

المضامين الرقمية والقيم الخبرية في ظل تنامي الأخبار الكاذبة

دراسة تحليلية لعينة من منشورات Facebook

*Digital content and news values in light of the growing of fake news**Analytical study of a sample of Facebook posts*فضيلة تومي¹ ، البشير محمدي²¹ جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر)، toumi.fadila@univ-ouargla.dz² جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر) bachir@univ-ouargla.dz

تاريخ النشر: 2021 / 12 / 30

تاريخ القبول: 2021 / 12 / 08

تاريخ الإستلام: 2021 / 05 / 12

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مكانة القيم الإخبارية في الفضاء الرقمي خاصة في ظل تنامي نشر الأخبار الكاذبة، وتم التركيز في هذا الإطار على منصة فيسبوك التي سطت وتوغلت على المشهد الإعلامي حالياً، وتأثيرها الواضح على البناء الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، وهذا ما تصبوا إليه هذه الورقة البحثية من خلال قياس مدى توظيف القيم الخبرية في الفضاءات الرقمية في السياق الجزائري، وفق دراسة تحليلية لعينة من الصفحات الناشطة على الفيسبوك لإعلاميين جزائريين، حيث تم توظيف المنهج المسحي وأداة تحليل المضمون للإجابة على إشكالية الدراسة، ومنه تم تقسيم دراسة المحتوى إلى فئات خاصة بالشكل وأخرى بالمضمون، وذلك بالاعتماد على التحليل الكمي والكيفي للمادة الخبرية محل الدراسة، لنصل إلى نتيجة مفادها أن البيئة الرقمية قد أثرت بشكل كبير على القيم الخبرية جراء الترسانة القوية للتقنيات التي تحوزها، وكذا هامش الحرية التي تتمتع به.

الكلمات المفتاحية: أخبار كاذبة؛ محتوى رقمي؛ قيم خبرية؛ فيسبوك.

Abstract:

This study aims to identify the status of news values in the digital space, especially in light of the growing spread of fake news, and in this context the focus was on the Facebook platform that has covered and penetrated the media scene now, and its clear impact on the social, economic and political structure, and this is what they aimed for this paper Research by measuring the extent to which news values are employed in digital spaces in the Algerian context, according to an analytical study of a sample of Facebook pages of Algerian media professionals. By content, depending on the quantitative and qualitative analysis of the news material under study, We conclude that the digital environment has greatly influenced experience values through technologies and the margin of freedom it enjoys.

Keywords: fake news, digital content, news value, Facebook.

أ. مقدمة:

يعتبر الاتصال الرقمي العصب الرئيس لتحقيق التكامل وفهم المستجدات في جميع المجالات في عصرنا الراهن، حيث تطور هذا المفهوم وطرأت عليه تغيرات جمة عند ربطه بالبيئة الرقمية وظهرت العديد من المصطلحات خاصة في المجال الإعلامي وعلاقة الجمهور بالقائم بالاتصال أو الوسيلة في حد ذاتها ، فظهر ما يعرف بوسائل الإعلام الجديد كأحد مظاهر وإرهاصات السباق التكنولوجي الذي عزز مكانة هذا النوع من الاتصال في عصرنا الحالي.

فلقد تميز الاتصال في الفضاء السيبراني عن باقي أنواعه في وسائل الاتصال التقليدية الأخرى من حيث السرعة والانتقائية والحرية في صناعة المضامين الإعلامية، وغياب الرقابة والمسؤولية الأخلاقية في كثير من الأحيان، فظهر بذلك مصطلح المحتوى الرقمي بصيغ متعددة نتيجة للتطورات التكنولوجية المتسارعة، وباعتباره حلقة مهمة في بناء أي عملية اتصالية فإن إنتاج المحتوى الإخباري في بيئة رقمية كهذه يتطلب أن يخضع لمعايير علمية وتقنية وأخلاقية لجعله ذا قيمة في السياق الاتصالي العام، والتي من المفروض أن يقوم بها حارس البوابة أو القائم بالاتصال خاصة في هذه الفضاءات المفتوحة في بيئة لا يحدها قيد أو رقيب، مما يجعل كون توظيف هذه القيم الإخبارية في الصناعة الاتصالية كممارسة من أجل جعل المضامين والمحتويات الإخبارية في سياقها المعياري المعروف، الذي يكون فيه الصدق والآنية في نقل الأحداث كما هي، دون تغييب أو تزييف إضافة إلى توظيف القيم الإخبارية فنيا التي تصنع وتقدم في النهاية محتوى إخباري متكامل الأركان والشروط، ولعل تطور الأحداث في بعض البلدان العربية من موجة الحراك الشعبي في تونس ومصر وصولاً إلى الجزائر ولبنان والعراق وغيرها، ودور هذه الفضاءات خاصة مواقع التواصل الاجتماعي كحاضنات لحرية التعبير وكذا جسر للتواصل بين المستخدمين .

وفي هذا السياق، وجب أن يحتدم النقاش حول المحتويات التي تنتجها هذه المواقع على غرار- الصفحات الناشطة في هذه الفضاءات- ومخرجاتها من مضامين إعلامية وإخبارية إختلقت بين ما هو حقيقي وبين ما هو مزيف ومغلوط، ومن هذا المنطلق تحاول هذه الورقة البحثية أن تثير مسألة توظيف هذه القيم الإخبارية في الصفحات الناشطة على موقع التواصل الاجتماعي-فيسبوك- ضمن السياق الجزائري ، وإنطلاقاً من هذه الأرضية نطرح التساؤل الجوهري الآتي : كيف تتجلى صناعة القيم الإخبارية في الفضاءات الرقمية في ظل تنامي موجة الأخبار الكاذبة سيما على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك ؟

وللإجابة على هذا التساؤل المحوري تم تفكيكه إلى التساؤلات الفرعية التالية :

- ما موقع الحيادية والصدق في إنتاج ونشر الأخبار في الصفحات الناشطة على موقع فيسبوك في السياق الجزائري؟

- ما هي المساحة التي تحتلها القيم الإخبارية في الصفحات الناشطة على موقع فسيبوك في السياق الجزائري؟
- ما هو مستوى التفاعل الذي يحدثه مستخدم منصة فسيبوك على المواد الخيرية المنشورة؟
- ما مدى أهمية المصادر الموثوقة في بناء المحتوى الإخباري في الفيسبوك؟
- ما هي معايير إنتاج المحتوى الإخباري في الفيسبوك؟

أهمية البحث :

تكمن أهمية الدراسة في البحث والإطلاع على المتغيرات التي تضبط السياق العام من أجل التعرف على هذه الظاهرة وحدودها في الفضاء الافتراضي، والتي بدورها تتيح لنا فرصة البحث على واقع استخدام القيم الخيرية في مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من خلال: التعرف على آليات إنتاج الخبر من المصادر الموثوقة، وكذا تفعيل القيم الأخلاقية والمهنية في إنتاج المضامين الإعلامية، والمعالجة الإعلامية لظاهرة انتشار الأخبار الكاذبة على صفحات موقع فسيبوك، وكذا التعرف على آليات ودعائم الصناعة الاتصالية الإخبارية، ومنه رصد الإطار العام للمعالجة الإعلامية في الصفحات الناشطة في الفضاء الرقمي، وصولاً إلى إثارة مسألة التفاعلية في الميديا الجديدة من خلال ما تنتجه منصات التواصل الاجتماعي، وكذا محاولة فتح النقاش الأكاديمي لمخرجات العملية الإعلامية في الميديا الجديدة وخصائصها.

أهداف البحث:

تهدف الدراسة عموماً إلى التعرف على مستوى توظيف القيم الخيرية في ما بات يعرف بوسائل الإعلام الجديد، وذلك بأخذ نموذج لصفحات ناشطة على موقع فسيبوك الخاصة بإعلاميين جزائريين ، وذلك من خلال:

- تبيان استخدام معايير الإنتاج الإخباري على هذه الصفحات .
- تحديد الإطار العام لمفهوم القيم الخيرية لهذه الصفحات .
- التعرف على آليات إنتاج الأخبار من منظور الصدق والحياد في ظل سطوة الأخبار الكاذبة.
- رصد واقع ومعايير النقاش المتاحة على مستوى هذه الصفحات .
- تبيان دور وسائل الإعلام الجديد في إنتاج المضامين الإعلامية .

ii. منهج البحث وأدواته:

تصنف هذه الدراسة في مجال الدراسات الوصفية والبحوث التي تهتم بالظاهرة الإعلامية وإرتباطها بتشخيص طبيعة القيم الإخبارية، بل ويتجاوز ذلك في وصف العلاقات السببية ومحاولة الكشف عن طبيعة هذه العلاقات (الحמיד، 2000)، وتم ضمن سياق هذه الدراسة استخدام المنهج المسحي والذي يقوم على

رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو فترات متعددة وذلك من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره (غنيم، 2000)، وهو المنهج ذاته الذي يتوافق مع سياق الدراسة حول واقع توظيف القيم الخبرية في الصناعة الإعلامية داخل البيئة الرقمية التي تتميز بتدفق المعلومة الهائل من قبل صانعي المحتوى الرقمي وكذا تجليات ظاهرة سطوة الأخبار الكاذبة على حساب الأخبار الموثوقة في بيئة متغيرة.

