دراسات

ترويج الشائعات

محاولات يائسة خبيثة لاستهداف المملكة

مركز القرار
للدراسات الإعلامية

أكتوبر
2021

الرسالة:

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

من نحن:

مركز سعودي (مستقلّ)..

مضامين وسائل الإعلام التفاعلي .. **ميداننا**

بياناتها ووسائط محتواها .. **حقول دراساتنا**

الرصد والتحليل والقياس .. **أدواتنا**

أهدافنا:

- قياس اتجاهات الرأي العام وتأثيراتها
- تقويم الخطاب الإعلامي، والارتقاء به
- رصد تحوّلات ثورة الاتصالات والمعلومات
- تقديم التوصيات المنهجية
- استشراف المستقبل.. وفق قواعد البحث العلمي

المحتويات

04 ملخص تنفيذي

05 مقدمة

07 مجال الشائعات

09 نطاق الشائعات

10 هدف الشائعات

12 مصادر الشائعات

13 الاستمالات الإقناعية

17 المنحنى الزمني لتداول الشائعات

18 النتائج العامة للدراسة

ملخص تنفيذي..

تُعد الشائعات إحدى أدوات الحروب الجديدة أو ما يُطلق عليها حروب الجيل الرابع؛ ومع التطورات التكنولوجية السريعة في مجال الاتصالات تعاظم تأثير الشائعات، خاصة مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها على نطاق واسع، حيث تتسم هذه المنصات الاجتماعية بقدر كبير من الحرية عززه غياب شبه كامل لأي نوع من أنواع الرقابة سوى تلك المتعلقة بسياسة الخصوصية للوسيلة نفسها، الأمر الذي جعلها بمثابة بيئة خصبة لنشر المعلومات بكل حرية دون التأكد من مصداقيتها بما يرتبه ذلك من انعكاسات سلبية على المجتمع.

في هذا الصدد، تبرز أهمية وجود أجهزة معنية برصد ومواجهة الشائعات التي تُثير البلبلة، وقد تمتد آثارها لتصل حد استهداف أمن وسلامة المواطنين، ووحدة واستقرار الأوطان، كما يبرز أيضًا الدور المحوري لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التوعية ومواجهة الأخبار المضللة أو الزائفة.

من هذا المنطلق، تأتي أهمية الدراسة التي قام بها مركز القرار للدراسات الإعلامية من أجل التعرف على طبيعة الشائعات التي تستهدف المجتمع السعودي، وذلك من خلال تحليل محتوى حساب «هيئة مكافحة الإشاعات» على تويتر، والذي يُعرف نفسه بأنه «منصة تعنى بتتبع الإشاعات وتفنيدها ونشر مصادرها لحماية المجتمعات من أخطارها»؛ إذ يختص الحساب بنشر الشائعة مع عرض المعلومة الصحيحة التي تدحض المحتوى الخاطئ أو المُضلل.

وبإخضاع عينة قوامها (447) شائعة منشورة على الحساب تم رصدها خلال الفترة الزمنية الممتدة من 1 يوليو 2019م وحتى 30 يونيو 2021م؛ انتهت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها:

- تعدد أهداف الشائعات بدءًا من إثارة البلبلة مرورًا بالتشكيك في السياسات والقرارات الحكومية ووصولًا إلى تهديد الأمن والاستقرار والسلم المجتمعي.
- شهد منحنى انتشار الشائعات ارتفاعًا نسبيًا خلال الأزمات، وهو ما حدث في بدايات وذروة تفشي جائحة كورونا.
- شكّلت مواقع التواصل الاجتماعي المصدر الأول للشائعات، مما يُؤشر إلى خطورة هذه المنصات التي تنتشر عليها المعلومات الكاذبة والمُضللة؛ إذ يُعد ذلك هو المقابل الموضوعي للحرية شبه المطلقة التي تُوفرها هذه المنصات الاجتماعية في تداول المعلومات.

مقدمة..

تُعرّف الشائعة بأنها معلومة غير متحقق من صحتها يتم تناقلها من شخص لآخر سواء بشكل متعمد أو عن غير قصد، ولذلك فالشائعات تنقسم تبعًا لنية المُروجين لها إلى مجموعتين:

معلومات خاطئة: وهي المعلومات غير الصحيحة التي يُروجها الناس دون عقد النية على الخداع.

معلومات مُضللة: وهي معلومات يُطلقها ويُروج لها أشخاص أو جهات بهدف تضليل آخرين وخداعهم والتحايل عليهم سواء كانوا أفرادًا أو جماعات، وذلك لتحقيق مكسب سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي... وغيره.

وتكمن الخطورة هنا في أنه في كثير من الأحيان يتم الإطلاق المتعمد للشائعة بهدف تضليل آخرين، فيما يقوم البعض بنقل هذه الشائعة بحسن نية، فيتحقق لها الترويج والانتشار، ومن ثمّ تُحدث أثرها الضار.

وفي هذا الإطار باتت الشائعات إحدى أدوات الحروب الجديدة أو ما يُطلق عليها حروب الجيل الرابع، إذ يتم الترويج لها بشكل ممنهج خاصة أوقات الأزمات، وذلك لخدمة أهداف الأطراف والجهات المُطلقة للشائعة والتي تسعى إلى الإضرار بأمن وسلامة واستقرار ووحدة الأوطان.

ومع التطورات التكنولوجية السريعة في مجال الاتصالات تعاظم تأثير الشائعات، خاصة مع ظهور وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها على نطاق واسع، إذ أضحت هذه المنصات الاجتماعية نوافذ اتصالية تحتوي على قدر هائل من المعلومات غير الخاضعة للرقابة والتحقق، مع قدرة كبيرة على نشر هذه المعلومات بشكل يضمن لها الانتشار العريض.

فتتسم وسائل التواصل الاجتماعي بقدر كبير من الحرية عززه غياب شبه كامل لأي نوع من أنواع الرقابة سوى تلك المتعلقة بسياسة الخصوصية للوسيلة نفسها، الأمر الذي جعل هذه المنصات الاجتماعية بمثابة بيئة خصبة لنشر المعلومات بكل حرية دون التأكد من مصداقيتها، وما يرتبه ذلك من انعكاسات سلبية على المجتمع.

ولذلك، فقد سهّلت هذه البيئة الاتصالية الرخوة من انتشار الشائعات سواء كان تناقلها يتم بشكل متعمد أو بغير قصد، الأمر الذي أصبح يُشكل مصدر تهديد لأمن وسلامة المجتمعات.

