

نشر الأخبار الزائفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتنمر الإلكتروني
على النخبة السياسية الوطنية: دراسة تحليلية لعينة من المنشورات على منصة
الفيس بوك*

*Spreading false news through social media and its relations Hip
cyberbullying against the Algerian political elite*

محمد بوسماحة^{1*}، زهية يسعد²

¹ جامعة ورقلة، (الجزائر)، مخبر جودة البرامج الخاصة في التربية والتعليم لمكيف

Bousmaha.mohamed@univ-ouargla.dz

² جامعة ورقلة (الجزائر)، Chaima.yssaad85@gmail.com

تاريخ النشر: 2021 / 07 / 30

تاريخ القبول: 2021 / 06 / 30

تاريخ الاستلام: 2021 / 05 / 12

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى فحص محتوى وسائل التواصل الاجتماعي وتحليل ما ينشر على منصاتهما من أخبار مزيفة ومعلومات مضللة، تفضي إلى خلق الفوضى وضرب الاستقرار السياسي والاجتماعي وتشكيك في قدرات النخبة السياسية الوطنية، لاسيما إستفزاز جمهور عريض من متبعي لمحتوياتها الزائفة والمشوهة للحقيقة، مما تدفع بهم إلى شتى أشكال التنمر الإلكتروني، مستغلة في ذلك فترة الأزمات أو بأحرى القطيعة السياسية في ما أفرزه حراك 22 فيفري، وعليه إعتدنا في هذه الدراسة على المنهج المسح بشقه الوصفي التحليلي، وذلك بهدف كشف علاقة الأخبار الزائفة بالتنمر على النخبة السياسية الوطنية، حيث إنتهت الدراسة أن جل هذه المنصات تطبق مقارنة إعلامية (منبه، إستجابة) من خلال الأخبار الزائفة كمنبه ومثير، والإستجابة من طرف جمهور المتنمرين، من خلال ما تم إعتماده من الأساليب الإقناعية في طرح هكذا القضايا، كما أبانت الدراسة على أن الهدف الإستراتيجي وراء كل هذه المنصات هو تعميق الفجوة بين الطبقتين.

الكلمات المفتاحية: الأخبار الزائفة؛ تنمر الإلكتروني؛ نخبة سياسية؛ وسائل التواصل الاجتماعي.

Abstract:

This study aims to examine the content of social media and analyze what is published on its platforms in terms of fake news and misleading information, which lead to creating chaos, striking political and social stability, and questioning the capabilities of the national political elite, especially provoking a large audience of followers of its false and distorted contents. It pushes them to various forms of electronic bullying, taking advantage of that period of crises or rather political estrangement in the results of the 22 movement, and accordingly we relied in this study on the survey method with its descriptive and analytical part, with the aim of uncovering the relationship of fake news to bullying of the national political elite. The study concluded that most of these platforms apply a media approach (Stimuli- response) through fake news as a stimulus and stimulus, and the response by the audience of bullies, through the persuasive methods that have been adopted in raising such issues, and the strategic goal behind all these platforms It is the widening of the gap between the two classes.

Keywords: cyberbullying ; false news; Political elite; Social media.

I- مقدمة

استمدت وسائل الإعلام التقليدية شعارها اليوم من مقولة إذا كنت لا تسعى إلى الأخبار فالأخبار تسعى إليك، من خلال شريطها الإخباري غير المتناهي، وكأنها بذلك تجاري ما تفعله وسائل التواصل الاجتماعي من تدفق وتسارع في المعلومات عبر ما تنشره وتبثه من أخبار فيها من الحقيقة ما فيها وعلمها من التضليل والإشاعة والتزييف ما عليها، حيث أصبحت هذه الأخبار صناعة اتصالية سياسية لا متناهية، أي عملا اتصالي إستراتيجيا مخططاً لمراحل بنائه، ترتفع وتيرته في فترات الأزمات والتحولت السياسية والاجتماعية والاقتصادية، قصد التأثير على المجتمعات وتوجيهها وضرب استقرارها وتهديد نسقها الاجتماعي، حيث باتت تعرف بالحروب الناعمة التي تستخدم سلاحاً نفسياً ألا وهو نشر الأخبار الزائفة عبر تكنولوجيا منصات التواصل الاجتماعي أو ما يطلق عليه بالذباب الإلكتروني المدعومة بأدوات و روبروتات ذكية، إلى جانب متصدين يطبقون نظريات المؤامرة.

1- مشكلة الدراسة:

لقد وصل المشهد السياسي عبر منصات التواصل الاجتماعي إلى وضع مقلق، أسدل الستار على كل الآمال المرجوة في الانفتاح الفكري والنقاش الحر المبرر، إذ يغلب على محتواها ضعف الرصانة وركاكة النص وضعف الطرح وازدواجية التقييم واختفت مسارات التحليل فما طرحته الكثير من الحسابات الوهمية أو الصريحة من عبارات وأفكار أقل ما يمكن وصفها بأن الأمة تعيش حالة من "التنمر السياسي" تقوم على الاعتداء الفكري والتهديد الأخلاقي واللامبالاة أو السخرية بأراء الآخرين، ونشر الأكاذيب وإثارة التهم، والترويج للإشاعة والمعلومات المضللة؛ ونشر الأخبار الزائفة أو الصور المخرجة عبر هذه المنصات، أسست في مجملها لحالة العداء والقسوة الفكرية والشماتة المهنية التي تخلت عن مكوناتها وأضاعت مبادئه (العويسي، 2019)، حيث ضاع الفضاء العمومي الهابرماسي الذي بنيت أسسه على المناقشة الحرة للقضايا العامة، والإحترام وتبادل الآراء حول مسائل المواطنين السياسية والاجتماعية، من خلال ما وصلت له هذه الفضاءات الافتراضية بنشر أخبار زائفة مست بالحرية الأشخاص على غرار الشخصيات ونخب سياسية، في ممارسة لعلها كرسبت بذلك نظرية الطلقة السحرية من خلال الأخبار المثيرة كمنبه(منبه، استجابة) والتنمر عليها كاستجابة في سياقات وضغوطات سياسية وإجتماعية غير واضحة. فمن خلال المنطلقات السابقة لهذا الموضوع فإن إشكالية بحثنا تتمحور حول التساؤل الرئيسي الآتي:

كيف ساهمت الأخبار الزائفة في تفشي ظاهرة التنمر الإلكتروني على النخبة السياسية الوطنية؟

2- التساؤلات الفرعية :

- وتماشيا مع طبيعة الدراسة يندرج تحت هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية:
- كيف تتجلى مظاهر التنمر في الفضاءات الرقمية وتحديداً على فيس بوك؟
- كيف يتم إخراج المحتويات الخاصة بالتنمر الإلكتروني على مستوى الشكل؟
- ما هي أهم المضامين التي تركز عليها صناعة الأخبار الزائفة على فيس بوك؟
- كيف يستغل المتنمرون الأخبار الزائفة للتطاول على الشخصيات السياسية في الجزائر؟

3- أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا للوصول إلى:

- الكشف عن مشكلة التنمر الإلكتروني على النخبة السياسية ومدى انتشارها في المجتمع؛
- محاولة ربط علاقة التنمر الإلكتروني بالأخبار الزائفة على النخبة السياسية الوطنية؛
- تعرف على الأساليب الاتصالية الإقناعية المستخدمة في نشر الأخبار الزائفة؛

- الوصول إلى اللغة المستخدمة لمخاطبة الجمهور المستهدف؛
- كشف وتحديد أهم النخب السياسية والعسكرية المستهدفة.
- 4- تحديد مفاهيم الدراسة:

1-4- الأخبار الزائفة: False News

تعرف الأخبار الزائفة بأنها: " تلك المعلومات التي تم تلفيقها ونشرها عمدا بقصد خداع الآخرين وتضليلهم بالأكاذيب أو التشكيك في حقائق يمكن التحقق منها؛ بالإضافة على أنها معلومات مضللة يتم تقديمها على أنها أخبار أو من المحتمل أن ينظر إليها على أنها أخبار (Hunt & Matthew , 2017,p1277) إجرائيا: يقصد بالأخبار الزائفة تلك المحتويات المفبركة وتعرف بإسم الأخبار المخادعة، وهي تلك الأخبار والمعلومات المحرفة والممزوجة بشيء من الحقيقة والمفسرة بالتلفيق والتضليل والتشويه، لضرب نفسية النخبة السياسية، الهدف منها إدخال الشك وزعزعت ثقة الرأي العام، وخلق الفوضى وعدم الاستقرار.

2-4- التنمر الإلكتروني: Cyberbullying

يعتبر التسلط عبر الإنترنت شكلاً من أشكال السلوك التنمر الإلكتروني، وعلى الرغم من عدم تعريفه جيداً، فهو عملية متكررة، أي سلسلة من الرسائل العدوانية المرسل من المتنمر إلى الضحية على مدى فترة زمنية بقصد إيذاء الضحية (Yao, Mengfan; Charalampos, 2019, p. 3427).

إجرائيا: نقصد به ذلك السلوك غير الأخلاقي الاستفزازية العدوانية المتكرر يمارسه الفرد أو عدة أفراد عبر وسائل الإلكترونية بطريقة متعمدة للإساءة بالآخر بطرق شتى، سواء كان نشر للفيديوهات أو كتابة منشورات أو فضح للصور واقعية وصحيحة (أسرار)، كما قد تكون أخبار ومعلومات زائفة، تمس بسمعة النخبة السياسية، قصد المضايقة، الابتزاز، التهديد، الضغط المعنوي، كما قد تكون هوية المتنمر معروفة كما قد تكون مجهولة.

3-4- النخبة السياسية: Elite

اصطلاحاً: هي تلك الجماعة التي تختلف في طبيعتها وقوة تأثيرها، وفقاً لما تتمتع به من قوة و نفوذ، والتي تتكون من كبار رجال الدولة في أجهزتها التنفيذية والتشريعية والقضائية (رحالي، 2013، صفحة 19). إجرائيا: هي تلك الشخصية التي تتسم بوزنها وقيماتها الثقافية والاجتماعية وسياسية، ومستواها العلمي المتميز والتي تجعلها تساهم في البناء السياسي بالمشاركة في الطاقم الحكومي كطبقة سياسية تنفيذية، وما أنيط لها من مهام وأعمال حكومية بقدر ما لها من قدرة والكفاءة وخبرة، وفق رغبات الشعب كنشاط مباشر، أو في شكل تنظيم حزبي فعال بطريقة غير مباشرة.