أداة الدراسة :

إقتضت الدراسة أن تكون أداة البحث العلمي وفق المنهج المستخدم هي أداة تحليل المضمون ، فهي بمثابة الكشاف الذي يتيح للباحث فرصة البحث والإطلاع وتحليل المعطيات، والتي تعتبر وسيلة بحث غير مباشرة تستخدم في معالجة النصوص المكتوبة والأشرطة الصوتية والأفلام المصورة ، لاسيما تلك العلوم التي لها صلة بوسائل الإعلام والاتصال وما تنتجه من مضامين متنوعة وما تمارسه من تأثيرات متنوعة على الجمهور (مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال ، 2010) ، ويقصد بأداة تحليل المضمون في علوم الاتصال كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق عن طريقه أهدافا اتصالية مع الآخرين (المشهداني، 2007) وهو عبارة عن رموز لغوية يتم تنظيمها بطريقة معينة ترتبط بشخصية الفرد وسماته الاجتماعية وهذا ما يتوافق مع هذه الدراسة التي تبحث في مضامين وسائل التواصل الاجتماعي المتمثلة في صفحات الإعلاميين جزائريين والتي تحضى بمتابعة جماهيرية هامة، والتي من خلالها سنحاول أن نجيب على إشكالية هذه الدراسة، وتم في هذا الإطار إتباع أسلوب الوصف والتشخيص لمتغيرات الدراسة القائم على التعرف على أهم القيم الإخبارية.

إستمارة تحليل المحتوى:

تبنى أداة تحليل المضمون بما يتحقق من نتائج ومعطيات على إستمارة تحليل المضمون التي تتيح للباحث فرصة التعاطي وتفسير المعطيات وفق : كيف قيل ؟ وماذا قيل ؟ في محاولة منها للإجابة على ما تنتجه منصات التواصل الاجتماعي خاصة في البيئة الرقمية من معلومات وأخبار وغيرها من المواد الإعلامية، والتي تعرف بأنها تقف عاجزة على تفسير وتحليل المحتوى الرقمي الذي تتنوع معطياته على نحو لم يعرفه الباحثون من قبل في وسائل الإعلام المعروفة (صلاح، 2015)، وانطلاقا من مشكلة دراستنا وبالإطلاع على الدراسات السابقة التي تعنى بمجال موضوع بحثنا، قمنا بتصميم إستمارة تحليلية لعينة الدراسة وفق ما يلي:

فئات الشكل : كيف قيل؟

فئة هوية الناشر صاحب الصفحة : إسم حقيقي ، إسم مستعار.

فئة الخلفية التي تظهر في واجهة الصفحة : صورة حقيقية ، صورة لشكل تعبيرى .

فئة اللغة المستخدمة في الصفحة : اللغة العربية ، اللهجة العامية.

فئات المضمون : ماذا قيل؟

فئة الحداثة والجددة : والتي تقاس فيها درجة توظيف هذه الفئة في المادة الخبرية .

فئة نوع القضايا المنشورة : والتي تترتب إلى قضية سياسية، إجتماعية، إقتصادية.

فئة نوع المعالجة الخبرية المنشورة : وهي كيف إستخدمت المادة الخبرية في الصفحة ؟ نقد ، تحليل أو نقل المعلومة .

فئة المصدر المعتمد في نشر الخبر: وهي الممثلة في من نقل الخبر؟ التلفزيون الرسمي، جرائد وطنية، أم لم يذكر المصدر.

فئة دليل المادة الخبرية: وهي المادة التي توثق الخبر فإما أن تكون: وثيقة ، فيديو، بيان .

فئة نوع الإستimalات في المادة الخبرية : وتتمثل في مدى التأثير الذي تخاطب به المادة الخبرية جمهور المتلقين وفق مجموعة من الإستimalات تتمثل في : إستimalة عاطفية، إستimalة عقلية، أو إستimalة تخوفية.

فئة تفاعل الجمهور: ويكون ذلك برموز تعبيرية، تعليق أو مشاركة، والتي ترصد ما تركه المادة الخبرية من مستوى التفاعل لدى جمهورها.

فئة نوع الانطباع وأسلوب النقاش لدى الجمهور: ويكون ذلك برد فعل مارسه الجمهور بعبارات أو أشكال إيجابية ويعبر عليها بتهكم ، إنزعاج، أو عقلائي.

فئة مستوى التركيب والاستخدام للعنوان والمحتوى في المادة الخبرية: ويظهر ذلك إما بالتوافق أو التناقض.

مجتمع البحث وعينته:

نقصد بمجتمع البحث مجموعة من الأشخاص أو المؤسسات أو الأشياء أو الأحداث التي نريد أن نصبوإ إلى استنتاج مآلاتها والتعرف واكتشاف خصائصها (أبو القاسم عبد القادر صالح. وآخرون، 2001) ، وانطلاقا من هذا التوافق تم اختيار صفحتين ناشطتين على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك والتي تهتم بالشأن الجزائري، والتي تتناول وتنقل الأحداث والأخبار بطريقتها الخاصة ووفق آليات معينة، كما تحضى بمتابعة نطاق واسع من المستخدمين ، ومن خلال هذا يستطيع الباحث أن يصل إلى استنتاجات صالحة وقابلة للتطبيق على كل أفراد مجتمع الدراسة ، وتم الاعتماد في هذه الدراسة على العينة القصدية

(purposive sample) ، والتي هي نوع من أنواع العينات الغير عشوائية ينتقي فيها الباحث أفراد عينته بما يخدم أهداف دراسته، وكما هو معروف أن اختيار مفرداتها يكون بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، وهي من أنواع العينات التي يقوم فيها الباحث بتحليل موضوع إعلامي في دورية معينة خلال فترة محددة، وهذا ما تحدث عنه أحمد بن مرسل في مؤلفه مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام ، 2010)، وتم في هذا الإطار اختيار مستوى العينة في حد زمني ممتد من تاريخ 10 مارس 2021 إلى غاية 20 مارس 2021 ، وذلك باختيار 15 منشور لكل صفحة من عينة الدراسة، معتمدين في ذات السياق على تقنيات العينة القصدية وإدراكنا الجيد لمجتمع البحث ، والذي جعل من موضوع دراستنا يراعي بعضا مما يعيشه المجتمع الجزائري من تطورات تمس حياته اليومية وتحاكي جزئياته ومن هذه المعطيات:

- ✓ إستئناف وعودة الحراك الشعبي لنشاطه بعد التعافي المحسوس لوقوع إنتشار فيروس كورونا وتعطيله لجميع مجالات الحياة.
- ✓ تزامن ذلك مع إعلان الرئيس حل البرلمان الجزائري وتنظيم إنتخابات مسبقة وإستدعاء الهيئة الناخبة.
- ✓ إنتشار موجة أخبار كاذبة على مواقع التواصل الاجتماعي مجهولة المصدر تستهدف مؤسسات رسمية في البلد. حالة الترقب والانتظار جراء الحالة السياسية والاقتصادية للبلد بعد عام من الركود جراء تفشي فيروس كورونا.

مدخل نظري للقيم الخبرية في المضامين الإعلامية:

تشق كلمة القيمة في اللغة العربية من القيام وهو نقيض الجلوس، والقيام بمعنى آخر هو العزم (محمد خ.، 2005) والقيمة واحدة القيم، وماله قيمة إذا لم يدم على شيء، وقومت السلعة وإستقامته، وإستقام وأعتدل قومته عدلته فهو قويم ومستقيم، (أبادي، 2005) ويعرفها « pipra » القيمة بأوسع معانيها هي أي شيء كان خيرا أو شرا، وتعد القيم الإخبارية بمفهومها أسلوبا يحدد الصيغة المهنية التي في ضوئها يبني هذا الخبر ذو معالم واضحة في وسائل الإعلام المختلفة، فعند تفكيك التشكيل البنائي للخبر نجده قد تهيكّل نتيجة اجتماع عدد من العوامل التي ساهمت في صياغة القصة الإخبارية ، فكم من القصص الإخبارية لم تعرف لأنها لم تأخذ طريقها إلى النشر، فالقيمة الإخبارية هي المرتكز الأساس في العملية الإعلامية، وعصب الحياة للخبر، وهذه القيم هي أول ما يسأل الصحفي نفسه عندما يحصل على مادة الخبر، فإذا تأكد من توافر بعض القيم في الخبر يستمر في جمع مادة الخبر ويكتبه ويقدمه إلى رئيس القسم في الوسيلة التي يعمل بها (معيوف، 2014) وتعني القيمة من الناحية الموضوعية مجموعة المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار وتتميز بتميزها وتغيب بغياب أبرزها، ويوجد فيها حراس البوابات والجمهور أنها مثيرة للاهتمام وتستحق التفضيل والإبراز في وسائل الإعلام في زمان ومكان معين، وفي هذا التعريف تظهر أن للقيمة ثلاث مستويات فهي بالنسبة للقائم بالإتصال تعني المقياس أو المعيار الذهني الذي يستدل به على الإخبار،

وللخبر خصائص أو مكونات يجب أن تتوفر فيه وتؤهله للانتقاء والظهور في وسائل الإعلام ، والجمهور يجد في القيمة الإطار الإدراكي الذي يساعده في تفسير وفهم الإخبار (عكاك، 2011-2012) ولعل من أهم القيم التي حظيت بالاهتمام في الكثير من الدراسات والأبحاث ونالت الكثير من القبول والموافقة على الأقل في المجتمعات العربية، على الرغم من أن التغيير الكبير الذي مس طرق الأداء الإخباري وتنوع وسائله قد لا يفرض ضرورة لذلك نجد (شرطي، 2015)

- الجدة والحالية (new news): والتي تعني أن الخبر الأول بالنشر هو الخبر الذي يكون جديدا، لم يفقد قيمته، أي لم يسبق وان نشر من قبل.