في هذا الصدد، ومن خلال مراجعة مجموعة من الأبحاث والدراسات التي تناولت ظاهرة الشائعات في العصر الرقمي، تم رصد عدد من المعطيات العامة المرتبطة بتلك الظاهرة، منها:

مخاطر الشائعات..

تُبرز الدور المحوري لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التوعية ومواجهة الأخبار المضللة أو الزائفة

- انتشار الهواتف المحمولة والإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي جعل الأشخاص أكثر عرضة للشائعات والمعلومات الخاطئة التي تنتشر على المنصات الاجتماعية.
- أدت التطورات التكنولوجية المتلاحقة إلى تحقيق طفرات كبيرة في إمكانية التعديل على الصور الرقمية بشكل يصعب كشفه، مما سهّل عملية التلاعب في الصور، لتُصبح بذلك إحدى أدوات نشر المعلومات المضللة.
- تُمثل الشائعات تهديدًا حقيقيًا للسلام المجتمعي، لأنها قد تتسبب في إثارة البلبلة والتشكك والريبة وانعدام المصداقية.
- تُعد منصات التواصل الاجتماعي هي الأكثر مساعدة على تبني القصص الإخبارية الكاذبة.
- تنتشر الشائعات عادة من قِبل عدد قليل من المستخدمين المؤثرين، إلا أن نشرهم السريع والمكثف لها قد يتسبب في إحداث أضرار كبيرة.
- تُعتبر أوقات الأزمات بيئة ملائمة تمامًا لانتشار الشائعات.
- تتنوع مجالات الشائعات لتشمل الاقتصاد والسياسة والصحة والدين والعرق وغيرها.
- تتعدد أهداف الشائعات ما بين التشكيك أو تقليب الرأي العام أو إثارة البلبلة أو بث الفتنة والفرقة، وما إلى ذلك.

تُبرز هذه المخاطر أهمية وجود أجهزة معنية برصد ومواجهة الشائعات التي تُثير البلبلة، وقد تمتد آثارها لتصل حد استهداف أمن وسلامة المواطنين، ووحدة واستقرار الأوطان، كما تُبرز أيضًا الدور المحوري لوسائل الإعلام التقليدية والجديدة في التوعية ومواجهة الأخبار المضللة أو الزائفة.

من هذا المنطلق، تأتي أهمية الدراسة التي قام بها مركز القرار للدراسات الإعلامية من أجل التعرف على طبيعة الشائعات التي تستهدف المجتمع السعودي، وذلك من خلال تحليل محتوى حساب «هيئة مكافحة الإشاعات» على تويتر، والذي يُعرف نفسه بأنه «منصة تعنى بتتبع الإشاعات وتفنيدها ونشر مصادرها لحماية المجتمعات من أخطارها»؛ إذ يختص الحساب بنشر الشائعة مع عرض المعلومة الصحيحة التي تدحض المحتوى الخاطئ أو المُضلل.

واعتمدت الدراسة على منهج المسح التحليلي بشقيه الكمي والكيفي لرصد وتحليل عينة من التغريدات المنشورة على الحساب خلال الفترة الزمنية الممتدة من 1 يوليو 2019م وحتى 30 يونيو 2021م؛ وقد رُوعي في اختيار العينة أن تكون مقتصرة على التغريدات الأصلية فقط مع استبعاد إعادة التغريد، كما تم استبعاد التغريدات غير ذات الصلة بالمجتمع السعودي.

وعلى هذا النحو، بلغت عينة الدراسة (447) تغريدة أصلية تناولت شائعات تستهدف المجتمع السعودي سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، وبإخضاعها لعملية التحليل عبر استخدام أداة تحليل المضمون، انتهت النتائج إلى ما يلي:

أولًا : مجال الشائعة

أظهرت النتائج أن الشائعات التي يتعرض لها المجتمع السعودي جاءت متعددة ومتنوعة حسب مجالاتها، فحلّت الشائعات الاجتماعية في المرتبة الأولى بنسبة 28.6%، وقد استهدف هذا النمط من الشائعات إثارة البلبلة حول مختلف الخدمات التي تقدمها الدولة للمواطنين مثل التوظيف والتعليم والدعم الحكومي للمحتاجين. كما تطرقت الشائعات الاجتماعية أيضًا إلى نشر أخبار كاذبة حول الشخصيات العامة والمسؤولين مثل أخبار تتعلق بوفاتهم.

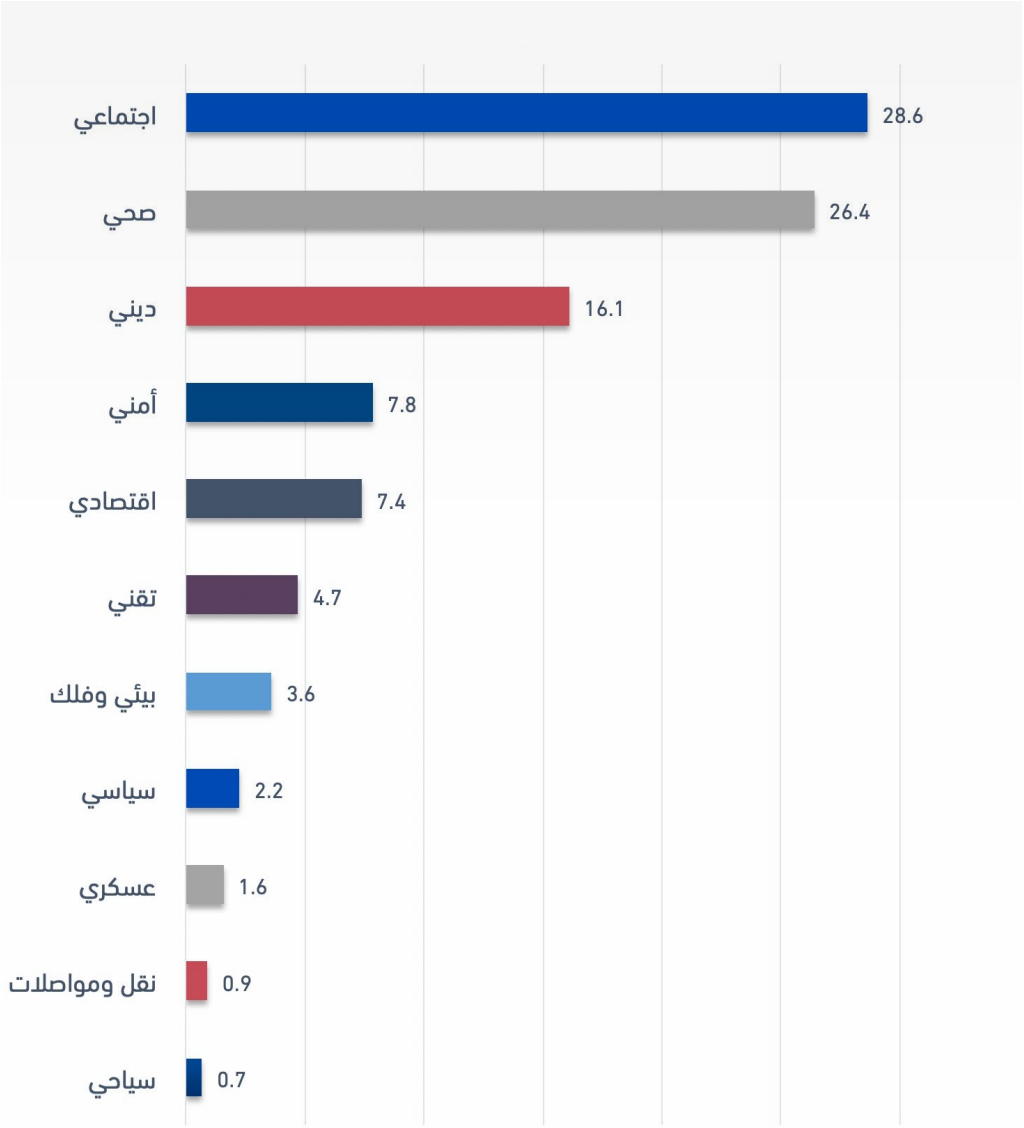
وفي المرتبة الثانية جاءت الشائعات المتعلقة بالمجال الصحي بنسبة 26.4%، ويرجع السبب، إلى تفشي فيروس كورونا في العالم والذي تزامن مع فترة إجراء الدراسة، وما أثير حول الجائحة من معلومات مغلوطة أو مضللة، سواء كانت حول الوضع الصحي في المملكة أو الآثار الجانبية للقاحات الجديدة على صحة الإنسان، وغيرها من شائعات تسعى إلى تحريض المواطنين على العزوف عن تناول اللقاحات، أو إثارة الذعر عبر نشر أخبار مضللة حول أحجام الإصابات والوفيات في المملكة بسبب كورونا.

