

التسول الإلكتروني على تويتر..

أساليب الإقناع واستراتيجيات الاحتيال
دراسة تحليلية



الرسالة:

رفد المجال الإعلامي بالبحوث
والدراسات المنهجية التأصيلية،
وتقويم أداء وسائل الإعلام
التفاعلي، ورصد وتحليل
مضامينها.



من نحن:

مركز سعودي (مستقل)..

مضامين وسائل الإعلام التفاعلي .. **ميداننا**

بياناتها ووسائط محتواها .. **حقول دراستنا**

الرصد والتحليل والقياس .. **أدواتنا**

2

أهدافنا:

استشراف
المستقبل..
وفق قواعد
البحث العلمي

تقديم
التوصيات
المنهجية

رصد تحوُّلات
ثورة الاتصالات
والمعلومات

تقويم الخطاب
الإعلامي،
والارتقاء به

قياس اتجاهات
الرأي العام
وتأثيراتها

المحتويات

| | |
|--------------------------------|----|
| ملخص تنفيذي | 04 |
| مقدمة | 05 |
| منهجية الدراسة | 08 |
| خصائص عينة الدراسة | 08 |
| نتائج الدراسة | 09 |
| المعالجة الموضوعية للظاهرة | 12 |
| استخدام الأدوات الرقمية | 20 |
| تحليل حسابات التسول الإلكتروني | 22 |
| النتائج العامة للدراسة | 27 |
| الخاتمة | 28 |

ملخص تنفيذي..

تُعد ظاهرة التسول الإلكتروني إحدى الظواهر التي تشكل خطرًا على المجتمع ككل لما لها من آثار على الأمن النفسي والاجتماعي والاقتصادي في حياة المجتمعات والأفراد، فعبر هذه الطريقة يستغل المتسول عاطفة الآخريين للإيقاع بهم في فخه الاحتيالي لتحقيق أكبر قدر ممكن من المكاسب المادية.

وقد شهدت الواجهة الجغرافية لموقع تويتر في المملكة العربية السعودية انتشارًا كبيرًا لهذه الظاهرة على الرغم من الدعم السخي الذي تُقدمه المملكة لمواطنيها عبر مبادرات وبرامج مختلفة تهدف إلى مساعدة المحتاجين.

ونظرًا لخطورة هذه الظاهرة على المجتمع السعودي، سعى مركز القرار للدراسات الإعلامية عبر هذه الدراسة إلى الكشف عن الخصائص العامة لظاهرة التسول الإلكتروني عبر الوسائل الاجتماعية، مُتخذًا من «تويتر» نموذجًا كونه يُعد أبرز الشبكات الاجتماعية في المجتمع السعودي، وذلك للتعرف على أساليب وأدوات هؤلاء المتسولين عبر تلك الوسيلة، وذلك بالاعتماد على وحدتي تحليل هما (التغريدات - الحسابات).

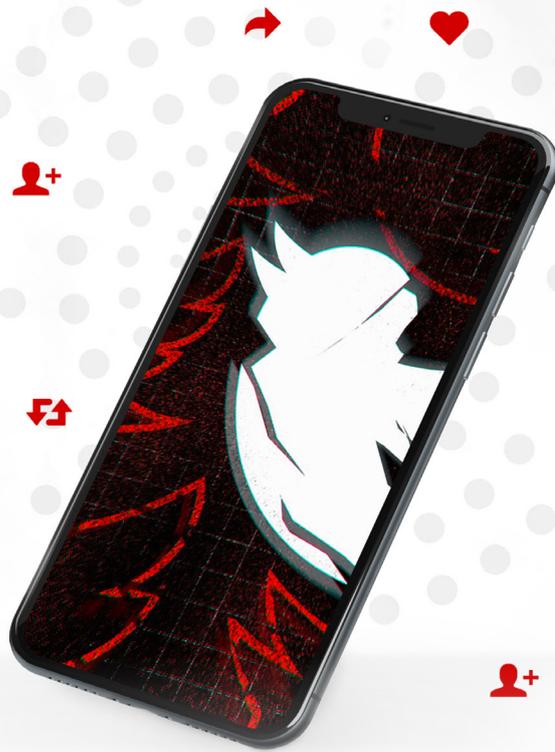
وقد انتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة التي تُعزز فرضية احتيالية الحسابات المروجة لتغريدات تفريخ كربة وعدم مصداقية طلباتهم، أهمها:

● وجود أسلوب وشكل نمطي ثابت في كتابة تغريدات تفريخ الكربة، مما يُرجح أنها ليست تغريدات شخصية تُكتب تلقائيًا، وإنما ترجع إلى شخص / جهة أو أكثر هي من تقوم بهذا النوع من التغريد بشكل ممنهج.

● تبنت الحسابات التي تنشر تغريدات طلب تفريخ كربة خطابًا عاطفيًا، ركز على إطار الاهتمامات الإنسانية لدى المواطنين بشكل انتهازي، وذلك بالاعتماد على عدد من الآليات، منها استخدام أسلوب الضخ الإعلامي المكثف لتغريدات طلبات تفريخ كربة، للإلحاح في طلب المساعدة، ومطالبة المواطنين عبر الاستعطف المصحوب بآيات من القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة لحثهم على التبرع.

● تعمدت هذه الحسابات تجاهل الإشارة «منشن» إلى الجهات الحكومية المسؤولة عن المساعدات المالية، مثل منصتي فرجت وإحسان، أو وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية.

وبناءً على ذلك، أوصت الدراسة بضرورة زيادة الحملات الإعلامية التوعوية التي تهتم بإرشاد المواطنين بالمؤسسات الحكومية والقنوات الشرعية الموثوقة المعنية بتقديم المساعدة والدعم للمحتاجين في المجتمع السعودي، وأهمية تثقيف المجتمع السعودي الخير بطبعه بألا ينساق عاطفيًا وراء هذه الظاهرة الاحتيالية، مع ضرورة تشديد الرقابة الأمنية، وملاحقة أصحاب هذه الحسابات التي تضر بالمجتمع من خلال النصب والاحتيال على المواطنين.



مقدمة..

في ظل البيئة الافتراضية التي ولّدتها منصات التواصل الاجتماعي، ظهرت بعض السلوكيات السلبية التي نتجت عن استغلال البعض لمميزات هذه المنصات خاصة المتعلقة بضامة المجتمع وسهولة الانتشار من أجل تحقيق استفادة مادية عبر نشر تغريدات تحمل مناشدات ونداءات لتفريخ كرب أو سداد دين أو مساعدة حالات إنسانية أو سداد فواتير مستحقة أو مساعدة أسرة فقيرة، أو المساهمة في إجراء عملية جراحية لمرضى، أو تبرعات للغارمين، وما إلى ذلك من طلبات يمكن أن نُطلق عليها مصطلح «التسول الإلكتروني» أو «التسول عبر الإنترنت»، والذي يُعد صورة تكنولوجية متطورة للشحاذة التقليدية.

وتُعد ظاهرة التسول الإلكتروني إحدى الظواهر التي تشكل خطرًا على المجتمع ككل لما لها من آثار على الأمن النفسي والاجتماعي والاقتصادي في حياة المجتمعات والأفراد، فعبر هذه الطريقة يستغل المتسول عاطفة الآخرين للإيقاع بهم في فخه الاحتيالي لتحقيق أكبر قدر ممكن من المكاسب المادية.

ومع الأخذ في الاعتبار أن الظروف الاقتصادية خاصة عقب الأزمات الكبرى مثل كورونا لها تأثير كبير على فئة من أفراد المجتمع، مما يضطر البعض إلى طلب المساعدة ويكون صادقًا فيها، إلا أن النسبة الأكبر من هؤلاء المتسولين يعانون من سلوك إجرامي يتمثل في شهوتهم الطاغية في جمع الأموال دون عناء أو كد أو تعب، ويعزفون على وتر العاطفة الإنسانية، مستغلين أوقات الأزمات أو التوقيات التي تتسم بطابع روحاني خاص مثل أيام الجمعة أو شهر رمضان، للوصول إلى أهدافهم، دون النظر إلى أي اعتبارات أو تحلي بالقيم الدينية والأخلاقية.

ولقد شهدت الواجهة الجغرافية لموقع تويتر في المملكة العربية السعودية انتشارًا كبيرًا لهذه الظاهرة على الرغم من الدعم السخي الذي تقدمه المملكة

لمواطنيها عبر مبادرات وبرامج مختلفة تهدف إلى مساعدة المحتاجين، ولذلك لا يمكن تبرير سلوك الصادقين في احتياجاتهم للمساعدة بتوجههم إلى منصات التواصل الاجتماعي من أجل تلقي التبرعات والإعانات.

فوفقاً لـ «البوابة الوطنية للبيانات المفتوحة» في المملكة العربية السعودية، بلغ أعداد المستفيدين من الإعانات الشهرية لوكالة الضمان الاجتماعي التابعة لوزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية خلال الخمس سنوات الماضية 5,337,404 ملايين مواطن، جاءت على النحو التالي:

| العالم | 1441 هـ | 1440 هـ | 1439 هـ | 1438 هـ | 1437 هـ |
|----------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| عدد المستفيدين | 1530327 | 1112563 | 949923 | 882500 | 862091 |

وجاءت البيانات التفصيلية لإجمالي الفئات التي حصلت على الإعانات والمنح الشهرية من وكالة الضمان الاجتماعي خلال العامين الماضيين 1440 هـ، و1441 هـ، على النحو التالي:

| الفئة | 1441 هـ | 1440 هـ | اجمالي |
|------------------------------|---------|---------|---------|
| امراه بلا عائل | 419975 | 410224 | 830199 |
| امراه لم يسبق لها الزواج | 41349 | 39517 | 80866 |
| أسر السجناء | 1 | 146 | 147 |
| أسرة غير معولة | 173159 | 173991 | 347150 |
| بلغ سن الشيخوخة | 186844 | 191339 | 378183 |
| عاجز عن العمل | 279651 | 267287 | 546938 |
| مجهولو الأبوين | 3814 | 3556 | 7370 |
| يتيم / أيتام | 24084 | 25721 | 49805 |
| السعوديات المتزوجات من أجنبي | 0 | 3 | 3 |
| نساء | 0 | 8 | 8 |
| حاملو بطاقة تنقل | 0 | 40 | 40 |
| الإجمالي | 1128877 | 1111832 | 2240709 |

هذا إلى جانب المنح والإعانات الشهرية التي حصل عليها المعاقون والأسر الحاضرة لهم خلال العامين الماضيين، والتي جاءت على النحو التالي:

| الفتات | 1441 هـ | 1440 هـ | اجمالي |
|------------------------------|---------|---------|--------|
| إعانة للمحتضنين لذوي الإعاقة | 8234 | 487 | 8721 |
| المعاقون | 393216 | 244 | 393460 |

هذه الإحصاءات مجرد أمثلة وليست حصراً لكل ما تُقدمه الدولة السعودية لمواطنيها من مساعدات وإعانات بشكل كريم، ولذلك تنتفي الحُجج والمبررات التي يسوقها قلة من المحتاجين للتسول عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ويستغلهم غالبية من يقومون بنشر تغريدات تفريخ الكرب بشكل انتهازي من أجل الاحتيال على المواطنين.