- الإثارة (the excitement) : والتي تعني خصوصية الخبر وقدرته على مخاطبة عاطفة الإنسان وإثارة غرائزه.

- الشهرة (the fame) : والتي تتضمن حياة المشاهير والشخصيات ذات الصيت الواسع في المجتمع ، وغيرها من المضامين المعروفة لدى فئات واسعة من العالم .

- الصراع (the conflict) : وهي الدرامية والمنافسة التي تتضمنها الأخبار، ولا تقتصر هذه الأخيرة على الحروب فقط بل تشمل أخبار المنافسات الرياضية والسياسية .

- الضخامة (the greatness) : ويقصد بها إتساع رقعة المهتمين بالخبر والواقعة ، وبالتالي يحمل أكبر قدر من الجماهير بالإهتمام به.

- الطرافة والغرابة (wit and weirdness) : وهي الوقائع الغير مألوفة ، والتي لم يتعود على سماعها او مشاهدتها والتي تخاطب خيال الملتقي .

إطلالة مفاهيمية على مفهوم الأخبار الكاذبة :

الكذب: عندما يتحدث الإنسان بمقولة يعرف أو يشك في عدم صحتها ، ولكنه يأمل أن يظن الآخرون أنها الحقيقة ، فالكذب هو فعل مخطط لخداع جمهور معين وقد يتضمن الكذب تأليف حقائق يدرك مؤلفها أنها ليست الحقيقة ، والكذب لا يتعلق فقط بمدى صدق حقائق معينة ، بل يمكن أن يكون عن طريق ترتيب الأحداث بطريقة خادعة مأكرة لتحكي قصة خيالية وفي هذه الحالة يقود الكاذب المستمع إلى خلاصة خاطئة من دون التصريح بوضوح بتلك الخلاصة (نجار، 2018)

الأخبار الكاذبة : ظهرت عدة تعريفات لمصطلح الأخبار الكاذبة ، فعلى سبيل المثال عرف " ألكوت " و " جينتزكوف " الأخبار الكاذبة بأنها " مقالات إخبارية تعتمد الإختلاق والكذب بهدف تضليل القراء " (عمر، 2016)، وهو مصطلح يستخدم تبادليا مع مصطلح المعلومات المضللة أو الأنواع الأخرى من الفوضى التي تحدث بداخل نظام المعلومات المتواصل، وأصبح بذلك مصطلحا عريضا يستخدم لوصف الأخبار الغير دقيقة

أو المفبركة، لكن لا يصف مصطلح الأخبار الكاذبة بدقة الالتباس بين المعلومات المضللة والمعلومات الخاطئة وإساءة استخدام المعلومات (بوقرين، 2019)، وعرفت أيضا الأخبار الزائفة على أنها تلك الأخبار التي تشمل جميع أنواع القصص أو الأخبار التي يتم نشرها وتوزيعها أساسا على شبكة الانترنت، من اجل القيام بتضليل المستخدمين أو خداعهم وإغرائهم عن قصد بهدف تحقيق مكاسب مالية وإقتصادية أو سياسية أو غيرها (Zhang, 2019).

الأخبار الكاذبة ظاهرة قديمة جديدة تغذيها التكنولوجيا الحديثة:

كانت عملية استغلال المعلومات والتلاعب بها ممارسة تاريخية من قبل فترة طويلة منذ وضع الصحافة الحديثة معايير خاصة، وتعرف الأخبار الكاذبة كنوع قائم على قواعد معينة للنزاهة، وتعود هذه الممارسة كما تدون السجلات إلى عهد روما القديمة، عندما قابل " أنطونيو كليوباترا " ، وشن عدوه السياسي " أوكتفيان " حملة تشويه ضده بشعارات قصيرة حادة مكتوبة على عملات معدنية بأسلوب تغريدات قديمة، وأصبح مرتكب الجريمة إمبراطور روماني، وسمحت الأخبار الزائفة لـ " أوكتفيان " بإختراق النظام الجمهوري إلى الأبد، وصولا إلى القرن الحادي والعشرين الذي شهد استخدام المعلومات كسلاح على نطاق غير مسبق ، وقد شهد العام 2016 استخدام هذا المصطلح خاصة في المجال السياسي وظهور الوسائط الإعلامية الجديدة التي وفرت المعلومات عن كثرتها مما فتح المجال لعدم موثوقية الخبر، وانتشار الأخبار الكاذبة بشكل هستيري ، فأضح بالإمكان لأي شخص أن ينشر أخبارا كاذبة وبكل سهولة (jardaan, 2020)، فالتكنولوجيا الحديثة القوية تجعل من التلاعب في المحتوى وتضعيفه أمرا بسيطا، وتضخيم الشبكات الإجتماعية بشكل كبير للأكاذيب التي تروجها الدول وكذا السياسيون الشعبيون (العابد، 2020).

الإستمالات المستخدمة في المضامين الإعلامية : هناك ثلاث إستمالات تستخدم في الرسائل الإعلامية :

1- الإستمالة العاطفية: تشمل إيجاد مشاعر ملائمة لدى المتلقي من خلال مخاطبة المشاعر والقيم والعواطف.

2- الإستمالة العقلية: تستخدم المنطق والشواهد التجريبية لتأييد الرسالة .

3- إستمالة التخويف: تخاطب غريزة الخوف عند المتلقي. (صلوي، 2021)

قولبة الأخبار وتصنيع الصور النمطية أو كيف تحدث القولبة ؟

القولبة وتصنيع الصورة النمطية ليست مشكلة معرضية بسبب (نقص المعلومات) ، بل هي عدوان معنوي متعمد ومخطط له يتم بالطريقة الآتية (الشميميري، 2010) . وتتم عملية القولبة والتنميط وتصنيع الصورة النمطية السلبية بالصاق وتعميم مجموعة من السمات السلبية والصور الغير مقبولة، والأوصاف المستفزة على المستهدف، كما تقوم وسائل الإعلام بالتأكيد على هذه السمات والمبالغة فيها وتكرارها وتوضيحها وترسيخها، حتى تتلاشى جوانب إيجابية أخرى في صورة المستهدف، ثم تقوم وسائل الإعلام بالبحث عن أي شواهد، أو أحداث أو ممارسات. ومنه يتم إحكام عملية القولبة والتنميط بمرور الوقت، وتتابع الزمن، والتكرار المستمر، والعمل في إبراز الصورة النمطية السلبية. كما يرتبط نجاح عملية القولبة والتنميط بظهور وممارسة مشاعر الكراهية والنفور والاستفزاز على المستهدف.

الأشكال التي تتخذها المعلومة في الفضاء الرقمي:

تبادل المعطيات الإلكترونية (exchange of electronic data) من كومبيوتر إلى آخر بواسطة شبكة معينة عن طريق إستخدام قاعدة متفق عليها لمعالجة المعلومة كالحوسبة السحابية.

- التسجيل: أي المعطيات المسجلة على كومبيوتر أو هاتف ذكي أو الحوسبة السحابية، والتي لا تكون مخصصة للتبادل.

- التبادل الحاصل من دون شبكة، فمثلا حين يتم نسخ المعلومات على الأسطوانة الضوئية الرقمية، أو القرص المدمج أو الناقل التسلسلي العام أو الذاكرة الومضية، ونقلها إلى حاسوب أو هاتف ذكي آخر (محمود، 2019)

- يعتبر الفضاء السيبراني بيئة تتحادم وتتصارع فيها الحروب من أجل الحصول على المعلومة، أو ما يعرف بحروب المستقبل وبرز ذلك من خلال :

- إدماج الفضاء الإلكتروني ضمن الأمن القومي للدول، وذلك عبر تحديث الجيوش وتدشين وحدات متخصصة في الحروب الإلكترونية، وإقامة هيئات للأمن والدفاع الإلكتروني والقيام بالتدريب عليها.

- تنفيذ عمليات إلكترونية لقرصنة معلومات الدول عبر الهجمات السيبرانية مخالفة بذلك تشريعات القانون الدولي فيما يخص حماية الخصوصية (Delerue, 2020) .