أما المرتبة الثالثة فقد حصلت عليها الشائعات الدينية بنسبة 16.1%، وكان من اللافت أن هذه الشائعات تطرقت إلى العديد من المجالات الأخرى عبر استخدام الدين سواء لتفسير بعض الظواهر والأحداث مثل الزعم بأن «فرنسا تشهد رياحًا قوية تحمل حجارة بعد نشر الرسوم المسيئة للرسول صلى الله عليه وسلم».

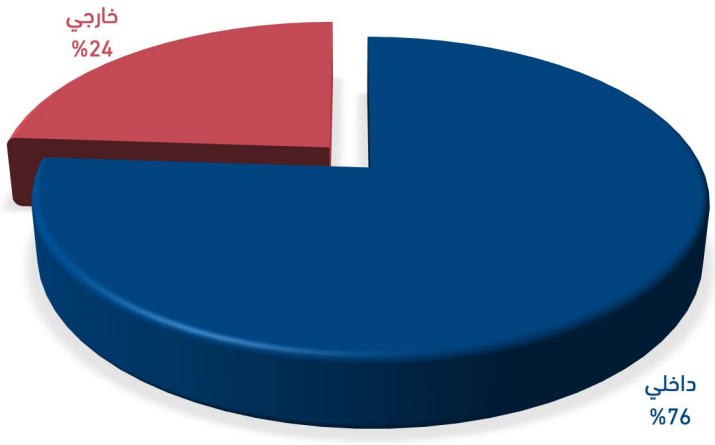
كما أظهرت عينة الشائعات محل الدراسة أن الدين تم استخدامه بشكل مضلل في جائحة كورونا، كالادعاء بأن «الهندوس في الهند يُحطمون أصنامهم لأنها لم تنقذهم من وباء كورونا»، و «إعلان الهندوس إسلامهم حتى يرفع الله عنهم وباء كورونا».

وإجمالًا يمكن القول إن القائمين على نشر الشائعات يستغلون الدين كمرجعية لاستثارة العواطف من أجل التأثير في المتلقين.

وفيما يتعلق بالمجالات الأخرى التي تناولتها الشائعات فقد جاءت بنسب أقل نسبيًا، وذلك كما هو موضح في الشكل البياني التالي:



ثانيًا : نطاق الشائعة

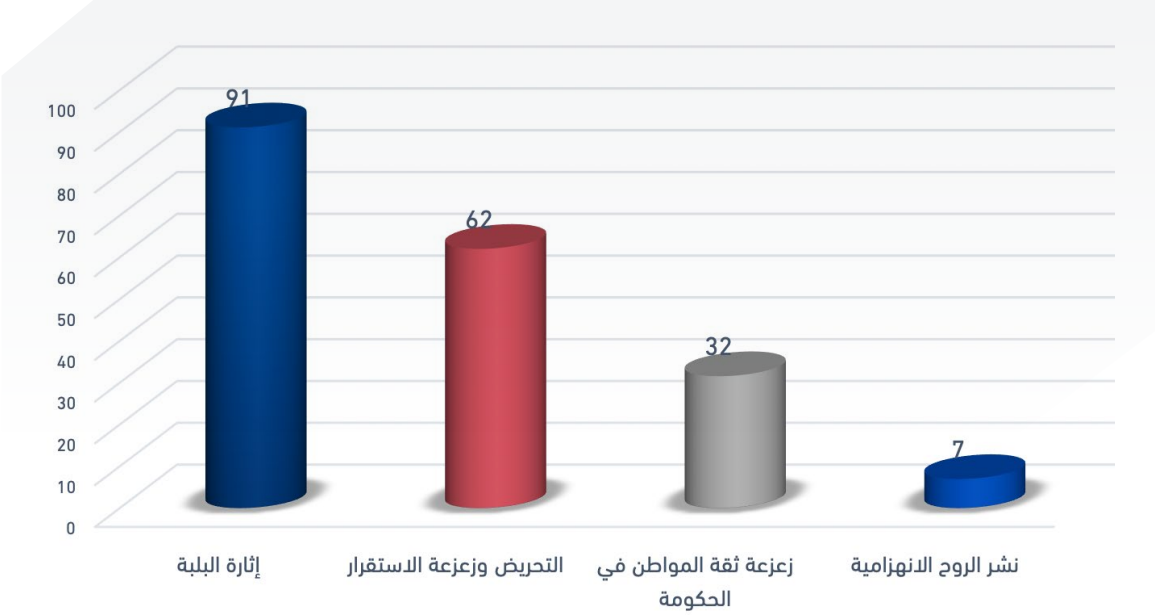


فيما يتعلق بالمجال الجغرافي للشائعات، فقد تم تقسيمها إلى داخلي وخارجي، وذلك على النحو التالي:

- **الشائعات الداخلية:** والتي تتناول قضايا وموضوعات خاصة بالشأن الداخلي السعودي، مثل:
  - إعلان البنك المركزي السعودي عن توزيع أرباح نقدية على المواطنين بمقدار 100 مليون ريال.
  - تغيير جديد في تعريفة أسعار الكهرباء داخل المملكة.
  - حيوان «الويجو» الذي يتغذى على الجثث موجود في المملكة.
  - انخفاض أسعار البنزين في المملكة.