5- الدراسات السابقة

يمكن عرض الأدبيات التي أنجزت في هذا المقام والمتعلقة بموضوع محل الدراسة وهي :

01- محمد رمضان أحمد و صالح زيد العنزي (2018): وهي دراسة موسومة ب: التعرض للشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالحالة المزاجية للرأي العام السعودي و المصري، إهتمت الدراسة بمعرفة العلاقة بين التعرض للشائعات بأنواعها السياسية والاقتصادية والاجتماعية والعسكرية والدينية وحتى العلمية عبر هذه المنصات، وما تخلفه من تأثير في الحالة المزاجية للرأي العام السعودي والمصري، من خلال سحب العينة القصدية تمثلت 400 مفردة من مستخدمي الشبكات الاجتماعي، من أهم نتائجها: كما توصلت إلى ارتفاع نسبة المتفاعلين مع الشائعات إلى عداد كبيرة من الجمهوريين، مع أن أكثر دوافع التعرض والتفاعل مع الشائعات متعلق بإستراتيجية الإقناع التي توظفها هذه المنصات.

2- أسامة بن غازي المدني في دراسة بعنوان: " دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج للشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية"، كما هدفت إلى التعرف على دور شبكات التواصل الاجتماعي في نشر الشائعات بين طلاب الجامعات السعودية، وإعتمد الباحث على إستخدام المنهج المسح الإعلامي في تعميم نتائجها على عينة قصدية تمثلت في (400) مفردة موزع على جامعتين وهي (جامعة أم القرى بمكة المكرمة، و جامعة الملك عبد العزيز بجدة)، وهذا بإستخدام أداة الإستبيان، حيث كان من أهم نتائجها: أن أسباب بث الشائعات عبر هذه المنصات هو سلوك نفسي متمثل في عامل الكراهية، كما أفصحت نتائج إلى نوعية الشائعات الأكثر رواجاً وتعرضاً بين المبحوثين هي الشائعات السياسية بدرجة الأولى.

3- أمل يوسف عبد الله العمار (2016) بعنوان: "التنمر الإلكتروني وعلاقته بإدمان الأنترنت في ضوء المتغيرات الديموغرافية" حيث تمحورت الإشكالية حول ظاهرة التنمر الإلكتروني كسلوك ظاهري وغريب نتيجة الإدمان على الأنترنت كسبب مباشر، وعليه سعت هذه الدراسة إلى التحقق من علاقة الإدمان على الأنترنت كوسيلة والتنمر الإلكتروني كسلوك متجسد في إلحاق الأذى بأخرين وهو جوهر هذه الدراسة، في ما إعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي المقارن نظراً لما يتلائم مع طبيعة الموضوع، وبذلك سحبت عينة لـ (140) طالب من طلاب التعليم التطبيقي بدولة الكويت؛ وإنتهت الدراسة إلى أوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإدمان على الأنترنت وسلوك التنمر الإلكتروني، في الإجابة على التساؤل الرئيسي.

1-5- التعليق على الدراسات السابقة

من خلال عرض الدراسات السابقة يتضح لنا أن هذه الأبحاث تناولت وسائل التواصل الاجتماعي من خلال محاور عدة ومتعددة، وهذا حاولنا الإستفادة منها، في تحديد المفاهيم المتشابهة، وتوظيف المناهج الخاصة في هكذا مواضيع والإستشهاد ببعض النتائج، في حين أن الدراسة الحالية تناولت موضوعاً جديداً ومهماً يرتبط بعلاقة الإخبار الزائفة في خلق سلوك التنمر الإلكتروني على النخبة السياسية الوطنية، في حين كان الاختلاف من حيث توظيف المنهج لأداة تحليل المحتوى وإختيار العينة لهذه المنصات.

II - منهج الدراسة وأدواتها:

1- منهج الدراسة:

نظراً لطبيعة الدراسة التي تستهدف التعرف على الكيفية المستخدمة في نشر الأخبار الزائفة على منصات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالتنمر على النخبة السياسية الوطنية، فقد إعتمدنا في هذا الأساس على المنهج المسح بشقه الوصفي التحليلي، مما يحقق التأكد من التساؤلات الفرعية والوصول إلى نتائج تفسيرية كيفية ذات دلالة علمية تتسم بالدقة والموضوعية. (الجبران، 2004، صفحة 24).

2- أدوات جمع البيانات:

تم توظيف أداة إستمارة تحليل المحتوى في جمع البيانات وهي الأكثر أدوات إستخداماً للتحليل المواد الإعلامية الإتصالية، والتي تُعرّف: أسلوب البحث النوعي المستخدم على نطاق واسع، بدلا من أن تكون طريقة واحدة، تُظهر التطبيقات الحالية لتحليل المحتوى. (Hsin, Hsieh, & E, 2005, p. 1277).

3- وحدات التحليل :

وهي وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس ويعطي وجودها وتكرارها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية (عبيدات و آخرون، 1999، صفحة 49). ولقد اعتمدنا ما يلي :

4- الفئات :

وهي أجزاء تجمع فيها وحدة الصفات أو الخصائص أو الأوزان، وتهدف إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار تتأثر تحديدا هذه الفئات بالإطار النظري لمشكلة البحث وما طرحه من تساؤلات وما تضعه من أهداف وما تفرزه من نتائج مستهدفة.

فئات الشكل: حيث إقتصرننا في دراستنا على إستعمال كل من:
شكل النشر وطريقة البث: نص / صورة / فيديو / مزيج كل هذه الأنواع؛
فئة طبيعة العبارات: السب والشتم / القذف / السخرية / إستفزاز؛
فئة الأساليب المستخدم لدى المتنمر: صريح / ضمني؛
فئة اللغة: العربية الفصحى / الأجنبية / العامية / المزيج؛
فئة نوع الإتصال: إتصال لفظي / إتصال غير لفظي؛
فئة الرسائل الإيقونية: ويقصد مجموعة الأشكال والرسومات وصور الجاهزة للتعليق: الغضب / السخرية / مؤيد / صور جاهزة؛
فئة المحتوى المنشور: وتعنى بالقضايا والأحداث التي تستغلها الأخبار الزائفة: أحداث ومناسبات / إتفاقيات و معاهدات / قرارات؛
فئة مجال المضمون: هي التي تسمح لنا بتحديد الميدان أو المجال الذي أثارته الأخبار الزائفة من خلال محتواها، سواء كان: سياسي / إجتماعي / إقتصادي / أممي عسكري؛
فئة المصادر: وهي جميع المصادر التي تستقي منها هذه المنصات المعلومات سواء كانت هذه المصادر: شخصية ذاتية / مصادر أجنبية / وثائق وصور وفيديوهات مسربة / الصحف والتلفزيون؛
فئة النخبة المستهدفة: وزراء / قيادات عسكرية / رئيس الجمهورية / دبلوماسيين.
فئة الهدف من الاخبار: الإستفزاز والتشويه / الإحباط والضغط / الفشل / التشكيك؛
فئة الإستمالات الإقناعية: عقلية / عاطفية.

5-- مجتمع الدراسة:

مجتمع البحث في دراستنا هو بعض وسائل التواصل الاجتماعي و بالتحديد منصات الفيس بوك، لاسيما ما ينشره أصحابها من أخبار زائفة، وبذلك إعتدنا العينة القصدية من خلال خمس منصات جزائرية متنوعة.

6- مجال الدراسة:

المجال الزمني: هي الفترة التي إستغرقتها الدراسة، بحيث أجريت الدراسة بداية من شهر نوفمبر 2019 إلى غاية شهر ماي 2020، هذا بالنسبة للجانب التحليلي.

III- الجانب النظري

1- خلفية الأخبار الزائفة

تعد الأخبار المزيفة سياسية وصناعة إتصالية مستخدمة في جميع وسائل الإعلام والاتصال، حيث زج بهذه الممارسات الإعلامية منذ البدايات الأولى لهذه الوسائل وعبر جميع محطاتها التاريخية، فقد نجدها في الصحف ومنابر الإذاعة كما نجدها على القنوات التلفزيونية، لاسيما وسائل التواصل الاجتماعي، معتمدة في ذلك على تطبيق مقاربات إعلامية في تأثير على الجمهور، على غرار ما انطلقت منه نظرية الطلق السحرية في تجاربها على الخبر المزيف أو الكاذب، حينما أذيعت على المسامع الجمهور الأمريكي الغزو الفضائي، مما تسبب في خوف وذعر شديد، ومع تطور الوسائل انتقلت هذه الصناعة إلى الوسائل التواصل الاجتماعي، أو ما أطلق عليها اليوم بالحرب الناعمة، أو منصات الشائعات.

لذلك فإن الإشاعات لا تعتمد فقط على نسيج وصنع الخيال فقط، فقد تعتمد كذلك على جزء ما هو حقيقي من أجل أن تجد من يتقبلها بين الأفراد الجمهور المتلقين، ومع ما تجده من أرضية ملائمة وعوامل ساهمت في انتشارها بين الناس خلال فترة الأزمات الاجتماعية والاقتصادية الوطنية والحالة النفسية التي يعيشها الأفراد (بن وراث، 2017)، لذلك فإن الأخبار المزيفة والحروب البيولوجية أصبحت أحد الوسائل التي تستخدمها الدول من أجل تثبيت وتمير سياساتها داخليا أو خارجيا، فيمكن تلخيص أهداف الإشاعات في النقاط التالية :

- تشويه سمعة و صورة الأفراد و المجتمعات و الدول و القادة، مثل ما فعل الإعلام الفرنسي في التسويق للحرك الجزائري.

- ترويع أنباء كاذبة وأخبار مشكوك في صحتها لأجل إضعاف الروح المعنوية.

- بث الخوف و الرعب و الحقد و الكراهية و زرع بذور الفتنة و الشك في وسط الجمهور المستهدف.

