرك الوطني.

كما يوضح الجدول أنواع الشائعات وفق المناخ العام الذي تخلقه، وقد نالت الشائعات السوداء حصة الأسد وذلك بنسبة 65.84%، وقد تطابقت هذه النتيجة مع ما جاءت به دراسة (جاسم محمد شبيب العيسى، 2020) من أن الشائعات السوداء جاءت في المركز الأول بنسبة 60%¹. ومن الأمثلة الدالة عليها شائعة نشرتها صفحة "Reda city16" بتاريخ 4 أوت 2020 جاء فيها: "معلومة مفيدة احذر أن تلمس هذا الشيء لأنها ستكون نهايتك الأبدية. إن رأيت هذا الشكل ولمسته ستموت في أقل من دقيقة، لأنها ليست عملة نادرة بل هو ظهر عنكبوت الساعة الرملية القاتل الذي يشبه العقرب، سيشل حركتك في مدة تصل كحد أدنى لها 5 ثواني وتموت خلال دقائق. لم يعلم أحد من الخبراء كيف أتت من صحراء ناميبيا أو من صحارى الربع الخالي يخلق الله ما يشاء"، الحقيقة أن الصورة لعنكبوت من نوع Cyclocosmia لا يعيش في إفريقيا وغير خطير على حياة الإنسان. ومنها شائعة نشرها أكثر من مصدر في 6 أبريل 2020 جاء فيها: "الكورونا غاز أو فيروس؟؟؟؟ هذا ما وقع الليلة في شوارع روما آلاف الطيور ملقاة في كل مكان احذروا خاصة هذا الأسبوع من الاثنين للجمعة"، الحقيقة أن الصور ليست لموت عدد من الطيور بروما بسبب فيروس كورونا، بل تعود إلى 4 فيفري 2020 نتيجة عاصفة ضربت العاصمة الإيطالية.

وكان للشائعات البيضاء في مقابل ذلك نسبة 34.16%، ومن أمثلة هذا النوع من الشائعات شائعة نشرتها صفحة RAK FI "la casa" في عنابة على الفيسبوك والصفحة الرسمية لقناة الجزائرية وان El Djazairia One على الفيسبوك في 20

¹ جاسم محمد شبيب العيسى، مرجع سابق، ص 336.

فيفري 2021 جاء فيها: "متداول الطبيب الجزائري حسام ظافر من ولاية الجلفة يعالج المرضى المحتاجين مجاناً وشعاره العلاج مجاني لمن لا يملك ثمنه هذا حقك ولا منة لأحد"، الحقيقة أن الطبيب ظافر ياسر الخياط من فلسطين كتب على باب عيادته في مدينة نابلس "العلاج مجاني لمن لا يملك ثمنه". وكما في شائعة نشرتها جريدة التحرير الجزائرية عبر صفحتها على الفيسبوك في 6 ماي 2020 جاء فيها: "زوجة رئيس وزراء كندا وبنته ترتديان (الحجاب) في رمضان، احتراماً لمسلمي بلدهم"، الحقيقة أن الصورة التقطت خلال زيارة العائلة لمسجد بالهند عام 2018.

4. فئة الأطر الجغرافية للشائعات:

الجدول 5: الأطر الجغرافية للشائعات في صفحتي الدراسة

الترتيب	%	التكرار	الأطر الجغرافية
1	52.97	107	وطنية
3	9.41	19	قومية
2	37.62	76	دولية
	100	202	المجموع

يظهر الجدول رقم (5) الأطر الجغرافية للشائعات أين تربعت الشائعات الوطنية على عرش الصدارة بنسبة بلغت 52.97%، وقد مست مختلف ربوع الجزائر، ومن أمثلتها شائعة نشرتها الصفحة الساخرة "Mourad Biar" على الفيسبوك بتاريخ 13 نوفمبر 2020 جاء فيها: "الجنرال بوعلام ماضي يدعو إلى حجب الفيسبوك في الجزائر حفاظاً على مصداقية نشرة الثامنة". وتصب في هذا الإطار أيضاً شائعة نشرتها جريدة التحرير الجزائرية عبر صفحتها على الفيسبوك بتاريخ 10 ماي 2020 جاء فيها: "منقول بعد ظهور اسراب من الدلافين حول الساحل الجزائري انثى دولفين تلد بالقرب من الشاطئ سبحان الله"، لكن الصورة التقطت عام 2011 بالأوروغواي وتعود ملكيتها لوكالة الأنباء البريطانية reuters.

حلت بعدها مباشرة الشائعات الدولية بنسبة 37.62%، وربما يعود السبب في ذلك إلى أن انتشار الأخبار المغلوطة عن طريق الميديا الجديدة مكنها من اختراق الحواجز والحدود الجغرافية وأكسبها سمعة عالمية، ومن أمثلة تلك الإشاعات شائعة نشرتها صفحة "Derrière Chaque" على الفيسبوك بتاريخ 7 نوفمبر 2020 جاء فيها: "خريطة حرائق في الكثير من مناطق العالم خلال ال 24 ساعة الماضية في ظاهرة غريبة". ومنها شائعة نشرتها عدة صفحات على الفيسبوك كصفحة "المدية اليوم Medea today"، صفحة "هنا الجزائر"، صفحة "Réghaia Fans"، وصفحة "أخبار الدولة الجزائرية" يوم 2 جوان 2020 تحت عنوان: "أوباما الرئيس الأمريكي السابق يتقدم مظاهرات الأمريكيين ضد العنصرية"، لكن الصورة تعود إلى 2015 وليست من المظاهرات التي شهدتها الولايات المتحدة الأمريكية في تلك الفترة. وشائعة نشرها أكثر من مصدر في 2 أبريل 2020 جاء فيها: "اغتيال رئيس الفريق العلمي الذي يجري التجارب النهائية على اللقاح الخاص بفيروس الكورونا في ألمانيا الأوساط الطبية الألمانية تعيش حالة من الصدمة بعد اغتيال البروفيسور التونسي محمود عبد القادر البرزقي مما يشكل انتكاسة كبيرة للجهود العالمية في مكافحة فيروس الكورونا...."، في الحقيقة لا أثر لباحث تونسي يحمل اسم محمود عبد القادر البرزقي، وصورة الشخص تعود لطبيب لبناني يحمل اسم عبد الرحمن البرزقي، ولا علاقة له بهذه الشائعة التي لا أصل لها.