- **الشائعات الخارجية:** والمقصود بها تلك الشائعات التي تحدث خارج المملكة، ولكن لها امتداد أو تأثير على السعوديين سواء بشكل مباشر أو غير مباشر؛ ومن أمثلتها:
  - رفع المتظاهرين في إحدى الولايات الأمريكية لافتة مكتوب عليها «لسنا عربًا حتى تقتلونا ونسكت".
  - قصف السفارة السعودية في العاصمة النيجيرية ووقوع عدد كبير من الضحايا.
  - تصريح للعالم الفرنسي الحائز على جائزة نوبل لوك مونتانييه عن وفاة جميع الملقّحين ضدّ كورونا خلال عامين.

ثالثًا: هدف الشائعات



سواء كان ترويج الشائعات يتم بشكل عمدي أو دون قصد، فإن ذلك لا ينفي سوء نوايا مُنشئ الشائعة - وليس المروج لها - فمما لا شك فيه أن مُطلق الشائعة يسعى إلى تحقيق غاية من وراء نشر معلومة مغلوطة أو مضللة.

وقد أظهرت نتائج التحليل الكيفي لعينة الدراسة أن كل شائعة ضمن العينة كانت تسعى إلى تحقيق هدف أو أكثر مما يلي:

- **إثارة البلبلة:** ظهر هذا الهدف في الغالبية العظمى من الشائعات بنسبة 91%، واستهدفت إيجاد حالة من الجدل وأحيانًا الخلاف بين المواطنين، ومن أمثلة ذلك:
  - غرامة 200 ريال لمن لا يحمل رخصة قيادة دراجات هوائية.
  - إذا كانت كمية البنزين أقل من الربع فتعتبر مخالفة مرورية.
  - نجاح أمانة الدمام بالتعاون مع الشرطة في منع توزيع 2438 طنًا من لحوم الكلاب والحمير كانت معدة للتوزيع.
  - لقاح أسترازينيكا يُسبب العقم.
  - الغذاء والدواء: تلقينا 18 بلاغًا حول أعراض جانبية تسبب فيها لقاح فايزر منها حالات ضمور في الأعضاء التناسلية.
  - وزارة الداخلية تعلن أنه سيتم عزل بعض المدن والأحياء وإغلاق بعض المناشط.

التحريض وزعزعة الاستقرار: ظهر هذا الهدف بنسبة 62%، حيث اتبعت العديد من الشائعات نهجًا تحريضيًا بهدف استثارة غضب السعوديين ومحاولة زرع الفتن وتهديد وحدة وتماسك المجتمع السعودي وبث الفرقة بين المواطنين أو بين السعوديين والمقيمين، ومن الاستشهادات على ذلك، ما يلي:

- المملكة تبرم اتفاقية مع وفد الفاتيكان لفتح كنائس للمسيحيين المقيمين في السعودية.
- وزارة الداخلية تحذر المواطنين من التعاطف مع أي نازح سوري أو فتح المنازل لهم.
- احتفال بمناسبة افتتاح جمعية الصداقة الإسرائيلية السعودية في الرياض.
- تسلم الشيخ عبد الرحمن السديس لميكروفون من الذهب الخالص لاستخدامه في الدعاء للفقراء والمساكين.
- أمين رابطة العالم الإسلامي يقرع جرس الكنيسة النصرانية إيذانًا بتوحيد الأديان بمسمى جديد اسمه الدين الإبراهيمي.

زعزعة ثقة المواطن في الحكومة: جاء هذا الهدف في المرتبة الثالثة بنسبة ظهور بلغت 32%، حيث سعت هذه الفئة من الشائعات إلى نشر معلومات خاطئة ومضللة سواء كانت تحمل مضمونًا سلبيًا أم إيجابيًا ولكنها في النهاية تهدف بشكل خبيث إلى التشكيك في الحكومة أو تحميلها المزيد من الأعباء، ومن أمثلة ذلك:

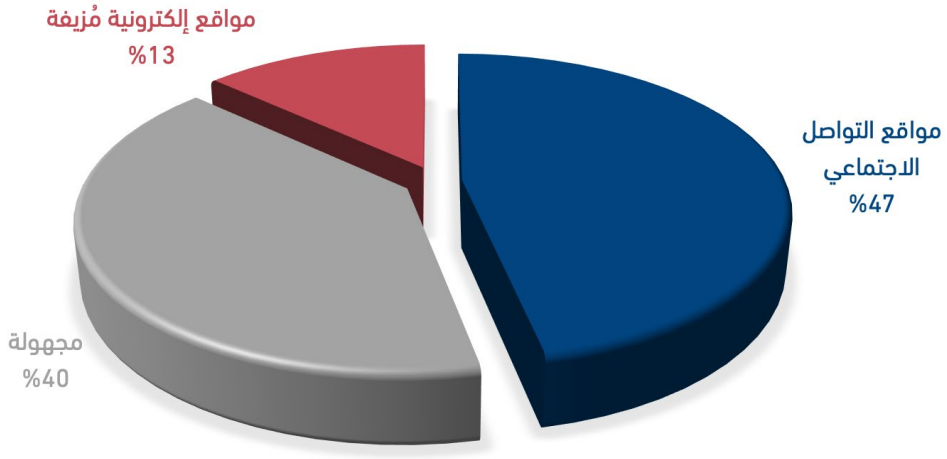
- سيتم تحصيل رسوم 10 ريالات على الرحلات الداخلية بداية من العام الجديد.
- فرض رسوم جديدة على الدفن بالمقابر.
- السماح للمطاعم والمقاهي بإمكانية تقديم المشروبات الكحولية في السعودية.
- افتتاح أول صالة قمار في المملكة.
- بالإضافة إلى مجموعة الشائعات التي روّجت لمضامين قد تبدو إيجابية في ظاهرها، ولكنها تهدف بشكل خبيث إلى تحميل الحكومة المزيد من الأعباء، مثل «طرح الهلال الأحمر 35 ألف وظيفة»، «منصة إحسان تُسدد جميع الديون للمواطنين أيًا كانت قيمتها»، و«بشرى.. انخفاض سعر البنزين في المملكة».