- تدمير وإنهاء و تحطيم معنويات الجبهتين العسكرية والمدنية، والإقتصادية (حسن، 2011، صفحة 28).

2- أنواع الأخبار الزائفة (الكاذبة) :

تنتشر وتنشط الأخبار الزائفة في المجتمع في فترة الأزمات لما لهذه الفترة من مميزات وخصائص، لاسيما الإضطراب والغموض في المعلومة وإنعدام قنوات الإتصال و غياب الثقة، ومن هنا يقوم مروجيها في تصيد الشخصيات والنخب السياسية والعسكرية، بشتى أنواع وأشكال الأخبار المزيفة، وبذلك يغيرها من حين لآخر حسب حالة ووضع المستهدف، وهذا لإغراض عدائية يراد بها تدميرا معنويا ونفسيا وإجتماعيا، تحقيقا لمصالحه الخاصة، وللتعرف إلى هذه الأنواع يمكن تقسيمها إلى ما يلي:

- الأخبار المفبركة: هي الأخبار التي تكون مبنية على تزيف الحقيقة وهدفها التضليل والتشويه، ومقاصدها غالباً ما تكون سياسية (أبو عرقوب، ربيع 2018، صفحة 20).

- الأخبار الساخرة: هي الأخبار القائمة على استخدام الفكاهة والمبالغة في توصيف الأحداث الجارية، وغالباً ما تعتمد هذه الأخبار على استخدام الرسومات التوضيحية بطريقة ساخرة.

- الأخبار الهزلية: يقوم على هذا النوع من الإخبار على معلومات غير حقيقية ومنافية للمنطق، فيتم أحياناً اختلاق قصص إخبارية بالكامل. وتعتبر أمثال هذه الأخبار من أدوات توجيه النقد اللاذع للوضع السياسي القائم (أبو عرقوب، ربيع 2018).

- الأخبار التلاعب بالصور: يعتبر التلاعب بمضمون وأجزاء الصور أحد أنواع الأخبار الكاذبة، وتعد وسائل التواصل الاجتماعي منبعا سهلا لتدفع الأخبار المزيفة عبر عدد غير منتهى من الجماهير المنتشرة في أنحاء المعمورة،

3- تصنيف الشائعات بحسب موضوعها:

- الشائعات السياسية: و المقصود بها الأخبار المزيفة الكاذبة المتعلقة بالجانب السياسي، وهي أخطر أنواع الشائعات المنتشرة في وقتنا الحالي، مثل النكتة والصور المفبركة والقصص الفضائح، وتشويه وتحريف الحقائق (حربي، أفريل 2019)، وبذلك تستخدم لأهداف سياسية سواء لضرب شخصيات سياسية كنخب تعمل داخل نظام معينة أو ضرب نظاماً بأكمله، لأغراض و مصالح معينة، للتأثير على تفكير الأفراد، وتغيير مواقفهم وإتجاهاتهم إتجاه قضايا أو نظام معيناً.

- الشائعات الاجتماعية: والمقصود بها الشائعات التي تركز على الأمور والمسائل الاجتماعية وما يهم المجتمع ويؤثر في عزيمته ويثبط قدراته ويشل إرادته ويجعله قلقاً متخوفاً متحفزاً لقبول أي شائعة (حربي،

أفريل 2019)، كما يعد هذا النوع ومن أخطر الأنواع حيث يورث الأحقاد والبغضاء ويفتت النسيج الاجتماعية بين أفراد المجتمع الواحد، وهذا ما تجسد خلال الهبة الوطنية المتجسدة في حراك 22 فيفري.

- الشائعات الاقتصادية: وهي تلك الأخبار التي تمس وتهاجم أسواق المال والأسعار، كما تخلق اضطرابات في ندرة المواد الغذائية ينعكس على الأسواق مباشرة، مما يتسبب في قلق إجتماعي يربك الطاقم الحكومية).

المدني ، 2017).



- الشائعات العسكرية والأمنية: وهي من الأخبار التي تستخدم لتحطيم المعنويات الوحدات العسكرية وتقليل من عزائمها، وتشكيك في قياداتها، مما قد يتسبب في إضعاف قدرتهم على القيام بواجباتهم.

4- الدافع من الأخبار الزائفة:

يبدو أن هناك دافعين رئيسيين لتقديم أخبار مزيفة وخداع وتضليل الجمهور ، إما لتحقيق مكاسب سياسية أو شخصية أو مالية محضة وهي كما يلي :

أولا - الدافع المالي: هي تلك المقالات الإخبارية الزائفة التي تنشر على وسائل التواصل الاجتماعي يمكن أن تجني عائدات إعلانية كبيرة عندما ينقر المستخدمون على الموقع الأصلي، يبدو هذا الدافع الرئيسي لمعظم المنتجين الذين تم الكشف عن هويتهم، في حين إستغل مروجي الروابط المزيفة والقصص الكاذبة هويات وأسم مستعارة في ذلك (Tandoc Jr, Lim, & Ling, 30 Aug 2017).

ثانياً- الدافع أيديولوجي: يسعى بعض مزودي الأخبار المزيفين إلى تقديم المرشحين الذين يفضلونهم، مما يستدعى بهم إلى قيام بإنتاج أخبار ومعلومات مشوهة للتيارات المنافسة لهم، من خلالها توزع قصصاً كاذبة بمصادقية. (Hunt & Matthew 2017).

5- أشكال التنمر الإلكتروني :

هناك عدة أشكال وأنواع للتنمر الإلكتروني نذكر منها ما يلي:

أ- التنمر الإلكتروني مباشر: وفيه يتم توجيه رسائل التنمر بشكل مباشر من المتنمر إلى الضحية سواء على الهاتف المحمول الخاص بالضحية ، أو بالتعليق والنشر على مواقع الحسابات الخاصة بالضحية على الإنترنت، كما قد ينشر أخبار زائفة حول الضحية.

ب- تنمر إلكتروني غير مباشر: حيث يتم توجيه رسائل التنمر إلى أجهزة المحمول الخاصة بأصدقاء وأقارب الضحية أو بالنشر على حسابات الأصدقاء، أو بالنشر والتعليق على حسابات المتنمر؛ وهنا يكون التخلص من المادة التنمرية وإزالتها أو حذفها أكثر صعوبة على الضحية لعدم تحكمه في حسابات المتنمر أو حتى حسابات الآخرين (محمد كامل، 2018، الصفحات 29-30).

IV- النتائج ومناقشتها :

جدول رقم (01) : فئة أنواع النشر وطرق البث

أنوع النشر وطرق البث								الموضوع
نص				صورة				الوحدات التكرار
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
11	22,91%	17	17,34%	14	20%	27	26,21%	Algérie au d'jour huit
9	18,75%	23	23,46%	17	24,24%	14	13,59%	ما بعد الحراك

سليمة سلمية	7	%14,58	24	%24,48	11	%15,71	21	%20,38
الجزائر اليوم	12	%25	22	%22,44	13	%18,57	22	%21,35
أمازيغ الجلفة	9	%18,75	12	%12,24	15	%21,42	19	%18,45
المجموع	48	100%	98	100	70	100%	103	%100

يشير الجدول رقم (01) إلى فئة "أنواع النشر وطرق البث" إلى أن جميع نسب متقاربة من حيث طرق البث والأنواع النشر، حيث جاءت وحدة النص في صفحة الجزائر اليوم بنسبة قدرت بـ (25%) و صفحة Algérie au d'jourd huit بنسبة (22,92%)، في حين نجد كل من صفحة ما بعد الحراك و صفحة أمازيغ الجلفة جاءت متساوية بنسبة (18,75%)، إلا أن صفحة سلمية سلمية سلمية سلمية جاءت بنسبة أقل حيث بلغت (14,58%)، أما مؤشرات نشر الصور جاءت متقاربة بنسب في كل من كلا صفحة سلمية سلمية سلمية وكذا ما بعد الحراك و صفحة الجزائر اليوم بـ (24,49%) (23,47%) و (22,45%)، في حين تذيلت الترتيب كل من صفحة Algérie au d'jourd huit و صفحة أمازيغ الجلفة بنسبة (17%) و (12,24%)، كما جاءت وحدة طرق البث الفيديو متقاربة جداً حيث بلغت نسبة صفحة ما بعد الحراك (24,03%) وتلتها الصفحة Algérie au d'jourd huit، التي قدرت فيها النسبة بـ (20%) وبعدها مباشرة صفحة أمازيغ الجلفة بنسبة (21,04%)، إضافة إلى أن صفحة ما بعد الحراك والجزائر اليوم جاء نسبة (18,06%) و (15,07%) حيث تقاربت نسبهما، أما ما يخص طرق نشر الصورة مع النص فلقد بلغت صفحة Algérie au d'jourd huit أعلى نسبة حيث قدرت بـ (26,21%)، في حين كانت مؤشرات الصفحات الأخرى متقاربة.

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة الشامل لمجموع التكرارات لفئة أنواع النشر وطرق البث: نلاحظ أن مؤشرات نشر المنشورات في وحدة النص وكذا نشرها على شكل صور وبثها عن طريق الفيديو تراوحت ما بين أعلى قيمة بـ 103 إلى 48 كقيمة لتكرارات المينة في الجدول، وهي المؤشرات تدل على أن جميع الصفحات لها تقريبا نفس المصدر أو على الأقل تشتغل بالنفس الوثيرة، وعليه، وهذا ما يفسر إن الموضوعات المطروح على شكل نصوص تدور في نفس السياق بين الإستفزاز ونشر أخبار مزيفة، في حين جاءت قيمة ما تم نشره من صور لبعض الوزراء و عائلتهم بالمؤشرات لم تكن عالية، وهو ما يفسر إن هذه الصفحات ليست لها مصادر متنوعة وتعمل في كثير ما تم نشره على الفبركة الصور، أما في يخص بث لمقاطع الفيديو فكانت مخصص لبعض المناهضي نظام الحكم في تحليلهم ونشر أفكارهم وتهكمهم على الرموز السياسية والعسكرية الوطنية.