وكان الدور أخيرا على الشائعات القومية بنسبة 9.41%، ودارت حول الدول العربية والإسلامية على السواء، ومن نماذجها شائعة انتشرت في مواقع التواصل الاجتماعي بتاريخ 4 أوت 2020 بعنوان: "صورة اشخاص في السماء بفعل الانفجار في بيروت"، الحقيقة بعد تكبير الصورة الظاهر فيها هي طيور. وكذلك شائعة نشرتها صفحة "غرفة التحقيق" على الفيسبوك بتاريخ 21 أبريل 2020 جاء فيها: "الصورة ليست فوتوشوب إنها من قلب عاصمة ماليزيا احتفاء بالعلامة عبد الحميد بن باديس و مالك بن نبي كأعظم شخصيتين ساهما في تطورها"، لكن الصورة كانت معدلة والأصلية من نيويورك بالولايات المتحدة الأمريكية وليست من ماليزيا.

وتتطابق النتائج السابقة بعض الشيء مع ما خرجت به دراسة (سنة جلال عبد الرحمن، 2015) من نتائج بأن الشائعات المنتشرة على المستوى القومي المصري والسعودي جاءت أولا بنسبة 72.5%. وجاء الإطار العالمي في المرتبة الثانية بنسبة 20%، ثم الإطار العربي بنسبة 3%، وغابت تماما الشائعات المتعلقة بالإطار الإسلامي (خارج الدول العربية).¹

5. فئة طرق إنتاج الشائعات:

الجدول 6: طرق إنتاج الشائعات في صفحتي الدراسة

الترتيب	%	التكرار	طرق إنتاج الشائعات
2	32.43	108	التلاعب في صور
3	6.91	23	التلاعب في فيديوهات
1	52.55	175	أخبار ومعلومات غير صحيحة
4	4.50	15	تصريحات وأقوال غير صحيحة
5	1.80	6	روابط غير صحيحة
6	1.20	4	إعلانات
7	0.30	1	سير آراء
7	0.30	1	بيانات صحفية غير صحيحة
	100	333	المجموع

تشير البيانات في الجدول رقم (6) إلى أن أكثر طرق إنتاج الشائعات استخداما في الميديا الجديدة كانت الأخبار والمعلومات غير الصحيحة والتي حازت على نسبة 52.55%، وهذا ما يؤكد أنه بظهور الأخبار التي يتم إنشاؤها عبر الإنترنت، أصبحت الأخبار المزيفة قوة جبارة مرة أخرى، وأن الأخبار الرقمية قد أعادت الصحافة الصفراء إلى الواجهة من جديد.² وفي بعض الأحيان نسبت الشائعات إلى مصادر إعلامية كـ (CNN، France 24، BBC، The Sun)، إذاعة القرآن الكريم الجزائرية، كما لوحظ أحيانا في الشائعات استعمال كلمات من قبيل (خبر عاجل، متداول، منقول).

يلها التلاعب في الصور بنسبة 32.43%، وكان ذلك من خلال استخدام صور من مناطق وأماكن ودول أخرى وتسقط مثلا على أنها في الجزائر، صور قديمة، صور لشخصيات وأحداث أخرى لا علاقة لها بالشائعة، وصور معدلة ومفتركة ومركبة بالاعتماد على برنامج الفوتوشوب وغيره من البرامج والتطبيقات التي تعنى بمعالجة الصور، وهذه النتيجة تؤكد أنه ينبغي إعادة النظر في المقولة الشهيرة

¹ سنة جلال عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 157.

² Jacob Soll, op. cit.

"الصورة تغني عن ألف كلمة". ومن أمثلة ذلك شائعة نشرتها قناة BeurTV الجزائرية عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك في 23 أبريل 2020 جاء فيها: "متداول/ صورة من شوارع هافانا الكوبية استعدادا للاحتفال بذكرى خطاب بومدين التاريخي في 24 أبريل 1974 في الأمم المتحدة ضد الدول الاستعمارية و أحقية الشعوب في تقرير مصيرها"، والواقع أن الصورة تم تعديلها بواسطة موقع PhotoFunia. ومنها شائعة أطلقتها جريدة كل شيء عن تيبازة الإلكترونية Tout sur Tipasa عبر صفحتها على الفيسبوك في فيفري 2021 تحت عنوان: "الجزائر القارة رخام مستخرج من جبال تمنراست"، لكن الصور كانت من مناطق متفرقة من العالم وليست لرخام تمنراست. وكذا شائعة نشرتها صفحة "Chaque Derrière" على الفيسبوك في سبتمبر 2020 بعنوان: "آخر صورة للشهيدة الغارقة في السودان الشقيق"، لكن الصورة كانت من Bihar في الهند. وكذا شائعة أذاعتها صفحة "Actuelle" "Femme Algérienne" على الفيسبوك في جوان 2020 جاء فيها: "صور متداولة يقال أنها من جبال البابور بسطيف واش يسموه هذا الحياة"، الحقيقة أن الصور من الولايات المتحدة الأمريكية لدب أسود مصاب بالجرب.

وتفاوتت النسب لبقية طرق إنتاج الشائعات، حيث حصل التلاعب في الفيديوهات على نسبة قدرت ب 6.91%، وكان ذلك من خلال مقاطع الفيديو التي تتضمن معلومات خاطئة، فيديوهات قديمة، فيديوهات من أماكن أخرى لا صلة لها بالشائعة، فيديوهات لأحداث أخرى لا صلة لها بالشائعة، والتعديل فيها وفبركتها باستخدام برامج المونتاج، فعلى سبيل المثال أثارت صفحة "Biskra Vol.2" على الفيسبوك في جويلية 2020 شائعة جاء فيها: "حوت الأوركا أو الحوت القاتل، لأول مرة على شواطئ الجزائر عين تموشنت بعد توقف شبه تام لإبحار السفن"، والواقع أن الفيديو عن حوت الأوركا القاتل في عين تموشنت مفبرك وتم تركيب الصوت عليه والأصلي من نيوزيلاندا.

ومن ثم أتت تصريحات وأقوال غير صحيحة بنسبة 4.50%، من ذلك شائعة أطلقتها الصفحة الساخرة "Mourad Biar" على الفيسبوك بتاريخ 4 نوفمبر 2020 جاء فيها: "جراد: دعونا من الحديث عن إسترجاع الاموال المنهوبة فالجزائر ليست بحاجة إلى المال الحرام"، وشائعة نشرتها صفحة "أطباء Doctors" على الفيسبوك في ماي 2020 جاء فيها: "الكاميرون: الوزير أتانغا: أي عشاب يدعي أنه بإمكانه علاج كورونا سيتم إعتقاله وحقنه بالفيروس، فإن إستطاع علاج نفسه ستدعمه الدولة".