- الاستعداد لحروب المستقبل، حيث تبني العديد من الدول إستراتيجية حرب المعلومات بإعتبارها حربا للمستقبل حيث ترى الدول الكبرى أن من يحدد مصير تلك المعركة المستقبلية ليس من يملك القوة فقط وإنما القادر على شل تلك القوة والتشويش على المعلومة (زروقة، 2019)

موقع فيسبوك بإعتباره وسيط إخباري (Facebook as a news broker) :

لقد ذكرت الأرقام الواردة في التقرير العالمي الذي صدر بعنوان " ديجيتال 2021" أن شبكة فيسبوك احتلت المرتبة الأولى عالميا من بين 17 شبكة اجتماعية ومنصة للتراسل النصي جرى رصد بياناتها بداية العام الحالي في مؤشر عدد المستخدمين النشطين حول العالم. كما أن عدد مستخدمي الشبكة سجل مع بداية العام الحالي قرابة 2.8 مليار مستخدم نشط في جميع أرجاء العالم لتواصل هذه الشبكة انتشارها مع توفيرها العديد من المزايا لمستخدمي الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي في نشر المنشورات المختلفة والمحتوى الفيديوي والصور والتواصل الاجتماعي وفي مجال التسويق والإعلام وغيرها العديد من مجالات التواصل. (المبيضين، 2021)، وقد حجز موقع فيسبوك مكانا بارزا في المشهد الاتصالي وتفوق بالفعل على الكثير من الوسائل الأخرى، ويعود ذلك لعدة إعتبارات تتعلق أساسا بأنه أخذ حيزا كبيرا من اهتمام الجماهير التي يقاسمها إهتمامها دون قيود أو شروط بما يحقق لها إشباعا متعددة على غرار الإشباع المعرفي لديها، ويحقق بذلك أهم عنصر في البناء الاتصالي وهو الحوار المبني على التفاعلية في تلقي الأخبار والمعلومات فهي إذن تجمعات إنسانية اجتماعية تخضع لإعتبارات السلوك الاجتماعي بوجود أدوات الإتصال الرقمي وشبكات المعلومات التي تتيح للمستخدمين هذه المعطيات، كما توجد مبادئ يعمل ضمن إطارها المستخدمون (محمد ع.، 2017)، كما تعتبر هذه المنصات أدوات جاذبة ومتاحة للجميع وهي مجانية الرسوم والانضمام، وبالرغم من أن الإعلام الاجتماعي هو الأحدث في سلسلة الابتكارات والتطورات في مجال تبادل المعلومات، هذا وقد إستطاعت هذه الشبكات كسر الحواجز التي تعيق إرسال الرسائل سواء كانت تلك الرسائل لحملة سياسية أو دعائية (الرعود، 2012-2111).

iii. نتائج الدراسة :

الجدول رقم (1) : يوضح شكل الصفحة محل الدراسة .

اللغة المستخدمة	خلفية الصفحة	هوية الصفحة
اللغة العربية	صورة شخصية حقيقية	الإعلامي أسامة وحيد
اللغة العربية	صورة شخصية حقيقية	الإعلامية منار منصري

يوضح الجدول أعلاه شكل الصفحة الذي بني على ثلاث عناصر تتمثل في هوية (إسم صاحب الصفحة) والخلفية (المعبرة لواجهة الصفحة) وكذا اللغة المستخدمة ، فهذه العناصر هي بمثابة البطاقة التعريفية وكشاف للصفحة، وعند قراءة معطيات هذا الجدول يتضح لنا فيما يخص هوية الصفحة الأولى أنها تحمل إسم الإعلامي أسامة وحيد وهو الذي يعد من أبرز الوجوه الإعلامية التي عملت في الكثير من المؤسسات الإعلامية، أما حاليا فيشغل منصب رئيس تحرير لجريدة وطنية كما يقدم برنامج تلفزيوني ساخر يبيت على أحد القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة المعروف "عمر راسك" الذي يحضى بمتابعة جماهيرية واسعة (حواس، 2018)، أما خلفية الصورة فهي صورة شخصية حقيقية بجدارية تظهر فيديو إيجائي ، أما اللغة

المستخدمة في اللغة العربية (أسامة وحيد الإعلامي) ، فيما يخص هوية الصفحة الثانية فهي للإعلامية منار منصري وهي ناشطة وصحفية معروفة مقيمة خارج الجزائر، والتي تعمل لصالح إحدى القنوات الأجنبية التي تهتم بالشأن الجزائري (2020، <https://www.knzhlol.com/25922/>) ، وعن خلفية الصورة على هذه الصفحة فهي صورة حقيقية لصاحبة الصفحة بجدارية لصورة متحركة لشباب حاملين لرايات تحمل شعارات (منصري) ، أما تيرير اللغة المستخدمة لكلا الصفحتين فهي لأنها لغة الجمهور الجزائري المتابع والمهتم بمحتوى هاتين الصفحتين ، ضف إلى ذلك أن حيز الإهتمام يعالج القضايا ذات الشأن الوطني بمختلف مجالاتها.

الجدول رقم (2) : يوضح توظيف عنصر الحداثة والجدة في المادة الخبرية على الصفحة محل الدراسة .

الصفحة	التكرار	النسبة
الإعلامي أسامة وحيد	07	46.66%
الإعلامية منار منصري	09	73.33%
المجموع	15	100%

يحدد لنا هذا الشكل مدى توظيف أحد أهم العناصر التي تعتبر أساسية في التعبير عن مكانة الخبر في الفضاء الإعلامي وهو عنصر الجدة والآنية في عينة الدراسة، وتم في هذا السياق تحديد الأخبار التي تدخل في مجال الأخبار الغير متداولة أو متزامنة بنفس الآنية في وسائل الإعلام الأخرى ، فالخبر أو المعلومة تكون جيدة في الوقت المناسب، أما المعلومة التي تصل بعد فوات الأوان فلا معنى لها (الديلي، 2010)، وبالعودة إلى قراءة مخرجات هذا الجدول بالنسبة لصفحة الإعلامي أسامة وحيد أظهرت المادة الخبرية أنها تمتاز بالحداثة والجدة فهي إما أنها ليست متداولة أو مجهولة جماهيريا، وشكلت ما نسبته (46.66%) من هذا العنصر الهام من مجموع القيم الخبرية في المواد الإخبارية المشكلة لعينة الدراسة على هذه الصفحة، وتفسر هذه النسبة من عدة دلالات تتعلق بحجم التعليقات الذي يتلائم زمانيا مع توجهات صاحب الصفحة الذي يطرح المضامين الخبرية بمختلف أشكالها على الجمهور، والذي يخاطبه فيها بنوع من العفوية الكلاسيكية الأمر الذي يجعل من محتوى المادة الخبرية يمتاز بنوع من العفوية أثناء تلقيها للجمهور، أما صفحة الإعلامية منار منصري أظهرت المادة الإخبارية المنشورة في الصفحة أن عنصر الجدة والحداثة سجل نسبة (73.33%) من مجموع المواد الإخبارية المشكلة لعينة الدراسة، وتفسر هذه النسبة بكون القائمين على هذه الصفحة يدرجون بشكل دائم قضايا في سياق واحد وهي الإحتجاجات، وتعتبر مكانة هذا العنصر الذي يتم توظيفه من طرف حارس البوابة أو القائمين بالإتصال كأحد المؤشرات الخاصة بما تتضمنه المادة الإعلامية من مستجدات تمتاز بهذه القيمة، وما توجهه للجمهور خاصة في عالم الميديا الاجتماعية الذي يقدر السرعة والإنتقائية أثناء تلقي المحتوى الإخباري على حساب أي معطى آخر، كما يمكن إعطائها تفسير آخر وهو طبيعة توجه الصفحة وتركيزها على زوايا من الخبر، والذي تجعل من الأخبار ذات الإثارة المصطنعة والمبالغة تحظى بالمتابعة نوعا

ما على حساب الأخبار التي تحوي قيمة الجودة والحداثة، والتي تجعل من الخبر يحاكي تطورات الأحداث والوقائع حال وقوعها.

الجدول رقم (03) : يحدد نوع القضايا المنشورة على الصفحة محل الدراسة .