جدول رقم (02) : فئة أنواع التعابير والرسائل الإيقونية

أنواع التعابير والرموز الإيقونية								الموضوع
رسومات جاهزة		مؤيد		السخرية		الغضب		الوحدات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%18,7	47	%2,66	311	%27,19	1008	%26,38	887	Algérie au d'jourd huit
%4,2	11	%6,35	742	%26,38	978	%14,06	473	ما بعد الحراك
%36,1	94	%60,06	7010	%16,37	607	%22,93	771	سلمية سلمية
%25,3	66	%25.73	3004	%24,87	922	%29,98	1008	الجزائر اليوم
%16,1	42	%5,16	604	%5.15	191	%6,63	223	أمازيغ الجلفة
%100	260	%100	11671	%100	3706	%100	3362	المجموع

يشير الجدول رقم (02) إلى فئة "أنواع التعابير والرسائل الإيقونية" على أن مستخدمي الإيقونات Emoj طرف متبعي لصفحة سلمية سلمية عالية نوع ما، حيث بلغت وحدة مؤيد إلى نسبة (60,06%) وتعد نسبة كبيرة مقارنة مع بقيت الأيقونات، وتلتها في ذلك الرسومات الجاهزة بنسبة (36,15%) في حين نجد أن باقي المؤشرات تراوحت بين (22,09%) إلى (19,07%) بنسب متقاربة، أما صفحة الجزائر اليوم كانت جميع وحداتها بين المؤيد وسخرية بنسبة بـ (29,9%) إلى نسبة (25,7%)، في حين جاء مؤشر الرسومات الجاهزة متساوية مع وحدة الغضب بنسبة (25,03%)، كما أعرب مؤشر صفحة ما بعد الحراك في وحدة السخرية بلغت نسبة (26,03%)، أما بقيت الأيقونات فحالت بنسب ضعيفة حيث بلغت نسبة الغضب (14,06%) ومؤشر المؤيد بنسبة (06,03%). في حين أسفرت صفحة d huit Algérie au d'jour على تقارب في كلاً من الأيقونة الغضب والسخرية حيث تراوحت نسبتهما بـ (27,1%) و (26,03%)، في حين جاءت صفحة أمازيغ الجلفة بنسب ضعيفة تراوحت بين نسبة (16,58%) ، كأعلى قيمة لرسومات الجاهزة ، أما باقي مؤشرات فكانت بين (10,8%) و (2,23%) وهي على العموم مؤشرات تعد ضعيفة.

التحليل الشامل لمجموع التكرارات:

كقراءة شاملة لمجموع التكرارات لفئة أنواع التعابير والرسائل الإيقونية: انتهت مؤشرات الأشكال التعبيرية Emoj على عدد التكرارات متباين وغير ثابت بين جميع الصفحات التواصل الاجتماعي، حيث تراوحت بين أعلى قيمة بـ 11671 للإيقونة المؤيد وهذا ما يفسر أن هذه الأيقونة ينساق معها الجميع وذلك لسهولة استخدامها وهي جاهزة أمام المستخدم، كما أن للعوامل الاجتماعية والثقافية دورا فعالا ومهما في تطوير سلوك المتنمرين وخاصة إذا توفرت البيئة الخصبة المشجعة لمثل هذه السلوكيات "وهذا ما طرحه (نايفة القطامي) في دراسته، أما ما بلغه عدد التكرارات لإيقونتي السخرية والغضب بين 3706 و 3362 تكراراً كمؤشر يدل على أن الأخبار المزيفة تؤثر في أفراد المجتمع وتدفعهم إلى التنمر بهذه الأشكال، حيث يعبروا عن عدم رضاهم عن محتوى القضايا المطروحة، أما ما أسفرت عنه الرسومات الجاهزة كتعبير عن سلوك التنمر الإلكتروني فهي مؤشرات متواضعة.

الجدول رقم (03): أسلوب التنمر

أسلوب التنمر				الموضوع
ضميني		صریح		الوحدات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	التكرار
09,3%	2810	29,08%	1066	Algérie d'jour d huit
13,9%	4180	15,22%	558	ما بعد الحراك 22 فيفري
52,1%	15642	25,21%	924	سلمية سلمية
20,1%	6054	21,82%	800	الجزائر اليوم
04,3%	1290	08,64%	317	أمازيغ الجلفة
100%	29976	100%	3665	المجموع

يشير الجدول رقم (03) إلى فئة "أسلوب التنمر" المستخدم من بعض المتنمرين جاءت بنسب مختلفة بلغت فيها أعلى نسبة (52,1%) التي سجلتها صفحة سلمية سلمية، على مستوى وحدة الأسلوب الضمني، ويرجع هذا إلى ما تم طرحه من قضايا وموضوعات في ما يجعلها تستفز المستخدم، أما وحدة الأسلوب الصريح فقد قدرت نسبته (25,21%)، أما ما إنتهت له صفحة d huit Algérie au jourd مؤشرا وحدة الأسلوب الصريح إلى نسبة (29,08%) في حين حقق مؤشر الأسلوب الضمني نسبة ضئيلة قدرت بـ (09,3%)، كما توصلت صفحة الجزائر اليوم إلى نسب متقاربة جدا تراوحت بين نسبة (20,01%) ونسبة (21,82%)، بين ما هو صريح

والضمني وهي على العموم نسب ترجع في تفسيرها إلى شخصية المتنمرو طريقة تعبيره على الأخبار المزيفة، و كيف أثرت فيه هذه الأخبار والموضوعات، كما توصلت صفحة أمانغ الجلفة إلى نسب ضعيفة تراوحت بين نسبة (08,64%) ونسبة (04,3%) وهي تدل على الأسلوب الذي أستخدمة المتنمرين بين المباشر وغير مباشر في التنمر على النخبة السياسية الوطنية.

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة الشامل لمجموع التكرارات لفئة أسلوب التنمر: أعربت مؤشرات الأسلوب الضمني غير المباشر على عدد التكرارات كبير وعالي في جميع الصفحات التواصل الإجتماعي، حيث بلغت أعلى قيمة بـ 29976 كأسلوب غير مباشر وهو ما يدل على الكيفية التي يستخدمها جل المتنمرين وقناعتهم بالمحتوى المنشور وكيفية التعليق عليه بالأسلوب والطريقة الضمنية، وهو ما يتفق مع دراسة (محمد رمضان وأحمد صالح، 2018)، وذلك بإستخدام صورة جماعية للنخبة السياسية ويضعون معها آية قرآنية، في حين أستخدام الأسلوب الصريح المباشر بعدد تكرارات أقل بكثير من الأسلوب الضمني حيث وصل إلى عدد تكرارات قدر بـ 3665 تكراره كأسلوب مباشر وصريح بالتنمر، وهو ما يفسر درجة التنمر الإلكتروني وإختلافه حسب نوعية المنشورات والطبيعة الموضوعات وعامل فروقات الفردية وطريقة الإقناع والجذب المستخدمة.

جدول رقم (04): فئة اللغة

اللغة المستخدمة								الموضوع
العربية الفصحى				الأجنبية		العامة		مزيج لغوي
ت		%		ت		%		ت
%		ت		%		ت		ت
38		22,61%		06		24%		04
31		18,45%		0		17,85%		3
33		19,64%		8		03,57%		2
38		22,61%		11		21,42%		3
28		16,66%		0		32,14%		2
168		100%		25		100%		14

يشير الجدول رقم (05) إلى فئة "اللغة المستعملة في الإتصال" من حيث المعطيات نجد أن المزيج اللغوي والعامة في العملية الإتصالية جاء بنسب مقبولة حيث بلغت صفحة أمانغ الجلفة في وحدة العامة نسبة (32,14%) أما وحدة العربية الفصحى فجاءت بـ (16,66%) في حين بلغت صفحة Algeria au jour huit، في وحدة المزيج اللغوي نسبة (28,57%) وتقاربت العامة ووحدة اللغة الأجنبية بنسبة (25%) أما في وحدة العربية الفصحى فالتساواة مع صفحة الجزائر اليوم بـ (22,61%)، أما وحدة العامة والمزيج اللغوي بـ (21,42)، أما صفحة ما بعد الحراك فقد تقاربت نسبيتهما في وحدة العربية الفصحى ووحدة العامة بـ (18,45%) (17,85%)، أما في وحدتي المزيج اللغوي فقد بلغت نسبة (14,42) وجاءت وحدة اللغة الأجنبية بنسبة (16%) على صفحة سلمية سلمية ووحدة العامة بلغت نسبة ضعيفة جداً.

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة الشامل لمجموع التكرارات لفئة "اللغة المستعملة في الإتصال: أسفرت المؤشرات التكرارية أن جل الصفحات ركزت في إستخدامها على وحدة اللغة العربية أي القريبة من الفصحى، كأسلوب لتحقيق أهدافها، كما تم إستخدام الأساليب اللغوية واللهجات العامة، هذا ما يفسر تنوع الأساليب من أجل

استقطابوا الإستعطاف شريحة كبيرة من جمهور المتنمرين، كما تفسر النظرية التاريخية الثقافية أن التنمر يحدث في سياقات إجتماعية ثقافية، وأن اللغة دورًا هامًا في ثقافة المتنمر، فما يلاقيه المتنمر من سياقات مشجعة ومعززة تدفعه لممارسة التنمر، وأستخدمت اللغة كأسلوب لتفاعل الرمزي بين المحتوى المرسل والجمهور المستهدف بطريقة غير مباشر، "ولكي يتم الإتصال لا بد من إستخدام اللغة في تصميم وصياغة الإتصال والتعبير عن ذلك بطريقة مفهومة سواء بالكتابة أو التخاطب.