يلي ذلك روابط غير صحيحة بنسبة 1.80%، مثل شائعة نشرها أكثر من مصدر في ماي 2020 تحت عنوان: "الجزائر تشرع في بناء أكبر سجن في العالم"، وتتبع الرابط فإنه يحيل إلى خبر آخر لاعلاقة له بالمنشور معنون ب "الصين تشرع في بناء أكبر ملعب كرة قدم في العالم"، وكان الغرض من بعض الروابط الاختراق أو سرقة البيانات الشخصية. وهذه النتيجة تختلف مع نتائج دراسة (سنا جلال عبد الرحمن، 2015) حيث بينت نتائجها أنه لم يتم استخدام روابط ويب غير صحيحة في الشائعات.¹

أما الإعلانات فقد بلغت نسبة استخدامها 1.20%، ويتجلى هذا بوضوح في شائعة نشرتها صفحة مزورة تحمل اسم "Sonelgaz" على الفيسبوك في 3 سبتمبر 2020 جاء فيها: "تعلن شركات سونلغاز بالجزائر إحتياجها 500 عامل في جميع فروعنا مطلوب جميع المؤهلات والراتب حسب المؤهل. بادر بتقديمك للوظيفة التي تناسب تخصصك الان. اذا كنت مهتم اضغط الان على الرابط الخاص..."، وقد كانت بعض هذه الإعلانات ممولة.

وحلت في مؤخرة الترتيب بيانات صحفية غير صحيحة وسر آراء بالنسبة نفسها ألا وهي 0.30%، أما البيانات الصحفية فتمثلت في بيان صحفي مزيف نشرته صفحة على الفيسبوك جاء فيه: "تعتذر المديرية العامة للأمن الوطني من استعمال اليوم الجمعة 26 مارس

¹ سنا جلال عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 161.

2021 غاز Capsicum oleresin الممنوع دوليا ضد مواطنات ومواطنين خرجوا للتظاهر سلميا كما ينص عليه الدستور الجزائري...، وهو ما فندته المديرية العامة للأمن الوطني. وكان هناك سير آراء منسوب للمؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري نشرته صفحة فيسبوكية مزيفة تتحلل صفة المؤسسة تحمل اسم "القناة الأرضية الجزائرية" بتاريخ 25 أبريل 2020 جاء فيه: "هل أنتم راضون على برامج التلفزيون الجزائري التي تبث على مختلف قنواته الستة؟ اقتراحاتكم، انتقاداتكم"، وكان الخياران "نعم راضي جدا، نعم مع بعض النقائص". وتتوافق هذه النتائج إلى أبعد حد مع ما ذهبت إليه دراسة (سنة جلال عبد الرحمن، 2015) بأن التلاعب في الصور الفوتوغرافية، واختلاق معلومات غير صحيحة كانتا أكثر الطرق استخداما من جانب مختلقي الشائعات على شبكات التواصل الاجتماعي، إذ اتضح أن هاتين الطريقتين استحوذتا معا على 80% من الشائعات المنشورة، بواقع 40% لكل منها. ليأتي التلاعب في مقاطع الفيديو واجترائها والتعديل فيها في المرتبة الثالثة بنسبة 12.5%، ثم التلاعب في التسجيلات الصوتية بنسبة 5%، وأخيرا اختلاق تصريحات ونسبتها إلى أشخاص بنسبة 2.5%¹.

يتضح مما سبق أن مطلقي الشائعات ومروجيها يحرصون على اختيار مضامين ومعلومات توحى للآخرين بأنها صادقة حتى لو قاموا بتزييف الحقائق والأرقام والصور ومقاطع الفيديو.² والنتيجة النهائية لظهور الأخبار المزيفة، والصور المزيفة، والفيديوهات المزيفة، والأصوات المزيفة، وغيرها من طرق إنتاج الشائعات؛ أننا نعيش اليوم في عالم ما بعد الحقيقة Post truth world الذي تكون فيه الحقائق الموضوعية أقل تأثيراً في تشكيل الرأي العام من نداءات العاطفة والمعتقدات الشخصية.³ عالم من المرجح أن يقبل فيه الناس حجة بناءً على عواطفهم ومعتقداتهم، بدلا من حجة تستند إلى حقائق.⁴

6. فئة مصادر إثبات عدم صحة الشائعات:

الجدول 7: مصادر إثبات عدم صحة الشائعات في صفحتي الدراسة

الترتيب	%	التكرار	مصادر إثبات عدم صحة الشائعات
2	27.22	55	صفحة هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية
1	48.01	97	صفحة Fake News DZ
8	0.99	2	بيانات رسمية
8	0.99	2	صحف إلكترونية
7	1.48	3	قنوات تلفزيونية
8	0.99	2	إذاعات
9	0.49	1	وكالات أنباء
8	0.99	2	مواقع إلكترونية
4	3.46	7	الجهات الأمنية والعسكرية

¹ سنة جلال عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 160-161.

² جاسم محمد شبيب العيسى، مرجع سابق، ص 378.

³ Lee McIntyre, **Post-Truth**, The MIT Press Essential Knowledge Series, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, United States, 2018, p 5.

⁴ Cambridge Dictionary, "Meaning of post-truth in English", Available at:

<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth> , 5 December 2020, 16:22.

5	2.47	5	وزارات
3	7.42	15	مواقع أو صفحات أخرى لمكافحة الشائعات
4	3.46	7	صفحات وحسابات رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي
6	1.98	4	صفحات وحسابات غير رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي
	100	202	المجموع

يوضح الجدول رقم (7) مصادر إثبات عدم صحة الشائعات ويقصد بها الجهات التي تصدت للشائعات وكان لها الإسهام في إثبات عدم صحتها، وقد انفردت صفحة Fake News DZ بالصدارة بنسبة 48.01%، فيما كانت الوصافة لصفحة هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية وذلك بنسبة 27.22%، ثم مواقع أو صفحات أخرى لمكافحة الشائعات بنسبة قدرت بـ 7.42%، وتمثلت هذه الأخيرة في: (صفحة "المعرفة والأكاذيب - TT" على الفيسبوك، منصة فتيبنوا لمكافحة الأخبار الكاذبة، وموقع مسبار)، وقد لعبت المصادر سابقة الذكر سواء تعلق الأمر بالصفحتين محل الدراسة أو المواقع والصفحات الأخرى التي تعمل على مكافحة الشائعات دور ما كان يعرف قديما بعبادة الشائعات.