الإعلامية منار منصري		الإعلامي أسامة وحيد		نوع المعالجة الإعلامية
ن	ت	ن	ت	
86.66%	13	53.33%	08	سياسية
33.33%	02	40%	06	إجتماعية
00%	00	6.66%	01	اقتصادية
100%	15	100%	15	المجموع

يعطي لنا هذا الجدول نوع القضايا التي تطرحها وتتناولها المادة الخبرية في عينة الدراسة، وبقراءة وتحليل هذه المعطيات يتضح لنا أن القضايا السياسية تحتل الصدارة من مجمل المواضيع المدرجة، ففي صفحة الإعلامي أسامة وحيد شكلت ما نسبته (53.33%) من مجموع القضايا المطروحة، فتناولت التطورات التي شهدتها الجزائر والتي منها بيان قائد الحرس الجمهوري بخصوص ظهور نداءات وأخبارا كاذبة تستهدف مؤسسات سيادية والتي تروجها جهات مجهولة المصدر على مواقع التواصل الاجتماعي، وتناولت كذلك تعليقا وتحليل حول إفتتاحية مجلة الجيش وقراءة في مضمون المقال، إضافة إلى مواضيع تتعلق بالوضع السياسي الخاص بتطورات التحضير للانتخابات الخاصة بمجلس النواب، ويفسر هذا الترتيب بطبيعة القضايا التي تشغل الرأي العام والتي تأخذ حيزا كبيرا من إهتمامات الجماهير خاصة بعد الحراك الشعبي 22 فبراير 2019 ، أما في الترتيب الثاني من إهتمام الصفحة فجاءت القضايا الإجتماعية بنسبة (40%) فتناولت مواضيع تتعلق بالمساواة بين الرجل والمرأة ، وكذا مواضيع تتعلق بالحقوق الإجتماعية في بعض من مجالات الحياة، أما القضايا الاقتصادية فلم تأخذ حيزا كبيرا من إهتمام ومحتوى الصفحة بنسبة لم تتجاوز (07%) من عينة الدراسة، وفيما يخص صفحة الإعلامية منار منصري فشكلت القضايا السياسية الحصة الأكبر من مجموع القضايا بنسبة (86.33%) ، حيث تناولت في السياق الأحداث المتعلقة بالحراك الشعبي ووضع حقوق الإنسان بفيديوهات وصور مجهولة المصدر عن مسيرات شعبية في كبرى ولايات الجزائر في وهران والعاصمة وعنابة ، ويفسر تركيز الصفحة على القضايا السياسية بفكر وإيديولوجيا القائمين على الصفحة، فيما احتلت القضايا الإجتماعية الترتيب الثاني بنسبة (33.33%) من مجموع القضايا المطروحة على الصفحة كأخبار تتعلق بعرض حالات مرضية إضافة إلى تقديم وضعية لحالات إجتماعية تعاني من تدني مستوى المعيشة.

الجدول رقم (04) : يوضح نوع المعالجة الخبرية على الصفحة محل الدراسة .

الإعلامية منار منصري		الإعلامي أسامة وحيد		نوع المعالجة الإعلامية
ن	ت	ن	ت	
%13.33	02	%13.33	02	نقل خبر
%00	00	%80	12	تحليل
%86.66	13	%16.66	01	نقد
%100	15	%100	15	المجموع

يتناول هذا الجدول نوع المعالجة الإعلامية التي يتم من خلالها وضع المادة الخبرية على الصفحة في شكلها النهائي، ويعتبر توظيف هذه الأنماط في الصناعة الخبرية حاملا للكثير من الدلالات لأن الخبر هو مرآة تعكس توجه القائم بالاتصال في جعل المادة الإعلامية خادمة إما لخطه التحريري أو لصالح جهة معينة، خاصة إذا كانت هذه الصفحة تحظى بمتابعة من طرف جماهير عريضة، وبالعودة إلى قراءة مخرجات هذا الجدول فإن تحليل الخبر يأتي في المرتبة الأولى من مجموع الأنواع الإعلامية الأخرى بالنسبة لصفحة الإعلامي أسامة وحيد بما نسبته (80%)، وهذا يعود لكون هذا الصحفي له خبرة في عالم الإعلام فهو ينظر إلى الأحداث والوقائع ذات الطابع الخبري من عدة زوايا تحليلية، فيقوم في هذا الإطار بجعل المادة الخبرية في صيغة تحمل المزيد من التفصيل وذلك عن طريق تنقيح معطياتها والبحث في خبايا الخبر، ويأتي نقل الخبر في المرتبة الثانية (ونقد الخبر) في المرتبة الثالثة ، أما الإعلامية منار منصري يأتي نقد محتوى الموضوع في المرتبة الأولى من مجموع الأنواع الإعلامية الأخرى بنسبة (86.6%) ، ويمكن تفسير هذا الترتيب بالنسبة للإعلامية منار منصري انه يحمل نوع من التذمر ووصف طبيعة الأحداث في المنحى السلبي، في حين نقل الخبر جاء في الترتيب الثاني أما تحليل الخبر لم تكن المعالجة الإعلامية ضمن سياق تحليل المضامين الإخبارية ، ويمكن تفسير هذه المخرجات عن إختلاف بنية التكوين الإعلامي وكذا طبيعة وتوجه كل من الصفحتين إيديولوجيا وفكريا، وعلى العموم يمكن القول أن نتائج هذا الجدول أبانت عن تغير في نمط الممارسة في الإعلام الجديد من حيث طريقة طرح المواضيع ذات الطابع الإخباري.

الجدول(05) يبين المصدر المعتمد في نشر الخبر على الصفحة محل الدراسة .

الإعلامية منار منصري		الإعلامي أسامة وحيد		مصدر المادة الخبرية
ن	ت	ن	ت	
%13.33	02	%26.66	04	التلفزيون الرسمي
%00	00	%33.33	05	جرائد وطنية
%86.66	13	%40	06	لم يذكر المصدر

يعتبر المصدر في الصناعة الخبرية بنية أساسية وعنصر هام بحيث لا يمكن القول أن الخبر مكتمل الأركان إن لم يحدد مصدره ، وبقراءة وتفسير نتائج هذا الجدول الخاصة بصفحة الإعلامي أسامة وحيد تبين لنا أن المصدر الأول المعتمد لم يذكر المصدر بنسبة (40%) ، ويمكن تفسير هذا الترتيب لعدة اعتبارات نذكر منها :

أن الممارسة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد تفتقد للقواعد المهنية في كيفية تناول الأخبار والمعلومات لغياب ميثاق يحدد سير القواعد المهنية، فالمصدر المغيب في المعلومة يطرح الكثير من التساؤلات في هذا السياق، أما المصدر الثاني هو جرائد وطنية بنسبة (33.33%) ، ويعود تفسير هذا المعطى أن الجرائد الوطنية تعتبر مصدر مهم لنقل الأخبار باعتبارها وسيلة إعلام تتمتع بصيغة قانونية في الجزائر، ضف إلى كون هذه الجرائد لديها حسابات رسمية على موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك بحيث يتم طرح وتداول الأخبار بشكل دوري فهو إذن مصدر للمعلومة يعتمد عليه، أما في المرتبة الثالثة فجاء التلفزيون الجزائري، ويرجع هذا الترتيب إلى كون التلفزيون قد لا يتناول الأخبار في سياقات تكون من إهتمام صاحب الصفحة وهذا ما يفسر هذا الترتيب، أما تفسير نتائج الجدول المتعلقة بصفحة الإعلامية منار منصري فنلاحظ أن المحتوى الإخباري الذي لم يذكر المصدر يحتل المرتبة الأولى بنسبة (86.66%) ، وتفسر هذه النتيجة بأن هذه الصفحة مصادرها مجهولة فهي إذن تحمل طابع الإسناد إلى المصدر المغيب الذي يعطي الكثير من الإشارات والدلالات حول الهدف من بث أخبار غير موثوقة المصدر ولا تحمل أي حد أدنى من المصداقية، في حين جاء توظيف التلفزيون الجزائري كمصدر في المرتبة الثانية بنسبة ضئيلة جدا ما يقارب (13.33%) من المجموع الكلي للمصادر المعتمدة في نقل الأخبار، وهذا دلالة واضحة حول توجه الصفحة الفكري الإيديولوجي في عدم الاعتماد على التلفزيون الرسمي بشكل كبير وهو إشارة حول إتجاه الصفحة لخط تحريري معين معاكس.

الجدول رقم(06) يوضح دليل المادة الخبرية المنشورة في الصفحة محل الدراسة .