الإحصاءات..

مجرد أمثلة وليست حصراً لكل ما تُقدمه الدولة السعودية لمواطنيها من مساعدات وإعانات بشكل كريم

ونظراً لخطورة هذه الظاهرة على المجتمع السعودي، سعى مركز القرار للدراسات الإعلامية عبر هذه الدراسة إلى الكشف عن الخصائص العامة لظاهرة التسول الإلكتروني عبر الوسائل الاجتماعية، مُتخذاً من «تويتر» نموذجاً كونه يُعد أبرز الشبكات الاجتماعية في المجتمع السعودي، وذلك للتعرف على أساليب وأدوات هؤلاء المتسولين عبر تلك الوسيلة، وذلك بالاعتماد على وحدتي تحليل هما (التغريدات - الحسابات).

هؤلاء المتسولين عبر تلك الوسيلة، وذلك بالاعتماد على وحدتي تحليل هما (التغريدات - الحسابات).

منهجية الدراسة:

تُعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية، وقد اعتمدت على منهج المسح التحليلي بشقيه الكمي والكيفي، والذي يُعرف بأنه «جهد علمي منظم للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث»، وتأسيسًا على ذلك، سعت الدراسة الحالية إلى استكشاف ظاهرة التسول الإلكتروني، والتعرف على أهم الخصائص والأساليب والأدوات المرتبطة بتلك الظاهرة المنتشرة في منصات التواصل الاجتماعي، بالتطبيق على «تويتر»، الوسيلة الاجتماعية الأبرز والأكثر انتشارًا وتأثيرًا في المجتمع السعودي، وذلك من خلال الاعتماد على استمارة تحليل المضمون والملاحظة لتحليل وحدتي الدراسة (التغريدات - الحسابات) المساهمة في انتشار ظاهرة التسول الإلكتروني.

وفي سبيل تحقيق هذا الهدف، قام مركز القرار للدراسات الإعلامية بمسح جميع التغريدات المنشورة على الواجهة الجغرافية للمملكة العربية السعودية على موقع تويتر خلال الفترة الزمنية من 16 - 20 مارس 2021 وذلك عبر استخدام أبرز الكلمات المفتاحية التي يعتمد عليها المغردون في تمثيل هذه الظاهرة وهي: (حالة إنسانية، تفريج كربة، فاتورة تنفيذ قضائي، حالة مستحقة، متعثر، سداد دين، الصدقة)، وقد انتهت عملية المسح إلى وجود 20353 تغريدة تناولت موضوع الدراسة بشكل مباشر خلال هذه الفترة.

ونظرًا لصعوبة تحليل جميع التغريدات والحسابات المنتمية إلى مجتمع الدراسة للوقوف على أبرز الأساليب والمعالجات المستخدمة في التأثير على عواطف المستخدمين وتحقيق المتسولين لأهدافهم الاحتياطية، واستكشاف خصائص الحسابات الإلكترونية المكونة للظاهرة والمساهمة في انتشار تغريداتها، قام المركز بتحليل عينة عمدية لأعلى 100 تغريدة أصلية ظهورًا خلال فترة الدراسة، مع استبعاد التكرار، حيث شكّلت واقع 5392 تغريدة تم تداولها بشكل متكرر من نفس الحسابات أو من حسابات مختلفة، مما عزز فرضية احتيالها.

كما قام المركز بتحليل عينة عمدية لأعلى 101 حساب تغريدًا بهذا النمط في عينة الدراسة، والذي وصل إجمالي عدد تغريداتهم إلى 10609 تغريدات خلال نفس الفترة الزمنية.

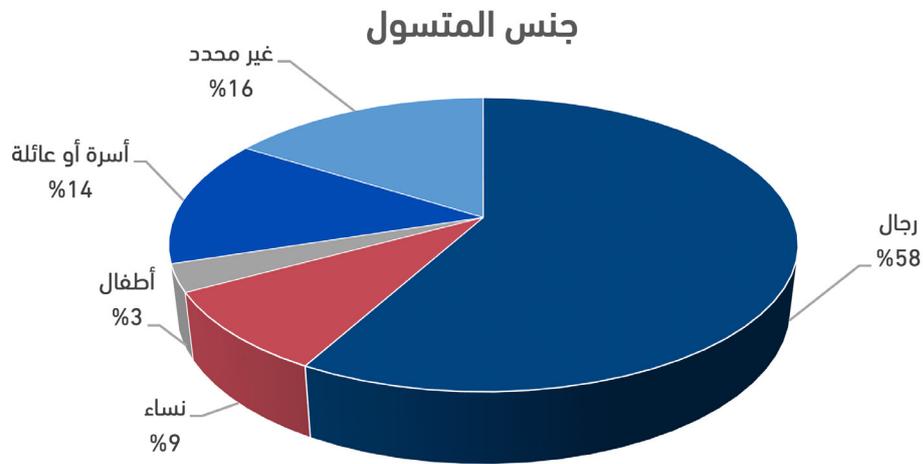


نتائج الدراسة:

أولاً: نتائج تحليل تغريدات التسول الإلكتروني:

للتعرف على أهم الخصائص العامة للتسول الإلكتروني عبر تويتر، ركزت الدراسة الحالية على عدة محاور أساسية تقوم على فكرة مفادها التعرف على طبيعة الشخصيات المنتهجة لهذا السلوك واستخداماتهم العامة للوسيلة، والأساليب العاطفية التي يركزون عليها في احتيالاتهم، والتي كان من أبرزها ما يلي:

أولاً: جنس المُتسول لهم: من خلال تتبع السمات الشخصية كما يُصدرها المتسولون عبر تويتر والتي تظهر من خلال بياناتهم التعريفية أو حتى صياغات رسائلهم الإعلامية التي يستخدمونها في التأثير على المتعاطفين معهم، سواء كان التسول بطريقة مباشرة (لنفس) أو غير مباشر (للغير)، ظهر أن الفئة الغالبة على جنس المُتسول لهم كانوا من الرجال بنسبة (58%)، في استعطف واضح عبر إظهارهم كعاجزين عن إعالة أسرهم لظروف مرضهم أو سجنهم أو ديونهم، ولم تتجاوز نسبة التسول باستخدام جنس النساء (9%) فقط من إجمالي عينة الدراسة، بينما كانت أقل الفئات ظهوراً هم الأطفال بنسبة 3% فقط من إجمالي عينة الدراسة، وكانت تمثيلات تلك الفئات على النحو التالي:

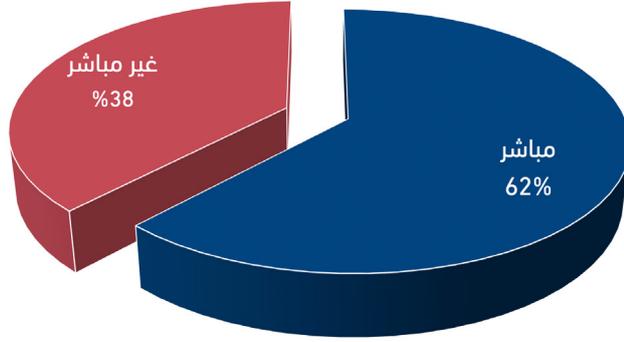


ثانياً: نوع الطلب:

أظهرت نتائج تحليل تغريدات التسول الإلكتروني في تويتر وجود نوعين أساسيين لطلب المساعدة المادية، تمثلا في الطلب المباشر (الصريح) للمساعدة المالية سواء كان للنفس أو للغير، والطلب غير المباشر من خلال طلب المساهمة في نشر التغريدات ووصولها إلى الآخرين، فكانت النسبة الأغلب من تلك التغريدات عينة

الدراسة (62%) عبارة عن طلب مباشر بعبارات واضحة صريحة تؤكد على الاحتياج وضرورة الوقوف إلى جانبهم وسداد ديونهم.

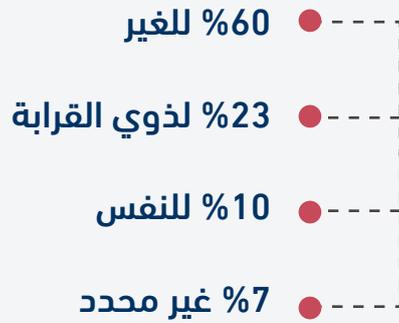
نوع الطلب



ثالثاً/ شكل الطلب:

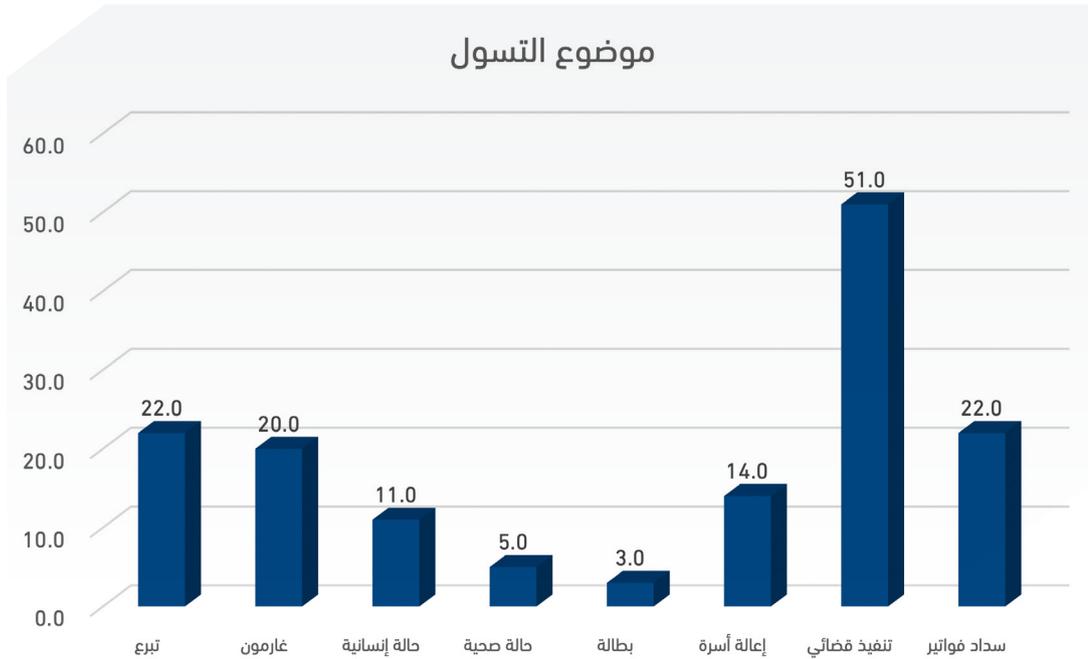
أوضحت الدراسة تعدد الأشكال المستخدمة في طلب المساعدات المالية من حيث كونها مساعدات لتفريج كربة أو ضائقة مالية للنفس أو لذوي القرابة (الزوج - الأب - الأم المعيلة - الأخ ...) أو للغير من غير أولي القرابة، أو حتى كونها مساعدات غير محدد أصحابها أو علاقتهم بالمغردين، فكان أبرز تلك الأشكال هو طلب المساعدة أو تفريج الكربة للغير بنسبة بلغت (60%) من إجمالي عينة الدراسة، كشكل يسعى من خلاله المتسولون إلى إضفاء نوع من الثقة على الحالات التي يستعرضونها بالتأكيد على أنها تخص الغير من المتعثرين والغارمين والتأكيد على أنها حالات مستحقة وصلت إليهم سواء عن طريق الرسائل الخاصة أو غيرها من الطرق، في حين كانت نسب تمثيل الأشكال الأخرى على النحو التالي:

الأشكال المستخدمة في طلب المساعدات المالية



رابعًا / موضوعات التسول:

تعددت الموضوعات التي استخدمها المتسولون في عرض تغريداتهم الخاصة بطلب المساعدة المالية، حيث كانت النسبة الأكبر من تلك الموضوعات متعلقة بحالات التنفيذ القضائي للفواتير الصادرة عن وزارة العدل، والتي ظهرت بنسبة (51%) من إجمالي عينة تغريدات الدراسة، في حين تقاسمت موضوعات سداد الفواتير الخدمية مثل الكهرباء وإيجار المنزل، وموضوع التبرع للحالات الفقيرة والمتعفة المرتبة الثانية بنسبة (22%) لكل منهما، كما ظهر عدد من موضوعات التسول الأخرى تمثلت في حالات الغارمين لسداد الديون دون إبداء واضح لأسبابها، واستغلال الحالات الإنسانية، والحالات الصحية، والإعالة والبطالة، وذلك على النحو التالي:



المعالجة الموضوعية للظاهرة في التفريعات:

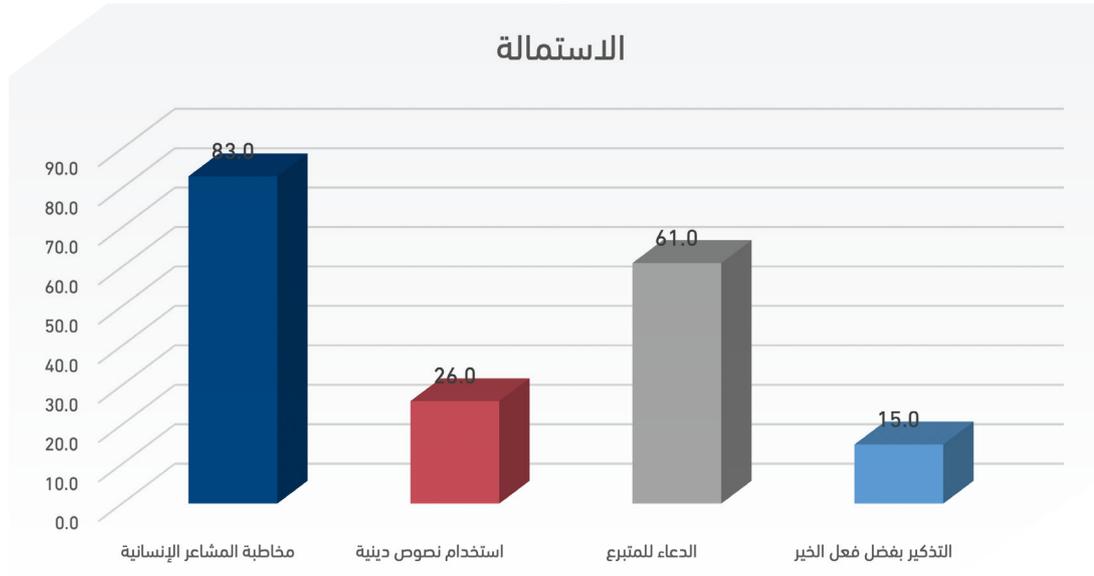
الإطار العام للتسول:

والذي أظهر تنوعًا واضحًا في مشاركات المتسولين عبر تويتر للإيقاع بضحاياهم، فكان الاعتماد على إطار «المناجاة» هو الأبرز بين الأطر الموضوعية العامة التي اعتمدت عليها عينة التحليل، حيث ظهر في (41%) من تلك التفريعات كأكثر الأطر استخدامًا في تلك الظاهرة، وفي المرتبة الثانية جاء إطار الادعاء بطرق كل الأبواب الممكنة و«استنفاد سبل طلب الرزق» بنسبة (17%)، ثم اللجوء إلى «التهويل» والمبالغة في حجم ديونهم وكربتهم لاستعطاف المستهدفين بنسبة (16%)، وذلك على النحو التالي:



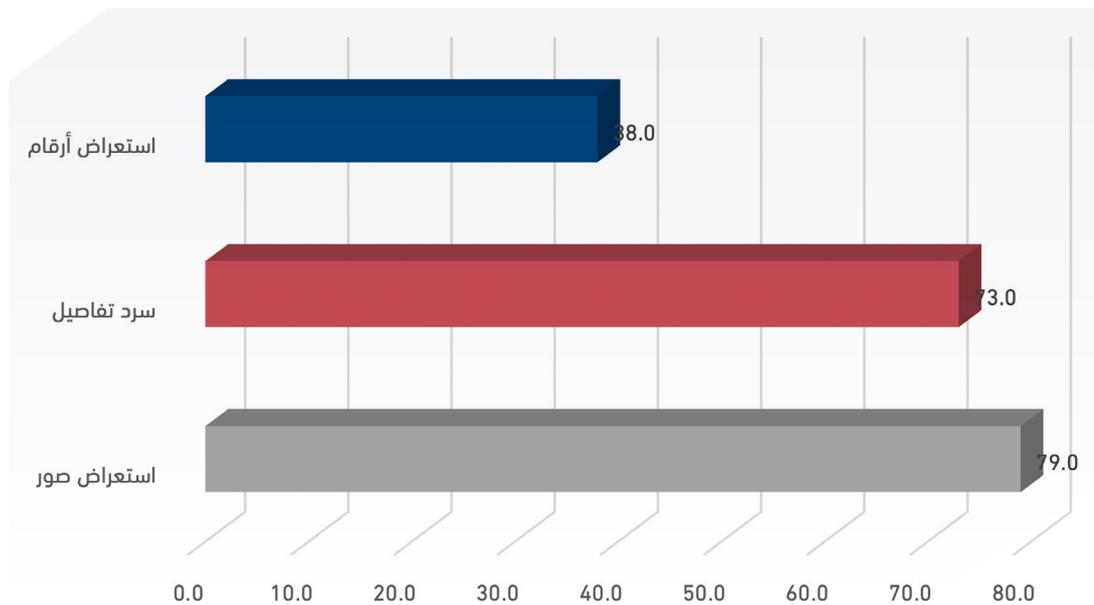
الاستمالات العاطفية المستخدمة:

لأن طبيعة الموضوع (التسول) تفرض على ممارسيه الاعتماد بشكل كامل على استخدام الاستمالات العاطفية للعب على وتر العاطفة والغريزة الإنسانية وصولاً إلى الهدف الاحتيالي، فقد أظهرت النتائج استخدام المتسولين عبر تويتر عدة استمالات عاطفية في التفريعات الواحدة كنوع من الإلحاح العاطفي ومحاولة لضمان كسب تعاطف وتفاعل المتابعين، إلا أن أبرز تلك الاستمالات تمثل في «إثارة المشاعر الإنسانية» والتي جاءت في المرتبة الأولى بواقع (83%)، و(الدعاء للمتبرع) في المرتبة الثانية بنسبة (61%)، تبعهما استخدام النصوص الدينية التي تحث على العطاء والتضامن والصدقة بنسبة (26%)، في حين ظهرت الاستمالات القائمة على التذكير بفضل فعل الخير بنسبة (15%) من إجمالي تفريعات عينة الدراسة.



مسارات البرهنة:

من خلال دراسة واستعراض مسارات البرهنة التي دأب المتسولون عبر تويتر على استخدامها لادعاء مصداقية طلباتهم، أظهرت النتائج اعتمادهم بشكل كبير على نشر الصور كاستدلال أساسي وبرهان على إثبات حاجتهم للمساعدة، وذلك بنسبة (79%) من إجمالي تغريدات عينة الدراسة، علماً بأن النسبة الأكبر من تلك الصور كانت عبارة عن عرض لصور فواتير، كما تم الاعتماد على سرد تفاصيل وضع المتسول إليهم كمسار للبرهنة بنسبة 73%، في حين كان استخدام مسار استعراض الأرقام للتعريف بحجم الدين والمطلوب سداً أو تهويل الموقف ... الخ، هو الأقل ظهوراً في عينة الدراسة بنسبة 38%.

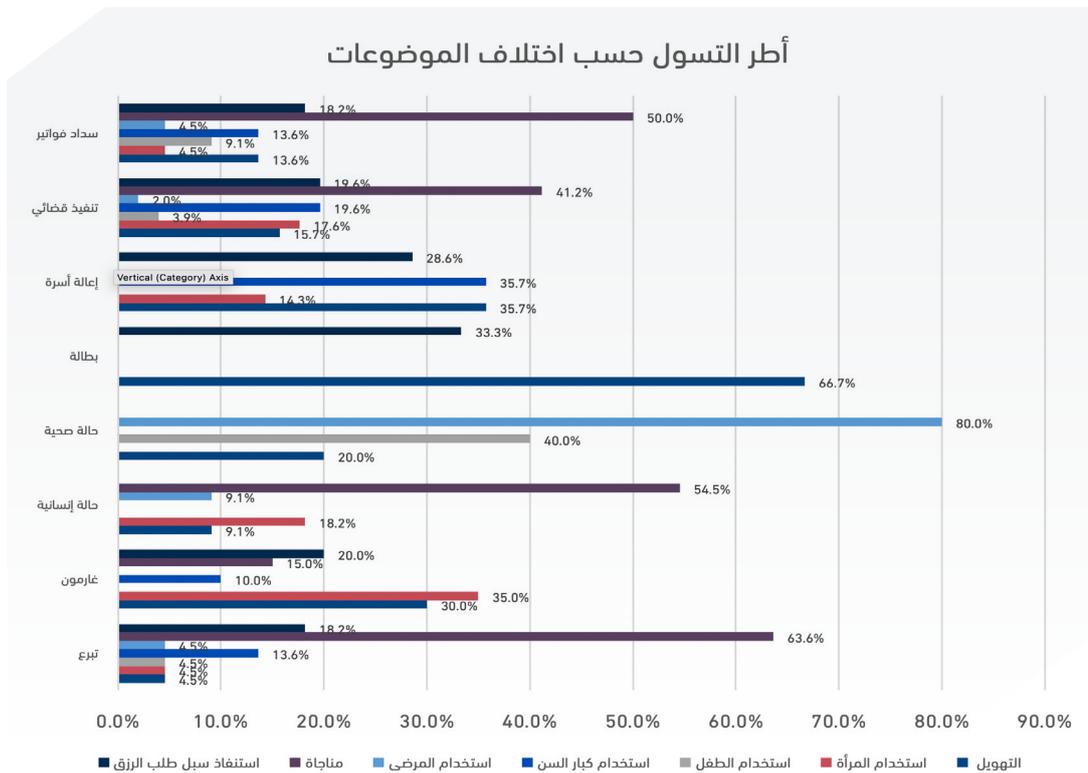


أساليب التسول الإلكتروني عبر تويتر

حاولت الدراسة الوصول إلى الأنماط العامة المعبرة عن أساليب التسول الإلكتروني عبر تويتر من خلال دراسة الاختلافات بين المعالجات الموضوعية (الإطار العام - الاستمالات - مسارات البرهنة) التي انتهجها المتسولون تبعًا لاختلاف الخصائص العامة للظاهرة، وذلك على النحو التالي:

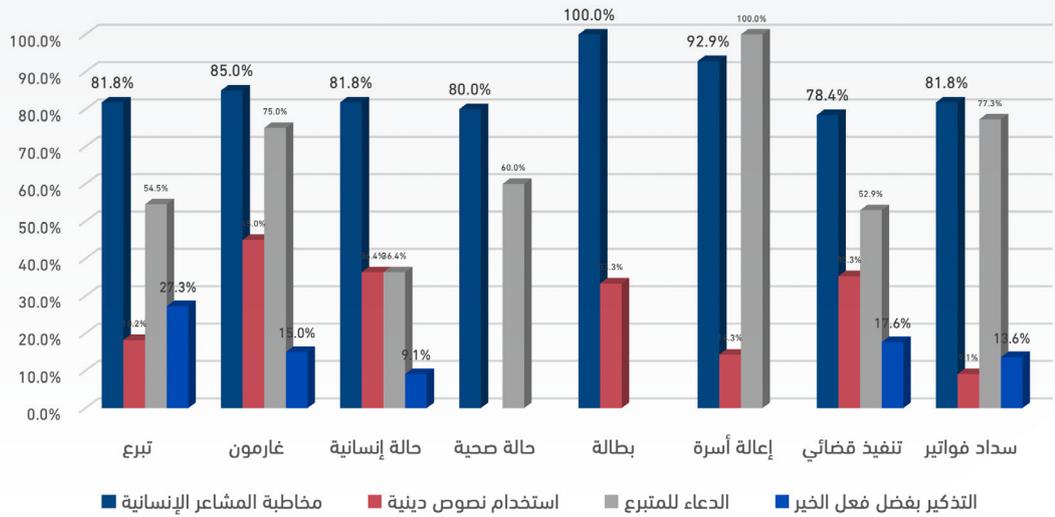
أولاً / على مستوى الموضوعات:

تنوع اعتماد ممارسي سلوك التسول الإلكتروني على الأطر الموضوعية العامة للتسول عبر تويتر تبعًا لاختلاف موضوعاتهم بشكل واضح، خاصة مع موضوعات: التنفيذ القضائي، وسداد الفواتير، والتبرع، والتي استخدمت جميع أطر الدراسة - (7) أطر تم استخدامها مع كل موضوع - في عرض تغريداتها بنسب متفاوتة إلا أن أبرز تلك الأطر تمثل في الاعتماد على المناجاة في صياغة رسائلهم الإعلامية والذي ظهر كأعلى نسبة لإطار تغريد مع الموضوعات الثلاثة بواقع (63.6%) مع موضوعات التبرع، و(50%) مع موضوعات (سداد الفواتير)، و(41.2%) مع موضوعات التنفيذ القضائي، في حين كانت تغريدات موضوع البطالة هي الأقل تنوعًا من حيث الأطر المصاحبة لها، فاستخدمت إطارين موضوعيين فقط، هما: إطار التهويل والذي ظهر مع نسبة (66.7%) من تغريدات ذلك الموضوع، في حين اعتمدت الـ (33.3%) الأخرى منها على إطار استنفاد سبل طلب الرزق، وبشكل أكثر تفصيلاً يوضح الشكل البياني التالي استخدامات تلك الأطر تبعًا لاختلاف الموضوعات.



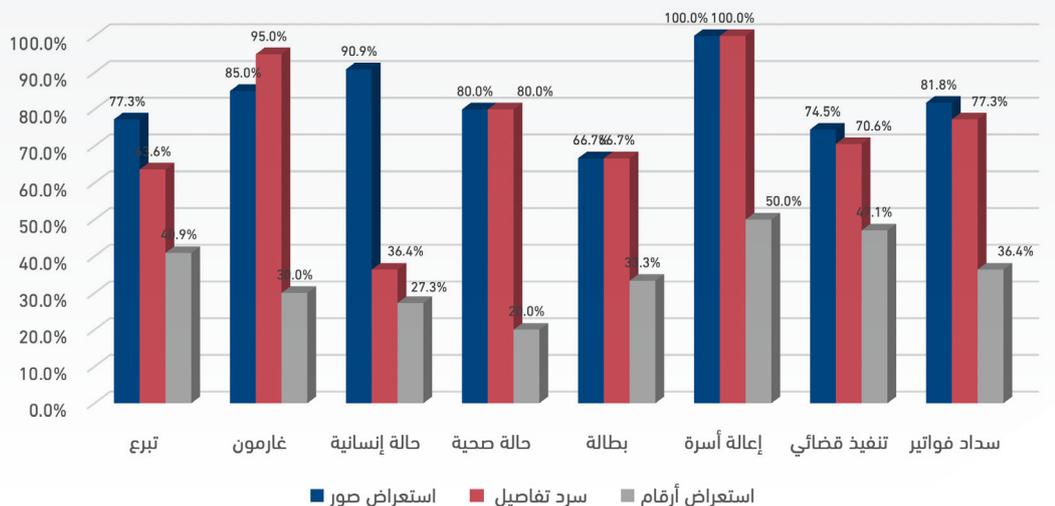
أما بالنسبة لاستخدام الاستمالات العاطفية تبعًا لاختلاف موضوعات التغريد، فقد أظهرت النتائج غلبة الاعتماد على استمالات «مخاطبة المشاعر الإنسانية» بشكل لافت على جميع تلك الموضوعات ما عدا تغريدات موضوعات إعالة الأسرة والتي اعتمدت بشكل أكبر على الاستمالة العاطفية من خلال الدعاء للمتبرع ثم مخاطبة مشاعره الإنسانية، وجاءت توزيعات تلك الاستمالات تبعًا لاختلاف الموضوعات على النحو التالي:

الاستمالات العاطفية المستخدمة حسب اختلاف الموضوعات



وحول استخدام مسارات البرهنة فقد أظهرت نتائج الدراسة الاعتماد الواضح على البرهان من خلال الصور في المقام الأول مع موضوعات التبرع والحالات الإنسانية وإعالة الأسرة والتنفيذ القضائي وسداد الفواتير، بينما كانت موضوعات الغارمين والحالات الصحية أكثر اعتمادًا على سرد التفاصيل لإثبات فكرتهم الاحتمالية، وذلك على النحو التالي:

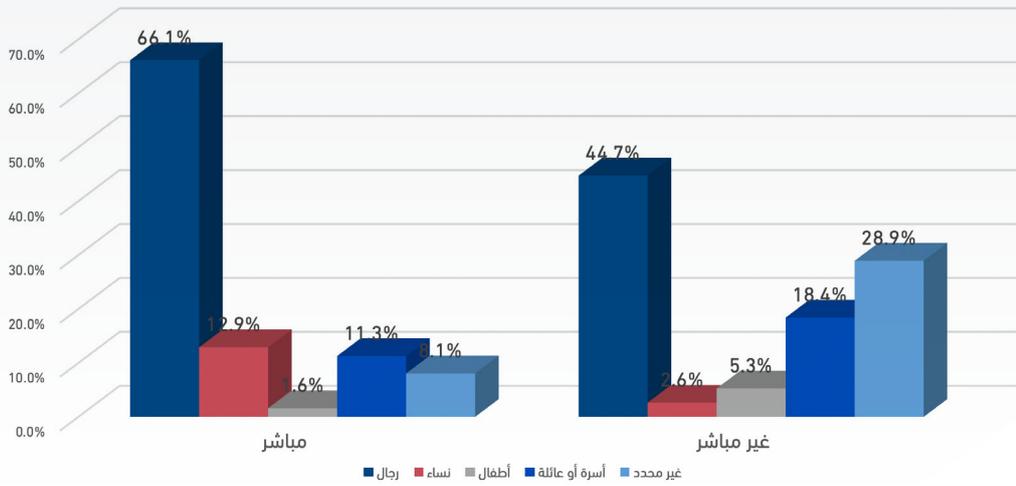
مسارات البرهنة المستخدمة حسب اختلاف الموضوعات



ثانياً/ على مستوى نوع الطلب

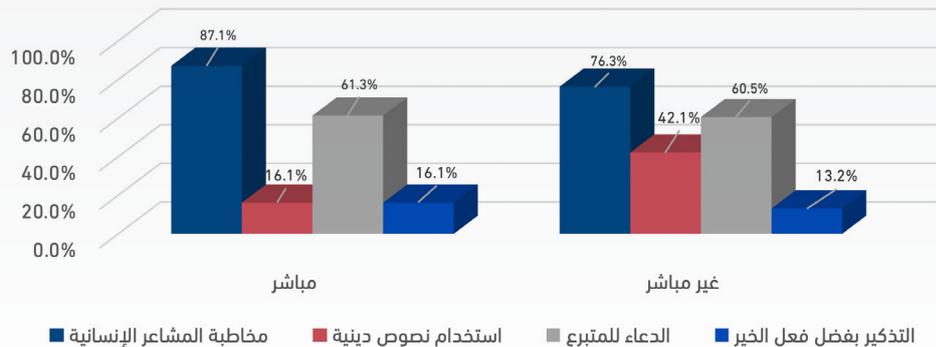
أظهرت نتائج التحليل ارتباط أغلب تغريدات الطلب المباشر وغير المباشر بجنس الرجال بواقع (66.1%) مع تغريدات الطلب المباشر، و(44.7%) مع غير المباشر، في تصدير واضح لوثر إنساني ألد وهو «قهر الرجال» الذي ينشأ بسبب عجز الرجل عن الوفاء بالتزامات إعالة الأسرة أو الديون المتراكمة أو الحبس والغرامة... الخ، إلا أن الاختلاف الواضح بين النوعين تمثل في ظهور نسبة كبيرة من التغريدات غير المباشرة غير محدد بها جنس المتسول له (28.9%) كثنائي أعلى نسبة للجنس مع هذا النوع، وهو ما يوضحه الشكل البياني التالي:

اختلاف جنس المتسول لهم تبعاً لاختلاف نوع الطلب

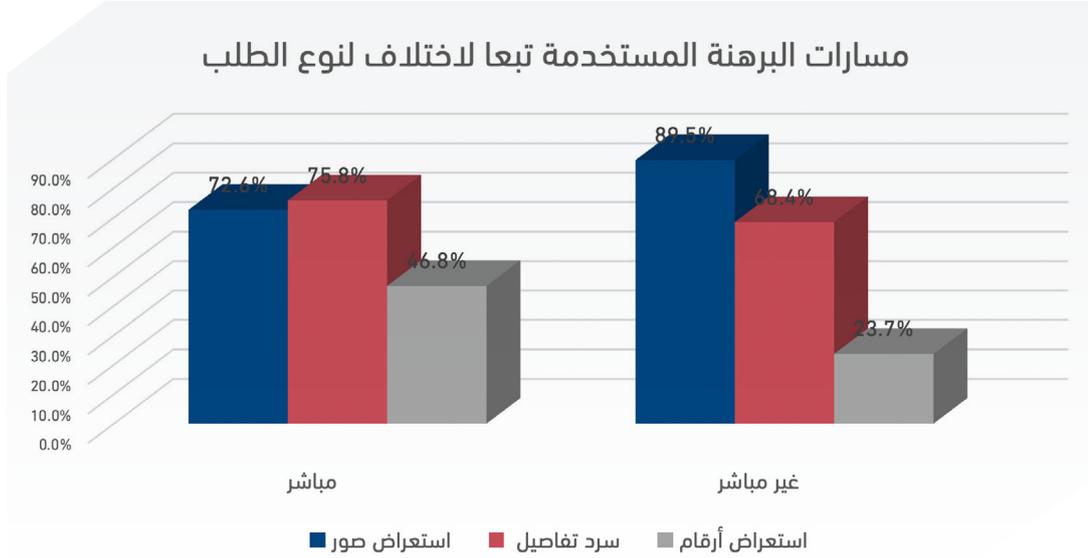


وعلى مستوى الاستمالات العاطفية التي استخدمت مع النوعين، فقد غلب الاعتماد على استمالات مخاطبة المشاعر الإنسانية والدعاء للمتبرع مع كل من تغريدات الطلب المباشر وغير المباشر على حد سواء، في حين كانت النتيجة الأبرز هي استخدام النصوص الدينية مثل الاستشهاد بآيات قرآنية أو أحاديث نبوية تحت على الصدقة وفضلها وفرض الزكاة مع حالة الطلب غير المباشر بشكل واضح عنه في حالة الطلب المباشر، على النحو الآتي:

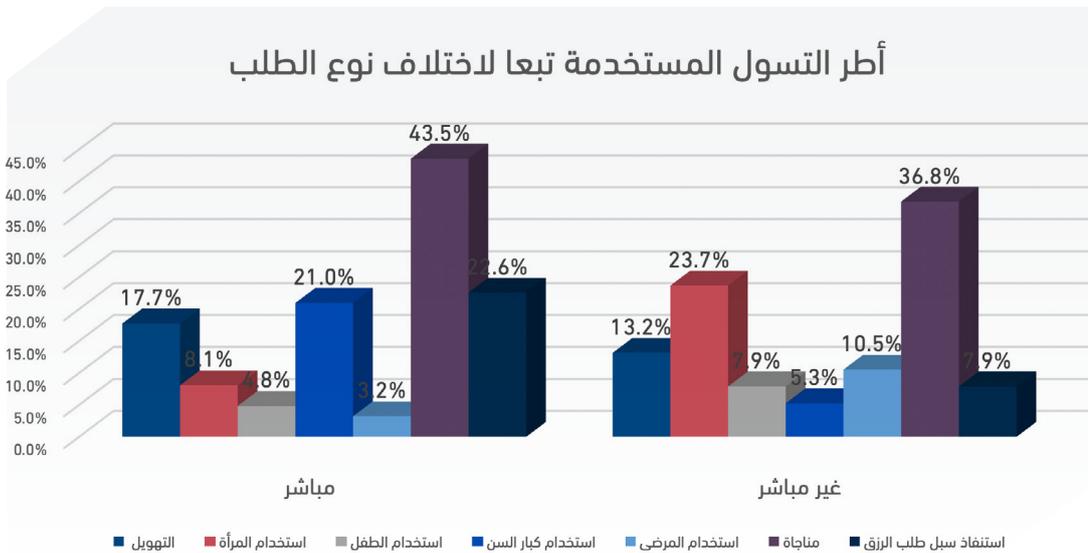
الاستمالات العاطفية المستخدمة تبعاً لاختلاف نوع الطلب



واعتمدت تغريدات الطلب غير المباشر بشكل أكبر على استخدام الصور كمسار للبرهنة ثم سرد التفاصيل في حين ظهر العكس مع تغريدات الطلب المباشر، كما أن اعتماد تلك التغريدات (الطلب غير المباشر) على الأرقام في استدلائاتها كان أكبر من نظيرتها المباشرة.

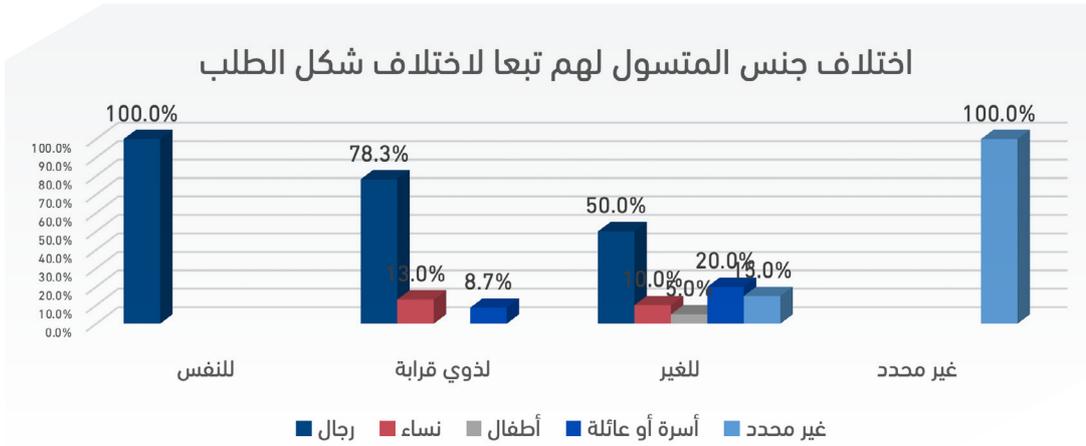


أما من حيث الأطر الموضوعية العامة المستخدمة مع كل من النوعين (المباشر وغير المباشر) فقد اتفق النوعان في تفوق الاعتماد على إطار المناجاة على بقية الأطر في تغريداتهما، وابتدلاً في نسب الاعتماد على بقية الأطر، حيث اهتمت تغريدات الطلب المباشر بشكل أكبر بأطر العزف على وتر استفاد سبل طلب الرزق، واستغلال عنصر الاستعطاف بكبار السن، في حين ركزت تغريدات الطلب غير المباشر بشكل أكبر على أطر الاستعطاف من خلال استغلال عنصر المرأة كموضوع لطلب المساعدات المالية، وذلك على النحو التالي:

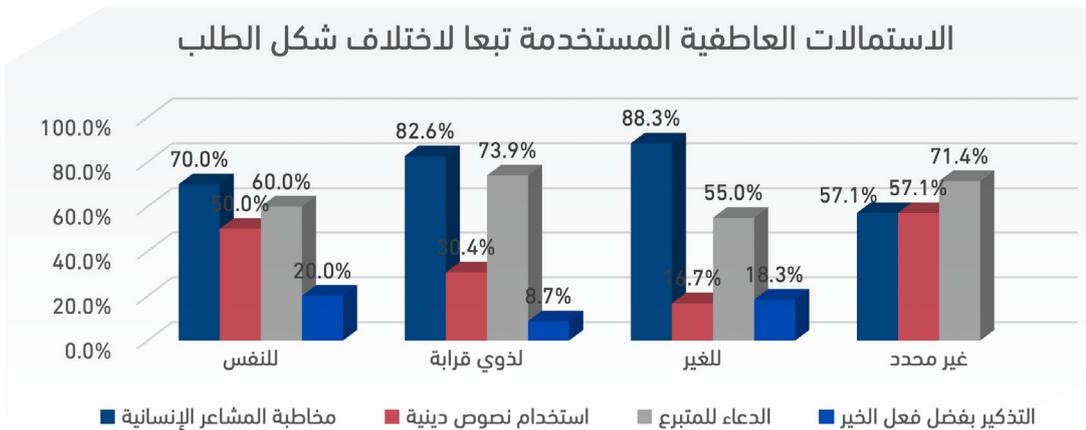


ثالثًا/ على مستوى شكل الطلب

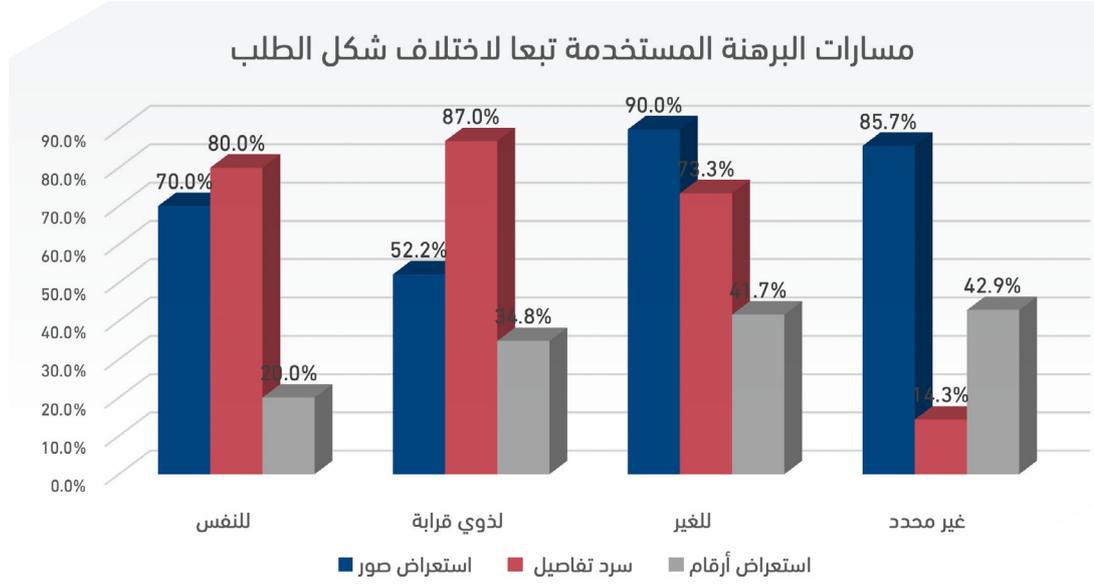
أظهرت نتائج تحليل جنس المتسول لهم تبعًا لاختلاف شكل الطلب عددًا من السمات المهمة لأساليب التسول، تمثل أبرزها في الاتفاق التام بين جميع تغريدات طلب المساعدة المالية للنفس في كون المتسول لهم من جنس الرجال، وغياب العنصر النسائي تمامًا عن تلك الفئة، كما أن جميع التغريدات ذات شكل الطلب «غير المحدد»، كانت بالتبعية غير محدد أجناسهم أو خصائصهم النوعية. وكانت الاختلافات في شكلي الطلب (للغير - ولذوي القرابة) من حيث توضيح جنس المتسول لهم على النحو التالي:



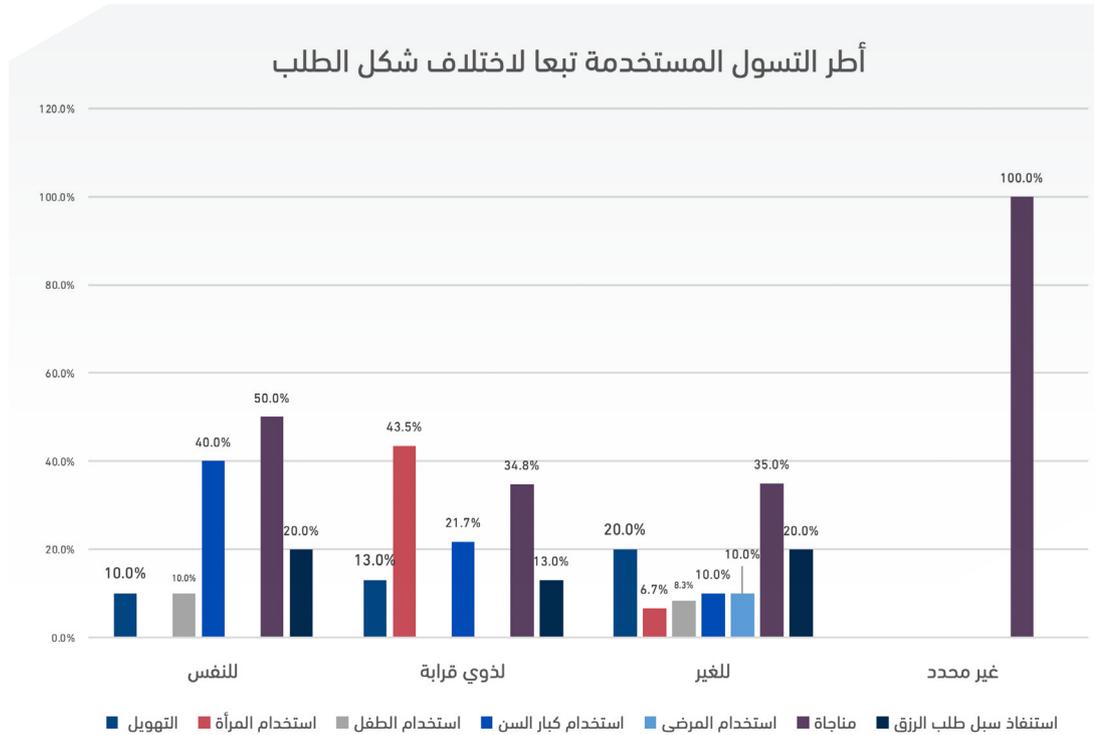
ومن حيث الاستمالات العاطفية التي تم استخدامها وفقًا لاختلاف شكل الطلب، كان استخدام استمالات «مخاطبة المشاعر الإنسانية» ثم «الدعاء للمتبرع» هي الأبرز بين أشكال الطلب للنفس أو لذوي القرابة أو للغير، وهو ما يعطي مؤشرًا على استغلال ممارسي ذلك السلوك لسمات المجتمع السعودي ومرجعياته الدينية والثقافية، فهو المحب للخير والمساعد للآخرين، وإمكانية تأثره بتلك الأساليب والاستمالات أعلى وأكبر، أما التغريدات ذات شكل الطلب «غير المحدد» فقد اعتمدت بشكل أعلى على استمالات «الدعاء للمتبرع» في المقام الأول، ثم الاعتماد على استمالات «النصوص الدينية» و«مخاطبة المشاعر الإنسانية» في المرتبة الثانية بنسبة متساوية لكل منهما، ولم يظهر معها نهائيًا نمط الاستمالات عبر التذكير بفضل فعل الخير.



أما من حيث الاختلافات في الاعتماد على مسارات البرهنة تبعًا لاختلاف أشكال الطلب فقد ظهرت على النحو التالي:



واختلفت أطر التسول المستخدمة تبعًا لاختلاف شكل الطلب، حيث تم استخدام جميع الأطر الموضوعية المرصودة في المعالجات التي اعتمدت عليها عينة الدراسة التحليلية - والبالغ عددها 7 أساليب - في شكل الطلب وللغير، بينما تم استخدام 5 أطر فقط - مع اختلافها - مع شكلي الطلب «للنفس» و«لذوي القرابة»، واستأثر شكل الطلب غير المحدد بإطار «المناجاة» كإطار وحيد تم الاعتماد عليه مع كافة التفريدات الممثلة لهذا الشكل، وذلك على النحو التالي:



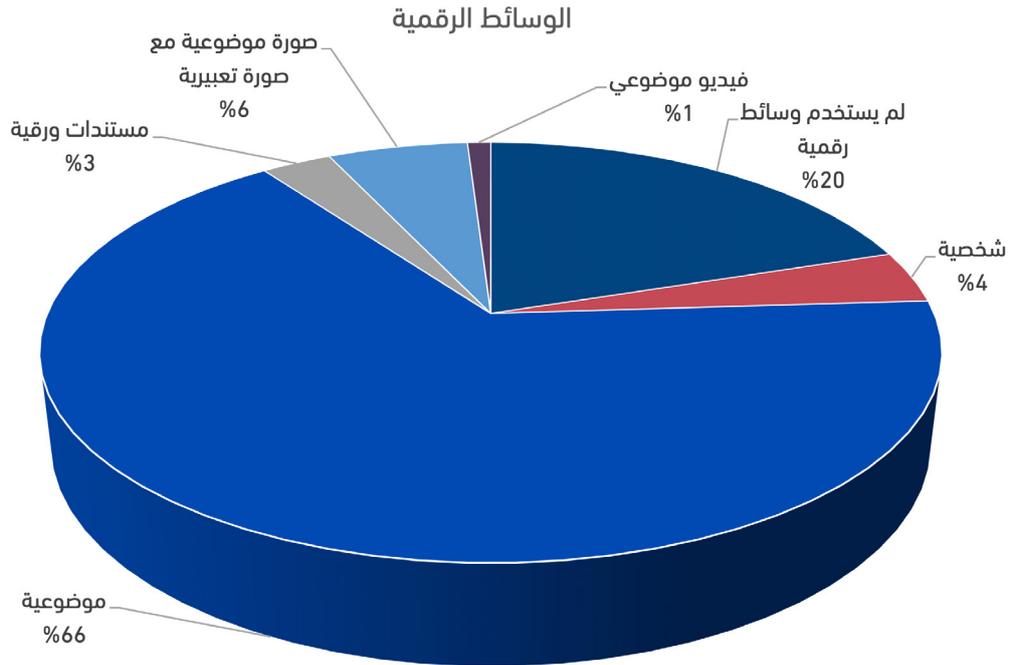
استخدام الأدوات الرقمية في تغريدات التسول

تمثل الأدوات الرقمية في الشبكات الاجتماعية وسيلة مهمة في التعبير عن المعنى وتأكيدِه أو حتى صياغة الرسالة الإعلامية بشكل كامل، لذا فإن عمليات التحليل الشبكي لتلك الأدوات تعد محورًا رئيسيًا في الوصول إلى المعنى العام وطبيعة السلوك الاتصالي عبر الوسائل الاجتماعية، ومن هذا المنطلق العام فقد أوضحت نتائج تحليل استخدام الأدوات الرقمية في تغريدات التسول الإلكتروني عبر تويتر ما يلي:

الوسائط الرقمية:

تصدرت الصور الموضوعية أولويات استخدام مغردي التسول الإلكتروني للوسائط الرقمية في تغريداتهم بنسبة (66%)، والتي كانت عبارة عن صور أرقام الفاتورة والمبالغ المطلوب سدادها، ولم تستخدم (20%) من إجمالي التغريدات أي وسائط رقمية مكثفة بالنص فقط، في حين اعتمدت (6%) على الجمع بين صورتين في تغريدة واحدة، إحداهما عبارة عن صورة موضوعية وأخرى تعبيرية تشمل نصًا دينيًا يحث على العطاء والتصدق، وكان استخدام الفيديو كعنصر رقمي مصاحب للتغريد هو الأقل ظهورًا بنسبة لم تتجاوز (1%) من إجمالي عينة الدراسة.

ويمكن تفسير اعتماد مغردي التسول الإلكتروني على الصور الموضوعية أكثر وسيط مستخدم في تغريداتهم، مقابل التجاهل شبه التام للفيديو، بأنه يمكن تحليل المستخدمين عبر نشر صور فواتير مزيفة لتوثيق طلب المساعدة، بينما من الصعب استخدام الفيديو لنفس الغرض التوثيقي.



عناصر الانتشار الرقمي:

بمقارنة استخدام المنشن والهاشتاق في تغريدات عينة الدراسة، أظهرت النتائج تفاوتًا واضحًا بين استخدامهما في تلك التغريدات، حيث ندر الاعتماد على المنشن كعنصر انتشار رقمي مقارنة باستخدام الهاشتاق الذي ظهر في (89%) من إجمالي العينة، في مقابل (9%) فقط من التغريدات ظهر بها عنصر المنشن، الذي كان استخدامه - رغم ضعفه - مقتصرًا على الإشارة إلى الحسابات التابعة للمؤسسات الإعلامية الإخبارية مثل @spagov @AJELNEWS24 @SaudiNews50 ، أو الإشارة إلى بعض الشخصيات المعروفة في المجتمع مثل @HilalAlTuwairqi @ben_aon @fayez_malki ، مع ملاحظة غياب الإشارة إلى الجهات الحكومية المسؤولة عن المساعدات المالية مثل منصتيّ فرجت وإحسان، أو وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية، مما يثير تساؤلات جوهرية حول أسباب استهداف الجمهور العام وترك الجهات المختصة بتقديم المساعدات وتفريج كرب المتعثرين؛ وبالعكس دلالة ضمنية بوجود أهداف احتيالية حول هذا السلوك غير المبرر لممارسيه، لا سيما مع ما تُقدمه المملكة من أعمال خيرية كبيرة في ضوء توجيهات القيادة الرشيدة للمملكة عبر عدة قنوات منها منصة إحسان والتي تخطى حجم التبرعات بها حاجز 320 مليون ريال حتى الآن، وبلغ عدد المستفيدين منها حتى وقت إجراء هذه الدراسة ما يزيد على 553 ألف مستفيد.

9%
استخدام المنشن في
تغريدات عينة الدراسة

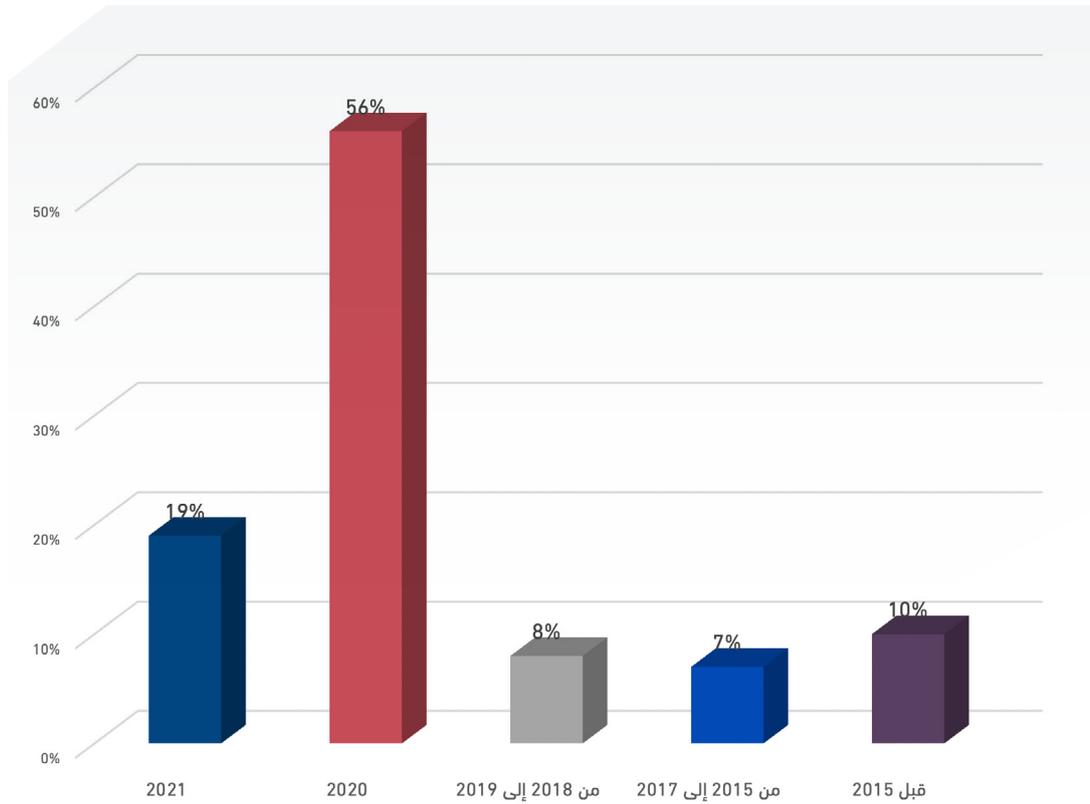
91%
عدم استخدام المنشن في
التغريدات عينة الدراسة