لتأتي بعدها كل من الجهات الأمنية والعسكرية وصفحات وحسابات رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 3.46%، وتمثلت الجهات الأمنية والعسكرية في: (صفحة "طريقي Tariki" للدرك الوطني في مجال الإعلام المروري، وزارة الدفاع الوطني، الدرك الوطني، المديرية العامة للأمن الوطني). أما الصفحات والحسابات الرسمية على شبكات التواصل الاجتماعي فكانت: (صفحة Ambassade de Chine en Algérie على الفيسبوك، صفحة "مديرية الصحة و السكان باتنة" على الفيسبوك، صفحة "المديرية العامة للحماية المدنية الجزائرية" على الفيسبوك، صفحة "Algérie Télécom - إتصالات الجزائر" على الفيسبوك، حساب "Dgpc" على الفيسبوك التابع للمديرية العامة للحماية المدنية، حساب وسيم يوسف على موقع تويتر، حساب اللاعب الفرنسي بول بوغبا على موقع إنستغرام).

أما الوزارات فحظيت بنسبة 2.47%، حيث تولت بعض الوزارات الجزائرية مهمة الرد على شائعات معينة، وهي: (وزارة الطاقة، وزارة الشؤون الدينية والأوقاف، وزارة التربية الوطنية، وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي)، بالإضافة إلى وزارة لدولة أخرى وهي: (وزارة الشؤون الخارجية التونسية). ثم جاءت بعدها صفحات وحسابات غير رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة 1.98%، وتمثلت في: (صفحة "أخبار ولاية شلف" على الفيسبوك، صفحة "Madina fly radio" على الفيسبوك، حساب "Mohamed Amine Smail" على الفيسبوك، حساب "Mehdi Dou" على الفيسبوك). تليها قنوات تلفزيونية بنسبة 1.48%، وتمثلت في: (المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك، صفحة قناة الشروق نيوز تي في على الفيسبوك "Echourouk News TV"، موقع قناة Rtarabic).

وتساوت النسب لكل من بيانات رسمية، صحف إلكترونية، إذاعات، ومواقع إلكترونية بحصول كل واحد منهم على 0.99%، وتمثلت البيانات الرسمية في: (بيان صحفي لنيابة الجمهورية بمحكمة القليعة، بيان توضيحي لمفوضية الأمم المتحدة السامية لحقوق الإنسان)، والصحف الإلكترونية في: (جريدة اليوم السابع المصرية عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك، موقع وكالة فلسطين اليوم الإخبارية)، والإذاعات في: (الإذاعة الجزائرية عبر صفحتها الرسمية على الفيسبوك، موقع راديو كندا)، والمواقع الإلكترونية في: (موقع الفيسبوك، موقع Médiamass)، بينما لم تبرز وكالات الأنباء سوى بنسبة 0.49%، وتمثلت في: (موقع وكالة الأنباء البريطانية رويترز).

وتعارض هذه النتائج بعض الشيء مع دراسة (جاسم محمد شبيب العيسى، 2020) التي توصلت إلى أن الجهات الأمنية جاءت في المرتبة الأولى في عملية التصدي والرد على الشائعات بنسبة 4%، وجاء الجانب الرسمي في المرتبة الثانية بنسبة 2.8%، وجاء الجانب العسكري في المرتبة الثالثة بنسبة 2%، أما الجهات الإعلامية فجاءت في المركز الرابع بنسبة 1.4%، وتقاومت المركز الخامس كل من المؤسسة الدينية والمواطن العراقي بنسبة 1%، وجاءت منظمات المجتمع المدني في المركز السادس بنسبة 0.6%، واحتل الجانب القانوني المركز السابع والأخير بنسبة 0.2%، بينما بلغت نسبة الشائعات التي لم تتعامل معها أي جهة 87%¹.

7. فئة الأدلة المستخدمة في دحض الشائعات:

الجدول 8: الأدلة المستخدمة في دحض الشائعات في صفحتي الدراسة

الترتيب	%	التكرار	الأدلة المستخدمة في دحض الشائعات
3	13.80	73	الصورة الأصلية
7	3.59	19	الفيديو الأصلي
1	35.54	188	الخبر والمعلومة الصحيحة
8	3.02	16	صورة النفي الرسمي
13	0.38	2	صورة النفي الشخصي
2	18.71	99	رابط للخبر والمعلومة الصحيحة
4	9.45	50	صحف إلكترونية
5	5.10	27	قنوات تلفزيونية
11	0.76	4	إذاعات
10	1.51	8	وكالات أنباء
12	0.57	3	مواقع مكافحة الشائعات
6	4.54	24	حسابات أو صفحات أو مجموعات على الفيسبوك
9	2.46	13	قنوات يوتيوب
12	0.57	3	حسابات تويتر
	100	529	المجموع

يتضح من الجدول السابق أن مصادر إثبات عدم صحة الشائعات استعان بالعدد من الأدلة في دحض الشائعات، واعتمدت في المقام الأول على الخبر والمعلومة الصحيحة بنسبة 35.54%، يليه مباشرة في المقام الثاني رابط للخبر والمعلومة الصحيحة بنسبة 18.71%، وقد يرجع ذلك إلى محاولة إضفاء نوع من المصداقية في الرد على الإشاعة، ولوحظ أن بعض الردود كانت مدعمة برابط أو عدة روابط، والبعض الآخر كان خالياً من أي رابط. وجاءت في الترتيب الثالث الصورة الأصلية بنسبة 13.80%، وتتشابه هذه النتائج مع دراسة (سنة جلال عبد الرحمن، 2015) التي أكدت أن صفحة ده بجد المصرية، و صفحة هيئة مكافحة الإشاعات السعودية اعتمدتا بدرجة كبيرة ومتساوية على نشر الصورة الأصلية للحدث الذي تدور حوله الشائعة كدليل إثبات على التلاعب بها أو تعديلها أو عدم

¹ جاسم محمد شبيب العيسى، مرجع سابق، ص 268-276.