نشر الروح الانهزامية: ظهر هذا الهدف في 7% من الشائعات عينة الدراسة، حيث حمل خطاب هذه الفئة من الشائعات لغة تشاؤمية تُحاول التقليل من كل شيء ونشر ثقافة الإحباط واليأس، ومن أمثلة ذلك:

- تصريح منسوب للعالم الفرنسي لوك مونتانييه الحائز على جائزة نوبل: سيموت كل المطعمين بلقاحات كورونا خلال عامين.
- نتنياهو على الهواء مباشرة سنقتل المسلمين بالطلقة ثم بالصاروخ ثم باللقاح.

وبشكل عام، تُوضح نتائج التحليل أنه على الرغم من أن هذه الأهداف جاءت متداخلة ومتشابكة بشكل كبير، وأن التغريدة الواحدة كانت تحمل أكثر من هدف، فإنه قد جمعها إطار عام يتمثل في محاولة السعي إلى إثارة الرأي العام السعودي بدءًا من إيجاد حالة من الجدل مرورًا بالتشكيك في السياسات والقرارات الحكومية وصولًا إلى تهديد الأمن والاستقرار والسلم المجتمعي.

رابعًا: مصادر الشائعات

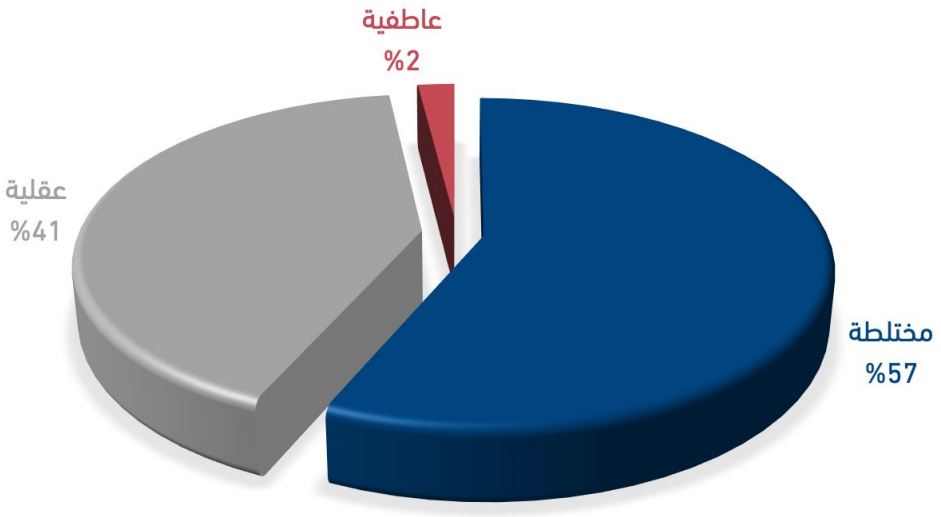


أوضحت النتائج أن مواقع التواصل الاجتماعي جاءت في المرتبة الأولى كمصدر للشائعات المُروج لها بنسبة 47%، وتُشير هذه النتيجة إلى خطورة هذه المنصات التي تنتشر عليها المعلومات غير المنضبطة سواء كانت كاذبة أو مُضللة، إذ يُعد ذلك هو المقابل الموضوعي للحرية شبه المطلقة التي تُوفرها هذه المنصات الاجتماعية في تداول المعلومات، وبالتالي فمن الضروري الحذر عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر معلوماتي.

وفي المرتبة الثانية حلّت المصادر المجهولة بنسبة 40%، حيث كثر استخدام فعل المبني للمجهول في الشائعات دون ذكر مصدر المعلومات التي تحتويها.

وفي محاولة من بعض مُروجي الشائعات لخداع الرأي العام وإضفاء نوع من الموثوقية على محتوياتهم، فقد لجأوا إلى نسب معلوماتهم الكاذبة والمُضللة إلى مواقع إلكترونية مُزيفة وذلك بانتحال هوية وتصميم حسابات صحف ووسائل إعلام، فضلًا عن حسابات وصفحات مُزيفة لوزارات ومؤسسات رسمية.

خامسًا: الاستمالات الإقناعية



بطبيعة الحال حرصَ مُطلقو الشائعات على استخدام الاستمالات الإقناعية (العقلية والعاطفية) من أجل التأثير في الرأي العام وإقناعه بمحتوياتهم الكاذبة والمفبركة، فتحولت العملية الإقناعية إلى تضليلية.

وفي هذا الصدد، أوضحت نتائج التحليل ما يلي:

- اعتمدت الشائعات في المقام الأول على **الاستمالات المختلطة** التي مزجت بين العقلي والعاطفي في الشائعة الواحدة، وظهر هذا الأسلوب في 57% من إجمالي عينة الدراسة؛ مما يُؤكد حرص مُطلقي الشائعات على استخدام كل الأساليب المساعدة التي تساهم في جعل رسالتهم تبدو حقيقية ومقنعة، وبالتالي زيادة فرص تحقيقها الأثر المطلوب وهو تضليل الجمهور.

- جاءت **الاستمالات العقلية** في المرتبة الثانية بنسبة 41%، وفيها تم استخدام مجموعة من الأساليب التي استهدفت تضليل عقول الجماهير وخداعهم، ومنها:

  - **الإلكترونية (الفيديو والصور):** والتي تم توظيفها في الشائعات كنوع من التوثيق؛ فالنسبة للفيديو فكان يتم عرض مقاطع تتماشى مع مضمون الشائعة، إلا أن الخداع يتمثل في أن هذه اللقطات هي في حقيقتها تخص أحداث أخرى، ويقوم مُطلق الشائعة بإلصاقها لمحتواه الكاذب أو المغرض

والخبيث، ومن أمثلة ذلك عرض مقطع فيديو يدعي وفاة رئيس حكومة ولاية هندية بعد إساءته للإسلام، إلا أن حقيقة الفيديو فهي تعرضه لحالة إغماء طبيعية.