وتؤكد نوعية الهاشتاقات التي ظهرت في تغريدات عينة الدراسة على استهدافهم لهاشتاقات المبادرات الخيرية غير الرسمية وهاشتاقات المشاهير والهاشتاقات التي تصل إلى قائمة الترتد للأعلى تداولًا في المملكة لضمان وصول تغريداتهم إلى أكبر شريحة ممكنة من الجمهور، وبالتالي زيادة احتمالية التأثير ومن ثمّ التبرع، ومن هذه الهاشتاقات (#فرجت، #فرجت_مع_إبشر، #فرجت_والرجا_فالله، #مبادره_ساعدي3)، كذلك تم استخدام هاشتاقات ذات طابع رياضي - مرتبطة بمباريات وأحداث رياضية - مثل: (#الفتح_الاتحاد، #النصر_العين، و #حمدالله_مئة_هدف)، وأخرى اجتماعية أو مرتبطة بمناسبات معينة، مثل هاشتاق (#تحية_لماما) الذي انتشر أثناء الاحتفال بعيد الأم، أو أخرى ظرفية مرتبطة بيوم أو وقت زمني محدد، مثل: (#ليلة_الجمعة #يوم_الجمعة #صلاة_الفجر #الوتر)

تحليل حسابات التسول الإلكتروني

قام مركز القرار بتحليل الحسابات طبقًا لعدد من المؤشرات التي وضعها المختبر الرقمي للأبحاث DFRLab مثل (نشاط الحسابات، هوية الحسابات، أسماء الحسابات، صور الحسابات، التضخيم، المحتوى المشترك ونمط الكلام) والتي تستخدم للكشف عن الحسابات المشبوهة أو الوهمية والتي تعتبر بمثابة بوت إلكتروني، وذلك على النحو التالي:

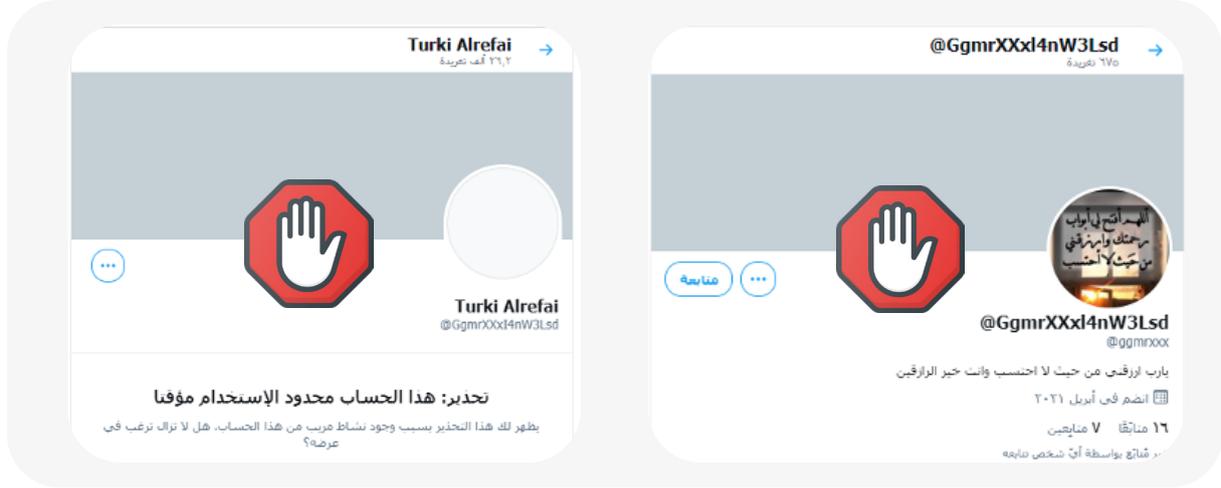
نشاط الحسابات Activity



أظهرت نتائج تحليل الحسابات عينة الدراسة ارتفاع نسبة الحسابات المنشأة حديثًا، حيث احتلت الحسابات التي أنشئت في عام 2020 المرتبة الأولى بمعدل 57 حسابًا ونسبة 56%، تلاها في المرتبة الثانية الحسابات المنشأة في عام 2021 - الربع الأول منه - بمعدل 19 حسابًا ونسبة 19%.

وقد لوحظ أن بعض الحسابات عينة الدراسة قد تم تجميدها وحذفها نهائيًا والبعض الآخر تم تجميده بشكل مؤقت من قبل إدارة تويتر. علقًا بأن تويتر يلجأ إلى هذا الإجراء في بعض الحالات المحددة مثل ظهور اختلال في معدلات التغريد/ إعادة التغريد، أو وجود نشاط مفرط في الحساب بشكل عام، إضافة إلى الإبلاغ عن الحساب أو تغريداته.

كما لُوَظ لجوء أصحاب بعض الحسابات التي تم تجميدها إلى إنشاء حسابات جديدة بديلة، أو حسابات ممتدة لنفس الأشخاص يتم إنشاؤها بشكل دوري بعد إغلاق صفحاتها الأصلية من قبل إدارة تويتر. كما هو واضح في المثال التالي لحساب تم تقييده من قبل تويتر:



معدل التغريد (التضخم)

| معدل التغريد اليومي | العدد الكلي للتغريدات | في سنة 2021 |
|---------------------|-----------------------|-----------------------------|
| 4146.18 | 300776 | مجموع القيم |
| %26.8 | %7.7 | النسبة المئوية لمجموع القيم |
| 0.03 | 1 | الحد الأدنى للقيمة |
| 432.25 | 41174 | الحد الأعلى للقيمة |
| 432.22 | 41173 | المدى |
| 218.2200 | 15830.32 | المتوسط الحسابي |
| 165.49767 | 13264.281 | الانحراف المعياري |

أظهرت النتائج وجود كثافة تغريدية لافتة للحسابات عينة الدراسة، فعلى سبيل المثال بلغ الحجم الكلي لتغريدات الحسابات المنشأة عام 2021 وبالبالغ عددها (19 حسابًا) (300,776) تغريدة، وقد تراوح إجمالي عدد التغريدات في الحساب الواحد ما بين تغريدة واحدة كحد أدنى، و (41174) تغريدة كأعلى الحسابات تغريدًا بمدى بلغ (41173) تغريدة، وبمتوسط حسابي بلغ 15830.32 تغريدة للحساب الواحد.

ووفقًا لفريق الدعاية الحاسوبية التابع لمعهد أكسفورد للإنترنت فإن التغريد بأكثر من 50 مشاركة في اليوم تُعتبر تغريدات مشبوهة، بينما يرى المختبر الرقمي للأبحاث DFRLab أن 72 تغريدة في اليوم وبمعدل تغريدة واحدة كل عشر دقائق لمدة اثنتي عشرة ساعة متتالية هي تغريدات لحسابات مشبوهة.

وبالتطبيق على الحسابات عينة الدراسة، اتضح ما يلي:

يُظهر الجدول السابق أن 60 حسابًا من عينة الدراسة تُعتبر حسابات مشبوهة، حيث

| معدل التغريد للحسابات | | | |
|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| أقل من 50 تغريدة \ يوميًا | من 51 إلى 71 تغريدة \ يوميًا | من 72 إلى 92 تغريدة \ يوميًا | أكثر من 92 تغريدة \ يوميًا |
| 31 | 10 | 4 | 56 |

كان معدل التغريد فيها أعلى من 72 تغريدة يوميًا، وفقًا لمعايير المختبر الرقمي للأبحاث، بينما يعتبر 70 حسابًا مشبوهًا وفقًا لمعهد أكسفورد للإنترنت.

وفي سياق متصل، فإن أحد الأدوار الرئيسية للروبوتات تتمثل في تعزيز الإشارة من المستخدمين الآخرين عن طريق إعادة التغريد أو الإعجاب بهم أو الاقتباس منهم، لذلك يتألف الجدول الزمني للروبوت النموذجي من إعادة تغريد واقتباس التغريدات، مع عدد قليل من المنشورات الأصلية أو عدم وجودها على الإطلاق، وقد تم برمجة بعض الروبوتات لإعادة التغريد والإعجاب لنفس التغريدة.

ووفقًا لنتائج تحليل الحسابات عينة الدراسة، فقد كشفت عن وجود علاقات متشابكة بين الحسابات وبعضها البعض خاصة من حيث قوائم المتابعين (followers) المشتركين والذين يتسمون جميعًا بنشر وإعادة تغريد محتويات متعلقة بتفريخ الكرب، وهو ما يُفسر معدل نمو التغريدات السريع والتشابه في نصوصها بين الحسابات المختلفة.

فعلى سبيل المثال يوجد 94 حسابًا مشتركًا في قائمة المتابعين بين حسابي (bandar60531779 - Bandar89660036) ، و20 حسابًا مشتركًا بين (U2mAfsDnRQcc2DL - FktQJQpITKc6tBW) ، ويوجد 208 حسابات مشتركة بين الحسابين (U2mAfsDnRQcc2DL - eTt1SL00J805Wlk) ويوجد حسابات مشتركة تبلغ 119 حسابًا بين (U2mAfsDnRQcc2DL - K7U6dlczUh8WrLP) و136 حسابًا مشتركًا بين (K7U6dlczUh8WrLP - eTt1SL00J805Wlk) ، كما يوجد 117 حسابًا مشتركًا بين (GgmrXXxl4nW3Lsd - eTt1SL00J805Wlk) ، ويوجد 286 حسابًا مشتركًا بين حسابي (19aziz0011 - eTt1SL00J805Wlk) ، ويوجد 136 حسابًا مشتركًا بين (AbuMo7ammad22 - eTt1SL00J805Wlk) .