ارتباطها بالحدث، وبلغت نسبة ذلك 30% موزعة بالتساوي بين الصفحتين. وفي المرتبة الثانية جاء تقديم الفيديو الأصلي للواقعة، وكذلك تقديم المعلومات الصحيحة كدليلي إثبات عدم صحة الشائعة بنسبة 15% لكل منهما.¹

ثم أتت الصحف الإلكترونية في الترتيب الرابع بنسبة 9.45%، وتوزعت بين الجزائرية، العربية، والأجنبية، منها: (نيويورك تايمز The New York Times الأمريكية، البلاد الجزائرية، الموعد اليومي الجزائرية، جريدة الحرية التونسية، هسبريس المغربية، The Times of India الهندية، النشرة اللبنانية، El Watan الجزائرية، The Star الماليزية، اليوم السابع المصرية، Daily Voice الجنوب إفريقية، دايلي ميل Daily mail البريطانية، صحيفة Ouest-France الفرنسية، النهار أونلاين الجزائرية، جريدة مونترال الكندية Le Journal de Montreal، Réalités Online التونسية، اليابان اليوم Japan Today اليابانية، مرآة البحرين البحرينية، Webdo التونسية، الخبر الجزائرية، دوز الفلسطينية، Libération الفرنسية، Le Monde الفرنسية، Le Figaro الفرنسية، Le Parisien الفرنسية، صحيفة Medical News PK الطبية الباكستانية، الصن البريطانية The Sun، جريدة فرانكفورتر الألمانية Frankfurter... إلخ).

تليها القنوات التلفزيونية في الترتيب الخامس بنسبة 5.10%، منها: (CNN، France 24، المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، الجزيرة، Ennahar TV، Echourouk News TV، التاسعة التونسية، Times Now الهندية، دوزيم المغربية، العربية، ناشيونال جيوغرافيك... إلخ)، وكان ذلك من خلال مواقعها على الإنترنت، أو صفحاتها على الفيسبوك، أو قنواتها على اليوتيوب. تتبعها حسابات أو صفحات أو مجموعات على الفيسبوك في الترتيب السادس بنسبة 4.54%، منها: (صفحة وزارة الشؤون الدينية والأوقاف، صفحة "مديرية الحماية المدنية غرداية DPC Ghardaia"، صفحة "مهندس زراعي Ingénieur "Agronome"، صفحة "V.A.R DZ"، مجموعة "عالم الحياة البرية في الجزائر Le monde de la vie "sauvage en Algérie"، حساب "Kamal Sehairi"، صفحة "ليبيا الحدث 24"، صفحة defla news "ain أخبار عين الدفلى"، "Page Ain Smara" صفحة عين اسمارة"، صفحة "j'aime Béchar جام بشار"، صفحة "DR. Abdul Rahman Bizri"، صفحة "أطباء Doctors"، صفحة "I Love Sidi Bouzid... إلخ). وبعدها الفيديو الأصلي في الترتيب السابع بنسبة 3.59%، وكان ذلك في الغالب من خلال نشر رابط الفيديو الأصلي على اليوتيوب كإثبات على التلاعب به.

أما في الترتيب الثامن فحلت صورة النفي الرسمي بنسبة 3.02%، أي نشر صورة النفي الذي صدر من جهة رسمية، ومثاله صورة بيان نشرته صفحة هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية بتاريخ 11 أبريل 2020 جاء فيه: "إن وزارة التربية الوطنية تنفي نفيًا قاطعًا ما تم تداوله من أخبار مغلوطة في بعض وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي بخصوص إعادة تنظيم وتوزيع الموسم الدراسي الجاري والمقبل. وتغيير رزمة الامتحانات المدرسية الوطنية...". فيما عاد الترتيب التاسع لقنوات يوتيوب بنسبة 2.46%، ومنها: (قناة GE Healthcare الشركة العلمية الرائدة في مجال التكنولوجيات الطبية وعلوم الحياة، القناة الرسمية لجامعة مولود معمري ببيزري وزو، قناة The Mayweather Channel المخصصة للملاكمة، قناة قلبي اطمأن، قناة Centurion dz... إلخ).

وجاءت في الترتيب العاشر وكالات الأنباء بنسبة 1.51%، وتمثلت في: (وكالة الأنباء الجزائرية، وكالة المغرب العربي للأنباء المغربية، وكالة أنباء سبوتنيك الروسية Sputnik، وكالة فرانس براس، وكالة الأنباء البريطانية رويترز، وكالة مهر للأنباء الإيرانية، وكالة الأنباء الكازاخستانية KAZINFORM). وفي الترتيب الحادي عشر جاءت الإذاعات بنسبة 0.76%، ومنها: (إذاعة راديو موزايك التونسية الخاصة، Radio M راديو إم المحطة الإذاعية الجزائرية الخاصة، NPR الأمريكية National Public Radio... إلخ). وجاءت في الترتيب الثاني عشر مواقع مكافحة الشائعات وحسابات تويتر بدرجة واحدة من الاهتمام وبنسبة بلغت 0.57%، وتمثلت مواقع مكافحة

¹ سناء جلال عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 173.

الشائعات في: (Politifact الأمريكي الذي يصدره معهد بوينتر الأمريكي للدراسات الإعلامية، Hoax البلجيكي، وفالسو المصري (Falsoo). أما حسابات تويتر فتمثلت في: (حساب منظمة الصحة العالمية (who) Western Pacific، حساب Un Human Rights، والحساب الساخر الذي يحمل اسم (Paul Atnaga Nji).

للتذيل مؤخرة الترتيب صورة النفي الشخصي بنسبة 0.38%، أي نشر صورة النفي الصادر من شخصية معينة، وتمثلت في صورة النفي الصادر من اللاعب الفرنسي بول بوغبا عبر حسابه على إنستجرام الذي نشرته صفحة Fake News DZ بتاريخ 26 أكتوبر 2020، وكذلك صورة النفي الصادر من وسيم يوسف عبر حسابه على تويتر والذي نشرته صفحة هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية بتاريخ 16 أبريل 2020، حيث نفى شائعة الحكم عليه بالسجن.