الجدول رقم (06) : نوع الإتصال

نوع الإتصال				الموضوع
لفظي		غير لفظي		الوحدة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%22,09	55	%20,00	14	Algérie au d'jour d huit
%18,47	46	%24,29	17	ما بعد الحراك 22 فيفري
%20,88	52	%15,71	11	سلمية سلمية
%22,49	56	%18,57	13	الجزائر اليوم
%16,06	40	%21,43	15	أمازيغ الجلفة
100	249	100	70	المجموع

يكشف التحليل الكمي للجدول رقم: (06) على توظيف الإتصال في نوعه اللفظي وغير اللفظي للمنشورات وطرق البث التي إنتهجتها هذه الصفحات، حيث جاءت صفحة ما بعد الحراك بنسبة قدرت بـ(24,29%) في وحدة الإتصال اللفظي وهذا راجع إلى إستخدام بعض الفيديوهات وبعض المقاطع لمعارضين لـ العربي زيتوت وأمير ديزاد وغيرهم من الوجوه، بالإضافة إلى تصريحات بعض الوزراء، تلتها نسبة (18,47%) بطريقة غير لفظية، في حين بلغت صفحة أمازيغ الجلفة نسبة (21,43%) فيما يخص الإتصال اللفظي، بين ما بلغت نسبة (16,06%) في الإتصال غير لفظي، وأسفرت صفحة Algeria au d jour d huit على نسب متقاربة جدا جاءت ما بين (22,09%) و(20,06%) للإتصال غير اللفظي، في حين بلغت صفحة الجزائر اليوم نسبة (22,49%) في وحدة الإتصال غير اللفظي في حين إنتهت صفحة سلمية سلمية 22 فيفري بنسبة (20,88%) في الإتصال غير اللفظي، وجاء الأتصال اللفظي بـ(15,71%).

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

عند قراءة مجموع التكرارات للجدول رقم (06) : نلاحظ أن توظيف أنواع الإتصال اللفظي وغير اللفظي لجميع الصفحات، كان لهذا الأخير النصيب الأكبر من التكرارات حيث بلغ (249) مرة كرر فيها الإتصال غير اللفظي وهذا ما يفسر سيطرة المنشورات الكتابية والصور المفبركة وصحيفة والعمل على تضليل الجمهور ودفعه إلى التنمر في هذه الفترة، في حين جاءت وحدة الإتصال اللفظي بمؤشر متواضع بلغ (70) مرة تم تكرره كقيمة إجمالية لجل الصفحات وهذا ما يدل على إستخدام بعض الفيديوهات وبعض المقاطع للنخبة السياسية وعسكرية وتأويلها بالتحريض والتزييف، وهو الأسلوب أكثر إقناعاً ، حيث الإستجابة تكون سريعة دون ما تريث أو تفحص أو تأكد من المعلوم.

ثالثاً : فئة المضمون (ماذا قيل)

الجدول رقم (07) : فئة المحتوى المستخدم

المحتوى المستخدمة			الموضوع
الوحدات	أحداث ومناسبات	سير الشخصيات	إتفاقيات وقرارات

التكرار	ت	%	ت	%	ت	%
Algérie au d'jour duit	37	23,27%	13	18,84%	19	20,87%
ما بعد الحراك 22 فيفري	31	19,49%	11	15,94%	21	23,07%
سلمية سلمية	36	22,64%	14	20,28%	13	14,28%
الجزائر اليوم	36	22,64%	15	21,73%	18	19,78%
أمازيغ الجلفة	19	11,94%	16	23,18%	20	21,97%
المجموع	159	100	69	100	91	100

يشير الجدول رقم: (07) إلى فئة المحتوى المستخدم " من حيث المعطيات نجد أن الأحداث ومناسبات بلغت وحدة الأحداث والمناسبات نسبة (23,27%)، على صفحة Algérie au jour duit، وبلغ وحدة سير الشخصيات نسبة متواضعة بـ (18,84%)، وتوصلت صفحة الجزائر اليوم إلى نسب بلغت وحدتي أحداث وسير الشخصيات إلى (22,64%) (21,73%)، من خلال توظيفها للسياسة التصيد في جميع المحطات التاريخية للنخبة السياسية، في حين جاءت وحدة الإتفاقيات والقرارات بنسبة (23,07%)، أما وحدة سير الشخصيات فبلغت نسبة (19,49%)، على صفحة ما بعد الحراك، في حين تساواة وحدتي سير الشخصيات والأحداث بـ (22,64%) و(21,73%) على صفحة الجزائر اليوم، وإنتهت صفحة سلمية سلمية إلى بنسبة متقاربة جاءت بـ (22,64%) (20,28%) في وحدتي الأحداث وسير الشخصيات، وفي الأخير جاءت صفحة أمازيغ الجلفة بنسب متقاربة حيث بلغت وحدتي سير الشخصيات والقرارات ما نسبته بـ (23,18%) و (21,97%) .

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

عند قراءة مجموع التكرارات لجدول رقم (07) لفئة المحتوى المستخدم: نلاحظ أن جل الصفحات ركزت على وحدة السير الشخصيات بهدف فكرة التصيد المتبعة في كثير من أشكال الأخبار الزائفة، مع تطبيق نظرية الطلقة السحرية التي تعتمد في مبدئها على (منبه، الإستجابة)، أي تتبع أسرار النخبة وكشف كل ما يمس حياتهم الخاصة، وهنا تكون المصيدة التي تجمع بين الأخبار الخاصة والمثيرة كحقيقية، وعليه يتم إستقطاب جمهور المتنمرين، حيث بلغ مؤشر التكرارية (159) مرة كررت وعرضت فيها وهذا ما يفسر طرق التي تعتمد عليها هذه الصفحات في عملية التصيد من خلال مجرى الأحداث والمناسبات وخاصة في فترة الأزمات والإختلالات السياسية، حيث تكون الدولة في حالة لا توازن، في حين إنتهت وحدة سير الشخصيات إلى (69) مرة تم تكرارها والتي تدل على توظيفها للسياسة التصيد في جميع المحطات التاريخية للنخبة السياسية، أما ما أعربت عنها جل الصفحات في وحدة الإتفاقيات والقرارات فقد بلغ (91) مرة تم تكرار هذه الوحدات، ويرجع ذلك إلى إستغلال جزء من الحقيقة لغرض إستقطاب عدد كبير من المتنمرين على القرارات المتخذة من طرف الدولة وخاصة في مرحلة الأزمة، أو ما يعرف بحكومة تصريف الأعمال.

جدول رقم (08) : فئة مجال المضمون

مجال المضمون								الموضوع
أمني عسكري		إقتصادي		إجتماعي		سياسي		الوحدات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%27,9	24	21,8%	7	20,45%	9	%18,47	29	تكرار
%16,2	14	18,7%	6	%18,18	8	%22,29	35	Algérie au d’jourd’hui
%09,22	19	18,7%	6	25%	11	%17,19	27	بعد الحراك 22 فيفري
%20,93	18	25%	8	%9,09	4	%24,84	39	سلمية سلمية
								الجزائر اليوم

12,79%	11	%15,6	5	27,27%	12	17,19%	27	أمازيغ الجلفة
100%	86	%100	35	%100	44	%100	157	المجموع

يشير الجدول رقم (08) إلى فئة "المجال المضمون" على أن صفحة *Algerie au jourd huit* على أعلى نسبة لها في المضمون العسكري بلغت نسبة (27,9%)، وهي تدل على التشويه وضرب معنويات الجيش، في حين جاءت وحدتي الإقتصادي والإجتماعي متقارباً بنسبة (21,87%)، (20,45%)، وهذا ما يفسر تجريك الجبهة الإجتماعي، أما ما أسفرت عليه صفحة أمازيغ الجلفة فقد بلغ نسبة بـ(27,27%)، وتلتها في ذلك وحدة المضمون السياسي بنسبة (17,19%)، وفي الأخير وحدة المضمون العسكري بنسبة ضعيفة قدرت بـ(12,79%)، كما إنتهت صفحة سلمية سلمية إلى أعلى مؤشر لها جاء في وحدة المضمون الإجتماعي بنسبة بلغت (25%)، في حين بلغ المضمون العسكري نسبة قدرت بـ(22,09%)، أما المضمونين الاقتصادي والسياسي تقارب جدا حيث بلغ الأول نسبة (18,14%) وبلغ الثاني نسبة (17,62%)، وإنتهت صفحة الجزائر اليوم إلى أعلى نسبة لها قدرت بـ(24,84%) في وحدة المضمون السياسية وهي مضامين متنوع بين القرارات السياسية، ثم يليها المضمون العسكري والذي جاء بنسبة (20,93%)، وبعدها المضمون الاقتصادي المتداول تقريباً في جميع الصفحات، وفي حين أعربت صفحة ما بعد الحراك إلى أعلى نسبة لها بلغت (22,29%) في طرح المضامين السياسية.

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة شاملة لمجموع التكرارات لكل من هذه الوحدات نجد ما يلي أن المضامين السياسية جاءت بمؤشرات تكرارية عالية مقارنة ببقية الوحدات الأخرى، حيث قدرت بـ(157) مرة تم تكرارها، وهذا ما يفسر أن الأزمة الوطنية هي أزمة سياسية أكثر منها إجتماعية أو عسكرية أو إقتصادية، وعليه كانت الموضوعات تمس رجال السياسة من وزراء وبعض القرارات المتخذة في تسيير الوضع، تلفيق وشرح، كما مست كذلك قيادات عسكرية أكثر من غيرهم، حيث قدرت عدد التكرارات بـ(86) وهو ما يدل أن المشهد السياسية كان محفوف بغطاء عسكري، أما ما أبانت عليه مؤشروحدة كلا من المواضيع الإجتماعية والإقتصادية فكان بقيمة أقل على رغم من تقاربهما، كما نستطيع أن نفسره أن هاذين المجالين لم يكن لهما التأثير كبير على مستخدمي هذه الصفحات ما عدا بعض المنشورات الملفقة ببعض المبالغ والصفقات المشبوهة.