الإعلامية منار منصري		الإعلامي أسامة وحيد		دليل المادة الخبرية
ن	ت	ن	ت	
07%	01	07%	01	وثيقة
86%	13	73.33%	11	فيديو
07%	01	20%	03	بيان
100%	15	100%	15	المجموع

يعتبر دليل المادة الخبرية حلقة مهمة في جعل قيمة الخبر في السياق العام صلبة مما تعطيه قوة الإقناع ، وتجعل الجمهور يهضم الخبر بسلاسة ولا يشك في صحة الخبر وهو أمر يجعل من قيمة الخبر مقدسة لدى القائم بالاتصال باستمرار خشية الوقوع في فخ الأخبار الكاذبة أو فقدان الثقة مع الجمهور، وبقراءة وتحليل هذا الجدول الخاص بتوزيع دليل المادة الخبرية في القسم الخاص بالإعلامي أسامة وحيد يتضح لنا جليا أن الخبر الموثق بالفيديو يتصدر القائمة بنسبة (73.33%)، وتفسر هذا النتيجة يكمن في طبيعة المواضيع التي تبثها الصفحة فهذه المواضيع المرفقة بالفيديو يتفاعل معها الجمهور حتى الذي لا يجيد القراءة يستوعب ما تقدمه المادة الخبرية، وبالتالي بناء تصورات خاصة بمضمون المادة الخبرية لدى الجمهور هو ما يسعى إلى تحقيقه القائم بالاتصال، أما الدليل الذي تعتمد عليه الصفحة والذي يأتي في المرتبة الثانية فجاء دليل

البيان بنسبة (20%) ، ويمكن تفسير هذا الترتيب لكون أن البيان هو صادر عن هيئة أو مؤسسة رسمية وتكون إما بالتعليق أو بتبيان حقائق أو توضيح غموض حول قضايا وأحداث ذات طابع مؤسساتي أو حتى قضايا تخص شؤون البلد، أما ترتيب دليل المادة الخبرية بوثيقة فجاء في الترتيب التالي وهو أيضا من دعائم الخبر التي توثق قوة أداء الخبر وتجعل منه بالفعل خبرا مؤسسا، وفيما يخص القسم المتعلق بالإعلامية منار منصري فجاء دليل المادة الخبرية الذي يأتي في المرتبة الأولى بنسبة (86%) هو دليل الفيديو، والذي يعتبر دليل توثيق إن كان يتكامل مع يتضمنه الخبر من معلومات أو حقائق، ويجعل هذا الدليل مؤسس وحقيقي، وتعتمد صاحبة هذه الصفحة على دليل الفيديو بشكل كبير لعدة إعتبارات وهو أن محتوى الخبر يتضمن رسائل أو إحياءات ذات طابع إجتماعي أو سياسي، ومن منطلقات إيديولوجية أو سياسية نظرا لقوة أداء الصورة والصوت على ذهن وفكر المتلقي، وجاء ترتيب دليل البيان والوثيقة في نفس الترتيب تقريبا، وتفسير هذا الترتيب أن هذه الصفحة تثير المواضيع ذات الصبغة الحقوقية والمتعلقة بالحراك في الجزائر وتركز على تصوير وضع حقوق الإنسان من زوايا غير واضحة المعالم، لتبدو الصورة الذهنية في الأخير يكتنفها التعقيد بسبب أن هذا الدليل هو ذو توجه يستهدف جهات معينة غير معروفة ومحددة.

الجدول رقم (07) : يحدد نوع الإستimalات المستخدمة في المادة الخبرية على الصفحة محل الدراسة

الإعلامية منار منصري		الإعلامي أسامة وحيد		نوع الإستimalة
ن	ت	ن	ت	
13.33%	02	46.66%	08	إستimalة عاطفية
20%	03	53.33%	07	إستimalة عقلية
66.66%	10	00%	00	إستimalة تخوفية
100%	15	100%	15	المجموع

يوضح لنا هذا الجدول نوع الإستimalات التي يستخدمها القائم بالاتصال نحو المتلقي في صفحات عينة الدراسة، وتختلف الإستimalات بحسب الإستراتيجيات التي يقوم بها المرسل، فالرسالة أو المحتوى الإعلامي يستخدم مختلف الأدلة والشواهد والأمثلة والبراهين والنوازع النفسية، والميول والرغبات لتقبل ما تقدمه لهم من أفكار وأراء (حجاب، 2003)، في المقابل يحمل الكثير من الدلالات التي تجعل من الجمهور يتفاعل مع هذه الرسالة ، حيث تم تحديد نوع الإستimalات انطلاقا من المصطلحات التي تحويها المادة الإعلامية عن طريق تفكيك ثم جمع المصطلحات الإيحائية والدالة التي تشكل بأغلبية نوع الإستimalة، وبقراءة وتحليل نتائج هذا الجدول يتضح لنا مايلي: بالنسبة للإعلامي أسامة وحيد شكلت الإستimalات العقلية ما نسبته (53.33%) ، وتعود هذه النسبة إلى المحتوى المقدم الذي يعطي لغة أكثر واقعية ويخاطب فيها ذهن المتلقين من الجمهور من خلال الخبر المقدم ، والذي يتزامن مع الفترة التي شهدت فيها الكثير من الأحداث، أما نوع الإستimalة الذي جاء في المرتبة الثانية فهي إستimalة عاطفية بنسبة (46.66%) أين حاول فيها القائم بالاتصال إثارة عواطف الجمهور عبر محتوى هذا الخبر الذي يبدو فيه نوع من الحماس، ولم يدرج هنا نوع الإستimalة الثالث الخاص بالاستimalة التخوفية لانعدامها أثناء تحليل المحتوى الإخباري، وذلك إنطلاقا من إحياءات أو عبارات التي

تصنف نوع الاستمالة، وفيما يخص صفحة الإعلامية منار منصري فاحتلت الاستمالة التخويفية المرتبة الأولى بنسبة (66.66%) ، ويفسر هذا الترتيب بموضوع المحتوى الخبري الذي يتناول موضوعات تتعلق بالحريات والمساس بحرماتها وهو ما يعطي أكثر من دلالة على نوع الاستمالة، أما الترتيب الثاني فجاءت الإستمالة العاطفية بنسبة (20%) ، ويفسر هذا الترتيب باستهداف المحتوى الخبري للمتلقي وإثارة عواطفه عبر الشعور بالظلم والقهر وانعدام الحقوق، فيما الإستمالة العقلية بدت ضعيفة بنسبة (13.33%) في المادة الخبرية المقدمة .

الجدول رقم (08) يبين تفاعل الجمهور مع المادة الخبرية على الصفحة محل الدراسة .

الإعلامية منار منصري		الإعلامي أسامة وحيد		الصفحة
خبر مع صورة مرفقة لإمارة ملقاة على الأرض .		خبر يتعلق ببيان قائد الحرس الجمهوري		المادة الخبرية
ن	ت	ن	ت	نوع التفاعل
76.16%	1700	89.94%	4400	رمز تعبير
21.68%	484	6.92%	339	تعليق
2.15%	48	3.12%	153	مشاركة
100%	2232	100%	4892	المجموع

يبين هذا الجدول المعطيات المتوفرة عن موضوع تفاعل الجمهور مع المادة المنشورة ، حيث تم في هذا الإطار اختيار الموضوع محل الدراسة من مجموع المواد الإخبارية لكل صفحة استنادا إلى المعطى التفاعلي الأكثر مع المواضيع المدرجة، وذلك من خلال قياس حجم الرموز التعبيرية والتعليق ومشاركة المنشور، وبقراءة وتحليل معطيات الجدول يتضح لنا: بالنسبة إلى صفحة الإعلامي أسامة وحيد تم إختيار الخبر المتعلق ببيان قائد الحرس الجمهوري، حيث عبر جمهور الصفحة عن طريق رمز تعبير (الإيموجي) : والذي هو عبارة عن الرموز المستخدمة في اختزال الكثير من العواطف ومشاعر الحب والغضب التي تتيح نقل المشاعر ببساطة وسرعة إلى المستخدم الآخر (العنزي، 2020) ، أنهم مهتمون بمحتوى الموضوع بنسبة (89.94%) ، فيما علق ما نسبته (6.92%) من مجموع التفاعلات الكلي ، وتختلف طريقة التعليق من الكتابة كذلك إلى توظيف مجسمات إيحائية او صور معبرة على موقف إتجاه الخبر، أما المادة الخبرية المختارة من صفحة الإعلامية منار منصري ، فهو يتعلق بخبر مرفق لصورة لشخص ملقى على الأرض ، حيث عبر جمهور الصفحة بالرمز التعبيري أنهم مهتمون بنسبة (76.16%) من مجموع التفاعلات الكلي بهذا الموضوع ، فيما علق على الموضوع المدرج بما نسبته (21.68%) بمختلف المجسمات الإيحائية والتعابير الكتابية عن آرائهم إتجاه هذا الخبر .

الجدول رقم (09) : يحدد نوع النقاش والإنطباع لدى جمهور الصفحة محل الدراسة .