8. فئة حجم التفاعل مع الشائعات ومع دحض الشائعات:

الجدول 9: حجم التفاعل مع الشائعات ومع دحض الشائعات في صفحتي الدراسة

المجموع	عدد التعليقات		عدد المشاركات		عدد الإعجابات		حجم التفاعل مع الشائعات ومع دحض الشائعات
	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	
775858	94796		240539		440523		حجم التفاعل مع الشائعات
%78.59	%82.37		%92.94		%71.82		
211382	20285		18259		172838		حجم التفاعل مع دحض الشائعات
%21.41	%17.63		%7.06		%28.18		
987240	115081		258798		613361		المجموع
%100	%100		%100		%100		

يلاحظ من بيانات الجدول أعلاه أن الغلبة كانت للتفاعل مع الشائعات على حساب التفاعل مع دحض الشائعات في كل أشكال التفاعل، فكان للإعجاب بالشائعات نسبة 71.82% مقابل نسبة 28.18% للإعجاب بدحض الشائعات، وكان لمشاركة الشائعات نسبة 92.94% بفارق كبير جداً عن مشاركة دحض الشائعات التي قدرت نسبتها بـ 7.06%، هذه النتيجة التي تدعمها نتائج الدراسة التي قام بها كل من (Soroush Vosoughi، Deb Roy، Sinan Aral، 2018) والتي توصلوا فيها إلى أن الكثير من الأشخاص أعادوا تغريد الأكاذيب أكثر مما فعلوا مع الحقائق. وأن الأكاذيب من المرجح أن يعاد تغريدها بنسبة 70% أكثر من الأخبار الحقيقية.¹ وأما بخصوص التعليقات، فكان للتعليق على الشائعات النصيب الأوفر بنسبة 82.37%، مقابل نسبة 17.63% للتعليق على دحض الشائعات.

وقد حصد التفاعل مع الشائعات بشكل إجمالي ما مجموعه 775858 تكراراً من الإعجابات والمشاركات والتعليقات بنسبة مئوية مقدارها 78.59%، أما التفاعل مع دحض الشائعات فلم يحظى سوى بـ 211382 تكراراً بنسبة 21.41%، وهو ما يؤكد أن غالبية المستخدمين يتلقون الشائعات الباطلة على أنها حقائق مسلمة، يقول مارك توين Mark Twain: "تجوب الكذبة نصف العالم، بينما ما تزال الحقيقة ترتدي حذاءها."² بل إنها تجوب في عصر الميديا الجديدة العالم كله، فعن سمرة بن جندب رضي الله عنه قال: قال النبي صلى

¹ Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral, op. cit, p 1148-1149.

² Manoranjan kumar, **Dictionary of Quotations**, APH Publishing Corporation, New Delhi, India, 2008, p 241.

الله عليه وسلم: (رأيت رجلين أتيا، قال: الذي رأيته يشق شذقه فكذاب، يكذب بالكذبة تحمل عنه حتى تبلغ الآفاق، فيصنع به إلى يوم القيامة).¹

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة (سواء جلال عبد الرحمن، 2015) التي كشفت تفاوتاً ضخماً بين حجم تفاعل مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي مع الشائعة ومع دحض الشائعة. حيث بلغ التفاعل مع الشائعة 701628 موزعة بين 415584 إعجاب و 286044 مشاركة. في المقابل بلغ إجمالي حجم التفاعل مع دحض الشائعة 43719 موزعا بين 27148 إعجاب، و 14143 مشاركة، و 2428 تعليق. وقد شكل التفاعل مع الشائعة 94.13% من حجم التفاعل الكلي مقابل 5.86% للتفاعل مع دحض الشائعة.²

ثالثاً: نتائج الدراسة التحليلية:

خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج يمكن إيجازها في النقاط الآتية:

- جاءت الشائعات الصحية على رأس قائمة المجالات التي تم تناولها في الميديا الجديدة، وانصبت في غالبيتها على فيروس كورونا ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما شهده العالم من استفحال لجائحة كورونا بالموازاة مع وباء لا يقل خطورة ألا وهو الوباء المعلوماتي Infodemic. ثم توالى الشائعات في بقية المجالات على الترتيب: السياسية، البيئية، الاجتماعية، العسكرية والأمنية، الإقتصادية، الدينية والرياضية، الثقافية والفنية، التعليمية، القضائية والقانونية والإعلامية، السياحية والتاريخية، وأخيراً العلمية والتكنولوجية.

- تبين أن صفحات وحسابات الفيسبوك هي أكثر المصادر التي قامت بنشر الشائعات، وحل بعدها أكثر من مصدر، كما رصدت الدراسة حضوراً لافتاً لوسائل الإعلام الجزائرية والعربية والأجنبية من صحف إلكترونية وإذاعات وقنوات تلفزيونية في نشر الشائعات، وكانت الصحف الإلكترونية الجزائرية في طليعة من تولى نسج الشائعات من بين هذه الوسائل. كما أسهمت الصفحات المزورة التي تنتحل أسماء وسائل إعلامية ومؤسسات في بث الإشاعات.

- أظهرت الدراسة أن الشائعات التي لا أصل لها حسمت الصدارة لصالحها بنسبة 55.45% وذلك فيما يتعلق بأنواع الشائعات من حيث الأصل، أما أنواع الشائعات وفق المناخ العام الذي تخلقه فطغت عليها الشائعات السوداء بنسبة 65.84%.

- تنوعت الأطر الجغرافية للشائعات وارتبطت بصفة أساسية بالجزائر فكان للشائعات الوطنية الحظ الأوفى بنسبة 52.97%، ثم جاءت الشائعات الدولية بنسبة 37.62%، وبصورة أقل الشائعات القومية.

- تعكس نتائج الدراسة تنوع الطرق المستخدمة في إنتاج الشائعات في الميديا الجديدة والتي اعتلت صدارتها الأخبار والمعلومات غير الصحيحة، يليها التلاعب في الصور، ثم التلاعب في الفيديوهات، وقد تم عزل أغلب الصور والفيديوهات عن سياقها الأصلي وعن سياقها التاريخي والجغرافي، أو تم التلاعب فيها باستخدام برامج التصميم والمونتاج. كما سجل حضور طرق أخرى تمثلت في: (تصريحات وأقوال غير صحيحة - روابط غير صحيحة - إعلانات - بيانات صحفية غير صحيحة وسبر الآراء) على التوالي، وسجل غياب بعض الطرق كالتلاعب في الصوتيات.

- أوضحت النتائج أن صفحة Fake News DZ و صفحة هيئة مكافحة الإشاعات الإلكترونية كانتا أكثر المصادر إثباتاً لعدم صحة الشائعات، تليهما مواقع أو صفحات أخرى لمكافحة الشائعات، وهو ما يشير إلى أن الإمكانيات المتاحة في عصر الإنترنت والميديا الجديدة

¹ محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، تحقيق: مصطفى ديب البغا، ط5، الجزء الخامس، دار ابن كثير، اليمامة للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق - بيروت، سوريا، لبنان، 1993، ص 2262.