جدول رقم (09) : فئة طبيعة العبارات

طبيعة العبارات								الموضوع
إستفزاز		السخرية		القذف		السب و الشتم		الوحدات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
%45,81	591	%42,93	644	%59,97	574	%26,88	278	Algérie au d’jour duit
09,14	118	%12,46	187	%09,34	89	%12,28	127	بعد الحراك 22 فيفري
18,13	234	%21,45	322	%18,80	179	%41,77	432	سلمية سلمية
20,62	266	%15,86	238	%08,71	83	%31,65	101	الجزائر اليوم
06,27	81	%07,26	109	%2,83	27	%0,97	96	أمازيغ الجلفة
%100	1290	%100	1500	%100	952	%100	134	المجموع

يشير الجدول رقم (09) إلى فئة "طبيعة العبارات المستخدمة في التنمر على النخبة السياسية والعسكرية حيث أحرزت صفحة *Algerie au jour huit* نسبة عالية جداً بلغت (59,97%) كمؤشركوي على وحدة القذف المعبر عنها من طرف المتنمرين، وبعدها جاءت وحدة السخرية بنسبة (42,93%) وتلتها بعد ذلك، وحدة الإستفزاز بنسبة (45,81%)، وفي أخير وحدة السب و الشتم المباشر بنسبة أقل قدرت بـ(26,88%) في حين أسفرت

صفحة سلمية سلمية على أعلى نسبة لها بوحدة السب كأسلوب للتنمر بنسبة (41,77%) فيما جاءت نسبة وحدة السخرية بـ(21,45%)، كما تساوتا كل وحدتي القذف والإستفزاز، و إنتهت صفحة الجزائر اليوم إلى أعلى نسبة لها بـ(31,65%) للوحدة السب، فيما بلغت وحدة الإستفزاز نسبة (20,62%)، وجاءت وحدة السخرية متقاربة مع وحدة القذف وفي الأخير إنتهت صفحة أمازيغ الجلفة إلى مؤشرات ضعيفة.

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة شاملة لمجموع التكرارات لكل من هذه الوحدات نجد أن ما أسفرت عنه وحدة الإستفزاز والسخرية في جل الصفحات جاء بمؤشر تكرارات عالية مقارنة ببقية الوحدات الأخرى حيث بلغ (1500)، وهذا ما تأكده نظرية التعلم من خلال تعلم سلوك التنمر، لأن الفرد يكتسب هذا السلوك بمرور الإستخدام وبالملاحظة التعليقات الموجودة على الصفحة ومنه ينساق معها، كما تفسر هذه النظرية على أن السلوك الإنساني وقوانينه المختلفة، وسلوك التنمر شأنه شأن أي سلوك يكتسبه الفرد من البيئة المحيطة وفقا لقوانين التعلم، حيث ترى النظرية السلوكية أن المتنمر يعزز سلوكه من قبل الأفراد المحيطين به مثل الزملاء والأصدقاء، أما ما أبان عليه كمؤشر لشتيم والقذف المباشر بقيمة أقل، وهذا راجع إلى طبيعة المواضيع المنشورة التي تستفز الجمهور المستخدمين أولاً، كما لها خليفة نفسية وتربوية من خلال التنشئة الإجتماعية.

جدول رقم (10) : فئة المصادر

فئة المصادر						الموضوع
صحف و تلفزيونية		وثائق و صورة		ذاتية		الوحدات
%	ت	%	ت	%	ت	
%30	06	%23,18	16	%20,43	47	Algérie au d’jourd huit
%10	03	%15,94	11	%21,30	49	بعد الحراك 22 فيفري
%10	03	%13,04	9	%22,17	51	سلمية سلمية
%25	05	%23,18	16	%20,86	48	الجزائر اليوم
%10	03	%24,63	17	%15,21	35	أمازيغ الجلفة
%100	20	%100	69	%100	230	المجموع

يشير الجدول رقم(10) إلى فئة "المصادر" التي تروج للأخبار المزيفة جاءت صفحة Algerie au jour huit في وحدة القنوات التلفزيونية أعلى نسبة قدرت (30%) كأكبر قيمة في الجدول، في حين تساواة كل من وحدتي الوثائق والصور المسربة، أما وحدة المصادر الذاتية فبلغت نسبة (20,43%)، وهذا راجع إلى مزج بين الأخبار الحقيقية والمزيفة كأسلوب لاستدراج المتنمرين، أما ما توصلت له صفحة أمازيغ الجلفة من مصادر لأخبارها في وحدة الوثائق والصور المسربة جاء بمؤشر قدر بـ (24,63%) ، وتلها في ذلك بقيمة أقل وحدة المصادر الذاتية بـ (15,21%)، كما وصلت وحدة القنوات التلفزيونية والصحف إلى نسبة (10%)، في حين بلغت صفحة الجزائر اليوم في وحدة المصادر التلفزيونية والصحف ما نسبته بـ (25%)، أما الوثائق والصور كمصادر لأخبار المزيفة بلغ ما نسبته (23,18%)، تلها بعد ذلك وحدة المصادر الذاتية بنسبة (20,86%) وأخيرا المصادر التي تستقي منها صفحة الجزائر اليوم جاءت في وحدة القنوات التلفزيونية والصحف بـ (25%)، وهي تعني المصادر الرسمية التي يصعب فبركتها إلا بواسطة التأويلات المغرضة.في حين بلغت وحدة الوثائق والصور المسربة ما نسبته (23,18%) ، وتلاها في ذلك وحدة المصادر الذاتية ما نسبته (20,86%)،

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة شاملة لمجموع التكرارات للجدول: نلاحظ أن عدد التكرارات لوحدة المصادر الذاتية جاءت بمؤشر كبير مقارنة بالقيم الأخرى، حيث قدر بـ (230) مرة كقيمة لعدد التكرارات، وهذا ما يدل على التوجه الملحوظ في استخدام هكذا أخبار ضد النخبة السياسية في حين وصل مؤشر الوثائق والصور المسربة بـ (69) كقيمة للتكرارات، حيث تعتمد هذا الصفحات على تنوع متواضع للمصادر، وهذا لجلب جمهور المتنمرين بالطرق مختلفة، في حين ما أسفرت عليه وحدة القنوات التلفزيونية والصحف بقيمة تكرارات أقل بكثير من سابقها، وهذا شيء طبيعي فهذه الأخير تعد أخبار رسمي لها مصادرها، ولا يمكن فبركتها.

الجدول رقم (11) : فئة الشخصية المستهدفة

الشخصيات المستهدفة								الموضوع
دبلوماسيين		الرئيس		قيادات أمنية		وزراء		الوحدات
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%14,29	3	%23,85	31	%27,91	24	%13,41	11	التكرار
%4,76	1	%20,77	27	%16,28	14	%25,61	21	Algérie au d’jourtd hui
%23,81	5	%20,00	26	%22,09	19	%15,85	13	بعد الحراك 22 فيفري
%28,57	6	%19,23	25	%20,93	18	%24,39	20	سلمية سلمية
%28,57	6	%16,15	21	%12,79	11	%20,73	17	الجزائر اليوم
%100	21	%100	130	%100	86	%100	82	أمازيغ الجلفة
								المجموع

من خلال الجدول رقم (11) الذي يمثل فئة "الشخصيات المستهدفة" يتضح لنا أن وحدة الشخصيات الدبلوماسية بلغت النسبة الأعلى في الجدول على صفحة الجزائر اليوم بنسبة قدرت بـ (28,57%) على مستوى الشخصيات الدبلوماسية، ثم تلتها الشخصيات الوزارية بنسبة (24,39%)، كما جاءت نسبة القيادات العسكرية بـ (20,93%)، وفي الأخير استهدفت شخصية الرئيس بنسبة قدرت بـ (19,23%)، كما أنهت صفحة Algeria au d jourd huit في وحدة القيادات العسكرية بنسبة بلغت (24,39%)، ثم بعدها وحدة شخصية الرئيس بنسبة (23,85%)، وتلاها في ذلك وحدة الشخصيات الدبلوماسية بنسبة بلغت (14,29%)، كما نجد أن صفحة ما بعد الحراك بلغت وحدة الشخصيات الوزارية ما نسبة (25,61%)، تلاها بعد ذلك مؤشر وحدة شخصية الرئيس بنسبة (20,77%)، في حين نجد أن صفحة سلمي سلمية بنسبة (23,81%) في وحدة الشخصيات الدبلوماسية، وبعدها وحدة القيادات العسكرية بنسبة (22,93%)، حيث تقاربت مع نسبة وحدة شخصية الرئيس بـ (20,09%).

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

الملاحظ لمجموع التكرارات لفئة الشخصيات المستهدفة أن وحدة شخصية الرئيس استهدفت في جل الصفحات بمؤشرات تكرارية عالية حيث بلغت (130)، وهذا ما يدل على أشكال التنمر المستخدمة مثل: تشويه سمعة شخص معين بهدف ضرب عامل الثقة وزعزت كل المبادرات، حيث تم عرض مجموع من الأخبار المزيفة المستهدفة للشخصية الرئيس لفترة ما بعد الانتخابات ولتاريخه مع النظام السابق، أما ما بلغته الرموز القيادة العسكرية من ناحية استهدافها جاء بمؤشر أقل من السابقه من خلال نشر إقالة قائد الأركان المرحوم القائد صالح، وهذا ما يدل على الموقف الذي تأخذته القيادة العسكرية من قرارات قبل الانتخابات، أما بالنسبة لبقية الوحدات الأخرى فتعتبر على الطبقة السياسية سواء كانوا وزراء أو دبلوماسيين، حيث إشتغلت هذه الصفحات على تاريخ بعض الوزراء ومواقفهم إبان الحكم السابق، وهذا ما يستدعي تحريك وإستفزاز الجمهور.

الجدول رقم (12) : فئة الهدف من المحتوى

الهدف من المحتوى								الموضوع
التشويه / إثبات الفشل		التحريض		التشكيك		الإحباط		الوحدات التكرار
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
26,4%	9	17,5%	16	17,3%	12	25,60%	32	Algérie au d'jour d huit
20,5%	7	6,2%	19	18,8%	13	19,20%	24	بعد الحراك 22 فيفري
32,3%	11	5,2%	16	13,4%	9	21,60%	27	سلمية سلمية
14,7%	5	5,5%	17	23,1%	16	24,80%	31	الجزائر اليوم
5,8%	2	7,5%	23	27,5%	19	8,80%	11	أمازيغ الجلفة
100%	34	100%	91	100%	69	100%	125	المجموع

يبين الجدول رقم (12) الذي يمثل فئة "الأهداف من المحتوى" أن صفحة سلمية سلمية فيما يخص وحدة التشويه وإثبات الفشل جاءت بنسبة ب (32,35%)، ويلها وحدة الإحباط والضغط النفسي بنسبة (21,60 %) أما ما بلغت وحدة التشكيك بنسبة ضعيفة ب (13.04 %)، في حين نجد صفحة أمازيغ الجلفة في وحدة التشكيك ب (27.54 %)، تلاها مؤشر التحريض والإحباط والضغط النفسي بنسب متقاربة جاء الأول ب (08,80 %) و الثاني بنسبة (07.52 %) وهو من بين أضعف المؤشرات، أما صفحة Algeria au d jour d huit فكانت نسبة وحدة التحريض وإثبات الفشل بنسبة (26,47 %) تقارب مع وحدة الإحباط و الضغط النفسي بنسبة (25,60 %)، وتساواة كل من هدف التشويه والتشكيك بنسبة (17,58 %) في حين بلغت صفحة الجزائر اليوم في وحدتي الإحباط و التشكيك نسب و مؤشرات متقاربة قدرت ب (24,0 %) و (23,19 %) ، أما وحدة التشويه وإثبات الفشل فبلغ نسبة (14,71 %).