محتوى التعليق	خبر يتعلق ببيان قائد الحرس الجمهوري	خبر مع صورة مرفقة لإمارة ملقاة على الأرض .
---------------	-------------------------------------	--

لدى جمهور الصفحة	ت	ن	ت	ن
تهكم	10	6.66%	67	41.87%
إنزعاج	19	12.66%	54	33.75%
عقلاني	121	80.66%	39	24.37%
المجموع	150	100%	160	100%

يبين هذا الجدول نوع النقاش والإنطباع لدى الجمهور مع المادة الإخبارية محل الدراسة، وقصد التعرف على اتجاهات وأراء ومستوى نقاش الجمهور لموضوع الخبر المنشور في الصفحة، تم الإستناد في هذه الحالة إلى الخبر الأكثر تفاعلا من طرف جمهور الصفحة كما هو محدد في الجدول، وإجماع مستويات النقاش على ثلاث أنواع من الإنطباعات هي: تهكم، إنزعاج، عقلاني، حيث تم إختيار حجم العينة لدراسة جمهور كل صفحة وتبيان مستوى التعليق على الخبر المنشور، فبالنسبة لجمهور صفحة الإعلامي أسامة وحيد تم إختيار عينة حجمها 150 تعليقا أي بنسبة (44.24%) من مجموع التعليقات الكلي المحدد ب 339 تعليقا، وهي نسبة كافية ممثلة في (10%) من المجتمع الأصلي، كما أنه من الممكن تحديد الخطأ (خطأ الصدفة) في مثل هذه العينة تحديدا دقيقا، وهو لا يتعدى (2%) زيادة أو نقصانا (المشاقبة، 2014) وتم هذا الإختيار وفق فترة التعليقات أي التوقف عند التعليقات التي تشكل حجم العينة المحددة سلفا، وهذا ما يسقط فرضية الوقوع في تعدد الآراء وتنوعها مما يعفي الباحث من مسؤولية الوقوع في هذه المشكلة، وفي قراءة وتحليل المعطيات المتوفرة يتضح لنا أن الجمهور الذي علق بصفة عقلانية من خلال الأسلوب المقدم على شكل رأي أو تحليل للخبر شكل ما نسبته (80.66%) من مجموع العينة محل الدراسة، ولتفسير هذا المعطي من خلال هذه التعليقات يتضح لنا أن الأمر في غاية الأهمية وهو خبر يستحق التمعن في دلالاته، أما الجمهور الذي شكلت آرائه نوعا من إبداء الإنزعاج من محتوى الخبر شكل نسبة (12.66%) من مجموع التعليقات، وهذا راجع إلى المنظور الفكري والإيديولوجي والسياسي للجمهور، فيما علق ما نسبته (6.66%) من الجمهور بنوع من التهكم على الخبر من خلال توظيف مصطلحات دالة وإيحائية، أما جمهور صفحة الإعلامية منار منصري تم إختيار عينة حجمها 160 تعليقا أي بنسبة (32.71%) من مجموع التعليقات الكلي المقدر 489 تعليقا وهي نسبة كافية كما أشرنا سابقا، ومن خلال قراءة وتحليل هذه المعطيات يتضح لنا أن الجمهور الذي رأى في محتوى الموضوع انه موضوع غير مجدي من خلال توظيف لمصطلحات تدخل في خانة التهكم شكل ما نسبته (41.87%) من مجموع التعليقات، ويفسر هذا الاتجاه برؤية الجمهور للأحداث من زوايته الإدراكية التي تجعل منه يميز خلفية الأخبار، أما الجمهور الذي علق على هذا المحتوى بنوع من الإنزعاج والتذمر من خلال أسلوب التعليق كان ذلك بنسبة (33.75%) من الجمهور الكلي لعينة الدراسة، فيما رأى ما نسبته (24.37%) من مجموع التعليقات أن الموضوع فعلا يستحق النشر من خلال توظيف المصطلحات الدالة، ويفسر هذا التقارب في الآراء على هذا المحتوى الخبري أن الإجماع على رؤية واحدة يرجع للخلفيات والخط السياسي والإيديولوجي للصفحة.

الجدول رقم (10) : يوضح التركيب والاستخدام للعنوان والمحتوى في المادة الخبرية على الصفحة محل الدراسة

الإعلامية منار منصري		الإعلامي أسامة وحيد		تركيبية الخبر
ن	ت	ن	ت	
53.33%	08	80%	12	توافق
46.66%	07	20%	03	تناقض
100%	15	100%	15	المجموع

يعتبر الاستخدام الخبري المتمثل في تطابق محتوى المادة الخبرية مع عناونها من الأساسيات التي تضبط سياق الصناعة الإعلامية للمحتويات التي يقدمها القائم بالاتصال للجمهور، والتي تعزز من قدرته على التفاعل والتأثير، وتحليل المعطيات المتوفرة في الجدول يتضح لنا أن صفحة الإعلامي أسامة وحيد سجل التركيب والتوافق بين العنوان ومضمونه فيها بنسبة (80%) من مجموع المواد الخبرية محل الدراسة، وتم هذا الترتيب وفق قراءة المضمون ثم التمعن في عملية التوافق إن كانت حقيقية مع عنوان المادة الخبرية المقدمة، وما يفسر هذا المعطي أن أداء الصفحة وحفاظها على الالتزامات الفنية والتدقيق في عنونة مواضيعها بشكل يتوافق مع المضمون هو أمر في غاية الأهمية، هذه المعطيات تجعل من الجمهور يدرك ما تقدمه الصفحة من أخبار أو أحداث هي موجودة في الواقع، وبخصوص صفحة الإعلامية منار منصري فتظهر لنا نتائج الجدول أن نسبة التوافق والتركيب بين العنوان ومضمونه هي ضعيفة نوعاً ما، بحيث قدرت بنحو (53.33%) حيث سجلنا تناقضاً في نص المواضيع لعينة محل الدراسة بين العنوان والمحتوى، ويمكن تحليل هذا المعطي بعدة تفسيرات وتأويلات والتي منها: الصفحة هدفها الأول جذب المتلقي بعنوان يكون موضوعه محل إهتمام، ثانياً: تلميع وقولبة العنوان بمصطلحات دراماتيكية من أجل تحقيق نسبة المشاهدة، ثالثاً: إثارة مسائل غير متعود عليها الجمهور، رابعاً: استفزاز جهات معينة من خلال توظيف هذه العناوين التي تبحث عن الأثر والاستقطاب.

نتائج الدراسة:

مكنتنا هذه الدراسة من محاولة الإجابة على أهم التساؤلات الفرعية التي هي بناء تفكيكي للتساؤل الرئيسي، الذي تمحور حول توظيف القيم الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي في ظل تنامي نشر الأخبار الكاذبة، فبالنسبة لإجابة السؤال الأول المتعلق بموقع الصدق والحيادية في إنتاج ونشر الأخبار، فقد كشفت الدراسة أن مؤشر الصدق تقابله الأخبار الكاذبة خاصة في الفضاء المفتوح كموقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، إضافة إلى وجود مؤشرات تدل على تغييب أهم مرتكزات العملية الإعلامية في هذا النوع من المحتوى الرقمي عبر وسائل الإعلام الجديد، أما السؤال الثاني حول المساحة التي تحتلها القيم الإخبارية على هذه الصفحات فقد أثبتت نتائج الدراسة أن هذه الصفحات تفتقد للكثير من القيم التي تضبط العملية الإتصالية، وتفسير ذلك أن مواقع التواصل فتحت المجالات لجميع الممارسين من عامة الناس فبإمكان أي

مستخدم تأسيس صفحة إخبارية في فترة زمنية قصيرة جدا، وهي لا تحتاج لأي تصريح وبالتالى غياب القيم الإخبارية في هذه الفضاءات يبقى أمرا يطرح الكثير من علامات الإستفهام خاصة مع التزايد الرهيب لجمهور هذه الفضاءات كموقع فيسبوك، أما التساؤل الثالث بخصوص مستوى التفاعل الذي يكون من جمهورها هذه الصفحات، فكانت إجابة هذا السؤال: أن التفاعل الذي تحدثه هذه المضامين الإخبارية على جمهورها يتباين بين مؤيد ومعارض، وهي في الأخير فضاء لإبداء الآراء دون إقصاء، إلا أن الملاحظ في هذه الجزئية أن مستوى النقاش الذي فرضته هذه المنصات مهم جدا، بحيث تجعل من المضامين المطروحة تخضع للنقاش والغربة والتصحيح وهو أمر في غاية الأهمية، أما إجابة التساؤل الرابع حول أهمية المصادر في بناء المحتوى الإخباري، فتوصلت الدراسة إلى أن الصفحة الناشطة للإعلامي أسامة وحيد تستقي أخبارها من التلفزيون الرسمي للدولة أو مصادر صحفية أخرى، أما المعطى الذي شد الإنتباه في هذه الدراسة هو أن صفحة الإعلامية منار منصري على موقع فيسبوك تبني أخبارها من مصادر غير معروفة ومجهولة أو أنها تجعل من الأخبار صناعة وهمية، وهذا ما يثير إشكالية الأخبار الكاذبة في مواقع التواصل الإجتماعي وتأثيرها على واقع الممارسة الإعلامية باعتبارها منابر إعلامية تفتقد للرقابة وهي تمارس أنشطتها الإعلامية بلا ميثاق مهني، أما إجابة التساؤل الخامس حول معايير إنتاج المحتوى الإخباري فالملاحظ في هذه الصفحات أن معايير البناء الذي يضبط سياق نشر وتداول المعلومة في قالبها الفني المعروف، لا يتطابق مع المعايير المعروفة في وسائل الإعلام التقليدية وهو ذاته الإطار الذي يناقش ويؤسس لمسئلة مستقبل الصناعة الإعلامية في ظل تمييع وتشعب البيئة الرقمية وشعبوية محتوياتها.

iv. خاتمة:

نستنتج من خلال هذه الدراسة التحليلية التي عنيت بالقيم الإخبارية في الفضاء الرقمي في ظل تنامي نشر الأخبار الكاذبة، أنها قد توافقت مع العديد من الدراسات التي إهتمت بسياقات ومخرجات المضامين الإعلامية في البيئة الرقمية، حيث يمكن القول أن هناك تلاشي لحدود الممارسة الإعلامية في السياقات المتصلة بعالم الميديا الجديدة، ولعل ما يحسب على مخرجات هذا النوع من الممارسات الإعلامية أنها أفقدت مفهوم الذوق العام لدى الجمهور، والذي يختصر في مكانة القيم التي هي نتاج جهود وإرهاصات أقامها الباحثون كميثاق يحدد الإلتزامات المهنية أثناء الممارسة الإعلامية.