² سواء جلال عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 175-176.

تساعد في صناعة الشائعات، ويمكن أيضا أن تساعد في محاربتها وكشف زيفها وبطلانها، جاءت بعدها بقية المصادر بالترتيب التنازلي (الجهات الأمنية والعسكرية وصفحات وحسابات رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي - وزارات - صفحات وحسابات غير رسمية على شبكات التواصل الاجتماعي - قنوات تلفزيونية - بيانات رسمية وصحف إلكترونية وإذاعات ومواقع إلكترونية - وكالات أنباء). ويلاحظ أن الإعلام بكل مفاصله لم يكن له دور كبير في إثبات عدم صحة الشائعات بالقياس إلى إسهامه الكبير في نشرها.

- من حيث الأدلة المستخدمة في دحض الشائعات، كان هناك تنوع في الأدلة، وأبانت النتائج أن الخبر والمعلومة الصحيحة تسيد القائمة بنسبة 35.54%، يليه رابط للخبر والمعلومة الصحيحة بنسبة 18.71%، ثم الصورة الأصلية بنسبة 13.80%، وتفاوتت النسب لبقية الأدلة.

- كشفت نتائج الدراسة أن هناك بونا شاسعا بين حجم التفاعل مع الشائعات وحجم التفاعل مع دحض الشائعات من حيث عدد الإعجابات والمشاركات والتعليقات، إذ بلغت نسبة حجم التفاعل مع الشائعات 78.59%، مقابل نسبة 21.41% لحجم التفاعل مع دحض الشائعات.

خاتمة:

نصبت الشائعات خيمتها في أراضي الميديا الجديدة، إذ وجد فيها صناع الشائعات ومروجوها سوقا رائجة لتسويق بضاعتهم من الشائعات وذلك نظراً إلى الخصائص والمزايا التي تتمتع بها مثل سعة الانتشار وسهولة الاستخدام والتكلفة المنخفضة والسرعة والتفاعلية، وتدفق الأخبار والمعلومات بصرف النظر عن مصداقيتها من كل حذب وصبوب بشكل لم يشهده الجنس البشري من قبل. وبهذا تكون الشائعات في ثوبها الجديد قد أدخلت العالم عصرًا جديدًا يدعى عصر ما بعد الحقيقة The Post-truth Age. ولذلك فإن هذه الدراسة توصي بإنشاء مراكز لمكافحة الشائعات تعمل على رصد الشائعات والرد عليها وتحليلها، فعدم الرد على الإشاعات يترك الرأي العام ضحية للتضليل، وكذا إدراج مادة التربية الإعلامية ضمن المناهج الدراسية في مختلف الأطوار والمراحل التعليمية.

قائمة المصادر والمراجع:

-القرآن الكريم

-باللغة العربية:

أولاً: الكتب العربية والمترجمة:

- 1- أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منظور الافريقي المصري، لسان العرب، المجلد الثامن، دار صادر، بيروت، لبنان، دت.
- 2- أفريت روجرز، الأفكار المستحدثة وكيف تنتشر، ترجمة سامي ناشد، عالم الكتب، القاهرة، مصر، دت.
- 3- الراغب الأصفهاني، مفردات ألفاظ القرآن، تحقيق صفوان عدنان داوودي، ط4، دار القلم، دمشق، سوريا، 2009.
- 4- أمين ساعاتي، تبسيط كتابة البحث العلمي من البكالوريوس ثم الماجستير وحتى الدكتوراه، ط2، المركز السعودي للدراسات الاستراتيجية، مصر، 1993.
- 5- جاسم محمد شبيب العيسى، الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وانعكاسها على الجمهور دراسة تحليلية لموقع الفيس بوك، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2020.
- 6- جان نويل كافييرير، الشائعات الوسيلة الإعلامية الأقدم في العالم، ترجمة تانيا ناجيا، ط1، دار الساقى، بيروت، لبنان، 2007.
- 7- حسن السعيد، سيكولوجية الإشاعة: رؤية قرآنية: إشارات موحية في الحرب النفسية وأجندة المواجهة، ط1، دار دجلة، عمان، الأردن، 2011.
- 8- حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1998.

- 9- خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 10- سليمان الطعاني، الوجيه في التربية الإعلامية، ط1، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2020.
- 11- شادي عبد الوهاب منصور، حروب الجيل الخامس أساليب التفجير من الداخل على الساحة الدولية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2019.
- 12- صفاء هاشم وآخرون، معجم المصطلحات الإعلامية، مجمع اللغة العربية، مصر، 2008.
- 13- صن تزو، فن الحرب، ترجمة رءوف شبايك، ط1، دار أجيال للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007.
- 14- عصام عبد الفتاح، أطلس الحريين العالميتين (الأرض.. والحرب.. والسلام)، ط1، شركة الشريف ماس للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015.
- 15- غالب كاظم جواد الدعيمي، الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة - ووسائل متجددة، ط1، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2017.
- 16- فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال المفهوم - الاستعمالات - الآفاق، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 17- فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية كيف نتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، 2010.
- 18- فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 19- كامل محمد محمد عويضة، علم نفس الإشاعة، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، لبنان، 1996.
- 20- مارك بالنافز، ستيفاني هيميلرمك، برين شوميث، نظريات ومناهج الإعلام، ترجمة عاطف حطبية، ط1، دار النشر للجامعات، مصر، 2017.
- 21- مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، مصر، 2004.
- 22- محمد الطاهر ابن عاشور، التحرير والتنوير، الجزء الثامن عشر، الدار التونسية للنشر، تونس، 1984.
- 23- محمد بن إسماعيل البخاري، صحيح البخاري، تحقيق: مصطفى ديب البغا، ط5، الجزء الخامس، دار ابن كثير، اليمامة للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق-بيروت، سوريا، لبنان، 1993.
- 24- محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية: أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، السعودية، 2004.
- 25- محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- 26- محمد سيد طنطاوي، الإشاعات الكاذبة وكيف حاربها الإسلام، ط1، دار الشروق، القاهرة، مصر، 2001.
- 27- محمد شفيق، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 1998.
- 28- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004.
- 29- محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، ط1، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2018.
- 30- محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2003.
- 31- محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، ط1، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2018.
- 32- مصطفى الدباغ، المرجع في الحرب النفسية، ط1، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، 1998.
- 33- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، الصحافة والأخبار الزائفة والتضليل، اليونسكو - مؤسسة فريديش ناومان من أجل الحرية، عمان، الأردن، 2020.
- 34- منى سعيد الحديدي، شريف درويش اللبان، فنون الاتصال والإعلام المتخصص، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 2009.