أما بالنسبة للصور، فكان توظيفها مختلفًا في الأسلوب ومتفقًا في الهدف، إذ كان يتم عرض صور فعلية لموضوع أو حادث ما، إلا أن الخداع والتضليل كان في التعليق الكاذب المصاحب للصورة، ومن أمثلة هذا النمط عرض صورة تجمع خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز – حفظه الله – مع رئيس المجلس البابوي للحوار بين الأديان في دولة الفاتيكان، وهي صورة حقيقية، إلا أن التضليل جاء في النص الشارح لها، إذ ادعى مُطلق الشائعة أن مناسبة الصورة هي توقيع المملكة العربية السعودية اتفاقية مع الفاتيكان لفتح كنائس للمسيحيين المقيمين في المملكة، بينما المناسبة الحقيقية لالتقاطها فكانت زيارة رئيس المجلس البابوي للحوار بين الأديان في دولة الفاتيكان إلى المملكة عام 2018م لمناقشة أهمية الحوار بين الأديان والثقافات لتعزيز التسامح ونبذ العنف والتطرف والإرهاب.

ويُظهر هذا التوظيف المُضلل والخبيث أن مُطلق الشائعة كان يهدف إلى التحريض ضد ولاة الأمر.

- **عرض تصريحات غير صحيحة «مفبركة»:** ثم يقوم مُطلق الشائعة بنسب هذه التصريحات - كذبًا - إلى شخصيات رسمية في المملكة لإكسابها نوعًا من المصداقية، ومن أمثلة ذلك «بأوامر ملكية مباشرة من خادم الحرمين الشريفين، تُباشر هيئة الرقابة ومكافحة الفساد التحقيق في قضية فساد متعلقة بلقاح فيروس كورونا».

- **الدمج بين الحقيقة والكذب:** وهو أسلوب تضليلي يتم فيه تكوين الشائعة من شقين، الأول بسيط وحقيقي، أما الثاني فكاذب ويمثل البناء القصصي الوهمي والمضلل.

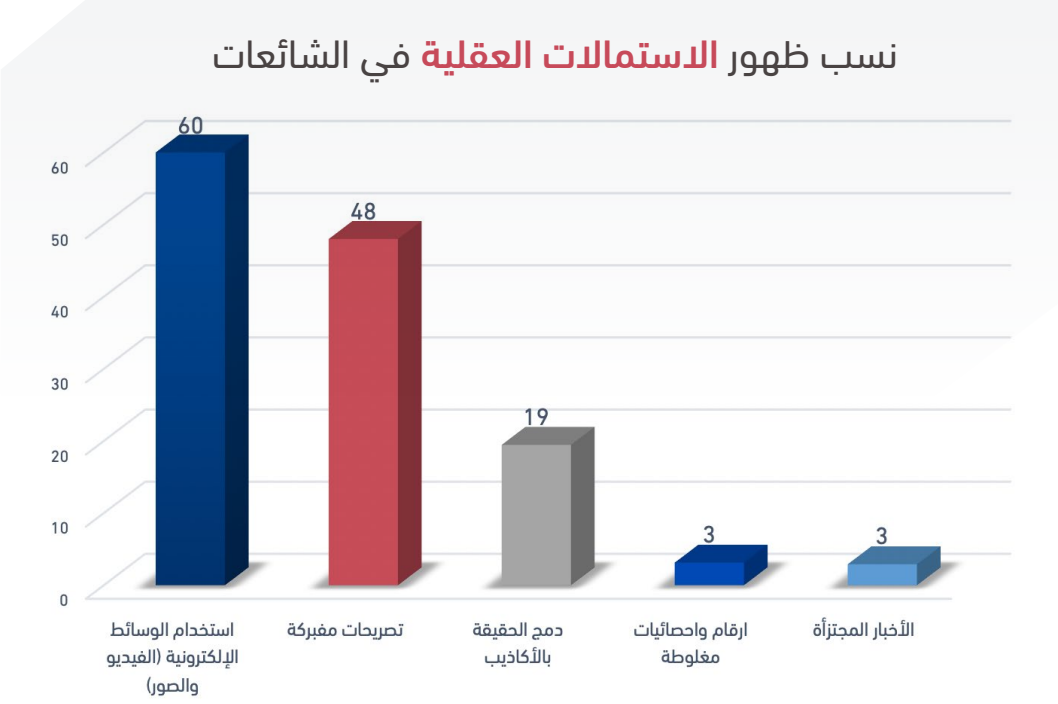
كما يوجد شكل آخر من التضليل يندرج تحت هذا الأسلوب، وهو تناول حادثة ما وقعت في الماضي ويتم الترويج لها على أنها آنية، مثل عرض حادثة وقعت منذ خمس سنوات لانفجار أنبوب مياه رئيسي في طريق الدمام، دون الإشارة إلى أنها قديمة، وذلك لإشاعة البلبلة بين المواطنين.

- **أرقام وإحصاءات مغلوطة:** وفيها يعتمد مُطلق الشائعة على لغة الأرقام كونها من أكثر الأساليب الإقناعية مصداقية، إلا أنه يقوم بالتلاعب بالأرقام وعرضها بشكل غير صحيح مثل الادعاء بفرض ضريبة على حليب الأطفال

بقيمة 26%، إلا أن القيمة الحقيقية لها هي 26 ريالاً وهي ضريبة 15% لمجموعة منتجات قيمتها الفعلية 174 ريالاً؛ وفي مثال آخر الادعاء بارتفاع تكلفة الاتصال بالرقم الموحد 9200 لتصل إلى 17 ريالاً للدقيقة الواحدة، بينما التكلفة الحقيقية هي بين 0.30 و 0.55 هللة للدقيقة.

- **الأخبار المجتزأة:** حيث يتم الاكتفاء بعرض جزء من الحقيقة وتجاهل الجزء الآخر بشكل يُخل بالمعنى، ومن أمثلة ذلك تصريح للمتحدث باسم وزارة الصحة يقول فيه «لم نصل إلى الاطمئنان، فالوضع مقلق في بعض المناطق ونلاحظ الارتفاع بها»، يتم اجتزاؤه إلى «لم نصل إلى الاطمئنان»، وذلك لتعميم التصريح على المملكة والإيحاء بأن جميع المناطق بها تُعاني من ارتفاع الإصابات بفيروس كورونا.

وفي مثال آخر تم عرض خبر يتحدث عن اختراق خدمة الدفع «Apple Pay»، في حين أن الحقيقة هي وجود ثغرة أمنية قديمة في الأيفون والأيباد وقد عالجتها الشركة في آخر تحديث.



- حلّت **الاستمالات العاطفية** في المرتبة الثالثة بنسبة 2%، ورغم أن الشائعات التي اعتمدت على الأسلوب العاطفي فقط في الإقناع كانت قليلة، فإن ظهور هذا النمط الإقناعي كان مرتفعًا كونه مثّل جزءًا من الاستمالات المختلطة التي مزجت بين العقلي والعاطفي معًا.