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

نلاحظ من خلال ما أنتجته مجموع التكرارات المتباعدة فيما بينها، حيث نجد وحدة الضغط النفسي والإحباط بمؤشرات قوية، وهذا ما يدل على التركيز على الجانب النفسي بنسبة كبيرة والذي جاء بقيمة تكرارات بلغت (125) مرة، كما يعد الجانب النفسي المحور الخفي والأساسي في نشر الأخبار الزائفة، فإذا إختل الجانب النفسي فقد الإنسان كل شيء، كما من شأنه أن يضع الضحية تحت ضغط نفسي وخوف مستمر من الجاني المجهول، كما يؤثر على الصحة العقلية والنفسية لديه، وهذا ما توصل إليه الباحث (محمد مصطفى عبد الرازق مصطفى)، أما ما توصلت له وحدة التشكيك فقد ب (69) مرة تم تكرار هكذا مواضيع، وهو ما يدل أن هذه الصفحات تستخدم هذه المضامين من أجل زرع الشك لدى الجمهور، بمعنى تعميق فجوة الثقة بين الجمهور وكل المبادرات الحكومية.

جدول رقم (13-01-) : فئة الإستimalات الإقناعية (عاطفية)

الوحدات		عاطفة دينية		التكرار
النصيحة و الشفقة		%	ت	
%	ت	%	ت	
34,11%	29	21,56%	11	Algérie au d'jour dhuit
20%	17	15,58%	08	ما بعد الحراك 22 فيفري
22,35%	19	21,56%	11	سلمية سلمية
14,11%	12	23,52%	12	الجزائر اليوم
09,41	08	17,64%	09	أمازيغ الجلفة

المجموع	51	100%	85	100%
---------	----	------	----	------

من خلال معطيات الجدول رقم (13-01) الذي يمثل فئة "الإستimalات الإقناعية (العاطفة الدينية- النصيحة والشفقة -) حيث جاءت مؤشرات صفحة Algérie au d jour huit أعلى نسبة في الإستimalات العاطفية في وحدة العاطفة الدينية والتي قدرت بـ (34,11%)، وهو ما يدل على توظيف محتويات دينية، كما تأتي بعدها عاطفة النصيحة والشفقة بدرجة أقل وهذا بنسبة (21,56%)، في حين أسفرت صفحة الجزائر اليوم على نسبة قدرت بـ (23,52%) في ما يخص الإستimalات العاطفة الدينية في حين نجد توظيف عاطفة النصيحة والشفقة نسبة قدرت بـ (14,11%)، وتقاربت النسب على صفحة سلمية سلمية بين وحدة العاطفة الدينية وعاطفة النصيحة والشفقة بـ (22,35%) و (21,56%)، وكلاهما وطفى هذه الإستimalات للدفع بالجمهور للتنمر على النخبة السياسية، أما صفحة ما بعد الحراك فقد جاءت بنسبة متواضعة بلغت نسبة (20%) في توظيف الإستimalات عاطفة الشفقة.

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

كقراءة شاملة لمجموع التكرارات لفئة الإستimalات العاطفية في وحدة عاطفة النصيحة والشفقة التي أستخدمت في جميع الصفحات جاء بقيمة وصلت إلى (85) مرة تم تكرار هذه الإستimalات، وهي تدل على أن القائم بالإتصال يركز على هذا نوع من الإتصال كونه يحرك المستخدم نحو التنمر على النخبة السياسية في ما تم إتخاذه من قرارات فيها من المخاطر والتهديدات التي تمس بالبلد والمجتمع، كما تم توظيف إستimalات العاطفة الدينية بقيم أقل، وذلك بنشر آيات قرآنية، بإضافة إلى إستغلال بعض من أقوال العلماء والفقهاء، وبعض نشطاء الحزب المنحل (الفييس) في تحريك العاطفة الدينية لغرض كسب أكبر عدد من المتنمرين.

جدول رقم (13-02) : فئة الإستimalات الإقناعية (عقلية)

الموضوع		عقلية	
الوحدات	التكرار	وثائق و أرشيف	
		معطيات تضليلية	معطيات تضليلية
		تكرار	نسبة %
Algérie au d'jour dhuit	11	17,18%	18
ما بعد الحراك 22 فيفري	11	17,18%	27
سلمية سلمية	10	15,62%	23
الجزائر اليوم	15	23,43%	29
أمازيغ الجلفة	17	26,56%	21
المجموع	64	100%	118

من خلال الجدول رقم (13-02) الذي يمثل فئة "الإستimalات من وثائق و أرشيف و معطيات تضليلية" يتضح لنا أن صفحة أمازيغ الجلفة كانت نسبتها أعلى حيث قدرت بـ (26,56%) في وحدة الوثائق والأرشيف وهذا ما يدل على إستخدام بعض المحتويات التي تحتوي على حقائق لإستدراج مجموعة كبير من المتنمرين، ثم تلتها الإستimalات ذات المعطيات التضليلية بنسبة قدرت بـ (17,64%)، وتقاربت النسبة على صفحة الجزائر اليوم بين الإستimalات العقلية في وحدة الوثائق و وحدة المعطيات التضليلية بنسب قدرت بـ (24,36%) و (23,43%)، أما في ما يخص صفحة ما بعد الحراك جاءت النسبة (22,68%) في وحدة المعطيات التضليلية، في حين وصل مؤشر الوثائق والأرشيف عند حد (17,18%)، وفي الأخير بلغت صفحة Algérie au d'jour d huit نسب متواضعة حيث بلغت وحدة الوثائق والأرشيف نسبة (17,18%) أما وحدة المعطيات التضليلية فقد

بلغت نسبة (15,96%) كما أعربت صفحة سلمية سلمية على مؤشرات متقاربة مع سابقتها ب حيث بلغ كلاهما نسبة (19,32%).

التحليل الشامل لمجموع التكرارات :

لقراءة للمجموع التكرارات ل فئة الإستimalات العقلية عند وحدة المعطيات التضليلية بلغت مؤشرا عالياً نوع ما حيث بلغ ما قيمته (118) مرة تم تكرار هذه المحتويات المزيفة في تحليلها وتفسيرها بأدوات مغرضة، كقيمة تعكس وتدلل على تداول هذا الأسلوب في جميع الصفحات التي تنشر الأخبار المزيفة وهي معطيات تضليلية ما تعكس القلق وخطورة ما تفرزه وتعتمده هذه الصفحات من المعطيات تضليلية في تحليلها الموجه والمغرض، أما ما وصلت إليه الإستimalات العقلية على مستوى وحدة الوثائق والأرشيف جاء بأقل درجة من سابقتها حيث ركزت على النبش في تاريخ بعض النخب، وحول ما أوكل لها من مهام.

٧- النتائج العامة للدراسة :

بعد الدراسة التحليلية التي أخضعنا بمقتضاها مضامين عينة الدراسة لتحليل الكمي والكيفي، سمحت لنا بالحصول على مجموع من النتائج كان من أبرزها ما يلي :

- 1- أسفرت المؤشرات التحليلية إن جل منصات التواصل الإجتماعية اعتمدت في نشرها للأخبار المزيفة على أنماط إتصالية مختلفة، بين النص والصور والفيديو وكذا مزج بين الصورة والنص للتأثير على الجمهور متتبع لهذه المنصات وإستدراجه وإستفازاه بطرق غير مباشر، مما يدفع به إلى سلوك التنمر، وهذا ما يتفق ما نتائج التي أثبتتها دراسة (JAMES NAMBUSI MAKHULO) حيث يؤثر التنمر على الأفراد بأشكال مختلفة وخاصة أماكن العمل، وعلى الإنتاجية بسبب الصدمات النفسية والإحراج كلما تم طرحه للعامة.
- 2- أعربت نتائج الدراسة على أن الأساليب التنمر الإلكترونية المستخدمة من طرف المتنمرين في جل المنصات التواصل الإجتماعي، جاءت متباعدة بين الصريح والضمني، إلا أن الأسلوب الضمني كان في أغلب التعابير غير مباشر، لا سيما ما تجسدت في عبارات "دولة مدانية ماشي عسكرية" أو "تبون جابوه العسكر، حيث جاءت بنسبة بلغت (52,01%)، وهذا ما يتفق مع ما جاءت به دراسة (محمد بن عائض التوم، 2018)،
- 3- نجد أن اللغة المعتمدة في جل المنصات كأداة إتصال هي اللغة العربية القريبة من الفصحى، وهذا الإختيار له مردوده من خلال تفعيل التفاعل الرمزي بين المحتوى المرسل والجمهور المستهدف من أجل دفعه إلى سلوك التنمر بطرق غير مباشرة، وهذا ما أقرته النظرية التاريخية الثقافية أن التنمر يحدث في سياقات إجتماعية ثقافية، وأن للغة دوراً هاماً في ثقافة المتنمر، فما يلاقيه المتنمر من سياقات مشجعة ومعززة تدفعه لممارسة التنمر (نايفة القطامي)، كما أن للعوامل الاجتماعية والثقافية دوراً فعالاً ومهما في تطوير سلوك المتنمرين وخاصة إذا توفرت البيئة الخصبة المشجعة لمثل هذه السلوكيات.
- 4- كما إستثمرت جل هذه المنصات في أحدث والمناسبات والسير الشخصية لهذه النخب السياسية، و جعلت منها هدفاً يخدم أهدافها الإستراتيجية من خلاله يتم ممارسة الضغوط النفسية والإجتماعية، وهذا ما توصلت إليها نتائج (محمد مصطفى عبد الرازق مصطفى) حيث كشفت أن التنمر الإلكتروني من شأنه أن يضع الضحية تحت ضغط نفسي وخوف مستمر من الجاني المجهول، كما يؤثر على الصحة العقلية والنفسية لديه، حيث كانت جل شعارات تنادي بـ "لا للحكم العسكر" وكذا "دولة مدينة و ماشي عسكرية"، وبذلك تتفق مع دراسة أسامة بن غازي المدني في نوعية الشائعات السياسية التي بلغت مؤشر (62,2%).
- 5- تنوعت عبارات وألفاظ السب والشتم والسخرية والإستفزاز كتعليق على جميع المنشورات بشتى أنواعها، وعلى مختلف النخب السياسية الوطنية، حيث كان لها وقعها المعنوي من سب و شتم العائلات و تقليل من شأنهم، لا سيما ما أسفر على إستقالة بعض وزراء مثل "وزير الثقافة"، وهذا ما يتفق مع ما

توصلت إليه دراسة (بن فردية نصيرة، 2019) حول ما تم إستخدامه من ألفاظ و عبارات الشتم و السب كتنمر على المرأة بلغ نسبة (75%) في محاولة لضرب نفسية الضحية.