35-مي العبدالله، عبد الكريم شين، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (المشروع العربي لتوحيد المصطلحات)، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2014.

36-هزوان الوز، الإعلام أدوار وإمبراطوريات، الهيئة العامة السورية للكتاب، دمشق، سوريا، 2012.

ثانيا: المجالات العلمية:

1-سمير فاروق حسنين عفيفي، "الإعلام المعاصر بين تداول المعرفة ونقل خبرات الفن التشكيلي"، بحوث في التربية الفنية والفنون، كلية التربية الفنية، جامعة حلوان، مصر، المجلد 21، العدد 1، 2021.

2-سناء جلال عبد الرحمن، "دور صحافة المواطن في نشر ومقاومة الشائعات في المجتمع العربي دراسة تحليلية"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، المجلد 2015، العدد 1، جانفي/مارس 2015.

3-محمد بن عائض التوم، "الشائعات في وسائل التواصل الاجتماعي: تويتر نموذجا"، مجلة الشمال للعلوم الإنسانية، جامعة الحدود الشمالية، السعودية، المجلد 4، العدد 1، 2019.

ثالثا: الرسائل الجامعية:

1-رامي باسم يوسف حداد، "دور الإعلام الأردني في مواجهة الشائعات من وجهة نظر القائمين على الاتصال في الأردن"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2020.

2-رضا عيد حمودة أكحيل، "الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين"، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015.

رابعا: القوانين:

1-الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 25، 29 أبريل 2020، قانون رقم 20-06، المؤرخ في 28 أبريل 2020، الفصل السادس مكرر، المادة 196 مكرر.

خامسا: المواقع الإلكترونية:

1-أمين صالح، "دراسة: مصر شهدت 53 ألف شائعة في 60 يوما 70% منها روجتها السوشيال ميديا"، موقع: <https://www.youm7.com/>، تاريخ الزيارة: 25 جانفي 2021.

2-صفحات على الفيسبوك:

[/https://www.facebook.com/StopRumorsDz](https://www.facebook.com/StopRumorsDz)

[/https://www.facebook.com/FakenewsDZ](https://www.facebook.com/FakenewsDZ)

[/https://www.facebook.com/Toubal.TT](https://www.facebook.com/Toubal.TT)

[/https://www.facebook.com/anti.propagandaz](https://www.facebook.com/anti.propagandaz)

3-علي بن ختو، "حوار مع مؤسس الهيئة الإلكترونية لمكافحة الإشاعة"، موقع: <https://www.alibenkhattou.com>، تاريخ الزيارة: 5 مارس 2021.

-باللغة الإنجليزية:

أولا: الكتب:

1-Lee Mcintyre, **Post-Truth**, The MIT Press Essential Knowledge Series, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, United States, 2018.

2-Manoranjan kumar, **Dictionary of Quotations**, APH Publishing Corporation, New Delhi, India, 2008.

3-Tom Kelleher, **Public Relations Online: Lasting Concepts for Changing Media**, Sage Publications, California, United States, 2007.

ثانيا: المجالات العلمية:

1-Soroush Vosoughi, Deb Roy, Sinan Aral, "The spread of true and false news online", *Science*, Massachusetts Institute of Technology, the Media Lab, Cambridge, United States, vol 359, Issue 6380, 9 March 2018. Available at: <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>

ثالثا: المؤتمرات:

1-Bhawna Narwal, "Fake News in Digital Media", 2018 International Conference on Advances in Computing, Communication Control and Networking (ICACCCN), Greater Noida, India, 12-13 October 2018, Available at: https://www.researchgate.net/publication/334167548_Fake_News_in_Digital_Media

رابعا: المواقع الإلكترونية:

1-Aine McMahon, " Hacked Associated Press Twitter account falsely reports explosions at White House", Available at: <https://www.irishtimes.com/news/hacked-associated-press-twitter-account-falsely-reports-explosions-at-white-house-1.1370348> ,23 December 2020.

2-BuzzFeed News, "About BuzzFeed News", Available at: <https://www.buzzfeednews.com/article/buzzfeednews/about-buzzfeed-news> , 17 January 2021.

3-Cambridge Dictionary, "Meaning of post-truth in English", Available at: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth> , 5 December 2020.

4-Craig Silverman, "This Analysis Shows How Viral Fake Election News Stories Outperformed Real News On Facebook", Available at: <https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook#.ssvv6Avgl> , 21 December 2020.

5-Gruzd, A. & Mai, "About the COVID19MisInfo.org Portal", COVID-19 Misinformation Portal, Social Media Lab, Ryerson University, Toronto, Canada, Available at: <https://covid19misinfo.org/about-page/> , 24 December 2021.

6-Jacob Soll, "The Long and Brutal History of Fake News", Available at: <https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535> , 21 December 2020.

7-Mark Prigg, " The tweet that cost \$139 BILLION: Researchers analyse impact of hacked 2013 message claiming President Obama had been injured by White House explosion", Available at: <https://www.dailymail.co.uk/sciencetech/article-3090221/The-tweet-cost-139-BILLION-Researchers-analyse-impact-hacked-message-claiming-President-Obama-injured-White-House-explosion.html> , 23 December 2020.

8-Simon Kemp, " DIGITAL 2021: ALGERIA", Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-algeria> , 17 April 2021.

9-Vanessa Watts Simonds, Rima E. Rudd, "Diffusion of innovations", Available at: <https://www.britannica.com/topic/diffusion-of-innovations> ,17 April 2021.

10-World Health Organization, "Munich Security Conference", Available at: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/munich-security-conference> ,12 January 2022.

—باللغة الفرنسية:

1-Rima ROUIBI, "Lokman Bouider, Admin de Fake News DZ « Le meilleur antidote contre la désinformation est l'esprit critique ».", site: <https://www.jeune-independant.net/lokman-bouider-admin-de-fake-news-dz-le-meilleur-antidote-contre-la-desinformation-est-lesprit-critique/> , le 06 avril 2021.