وقد تمثلت أهم الاستمالات العاطفية فيما يلي:

أ- الترهيب: والذي احتل المرتبة الأولى بنسبة ظهور بلغت 26%، حيث سعت هذه الفئة من الشائعات إلى استثارة عاطفة الخوف عند المستخدمين، والتي كثر الاعتماد عليها بشكل خاص في الشائعات التي تناولت جائحة كورونا وذلك لتحريض المواطنين على العزوف عن تلقي اللقاح، ومن أمثلة هذه الشائعات «لقاحات كورونا تحتوي على جيلاتين الخنزير» و«وفاة 5 أشخاص وإصابة 400 آخرين بسبب لقاح كورونا».

ومن الأمثلة الأخرى للشائعات التي اعتمدت على إثارة عاطفة الخوف ما يلي:

- ثلاثة أدوية تُسبب الموت السريع للمصابين بفيروس كورونا أو المشتبه بهم.
- انتشارٌ لحيوان «الويجو» الذي يتغذى على الجثث في المقابر.
- تسجيل حالتين مصابتين بفيروس كورونا المتحور في منطقة تبوك.
- إثارة الوازع الديني: جاء في المرتبة الثانية بنسبة 17%إذ برز استخدام هذه الاستمالة بشكل خاص خلال الأزمة التي نتجت عن الرسوم المسيئة للرسول الكريم محمد صلى الله عليه وسلم، فسعى مُروجو الشائعات إلى استغلال العاطفة الدينية لدى المسلمين في نشر العديد من الشائعات غير الصحيحة، منها:
- وفاة رئيس حكومة ولاية غوجارات الهندية خلال إلقائه خطابًا أمام مؤيديه يُهين فيه الإسلام.
- رياح قوية تحمل حجارة في فرنسا بعد الرسوم المسيئة للرسول.
- الملكة إليزابيث تتضامن مع المسلمين بعد أحداث فرنسا.
- المستشارة الألمانية أنجيلا ميركل تحيي مواطناتها المسلمات المحجبات وترفض تأييد ماكرون في عدائه للإسلام.
- حرق السفارة الفرنسية بالسودان ردًا على تصريحات ماكرون المسيئة للإسلام.

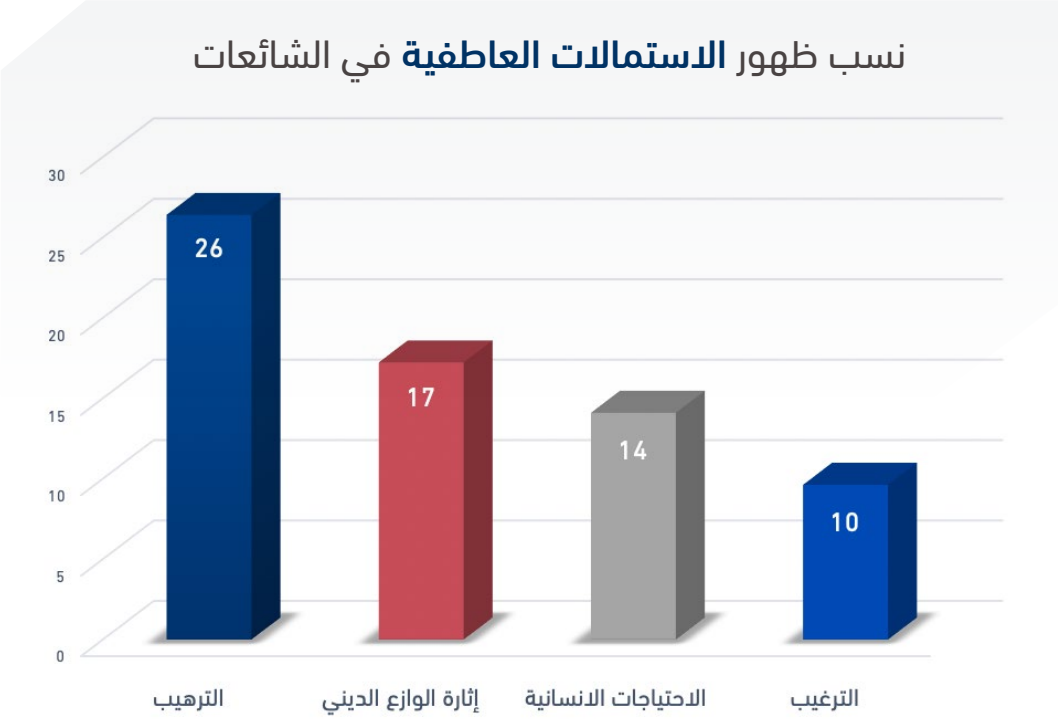
ب- الاحتياجات الإنسانية: جاءت في المرتبة الثالثة ضمن مجموعة الاستمالات العاطفية التي اعتمدت عليها الشائعات وذلك بنسبة 14%، حيث سعت هذه الفئة من الشائعات إلى استغلال الحاجات البشرية الأساسية مثل المأكل والمشرب

أ- والمأوى وغيرها من ضرورات الحياة من أجل التأثير في المواطنين، ومن أمثلة ذلك:

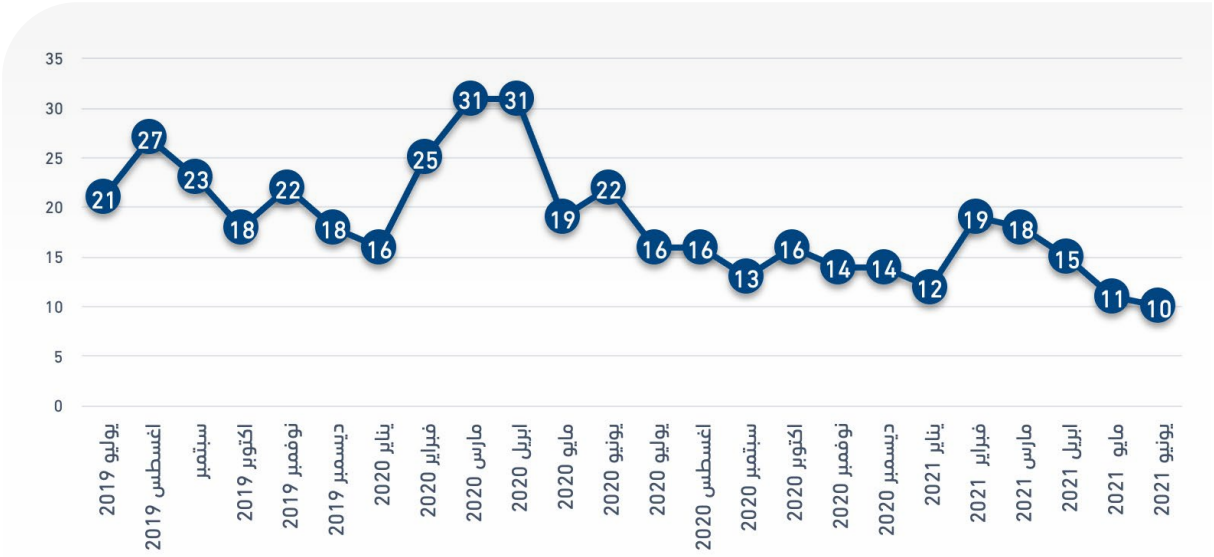
- الأميرة بسمة آل سعود تقوم بعمل خيري ومساعدات مالية لوجه الله تعالى ومن يحتاج شيئًا عليه التواصل معها على الخاص.
- فتح باب التقديم للحصول على إعانة سنوية للأرامل فقط من خلال وزارة المالية.
- منصة إحسان تسدد جميع الديون للمواطنين سواء كانت كثيرة أو قليلة.