6- أبرزت تحليل الفئات المدروسة أن الشخصيات الأكثر إستهدافاً هي شخصية رئيس، ثم القيادات العسكرية ، وهو ما يفسر أن هدف الإستراتيجي لهذه المنصات هو إستهداف النظام بشكل عام وتأثير على الرأي العام بزعزعت الثقة وتحريك الجبهة الإجتماعية وخلق الفوضى والتشكيك في ما أتخذ من قرارات.

7- إعتمدت جل هذه المنصات على إستدراج جمهور المتنمرين بإستخدام إستمالات العاطفة الدينية المتمثلة في نشر لآيات قرآنية وكذا تصريح لبعض الأئمة، بالإضافة إلى العاطفة النصيحة والشفقة مما سوف يقع من أزمات على غرار ما تم إتخاذه من قرارات وتعيينات وخاصة في مرحلة حكومة تصريف الأعمال، بإضافة إلى إعتداد الإستمالات الإقناعية العقلية تمثلت في الإستمالات الوثائق والأرشيف من خلال نبش في تاريخ ومهام بعض القيادات العسكرية في الفترات الحكومات السابقة، والعمل على توجيه الرأي العام وخاصة الجمهور المتابع لها، مع تقديم تضليل وتشويه للمعلومات، وهو يتفق مع ما جاءت به دراسة (محمد رمضان أحمد و صالح زيد العنزي(2018)، التي أثبتت نجاعة بعض الأساليب المنتهجة مثل التخويف وإستغلال العاطفة الدينية في رافع نسبة الاستجابة للأفراد.

VI- الخاتمة

لقد ساعدت هذه المنصات في أنتشار وتفشي سلوكيات وممارسة غير أخلاقية إستهدفت أشخاص و مجتمعات، و إنتهجت في ذلك أسلوب علميا تم توظيفه في عدة نظريات إعلامية، ألا وهو (منبه - Stimuli، إستجابة- Response)، من خلاله أستخدمت الأخبار الزائفة كأخبار مثيرة مست بالنخبة السياسية وعسكرية كمنبه، وتكون الإستجابة من طرف الجمهور المتابع لهذه المنصات بالتنمر الإلكتروني، وبذلك تعد هذه الوسائل الإتصالية سلاحاً نفسياً يستخدم كل الأدوات المتوفرة للتأثير على عقول جماعة أو مجتمعاً محدداً، في توجيهه وضرب إستقراره مستغلة في ذلك فترة أزماته، بهدف تدمير مواقفه وإحلالها بسلوكيات تتفق مع أهداف ومصالح الطرف الذي يشن هذه الحملة، مما لا يختلف فيه أن هذه الوسائل أصبحت سلاحاً خطيراً ومدمراً للأفراد والمجتمعات من خلال ما أدرج فيها من أدوات أصبحت صناعية إتصالية تخدم أجنادات للمنظمات دولية على حساب أمن واستقرار و حياة الأفراد.

وعليه ينبغي أن تسن القوانين صارمة ضدا من يسئ إستخدام هذه الوسائل (الأسلحة) وأن يتحمل مسؤولية ما ينشره فيه من أدلة وقرائن وبذلك تتسع النظرة القانونية لهذه المنصات الإفتراضية، من خلال ضبط حرية التعبير لكي لا تهدد حرية التعبير أمن وإستقرار المجتمعات ، وأن تدرجة في عدة تظاهرات ومجالات علمية بما في ذلك المدونون والأكاديميون وأعضاء المنظمات المجتمع المدني، ليتسنى بذلك هامش حرية الأفراد، كما ينبغي الإهتمام بدراسة التنمر السياسي وإنعكاساته على النخبة السياسية وعلى الشأن العام.

قائمة المراجع

1. أسامة بن غازي المدني. (2017). دور شبكات التواصل الاجتماعي في ترويج الشائعات لدى طلاب الجامعات السعودية. مجلة أم القرى للعلوم الاجتماعية. المجلد 9. العدد 2. ص 18.
2. رجب بن علي العويسي. (2019). ظاهرة التتمر السياسي في منصات التواصل الاجتماعي.. إلى أين؟، تاريخ الاسترداد 2020/12/09 على الساعة 35h21: //http://alwatan.com/details
3. السعيد حسن. (2011). سيكولوجية الإشاعة؛ رؤية قرآنية. المملكة الأردنية الهاشمية: دار دجلة. ص 18.
4. شرف الدين بن وراث. (2017). الإشاعات و أثرها على الاستقرار الأمني و السياسي للدولة: حقائق من صفحات التواصل الاجتماعي "حالة الجزائر" عولمة الإعلام السياسي و أثرها على الأمن القومي للدول النامية. كلية الحقوق. جامعة ورقلة. <https://www.researchgate.net/publication> / ، ص 10.
5. عمر أبو عرقوب. (ربيع 2018). ستة أنواع للأخبار الكاذبة في العصر الرقمي. مجلة الصحافة؛ معهد الجزيرة للإعلام. العدد 13، ص 20.
6. محمد رحالي. (2013). النخبة السياسية المحلية ومسألة التنمية. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية. كلية الحقوق. جامعة وهران، الجزائر. ص 19.
7. محمد عبد العزيز الجبران. (2004). البحوث الإعلامية/ أسسها، أساليبها، مجالاتها. الرياض. المملكة السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر. (ط 1). ص 24.
8. محمد عبيدات، و آخرون. (1999). منهجية البحث العلمي/قواعد و المراحل و التطبيقات. عمان: دار وائل للنشر، ص 49.
9. محمد كامل محمد كامل. (2018). التتمر الإلكتروني و تقدير الذات لدى عينة من الطلاب الصم و ضعاف السمع. مذكرة لنيل درجة الماجستير في التربية. كلية التربية. قسم الصحة النفسية. جامعة طنطا. ص 29 30
10. نصر رمضان سعد الله حربي. (أفريل 2019). الشائعات ونشرها عبر مواقع و شبكات التواصل الاجتماعي/ أثارها - المسؤولية المترتبة عليه-سبل التصدي لها. المؤتمر العلمي السادس؛ القانون و الشائعات. كلية الحقوق، جامعة طنطا. ص 10.
11. Hunt , A., & Matthew, G. (2017). **Social Media and Fake News in the 2016**, Journal of Economic Journal of Economic perspectives, Spring, volume31,Number02, p 217.
12. Hsin, F., Hsieh, S., & E, S. (2005). **Three Approaches to Qualitative Content Analysis , Qualitative Health Research.Fooyin University.p 03.**
13. Yao, Mengfan; Charalampos, Chelmis.(May 2019.)**Cyberbullying Ends Here: Towards Robust Detection of Cyberbullying in Social Media .Internationnal World Wid Web Conference commitee, Francisco , CA USA.p3427.**
14. Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017).**Defining “Fake News”A typology of scholarly definitions.** Digital Journalism, 06 (02), , 138-153.pp 145- 146.

الملاحق

أولاً : فئة البيانات أولية :

01	- إسم الصفحة
02	- تاريخ النشر
03	- فترة النشر
04	
05	- تاريخ البث
06	- فترة البث
07	
08	- مدة البث
09	
10	
11	- عدد مشاركة المنشور

ثانياً : فئة الشكل : (كيف قيل)

■ فئة أنواع النشر وطريقة البث

15	نص	16	صورة	17	فيديو	19	مزيج
----	----	----	------	----	-------	----	------

■ فئة التعابير والرسائل الإيقونية (Emojie)

21	الغضب	22	السخرية	23	مؤيد	24	رسومات جاهزة
----	-------	----	---------	----	------	----	--------------

■ فئة أسلوب المتنمر

26	صريح	27	ضمني
----	------	----	------

■ فئة اللغة

29	العربية الفصحى	30	الأجنبية	31	العامية	32	مزيج
----	----------------	----	----------	----	---------	----	------

■ فئة نوع الإتصال

34	35
----	----

ثالثاً : الفئات المتعلقة بالمضمون (ماذا قيل) :

■ فئة المحتوى المستخدم

37	38	39	40
أحداث و مناسبات	سير للشخصيات	إتفاقيات قرارات	

■ فئة مجال المضمون:

42	43	44	45
سياسي	إجتماعي	إقتصادي	أمني عسكري

■ فئة طبيعة العبارات

47	48	49	50
السب و الشتم	القذف	السخرية	إستفزاز

■ فئة المصادر

52	53	54
ذاتية	وثائق و صور مسربة	صحف/ قنوات تلفزيونية

■ فئة الشخصية المستهدفة

	58	59	60
وزراء	قيادات عسكرية	رئيس الجمهورية	دبلوماسيين

■ فئة الهدف من المحتوى

62	63	65	66
الإحباط و الضغط المعنوي	التشكيك	التحريض	التشويه /إثبات الفشل

■ فئة الإستمالات الإقناعية

01	02
- عقلية	وثائق وأرشيف
معطيات تضليلية	
1/2	2/2
- عاطفية	توعية و الشفقة
عاطفة دينية	