هوية الحسابات :

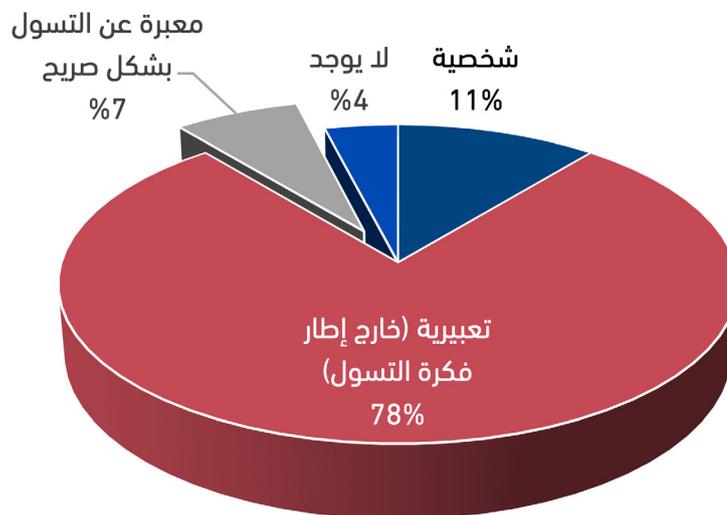


احتلت الأسماء المجهولة (الاعتبارية) للحسابات المرتبة الأولى بنسبة 57%، تلاها في المرتبة الثانية الأسماء الحقيقية بنسبة 24%، وفي المرتبة الثالثة والأخيرة جاءت الأسماء الرمزية (خوارزميات مكونة من حروف وأرقام وأشكال) بنسبة 19%، مثل «FKTQJQPITKC6TBW، eTt1SL00J805Wlk.GgmrXXxl4nW3Lsd.7B6gKjqWGv2gDCp».

وأظهرت نتيجة التحليل أن جميع الحسابات عينة الدراسة استخدمت أسماء لا يمكن الاستدلال من خلالها على أصحابها بشكل فعلي، فحتى الأسماء التي تبدو حقيقية لإضفاء نوع من المصداقية والموثوقية والتي مثلت ربع العينة تقريباً، جاءت على هيئة «أسماء العلم المجرد» التي تستخدم اسماً مفرداً لا تقدم أي دلالة على أصحابها، مثل (عبد الرحمن، عبد الله، أمل، مها، Turki Alrefai، bandar، نورة، أبو محمد، أبو فالح، أم فوزية) وما إلى ذلك.

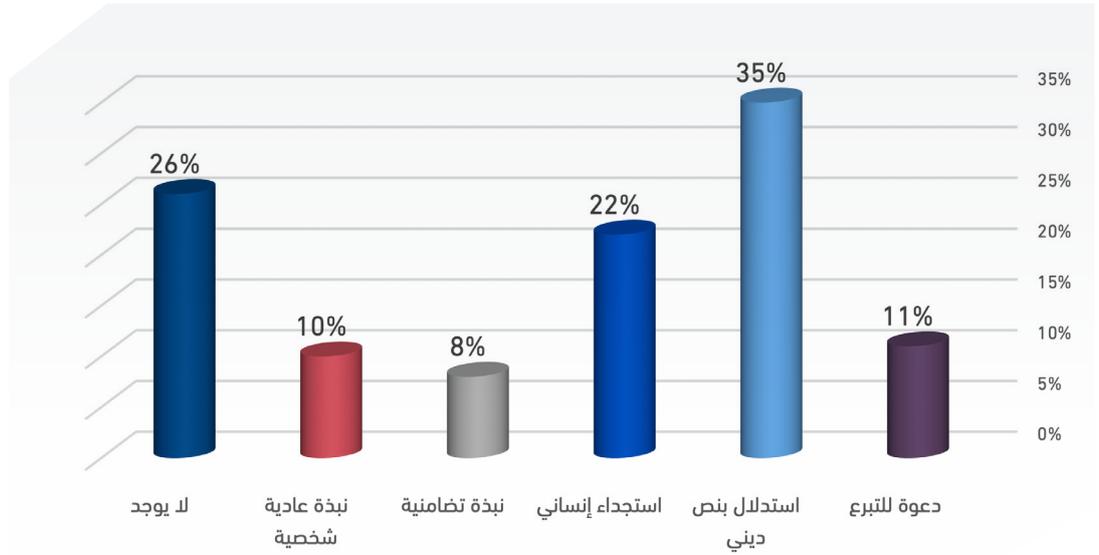
وبالتطبيق على المؤشر الرئيسي الثاني الذي وضعه المختبر الرقمي للأبحاث DFRLab والمتمثل في أنه كلما قلت المعلومات الشخصية التي تقدمها الحسابات زادت احتمالية أن تكون روبوتاً، تعززت فرضية أن نسبة كبيرة من الحسابات عينة الدراسة التي نشرت تغريدات تفريخ الكرب هي أقرب إلى البوتات أو الحسابات الوهمية.

صور الحسابات:



احتلت الصور التعبيرية غير الدالة على فكرة التسول المرتبة الأولى بنسبة 78%، تلاها في المرتبة الثانية الصور الشخصية بنسبة 11%، وجميعها لم تستخدم صوراً تعكس حقيقة شخصية أصحاب حسابات هذه الفئة، بل لجؤوا إلى وضع صور خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز وسمو ولي العهد الأمير محمد بن سلمان، حفظهما الله، فضلاً عن وضع صور مشاهير المجتمع السعودي من أجل إضفاء نوع من الموثوقية على محتوى حساباتهم. وفي المرتبة الثالثة جاءت الصور المعبرة عن فكرة التسول بشكل صريح بنسبة 7%، حيث استخدمت صور فواتير خدمية مستحقة كالكهرباء أو فواتير تنفيذ قضائي. وجاءت فئة الحسابات التي لم تستخدم صوراً تعريفية بها في المرتبة الرابعة بنسبة 4%. وتُعرِّض هذه النسب تعتمد أصحاب الحسابات عدم الكشف عن هوياتهم الحقيقية عن طريق صورهم الشخصية المعبرة عنهم.

النبذة التعريفية للحساب



انتهت نتيجة التحليل إلى أن 36% من إجمالي الحسابات عينة الدراسة لم تستخدم نبذات تعريفية معبرة عن فكرة التسول الإلكتروني، وذلك إما لكونها لم تستخدم نبذات تعريفية على الإطلاق وهو ما ظهر في 26% من إجمالي العينة، أو لأنها اعتمدت على نبذات شخصية لا تحمل أي مدلول استجدائي تسولي وهو ما تجسد في 10% من عينة الدراسة. في المقابل، جاءت نسبة الحسابات التي عرضت نبذة تعريفية دالة على فكرة التسول واستجداء المساعدة 64%، وقد تنوعت المضامين المنشورة في هذه النبذات ما بين (استدلال بنص ديني - عبارات استجداء إنساني - دعوة صريحة للتبرع - نبذة تضامنية)، علماً بأن بعض الحسابات لجأت إلى استخدام أكثر من نوع في النبذة التعريفية الخاصة بها، ولذلك جاءت الأرقام عاكسة لنسب الظهور.

النتائج العامة للدراسة:

انتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج العامة التي تُعزز فرضية احتيال الحسابات المروجة لتغريدات تفريخ كربة وعدم مصداقية طلباتهم، أهمها:

وجود أسلوب وشكل نمطي ثابت في كتابة تغريدات تفريخ الكربة، مما يُرجح أنها ليست تغريدات شخصية تُكتب تلقائيًا، وإنما ترجع إلى شخص / جهة أو أكثر هي من تقوم بهذا النوع من التغريد بشكل ممنهج.

● عدم منطقية تواريخ إنشاء الحسابات مقارنة بمعدلات التغريد الكثيف لها، حيث أظهرت النتائج أن أعلى متوسط حجم تغريد كلي للحساب الواحد كان من نصيب الحسابات المنضمة إلى تويتر في النصف الثاني من عام 2020 والربع الأول من عام 2012م، وهو ما يؤكد فرضية كون أصحاب هذه الحسابات يعتمدون على البوتات في النشر على مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق الانتشار من جانب، والتغريد الكثيف لطلبات التسول الإلكتروني من جانب آخر، علمًا بأن معدل التغريد اليومي لأحد الحسابات وصل إلى 435 تغريدة يوميًا.

● اتسمت مجموعة من الحسابات الأعلى تغريدًا بالتغريد حصراً لطلبات تفريخ كربة، ومنها من قام بتكرار نفس التغريدة على فترات زمنية متفاوتة وصلت أحيانًا إلى عدة أشهر.

● تعمدت الحسابات المعنية بنشر تغريدات تفريخ كربة على تجهيل نفسها، وعدم نشر أي معلومات دالة على شخصية أصحابها.

● تبنت الحسابات التي تنشر تغريدات طلب تفريخ كربة خطابًا عاطفيًا، ركز على إطار الاهتمامات الإنسانية لدى المواطنين بشكل انتهازي، وذلك بالاعتماد على عدد من الآليات، منها استخدام أسلوب الضخ الإعلامي المكثف لتغريدات طلبات تفريخ كربة للإلحاح في طلب المساعدة، ومحاولة استمالة المواطنين عبر الاستعطف المصحوب بآيات من القرآن الكريم والأحاديث النبوية الشريفة لحثهم على التبرع.

● تعمدت هذه الحسابات تجاهل الإشارة «منشن» إلى الجهات الحكومية المسؤولة عن المساعدات المالية مثل منسّتي فرجت وإحسان، أو وزارة الموارد البشرية والتنمية الاجتماعية، مما يثير تساؤلات جوهرية حول أسباب استهداف الجمهور العام وترك الجهات المختصة بتقديم المساعدات وتفريخ كربة المعسرين؛ ويعكس دلالة ضمنية بوجود أهداف احتيالية حول هذا السلوك غير المبرر لممارسيه، لا سيما مع ما تشهده المملكة من أعمال خيرية كبيرة في ضوء توجيهات القيادة الرشيدة للمملكة.

ختامًا..

على الرغم من أنه لا يُمكن الجزم بأن جميع الحسابات الناشرة لطلبات تفريغ كربة تتبع سلوكًا احتياليًا، وتستهدف خداع وتضليل المواطنين السعوديين من أجل جني الأموال، فإنه وفقًا للنتائج السابقة توجد العديد من المؤشرات القوية الدالة على أن غالبية هذه الحسابات تحتال على المواطنين.

وفي هذا الصدد يجب التأكيد على أن حتى الحالات التي تستحق فعليًا المساعدة لا يوجد لديها مبرر للجوء إلى المنصات الاجتماعية في ظل توافر المنصات الحكومية والقنوات الرسمية التي تُوفر لها المساعدات المالية والعينية بشكل كريم ولائق.

وبناءً على ما انتهت إليه الدراسة، يُوصي **مركز القرار** للدراسات الإعلامية بما يلي:

● ضرورة زيادة الحملات الإعلامية التوعوية التي تهتم بإرشاد المواطنين بالمؤسسات الحكومية والقنوات الشرعية الموثوقة المعنية بتقديم المساعدة والدعم للمحتاجين في المجتمع السعودي.

● تثقيف المجتمع السعودي الخبير بطبعه بألا ينساق عاطفيًا وراء هذه الظاهرة الاحتيالية.

● أهمية تشديد الرقابة الأمنية وملاحظة أصحاب هذه الحسابات التي تضر بالمجتمع من خلال النصب والاحتيال على المواطنين، والمشجعة على أساليب الكسب غير المشروعة.

مركز القرار

للداسات الإعلامية



..نخطو
بقرارك



تابع حسابنا على تويتر



 www.alqarar.sa

   @alqarar_sa