جـ- الترغيب: حلّت هذه الاستمالة العاطفية في المرتبة الرابعة بنسبة 10%، وفيها اعتمد مُروج الشائعة على عرض معطيات تحفيزية وتشجيعية، مثل:

- في بيان مفرح للمواطنين يعلن البنك المركزي السعودي عن توزيع أرباح نقدية على المواطنين تقدر بـ 100 مليون ريال، وذلك من خلال التسجيل على الرابط الإلكتروني.
- الاستمرار على تناول التين لمدة سبعة أيام يرفع مستوى فيتامين D في الجسم.
- بمناسبة فك الحظر، وزارة الحج السعودية تقدم ألف رحلة حج مجانية فبادروا بالتسجيل على الرابط.
- فتح المنح في نيوم بتبوك من خلال التسجيل على الرابط.



سادسًا: المنحنى الزمني لتداول الشائعات



يُظهر الشكل البياني الخاص بالمنحنى الزمني الشهري لتداول الشائعات عينة الدراسة أن شهري مارس وأبريل 2020م كانا الأعلى تداولًا للشائعات، وذلك لتزامنهما مع البداية الأولى لتفشي جائحة كورونا في المملكة، حيث اتخذت الحكومة السعودية في 16 مارس 2020م قرارًا بتعليق الحضور لمقرات العمل في كافة الجهات الحكومية لمدة (16) يومًا عدا القطاعات الصحية والأمنية والعسكرية ومركز الأمن الإلكتروني، وذلك في إطار استكمالها للإجراءات الوقائية والاحترازية للسيطرة على فيروس كورونا.

كما يُظهر الشكل البياني الخاص بالمنحنى الزمني الربع سنوي لتداول الشائعات تساوي الربع الأول والثاني من عام 2020م كأعلى الفترات تداولًا للشائعات، وهو ما يُؤكد النتيجة السابقة، حيث تزامنت هذه الفترة مع ظهور فيروس كورونا وبداية انتشاره الكبير سواء في المملكة أو في مختلف دول العالم.

النتائج العامة للدراسة

- تنوع الشائعات التي تستهدف المجتمع السعودي لتشمل مختلف المجالات.
- تعدد أهداف الشائعات بدءًا من إثارة البلبلة مرورًا بالتشكيك في السياسات والقرارات الحكومية ووصولًا إلى تهديد الأمن والاستقرار والسلم المجتمعي.
- انقسمت لغة خطاب الشائعات ما بين الإيجابي والسلبي تجاه موضوع الشائعة، إلا أنهما اتفقا في الهدف والمتمثل في إثارة البلبلة والتحريض وتحميل الحكومة بشكل خبيث المزيد من الأعباء.
- شهد منحنى انتشار الشائعات ارتفاعًا نسبيًا خلال الأزمات، وهو ما حدث في بدايات وذروة تفشي جائحة كورونا.
- شكّلت مواقع التواصل الاجتماعي المصدر الأول للشائعات، مما يُؤشر إلى خطورة هذه المنصات التي تنتشر عليها المعلومات غير المنضبطة سواء كانت كاذبة أو مُضللة؛ إذ يُعد ذلك هو المقابل الموضوعي للحرية شبه المطلقة التي تُوفرها هذه المنصات الاجتماعية في تداول المعلومات، وبالتالي فمن الضروري الحذر عند استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر معلوماتي.
- انقسمت الشائعات عينة الدراسة إلى:
  - شائعات آنية (ظرفية): ترتبط بحادثة أو قضية أو موضوع جديد.
  - شائعات متكررة غير منتظمة: تتعلق بمجموعة من الشائعات القديمة التي يتم الترويج لها بين الحين والآخر بشكل عشوائي.
  - شائعات متكررة منتظمة (موسمية): تتعلق بمجموعة من الشائعات القديمة التي يتم الترويج لها في مناسبات محددة، مثل موسم الحج أو بدء العام الدراسي أو الأعياد والمناسبات الدينية والوطنية وما إلى ذلك.

توصيات الدراسة

من استعراض النتائج السابقة، توصي الدراسة بما يلي:

- أظهرت عملية رصد الشائعات التي نشرها حساب هيئة مكافحة الإشاعات أن العديد منها كان يتم تكذيبها من قِبل المسؤولين الرسميين والمؤسسات الحكومية السعودية المعنية بموضوع الشائعة مثل وكالة وزارة الداخلية للأحوال المدنية، والمتحدث الرسمي لوزارة الصحة.

  وفي هذا الصدد نرى أنه من الضروري تعميم هذا الأمر من خلال تخصيص وحدات داخل الأجهزة الحكومية المختلفة لمتابعة وسائل التواصل الاجتماعي ورصد المعلومات المغلوطة سواء الكاذبة أو المضللة ونشر التصحيح الخاص بها بشكل سريع.

- التأكيد على أهمية إتاحة المعلومات من مصادرها الموثوقة، ومحورية دور وسائل الإعلام في التصدي للشائعات.

- قيام الأجهزة التشريعية بتغليظ العقوبات المفروضة على مُروجي الشائعات، وذلك لما يُشكلونه من خطورة على المجتمعات.

- الاهتمام بالجانب التوعوي للمواطنين خاصة من فئة صغار السن والمراهقين والشباب بضرورة الحذر عند استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كونها تُمثل بيئة خصبة لتداول المعلومات الكاذبة والمُضللة.

مركـز القرار
للدراسات الإعلامية

..نـخـطـو
بـقـرارك

تابع حسابنا على تويتر

www.alqarar.sa

@alqarar_sa