وفي هذا السياق، وجب التنويه إلى أن إشكالية توظيف العناصر الضابطة والمعايير التي تحكم النظام الاتصالي للبيئة الرقمية، تبقى محل نقاش وتحليل نظرا لانفلات هذه الضوابط والمعايير من سياقها المعهود، ولعل هذه الدراسة حاولت أن تقدم قراءة تحليلية لهذا المفهوم إنطلاقا من معالجة بحثية للاستخدام القيمي لهذه المعطيات في الصناعة الإعلامية والاتصالية خاصة على موقع فيسبوك، ولقد اهتم بهذه الأبحاث العديد من الدارسون في المجال بحكم أن هذه المواضيع هي مستجدة بل وضرورة حتمية في الدراسات المعاصرة.

وفي سياق متصل، تتوجب الدعوة إلى ضرورة تقنين الممارسة الإعلامية عبر تضمين وتفعيل القيم الإخبارية في الفضاء السيبراني، وفي نتائج هذه الدراسة تم الإشارة ضمناً من خلال مخرجات هذه العملية البحثية أن إسقاط القيم الإخبارية في هذه الفضاءات أمر بات ضرورياً، وهذا يرجع لعدة أسباب تتعلق بتغير الأنماط التفاعلية وتغيير مفهوم التلقى لدى جمهور هذه الصفحات، ضف إلى ذلك تعدد الأفكار والمعتقدات وأفاق التحول في مفهوم سياقات الاتصال والمعتقدات والإيديولوجيا الفكرية.

وخلص القول أن البيئة الرقمية قد أثرت بشكل كبير على القيم الخبرية جراء الترسانة القوية للتقنيات التي تحوزها، وكذا هامش الحرية التي تتمتع به، وعليه وجب علينا الدعوة إلى تبني نهج الأطر القيمة في إنتاج الأخبار ونشرها في البيئة الرقمية ومحاكاة القيمة كمعطي أساسي للعملية الإعلامية، ونبذ السعي وراء جلب أكبر عدد من المعجبين بالمنشور وتسجيل أرقام قياسية للمتابعة والتفاعل، ومنه، وجب توجيه البحث إلى موضوعات تعنى بمستقبل تشريع وتقنين الممارسة الإعلامية في الفضاء الرقمي من خلال تفعيل القيم الإخبارية وفق ما تقتضيه حدود هذه الممارسة، محاولة سن ميثاق-قيمة المعلومة باعتبارها منفعة عامة- تفعيل النصوص التشريعية والقوانين المنظمة لمسألة نشر وتداول الأخبار الكاذبة والمغلوطة والمزيفة على الصفحات الناشطة على هذه المنصات والتي تعمل على ضرب الاستقرار المجتمعي، و ذلك عبر حظر أو تعليق نشاطها للحد من هذه الممارسات، وأخيراً الدعوة الجادة إلى أخلة صناعة المحتوى الرقمي الإعلامي على هذه الصفحات التي تبدو فيها الممارسات الإعلامية معقدة تقنياً وفنياً وفكرياً بما يخدم مصالح الجهات الناشرة.

الإحالات والمراجع:

المؤلفات:

1. أبو القاسم عبد القادر صالح وآخرون، المرشد في إعداد البحوث والدراسات العلمية. (الخرطوم، السودان: مركز البحث العلمي والعلاقات الخارجية 2001)، ص 56.
2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010)، ص 250.
3. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2010)، ص 197.
4. بسام عبد الرحمن المشاقبة، مناهج البحث الإعلامي وتحليل الخطاب، (الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014)، ص 92.
5. سعد سليمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، (الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي، 2007)، ص 123.
6. عبد الحميد محمد، البحث العلمي والدراسات الإعلامية، (عالم الكتب 2000)، ص 153.
7. عبد الرزاق الديلمي، فن التحرير الإعلامي المعاصر، (عمان، دار جرير للنشر والتوزيع والطباعة، 2010)، ص 79.
8. مصطفى ربحي عليان، عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق. (عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2000) ص 43.
9. فهد بن عبد الرحمن الشميميري، التربية الإعلامية "كيف نتعامل مع الإعلام؟ (الرياض، السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2010)، ص 88.

10. فيصل العنزي، واقع استخدام الرموز التعبيرية في البيئة الرقمية، دراسة إستشرافية، (السعودية، قسم الإعلام ، جامعة الملك سعود، 2020) ص9.
11. مجد الدين فيروز أبادي، القاموس المحيط، (بيروت، لبنان، مؤسسة الرسالة، 2005) ص382.
12. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية ، (، المجلد الأول ، ط01، القاهرة، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003)، ص26
13. خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية كدليل إنتاج النشرات التلفزيونية، (دار الأمين، 2005) ص25.
14. مير شايمر، جون جيني، ترجمة غانم نجار، لماذا يكذب القادة ؟ حقيقة الكذب في السياسة الدولية، (الكويت، عالم المعرفة، 2018) ص34.
15. وبري محمود، السببر نيظيقا علم القدرة على التواصل والتحكم في السيطرة، (بيروت، لبنان، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية، 2019) ص32.

المقالات العلمية:

16. اسماعيل زروقة، الفضاء السببراني والتحول في المفاهيم، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد (1)، 2019. ص ص 116-131.
17. عبد الرحيم بوقرين، المسؤولية الجنائية عن الإستخدام الغير مشروع لمواقع التواصل الإجتماعي -دراسة مقارنة، مجلة جامعة الشارقة للعلوم القانونية (1) المجلد 16، العدد 1، 2019، ص381.
18. عرفات مفتاح معيوف، معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية. مجلة البقاء للبحوث والدراسات ، العدد 17 2014. ص174.
19. فوزي شرطي، القيم الإخبارية في إدراجات موقع فيسبوك (موقع الجزيرة)، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية جامعة المسيلة، العدد 9، 2015. ص 35.
20. مها عبد المجيد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسات تطبيقات الإعلام الإجتماعي، رؤية تحليلية. مؤتمر وسائل التواصل الإجتماعي ، التطبيقات والإشكاليات المنهجية، 10، 11 مارس، 2015، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية ، المملكة العربية السعودية، صفحة 05.
- الأطروحات والرسائل:**
21. عبد الله مبارك الرعود، دور مواقع التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان ، الاردن، 2011. 2012، ص48.
22. فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، أطروحة دكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2011-3، ص 117.
23. عبد الله بن محمد، دور شبكات التواصل الإجتماعي في ترسيخ قيم المواطنة من وجهة نظر الشباب العماني، رسالة ماجستير جامعة الشرق الأوسط، عمان، الاردن، 2017، ص119.
- مواقع الانترنت:**
24. اسماعيل عمر. (2016). الناشطية في مواجهة الأخبار الكاذبة. (معهد الأصفري للمجتمع المدني والمواطنة، المحرر) تاريخ الاسترداد 03 02، 2020، من متوفر على الرابط التالي w.w.activearabvoiezs.org/
25. محمود العابد. (2020). الصحافة والأخبار الكاذبة والتضليل Retrieved 01 2021, 20, from منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة اليونسكو. <http://en.unesco.org/fihtfukeneews>
26. ابراهيم المبيضين. (2021, 4 12). فيسبوك يتربع في الصدارة 2.8 مليار مستخدم في العالم Retrieved 5 1, 2021, from <https://alghad.com/>
27. سهام حواس. (2018, 01 14). جريدة الحوار الجزائرية. تاريخ الاسترداد 06 08، 2020، من <https://www.elhiwardz.com/national/109280>: <https://www.elhiwardz.com/national/>
28. عبد الحافظ عواجي صلوي. (2021). نظريات التأثير الاعلامية ص5. تاريخ الاسترداد 06 03، 2021، من : <https://lib.imamhussain.org/download/11415-010320211230235ff18eaf4fb9e.pdf>

مراجع باللغة الأجنبية:

29. Delerue, F. Internationally Wrongful Cyber Acts: Cyber Operations Breaching Norms of International Law. Cyber Operations and International Law Cambridge University Press, 2020, pp. 193-272.
30. Zhang, J. D, Deep Diffusive Neural Network based Fake News Detection from Heterogeneous Social Networks, IEEE International Conference on Big Data (Big Data) , (2019). Pp 1259-1266.
31. <https://www.knzhlol.com/25922/>, (2020, 8 28). Retrieved 03 01, 21, from <https://www.knzhlol.com/25922/>
32. jardaana, j, (2020, 10 7), <https://www.sans.org/newsletters/ouch/fake-news/>. Retrieved 03 30, 2021, from <https://www.sans.org/newsletters/ouch/fake-news/>: <https://www.sans.org/newsletters/ouch/fake-news/>